OSSERVATORIO PER L’INNOVAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO DELL'EMILIA ROMAGNA

**Il presente questionario rientra nell’ambito di un’indagine condotta a livello regionale dalle Camere di Commercio, Industria e Artigianato, per lo studio di indicatori in grado di misurare l’innovazione delle imprese emiliano-romagnole. L’obiettivo è di utilizzare i risultati dell’indagine come strumento di supporto ai processi decisionali delle politiche del territorio, per lo sviluppo economico.**

**IL QUESTIONARIO È COMPILABILE ON-LINE ALL’INDIRIZZO: http://www.ciseonweb.it/innovazione/indagine/**

**Per informazioni e chiarimenti: CISE – Azienda speciale della Camera di Commercio di Forlì-Cesena, tel. 0543-38213, innovazione@ciseonweb.it**

I Vostri dati saranno trattati con garanzia di riservatezza, ai sensi della legge 196/03 e verranno utilizzati e divulgati esclusivamente in forma aggregata e assolutamente anonima al fine di formulare studi sul posizionamento, sui fabbisogni tecnologici del territorio locale e regionale ed inquadrarli in un contesto nazionale ed internazionale.

1 Dati generali impresa

|  |  |
| --- | --- |
| **1.1) Denominazione:** | **……………………………………………………………………………………………………………………………………** |

|  |  |
| --- | --- |
| **1.2) Comune sede produttiva:** | **……………………………………………………………………………………………………………………………………** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.3) Codice fiscale:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.4) Codice ATECO dell’attività principale:** |  |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **1.5) E-mail:** | **……………………………………………………………………………………………………………………………………** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.6) L’impresa è a partecipazione femminile?** | | | 🔾Sì | | 🔾 No |
|  | …se sì indicare la % di soci/titolari di sesso femminile |  |  | …la % di quota di capitale | |  |  | … e la % di donne presenti nel consiglio di amministrazione |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.7) Ruolo della persona che compila il questionario** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 🔾 | Imprenditore / Titolare | | 🔾 | Socio | | 🔾 | Direttore generale / Amm. Delegato | 🔾 | | Dirigente | 🔾 | | Impiegato | | | 🔾 | Consulente | 🔾 | Altro…………………………… | |
|  | | **1.7.1) Indicare da quanti anni ricopre questo ruolo** | | | | | | | 🔾 Meno di 1 | | | | | 🔾 Da 1 a 5 | | | | | | 🔾 Da oltre 5 |
|  | | **1.7.2) Indicare i dati della persona che compila il questionario:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | Nome e Cognome: | | |  | | | | | | | E-mail: | | |  | | | | | |

**1.8) Indicare le tre principali “categorie di prodotti” della vostra azienda** (in ordine di incidenza sul fatturato):

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1)** | **%** | **2)** | **%** | **3)** | **%** |

**… e le tre principali ”categorie di servizi” della vostra azienda** (in ordine di incidenza sul fatturato)**:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1)** | **%** | **2)** | **%** | **3)** | **%** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1.9) Indicare il fatturato 2009 in euro** |  | **€** |

**1.10) Con riferimento all’ultimo triennio, come risultano gli andamenti medi annui di:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Forte diminuzione: superiore a -10%** | **Diminuzione:**  **da -3% a -10%** | **Stabile:**  **da -2.9% a 2.9%** | **Aumento:**  **da 3% a 10%** | **Forte aumento:**  **oltre 10%** |
| Fatturato | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Investimenti | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Occupazione | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Esportazioni | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.11) Appartenenza ad un gruppo:** | 🔾 Sì italiano | 🔾 Si straniero | 🔾 No | **…se sì come capofila** | 🔾 Sì | 🔾 No |

**1.12) Numero di dipendenti dell’azienda** (esclusi i collaboratori occasionali, consulenti e professionisti con partita IVA):

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 🔾 <5 | 🔾 da 5 a 9 | 🔾 da 10 a 49 | 🔾 da 50 a 99 | 🔾 da 100 a 249 | 🔾 da 250 a 499 | 🔾 >500 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| …% di laureati |  | …% di addetti prevalentemente all’ufficio tecnico e R&S |  | …% dipendenti di sesso femminile |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.13) Tipo di connessione internet dell’azienda:** | 🔾 Nessuna | 🔾 Analogica | 🔾 ADSL | 🔾HDSL | 🔾Fibra Ottica | 🔾Altro…………………… |

