

RILEVAZIONE STATISTICA SULL'INNOVAZIONE NELLE IMPRESE ANNI 2010-2012

Il questionario raccoglie informazioni sulle **innovazioni introdotte** e le **attività innovative svolte** dall'impresa nel triennio 2010-2012.

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 e 7 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

NOTIZIE RELATIVE AL COMPILATORE

Nome del compilatore:		
Ruolo del compilatore:		
Presidente C.d.A./Amministratore unico <input type="checkbox"/>	Direttore/Dirigente <input type="checkbox"/>	Imprenditore/Titolare <input type="checkbox"/>
Funzionario/Impiegato <input type="checkbox"/>	Socio <input type="checkbox"/>	Altro <input type="checkbox"/>
Ufficio di appartenenza:		
Telefono1:...../.....		
Telefono2:...../.....		
Fax:...../.....		
E-mail:.....@.....		
Indirizzo Internet:		

Per informazioni rivolgersi a:

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

Tel: 06. 4673.6137-6152-6229

Fax: 06 4667.8162

E-mail: cis2012@istat.it

1. INFORMAZIONI GENERALI SULL'IMPRESA

1.1 Nel 2012 l'impresa fa 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:

A. In Italia

☐

B. All'estero

☐

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 Nel corso del triennio 2010-2012 l'impresa:

Sì

No

A. Si è fusa con altre imprese o ha acquisito altre imprese

☐☐

B. Ha venduto, cessato o esternalizzato attività, mansioni o funzioni aziendali

☐☐

C. Ha creato nuove unità produttive in Italia o in altri Paesi europei (*)

☐☐

D. Ha creato nuove unità produttive in Paesi extra-europei

☐☐

(*) Sono inclusi i paesi membri dell'UE e i paesi associati: Albania, Austria, Belgio, Bosnia-Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Kosovo, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Malta, Montenegro, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Serbia, Slovenia, Slovacchia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria.

1.5 Indicare il **fatturato lordo totale (al netto dell'IVA)** dell'impresa nel 2010 e nel 2012 (*) (i valori vanno espressi in euro e arrotondati alla cifra intera).

2010

2012

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(*) 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

1.6 Indicare il numero medio annuo degli addetti dell'impresa nel 2010 e nel 2012 (*) (i valori vanno arrotondati alla cifra intera).

2010

2012

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(*) 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.

1.7 Indicare la percentuale di addetti in possesso di un diploma universitario o di un diploma di laurea nel 2012. (*)

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.

1.8 Su quali mercati l'impresa ha venduto i suoi prodotti e/o servizi nel triennio 2010-2012?*Sono possibili più risposte*

Sì No

A. Regione di residenza dell'impresa

☐☐

B. Altre regioni del territorio nazionale (differenti da quella in cui è residente l'impresa)

☐☐

C. Stati membri UE, paesi candidati UE, paesi EFTA (*)

☐☐

D. Altri paesi

☐☐

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

1.9 Quale tra i mercati sopra indicati ha avuto il maggior peso in termini di fatturato nel triennio 2010-2012?(Indicare **solo una** delle modalità di risposta del quesito 1.8) **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.

- Le innovazioni di prodotto e servizio non devono necessariamente consistere in prodotti o servizi nuovi per il mercato in cui opera l'impresa; ma è sufficiente che siano prodotti e servizi innovativi per l'impresa che li introduce.
- Le innovazioni di prodotto e servizio possono essere sviluppate dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni.

2.1 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha introdotto innovazioni di prodotto (prodotti nuovi o significativamente migliorati)?

Vanno esclusi: i cambiamenti e le novità di natura puramente estetica; la semplice rivendita di prodotti innovativi acquistati da altre imprese

Sì

☐

No

☐**2.2 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha introdotto innovazioni di servizio (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 2010-2012? *Sono possibili più risposte*

	Innovazioni di prodotto 1	Innovazioni di servizio 2
A. L'impresa stessa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. L'impresa stessa in collaborazione con altre imprese o istituzioni (*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. L'impresa stessa adattando o modificando prodotti o servizi originariamente sviluppati da altre imprese o istituzioni (*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Altre imprese o istituzioni (*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

2.4 Le innovazioni di prodotto o servizio introdotte nel triennio 2010-2012 hanno riguardato *(sono possibili più risposte)*:

	Sì	No
A. Prodotti o servizi nuovi (o significativamente migliorati) per il mercato di riferimento dell'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Sono innovazioni di prodotto o servizio <u>introdotte per la prima volta sul mercato</u> dall'impresa rispondente (cioè, non lanciate sul mercato da imprese concorrenti). Tali innovazioni possono comunque essere già presenti in mercati differenti da quelli in cui opera l'impresa rispondente.</i>		
B. Prodotti o servizi nuovi (o significativamente migliorati) solo per l'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Sono innovazioni di prodotto o servizio <u>già presenti sul mercato</u> in cui opera l'impresa rispondente in quanto introdotte precedentemente da imprese concorrenti. Sono, pertanto, prodotti o servizi nuovi (o significativamente migliorati) rispetto alla gamma dei prodotti e/o servizi precedentemente venduti sul mercato dall'impresa rispondente.</i>		

2.5 Quale percentuale del fatturato totale dell'impresa del 2012 è attribuibile alle seguenti categorie di prodotti o servizi introdotti sul mercato nel triennio 2010-2012: *(utilizzare le definizioni riportate nel quesito 2.4)*

A. Prodotti o servizi nuovi (o significativamente migliorati) per il mercato di riferimento	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
B. Prodotti o servizi nuovi (o significativamente migliorati) solo per l'impresa	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
C. Prodotti o servizi non modificati, o modificati solo marginalmente (compreso la rivendita di nuovi prodotti acquistati da altre imprese)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %

Fatturato totale 2012 di cui al punto 1.5 1 0 0 %

2.6 Tra le innovazioni di prodotto o servizio introdotte dall'impresa nel triennio 2010-2012, è presente almeno un prodotto o servizio introdotto per la prima volta:

	Sì	No	Non so
A. in Italia	<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"/>

Se è stata fornita una risposta positiva al quesito 2.6C, proseguire nella compilazione. Altrimenti, passare alla sezione 3.

2.7 Indicare la quota del fatturato totale del 2012 attribuibile ai prodotti introdotti per la prima volta a livello mondiale (non può essere superiore alla quota di fatturato derivante da prodotti nuovi per il mercato riportata nel quesito 2.5A):

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| A. Meno dell'1% | <input type="checkbox"/> |
| B. Dall'1% a meno del 5% | <input type="checkbox"/> |
| C. Dal 5% a meno del 10% | <input type="checkbox"/> |
| D. Dal 10% a meno del 25% | <input type="checkbox"/> |
| E. 25% e oltre | <input type="checkbox"/> |
| F. Non so | <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.

- *Le innovazioni di processo non devono necessariamente consistere in processi nuovi per il mercato in cui opera l'impresa ma è sufficiente che siano processi innovativi per l'impresa che l'introduce.*
- *Le innovazioni di processo possono essere sviluppate dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni.*
- *Le innovazioni di processo escludono le innovazioni di carattere puramente organizzativo – rilevate dalla Sezione 8.*

3.1 Nel triennio 2010-2012 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 ---- nuovi (o significativamente migliorati)? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C. Attività di 'supporto alla produzione' nuove (o significativamente migliorate), quali le attività di manutenzione, la gestione degli acquisti, i sistemi informatici, le attività amministrative e 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 2010-2012? *Sono possibili più risposte*

- | | |
|--|--------------------------|
| A. L'impresa stessa | <input type="checkbox"/> |
| B. L'impresa stessa in collaborazione con altre imprese o istituzioni (*) | <input type="checkbox"/> |
| C. L'impresa stessa adattando o modificando processi originariamente sviluppati da altre imprese o istituzioni (*) | <input type="checkbox"/> |
| D. Altre imprese o istituzioni (*) | <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 2010-2012, 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, servizio o processo. Comprendono: la ricerca e sviluppo (R&S), inclusa la ricerca di base; l'acquisto di macchinari, attrezzature, fabbricati, software e licenze necessari per lo sviluppo o l'implementazione di innovazioni di prodotto, servizio o processo; la progettazione, l'ingegnerizzazione e le altre attività preliminari allo sviluppo di innovazioni di prodotto, servizio o processo; la formazione del personale necessario per l'introduzione delle suddette innovazioni; il marketing di prodotti e servizi innovativi.

