



Impresa

Prego restituire il questionario entro il:

19 maggio 2017

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

- 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 (☒) inserire il valore

Attività d'innovazione nell'economia svizzera

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):

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

sì no

Se **sì**: indicare il paese: _____

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

sì no

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

fine 2014	fine 2016
<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; display: flex; justify-content: space-between;"></div>	<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; display: flex; justify-content: space-between;"></div>

1.4 Alla fine del 2016 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):

- diplomati di scuole universitarie (università, scuole universitarie professionali) %
- persone con un titolo di studio superiore all'apprendistato %
- persone qualificate (AFC) %
- persone semiqualficate e non qualificate %
- apprendisti %

Totale degli occupati

100

 %

1.5 **Fatturato** dell'impresa localizzata in Svizzera (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)

2014: CHF

2016: CHF



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)

sì no

Se sì:

a) quota delle **esportazioni** sul fatturato 2016: %

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

1.7 Quota delle **spese del personale** sul fatturato del 2016:

%

1.8 **Spese per prestazioni anticipate**

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

a) Quota delle spese sostenute per l'**acquisto di merci e servizi** (IVA esclusa) sul fatturato del 2016:

%

b) Valore complessivo delle **spese per acquisti** di merci e servizi **dall'estero** (senza IVA) come quota nel fatturato 2016:

%

1.9 a) **Investimenti lordi** (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

2014: CHF

2016: CHF

b) Nel 2016 la vostra impresa ha effettuato **investimenti all'estero**?

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 2014-2016	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nel periodo 2017-2019	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

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

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

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

Fattori concorrenziali non legati al prezzo: p. es. differenziazione dei prodotti, lancio frequente di nuovi prodotti, vantaggio tecnico, flessibilità riguardo alle richieste dei clienti, prestazioni di servizi.

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 fundamentalmente 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 2014-2016 la vostra impresa ha introdotto delle **innovazioni di prodotto**?

sì no

↓

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



17781

b) Le innovazioni di prodotto **sono**:
(più risposte possibili)

- prodotti fisici (incl. software)
- servizi

c) Chi ha **sviluppato** le innovazioni di prodotto introdotte?
(più risposte possibili)

- 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

d) Nel 2016 il fatturato della vostra impresa si è distribuito sui seguenti **tipi di prodotto**:

- **nuovi prodotti** introdotti dall'inizio del 2014 %
- **prodotti notevolmente migliorati** dall'inizio del 2014 %
- prodotti **non modificati** o **modificati solo marginalmente** dall'inizio del 2014 %

Fatturato totale %

e) Tra le innovazioni introdotte dall'inizio del 2014 ci sono state delle **novità di mercato**? (Si tratta di prodotti che la vostra impresa ha inserito per **prima sul mercato**, first mover)

sì no

Se **sì**: indicare la quota sul fatturato 2016 delle **novità di mercato** introdotte dall'inizio del 2014:

%

f) Tra le innovazioni vi erano delle **novità per i mercati globali**?

sì no

Se **sì**: indicare la quota sul fatturato 2016 delle **novità di mercato globale** dall'inizio del 2014:

%

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 2014-2016 la vostra impresa ha introdotto delle **innovazioni di processo**? 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**:
(più risposte possibili)

- processi di produzione e prestazioni di servizi
- processi logistici, modalità di distribuzione e di consegna
- processi di supporto (p. es. manutenzione, sistemi di fatturazione)

c) Chi ha **sviluppato** le innovazioni di processo introdotte?
(più risposte possibili)

- 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

d) Hanno tali innovazioni determinato una **sostanziale riduzione dei costi medi di produzione**?

sì no

Se **sì**: la riduzione dei costi 2016 ammontava al:

%

2.3 Nel periodo 2014-2016 ci sono stati progetti di innovazione nella vostra impresa, che **non sono stati conclusi** o che sono stati **interrotti del tutto**?

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**

3. Attività di ricerca e sviluppo (R&S) in Svizzera e all'estero

3.1 Nel periodo 2014-2016 la vostra impresa ha condotto **attività di ricerca e sviluppo (R&S)**:

- | | sì | no |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| - in Svizzera | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - all' estero | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



Se avete risposto 'no' in entrambi i casi, passare alla domanda 3.5.