**1.14) Localizzazione dei tre fornitori principali (in ordine di importanza):**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.** | 🔾 provincia | 🔾 regione | 🔾 resto d’Italia | 🔾 Europa | 🔾 resto del mondo………………………………………………………………. |
| **2.** | 🔾 provincia | 🔾 regione | 🔾 resto d’Italia | 🔾 Europa | 🔾 resto del mondo………………………………………………………………. |
| **3.** | 🔾 provincia | 🔾 regione | 🔾 resto d’Italia | 🔾 Europa | 🔾 resto del mondo………………………………………………………………. |

**1.15) Localizzazione delle tre aree di mercato prevalenti(in ordine di importanza):**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.** | 🔾 provincia | 🔾 regione | 🔾 resto d’Italia | 🔾 Europa | 🔾 resto del mondo………………………………………………………………. |
| **2.** | 🔾 provincia | 🔾 regione | 🔾 resto d’Italia | 🔾 Europa | 🔾 resto del mondo………………………………………………………………. |
| **3.** | 🔾 provincia | 🔾 regione | 🔾 resto d’Italia | 🔾 Europa | 🔾 resto del mondo………………………………………………………………. |

**1.16) In che percentuale l’EXPORT influisce sul totale del fatturato?**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 🔾 0% | 🔾dal 1% al 10% | 🔾 dal 11% al 25% | 🔾 dal 26% al 50% | 🔾 dal 51% al 75% | 🔾 oltre il 75% |

**1.17) Quale principale tipologia di clienti servite abitualmente?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 🔾 imprese industriali | 🔾 intermediari del commercio (grossisti, dettaglianti, grande distribuzione) | 🔾 consumatori finali | 🔾 altri |

2 Dinamiche dell’Innovazione

**2.1) Nell’ultimo triennio quali tipi di innovazione sono stati introdotti in azienda e quali sono stati gli attori che li hanno sviluppati?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **innovazione sviluppata internamente** | **innovazione sviluppata in cooperazione con un’altra azienda o istituzione** | **innovazione sviluppata esternamente** |
|
| Nessuna innovazione introdotta | ❑ |
| Innovazione di prodotto di tipo incrementale | ❑ | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Innovazione di prodotto di tipo radicale | ❑ | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Innovazione di processo di tipo incrementale | ❑ | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Innovazione di processo di tipo radicale | ❑ | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Innovazione organizzativa | ❑ | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Innovazione di marketing | ❑ | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

**2.2) Portata delle innovazioni introdotte durante l’anno 2009:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Titolo /**  **Descrizione sintetica** | **Valore in euro dell’investimento**  **(anno 2009)** |  | **Portata dell’innovazione introdotta:** | | |
|  | **Nuova per il Mercato** | **Nuova per il Settore** | **Nuova per l’Azienda** |
| Attività Innovativa 1 | ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Attività Innovativa 2 | ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Attività Innovativa 3 | ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Attività Innovativa 4 | ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Attività Innovativa 5 | ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

**2.3) Le Innovazioni introdotte nella vostra azienda quali benefici/effetti hanno comportato sulla vostra capacità competitiva?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Miglior efficienza nell’utilizzo dei materiali e delle materie prime (riduzione degli scarti) | ❑ | Individuare gli obiettivi raggiunti prevalenti, selezionando al  **massimo 3 opzioni** |
| Miglior efficienza nell’utilizzo del personale  (riduzione costi del personale per unità di output di produzione) | ❑ |
| Miglior organizzazione aziendale | ❑ |
| Miglior risultato economico | ❑ |
| Conquista di quote di mercato | ❑ |
| Conquista di nuovi mercati | ❑ |
| Miglioramento della qualità di prodotti/servizi | ❑ |
| Miglioramento dei tempi di lavorazione (riduzione dei tempi per unità di output di produzione) | ❑ |
| Migliore prestazione ambientale (minori rifiuti, minori consumi, minori emissioni) | ❑ |
| Riduzione dell’energia utilizzata per unità di output di produzione | ❑ |
| Miglioramento dei rapporti bilaterali e/o del clima aziendale | ❑ |
| Miglioramento della conciliazione tempi di vita lavorativa e vita famigliare del personale | ❑ |
| Altro ………………….…………………………………………………………………………………..………………………………… | ❑ |