4.1 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha svolto attività innovative che non si sono concluse con l'introduzione di nuovi prodotti, servizi o processi 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 2012	<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. ATTIVITÀ E SPESE DI INNOVAZIONE

5.1 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha svolto una o più delle seguenti attività?

A.1 Ricerca e sviluppo sperimentale svolta all'interno dell'impresa (R&S intra muros)	Complesso di lavori creativi intrapresi sia per accrescere l'insieme delle conoscenze, sia per utilizzare dette conoscenze per nuove applicazioni (include lo sviluppo di software destinati a queste attività). Sono comprese le sole attività svolte dalle imprese con proprio personale e con proprie attrezzature	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
A.2 Se sì, l'attività di R&S nel triennio 2010-2012 è stata svolta prevalentemente su base: 1. Sistemica (l'impresa dispone di personale interno impegnato stabilmente nelle attività di R&S) <input type="checkbox"/> 2. Occasionale (l'attività di R&S è svolta solo quando è necessaria) <input type="checkbox"/>			
B. Acquisizione di servizi di Ricerca e Sviluppo Sperimentale (R&S extra muros)	Attività di ricerca e sviluppo sperimentale (R&S) commissionata ad altre imprese (anche dello stesso gruppo) o a altre istituzioni (pubbliche o private) di ricerca	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
C. Acquisizione di macchinari, attrezzature, software, fabbricati finalizzati all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio o processo	Acquisizione di macchinari, attrezzature, software e fabbricati finalizzati all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio o processo	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
D. Acquisizione di conoscenza da altre imprese o istituzioni (know-how, lavori protetti da diritto d'autore, innovazioni brevettate e non brevettate, ecc.)	Acquisizione di conoscenza da altre imprese e istituzioni finalizzata allo sviluppo di innovazioni di prodotto, servizio o processo	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
E. Progettazione (design)	Attività di progettazione tecnica ed estetica dei nuovi prodotti e servizi, svolte all'interno o acquisite all'esterno. Sono escluse quelle attività di progettazione già considerate nella R&S	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
F. Formazione per le attività innovative	Attività di formazione del personale necessarie per l'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo. Comprendono sia le attività svolte internamente all'impresa sia i servizi di formazione acquisiti all'esterno	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
G. Marketing di nuovi prodotti e servizi	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. Sono incluse sia le attività svolte all'interno sia i servizi acquisiti all'esterno	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
H. Altre attività innovative	Altre attività preliminari alla realizzazione di innovazioni di prodotto, servizio e processo (svolte all'interno o acquisite all'esterno), quali studi di fattibilità, attività di verifica e collaudo, ingegnerizzazione industriale, ecc. Sono incluse sia le attività svolte all'interno sia i servizi acquisiti all'esterno.	Sì <input type="checkbox"/>	No <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 unicamente nel 2012. *Le voci di spesa 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, software, fabbricati).*

Attività di innovazione	<u>Spesa sostenuta nel 2012</u> <i>I valori vanno espressi in euro e arrotondati alla cifra intera. Si prega di riportare '0' se l'impresa non ha sostenuto spese per l'innovazione nel 2012. In assenza di dati contabili puntuali, si prega di effettuare una stima.</i>
A. Ricerca e sviluppo sperimentale svolta all'interno dell'impresa (R&S intra muros). Sono incluse anche le spese sostenute per l'acquisto di aree ed immobili, di impianti, macchine e attrezzature, di software (incluse le licenze d'uso) direttamente connessi allo svolgimento dell'attività di ricerca.	<div></div>
B. Acquisizione di servizi di R&S (R&S extra muros) Vanno escluse da questa voce le spese che si configurano come semplice acquisto di servizi o di beni capitali necessari per lo svolgimento della propria attività di ricerca.	<div></div>
C. Acquisizione di macchinari, attrezzature, fabbricati, software Comprendono tutte le spese lorde annuali sostenute per l'acquisto di beni capitali impiegati nelle attività di innovazione di prodotto servizio o processo.	<div></div>
D. Acquisizione di conoscenza da altre imprese o istituzioni (know-how, lavori protetti da diritto d'autore, invenzioni brevettate e non brevettate, ecc.) Sono incluse le spese lorde annuali sostenute per l'acquisto di brevetti, invenzioni non brevettate, licenze, know-how, marchi, progetti e servizi tecnici di consulenza (con l'esclusione di quelli relativi alla R&S), connessi alla introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo.	<div></div>
E. Attività di progettazione (design) Spese sostenute per la progettazione tecnica ed estetica di nuovi (o significativamente migliorati) prodotti e servizi e che non sono incluse nelle spese di R&S.	<div></div>
F. Formazione per le attività innovative, marketing di nuovi prodotti/servizi e altre attività innovative Comprende le spese per: <ul style="list-style-type: none"> • le attività di formazione (svolte con risorse interne o acquisite all'esterno) legate all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio e processo; • il lancio sul mercato di nuovi prodotti e servizi, comprese le ricerche preliminari di mercato, i test di mercato e la pubblicità di lancio; • le altre attività necessarie alla realizzazione di innovazioni di prodotto, servizio o processo non incluse nelle voci precedenti. Sono compresi gli studi di fattibilità, le attività di verifica e collaudo, l'ingegnerizzazione industriale, ecc. 	<div></div>
Totale	<div></div>

5.3 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha ricevuto da una delle seguenti istituzioni pubbliche qualche forma di sostegno pubblico per le attività di innovazione svolte? *Devono essere considerati i contributi in conto capitale, i contributi in conto interessi, i finanziamenti agevolati, i crediti di imposta, i bonus fiscali. Sono escluse le attività di innovazione e ricerca commissionate dal solo settore pubblico.*

	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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Unione Europea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. In caso di sostegno da parte dell'Unione Europea, l'impresa ha partecipato al Settimo 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 Nel triennio 2010-2012 quale importanza hanno avuto le seguenti fonti di informazione per le attività di innovazione svolte dall'impresa? Per ciascun punto, si prega di fare una valutazione complessiva in presenza di più attività di innovazione svolte. Indicare "fonte non utilizzata" se nessuna informazione è stata ottenuta da quella fonte.

Fonte di informazione	Grado di importanza			Fonte non utilizzata
	Alto	Medio	Basso	
A. Fonti interne all'impresa o ad altre imprese del gruppo	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
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 privati (*)	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
D. Clienti pubblici	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
E. 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"/>
F. Consulenti e laboratori privati	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
G. Università o altri istituti di istruzione superiore	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
H. Istituti di ricerca pubblici o privati	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
I. Conferenze, mostre, fiere	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
L. Riviste scientifiche e pubblicazioni tecniche e commerciali	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
M. Associazioni di categoria	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>

(*) ne fanno parte le amministrazioni pubbliche, centrali e locali, gli enti ed organismi pubblici territoriali e non, le scuole, la sanità, le imprese pubbliche, le aziende municipalizzate, ecc.

6.2 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha definito accordi di cooperazione, relativamente ad attività di innovazione, con altre imprese o istituzioni?

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

Sì ☐ No ☐

**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 privati	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
D. Clienti pubblici (**)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
E. 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"/>
F. Consulenti e laboratori privati	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
G. 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"/>
H. Istituti di ricerca pubblici	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

(*) Ne fanno parte le amministrazioni pubbliche centrali e locali, gli enti ed organismi pubblici territoriali e non, le scuole, le imprese pubbliche, le aziende municipalizzate, ecc.

(**) Sono inclusi: Albania, Austria, Belgio, Bosnia-Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Kosovo, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Malta, Montenegro, 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. INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ'

7.1 Quanto sono stati efficaci i seguenti strumenti/metodi nel mantenimento o rafforzamento dei vantaggi competitivi dell'impresa connessi alle innovazioni di prodotto o processo introdotte nel triennio 2010-2012?

	Grado di efficacia			Strumento/ metodo non utilizzato
	Alto	Medio	Basso	
A. Brevetti per invenzioni industriali	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
B. Brevetti per modelli di utilità	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
C. Registrazione di disegni o modelli	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
D. Diritti d'autore	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
E. Marchi industriali, commerciali e di servizio	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
F. Vantaggi derivanti dall'introduzione sul mercato di un nuovo prodotto o servizio prima delle imprese concorrenti (<i>lead-time</i>)	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
G. Complessità dei beni o servizi	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
H. Segreto industriale (inclusi gli accordi di divulgazione)	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>

8. 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.

Le innovazioni organizzative sono il risultato di decisioni strategiche prese a livello di management aziendale.

Escludono qualsiasi tipo di fusione o acquisizione aziendale.

8.1 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha introdotto una o più delle seguenti innovazioni organizzative?

Sono possibili più risposte

	Sì	No
A. Nuove pratiche di organizzazione aziendale , 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 metodi di organizzazione del lavoro 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 strategie organizzative nelle relazioni pubbliche 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"/>

9. INNOVAZIONI DI MARKETING

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

Le innovazioni di marketing 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.

9.1 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha introdotto una o più delle seguenti innovazioni di marketing?

Sono possibili più risposte

	Sì	No
A. Modifiche significative nelle caratteristiche estetiche dei prodotti o nel confezionamento 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 promozione pubblicitaria (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 posizionamento di prodotti e servizi 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 politiche dei prezzi 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"/>

10. INNOVAZIONE E CONTRATTI PUBBLICI DI FORNITURA E SERVIZI

10.1 Nel triennio 2010-2012 l'impresa ha stipulato qualche contratto pubblico di fornitura o di servizi con:

A. Istituzioni pubbliche (*) nazionali

Sì ☐ No ☐

B. Istituzioni pubbliche (*) estere

Sì ☐ No ☐

(*) *Ne fanno parte le amministrazioni pubbliche, centrali e locali, gli Enti ed organismi pubblici territoriali e non, le scuole, la sanità, le imprese pubbliche, le aziende municipalizzate, ecc.*

In caso di risposta negativa al quesito 10.1, passare alla sezione 11.

Altrimenti, proseguire nella compilazione.

10.2 L'impresa ha svolto attività innovative a seguito della stipula di contratti pubblici di fornitura o di servizi nel triennio 2010-2012? *(vanno considerate tutte attive relative a innovazioni di prodotto, processo, organizzative, di marketing)*

Nel caso di più contratti pubblici,
sono possibili più risposte

A. Sì, e l'innovazione era prevista dal contratto

☐

B. Sì, ma l'innovazione non era prevista dal contratto

☐

C. No

☐

11. OBIETTIVI E STRATEGIE DELL'IMPRESA

11.1 Nel triennio 2010-2012 quale importanza hanno avuto per l'impresa i seguenti obiettivi? *(si prega di fare una valutazione dei diversi obiettivi indicati indipendentemente dal loro effettivo raggiungimento):*

Obiettivo	Grado di importanza			
	Alto	Medio	Basso	Nulla
A. Crescita del fatturato	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
B. Aumento della quota di mercato	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
C. Riduzione dei costi	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
D. Incremento dei margini di profitto	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>

11.2 Nel triennio 2010-2012 quale importanza hanno avuto per l'impresa le seguenti strategie aziendali?

Strategia aziendale	Grado di importanza			
	Alto	Medio	Basso	Nulla
A. Creazione di nuovi mercati in Europa	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
B. Creazione di nuovi mercati nel resto del mondo	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
C. Riduzione dei costi operativi interni	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>
D. Riduzione dei costi operativi esterni per acquisto di materiali e servizi	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	0 <input type="checkbox"/>

E. Introduzione di innovazioni di prodotto o servizio

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

F. Potenziamento del marketing aziendale

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

G. Aumento della flessibilità o del tempismo nell'organizzazione aziendale

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

H. Costruzione di alleanze con altre imprese o organizzazioni

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

11.3 Nel triennio 2010-2012 quale importanza hanno avuto i seguenti fattori di ostacolo nell'impedire il perseguimento degli obiettivi aziendali?

Fattore di ostacolo

Grado di importanza

Alto Medio Basso Nullo

A. Forte concorrenza basata sul prezzo

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

B. Forte concorrenza basata sulla qualità del prodotto, il marchio, la reputazione dell'impresa

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

C. Carenza della domanda

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

D. Innovazioni già introdotte sul mercato dai concorrenti

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

E. Mercati dominati da imprese concorrenti

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

F. Mancanza di personale qualificato

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

G. Mancanza di adeguate risorse finanziarie

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

H. Elevati costi d'accesso ai nuovi mercati

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

I. Elevati oneri amministrativi e burocratici

3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 0 ☐

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

Giorni Ore Minuti

Note