3.2 Se le vostre **attività di R&S** sono condotte in Svizzera, con quale **frequenza**?

a volte in modo continuativo

3.3 Nella vostra impresa in Svizzera vi è **un reparto di R&S?**

- | | sì | no |
|--|-----------------------|-----------------------|
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

3.4 Se le **attività di R&S** sono condotte all'**estero**:

a) La vostra impresa realizza attività di R&S all'estero già **dall'anno**:

--	--	--	--

b) Le attività di R&S all'estero si svolgono **nei seguenti paesi/nelle seguenti regioni**:

- | | sì | no |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------|
| - Nordamerica (USA/Canada) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Unione Europea | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Giappone | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - altri paesi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

c) La **quota della spesa per R&S all'estero** rispetto alle spese complessive di R&S nel 2016:

--	--	--	--

 %

d) Valutazione dell'importanza dei seguenti **motivi** per intraprendere e/o ampliare l'attività di R&S all'estero:

	nessuna		molta		
	1	2	3	4	5
- vicinanza a università/centri di ricerca di primo ordine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- vicinanza a imprese innovative (distretti)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- transfer di conoscenze verso la Svizzera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- sostegno alla produzione/distribuzione nella regione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- maggiore disponibilità di personale R&S	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- minori costi R&S	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- maggiore sostegno a R&S (inclusi vantaggi fiscali)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- altro, ovvero:	_____				

3.5 Incarichi esterni di R&S

a) La vostra impresa ha **commissionato attività di R&S a terzi** nel periodo 2014-2016:

- | | sì | no |
|--|-----------------------|-----------------------|
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

b) Se **sì**, nel periodo 2014-2016 la vostra impresa ha commissionato attività di R&S ai seguenti **partner**: (più risposte possibili)

	Svizzera	UE	USA	Giappone	altri paesi
- università, scuole universitarie professionali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- altre istituzioni di ricerca statali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- istituzioni di ricerca private	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- altre imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Spese per l'innovazione

Spiegazioni:

- 1) Per **ricerca** si intende la ricerca di base e la ricerca indirizzata allo sviluppo di impieghi specifici (ricerca applicata).
- 2) Per **sviluppo** si intende l'impiego di conoscenze scientifiche date per la realizzazione e il miglioramento di prodotti e processi produttivi.
- 3) Per **costruzione e design** si intendono:
 - modifiche di un nuovo prodotto o processo per rispondere a esigenze di mercato e del processo produttivo
 - attività di costruzione che vanno al di là della R&S e della realizzazione di prototipi; attività finalizzate al design di prodotti nuovi o migliorati.
- 4) Per **investimenti indotti** si intendono:
 - progetti pilota, produzioni sperimentali di merci e servizi, prototipi/versioni test (se non fanno parte di R&S)
 - investimenti per la produzione di prodotti nuovi e migliorati e l'introduzione di innovazioni di processo
 - inchieste di mercato, costi per il lancio di prodotti (escluse le spese per la costruzione di reti di commercializzazione).
 - certificazione, esami di ammissibilità, ecc.
 - acquisto di licenze e di altre autorizzazioni all'impiego (per esempio software).
 - formazione e addestramento di collaboratori nel contesto di progetti di innovazione, ovvero nel contesto dell'introduzione di innovazioni di prodotto o processo.
 - spese per il deposito e per la conservazione dei vostri brevetti (incluse spese amministrative e legali)

4.1 Nel 2016 le vostre spese in **Svizzera** ammontavano complessivamente a circa:

- ricerca e sviluppo (R&S):

CHF

di cui: quota di R&S commissionata a terzi %

- spese di costruzione, design:

CHF

- investimenti indotti

CHF

4.2 Quota degli **occupati in R&S** sull'occupazione totale alla fine del 2016 (convertire le occupazioni a tempo parziale in occupazioni a tempo pieno):

%

Spiegazione:

Occupati in R&S: collaboratori nell'ambito R&S all'interno e all'esterni o dei reparti di R&S.

4.3 Gli eventuali **investimenti indotti** nel periodo 2014-2016 richiedono spese per l'**innovazione** di:

	nessuna spesa					spesa molta elevata
	1	2	3	4	5	
- macchinari ed attrezzi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- acquisizione di conoscenze esterne (licenze ecc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- formazione del personale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- introduzione nel mercato di prodotti nuovi o sostanzialmente migliorati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- certificazioni, esami di ammissibilità, ecc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

5. Sostegno pubblico all'innovazione

5.1 La vostra impresa ha usufruito di un **sostegno pubblico** da un ente nazionale o internazionale nel periodo 2014-2016?

	sì	no
- Commissione per la Tecnologia e l'Innovazione (CTI)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- centri cantonali/regionali per la promozione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- altri enti nazionali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- programmi UE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- altri centri internazionali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5.2 Valutazione dell'importanza dei seguenti motivi per chiedere sovvenzioni pubbliche:

	nessuna importanza			moltissima importanza	
	1	2	3	4	5
- conoscenze tecnologiche/know-how	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- risorse finanziarie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- risorse personali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Attività di cooperazione nell'ambito di R&S

6.1 Nelle vostre **attività di R&S** (senza attività di R&S esterne) nel periodo 2014-2016 avete **collaborato** con altre imprese/istituzioni?