**2.4) In che misura i seguenti aspetti hanno favorito i processi di innovazione della vostra azienda?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Per niente** | **Poco** | **Abbastanza** | **Molto** |
| Investimenti/finanziamenti | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Ricerca & Sviluppo svolte all’interno dell’impresa | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Collaborazione con fornitori | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Collaborazione con clienti | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Collaborazione con altre imprese | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Collaborazione con istituzioni | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Collaborazione con ricerca o Università locali | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Collaborazione con ricerca o Università non locali | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Conoscenze apportate dal personale | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Imitazione di processi/prodotti da altre imprese | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Fiere, convegni, stampa specializzata | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Altro …………………………………………..………………………………………………………………………. | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

**2.5) Fatturato per l’anno 2009, indotto dai nuovi prodotti/servizi introdotti dall’azienda sul mercato durante l’ultimo triennio:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Titolo /**  **Descrizione sintetica** | **Fatturato relativo al prodotto/servizio in euro**  **(anno 2009)** |  | **Portata del nuovo prodotto/servizio**  **introdotto sul mercato:** | |
|  | **Nuovo per il Mercato** | **Nuovo per l’Azienda** |
| Nuovo Prodotto/Servizio 1  (introdotto nell’ultimo triennio) | ………………………………  ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 |
| Nuovo Prodotto/Servizio 2  (introdotto nell’ultimo triennio) | ………………………………  ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 |
| Nuovo Prodotto/Servizio 3  (introdotto nell’ultimo triennio) | ………………………………  ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 |
| Nuovo Prodotto/Servizio 4  (introdotto nell’ultimo triennio) | ………………………………  ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 |
| Nuovo Prodotto/Servizio 5  (introdotto nell’ultimo triennio) | ………………………………  ……………………………… |  | € | 🔾 | 🔾 |

**2.6) In che misura i seguenti aspetti hanno ostacolato i processi di innovazione della vostra azienda?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Per niente** | **Poco** | **Abbastanza** | **Molto** |
| Rischio percepito troppo elevato | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Difficoltà di riorganizzazione del processo produttivo | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Difficoltà di riorganizzazione aziendale | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Difficoltà nel reperire finanziamenti | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Difficoltà nel reperire personale qualificato | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Mancanza di stimoli interni | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Difficoltà strategiche di mercato  (conoscenza del mercato, concorrenza con imprese leader) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Mancanza d’informazioni su attività di centri di ricerca/università/centri servizi | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Attività di ricerca non coincidente con i bisogni dell’impresa  (svolta da centri di ricerca/università/centri servizi) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Difficoltà nel relazionarsi con centri di ricerca/università | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Difficoltà nel reperire partners | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Eccessiva pressione fiscale | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Altro ……………………………………..……………………………………………………………………………. | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

**2.7) Quali potrebbero essere, per la vostra azienda, i principali obiettivi dell’innovazione?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Diminuire i costi | ❑ | Individuare gli obiettivi prevalenti, selezionando al **massimo 5 opzioni** |
| Aumentare la produttività | ❑ |
| Estendere o sostituire la gamma dei prodotti | ❑ |
| Aumentare la flessibilità produttiva | ❑ |
| Migliorare l’impiego delle risorse | ❑ |
| Migliorare il servizio al cliente | ❑ |
| Penetrare in nuovi mercati | ❑ |
| Aumentare la quota di mercato | ❑ |
| Adeguarsi alla concorrenza | ❑ |
| Migliorare la qualità del prodotto | ❑ |
| Aumentare la sicurezza dei prodotti | ❑ |
| Aumentare la sicurezza sul luogo di lavoro | ❑ |
| Aumentare la sicurezza dei sistemi informativi | ❑ |
| Aumentare la sicurezza dell’organizzazione | ❑ |
| Adeguarsi alla normativa in materia ambientale | ❑ |
| Adeguarsi a normative particolari di settore | ❑ |
| Migliorare l’impatto ambientale dei siti produttivi | ❑ |
| Migliorare l’impatto ambientale dei prodotti | ❑ |
| Migliorare la sostenibilità e la trasparenza della filiera produttiva | ❑ |
| Migliorare il risultato economico | ❑ |
| Migliorare le relazioni con la forza lavoro | ❑ |
| Migliorare l’organizzazione in funzione di una maggiore conciliazione tempi di vita e vita famigliare del personale | ❑ |

3 Strumenti per l’Innovazione

**3.1) Quali tra le seguenti funzioni/posizioni sono presenti nella vostra azienda?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Sì, internamente** | **Sì, in outsourcing** | **No, ma prevista** | **No** |
| Acquisti | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Progettazione, ricerca e sviluppo, ufficio tecnico | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Produzione | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Logistica e trasporti | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Vendita e commercializzazione | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Marketing | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Qualità prodotto e/o sistema qualità | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Sicurezza, Ambiente | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Informatica - telematica (ICT) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Altro ……….…………………………………………………………. | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

