

Si No

C7 Indicare il numero di addetti che utilizzano dispositivi portatili forniti dall'impresa (ad es. computer portatili, smartphone, tablet, ipad) che permettono la connessione ad Internet mediante la rete di telefonia mobile per scopi aziendali/lavorativi: ¹⁴ 

SITO WEB O HOME PAGE DELL'IMPRESA SU INTERNET

C8 Indicare se l'impresa ha un proprio sito Web o home page, ovvero una o più pagine su Internet:

 ¹⁵

Si No

Le imprese che rispondono "No" devono passare direttamente al quesito C10

C9 Indicare quali servizi offre il sito Web dell'impresa:

Rispondere ad ogni riga

	Si	No
a) Possibilità di effettuare ordinazioni o prenotazioni online (es. carrello della spesa online).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Tracciabilità online dell'ordine.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Accesso a cataloghi di prodotti o listini prezzi.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Possibilità di personalizzare i contenuti del sito per i visitatori abituali.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Possibilità per i visitatori del sito di personalizzare o progettare prodotti.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Annuncio di posti di lavoro vacanti o possibilità di effettuare domande di impiego online.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Collegamenti o riferimenti ai profili dell'impresa sui social media.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA

L'uso di social media si riferisce all'utilizzo, da parte dell'impresa rispondente di uno o più profili, account o licenze d'uso a seconda dei requisiti richiesti e della tipologia di social media utilizzato.

C10 Indicare se l'impresa utilizza i seguenti social media:

Rispondere (No) anche nel caso in cui siano utilizzati esclusivamente per pubblicità a pagamento
Rispondere ad ogni riga

	Si	No
a. Social network (ad es. Facebook, LinkedIn, MySpace, Google+, Xing, Viadeo, Yammer).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Blog o microblog dell'impresa (ad es. Twitter, Tumblr).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Siti web di condivisione di contenuti multimediali (ad es. YouTube, Instagram, Pinterest, Flickr, Picasa, SlideShare).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Strumenti di tipo Wiki basati sulla condivisione delle conoscenze.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Al quesito successivo C11 devono rispondere solo le imprese che hanno risposto di utilizzare almeno un social media (ovvero che hanno risposto con almeno un 'Si' al quesito C10); tutte le altre devono passare direttamente al quesito C12.

¹⁴ Indicare il numero di addetti, compreso lo stesso imprenditore, ai quali l'impresa fornisce dispositivi portatili e paga la connessione mobile a Internet sostenendo i costi per l'abbonamento e l'uso di Internet (per dispositivi portatili si intende computer portatili e altri dispositivi portatili quali Smartphone, tablet, Ipad. In questo caso la connessione mobile ad Internet può essere in banda larga (almeno 3G) o meno (utilizzando ad es. cellulari analogici, GSM, EDGE, GPRS).

¹⁵ **Includere:** il sito web proprio dell'impresa o di sua proprietà, sito web del gruppo di imprese di cui fa parte l'impresa rispondente, il sito web di una impresa holding o affiliata a quella rispondente che comunque abbiano pagine Internet dedicate all'impresa rispondente, la presenza di un profilo dell'impresa su un social network. **Escludere:** siti web di terzi nei quali le imprese pubblicizzano i loro prodotti, si favorisce l'incontro tra domanda e offerta (e-marketplace come Amazon, Booking, Expedia, Groupon, ecc.), siti web di terzi in cui compaiono solo il nome, l'indirizzo, informazioni di contatto dell'impresa rispondente (es. Pagine Gialle).

C11 Indicare se l'impresa utilizza social media per i seguenti scopi:

Rispondere ad ogni riga

	Si	No
a. Sviluppare l'immagine dell'impresa o dei suoi prodotti (ad es. per pubblicizzare o lanciare beni o servizi).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Raccogliere o rispondere a opinioni, recensioni e domande dei <u>clienti</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Coinvolgere i <u>clienti</u> nello sviluppo o nell'innovazione di beni o servizi.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Collaborare con <u>altre imprese partner</u> (ad es. fornitori) o <u>altre organizzazioni</u> (ad es. Pubbliche Amministrazioni, organizzazioni non governative).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Ricerca di personale.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Scambio di punti di vista, opinioni o conoscenze all' <u>interno</u> dell'impresa.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

UTILIZZO DI INTERNET NEI RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

C12 Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, per le seguenti attività svolte via Internet dall'impresa nel corso dell'anno 2016, indicare, se rilevati, i problemi e gli ostacoli individuati:

E' possibile indicare più di un ostacolo

Rispondere ad ogni riga

	Procedure elettroniche troppo complicate e dispendiose in termini di tempo	Procedure elettroniche che richiedono ancora la presentazione di documenti cartacei	Difficoltà tecniche dipendenti dal sito web/portale (es. interruzioni procedure, procedure lente)	Informazioni insufficienti o poco chiare; mancanza di supporto	Timori legati alla sicurezza o alla riservatezza dei dati	Nessun problema nell'utilizzo del servizio offerto online dalla PA	L'impresa non utilizza il servizio e/o si avvale di un intermediario (commercialista, CAF, altra impresa del gruppo, ecc.)
a. Adempimenti e procedure per il lavoro (INPS/INAIL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Dichiarazione dei redditi dell'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Dichiarazione IVA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Sportello Unico per le Attività Produttive (permessi di costruire, dichiarazione di inizio attività, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Adempimenti e procedure in materia edilizia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Dichiarazioni doganali (dazi, accise), comunicazioni Intrastat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Partecipazione a gare d'appalto e bandi online della PA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Utilizzo della fatturazione elettronica con la PA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Utilizzo della PEC per interagire con la PA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SEZIONE D
CONDIVISIONE AUTOMATICA DI INFORMAZIONI ALL'INTERNO DELL'IMPRESA

D1 Indicare se l'impresa utilizza un pacchetto software ERP (Enterprise Resource Planning):

Un pacchetto software ERP (Enterprise Resource Planning) è un qualsiasi pacchetto software utilizzato per gestire risorse attraverso la condivisione automatica e elettronica di informazioni tra diverse aree funzionali dell'impresa rispondente (ad es. area contabile, produzione, marketing).

Si No

D2 Indicare se l'impresa utilizza applicazioni software CRM (Customer Relationship Management) per le seguenti finalità:

Per CRM (Customer Relationship Management) si intende una qualsiasi applicazione software utilizzata per gestire informazioni in formato elettronico sui propri clienti.

Rispondere ad ogni riga

- | | Si | No |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Raccogliere, archiviare informazioni sui propri clienti e metterle a disposizione di altre funzioni aziendali | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Analizzare le informazioni raccolte sui propri clienti per obiettivi di marketing (fissare i prezzi, promuovere le vendite, scegliere canali di distribuzione, ecc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SEZIONE E
CONDIVISIONE ELETTRONICA CON ALTRE IMPRESE (CLIENTI/FORNITRICI) DI INFORMAZIONI SULLA GESTIONE DELLA CATENA DISTRIBUTIVA

La condivisione per via elettronica con altre imprese (clienti e/o fornitori/subfornitrici) di informazioni sulla gestione della catena distributiva (SCM-Supply Chain Management) implica che:

- le informazioni condivise siano relative alla disponibilità, produzione, sviluppo e distribuzione di beni o servizi;
- le informazioni siano condivise tramite siti web o attraverso altri strumenti elettronici di scambio/condivisione di dati, escludendo in ogni caso scambi di informazioni attraverso messaggi di posta elettronica che non possono essere trattati automaticamente.

E1 Indicare se l'impresa condivide per via elettronica con altre imprese (fornitrici e/o clienti) informazioni sulla gestione della catena distributiva (SCM) (ad esempio informazioni sui livelli delle scorte, piani di produzione, progettazione o progressi nella fornitura di servizi, previsioni della domanda o il progresso delle consegne):

Si No

Le imprese che rispondono "No" devono passare direttamente al quesito F1 della sezione F

E2 Indicare in che modo l'impresa condivide per via elettronica con altre imprese le informazioni relative alla catena distributiva:

Rispondere ad ogni riga

- | | Si | No |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Mediante siti web (dell'impresa e/o delle imprese partner) o portali web | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Mediante lo scambio elettronico in un formato stabilito (ad esempio EDI, XML, EDIFACT) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SEZIONE F
UTILIZZO DI TECNOLOGIE DI IDENTIFICAZIONE
E MONITORAGGIO A DISTANZA
(tecnologia a radio frequenza - RFID)

Le tecnologie di identificazione a radiofrequenza (RFID) si riferiscono ad un metodo di identificazione automatica per memorizzare e recuperare in remoto i dati utilizzando i tag (etichette) RFID o transponder; un tag RFID è un dispositivo che può essere applicato o incorporato in un prodotto o di un oggetto e trasmette i dati via onde radio.