(p. es. joint venture di R&S, accordi di R&S, partecipazione di minoranza con imprese impegnate in R&S, accordi di scambio di tecnologie, ecc.)

sì no

↓

Se 'no', prego **passare alla domanda 7.1**

6.2 Partner di cooperazione

Nel periodo 2014-2016 **nell'ambito R&S** avete collaborato con i seguenti **partner** (senza attività di R&S esterne; più risposte possibili):

	Svizzera	UE	USA	Giappone	India / Cina	altri paesi
- clienti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- fornitori di materiale/ componenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- fornitori di beni d'investimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- imprese dello stesso settore (concorrenti)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- imprese di altri settori (esclusi clienti, fornitori), p. es. imprese di informatica, laboratori design, ecc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- imprese dello stesso gruppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- università, scuole universitarie professionali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- altre istituzioni di ricerca pubbliche/private	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Tutela dei vantaggi competitivi dovuti all'innovazione

7.1 Nel periodo 2014-2016 la vostra impresa ha depositato dei **brevetti**:

sì no

7.2 **Efficacia** della **tutela** dei vantaggi competitivi dovuti all'innovazione tramite:

	nessun uso	scarsa efficacia	media efficacia	grande efficacia
- brevetti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- protocollo di esecuzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- marchi di commercio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- diritti d'autore (copyright)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- design	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Potenziale tecnologico

Spiegazione:

Per **potenziale tecnologico** intendiamo l'insieme delle conoscenze tecnologiche private e pubbliche disponibili a livello mondiale, che possono essere utilizzate per lo sviluppo di innovazioni commercializzabili nel vostro ambito settoriale. Esso comprende:

- conoscenze scientifiche di base;
- conoscenze di tecnologie chiave (p. es. tecnologia dei semiconduttori, biotecnologia, informatica, tecniche audiovisive, nanotecnologia ecc.) che possono essere trasformate in innovazioni;
- conoscenze tecnologiche utilizzabili specificamente nel vostro settore.

8.1 Valutazione del **potenziale tecnologico** rilevante per il vostro settore (all'esterno dell'impresa):

molto basso					molto elevato
1	2	3	4	5	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

9. Fonti esterne di conoscenze di rilievo per l'innovazione

9.1 L'importanza di diverse fonti di conoscenza **esterne all'impresa** per la propria attività di innovazione:

	non usato	poca	media	molta
altre imprese:				
- clienti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- fornitori di materiale/ componenti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- fornitori di software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- fornitori di attrezzature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- imprese dello stesso settore (concorrenti)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- imprese dello stesso gruppo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
istituzioni, consulenze:				
- università, scuole universitarie professionali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- altri istituti di ricerca privati o statali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- imprese di consulenza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- uffici di transfer tecnologico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

informazioni liberamente disponibili:

	non usato	poca	media	molta
- documentazioni di brevetti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- fiere, esposizioni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- convegni e letteratura specialistica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- reti informative computerizzate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Innovazione organizzativo-gestionale

10.1 L'innovazione organizzativa nel periodo 2014-2016

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 (p. es. gestione della qualità, management della conoscenza, supply chain management, lean production)		sì <input type="radio"/>	no <input type="radio"/>
- introduzione di nuovi processi di organizzazione lavorativa (p. es. decentramento, job rotation, teamwork, riorganizzazione dei reparti dell'azienda)		sì <input type="radio"/>	no <input type="radio"/>
- introduzione di nuovi processi per le collaborazioni - con imprese ed istituzioni (p. es. accordi, collaborazioni, customer relationship management, integrazione dei fornitori)		sì <input type="radio"/>	no <input type="radio"/>

10.2 L'innovazione di marketing nel periodo 2014-2016

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) (p. es. nuovo design)		sì <input type="radio"/>	no <input type="radio"/>
---	--	-----------------------------	-----------------------------

