

Inchiesta 2013

Attività d'innovazione nell'economia svizzera

- Tutti i dati saranno trattati con la massima riservatezza
- Le risposte si riferiscono all'impresa localizzata in Svizzera, se non specificato altrimenti
- Per maggiori dettagli fare riferimento alle spiegazioni
- Si prega di contrassegnare la casella corrispondente (☒) o inserire il valore
- Per la risposta il questionario è munito d'indirizzo di ritorno sull'ultima pagina

Prego restituire il questionario entro il:

15 maggio 2013

(Vi preghiamo di restituire il questionario anche se non fosse possibile rispondere a tutte le domande o fornire delle informazioni precise)

1. Dati relativi all'impresa e alla posizione nel mercato

1.1 **Anno di fondazione** dell'impresa (senza tenere conto di cambiamenti di status puramente giuridici):

--	--	--	--	--

7

1.2 La vostra impresa è **controllata a maggioranza da capitale straniero**:

11 sì no

a) Se **sì**: indicare il paese: _____

b) Se **no**: la vostra impresa fa parte di un gruppo di imprese?

36 sì no

1.3 a) Numero degli **occupati** in Svizzera: (incl. apprendisti, convertire gli impieghi a tempo parziale in **impieghi a tempo pieno**):

fine 2010

--	--	--	--	--

37

fine 2012

--	--	--	--	--

42

b) Numero effettivo degli **occupati** in Svizzera (**senza convertire** gli impieghi a tempo parziale in impieghi a tempo pieno):

fine 2010

--	--	--	--	--

47

fine 2012

--	--	--	--	--

52

1.4 Alla fine del 2012 la quota delle seguenti **categorie del personale** sul totale degli occupati in Svizzera ammontava al (convertire gli impieghi a tempo parziale in impieghi a tempo pieno):

- universitari

--	--	--	--

 %
57
- persone con un titolo di studio superiore all'apprendistato

--	--	--	--

 %
- persone qualificate (AFC)

--	--	--	--

 %
- persone semiqualficate e non qualificate

--	--	--	--

 %
- apprendisti

--	--	--	--

 %
69

Totale degli occupati

1	0	0
---	---	---

 %

1.5 **Fatturato** dell'impresa localizzata in Svizzera nel 2010 (IVA esclusa):

(banche: ricavo da interessi, ricavo commerciale e ricavo da commissioni/servizi;
assicurazioni: premi lordi - pagamenti lordi per sinistri + ricavo netto da investimento di capitali; agenzie di consulenza ecc.: ricavo lordo da compensi)

2010: CHF

--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

72

2012: CHF

--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

83

1.6 La vostra impresa **esporta merci/servizi**:

(Spiegazione: l'esportazione di servizi include anche i servizi prestati a clienti stranieri in Svizzera, come p. es. soggiorni in albergo)

94 sì no

Se sì:

a) quota delle **esportazioni** sul fatturato 2012: %
95

b) **mercato dell'esportazione** (sono possibili più risposte):

UE USA Asia Altro
98 101

c) **principale mercato di esportazione** (possibile una sola risposta): 102 UE USA Asia Altro

1.7 Quota delle **spese del personale** sul fatturato del 2012:

%
103

1.8 Quota delle spese sostenute per l'**acquisto di merci e servizi** (IVA esclusa) sul fatturato del 2012:

Vanno prese in considerazione spese per:

- a) merci (materie prime, prodotti intermedi/semilavorati, ecc.) e
b) servizi di banche, assicurazioni, uffici EDP, telecomunicazione, ecc., **però escluse spese per beni d'investimento**

%
106

1.9 a) **Investimenti lordi 2012** (IVA esclusa; all'occorrenza indicare valore di stima):

(Spiegazione: investimenti in edifici aziendali di uso proprio (nuove costruzioni, ristrutturazioni, rinnovamenti ecc.), investimenti per impianti e attrezzature (mezzi di trasporto, macchinari, apparecchiature, arredamento per ufficio, ecc.) e investimenti in software)

2010: CHF
109

2012: CHF
120

b) Nel 2012 la vostra impresa ha effettuato **investimenti all'estero?**

131 sì no

1.10 Evoluzione nel medio periodo della **domanda** nel **mercato di sbocco**:

	forte riduzione			forte aumento	
	-2	-1	0	+1	+2
- nel periodo 2010-2012	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- nel periodo 2013-2015	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