F1 Indicare se e per quali finalità l'impresa utilizza tecnologie di identificazione a radio frequenza (RFID):

Rispondere ad ogni riga

- | | Sì | No |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a. Identificare persone o controllare gli accessi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Monitorare e controllare la produzione industriale e il processo di consegna (monitoraggio e controllo della produzione industriale, monitoraggio della catena distributiva e delle scorte, ecc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Identificare i prodotti dopo la fase della produzione (controllo di furto, contraffazione, informazioni su contenuti allergenici, ecc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Sezione G
VENDITE E ACQUISTI ATTRAVERSO RETI INFORMATICHE

Una transazione elettronica ovvero online (commercio elettronico) consiste nella vendita o nell'acquisto di beni o servizi svolta su reti di computer con metodi appositamente progettati allo scopo di ricevere o collocare ordini (tra impresa cliente e impresa fornitrice come ad esempio tra impresa madre e concessionari automobilistici, tra agenzie di viaggio e compagnie aeree; tra impresa e Pubblica Amministrazione; tra impresa e consumatore finale; si includono anche sistemi quali ad esempio la *borsa elettrica*, il Punto di Scambio Virtuale del mercato del gas). I beni o servizi sono ordinati in base a questi metodi, ma il pagamento e la consegna finale dei beni o servizi possono anche non avvenire online.

Le transazioni di commercio elettronico **includono**: ordini effettuati tramite sito web o applicazioni (app) dell'impresa, altro sito web o app di un intermediario (web shop, ecommerce marketplace, ecc.), siti web e app delle altre imprese del gruppo di appartenenza e la rete extranet; ordini effettuati attraverso scambi elettronici di dati e informazioni relative all'ordine in un formato stabilito (ad esempio di tipo EDI).

Le transazioni di commercio elettronico **escludono** ordini effettuati tramite messaggi di posta elettronica digitati manualmente non adatti per l'elaborazione automatica.

Nel caso del commercio elettronico in vendita, di seguito si richiedono informazioni distintamente per due tipologie di vendite online ovvero quelle via web e quelle effettuate via scambi elettronici di dati (ad esempio via EDI).

Nel caso del commercio elettronico in acquisto invece le informazioni richieste fanno riferimento a entrambe le tipologie (web e altri scambi elettronici) senza distinzione.

Le informazioni richieste in questa Sezione fanno riferimento all'anno 2016

VENDITE ELETTRONICHE VIA WEB

attraverso sito web o applicazioni (app) dell'impresa, altro sito web o app di un Intermediario
(web shop, ecommerce marketplace, ecc.¹⁶) 

Vendite via web (con esclusione di vendite effettuate tramite ricezione di messaggi di posta elettronica)

Le vendite effettuate via web sono vendite effettuate mediante moduli d'ordine online disponibili sul sito web dell'impresa o di un negozio online di un intermediario (web shop, ecommerce marketplace) o attraverso una rete extranet o applicazioni web (denominate *app*) indipendentemente da come avviene l'accesso alla rete (computer, portatile, tablet, cellulare, smartphone, ecc.)

G1 Nel corso del 2016 l'impresa ha effettuato vendite di propri prodotti o servizi via web ovvero tramite sito web o applicazioni (app) dell'impresa, altro sito web o app di un intermediario (web shop, ecommerce marketplace, ecc.)?

Si escludano gli ordini effettuati tramite l'invio di messaggi di posta elettronica che non possono essere trattati automaticamente

Sì No

Le imprese che rispondono "No" devono passare direttamente al quesito G8

¹⁶ Siti web o app di intermediari come ad esempio eBay, Amazon, Booking, Zalando, Groupon, Expedia, eDreams, Trivago, ItalianModa, eprocurement (Consp), Alibaba, Rakuten, Spreadshirt, Etsy, altre piattaforme di shopping online.

G10 Indicare l'area geografica dei clienti a cui, nel corso del 2016, l'impresa ha venduto prodotti o servizi tramite lo scambio elettronico di informazioni in un formato stabilito:

Rispondere ad ogni riga

	Sì	No
a. Italia.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Altri Paesi dell'Unione Europea (esclusa l'Italia).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Resto del mondo.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paesi UE28: Austria , Belgio , Bulgaria , Cipro , Croazia , Danimarca , Estonia , Finlandia , Francia , Germania , Grecia , Irlanda , (Italia) , Lettonia , Lituania , Lussemburgo , Malta , Paesi Bassi , Polonia , Portogallo , Regno Unito , Repubblica Ceca , Romania , Slovacchia , Slovenia , Spagna , Svezia , Ungheria.