- introduzione di nuove tecniche resp. media di promozione dei prodotti , introduzione di marchi (p. es. utilizzo per la prima volta dei nuovi media, di marchi, di sistemi di fidelizzazione)		sì <input type="radio"/>	no <input type="radio"/>
---	--	-----------------------------	-----------------------------

- introduzione di nuovi canali di estensione (incl. nuove forme per la presentazione di prodotti/servizi) (p. es. introduzione del direct marketing/marketing diretto, e-commerce, franchising)		sì <input type="radio"/>	no <input type="radio"/>
--	--	-----------------------------	-----------------------------

- introduzione di nuove forme di politiche di prezzo (p. es. introduzione di sistemi sia per la differenziazione di prezzo che di sconto)		sì <input type="radio"/>	no <input type="radio"/>
---	--	-----------------------------	-----------------------------

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 2014-2016?

Spiegazione:

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

	insignificante	poco	medio	molto
aspetti di costi/rischi:				
- costo elevato dei progetti di innovazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- periodo d'ammortamento delle innovazioni troppo lungo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- elevato rischio che l'innovazione venga imitata da altre imprese	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- elevato rischio rispetto a:				
realizzabilità tecnica dell'innovazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
prospettive di mercato dell'innovazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- mancano le possibilità al mantenimento del segreto finanziamento:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- mancanza di mezzi propri per i progetti di innovazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- mancanza di mezzi da parte di terzi per i progetti di innovazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- carico fiscale elevato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mancanza di personale qualificato per:				
- ricerca e sviluppo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- produzione/commercializzazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- informatica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



insigni- poco medio molto
ficante

informazioni carenti riguardo a:

- livello raggiunto dallo sviluppo tecnologico
- possibilità di commercializzazione
- offerte di sostegno/ offerte di ricerca

resistenze alle nuove tecnologie

-

problemi organizzativi

-

regolamentazione pubblica

- Accesso difficile al mercato UE
- Accesso difficile a mercati svizzeri fortemente regolati
- Regolamentazione del mercato del lavoro per stranieri
- Maggiori spese amministrative
- Condizioni / criteri di esclusione del sostegno pubblico all'innovazione
- Legislazione dell'ambiente
- Progettazione degli spazi e norme edili

altro, ovvero: _____

12. Utilizzo di tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC)

12.1 Attualmente (2017) nella vostra impresa vengono impiegate le seguenti **tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC)**: (segnare con una crocetta le risposte):

- sistemi operativi open source (p.es. Linux) sì no
- Voice over IP / Video over IP
- RFID (per l'identificazione di personeo prodotti, la tracciabilità dei prodotti)

software informatici per processi aziendali:

- EPR sì no
- CRM
- SCM
- software di business intelligence/analytics

Tecnologie e servizi di sicurezza:

- backup esterno (offsite data backup) sì no
- "secure" servers
- sistemi di identificazione (es. firma digitale, codice PIN, metodi biometrici, smart card)
- crittografia dei dati
- "intrusion detection system" (software IDS)
- registrazione di attività di network (logs)

se sì:

- Da quanto tempo registrate attività di network? **mesi**

12.2 La vostra impresa dispone di **strategie esplicitamente** definite per quanto riguarda le TIC?

- sì no

Nella Sua impresa esiste la funzione di responsabile della Cyber Security?

- sì no

se sì:

numero degli impiegati (calcolare gli impiegati a tempo parziale come posti di lavoro a tempo pieno) **numero**

12.3 Nel periodo 2014-2016 l'impresa si è confrontata con **problemi di sicurezza** (p.es. virus, trojan, accesso non autorizzato ai sistemi computerizzati o ai dati)?

- sì no

se sì:

Quanto è stata la perdita di guadagno in relazione al volume d'affari complessivo della Sua impresa? basse medie alte

Quanto sono state le spese per la riparazione del danno in relazione al volume d'affari complessivo della Sua impresa?



17781

12.4 La **quota dei dipendenti**, che nello svolgimento del loro lavoro utilizzano le seguenti TIC:

	0%	1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
- computer (p.es. PC, workstation, terminal, laptop)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Intranet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- collegamenti mobili a banda larga (3G, 4G(LTE))	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12.5 Quota degli investimenti nelle **TIC** (hardware e software) rispetto agli investimenti lordi complessivi medi degli anni 2014-2016.

 %

12.6 Investimenti stimati in Cyber Security in media per gli anni 2014-2016

 CHF

12.7 Quota degli investimenti in formazione continua nel settore TIC in relazione al volume d'affari complessivo della Sua impresa:

 CHF

12.8 **Velocità di collegamento** massima (downstream) della/e connessione Internet:
(segnare con una crocetta la risposta):

Collegamento a rete fissa (fissa)

- meno di 10 Mbit/s
- superiore a 10 ma inferiore a 30 Mbit/s
- superiore a 30 ma inferiore a 100 Mbit/s
- superiore a 100 ma inferiore a 250 Mbit/s
- superiore a 250 ma inferiore a 500 Mbit/s
- superiore a 500 Mbit/s

13. Social media

13.1 La vostra impresa utilizza i **social media** per scopi aziendali?

sì no

Se **sì**, per i seguenti scopi:

	nessuno utilizzo	utilizzo limitato	utilizzo intensivo
- reclutamento del personale (p.es. LinkedIn, Facebook, Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- ricerca di idee/sviluppo/ innovazione dei prodotti/servizi (p.es. Innocentive)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- promozione delle vendite (p.es. Facebook, Friendster)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- feedback dei consumatori (p.es. forum online, Twitter, Facebook)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- scambi o collaborazioni interne all'azienda (p.es. SharePoint, Lync, Yammer, piattaforma basata su Wiki)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- collaborazione con partner commerciali o altre istituzioni (p.es. SharePoint, Yammer)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Servizi di "cloud computing" (CC)

14.1 La vostra impresa utilizza il "cloud computing"?

sì no

15. E-Commerce via Internet

Definizione di commercio elettronico via Internet

"E-Commerce": transazioni svolte via Internet. Merci/servizi vengono ordinati via Internet, il pagamento e la consegna possono avvenire online o in maniera tradizionale (gli ordini comunicati tramite e-mail non vengono considerati commercio elettronico (e-commerce)).

15.1 **Acquisizione** di merci e servizi **via Internet**

a) La vostra impresa effettua **acquisti** via Internet?

sì no

Se no, passare alla domanda 15.2
Se sì, rispondere alle seguenti domande:

b) Quota di **acquisti effettuati via Internet** di merci e servizi rispetto al valore complessivo degli acquisti (IVA esclusa). All'occorrenza indicare **valori di stima**. Riportare anche valori inferiori all' 1%:

2016
 . %

c) Modalità di pagamento:

- | | | |
|-----------|-----------------------|-----------------------|
| | sì | no |
| - Online | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Offline | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

d) Le forniture via Internet provenivano da:

- | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|
| | sì | no |
| - Svizzera | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - paesi dell'UE | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - altri paesi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

15.2 Vendite di merci e servizi via Internet

a) La vostra impresa effettua **vendite** via Internet?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| sì | no |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
- ↓

Se no, passare alla domanda 16
Se sì, rispondere alle seguenti domande:

b) Quota di **vendite effettuate via Internet** di merci e servizi rispetto al valore complessivo degli acquisti (IVA esclusa). All'occorrenza indicare **valori di stima**. Riportare anche valori inferiori all'1%:

2016
 . %

c) Modalità di pagamento:

- | | | |
|-----------|-----------------------|-----------------------|
| | sì | no |
| - Online | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Offline | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

d) Le vendite via Internet si riferiscono a clienti di:

- | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|
| | sì | no |
| - Svizzera | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - paesi dell'UE | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - altri paesi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

16. Utilizzo di Internet nei rapporti con le autorità

16.1 La vostra azienda utilizza Internet per i seguenti scopi:

- | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|
| | sì | no |
| - acquisizione di informazioni sui siti Internet delle autorità | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - per scaricare i moduli necessari | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - per caricare i moduli compilati | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - offerte per bandi di autorità nazionali o internazionali di paesi UE | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

17. Ostacoli alle vendite via Internet

17.1 Valutazione dell'importanza dei seguenti **ostacoli** all'introduzione o all'intensificazione delle **vendite via Internet**:

Tipo di ostacolo	nessuna importanza		molta importanza
- prodotti non adatti per la vendita via Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- spese d'investimento e aziendali troppo elevate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- problemi nello svolgimento dei pagamenti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- problemi di sicurezza, problemi di tutela di	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- quadro legale poco definito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- problemi logistici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vi ringraziamo per la vostra preziosa collaborazione

Persona di contatto dell'impresa: _____

Funzione/posizione: _____ Telefono: _____

E-Mail: _____

Contatto presso la KOF ETH:

Barbara Frank 044 632 43 26
 Nadja Genova 044 632 80 64
 Andrin Spescha 044 632 37 84
 E-Mail: inno@kof.ethz.ch