133

1.11 Numero dei **concorrenti nazionali ed esteri più importanti** sul **principale mercato** di sbocco:

134 fino a 5 6 a 10 11 a 15 16 a 50 più di 50

1.12 Quali aspetti **caratterizzano la concorrenza** sul **mercato di sbocco principale**:

	nessuna importanza			molto importante	
	1	2	3	4	5
- il comportamento dei concorrenti è difficilmente prevedibile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- elevato pericolo che nuovi concorrenti entrino nel mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- la tecnologia di produzione si evolve rapidamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- i prodotti/servizi sono velocemente superati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- i prodotti della concorrenza sono facilmente sostituiti ai nostri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- l'evoluzione della domanda è difficilmente prevedibile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

140

1.13 Valutazione dell'**intensità di concorrenza** sul **principale mercato di sbocco** riguardo a:

	molto debole			molto forte	
	1	2	3	4	5
- prezzo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- fattori concorrenziali non legati al prezzo:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(p. es. differenziazione dei prodotti, lancio frequente di nuovi prodotti, vantaggio tecnico, flessibilità riguardo alle richieste dei clienti, prestazioni di servizi)

142

2. Attività d'innovazione:

Ai fini della compilazione della sezione seguente considerate che per **prodotti** si intendono sia **beni** che **servizi**.

2.1 Introduzione d'innovazione di prodotto

Spiegazioni:

Le **innovazioni di prodotto** riguardano prodotti tecnicamente nuovi o sostanzialmente migliorati dal punto di vista dell'impresa. Sono cioè prodotti che, per la loro modalità d'impiego, la loro qualità o per gli elementi fisici o interattivi utilizzati nella loro produzione, sono da considerarsi nuovi o fondamentalmente migliorati.

Non sono da considerare innovazioni di prodotto modificazioni di carattere puramente estetico (per esempio nuovo colore o styling). Non devono essere considerate innovazioni di prodotto nemmeno quelle variazioni di prodotto, realizzate per esempio su richiesta della clientela, le quali non hanno modificato i tratti fondamentali e le caratteristiche d'impiego del prodotto.

(Settore del commercio: innovazioni di prodotto sono novità nella distribuzione, ma non innovazioni dei prodotti venduti).

- a) Nel periodo 2010-2012 la vostra impresa ha introdotto delle **innovazioni di prodotto**? 163 sì no

Se non è stata introdotta **nessuna innovazione di prodotto**, si prega di **passare alla domanda 2.2**.

- b) Le innovazioni di prodotto **sono**:
(sono possibili più risposte)
- prodotti fisici (incl. software)
 - servizi 145
- c) Chi ha **sviluppato** le innovazioni di prodotto introdotte?
(sono possibili più risposte)
- principalmente altre imprese/istituzioni
 - la vostra impresa in collaborazione ad altre imprese/istituzioni
 - principalmente la vostra impresa
 - la vostra impresa tramite la modifica dei prodotti di altre imprese 149

- d) Nel 2012 il fatturato della vostra impresa si è distribuito sui seguenti **tipi di prodotto**:

- **nuovi prodotti** introdotti dall'inizio del 2010 %
- **prodotti notevolmente migliorati** dall'inizio del 2010 %
- prodotti **non modificati** o **modificati solo marginalmente** dall'inizio del 2010 %

Fatturato totale

%

- e) Tra le innovazioni introdotte dall'inizio del 2010 ci sono state delle **novità di mercato**? (Si tratta di prodotti che la vostra impresa ha inserito per **prima sul mercato**, first mover) 159 sì no

Se **sì**: indicare la quota sul fatturato 2012 delle **novità di mercato** introdotte dall'inizio del 2010: %

- f) Tra le innovazioni vi erano delle **novità per i mercati globali**? 163 sì no

Se **sì**: indicare la quota sul fatturato 2012 delle **novità di mercato globale** dall'inizio del 2010:

%

2.2 Introduzione d'innovazione di processo

Spiegazioni:

Le **innovazioni di processo** riguardano l'impiego da parte dell'impresa di tecniche di produzione e lavorazione nuove o sostanzialmente migliorate per la produzione di merci o servizi. L'innovazione di processo che modifica anche il prodotto è da considerare come innovazione di processo quando l'obiettivo principale è l'aumento dell'efficienza.

Nuovi processi di produzione, da voi sviluppati e venduti ad altre imprese, vanno considerati quali innovazioni di prodotto. Le modifiche nell'organizzazione e nel management non sono da considerare come innovazioni di processo.