ACQUISTI ELETTRONICI

Acquisti elettronici via reti informatiche ovvero acquisti via web, tramite siti web o applicazioni web (*app*) di imprese venditrici, siti web o *app* di intermediari (web shop, ecommerce marketplace²³) e acquisti via altri scambi elettronici di dati in un formato stabilito (ad es. messaggi di tipo Edi) *(con esclusione di acquisiti effettuati tramite invio di messaggi di posta elettronica)*.

Sono acquisti effettuati mediante moduli d'ordine online disponibili su siti web del fornitore o di un altro negozio online di un intermediario (web shop) o attraverso una rete extranet indipendentemente da come avviene l'accesso alla rete (computer, portatile, tablet, cellulare, smartphone, ecc.) o via *app*; sono inclusi anche gli acquisti effettuati attraverso scambi elettronici di dati/messaggi (ordine di acquisto) in un formato stabilito (ad esempio di tipo EDI) che ne consenta il trattamento automatico (ad esempio EDIFACT, UBL-Universal Business Language, XML, ecc.) senza che il messaggio sia digitato manualmente. L'acquisto di beni e servizi include il valore di tutti i beni e servizi acquistati durante l'anno 2016 per la rivendita o il consumo nel processo di produzione, con esclusione degli acquisti di beni immobili (macchinari, impianti, ecc.) il cui consumo è registrato contabilmente come consumo di capitale fisso.

G11 Nel corso del 2016, l'impresa ha effettuato acquisti elettronici di prodotti o servizi (tramite siti web o applicazioni web (*app*) di imprese venditrici, siti web o *app* di intermediari - web shop, ecommerce marketplace - o tramite altri scambi elettronici di dati in un formato stabilito)?

Si escludano gli ordini effettuati tramite l'invio di messaggi di posta elettronica che non possono essere trattati automaticamente

Sì No

Le imprese che rispondono "No" devono passare direttamente alla **sezione H**

G12 Indicare la percentuale del valore degli acquisti elettronici di prodotti o servizi (su siti web o applicazioni web (*app*) di imprese venditrici, siti web o *app* di intermediari - web shop, ecommerce marketplace - o attraverso altri scambi elettronici di dati in un formato stabilito) effettuati dall'impresa nel corso del 2016 (al netto dell'IVA) in rapporto al valore totale degli acquisti effettuati nello stesso anno:

Scegliere solo una risposta

1 Meno dell'1%	2 Tra l'1% e meno del 5%	3 Tra il 5% e meno del 10%	4 Tra il 10% e meno del 25%	5 Tra il 25% e meno del 50%	6 Tra il 50% e meno del 75%	7 Dal 75% al 100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

G13 Indicare attraverso quale strumento di acquisto elettronico l'impresa ha effettuato ordinazioni di prodotti o servizi:

Rispondere ad ogni riga

	Sì	No
a. Tramite siti web applicazioni web o <i>app</i> di imprese venditrici, siti web o <i>app</i> di intermediari (web shop, ecommerce marketplace).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Tramite scambi elettronici di dati in un formato stabilito.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

²³ Siti web o *app* di intermediari come ad esempio eBay, Amazon, Booking, Zalando, Groupon, Expedia, eDreams, Trivago, ItalianModa, eprocurement (Consp), Alibaba, Rakuten, Spreadshirt, Etsy, altre piattaforme di shopping online.

G14 Indicare l'area geografica dei venditori da cui, nel corso del 2016, l'impresa ha effettuato acquisti elettronici di prodotti o servizi (attraverso siti web o applicazioni web - *app* - di imprese venditrici, siti web o *app* di intermediari - web shop, ecommerce marketplace- o tramite altri scambi elettronici di dati in un formato stabilito) :

Rispondere ad ogni riga

	Sì	No
a. Italia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Paesi dell'Unione Europea (esclusa l'Italia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Resto del mondo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paesi UE28: Austria , Belgio , Bulgaria , Cipro , Croazia , Danimarca , Estonia , Finlandia , Francia , Germania , Grecia , Irlanda , (Italia), Lettonia , Lituania , Lussemburgo , Malta , Paesi Bassi , Polonia , Portogallo , Regno Unito , Repubblica Ceca , Romania , Slovacchia , Slovenia , Spagna , Svezia , Ungheria.

