



ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA



MOD. CIS2010

## RILEVAZIONE STATISTICA SULL'INNOVAZIONE NELLE IMPRESE ANNI 2008-2010

Il questionario raccoglie informazioni sulle **innovazioni introdotte** e le **attività innovative svolte** dall'impresa nel triennio 2008-2010.

Le innovazioni possono consistere in: prodotti, servizi e processi nuovi o significativamente migliorati rispetto a quelli precedentemente disponibili, in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, prestazioni, facilità d'uso (**innovazioni di prodotto e di processo**); mutamenti significativi nelle pratiche di gestione aziendale, nell'organizzazione del lavoro o nelle relazioni con l'esterno (**innovazioni organizzative**); nuove strategie di marketing che differiscono significativamente da quelle precedentemente implementate dall'impresa (**innovazioni di marketing**).

Le innovazioni introdotte dall'impresa non devono necessariamente consistere in prodotti, processi, pratiche, modalità organizzative o strategie nuove per il mercato; è sufficiente che risultino **nuovi per l'impresa** che le introduce.

I quesiti sulle attività innovative delle Sezioni 5, 6, 7 e 8 si riferiscono **esclusivamente** alle innovazioni di prodotto e di processo.

Si prega di compilare il questionario **in tutte le sue parti**, salvo che non sia diversamente indicato.

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:.....@.....

Indirizzo Internet:.....

### Per informazioni rivolgersi a:

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

Tel: 06. 4673.6137-6152

Fax: 06 4667.8162

E-mail: [cis2010@istat.it](mailto:cis2010@istat.it)

## 1. INFORMAZIONI GENERALI SULL'IMPRESA

1.1 Nel 2010 l'impresa faceva parte di un gruppo di imprese?..... Sì  No

Un gruppo di imprese è un'associazione di imprese riunite da legami di controllo proprietario. (Si rimanda alle Istruzioni per la compilazione per maggiori dettagli)

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 controllato da un vertice con sede all'estero, indicare in quale paese ha sede tale vertice:

**Se l'impresa fa parte di un gruppo, le informazioni devono essere fornite con riferimento alle sole attività svolte dall'impresa rispondente. Non vanno quindi considerate né le informazioni relative alle imprese controllanti né quelle relative alle imprese controllate.**

1.4 Indicare il **fatturato lordo totale** (al netto dell'IVA) registrato nel 2008 e nel 2010 (i valori vanno espressi in migliaia di euro e arrotondati alla cifra intera).

2008

2010

Il fatturato lordo è la somma dei ricavi delle vendite di beni e delle prestazioni di servizio effettuate 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) (Si rimanda alle Istruzioni per la compilazione per maggiori dettagli)

1.5 Indicare il numero medio annuo degli addetti dell'impresa nel 2008 e nel 2010 (i valori vanno arrotondati alla cifra intera).

2008

2010

Il numero medio annuo degli addetti è pari alla somma degli addetti alla fine di ciascun mese divisa per 12. (Si rimanda alle Istruzioni per la compilazione per maggiori dettagli).

1.6 Indicare la percentuale di addetti in possesso di un diploma universitario o di un diploma di laurea nel 2010.

0%

1-4%

5-9%

10-24%

25-49%

50-74%

75-100%

Sono inclusi gli addetti in possesso di: diplomi universitari (ad eccezione di quelli rilasciati da Accademie, Conservatori e istituti di educazione fisica); lauree triennali; lauree specialistiche; diplomi di laurea (rilasciati, secondo il vecchio ordinamento, dopo corsi di 4-6 anni). Sono inoltre inclusi anche gli addetti in possesso di un titolo di studio post-laurea, quali master universitari, titoli rilasciati da scuole di specializzazione e dottorati di ricerca.

**1.7 Su quali mercati l'impresa ha venduto i suoi prodotti e/o servizi durante il triennio 2008-2010?***Sono possibili più risposte*

- A. Regione di residenza dell'impresa ..... 1
- B. Altre regioni del territorio nazionale (differenti da quella in cui è residente l'impresa)..... 2
- C. Stati membri UE, paesi candidati UE, paesi EFTA\* ..... 3
- D. Altri paesi ..... 4

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

**1.8 Quale tra i mercati sopra indicati ha avuto il maggior peso in termini di fatturato nel triennio 2008-2010?**

(Indicare la lettera corrispondente del quesito 1.6).....

**2. INNOVAZIONI DI PRODOTTO E DI SERVIZIO**

*L'innovazione di prodotto o servizio consiste nell'introduzione sul mercato di un prodotto o servizio nuovo o significativamente migliorato in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, uso di materiali e componenti, prestazioni, facilità d'uso, ecc.*

- Non deve necessariamente consistere in prodotti o servizi nuovi per il mercato in cui opera l'impresa; è infatti sufficiente che prodotti e servizi risultino nuovi per l'impresa che li introduce.
- Può essere sviluppata dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni.

**2.1 Nel triennio 2008-2010, l'impresa ha introdotto sul mercato prodotti nuovi o significativamente migliorati ?**

(vanno esclusi la semplice vendita di nuovi prodotti acquistati da altre imprese e i cambiamenti di natura puramente estetica)

Sì  No

**2.2 Nel triennio 2008-2010, l'impresa ha introdotto sul mercato servizi nuovi o significativamente migliorati?**

Sì  No

**In caso di risposta negativa a entrambi i quesiti 2.1 e 2.2,  
passare alla sezione 3.  
Altrimenti, proseguire nella compilazione.**

**2.3 Chi ha sviluppato le innovazioni di prodotto o servizio introdotte dall'impresa nel triennio 2008-2010?***Sono possibili più risposte*

- |  | Innovazioni di prodotto    | Innovazioni di servizio    |
|--|----------------------------|----------------------------|
| A. L'impresa stessa .....  | 1 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| B. L'impresa stessa in collaborazione con altre imprese o istituzioni*.....  | 2 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| C. L'impresa stessa adattando o modificando prodotti o servizi originariamente sviluppati da altre imprese o istituzioni*..... | 3 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> |
| D. Altre imprese o istituzioni*.....   | 4 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> |

\* Sono incluse anche le imprese appartenenti allo stesso gruppo (capogruppo, sussidiarie, affiliate); le università, gli istituti di ricerca, le organizzazioni non profit, ecc..

**2.4 Le innovazioni di prodotto o servizio introdotte nel triennio 2008-2010 hanno riguardato:***Sono possibili più risposte*A. Prodotti o servizi nuovi (o significativamente migliorati) per il mercato di riferimento dell'impresa..... 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 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 Quale percentuale del fatturato totale del 2010 è attribuibile alle seguenti categorie di prodotti o servizi introdotti sul mercato nel triennio 2008-2010: (utilizzare le definizioni riportate nel quesito 2.4)**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 acquistati da altre imprese).....     %Fatturato totale 2010 di cui al punto 1.4     %**2.6 Tra le innovazioni di prodotto introdotte dall'impresa nel triennio 2008-2010, è presente almeno un prodotto nuovo in assoluto:**

|                             | Sì                       | No                       | Non so                   |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| A. a livello nazionale..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B. in Europa.....           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C. a livello mondiale.....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**3. INNOVAZIONI DI PROCESSO***L'innovazione di processo consiste nell'adozione di un processo (processo di produzione, sistema di logistica, metodo di distribuzione di prodotti o altre attività di supporto alla produzione) nuovo o significativamente migliorato.*

- Non deve necessariamente consistere in un processo nuovo per il mercato di riferimento dell'impresa; è sufficiente che sia nuovo per l'impresa che l'introduce.
- Può essere sviluppata dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni.
- Esclude le innovazioni di carattere puramente organizzativo – coperte dalla Sezione 9.

**3.1 Nel triennio 2008-2010, l'impresa ha introdotto una o più delle seguenti innovazioni di processo:**

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

**In caso di risposta negativa ai tre quesiti 3.1 passare alla Sezione 4. Altrimenti, proseguire nella compilazione.**

**3.2 Chi ha sviluppato le innovazioni di processo introdotte dall'impresa nel triennio 2008-2010?***Sono possibili più risposte*

- |   |   |                          |
|---|---|--------------------------|
| A. L'impresa stessa .....   | 1 | <input type="checkbox"/> |
| B. L'impresa stessa in collaborazione con altre imprese o istituzioni* .....  | 2 | <input type="checkbox"/> |
| C. L'impresa stessa adattando o modificando prodotti o servizi originariamente sviluppati da altre imprese o istituzioni* ..... | 3 | <input type="checkbox"/> |
| D. Altre imprese o istituzioni* .....   | 4 | <input type="checkbox"/> |

\* Sono incluse anche le imprese appartenenti allo stesso gruppo (capogruppo, sussidiarie, affiliate); le università, gli istituti di ricerca, le organizzazioni non profit, ecc..