- a) Nel periodo 2010-2012 la vostra impresa ha introdotto delle **innovazioni di processo**? 167 sì no

Se non è stata introdotta **nessuna innovazione di processo**, si prega di **passare alla domanda 2.3**.

- b) Le innovazioni di processo **sono**:
(sono possibili più risposte)
- processi di produzione e prestazioni di servizi
 - processi logistici, modalità di distribuzione e di consegna
 - processi di supporto
(p. es. manutenzione, sistemi di fatturazione) 170
- c) Chi ha **sviluppato** le innovazioni di processo introdotte?
(sono possibili più risposte)
- principalmente altre imprese/istituzioni
 - la vostra impresa in collaborazione ad altre imprese/istituzioni
 - principalmente la vostra impresa
 - la vostra impresa tramite la modifica dei processi di altre imprese 174

- d) Hanno tali innovazioni determinato una **sostanziale riduzione dei costi medi di produzione**? 175 sì no

Se **sì**: la riduzione dei costi 2012 ammontava al:

%

- 2.3 Nel periodo 2010-2012 ci sono stati progetti di innovazione nella vostra impresa, che **non sono stati conclusi** o che sono stati **interrotti del tutto**? 179 sì no

Se avete risposto '**no**' alla **domanda 2.3** e risposto '**no**' alle domande **2.1a** e **2.2a**, si prega di passare alla **domanda 7.2**

10. Innovazione organizzativo-gestionale

10.1 L'innovazione organizzativa nel periodo 2010-2012

Spiegazione:

Per **innovazione organizzativa** s'intende l'introduzione di una nuova procedura, metodi o concezione, che l'impresa **finora non aveva ancora adottato**. L'innovazione organizzativa è il risultato delle decisioni della direzione. Cambiamenti organizzativi derivanti dalla compravendita d'impresе o sedi **non** sono da considerarsi innovazioni organizzative.

- introduzione di nuovi metodi per l'organizzazione di **processi gestionali** sì no
(p. es. gestione della qualità, management della conoscenza, supply chain management, lean production) 351
- Introduzione di nuovi **processi di organizzazione lavorativa** sì no
(p. es. decentramento, job rotation, teamwork, riorganizzazione dei reparti dell'azienda)
- introduzione di nuovi **processi per le collaborazioni** - con imprese ed istituzioni sì no
(p. es. accordi, collaborazioni, customer relationship management, integrazione dei fornitori)

10.2 L'innovazione di marketing nel periodo 2010-2012

Spiegazione:

Per **innovazione di marketing** s'intende l'esecuzione di **un nuovo metodo di vendita** che l'impresa **finora non aveva ancora adottato** nella sua promozione ed estensione delle attività. Fluttuazioni stagionali e cambiamenti consueti degli strumenti di marketing **non** sono da considerarsi innovazioni di marketing.

- introduzione di significativi cambiamenti nel **design** dei prodotti/servizi (incl. packaging) sì no
(p. es. nuovo design) 354
- introduzione di nuove **tecniche** resp. **media di promozione dei prodotti**, introduzione di marchi sì no
(p. es. utilizzo per la prima volta dei nuovi media, di marchi, di sistemi di fidelizzazione)
- introduzione di nuovi **canali di estensione** (incl. nuove forme per la **presentazione** di prodotti/servizi) sì no
(p. es. introduzione del direct marketing/marketing diretto, e-commerce, franchising)
- introduzione di nuove **forme di politiche di prezzo** sì no
(p. es. introduzione di sistemi sia per la differenziazione di prezzo che di sconto) 357

11. Ostacoli all'innovazione

11.1 Nei seguenti ambiti avete incontrato **ostacoli** alle vostre attività di innovazione che hanno determinato **conseguenze negative rilevanti** per la realizzazione dei vostri progetti di innovazione nel periodo 2010-2012?

Spiegazione:

Conseguenze negative: rinuncia o interruzione di progetti pianificati, ritardi.

aspetti di costi/rischi:	poco	medio	molto	insignificante
- costo elevato dei progetti di innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 358
- periodo d'ammortamento delle innovazioni troppo lungo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- elevato rischio che l'innovazione venga imitata da altre imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- elevato rischio rispetto a				
- realizzabilità tecnica dell'innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- prospettive di mercato dell'innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
finanziamento:				
- mancanza di mezzi propri per i progetti di innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 363
- mancanza di mezzi da parte di terzi per i progetti di innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- carico fiscale elevato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mancanza di personale qualificato per:				
- ricerca e sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- produzione/commercializzazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- informatica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
informazioni carenti riguardo a:				
- livello raggiunto dallo sviluppo tecnologico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- possibilità di commercializzazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
resistenze alle nuove tecnologie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
problemi organizzativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
regolamentazione pubblica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 373
(p.es. difficoltà ad accedere al mercato dell'UE, legislazione sulla protezione ambientale, piano regolatore e norme edilizie)				
altro, ovvero:	_____			

12. Impatto della crisi finanziaria ed economica del 2008

12.1 La crisi economica del 2008 ha **colpito** la vostra impresa:

- no minimamente leggermente gravemente

374

Se avete risposto 'no', si prega di passare alla sezione 13
(Nuove forme di lavoro)

12.2 Quando è **terminata** la crisi per la vostra impresa?

- ³⁷⁵ nel primo semestre 2009
 nel secondo semestre 2009
 nel primo semestre 2010
 nel secondo semestre 2010
 dopo il 2010

12.3 Valutazione degli **effetti della crisi** per la vostra impresa:

	nessuno effetto	scarso effetto	medio effetto	elevato effetto
- diminuzione del fatturato svizzero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- diminuzione del fatturato estero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- diminuzione dell'utile o. aumento del passivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione del personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione degli investimenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione delle attività d'innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

381

12.4 Indicare l'importanza dei seguenti **fattori** per i **disagi della vostra impresa** durante la crisi:

	nessuna	poca	media	molta
fattori macroeconomici:				
- fluttuazione del cambio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- basso desiderio d'acquisti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- recessione globale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- concorrenza internazionale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- crollo dei prezzi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
problemi interni prima del 2008:				
- espansione aziendale tramite aggregazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- espansione aziendale con nuovi prodotti/ prestazioni di servizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- overinvestment immobiliare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- scarsa attività d'innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- mancato controllo dei costi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
operazioni di altre imprese durante la crisi:				
- approfondita competizione nei mercati di sbocco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- prodotti nuovi/innovativi da parte della concorrenza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- ritardo nel pagamento da parte dei clienti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione del limite di credito presso istituti di credito per l'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione del limite di credito presso istituti di credito per i clienti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

396

12.5 Indicare l'importanza dei seguenti **provvedimenti** che la vostra impresa ha adottato per **contrastare i disagi causati dalla crisi**:

	nessuna	poca	media	molta
accorgimenti finanziari:				
- aumento dei crediti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- cessione degli attivi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione dei dividendi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- rilascio di nuovi diritti di opzione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riposizionamento del debito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
decisioni strategiche:				
- core business	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- ribasso dei prezzi (in CHF)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- cambio di strategia di marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- fusione/acquisizione di altre imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- acquisizione da parte di altre imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- razionalizzazione di categorie di prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- apertura verso nuovi mercati esteri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- decentramento di attività all'estero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- rinuncia all'attività di innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- lancio di propositi d'innovazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
controllo dei costi:				
- chiusura di aziende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione del personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- introduzione del lavoro ad ore ridotte, incremento de lavoro part-time, recupero ore di straordinario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione della crescita dei salari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- riduzione dello stock	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- eliminazione di vecchi impianti di produzione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- risparmio nel "headquarter"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- outsourcing di prestazioni aggiuntive	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.6 In seguito alla crisi quali dei seguenti investimenti sono stati cancellati, rimandati o anticipati?				
	cancellati	rimandati	anticipati	invariati
Investimenti:				
- sui macchinari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- sugli immobili	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- nell'informatica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- in R&S	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- su innovazione di prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- su innovazione di processo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- formazione dei dipendenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- spese di pubblicità/marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

427

***** Vi ringraziamo per la vostra preziosa collaborazione *****

Persona di contatto dell'impresa: _____

Funzione/posizion: _____ Telefono: _____

E-Mail: _____

Osservazioni in merito all'inchiesta:

Contatto presso la KOF ETH:

Marius Ley 044 632 60 08
Flavio Schönholzer 044 632 40 75
E-Mail: inno@kof.ethz.ch

Indirizzo per la restituzione del questionario:

ETH Zürich
Konjunkturforschungsstelle
Innovationsumfrage 2013
WEC D 15
Weinbergstrasse 11
8092 Zürich

ETH Zürich
Konjunkturforschungsstelle
Innovationsumfrage 2013
WEC D 15
Weinbergstrasse 11
8092 Zürich