Sezione H DETERMINANTI DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELL'IMPRESA

E' opportuno che questa sezione venga compilata da chi conosce le scelte dell'impresa in materia di digitalizzazione. Nelle piccole imprese questa figura può coincidere con l'imprenditore mentre nelle più grandi è importante che, chi risponde, non riporti una opinione personale ma le scelte fatte e la visione dell'impresa in merito all'adozione delle tecnologie informatiche anche se queste sono state decise da altri nell'impresa oppure da un'altra impresa del gruppo di appartenenza.

H1 Indicare se negli ultimi tre anni (2014-2016) l'impresa ha effettuato acquisti di beni o servizi relativi alle seguenti aree tecnologiche da utilizzare per le proprie attività:

Rispondere ad ogni riga

	SÌ	NO
a. Soluzioni di "Internet delle cose" o IoT (ad es. Rfid, sensori, oggetti connessi) ²⁴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Stampa 3D ²⁵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Robotica (robot collaborativi interconnessi e programmabili) ²⁶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Cloud Computing (insieme di servizi informatici utilizzabili tramite Internet che consentono l'accesso a software, potenza di calcolo, capacità di memoria, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Applicazioni web o app (applicazioni accessibili via Internet comprese quelle gestionali)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Vendite online ²⁷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Social Media ²⁸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Big Data Analytics (uso di tecniche, tecnologie e software per l'analisi di grandi quantità di dati)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Realtà aumentata e realtà virtuale ²⁹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Sicurezza informatica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

²⁴ Si tratta di una possibile evoluzione dell'uso della Rete in cui gli oggetti (le "cose") si rendono riconoscibili e acquisiscono intelligenza grazie al fatto di poter comunicare dati su se stessi e accedere ad informazioni aggregate da parte di altri.

²⁵ Si intende la realizzazione di oggetti tridimensionali mediante produzione additiva, partendo da un modello 3D digitale. Il modello digitale viene prodotto con software dedicati e successivamente elaborato per essere poi realizzato, strato dopo strato, attraverso una stampante 3D.

²⁶ Si tratta di robot industriali di nuova generazione e robot di servizio; i primi sono pensati per lavorare insieme all'uomo e sono specializzati nello svolgimento di compiti specifici, sono controllati automaticamente e riprogrammabile in tre o più assi, possono essere sia fissi che mobili, sono impiegati in applicazioni di automazione industriale, spesso si tratta di lavori ripetitivi e usuranti che vengono affidati a un robot per aumentare l'efficienza della filiera produttiva (ad esempio saldatura robotizzata, taglio laser, verniciatura a spruzzo, ecc); i secondi hanno un certo grado di autonomia e sono in grado di operare in un ambiente complesso e dinamico che richiede l'interazione con persone, oggetti o altri dispositivi (ad esempio per la costruzione, la pulizia, il trasporto, sorveglianza, sicurezza, ecc.)

²⁷ Si tratta delle vendite effettuate tramite sito web o applicazioni (app) dell'impresa (includendo anche i siti web e le app delle altre imprese del gruppo di appartenenza e la rete extranet), attraverso altro sito web o app di un intermediario (web shop, ecommerce marketplace, ecc.); inoltre si includano anche le vendite effettuate attraverso scambi elettronici di dati ovvero di informazioni relative all'ordine in un formato stabilito che ne consenta il trattamento automatico (ad esempio EDIFACT, UBL-Universal Business Language, XML, ecc.).

²⁸ Si riferisce all'utilizzo, da parte dell'impresa rispondente di uno o più profili, account o licenze d'uso a seconda dei requisiti richiesti e della tipologia di social media utilizzato (Facebook, LinkedIn, MySpace, Google+, Xing, Viadeo, Yammer, Twitter, Tumblr, YouTube, Instagram, Pinterest, Flickr, Picasa, SlideShare, Wiki, ecc.).

²⁹ Si fa riferimento all'arricchimento della percezione sensoriale umana mediante informazioni, in genere manipolate e convogliate elettronicamente, che non sarebbero percepibili con i cinque sensi. Gli elementi che "aumentano" la realtà possono essere aggiunti attraverso un dispositivo mobile, come uno smartphone, con l'uso di un PC dotato di webcam o altri sensori, con dispositivi di visione (per es. occhiali a proiezione sulla retina), di ascolto (auricolari) e di manipolazione (quant) che aggiungono informazioni multimediali alla realtà già normalmente percepita.