**3.2) Nell’anno 2009, quanto la vostra azienda ha investito in:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Indicare la spesa sostenuta per ogni voce riportata sotto** | | | |
| Sviluppo/Design nuovi prodotti effettuato internamente | |  | **€** |
| Sviluppo/Design nuovi prodotti commissionato all’esterno | |  | **€** |
| Sviluppo di nuovi macchinari effettuato internamente | |  | **€** |
| Sviluppo di nuovi macchinari effettuato in collaborazione con altre aziende o istituzioni | |  | **€** |
| Acquisto di nuovi macchinari e attrezzature | |  | **€** |
| Sviluppo di nuovo software effettuato internamente | |  | **€** |
| Acquisto di nuovo software | |  | **€** |
| Acquisto di nuovo hardware informatico | |  | **€** |
| Acquisto di servizi informatici (consulenza, assistenza, ecc.) | |  | **€** |
| Acquisto di nuove tecnologie (brevetti, marchi, invenzioni, licenze, know-how) | |  | **€** |
| Assunzione/formazione personale per R & S | |  | **€** |
| Assunzione/formazione personale per nuovi processi/prodotti/servizi | |  | **€** |
| Marketing per nuovi prodotti/servizi | |  | **€** |

**3.3) Nell’ultimo triennio, quante fra le seguenti strategie e/o forme di tutela sono state utilizzate dalla vostra azienda?**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **Oltre 4** |
| Numero di brevetti italiani | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Numero di brevetti europei e/o internazionali | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Numero di licenze acquistate e/o in uso | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Numero di marchi registrati | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Numero di domini web registrati | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Numero di copyright | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Numero di creative commons | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Numero di accordi di segretezza | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Numero di prodotti ad elevato grado di complessità | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Altro ……………………………………………………………………… | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

**3.4) Quali sono stati i benefici ottenuti grazie alle forme di tutela adottate?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Introiti da vendite di licenze | ❑ | Possibile più di una risposta |
| Introiti da vendite di brevetti | ❑ |
| Assenza di prodotti similari sul mercato | ❑ |
| Riconoscimenti economici derivanti dai meccanismi di protezione | ❑ |
| Altro …………………………………………………………………….………………………………………………………… | ❑ |

**3.5) Nell’ultimo triennio in che misura avete fatto ricorso ai seguenti strumenti per reperire informazioni relative all’innovazione?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Mai** | **Raramente** | **Spesso** | **Sempre** |
| Fonti interne all’impresa | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Fornitori | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Clienti (direttamente o attraverso agenti) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Imprese concorrenti o imprese dello stesso settore | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Consulenti, centri di ricerca o laboratori privati | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Università/centri di istruzione superiore/istituti di ricerca pubblici | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Fiere, mostre | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Formazione tecnica | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Conferenze, seminari e convegni | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Studi di mercato, pubblicazioni, riviste scientifiche | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Camere di Commercio | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Associazioni di categoria | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 3.6) La vostra azienda ha collaborato, in almeno una delle sue attività legate all’innovazione, con altre organizzazioni e/o istituzioni? | 🔾 Sì | 🔾 No |

**3.7) In che misura la vostra azienda prevede investimenti nei seguenti fattori competitivi?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Per niente** | **Poco** | **Abbastanza** | **Molto** |
| Sviluppo di nuovi prodotti (miglioramento prodotto esistente o nuova linea di prodotto) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Reingegnerizzazione dei processi di produzione | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Miglioramento dei processi di produzione | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Strumenti e metodologie di rilevazione dei bisogni del mercato | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Logistica | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Strumenti e metodologie per la gestione della clientela e del post-vendita | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Assunzione di laureati o personale specializzato | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Formazione del personale interno | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Sviluppo di prodotti in co-design con la clientela | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Delocalizzazione produttiva in nuove aree | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Infrastrutture e strumenti ICT | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Razionalizzazione/risparmio energetico dei processi produttivi | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

**3.8) Secondo la sua opinione, da quali dei seguenti ambiti di ricerca la vostra azienda potrebbe ricevere maggiori benefici per aumentare la propria competitività?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Per niente** | **Poco** | **Abbastanza** | **Molto** |
| Materiali | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Informatica | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Telecomunicazioni | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Bioingegneria | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Ingegnerizzazione dei processi produttivi/automazione/robotica | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Medicina | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Salute/Wellness | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Nanotecnologie | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Logistica | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Impatto ambientale | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Energia | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Altro …………………………….…………………………………………………………………………………………….. | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

**3.9) La vostra azienda, in relazione a quali delle seguenti tematiche sullo sviluppo sostenibile, pensa di potere ricevere benefici per aumentare la propria competitività?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Per niente** | **Poco** | **Abbastanza** | **Molto** |
| Riduzione dei consumi di energia elettrica | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Riduzione dei consumi di energia termica | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Aumento dell’efficienza energetica di impianti, macchinari, edifici | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Valutazione della qualità dei consumi energetici (check-up, audit energetici, …) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Certificazioni di sistema (ISO 14001, EMAS II, SA8000, ecc.) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Certificazioni di prodotto (analisi del ciclo di vita, Ecolabel) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Sistemi di rendicontazione sociale/ambientale (bilancio ambientale, bilancio di sostenibilità, bilancio di responsabilità sociale, ecc..) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Applicazioni tecniche di eco-design (prodotti con materiali facilmente recuperabili e a basso impatto ambientale) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Nuove opportunità di mercato legate alle fonti energetiche rinnovabili (certificati bianchi, verdi e neri) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Energia elettrica da fonti rinnovabili (fotovoltaico, biogas, biomasse, …) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Energia termica da fonti rinnovabili (solare termico, geotermico, coogenerazione, …) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Produzione di biocombustibili | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Utilizzo di biocombustibili | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Qualità dei propri rifiuti (riduzione della quantità e degli inquinanti) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Qualità delle emissioni in atmosfera (riduzione delle concentrazioni) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |
| Qualità delle acque reflue (riduzione delle concentrazioni di inquinanti e delle quantità di utilizzo) | 🔾 | 🔾 | 🔾 | 🔾 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.10) Le innovazioni introdotte dalla vostra azienda hanno apportato benefici ambientali / economici / sociali alla collettività? | | | | 🔾 Sì | 🔾 No |
|  |  |  | | |
| **3.10.1)** | **.. e se sì, quali?** | …………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………. | | |
|  |  | …………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………. | | |
|  |  | …………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………. | | |

**3.11) Quali delle seguenti misure di politica pubblica potrebbero facilitare la propensione all’innovazione per la vostra azienda?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Grandi progetti nazionali di ricerca e innovazione | ❑ | Individuare le misure prevalenti, selezionando al **massimo 3 opzioni** |
| Programmazione di medio-lungo periodo degli stanziamenti per l’innovazione | ❑ |
| Credito d’imposta per ricerca & sviluppo | ❑ |
| Creazione di tavoli a livello locale (rete di soggetti pubblici e privati) | ❑ |
| Piani locali / regionali per l’innovazione | ❑ |
| Semplificazione delle procedure e della burocrazia della P.A. locale | ❑ |
| Digitalizzazione della P.A. locale | ❑ |
| Banda larga su tutto il territorio regionale | ❑ |
| Supporto all’internazionalizzazione | ❑ |
| Agevolazioni per l’accesso a servizi di consulenza tecnica | ❑ |
| Agevolazioni per l’accesso a servizi di consulenza finanziaria | ❑ |
| Altro ………………….…………………………………………………………………………………..………………………………… | ❑ |

4 Bisogno di Innovazione

**4.1) Avete particolari esigenze di Innovazione che vorreste approfondire? Specificare:**

|  |
| --- |
|  |

**4.2) In relazione alla formazione del personale interno, quale tematica ritenete possa essere di maggior stimolo all’innovazione?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nessuna | ❑ | Individuare il tipo di formazione per l’innovazione, selezionando  **al massimo 2 opzioni** |
| Competenze manageriali | ❑ |
| Nuove tecnologie | ❑ |
| Normative tecniche | ❑ |
| Studio del mercato | ❑ |
| Ricerca dei finanziamenti | ❑ |
| Altro …………………………………………………………………….………………………………………………………… | ❑ |

5 Note al questionario

# INFORMAZIONI GENERALI SULL’IMPRESA

## Gruppo di imprese

Un gruppo di imprese è una associazione di imprese legate da vincoli giuridico-finanziari. Un gruppo di imprese può essere dotato di uno o più centri decisionali, specialmente per le politiche di produzione, vendita e distribuzione dei profitti. All’interno di un gruppo alcune funzioni relative alla gestione finanziaria e tributaria possono essere organizzate in modo centralizzato. Il gruppo costituisce un’entità economica che può effettuare scelte con particolare riguardo alle unità alleate che lo compongono. Le imprese raggruppate sono legate alla capogruppo da vincoli diretti o indiretti di controllo proprietario. Per controllo si intende l’influenza dominante di una unità legale (madre) sulle strategie di medio-lungo periodo di una o più unità legali (figlie). L’influenza dominante esiste quando: una unità legale possiede la maggioranza dei diritti di voto di un’altra unità legale; ha il potere di nominare o rimuovere il management di un’altra unità legale; esistono dei vincoli contrattuali.

L’impresa capogruppo è l’unità legale (persona fisica o persona giuridica) che non è controllata direttamente o indirettamente (ossia, per il tramite di un’altra società) da nessun altra unità.

## Addetti

Comprendono tutte le persone occupate nell’impresa come lavoratori indipendenti o dipendenti (a tempo pieno, a tempo parziale o con contratto di formazione e lavoro), anche se temporaneamente assenti (per servizio, ferie, malattia, sospensione dal lavoro, cassa integrazione guadagni eccetera). Comprende, inoltre, il titolare/i dell’impresa partecipante/i direttamente alla gestione, i cooperatori (soci di cooperative che come corrispettivo della loro prestazione percepiscono un compenso proporzionato all’opera resa e una quota degli utili dell’impresa), i coadiuvanti familiari (parenti o affini del titolare che prestano lavoro manuale senza una prefissata retribuzione contrattuale), i dirigenti, quadri, impiegati, operai e apprendisti.

Il numero medio annuo degli addetti va calcolato dividendo per 12 la somma del personale occupato alla fine di ciascun mese.

# INNOVAZIONE DI PRODOTTO

## Prodotti nuovi per il mercato

Sono quei prodotti nuovi non solo per l’impresa, ma anche per il suo mercato di riferimento, inteso sia in termini geografici (regionale, nazionale, europeo, ecc.) sia in termini merceologici (tipologia di prodotti-servizi venduti). Ad esempio se l’impresa intende per mercato di riferimento quello europeo, allora i ‘nuovi prodotti per il mercato devono essere introdotti per la prima volta sul mercato europeo (ossia, non dovevano essere già presenti su questo mercato) anche se prodotti analoghi sono stati precedentemente venduti in altri mercati, come quello americano. Se, invece, per mercato di riferimento si intende quello dei prodotti-servizi venduti (ad esempio, quello dei lettori MP3), allora il nuovo prodotto deve essere innovativo in senso assoluto, salvo che non sia stato già introdotto in altri settori, come quello dei computer.

## Prodotti nuovi per il settore

Sono quei prodotti nuovi rispetto alla gamma di prodotti precedentemente venduti dall’impresa, non ancora presenti sul suo mercato di riferimento, ma presenti su mercati di imprese appartenenti ad altri settori merceologici (es. sistema di raffredamento “a liquido”, già utilizzato su prodotti presenti sul mercato di un’azienda che opera nel settore dei motori a scoppio, ma ancora non utilizzato su prodotti di aziende che operano nel settore dell’assemblaggio di personal computer per il raffreddamento dei processori).

## Prodotti nuovi per l’azienda

Sono quei prodotti nuovi rispetto alla gamma di prodotti precedentemente venduti sul mercato dall’impresa, ma già presenti sul suo mercato di riferimento, in quanto già introdotti da imprese concorrenti.

# INNOVAZIONE DI PROCESSO

Le innovazioni di processo consistono nell’adozione di tecniche di produzione, sistemi di logistica, metodi di distribuzione di prodotti o attività di supporto alla produzione tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati). Tali innovazioni sono introdotte al fine di rendere l’attività aziendale economicamente più efficiente, migliorare gli standard di qualità e la flessibilità produttiva o ridurre i pericoli di danni all’ambiente e i rischi di incidenti sul lavoro.

Le innovazioni di processo escludono:

* i processi modificati solo marginalmente;
* l’incremento delle capacità produttive mediante l’applicazione di sistemi di fabbricazione o di logistica molto simili a quelli già adottati.

# INNOVAZIONI ORGANIZZATIVE

* Le innovazioni organizzative comportano mutamenti significativi nelle pratiche di organizzazione dell’impresa e nei metodi di organizzazione del lavoro, nonché nuove strategie organizzative nelle relazioni pubbliche, con altre imprese o istituzioni pubbliche.

Le innovazioni organizzative escludono:

* i mutamenti nelle strategie aziendali, salvo che non siano accompagnati da cambiamenti organizzativi significativi;
* le nuove tecnologie introdotte in una sola divisione aziendale (ad esempio, nel reparto produzione). Queste rientrano nella categoria delle innovazioni di processo;
* la diffusione su vasta scala di nuove modalità organizzative già adottate precedentemente in altre aree aziendali. Ad esempio, la riorganizzazione del lavoro all’interno di uno stabilimento non può essere considerata un’innovazione organizzativa se la stessa riorganizzazione era già avvenuta in un altro stabilimento della stessa impresa.

# INNOVAZIONI DI MARKETING

Le innovazioni di marketing riguardano:

* l’adozione di nuove pratiche di commercializzazione dei prodotti e/o servizi, nuove tecniche di promozione pubblicitaria o nuove politiche dei prezzi dei prodotti e servizi finalizzate ad aumentare il successo commerciale dei prodotti o servizi già offerti sul mercato, oppure mirate all’apertura di nuovi mercati;
* l’introduzione di modifiche significative nelle caratteristiche estetiche dei prodotti o nel confezionamento di prodotti e/o servizi.

Le innovazioni di marketing escludono:

* le variazioni marginali a pratiche di marketing già svolte in precedenza;
* le variazioni a pratiche di marketing dettate dall’esigenza di lanciare promozioni stagionali;
* la pubblicità, salvo che non si avvalga per la prima volta dell’utilizzo di nuovi media.

# INNOVAZIONI INCREMENTALI

Per innovazione incrementale si intende: “il risultato dell’attività continuativa di miglioramento di prodotti, processi, e sistemi organizzativi che permette ad una organizzazione di reagire in modo competitivo ai mutamenti del mercato”.

# INNOVAZIONI RADICALI

Per innovazione radicale si intende: “il risultato di un cambiamento forte rispetto al passato, spesso possibile solo a seguito dei risultati della ricerca scientifica e tecnologica, in ogni caso impattante in modo significativo sull’organizzazione che la pratica”.

# ATTIVITÀ E SPESE PER L’INNOVAZIONE

## Attività innovative

La ricerca e sviluppo sperimentale (R&S) è un’attività di tipo creativo svolta in maniera sistematica o occasionale e finalizzata all’incremento delle conoscenze e all’impiego di tali conoscenze in nuove applicazioni, come nel caso dello sviluppo di prodotti, servizi o processi tecnologicamente nuovi o significativamente migliorati (è compreso lo sviluppo di software). La R&S comprende sia i lavori originali intrapresi per acquisire nuove conoscenze, finalizzati o non ad una specifica applicazione o utilizzazione, sia i lavori sistematici basati sulle conoscenze esistenti acquisite attraverso la ricerca e l'esperienza pratica, condotti al fine di completare, sviluppare o migliorare materiali, prodotti e processi produttivi, sistemi e servizi. La R&S può essere svolta all’interno dell’impresa con proprio personale e con proprie attrezzature (R&S intra-muros), oppure essere affidata per commessa ad altre imprese (anche dello stesso gruppo) o istituzioni (R&S extra-muros).

Altre attività innovative sono:

* l’acquisizione di macchinari, attrezzature, hardware e software tecnologicamente avanzati finalizzati all’introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo;
* l’acquisizione di altre tecnologie dall’esterno sotto forma di brevetti, invenzioni non brevettate, licenze, know-how, marchi, progetti e servizi tecnici di consulenza (con l’esclusione di quelli relativi alla R&S), connessi alla introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo;
* le attività preliminari alla realizzazione di innovazioni di prodotto, servizio e processo, quali la progettazione e il disegno tecnico, gli studi di fattibilità, le attività di verifica e collaudo, l’ingegnerizzazione industriale, e altre attività di avvio alla produzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo;
* le attività di formazione del personale necessarie per l’introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo. Le attività di formazione comprendono sia l’acquisto di servizi di formazione all'esterno dell'impresa, sia quelle svolte internamente;
* le attività legate al lancio di innovazioni di prodotto e di servizio, quali le ricerche preliminari di mercato, i test di mercato e la pubblicità di lancio.

## Spese per l’innovazione

Vanno indicate le spese sostenute unicamente nel 2010.

Riguardano tutte le spese sostenute nel 2010 per le attività di innovazione svolte nel triennio 2008-2010, qualunque sia la fonte cui si è fatto ricorso per la loro copertura.

Comprendono sia le spese correnti (spese di personale e acquisto di beni e servizi) che quelle in conto capitale.

Tutte le voci devono essere indicate al netto dell’IVA.

## Spesa in ricerca e sviluppo sperimentale (R&S) svolta all’interno dell’impresa

Sono comprese le sole attività svolte dalle imprese con proprio personale e con proprie attrezzature.

La spesa per R&S intra-muros comprende sia le spese correnti (spese di personale + acquisto di beni e servizi) che quelle in conto capitale.

Le spese di personale sono riferite al personale interno (indipendenti e dipendenti) impegnato in attività di R&S, anche quello impegnato a tempo parziale nella ricerca e nello sviluppo sperimentale.

Le altre spese correnti comprendono: gli acquisti di materiale e le forniture di supporto all'attività di ricerca; le spese per servizi, noleggiati o acquistati, inerenti l'attività di ricerca (spese di immagazzinamento, quelle inerenti all'uso, la riparazione e la manutenzione ordinaria di fabbricati, equipaggiamenti, ecc.); le spese per l’acquisizione di consulenze relative all’attività di R&S.

Le spese in conto capitale comprendono tutte le spese lorde annuali sostenute per l'acquisto di beni durevoli impiegati nell'attività di ricerca. Esse includono: le aree ed immobili destinati alle attività di ricerca; i macchinari e le attrezzature direttamente connessi allo svolgimento dell'attività di ricerca; il software, incluso l’acquisto di licenze per l’uso di pacchetti software.

## Spesa per l’acquisizione di servizi di R&S

Devono essere indicate le spese per R&S extra-muros sostenute per attività di ricerca commissionate dall’impresa ad altre strutture esterne, pubbliche e private.

Non devono essere considerate commesse di ricerca affidate all'esterno, e quindi vanno escluse da questa voce, le spese che si configurano come semplice acquisto di servizi o di beni capitali necessari per lo svolgimento della propria attività di ricerca.

## Spese per l’acquisizione di macchinari, attrezzature e software

Comprendono tutte le spese lorde annuali sostenute per l'acquisto di beni capitali impiegati nelle attività di innovazione di prodotto e di processo. In particolare, esse includono: le aree ed immobili destinati alle attività di innovazione; gli impianti, i macchinari, e le attrezzature direttamente connessi allo svolgimento delle attività di innovazione; il software, incluso l’acquisto di licenze per l’uso di pacchetti software.

Sono escluse le spese per macchinari, attrezzature e software destinati allo svolgimento delle attività di R&S.

## Acquisizione di altre tecnologie dall’esterno

Sono incluse le spese lorde annuali sostenute per l'acquisto di brevetti, invenzioni non brevettate, licenze, know-how, marchi, progetti e servizi tecnici di consulenza (con l’esclusione di quelli relativi alla R&S), connessi alla introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo.

## Spese per la progettazione industriale e per le altre attività preliminari alla realizzazione di innovazioni di prodotto, servizio e processo

Sono incluse quelle attività necessarie alla realizzazione di innovazioni di prodotto, servizio e processo e che non possono essere incluse nelle attività di R&S, quali la progettazione industriale e il disegno tecnico, gli studi di fattibilità, le attività di verifica e collaudo, l’ingegnerizzazione industriale e le altre attività di avvio alla produzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo.

## Spese per le attività di formazione

Devono essere considerate le spese totali sostenute dall’impresa nel 2010 per il finanziamento di corsi di formazione professionale a gestione interna e a gestione esterna, purché siano strettamente connessi all’introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo.

Le spese per formazione comprendono sia l’acquisto di servizi di formazione all'esterno dell'impresa, sia le spese per attività formative svolte con risorse interne.

## Spese per il marketing di prodotti e servizi innovativi

Spese per attività legate al lancio di innovazioni di prodotto e di servizio. Sono comprese le ricerche preliminari di mercato, i test di mercato e la pubblicità di lancio.

# FONTI DI INFORMAZIONE E COOPERAZIONE PER L’INNOVAZIONE

## Cooperazione per l’innovazione

Per cooperazione nelle attività innovative si intende la partecipazione attiva a progetti di R&S o comunque finalizzati all’innovazione di prodotto o di processo. Vanno compresi, ad esempio, anche i rapporti di cooperazione che si attivano con un’impresa fornitrice di un nuovo macchinario di produzione (innovazione di processo) qualora sia richiesto l’intervento tecnico di un esperto esterno ai fini dell’installazione del macchinario o dell’adattamento del macchinario al sistema produttivo dell’impresa.

I progetti di cooperazione vanno svolti assieme ad altre organizzazioni pubbliche o private.

Non è necessario che una tale partecipazione abbia determinato dei vantaggi commerciali immediati.

Va esclusa l’esternalizzazione di alcune attività.