

SP/207.2005

Roma, 22 febbraio 2005

Gentile Signora, Egregio Signore,

L'Istituto nazionale di statistica, in collaborazione con l'Ufficio di Statistica dell'Unione europea (Eurostat), svolge una rilevazione sulle attività di innovazione svolte dalle imprese italiane nel triennio 2002-2004.

Si tratta della quinta rilevazione sull'innovazione svolta in Italia dall'Istat e la quarta coordinata a livello europeo nel quadro delle attività CIS (*Community Innovation Survey*). I risultati della rilevazione saranno essenziali per la definizione di politiche di sostegno all'innovazione, a livello sia nazionale sia europeo.

Tale rilevazione è prevista dal Programma statistico nazionale 2004-2006 (cod. IST-00066) che raccoglie l'insieme delle rilevazioni statistiche necessarie al Paese.

Il successo della rilevazione dipenderà in larga misura dalla collaborazione delle imprese incluse nel campione. Si chiede, pertanto, di compilare il questionario allegato e di restituirlo entro venti giorni dalla data di ricevimento, utilizzando la busta pre-affrancata, all'Istituto nazionale di statistica – Servizio SSI/D – Via Cesare Balbo 16, 00184 Roma.

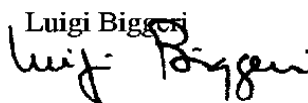
I dati raccolti nell'ambito della presente rilevazione, tutelati dal segreto statistico e sottoposti alla normativa sulla protezione dei dati personali, possono essere trattati esclusivamente per fini statistici nell'ambito del Sistema statistico nazionale e saranno diffusi in forma aggregata, in modo tale che non sia possibile risalire ai soggetti che li forniscono. L'obbligo di risposta per questa rilevazione è sancito dall'art. 7 del d.lgs. 322/89, che prevede sanzioni amministrative in caso di violazione di tale obbligo.

Titolare del trattamento dei dati è l'Istat – Istituto nazionale di statistica, via Cesare Balbo, 16 – 00184 Roma; responsabile del trattamento è il Direttore centrale delle statistiche economiche strutturali, anche per quanto riguarda l'esercizio dei diritti dell'interessato.

Per eventuali chiarimenti si può contattare il Servizio statistiche strutturali sulle imprese dell'industria e dei servizi (unità SSI/D) ai seguenti recapiti telefonici: 06/4673.6137 - 6136 - 6214 o tramite e-mail: cis4@istat.it

Si coglie l'occasione per ricordare che è possibile acquisire informazioni sull'attività dell'Istat consultando il sito Internet <http://www.istat.it>, o contattando il Centro di informazione statistica attivo nel capoluogo della sua Regione.

Nel ringraziare anticipatamente per la cortese collaborazione che vorrà fornirci, mi è gradita l'occasione per inviare distinti saluti.

Luigi Biggini


SEGRETO STATISTICO, OBBLIGO DI RISPOSTA, TUTELA DELLA RISERVATEZZA E DIRITTI DEGLI INTERESSATI

- Regolamento CE n. 322/97 del Consiglio del 17 febbraio 1997 relativo alle statistiche comunitarie (GUCE L 52 del 22 febbraio 1997);
- Decreto legislativo 6 settembre 1989, n. 322 e successive modificazioni ed integrazioni "Norme sul Sistema statistico nazionale e sulla riorganizzazione dell'Istituto nazionale di statistica" – art. 6 bis, comma 1 (presupposti del trattamento) comma 2 (trattamento dei dati sensibili) comma 4 (comunicazione dei dati personali a soggetti del Sistema statistico nazionale) commi 5, 6 e 7 (conservazione dei dati) comma 8 (esercizio dei diritti dell'interessato), art. 7 (obbligo di fornire dati statistici), art. 8 (segreto d'ufficio degli addetti agli uffici di statistica), art. 9 (disposizioni per la tutela del segreto statistico), art. 13 (programma statistico nazionale);
- Decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" – artt. 2 (finalità), 4 (definizioni), 7-10 (diritti dell'interessato), 13 (informativa), 28-30 (soggetti che effettuano il trattamento), 104-110 (trattamento per scopi statistici o scientifici);
- "Codice di deontologia e buona condotta per i trattamenti di dati personali a scopi statistici e di ricerca scientifica effettuati nell'ambito del Sistema statistico nazionale" (all. A3 al Codice in materia di protezione dei dati personali – d.lgs. 30 giugno 2003, n. 196);
- Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 23 aprile 2004 - Programma statistico nazionale per il triennio 2004 – 2006 (Suppl. ord. n. 134 alla Gazzetta Ufficiale del 30 luglio 2004 - serie generale - n. 177);
- Decreto del Presidente della Repubblica 14 luglio 2004 – Approvazione dell'elenco delle rilevazioni statistiche rientranti nel Programma statistico nazionale per il triennio 2004-2006 che comportano l'obbligo di risposta, ai sensi dell'art. 7 del decreto legislativo 6 settembre 1989 n. 322 (G.U. n. 188 del 12 agosto 2004).

RILEVAZIONE STATISTICA SULL'INNOVAZIONE NELLE IMPRESE

ANNI 2002-2004

Il questionario intende raccogliere informazioni sull'**innovazione tecnologica** introdotta dall'impresa nel triennio 2002-2004. Soltanto la sezione 10 del questionario riguarda le innovazioni "non tecnologiche" introdotte dall'impresa nello stesso periodo.

DEFINIZIONI

1. Innovazioni tecnologiche.

Per **innovazioni tecnologiche** si intendono tutti i prodotti, servizi o processi introdotti dall'impresa che possono essere considerati nuovi o significativamente migliorati, rispetto a quelli precedentemente disponibili, in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, prestazioni, facilità d'uso, ecc..

Un'innovazione tecnologica si realizza nel momento della sua introduzione sul mercato (**innovazione di prodotto o servizio**) o del suo utilizzo in un processo produttivo (**innovazione di processo**). Le innovazioni di prodotto e di processo non devono necessariamente consistere in prodotti, servizi o processi totalmente nuovi; è infatti sufficiente che risultino nuovi per l'impresa che li introduce.

Le **attività innovative** sono tutte quelle che si rendono necessarie per sviluppare e introdurre prodotti, servizi o processi produttivi tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati). Sono da considerarsi attività innovative: la ricerca e sviluppo (R&S) svolta all'interno dell'impresa; l'acquisizione dall'esterno di servizi di R&S, di macchinari innovativi o di tecnologie; il design e la progettazione industriale; le attività di formazione per l'introduzione di prodotti, servizi o processi tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati); le attività di commercializzazione di prodotti nuovi.

1.1 Innovazioni tecnologiche di prodotto o servizio.

L'innovazione di prodotto o servizio consiste nell'introduzione sul mercato di un prodotto o servizio tecnologicamente nuovo (o significativamente migliorato) in termini di performance, caratteristiche tecniche e funzionali, facilità d'uso, ecc. rispetto ai prodotti o servizi correntemente realizzati e offerti sul mercato dall'impresa.

Devono essere considerate innovazioni di prodotto o servizio:

1. i prodotti e i servizi tecnologicamente nuovi introdotti sul mercato dall'impresa;
2. le modifiche significative alle caratteristiche funzionali di prodotti o servizi, inclusi i miglioramenti ai componenti, ai materiali o al software incorporato in prodotti già esistenti.

Le innovazioni tecnologiche di prodotto o servizio **escludono**:

- i prodotti con modifiche che non ne migliorano le performance o le migliorano in misura estremamente ridotta;
- la personalizzazione dei prodotti diretta a rispondere alle esigenze di specifici clienti, sempre che tale operazione non comporti variazioni significative nelle caratteristiche del prodotto rispetto a quelle dei prodotti venduti correntemente;
- le variazioni nelle caratteristiche estetiche o nel design di un prodotto che non determinano alcuna modifica nelle caratteristiche tecniche e funzionali dello stesso (come il lancio di nuove linee di abbigliamento o di una nuova gamma di prodotti per l'arredamento della casa). Tali variazioni sono da considerarsi innovazioni di marketing (come definite al punto 2.2);
- la semplice vendita di nuovi prodotti o servizi acquistati da altre imprese.

1.1.1 Esempi di innovazioni tecnologiche di prodotto.

- Introduzione sul mercato di prodotti realizzati mediante l'impiego di materiali con caratteristiche tecniche e prestazioni superiori a quelle dei materiali precedentemente utilizzati (ad esempio, tessuti ottenuti utilizzando materiali termoregolanti o fibre chimiche che garantiscono una migliore traspirabilità; materiali di rivestimento nei settori dell'arredamento o del design di interni ottenuti sostituendo materiali compositi all'alluminio o all'acciaio; pannelli compositi dotati di rilevanti proprietà isolanti nell'industria della refrigerazione, nel settore nautico e nella produzione di mobili e arredo per uffici; prodotti realizzati con materiali plastici biodegradabili ed eco-compatibili, ecc.).

- Introduzione di componenti nuovi (o significativamente migliorati) in linee di prodotto già esistenti (quali l'introduzione di apparecchiature GPS su autoveicoli; nuovi sistemi di allacciatura di calzature, ecc.);
- Sviluppo e produzione di elettrodomestici che, mediante l'utilizzo di tecnologie dell'informazione e comunicazione, migliorano le loro funzionalità attraverso, ad esempio, il controllo a distanza.

1.1.2 Esempi di innovazioni tecnologiche di servizio.

- Erogazione di servizi nuovi mediante Internet (operazioni e transazioni bancarie e finanziarie on line; contratti di assicurazione "a distanza"; fornitura on line di prenotazioni e acquisto di pacchetti turistici; prevendite e pagamenti elettronici di biglietti per mostre o spettacoli teatrali; ecc.).
- Fornitura di servizi di supporto e assistenza – telefonica o on line – pre e post vendita per migliorare le relazioni con la clientela (inserimento sul proprio sito Internet di pagine di consultazione guidata; segnalazione di guasti o anomalie; acquisizione ordini; gestione reclami tramite centralini telefonici e numeri verdi; ecc.).
- Utilizzo di carte magnetiche personalizzate per l'accesso ai servizi di garanzia e supporto post-vendita, per la fidelizzazione del cliente (anche mediante la partecipazione a raccolte a punti e campagne promozionali di vendita) e per il pagamento agevolato degli acquisti.
- Sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative nel settore finanziario, quali nuovi strumenti e modalità di pagamento elettronico (ad esempio, carte di credito prepagate o moneta elettronica).

1.2. Innovazioni tecnologiche di processo.

Le innovazioni di processo possono essere introdotte sia nelle imprese industriali che in quelle dei servizi e consistono nell'adozione di processi produttivi, attività di gestione della produzione o attività di supporto alla produzione tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati). Tali innovazioni possono riguardare modifiche significative nelle tecniche di produzione, nella dotazione di attrezzature o software, o nell'organizzazione produttiva al fine di rendere l'attività aziendale economicamente più efficiente. Tali innovazioni possono anche essere introdotte per migliorare gli standard di qualità, la flessibilità produttiva o per 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.