H2 Indicare, tra le seguenti aree tecnologiche, quelle che potrebbero avere maggiore impatto sul miglioramento della competitività e lo sviluppo dell'impresa nel biennio 2017-2018:

Sono possibili fino a cinque risposte

- | | | |
|-------|--|--------------------------|
| a. | Soluzioni di 'Internet delle cose' o IoT (ad es. Rfid, sensori, oggetti connessi)..... | <input type="checkbox"/> |
| b. | Stampa 3D..... | <input type="checkbox"/> |
| c. | Robotica (robot collaborativi interconnessi e programmabili),..... | <input type="checkbox"/> |
| d. | Cloud Computing (insieme di servizi informatici utilizzabili tramite Internet che consentono l'accesso a software, potenza di calcolo, capacità di memoria, ecc.)..... | <input type="checkbox"/> |
| e. | Applicazioni web o app (applicazioni accessibili via Internet comprese quelle gestionali)..... | <input type="checkbox"/> |
| f. | Vendite online..... | <input type="checkbox"/> |
| g. | Social Media..... | <input type="checkbox"/> |
| h. | Big Data Analytics (uso di tecniche, tecnologie e software per l'analisi di grandi quantità di dati)..... | <input type="checkbox"/> |
| i. | Realtà aumentata e realtà virtuale..... | <input type="checkbox"/> |
| j. | Sicurezza informatica..... | <input type="checkbox"/> |
| k. | Altro..... | <input type="checkbox"/> |
| <hr/> | | |
| l. | Nessuna area tecnologica può avere impatto..... | <input type="checkbox"/> |
| m. | Non so..... | <input type="checkbox"/> |

H3 Indicare quali tra i seguenti fattori di digitalizzazione potrebbero maggiormente incidere positivamente sulla competitività e lo sviluppo dell'impresa nel biennio 2017-2018:

Sono possibili fino a tre risposte

- | | | |
|-------|---|--------------------------|
| a. | Infrastruttura e connessione in banda ultralarga..... | <input type="checkbox"/> |
| b. | Agevolazioni, finanziamenti, incentivi fiscali a sostegno della digitalizzazione..... | <input type="checkbox"/> |
| c. | Iniziative digitali della Pubblica Amministrazione..... | <input type="checkbox"/> |
| d. | Capacità di 'fare rete' attuando modelli di collaborazione con altre imprese e centri di ricerca per la digitalizzazione..... | <input type="checkbox"/> |
| e. | Inserimento/sviluppo di nuove competenze digitali..... | <input type="checkbox"/> |
| f. | Sviluppo di una strategia di digitalizzazione dell'impresa..... | <input type="checkbox"/> |
| g. | Altro..... | <input type="checkbox"/> |
| <hr/> | | |
| h. | Nessun fattore di digitalizzazione può incidere..... | <input type="checkbox"/> |
| i. | Non so..... | <input type="checkbox"/> |

Fac simile non utilizzabile per l'invio dei dati

SEZIONE I – NOTIZIE RELATIVE ALLA COMPILAZIONE

INFORMAZIONI SUL COMPILATORE a cui l'ISTAT potrà rivolgersi per chiarimenti sulle risposte date al questionario

E' possibile indicare al massimo tre compilatori

Nome e cognome compilatore

Ufficio di appartenenza

Telefono Fax

E-mail@.....

Sito web dell'impresa

INFORMAZIONI SULLA COMPILAZIONE

1. Indicare quante persone sono state coinvolte per rispondere ai quesiti:

2. Indicare, tra le seguenti, la classe di tempo impiegato per reperire le informazioni necessarie alla compilazione del questionario:

Scegliere solo una risposta

1	2	3	4	5	6	7	8
Fino a 15 minuti	Più di 15 minuti - Fino a mezz'ora	Più di mezz'ora - fino a 1 ora	Più di 1 ora - fino a 2 ore	Più di 2 ore - fino a 3 ore	Più di 3 ore - fino a 10 ore	Più di 10 ore - fino a 30 ore	Oltre 30 ore
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 Indicare se e quali difficoltà ha incontrato nella compilazione del questionario:

È possibile più di una risposta

- a) problemi tecnici o informatici
- b) difficoltà nello spostamento tra sezioni del questionario
- c) elevato numero di quesiti
- d) quesiti non sufficientemente chiari
- e) scarsità delle informazioni a supporto della comprensione dei quesiti
- f) eccessiva differenza tra le informazioni richieste e quelle disponibili nell'impresa
- g) non si è riscontrata alcuna difficoltà

4. Indicare eventuali ulteriori commenti, suggerimenti connessi alla compilazione del questionario: