



Nome del settore: <<15>>

Classificazione <<12>>

<<fulladdress>>

Inchiesta <<5>> <<1>> <<3>> <<4>>
 Impresa <<10>>
 Utente-ID <<11>>
 Settore <<13>> <<14>>

Prego restituire il questionario entro il:
8 giugno 2019
 (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 2016	fine 2018
<div style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 40px; height: 20px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 40px; height: 20px;"></div>

1.4 Alla fine del 2018 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** %

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)

2016: CHF

2018: 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 2018: %

 b) **principale mercato di esportazione** (possibile una sola risposta):

 UE USA Asia Altro

1.7 Quota delle spese del personale sul fatturato del 2018:
 %

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 2018:

 %

 b) Valore complessivo delle **spese per acquisti** di merci e servizi **dall'estero** (senza IVA) come quota nel fatturato 2018:

 %

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

 2016: CHF

 2018: CHF

 b) Nel 2018 la vostra impresa ha effettuato **investimenti all'estero?**

 sì non

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

	forte riduzione			forte aumento	
	-2	-1	0	+1	+2
- nel periodo 2016-2018	<input type="radio"/>				
- nel periodo 2019-2021	<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"/>				
- fattori concorrenziali non legati al prezzo	<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 2016-2018 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.**



17799

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 2018 il fatturato della vostra impresa si è distribuito sui seguenti **tipi di prodotto**:

- **nuovi prodotti** introdotti dall'inizio del 2016 %
- **prodotti notevolmente migliorati** dall'inizio del 2016 %
- prodotti **non modificati** o **modificati solo marginalmente** dall'inizio del 2016 %

Fatturato totale %
e) Tra le innovazioni introdotte dall'inizio del 2016 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 2018 delle **novità di mercato** introdotte dall'inizio del 2016:

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

sì no

Se sì:

 indicare la quota sul fatturato 2018 delle **novità di mercato globale** dall'inizio del 2016:

 %
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 2016-2018 la vostra impresa ha introdotto delle **innovazioni di processo**?

sì no


 Se 'no' 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 2018 ammontava al:

 %
2.3 Nel periodo 2016-2018 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 2016-2018 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 2018:
(Se necessario indicare delle stime)

--	--	--	--

 %

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"/>				
- vicinanza a imprese innovative (distretti)	<input type="radio"/>				
- transfer di conoscenze verso la Svizzera	<input type="radio"/>				
- sostegno alla produzione/ distribuzione nella regione	<input type="radio"/>				
- maggiore disponibilità di personale R&S	<input type="radio"/>				
- minori costi R&S	<input type="radio"/>				
- maggiore sostegno a R&S (inclusi vantaggi fiscali)	<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 2016-2018:

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

b) Se **sì**, nel periodo 2016-2018 la vostra impresa ha commissionato attività di R&S ai seguenti **partner**:
(più risposte possibili)

	Svizzera	UE	USA	Giappone	altri paesi
- ETH / EPFL	<input type="checkbox"/>				
- università	<input type="checkbox"/>				
- scuole universitarie professionali	<input type="checkbox"/>				
- altre istituzioni di ricerca statali	<input type="checkbox"/>				
- istituzioni di ricerca private	<input type="checkbox"/>				
- altre imprese	<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 2018 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 2018 (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'esterno o dei reparti di R&S.

4.3 Gli eventuali **investimenti indotti** nel periodo 2016-2018 richiedono spese per l'**innovazione** di:

	nessuna spesa				spesa molto elevata
	1	2	3	4	5
- macchinari ed attrezzi	<input type="radio"/>				
- acquisizione di conoscenze esterne (licenze ecc.)	<input type="radio"/>				
- formazione del personale	<input type="radio"/>				
- introduzione nel mercato di prodotti nuovi o sostanzialmente migliorati	<input type="radio"/>				
- certificazioni, esami di ammissibilità, ecc.	<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 2016-2018?

	si	no
- Innosuisse (ex 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"/>				
- risorse finanziarie	<input type="radio"/>				
- risorse personali	<input type="radio"/>				
- maggiori opportunità di mercato	<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 2016-2018 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 2016-2018 **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"/>					
- fornitori di materiale/ componenti	<input type="checkbox"/>					
- fornitori di beni d'investimento	<input type="checkbox"/>					
- imprese dello stesso settore (concorrenti)	<input type="checkbox"/>					
- imprese di altri settori (esclusi clienti, fornitori), p. es. imprese di informatica, laboratori design, ecc.	<input type="checkbox"/>					
- imprese dello stesso gruppo	<input type="checkbox"/>					
- ETH / EPFL	<input type="checkbox"/>					
- università	<input type="checkbox"/>					
- scuole universitarie professionali	<input type="checkbox"/>					
- altre istituzioni di ricerca pubbliche/private	<input type="checkbox"/>					

7. Tutela dei vantaggi competitivi dovuti all'innovazione

7.1 Nel periodo 2016-2018 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"/>				

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:				
- ETH / EPFL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- università	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- 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"/>



17799

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 2016-2018

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

10.2 L'innovazione di marketing nel periodo 2016-2018

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

- introduzione di nuove tecniche resp. media di promozione dei prodotti , introduzione di marchi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	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)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sì	no
---	-----------------------	-----------------------	----	----

(p. es. introduzione del direct marketing/ marketing diretto, e-commerce, franchising)

- introduzione di nuove forme di politiche di prezzo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sì	no
---	-----------------------	-----------------------	----	----

(p. es. introduzione di sistemi sia per la differenziazione di prezzo che di sconto)

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 2016-2018?

Spiegazione:

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

aspetti di costi/rischi:

	insigni- ficante	poco	medio	molto
- 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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

finanziamento:

- 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"/>



17799

14. Social media

14.1 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"/> |

15. E-commerce tramite Internet

15.1 **Vendita** di prodotti e servizi **attraverso Internet**

a) La sua azienda effettua **acquisti** su Internet? (su siti internet o mediante applicazioni, senza vendite EDI)

sì no

Se **'no'**, prego passare alla **domanda 16.1**

Percentuale di **vendite effettuate su Internet** di prodotti e servizi rispetto all'intero fatturato (senza IVA). Se necessario si prega di indicare delle **stime**. Indicare anche valori inferiori al 1%:

2018
 . %

15.2 Nel 2018, tramite quali siti internet o applicazioni la sua azienda ha ricevuto ordinazioni di prodotti o servizi?

- | | sì | no |
|--|-----------------------|-----------------------|
| - Tramite siti internet o applicazioni dell'azienda stessa (inclusi quelli dell'azienda madre o delle filiali) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Tramite piattaforme utilizzate da diverse aziende (ad es. Booking, eBay, Amazon, Alibaba, Rakuten) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

16. Sicurezza IT

16.1 La sua azienda intraprende le seguenti misure di sicurezza IT?

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

se **sì**:

- Da quanto tempo registrate attività di network?

mesi

16.2 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? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - La vostra impresa è assicurata contro gli incidenti di sicurezza informatica? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

16.3 Investimenti stimati in cyber security in media negli anni 2017-2018:

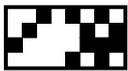
CHF

16.4 Nel periodo 2016-2018 l'impresa si è confrontata con **problemi di sicurezza** (p.es. virus, trojan, accesso non autorizzato ai sistemi computerizzati o ai dati)?

sì, 2017 sì, 2018 sì, 2017 e 2018 no

se **sì**:

- | | basse | medie | alte |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Quanto è stata la perdita di guadagno in relazione al volume d'affari complessivo della Sua impresa? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Quanto sono state le spese per la riparazione del danno in relazione al volume d'affari complessivo della Sua impresa? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



17799

17. TIC: specialisti e capacità

17.1 Nella sua azienda lavorano degli specialisti TIC? (ad es. sviluppatori web, sviluppatori di applicazioni, amministratori di sistema, analisti di business, specialisti SAP, amministratori di banche dati)

sì no

17.2 Nel 2018, nella sua azienda vi è stata un'offerta formativa per incrementare le capacità dei collaboratori nel settore TIC?

sì no

- Formazione per specialisti TIC

- Formazione per altri collaboratori

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

CHF

18. Big Data

18.1 Nel 2018, la sua azienda ha eseguito delle analisi basate su Big Data provenienti dalle seguenti fonti? (tenendo conto delle analisi di fornitori di servizi esterni)

- Dati aziendali specifici di apparecchi o sensori intelligenti (comunicazione M2M, sensori digitali, tag RFID, ecc.)

sì no

- Dati di geolocalizzazione di apparecchi portatili, che utilizzano reti mobili, collegamenti wireless o GPS

- Dati di social media (social network, blog, piattaforme digitali, siti internet per la condivisione di contenuti multimediali, ecc.)

- Altre grandi fonti di dati

se sì:

18.2 Nel 2018, chi ha eseguito per la sua azienda le analisi dei Big Data?

ja nein

- Collaboratori dell'azienda stessa (inclusi collaboratori del gruppo aziendale o delle filiali)

- Fornitore di servizi esterno

19. Intelligenza artificiale

19.1 **Con intelligenza artificiale (IA)** si definisce la capacità di macchine e sistemi di acquisire e utilizzare conoscenze e comportarsi in modo intelligente. Questa IA o queste tecnologie cognitive aiutano computer e persone a interagire, comprendere e imparare, per poter eseguire innumerevoli attività cognitive, che normalmente necessitano dell'intelligenza umana, come la percezione visiva, il riconoscimento vocale, il processo decisionale, la traduzione tra lingue e la capacità di muovere e manipolare adeguatamente oggetti.

I sistemi intelligenti utilizzano una combinazione di analisi dei Big Data, cloud computing, comunicazione M2M e Internet delle cose.

La sua azienda utilizza dei sistemi basati sull'intelligenza artificiale?

sì no

se sì:

19.2 In quali settori utilizza sistemi che richiedono l'intelligenza artificiale?

	non necessari	poco necessari	molto necessari
- Marketing / Vendite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Ricerca e sviluppo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Produzione e fabbricazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Risorse umane	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Distribuzione e logistica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Cyber security	<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: _____

Domande sul sondaggio: inno@kof.ethz.ch

Contatto presso la KOF ETH:

support all'inchiesta: Gilles Aubert

collaboratore scientifico responsabile: Dr. Andrin Spescha

044 632 40 75

044 632 37 84