1.2.1 Esempi di processi tecnologicamente nuovi di fabbricazione o produzione di beni o servizi.

- Nelle imprese manifatturiere, l'introduzione di macchine a controllo numerico o l'adozione di sistemi o dispositivi di robotica industriale.
- Nelle imprese manifatturiere, ed in alcune imprese dei servizi (ad esempio, negli studi di architettura o ingegneria), l'introduzione di procedure e metodologie di progettazione, produzione e ingegnerizzazione assistite da computer (CAD/CAM/CAE).
- Nelle imprese di trasporto merci o passeggeri, l'acquisizione di nuovi modelli di autoveicoli, aeromobili, navi e imbarcazioni, ecc. più evoluti rispetto a quelli correntemente utilizzati.
- Nelle strutture alberghiere e di ristorazione, l'installazione di impianti di condizionamento, di sistemi di insonorizzazione, di impianti hi-fi, di linee telefoniche dirette, di connessioni ad Internet, di TV satellitare e *pay-per-view*, nonché l'adattamento di camere per disabili, qualora non siano già presenti.

1.2.2 Esempi di sistemi di logistica innovativi.

- Adozione di tecnologie innovative per la logistica industriale, come l'introduzione di codici a barre o di tecnologie per l'identificazione automatica e a distanza delle merci, tramite soluzioni quali la radiofrequenza passiva (RFID) per l'identificazione e il monitoraggio del materiale lungo tutta la catena logistica.
- Impiego di sistemi di localizzazione e di individuazione degli spostamenti delle merci basati sull'uso di tecnologia satellitare GPS.
- Implementazione di soluzioni informatiche per la gestione dei rapporti con i fornitori, come il *supply chain management* (SCM).

1.2.3 Innovazioni nelle attività di supporto alla produzione.

- Applicazioni di software per l'ottimizzazione e la verifica dei percorsi di distribuzione alla clientela delle merci prodotte.
- Introduzione di software per la gestione integrata del processo aziendale mediante monitoraggio in tempo reale dei processi aziendali al fine di aumentare l'efficienza dell'intera catena produttiva, come le soluzioni SAP, ecc..

- Adozione di soluzioni informatiche per la gestione di particolari attività aziendali, quali la contabilità, i processi di approvvigionamento, l'immagazzinamento.
- Introduzione di reti informative aziendali, ad esempio di tipo Intranet.
- Nel settore del commercio al dettaglio, l'impiego di lettori ottici alle casse di vendita per raccogliere automaticamente informazioni sui prodotti venduti e ottimizzare la gestione degli acquisti.

2. Innovazioni non tecnologiche.

Per **innovazioni “non tecnologiche”** si intendono quelle innovazioni introdotte dall'impresa che non sono necessariamente legate all'utilizzo di nuove tecnologie. Le innovazioni non tecnologiche si dividono in: **innovazioni organizzative**, che consistono in mutamenti significativi nelle pratiche di gestione aziendale, nell'organizzazione del lavoro o nelle relazioni con l'esterno; **innovazioni di marketing** che riguardano le nuove strategie e pratiche di commercializzazione di prodotti o servizi, nonché le modifiche nelle caratteristiche estetiche, nel design e nel confezionamento dei prodotti.

2.1 Innovazioni organizzative.

Le innovazioni organizzative comportano mutamenti significativi nelle procedure operative aziendali, nell'organizzazione del lavoro o nelle relazioni con l'esterno e sono finalizzate a migliorare la capacità innovativa o le prestazioni dell'impresa. In genere, le innovazioni organizzative danno luogo a miglioramenti congiunti in più fasi della catena produttiva e non sono necessariamente collegate a processi di innovazione tecnologica.

Le innovazioni organizzative **escludono**:

- le modifiche nelle strategie aziendali che non siano accompagnate da significativi mutamenti organizzativi;
- l'adozione di nuove tecnologie in singole aree aziendali (ad esempio nelle sole unità di produzione). Queste sono generalmente riconducibili a innovazioni di processo.

2.1.1 Esempi di innovazioni organizzative.

- Costituzione di team di lavoro formali o informali per facilitare l'accesso a informazioni e conoscenze all'interno dell'impresa, nonché la loro trasmissione e condivisione.
- Introduzione di standard di qualità per il controllo e la valutazione dei servizi prestati dai fornitori e dai sub-fornitori.
- Adozione di strategie di gestione degli acquisti al fine di ottimizzare l'approvvigionamento nelle diverse fasi della catena produttiva.
- Riduzione dei livelli gerarchici esistenti all'interno dell'impresa.
- Processi di decentramento delle decisioni aziendali che prevedono l'assegnazione di maggiori responsabilità e controlli ai responsabili, rispettivamente, delle attività di produzione, distribuzione, vendita, ecc..
- Definizione di nuove unità divisionali o operative, separando ad esempio le unità produttive dal reparto marketing e vendite.
- Adozione di forme di esternalizzazione dell'attività di produzione o di ricerca (ossia, l'affidamento a soggetti esterni di funzioni o attività che non siano strategici per l'impresa).
- Conclusione di nuovi accordi produttivi o commerciali.
- Costituzione di *partnership* o alleanze strategiche nella forma di *joint ventures*.
- Altre forme di collaborazione con soggetti esterni che comportino modifiche significative nell'organizzazione del lavoro all'interno dell'impresa.

2.2 Innovazioni di marketing.

Le innovazioni di marketing riguardano:

- l'adozione di nuove strategie, pratiche di commercializzazione e di campagne pubblicitarie 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, nel design e nel confezionamento dei prodotti.

Le innovazioni di marketing **escludono**:

- le attività di promozione pubblicitaria che prevedano solamente la replica di campagne pubblicitarie già svolte in precedenza;
- l'affidamento della commercializzazione dei propri prodotti o servizi a soggetti esterni.

2.2.1 Esempi di design e confezionamento innovativi.

- Nuovo forme di design per beni di consumo, come gli oggetti di arredamento e gli accessori per la casa.
- Adozione di soluzioni innovative nel confezionamento dei prodotti per rispondere alle diverse esigenze della clientela, come l'indicazione delle caratteristiche del prodotto e delle eventuali istruzioni per l'uso in più lingue; la descrizione dei valori nutrizionali del prodotto sull'etichetta; l'adozione di sistemi di confezionamento che garantiscano una migliore conservazione e una maggiore facilità di trasporto degli alimenti (confezioni sottovuoto, sacchi detraibili, ecc.); l'impiego di contenitori realizzati con materiali a base biologica, biodegradabili e riciclabili, ecc..

2.2.2 Esempi di nuovi sistemi di vendita.

- Adozione di soluzioni di vendita combinate che prevedono la distribuzione di prodotti e servizi in modo integrato per aumentarne il successo commerciale.
- Lancio di nuovi marchi commerciali finalizzati ad una maggiore caratterizzazione e differenziazione dei prodotti in funzione della percezione dei diversi gruppi di consumatori.
- Strumenti di marketing che consentono di diversificare, differenziare o personalizzare l'informazione commerciale alla luce della segmentazione della domanda potenziale. La personalizzazione dell'informazione può avvenire sia consentendo al singolo cliente di selezionare l'informazione di cui ha bisogno (ad esempio, mediante l'accesso a siti Internet), che realizzando attività promozionali con tecniche di *direct mailing*.
- Offerta di nuovi sistemi e soluzioni di fidelizzazione della clientela o altre forme di associazione che offrono opportunità di accesso privilegiato a crediti, sconti, promozioni commerciali, ecc..
- Realizzazione di campagne pubblicitarie che prevedano il coinvolgimento di celebrità, personaggi famosi, *opinion leaders*.
- Nuove strategie di *branding*, basate su accordi tra imprese che prevedano, ad esempio, l'abbinamento a livello pubblicitario dei rispettivi marchi commerciali.

ISTRUZIONI PER LA COMPILAZIONE DEL QUESTIONARIO

Alla rilevazione sono interessate tutte le imprese dell'industria e dei servizi con almeno 10 addetti. Per impresa si intende qualsiasi soggetto privato che svolga attività nei settori:

- dell'industria;
- delle costruzioni;
- dei servizi commerciali;
- dei servizi alberghieri e dei pubblici esercizi;
- dei servizi di trasporto e comunicazioni;
- degli altri servizi (intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari; noleggio di macchinari e attrezzature senza operatori e di beni per uso personale e domestico; informatica e attività connesse; ricerca e sviluppo; altre attività professionali e imprenditoriali).

Il questionario deve essere compilato in tutte le sue parti dalle imprese che nel triennio 2002-2004 hanno svolto attività di innovazione tecnologica, come sopra definita.

Se un soggetto interessato dalla rilevazione non ha svolto attività di innovazione tecnologica nel periodo di riferimento deve comunque compilare il questionario secondo quanto indicato nelle istruzioni contenute all'interno del questionario. In particolare, le imprese che non hanno svolto attività di innovazione tecnologica dovranno rispondere a:

- tutti i quesiti della Sezione 1;
- il quesito 2.1 della Sezione 2;
- il quesito 3.1 della Sezione 3;
- il quesito 4.1 della Sezione 4;
- il quesito 8.2 della Sezione 8;
- il quesito 9.1 della Sezione 9;
- i quesiti 10.1, 10.2 e 10.3 della Sezione 10.

Per informazioni rivolgersi a:

ISTAT - Servizio statistiche strutturali sulle imprese dell'industria e dei servizi (unità SSI/D)

Tel: 06. 4673.6137 – 6214 - 6136

Fax: 06 4667.8162

E-mail: cis4@istat.it

1. INFORMAZIONI GENERALI SULL'IMPRESA

1.1 L'impresa fa parte di un gruppo di imprese (al 31/12/2004)?..... Sì ☐ No ☐

Un **gruppo di imprese** è un'associazione di imprese riunite da legami di controllo proprietario, avente "diversi centri decisionali, in particolare per quel che concerne la politica della produzione, della vendita, degli utili" e in grado di "unificare alcuni aspetti della gestione finanziaria e della fiscalità". Il gruppo si caratterizza come "l'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 la capacità di determinare la strategia generale di un'altra impresa, se necessario scegliendone gli amministratori. L'impresa A è definita come controllata da un'unità istituzionale B (persona fisica, impresa o istituzione) quando quest'ultima controlla, direttamente o indirettamente, il 50% più 1 delle quote o azioni con diritto di voto dell'impresa A.

1.2 In caso di risposta positiva, indicare se il vertice del gruppo ha sede in Italia o all'estero:

- a) In Italia..... 1 ☐
- b) All'estero..... 2 ☐

1.3 Se l'impresa fa parte di un gruppo, indicare in quale posizione è situata all'interno di tale gruppo:

- a) Capogruppo 1 ☐ b) Intermedia 2 ☐ c) Solo controllata 3 ☐

1.4 Se l'impresa fa parte di un gruppo controllato da un vertice con sede all'estero, indicare in quale paese ha sede tale vertice:

Riservato ISTAT

1.5 L'impresa ha sedi o stabilimenti in più di una regione?..... Sì ☐ No ☐

1.6 In quale ambito di mercato l'impresa ha venduto i suoi prodotti o servizi durante il triennio 2002-2004?

- a) Regionale..... 1 ☐
- b) Nazionale..... 2 ☐
- c) Stati membri UE, paesi candidati, paesi EFTA* 3 ☐
- d) Altri paesi..... 4 ☐

* Sono inclusi: Austria, Belgio, Croazia, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Malta, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Slovacchia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria.

1.7 Indicare il fatturato lordo totale registrato nel 2002 e nel 2004 (in migliaia di euro).

2002 **2004**

Per **fatturato lordo** totale si intende la somma dei ricavi delle vendite di beni e delle prestazioni di servizio effettuate dall'impresa nel corso dell'esercizio. Per il settore dell'Intermediazione monetaria e finanziaria il fatturato corrisponde alla somma degli Interessi attivi e proventi assimilati, dei Dividendi e delle Commissioni attive; per il settore delle Assicurazioni è rappresentato dai Premi lordi contabilizzati (ex premi emessi).

1.8 Indicare il numero totale degli addetti medi annui nel 2002 e nel 2004.

2002 **2004**

Il **numero totale degli addetti medi annui** deve essere calcolato dividendo per dodici la somma del personale occupato alla fine di ciascun mese. Il numero degli addetti comprende sia i lavoratori indipendenti, sia quelli dipendenti. Includere gli assunti in base al contratto di formazione lavoro (o contratto di inserimento), al contratto di lavoro intermittente (*job on call*) e la media degli occupati stagionali nonché degli occupati a tempo parziale. Nel computo deve essere incluso anche il personale temporaneamente assente per malattia, ferie, cassa integrazione guadagni (ordinaria e straordinaria), ecc., ed escluso invece il personale dipendente che lavora all'estero, non residente in Italia. I lavoratori interinali o "lavoratori in affitto", tramite agenzie per il lavoro, non devono essere inclusi tra gli addetti. Tali lavoratori devono essere considerati, come propri dipendenti, solamente dalle agenzie per il lavoro.

2. INNOVAZIONI TECNOLOGICHE DI PRODOTTO O SERVIZIO

L'innovazione di prodotto o servizio consiste nell'introduzione sul mercato di un prodotto o servizio tecnologicamente nuovo (o significativamente migliorato) rispetto a quelli precedentemente disponibili in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, prestazioni, facilità d'uso, ecc.. Le innovazioni tecnologiche di prodotto o servizio possono essere sviluppate dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni. Le innovazioni di prodotto o servizio non devono necessariamente consistere in prodotti o servizi nuovi per il mercato in cui opera l'impresa; è infatti sufficiente che risultino nuovi per l'impresa che li introduce.

2.1 Nel triennio 2002-2004, l'impresa ha introdotto sul mercato:

Sono possibili più risposte

- a) Prodotti tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati), esclusa la semplice vendita di nuovi prodotti o servizi acquistati da altre imprese ed esclusi anche i cambiamenti di natura puramente estetica?..... **Sì** ☐ **No** ☐
- ...
- b) Servizi tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati)?..... **Sì** ☐ **No** ☐

**In caso di risposta negativa ad entrambi i quesiti del punto 2.1, passare al punto 3.1 a pagina 7.
Altrimenti, proseguire nella compilazione.**

2.2 Si prega di fornire una descrizione sintetica delle principali innovazioni di prodotto o servizio introdotte dall'impresa nel triennio 2002-2004.

- a) _____
- b) _____
- c) _____

2.3 Da chi sono state sviluppate le innovazioni tecnologiche di prodotto o servizio introdotte dall'impresa nel triennio 2002-2004?

E' possibile una sola risposta

- a) Prevalentemente dall'impresa stessa o imprese dello stesso gruppo..... 1 ☐
- b) Prevalentemente dall'impresa stessa in collaborazione con altre imprese o istituzioni..... 2 ☐
- c) Prevalentemente da altre imprese o istituzioni..... 3 ☐

2.4 Le innovazioni tecnologiche di prodotto o servizio introdotte nel triennio 2002-2004 sono:

- a) Prodotti o servizi tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati) per il mercato di riferimento..... 1 ☐
Sono innovazioni di prodotto o servizio introdotte per la prima volta sul mercato in cui l'impresa opera. Le stesse possono comunque essere già disponibili su altri mercati.
- b) Prodotti o servizi tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati) solo per l'impresa..... 2 ☐
Sono innovazioni di prodotto o servizi già presenti sul mercato di riferimento in quanto introdotte precedentemente da imprese concorrenti.

2.5 Indicare le percentuali del fatturato totale del 2004 relative alle seguenti categorie di prodotti o servizi introdotti sul mercato nel triennio 2002-2004:

- a) Prodotti o servizi nuovi (o significativamente migliorati) per il mercato di riferimento.... %
- b) Prodotti o servizi nuovi (o significativamente migliorati) solo per l'impresa..... %
- c) Prodotti o servizi non modificati, o modificati solo marginalmente (compreso la vendita di nuovi prodotti o servizi acquistati da altre imprese)..... %

Fatturato lordo totale 2004 di cui al punto 1.7 1 0 0 %

3. INNOVAZIONI TECNOLOGICHE DI PROCESSO

L'**innovazione tecnologica di processo** consiste nell'introduzione di processi nuovi (o significativamente migliorati) rispetto a quelli precedentemente adottati dall'impresa in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, prestazioni, facilità d'uso, ecc.. Le innovazioni tecnologiche di processo possono essere sviluppate dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni. Le innovazioni tecnologiche di processo non devono necessariamente consistere in processi nuovi per il settore o il mercato di riferimento dell'impresa; è infatti sufficiente che siano processi nuovi per l'impresa che li introduce.

3.1 Nel triennio 2002-2004, l'impresa ha introdotto:

Sono possibili più risposte

- | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|
| a) Processi di produzione tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati)?..... | Sì <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| b) Sistemi di logistica, metodi di distribuzione o di fornitura all'esterno di prodotti o servizi tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati)?..... | Sì <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| c) Altri processi tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati) concernenti la gestione degli acquisti, le attività di manutenzione e supporto, la gestione dei sistemi amministrativi e informatici, le attività contabili?..... | Sì <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |

In caso di risposta negativa ai tre quesiti del punto 3.1, passare al punto 4.1 della presente pagina. Altrimenti, proseguire nella compilazione.

3.2 Si prega di fornire una descrizione sintetica delle principali innovazioni di processo introdotte dall'impresa nel triennio 2002-2004.

- a) _____
- b) _____
- c) _____

3.3 Da chi sono state sviluppate le innovazioni tecnologiche di processo introdotte dall'impresa nel triennio 2002-2004?

E' possibile una sola risposta

- | | |
|---|----------------------------|
| a) Prevalentemente dall'impresa stessa o imprese dello stesso gruppo..... | 1 <input type="checkbox"/> |
| b) Prevalentemente dall'impresa stessa in collaborazione con altre imprese o istituzioni..... | 2 <input type="checkbox"/> |
| c) Prevalentemente da altre imprese o istituzioni..... | 3 <input type="checkbox"/> |

4. ATTIVITÀ DI INNOVAZIONE IN CORSO O ABBANDONATE

Le **attività innovative** sono tutte quelle attività che si rendono necessarie per sviluppare e introdurre prodotti, servizi o processi tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati). Comprendono la ricerca e sviluppo (R&S), l'acquisto di macchinari, attrezzature, software e licenze, la progettazione industriale e le altre attività preliminari alla produzione e alla fornitura di servizi, la formazione del personale connessa all'introduzione di prodotti o servizi o processi tecnologicamente nuovi o significativamente migliorati e il marketing di prodotti e servizi innovativi.

4.1 L'impresa aveva avviato attività finalizzate allo sviluppo o all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio o processo che sono state abbandonate nel triennio 2002-2004 o erano ancora in corso alla fine del 2004?.....

Sì ☐ No ☐

**Se è stata fornita risposta negativa ai punti 2.1, 3.1 e 4.1
passare al punto 8.2 a pagina 12.**

**Nel caso di almeno una risposta affermativa,
proseguire nella compilazione a partire dal punto 5.1 a pagina 8.**

5. RISORSE DESTINATE ALLE ATTIVITÀ DI INNOVAZIONE

Questa sezione richiede informazioni relative alle attività innovative svolte dall'impresa e alle risorse ad esse destinate. Le voci di spesa devono essere riferite al 2004 e devono essere comprensive delle spese correnti (costo del lavoro, acquisto di servizi, acquisto di materiali, ecc.), e delle spese in conto capitale (acquisto di macchinari e apparecchiature, computer, software, terreni e fabbricati) escludendo gli ammortamenti.

5.1 Indicare in quali anni l'impresa ha svolto una o più delle seguenti attività:

a) Ricerca e sviluppo sperimentale svolta all'interno dell'impresa (R&S intra muros)	<p><i>La ricerca e sviluppo sperimentale (R&S) consiste in attività di tipo creativo svolte in maniera sistematica o occasionale e finalizzate 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)</i></p> <p>Se sì, l'attività di R&S nel triennio 2002-2004 è stata svolta prevalentemente su base:</p> <p>a) sistematica.....</p> <p>b) occasionale.....</p>	<table border="0"> <tr> <td>2002</td> <td>2003</td> <td>2004</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td></td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>2 <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>	2002	2003	2004	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		1 <input type="checkbox"/>			2 <input type="checkbox"/>	
2002	2003	2004												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												
	1 <input type="checkbox"/>													
	2 <input type="checkbox"/>													
b) Acquisizione di servizi di R&S (R&S extra muros)	<p><i>Attività di ricerca e sviluppo sperimentale (R&S) affidate per commessa ad altre imprese (anche dello stesso gruppo) o istituzioni</i></p>	<table border="0"> <tr> <td>2002</td> <td>2003</td> <td>2004</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	2002	2003	2004	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2002	2003	2004												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												
c) Acquisizione di macchinari, attrezzature e software	<p><i>Acquisizione di impianti, attrezzature, hardware e software tecnologicamente avanzati finalizzati all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo</i></p>	<table border="0"> <tr> <td>2002</td> <td>2003</td> <td>2004</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	2002	2003	2004	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2002	2003	2004												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												
d) Acquisizione di altre tecnologie dall'esterno	<p><i>Acquisizione di tecnologia dall'esterno sotto forma di brevetti, invenzioni non brevettate, licenze, know-how, marchi commerciali, progetti e servizi tecnici di consulenza (con l'esclusione di quelli relativi alla R&S), connessi alla introduzione di innovazioni tecnologiche.</i></p>	<table border="0"> <tr> <td>2002</td> <td>2003</td> <td>2004</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	2002	2003	2004	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2002	2003	2004												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												
e) Attività di formazione	<p><i>Consistono in attività di formazione del personale che si rendono necessarie per l'introduzione di prodotti o servizi o processi tecnologicamente nuovi o significativamente migliorati. 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</i></p>	<table border="0"> <tr> <td>2002</td> <td>2003</td> <td>2004</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	2002	2003	2004	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2002	2003	2004												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												
f) Marketing di prodotti innovativi	<p><i>Il marketing di prodotti innovativi comprende le attività legate al lancio di prodotti o servizi tecnologicamente nuovi o significativamente migliorati. Sono comprese: le ricerche preliminari di mercato, i test di mercato e la pubblicità di lancio.</i></p>	<table border="0"> <tr> <td>2002</td> <td>2003</td> <td>2004</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	2002	2003	2004	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2002	2003	2004												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												
g) Progettazione industriale e altre attività preliminari alla produzione e alla fornitura di servizi	<p><i>Comprende progetti e disegni tecnici finalizzati alla definizione di procedure, specifiche tecniche e soluzioni operative necessarie per la realizzazione di prodotti, servizi e processi tecnologicamente nuovi o significativamente migliorati</i></p>	<table border="0"> <tr> <td>2002</td> <td>2003</td> <td>2004</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	2002	2003	2004	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2002	2003	2004												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												

5.2 Se l'impresa ha svolto una delle attività di innovazione di cui al quesito 5.1, indicare la spesa sostenuta nel 2004

		Spesa sostenuta nel 2004 in migliaia di euro
a) Ricerca e sviluppo sperimentale svolta all'interno dell'impresa (R&S intra muros)	La ricerca e sviluppo sperimentale (R&S) consiste in attività di tipo creativo svolte in maniera sistematica o occasionale e finalizzate 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)	_ _ _ _ _ _ _ _ _
b) Acquisizione di servizi di R&S (R&S extra muros)	Attività di ricerca e sviluppo sperimentale (R&S) affidate per commessa ad altre imprese (anche dello stesso gruppo) o istituzioni	_ _ _ _ _ _ _ _ _
c) Acquisizione di macchinari, attrezzature e software	Acquisizione di impianti, attrezzature, hardware e software tecnologicamente avanzati finalizzati all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo	_ _ _ _ _ _ _ _ _
d) Acquisizione di altre tecnologie dall'esterno	Acquisizione di tecnologia dall'esterno sotto forma di brevetti, invenzioni non brevettate, licenze, know-how, marchi commerciali, progetti e servizi tecnici di consulenza (con l'esclusione di quelli relativi alla R&S), connessi alla introduzione di innovazioni tecnologiche.	_ _ _ _ _ _ _ _ _
e) Attività di formazione	Consistono in attività di formazione del personale che si rendono necessarie per l'introduzione di prodotti o servizi o processi tecnologicamente nuovi o significativamente migliorati. 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	_ _ _ _ _ _ _ _ _
f) Marketing di prodotti innovativi	Il marketing di prodotti innovativi comprende le attività legate al lancio di prodotti o servizi tecnologicamente nuovi o significativamente migliorati. Sono comprese: le ricerche preliminari di mercato, i test di mercato e la pubblicità di lancio.	_ _ _ _ _ _ _ _ _
g) Progettazione industriale e altre attività preliminari alla produzione e alla fornitura di servizi	Comprende progetti e disegni tecnici finalizzati alla definizione di procedure, specifiche tecniche e soluzioni operative necessarie per la realizzazione di prodotti, servizi e processi tecnologicamente nuovi o significativamente migliorati	_ _ _ _ _ _ _ _ _
Totale		_ _ _ _ _ _ _ _ _

5.3 L'impresa ha ricevuto qualche forma di sostegno pubblico per l'attività di innovazione svolta nel triennio 2002-2004?..... Sì ☐ No ☐

Devono essere considerate le seguenti agevolazioni finanziarie: contributi in conto capitale, contributi in conto interessi, finanziamenti agevolati, crediti di imposta, bonus fiscale. Sono comprese sia le agevolazioni già erogate, che quelle deliberate della competente istituzione pubblica.

5.4 In caso di risposta affermativa al quesito 5.3, indicare da quale tipo di istituzione pubblica è stato erogato il sostegno:

	Sì	No
a) Amministrazioni pubbliche regionali e locali.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Amministrazioni centrali dello Stato (ministeri) e altre istituzioni che agiscono per loro delega (enti pubblici economici, ecc.).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Unione Europea.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c.1) In caso di sostegno dell'UE, l'impresa ha partecipato al Quinto (1998-2002) o Sesto (2003-2006) Programma Quadro Europeo per la Ricerca e lo Sviluppo Tecnologico?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. FONTI DI INFORMAZIONE E COOPERAZIONE PER L'INNOVAZIONE

6.1 Quale è stata l'importanza per le attività di innovazione dell'impresa nel triennio 2002-2004 delle seguenti fonti di informazione?

m) Associazioni di categoria..... 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 0 ☐

6.2 Quali delle fonti di informazione utilizzate dall'impresa per le attività di innovazione svolte nel triennio 2002-2004 provengono dalla stessa regione in cui è ubicata la sede amministrativa dell'impresa?

(Indicare le lettere corrispondenti del quesito 6.1).....

6.3 Nel triennio 2002-2004, l'impresa ha definito accordi di cooperazione, relativamente ad attività di innovazione tecnologica, con altre imprese o istituzioni?.....

Sì ☐ **No** ☐

Per cooperazione nelle attività innovative si intende la partecipazione attiva a progetti di R&S, o comunque finalizzati all'innovazione tecnologica, 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.

6.4 In caso di risposta affermativa al quesito 6.3, indicare la tipologia dell'organizzazione con cui si è collaborato e la sua localizzazione geografica:

Tipologia delle organizzazioni	Regione in cui è ubicata la sede amministrativa dell'impresa	Restante territorio nazionale	Stati membri UE, paesi candidati, paesi EFTA*	USA	Altri paesi
a) Altre imprese dello stesso gruppo.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
b) Fornitori di attrezzature, materiali componenti o software.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
c) Clienti.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
d) Imprese concorrenti o altre imprese operanti nello stesso settore.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
e) Consulenti, istituti di ricerca e laboratori privati.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
f) Università o altri istituti di istruzione superiore.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
g) Istituti di ricerca pubblici.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

* Sono inclusi: Austria, Belgio, Croazia, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Malta, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Slovacchia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria.

6.5 Quale tipologia di organizzazione l'impresa giudica più rilevante ai fini delle attività di cooperazione svolte per l'innovazione?

(Indicare le lettere corrispondenti del quesito 6.4).....

7. EFFETTI DELL'INNOVAZIONE SULL'ATTIVITÀ DELL'IMPRESA

7.1 Sono stati osservati effetti sull'attività dell'impresa determinati dalle innovazioni tecnologiche introdotte dall'impresa nel triennio 2002-2004?..... Sì ☐ No ☐

7.2 In caso di risposta affermativa, indicare il grado di importanza dei seguenti effetti delle innovazioni tecnologiche introdotte nel triennio 2002-2004 sull'attività aziendale: ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 0

8. FATTORI DI OSTACOLO ALLE ATTIVITÀ DI INNOVAZIONE

8.1 Nel triennio 2002-2004 le attività di innovazione tecnologica dell'impresa sono state:

- a) Abbandonate in fase di ideazione..... Sì ☐ No ☐
- b) Abbandonate dopo che le attività erano già iniziate..... Sì ☐ No ☐
- c) Notevolmente ritardate..... Sì ☐ No ☐

8.2 Nel triennio 2002-2004, quale è stata l'importanza per l'impresa dei seguenti fattori di ostacolo all'attività di innovazione tecnologica:

Fattori di ostacolo	Grado di importanza			
	Alto	Medio	Basso	Nullo
<i>Fattori economici</i>				
a) Mancanza di risorse finanziarie interne all'impresa o al gruppo.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
b) Mancanza di fonti di finanziamento esterne all'impresa.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
c) Costi di innovazione troppo elevati.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
<i>Disponibilità di informazioni e conoscenze</i>				
d) Mancanza di personale qualificato.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
e) Mancanza di informazioni sulle tecnologie.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
f) Mancanza di informazioni sui mercati.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
g) Difficoltà di individuare partner con cui cooperare per le attività di innovazione.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
<i>Fattori di mercato</i>				
h) Mercati dominati da imprese consolidate.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
i) Domanda insufficiente dei prodotti o servizi innovativi.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
<i>Altri fattori</i>				
l) L'impresa aveva già introdotto innovazioni in precedenza.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
m) L'impresa non ritiene necessario innovare per soddisfare le esigenze della clientela.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>

9. DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE
9.1 Nel triennio 2002-2004, l'impresa ha:

a) Depositato almeno una domanda di brevetto.....	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
b) Registrato almeno un disegno o modello per la protezione del design industriale.....	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
c) Registrato almeno un marchio.....	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
d) Richiesto diritti d'autore (anche per la tutela del software).....	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

10. INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA O DI MARKETING

10.1 Nel triennio 2002-2004, l'impresa ha introdotto una o più delle seguenti innovazioni?
distribuzione dei prodotti o servizi, quali il commercio elettronico, il franchising, le vendite dirette o le licenze di distribuzione.....

☐☐

10.2 Si prega di fornire una descrizione sintetica delle principali innovazioni organizzative e di marketing introdotte dall'impresa nel triennio 2002-2004.

a) _____

b) _____

c) _____

10.3 Se l'impresa ha introdotto innovazioni di tipo organizzativo nel triennio 2002-2004, indicare l'importanza degli effetti che queste hanno avuto sull'attività aziendale.

d) Maggior grado di soddisfazione dei dipendenti.....

1

☐

2

☐

3

☐

0

☐

Da imbustare e restituire a:

Affrancatura da addebitarsi sul conto di credito n.144
 (aut. fil. di Roma n. 78591 del 30. 5. 1962)

ISTAT- Istituto Nazionale Di Statistica
SERVIZIO SSI/D

Via Cesare Balbo, 16 - 00184 ROMA

Si prega di indicare il nominativo ed il recapito telefonico del compilatore a cui l'ISTAT potrà rivolgersi per chiarimenti sulle risposte date al questionario

Nome del compilatore

Ufficio di appartenenza

Telefono...../..... Fax...../..... E-mail.....@.....

Se l'impresa è fornita di un sito in Internet, indicarne l'indirizzo WWW:.....