**3.3 Tra le innovazioni di processo introdotte dall'impresa nel triennio 2008-2010, è presente almeno un processo nuovo per il mercato di riferimento dell'impresa?**Sì  No  Non so **4. ATTIVITÀ DI INNOVAZIONE IN CORSO O ABBANDONATE**

*Le attività innovative sono tutte quelle attività che si rendono necessarie per sviluppare e introdurre innovazioni di prodotto e innovazioni di processo. Comprendono: la ricerca e sviluppo (R&S); l'acquisto di macchinari, attrezzature, software e licenze; la progettazione e le altre attività preliminari alla realizzazione di innovazioni di prodotto, servizio e processo; la formazione del personale; il marketing di prodotti e servizi innovativi. Tra queste vanno considerate solo le attività strettamente connesse all'introduzione di prodotti, servizi o processi nuovi o significativamente migliorati. Includono anche la ricerca di base anche quando essa non è strettamente legata allo sviluppo di innovazioni di prodotto, servizio e processo.*

**4.1 Nel triennio 2008-2010, l'impresa ha svolto attività innovative che non si sono concluse con l'introduzione di nuovi processi, prodotti o servizi perché:**

- |   | Sì                       | No                       |
|---|--------------------------|--------------------------|
| A. Abbandonate o interrotte prima di averle completamente realizzate..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B. Ancora in corso alla fine del 2010.....                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**Se è stata fornita risposta negativa ai punti 2.1, 2.2, 3.1 e 4.1,  
passare alla sezione 8.  
Altrimenti, proseguire nella compilazione.**

## 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 2010 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).

### 5.1 L'impresa ha svolto una o più delle seguenti attività in almeno uno degli anni del triennio 2008-2010?

|  |  |   |   |                                  |
|--|--|---|---|----------------------------------|
| <b>A. Ricerca e sviluppo sperimentale svolta all'interno dell'impresa (R&amp;S intra muros )</b> | <i>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 destinati a queste attività). Sono comprese le sole attività svolte dalle imprese con proprio personale e con proprie attrezzature.</i> | 2008<br><input type="checkbox"/>        | 2009<br><input type="checkbox"/>        | 2010<br><input type="checkbox"/> |
| Se sì, l'attività di R&S nel triennio 2008-2010 è stata svolta prevalentemente su base:          |  | A. sistematica <input type="checkbox"/> | B. occasionale <input type="checkbox"/> |                                  |
| <b>B. Acquisizione di servizi di R&amp;S (R&amp;S extra muros)</b>                               | <i>Attività di ricerca e sviluppo sperimentale (R&amp;S) affidata per commessa ad altre imprese (anche dello stesso gruppo) o istituzioni</i>  | 2008<br><input type="checkbox"/>        | 2009<br><input type="checkbox"/>        | 2010<br><input type="checkbox"/> |
| <b>C. Acquisizione di macchinari, attrezzature, hardware e software</b>                          | <i>Acquisizione di macchinari, attrezzature, hardware e software tecnologicamente avanzati finalizzati all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo</i>  | 2008<br><input type="checkbox"/>        | 2009<br><input type="checkbox"/>        | 2010<br><input type="checkbox"/> |
| <b>D. Acquisizione di altre tecnologie dall'esterno</b>  | <i>Acquisizione di tecnologia dall'esterno sotto forma di brevetti, invenzioni non brevettate, licenze, know-how, marchi, servizi tecnici di consulenza (con l'esclusione di quelli relativi alla R&amp;S), connessi alla introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo.</i>  | 2008<br><input type="checkbox"/>        | 2009<br><input type="checkbox"/>        | 2010<br><input type="checkbox"/> |
| <b>E. Attività di progettazione (design)</b>   | <i>Attività di progettazione tecnica ed estetica di nuovi (o significativamente migliorati) prodotti e servizi. Sono escluse quelle attività di progettazione già considerate nelle attività di R&amp;S.</i>   | 2008<br><input type="checkbox"/>        | 2009<br><input type="checkbox"/>        | 2010<br><input type="checkbox"/> |
| <b>F. Attività di formazione per le attività innovative</b>                                      | <i>Attività di formazione del personale necessarie per l'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo. Le attività di formazione comprendono sia le attività svolte internamente all'impresa, sia i servizi di formazione acquisiti all'esterno.</i>   | 2008<br><input type="checkbox"/>        | 2009<br><input type="checkbox"/>        | 2010<br><input type="checkbox"/> |
| <b>G. Attività di marketing di prodotti e servizi innovativi</b>                                 | <i>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.</i>   | 2008<br><input type="checkbox"/>        | 2009<br><input type="checkbox"/>        | 2010<br><input type="checkbox"/> |
| <b>H. Altre attività innovative</b>  | <i>Altre attività preliminari alla realizzazione di innovazioni di prodotto, servizio e processo, quali studi di fattibilità, attività di verifica e collaudo, ingegnerizzazione industriale e altre attività di avvio allo sviluppo di innovazioni di prodotto, servizio e processo</i>   | 2008<br><input type="checkbox"/>        | 2009<br><input type="checkbox"/>        | 2010<br><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 2008-2010 delle seguenti fonti di informazione? (per ciascun punto, si prega di fare una valutazione complessiva in presenza di più attività di innovazione svolte):

| Fonti di informazione   | Grado di importanza        |                            |                            | Fonte non utilizzata       |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|   | Alto                       | Medio                      | Basso                      |                            |
| <i>Fonti interne</i>  |                            |                            |                            |                            |
| A. All'impresa o ad altre imprese del gruppo.....                         | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| <i>Fonti private</i>  |                            |                            |                            |                            |
| B. Fornitori di attrezzature, materiali, componenti o software.....       | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| C. Clienti.....   | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| D. Imprese concorrenti o altre imprese operanti nello stesso settore..... | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| E. Consulenti, istituti di ricerca o laboratori privati.....              | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| <i>Fonti pubbliche</i>  |                            |                            |                            |                            |
| F. Università o altri istituti di istruzione superiore.....               | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| G. Istituti di ricerca pubblici.....                                      | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| <i>Altre fonti</i>  |                            |                            |                            |                            |
| H. Conferenze, mostre, fiere.....   | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| I. Riviste scientifiche e pubblicazioni tecniche e commerciali.....       | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| L. Associazioni di categoria.....   | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |

6.2 Nel triennio 2008-2010, l'impresa ha definito accordi di cooperazione, relativamente ad attività di innovazione, con altre imprese o istituzioni?..... Sì  No

*Per cooperazione nelle attività innovative si intende la partecipazione attiva a progetti di innovazione svolti assieme ad altre imprese o organizzazioni pubbliche o private. Non è necessario che una tale partecipazione abbia determinato dei vantaggi commerciali immediati. Va esclusa l'esternalizzazione delle attività di innovazione.*

**Se è stata fornita risposta negativa al punto 6.2,  
passare alla sezione 7.  
Altrimenti, proseguire nella compilazione.**

**6.3 In caso di risposta affermativa al quesito 6.2, indicare la tipologia di imprese o istituzioni con cui si è collaborato e la loro localizzazione geografica:**

*Sono possibili più risposte*

| Tipologia di impresa o istituzione  | Italia                     | Stati membri UE, paesi candidati, paesi EFTA* | USA                        | Cina, India                | 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, Bulgaria, Croazia, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Malta, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Slovacchia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria.

**6.4 Quale delle tipologie di impresa o istituzione indicate al quesito 6.3 è giudicata dall'impresa più rilevante ai fini delle attività di cooperazione svolte per l'innovazione?**

(Indicare la lettera corrispondente del quesito 6.3).....

## 7. OBIETTIVI DELL'INNOVAZIONE

**7.1 Quale grado di importanza hanno avuto per l'impresa i seguenti obiettivi delle attività di innovazione svolte nel triennio 2008-2010? (per ciascun punto, si prega di fare una valutazione complessiva in presenza di più attività di innovazione):**

| Obiettivi dell'innovazione  | Grado di importanza        |                            |                            |                            |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|   | Alto                       | Medio                      | Basso                      | Nulla                      |
| A. Aumento nel numero di prodotti e servizi offerti alla clientela.....                             | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| B. Sostituzione di prodotti, servizi e processi non più competitivi perché superati o obsoleti..... | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| C. Accesso a nuovi mercati o aumento della propria quota di mercato...                              | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| D. Miglioramento della qualità dei propri prodotti e servizi.....                                   | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| E. Maggiore flessibilità nella produzione di beni e servizi.....                                    | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| F. Maggiore capacità di produzione di beni e servizi.....   | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| G. Riduzione del costo del lavoro per unità di prodotto.....  | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| H. Riduzione dei costi dei materiali e dell'energia per unità di prodotto.                          | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| I. Riduzione dell'impatto ambientale .....  | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| L. Migliorare la salute e sicurezza del lavoro .....  | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |

## 8. FATTORI DI OSTACOLO ALLE ATTIVITÀ' DI INNOVAZIONE

**8.1** Quale grado di importanza hanno avuto per l'impresa i seguenti fattori di ostacolo alle attività di innovazione svolte nel triennio 2008-2010? (per ciascun punto, si prega di fare una valutazione complessiva in presenza di più attività di innovazione):

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

## 9. INNOVAZIONI ORGANIZZATIVE

Le innovazioni organizzative comportano mutamenti significativi nella gestione aziendale (incluso il knowledge management), nell'organizzazione del lavoro o nelle relazioni con l'esterno.

- Non sono necessariamente collegate a processi di innovazione tecnologica.
- Sono il risultato di decisioni strategiche prese a livello di management aziendale.
- Escludono qualsiasi tipo di fusione o acquisizione aziendale.

### 9.1 Nel triennio 2008-2010, l'impresa ha introdotto una o più delle seguenti innovazioni organizzative?

Sono possibili più risposte

|  | Sì                       | No                       |
|--|--------------------------|--------------------------|
| A. Nuove <b>pratiche di organizzazione aziendale</b> , come i processi che consentono di ottimizzare la consegna di prodotti e/o servizi dal fornitore al cliente (quali il <i>Supply Chain Management</i> ), la riprogettazione dei processi aziendali ( <i>Business Re-engineering</i> ), sistemi di gestione della conoscenza ( <i>knowledge management</i> ), sistemi di produzione snella ( <i>Lean Production</i> ) e di Qualità Totale ( <i>TQM</i> ), ecc..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B. Nuovi <b>metodi di organizzazione del lavoro</b> finalizzati a un maggior decentramento decisionale e ad una migliore ripartizione delle responsabilità come l'introduzione di meccanismi di responsabilità individuale o di meccanismi volti a favorire il lavoro di squadra nei team aziendali, il decentramento nelle decisioni aziendali, il raggruppamento (o lo smembramento) di unità divisionali o operative, ecc.....                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C. Nuove <b>strategie organizzative nelle relazioni pubbliche</b> con altre imprese o istituzioni pubbliche, come nuovi accordi produttivi e commerciali, partnership, accordi di sub-fornitura o di esternalizzazione, ecc.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

In caso di risposta negativa al quesito 9.1, passare alla sezione 10.

Altrimenti, proseguire nella compilazione.

### 9.2 Quale grado di importanza hanno avuto per l'impresa i seguenti obiettivi delle innovazioni organizzative introdotte nel triennio 2008-2010? (per ciascun punto, si prega di fare una valutazione complessiva in presenza di più innovazioni organizzative introdotte):

| Obiettivi delle innovazioni organizzative   | Grado di importanza        |                            |                            |                            |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|   | Alto                       | Medio                      | Basso                      | Nulla                      |
| A. Riduzione dei tempi di risposta alle esigenze di clienti e fornitori.  | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| B. Miglioramento della capacità di produzione di nuovi beni e servizi.....  | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| C. Miglioramento della qualità dei propri prodotti e servizi.....   | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| D. Riduzione dei costi per unità di prodotto.....   | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| E. Maggiore comunicazione o condivisione di informazioni all'interno dell'impresa o con altre imprese e/o istituzioni ..... | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |

## 10. INNOVAZIONI DI MARKETING

Le innovazioni di marketing riguardano l'adozione di nuove strategie di marketing che differiscono significativamente da quelle precedentemente implementate dall'impresa.

- Richiedono mutamenti significativi nel design e nel confezionamento dei prodotti, nelle pratiche di commercializzazione e di promozione pubblicitaria dei prodotti e servizi o nelle politiche dei prezzi definite.
- Escludono le modifiche delle usuali pratiche di marketing e di quelle implementate per lanciare promozioni stagionali.

### 10.1 Nel triennio 2008-2010, l'impresa ha introdotto una o più delle seguenti innovazioni di marketing?

Sono possibili più risposte

|  | Sì                       | No                       |
|--|--------------------------|--------------------------|
| A. Modifiche significative nelle <b>caratteristiche estetiche dei prodotti</b> o nel <b>confezionamento</b> di prodotti e/o servizi (sono escluse le innovazioni di prodotto, ossia le modifiche intervenute nelle caratteristiche funzionali e di uso del prodotto).....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B. Nuovi mezzi o tecniche di <b>promozione pubblicitaria</b> (ad esempio, l'utilizzo per la prima volta di nuovi mezzi pubblicitari, il lancio di nuovi marchi commerciali diretti a favorire l'ingresso in nuovi mercati, l'introduzione di carte di fidelizzazione o altri sistemi e soluzioni di fidelizzazione della clientela)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C. Nuove strategie di <b>posizionamento di prodotti e servizi</b> o nuove soluzioni di vendita (ad esempio, l'introduzione per la prima volta del <i>franchising</i> o di licenze di distribuzione, le vendite dirette, le concessioni esclusive di vendita, le nuove formule o soluzioni per le campagne pubblicitarie, ecc.).....      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D. Nuove <b>politiche dei prezzi</b> dei prodotti e servizi (ad esempio, l'introduzione per la prima volta di un prezzo variabile in funzione della domanda, di sistemi di <i>discount</i> , ecc.).....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**In caso di risposta negativa al quesito 10.1, passare alla sezione 11. Altrimenti, proseguire nella compilazione.**

### 10.2 Quale grado di importanza hanno avuto per l'impresa i seguenti obiettivi delle innovazioni di marketing introdotte nel triennio 2008-2010? (per ciascun punto, si prega di fare una valutazione complessiva in presenza di più innovazioni organizzative introdotte):

| Obiettivi delle innovazioni di marketing                                  | Grado di importanza        |                            |                            |                            |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
|   | Alto                       | Medio                      | Basso                      | Nulla                      |
| A. Aumento o mantenimento della propria quota di mercato.....             | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| B. Introduzione di prodotti e servizi per nuove fasce di consumatori..... | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| C. Introduzione di prodotti e servizi su nuovi mercati geografici .....   | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |

## 11. CREATIVITÀ E COMPETENZE PROFESSIONALI

**11.1 Nel triennio 2008-2010, l'impresa ha impiegato personale interno o si è avvalsa di figure professionali esterne con competenze nelle aree sotto indicate?**

*Sono possibili più risposte*

|   | Personale<br>interno     | Figure<br>professionali<br>esterne* | Competenze<br>non impiegate<br>o non rilevanti |
|---|--------------------------|-------------------------------------|--|
| Arti grafiche in campo pubblicitario.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>                       |
| Design di prodotti e servizi.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>                       |
| Tecniche multimediali (basate sull'uso integrato di tecniche espressive diverse come testo, grafica, animazione, video, suono)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>                       |
| Web design.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>                       |
| Sviluppo di software.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>                       |
| Ricerche di mercato.....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>                       |
| Ingegneria / scienze applicate.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>                       |
| Matematica / statistica / gestione di database .....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>                       |

\*: Include i consulenti indipendenti, le società di consulenza, altre imprese indipendente, altre parti del gruppo di imprese, ecc.

**12.2 Nel triennio 2008-2010, per stimolare la creatività e la generazione di nuove idee, l'impresa ha introdotto al suo interno una delle seguenti pratiche? In caso di risposta affermativa, le pratiche adottate sono riuscite a favorire lo sviluppo di nuove idee e soluzioni creative?**

|  | Pratiche adottate con successo |                          |                          | Pratiche<br>mai<br>utilizzate |
|--|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
|  | Sì                             | No                       | Non so                   |                               |
| Sessioni di brainstorming.....   | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>      |
| Lavori di gruppo interdisciplinare e interfunzionale.....  | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>      |
| Forme di rotazione del lavoro ( <i>job rotation</i> ) dei dipendenti all'interno dell'impresa (tra reparti diversi) o tra imprese dello stesso gruppo.....   | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>      |
| Incentivi finanziari ai dipendenti per lo sviluppo di nuove idee.....  | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>      |
| Incentivi non finanziari ai dipendenti per lo sviluppo di nuove idee, quali il tempo libero, forme di riconoscimento pubblico e di arricchimento del lavoro con l'assegnazione di compiti stimolanti, ecc..... | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>      |
| Attività di formazione dei dipendenti volte allo sviluppo di nuove idee e di soluzioni creative .....  | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>      |

Tempo impiegato per reperire i dati necessari alla compilazione del questionario:

Ore |\_|\_|\_|\_| Minuti |\_|\_|\_|\_|

**Note**

**LA RINGRAZIAMO PER LA COLLABORAZIONE**

**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**