



52847

**KOF**Konjunkturforschungsstelle  
ETH Zürich  
LEE F 206  
Leonhardstrasse 21  
8092 Zürichinno@kof.ethz.ch  
Tel. +41 44 632 40 75  
www.kof.ethz.ch**ETH**Eidgenössische Technische Hochschule Zürich  
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

Impresa

Utente-ID

Zurigo, maggio 2020

## Trasformazione digitale: inchiesta ufficiale per la Svizzera

Egregio signore, gentile signora,

Il programma nazionale di ricerca «Trasformazione digitale» (PNR 77) intende sondare le relazioni d'impatto e gli effetti concreti della trasformazione digitale in Svizzera ([www.nfp77.ch](http://www.nfp77.ch)). Il KOF Centro di ricerca congiunturale del Politecnico di Zurigo (ETH), nell'ambito del PNR 77, conduce una rilevazione sulla trasformazione digitale delle aziende svizzere.

L'inchiesta si può compilare anche **online** su <https://surveyweb.kof.ethz.ch/>. Se preferisce rispondere all'inchiesta **per iscritto**, le abbiamo allegato anche la versione cartacea, che può rispedirci utilizzando la busta acclusa.

### Indirizzo e-mail:

### Utente-ID:

Per partecipare online, controlli prima se abbiamo registrato correttamente il suo indirizzo e-mail. Nel caso sia corretto, vada su <https://surveyweb.kof.ethz.ch/> e inserisca la sua ID utente e la sua password. Se ha dimenticato la password, clicchi su «Nuova password», le invieremo una nuova password all'indirizzo e-mail da lei indicato.

Se non ha alcun indirizzo e-mail registrato presso di noi, o l'indirizzo e-mail non è più valido può rivolgersi a noi scrivendo a [surveyadmin@kof.ethz.ch](mailto:surveyadmin@kof.ethz.ch). Per proteggere i suoi dati personali dobbiamo innanzitutto assegnare alla sua azienda un indirizzo e-mail da lei precisato. In tal modo possiamo garantire che terzi non abbiano accesso al suo conto online personale.

La invitiamo a compilare l'inchiesta **entro e non oltre il 3 luglio 2020**. Per ringraziarla del tempo che ci ha dedicato, le invieremo via e-mail un rapporto con i risultati più importanti sotto forma di file PDF. Le garantiamo che i suoi dati saranno trattati con la **massima riservatezza** e in ogni caso sarà mantenuto l'**anonimato**.

Qualora dovesse riscontrare delle difficoltà nel rispondere ad alcune domande, indichi per cortesia una stima o ci contatti.

La ringraziamo per il suo prezioso contributo e porgiamo cordiali saluti.

Prof. Dr. Jan-Egbert Sturm (Direttore del KOF)

**Digitale Transformation**  
Nationales Forschungsprogramm



52847



Do Not Copy





Prego restituire il questionario entro il:

**3 luglio 2020**

(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

## Trasformazione digitale: inchiesta ufficiale per la Svizzera 2020

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

1.3 La sua azienda è a **conduzione familiare**?      sì      no  
     

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

fine 2019

1.5 Alla fine del 2019 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**     %

1.6 La percentuale stimata di **specialisti TIC** a fine 2019 ammontava a (ad es. sviluppatori web, sviluppatori di applicazioni, amministratori di sistema, analisti di business, specialisti SAP, amministratori di banche dati):

   %

1.7 **Fatturato** dell'impresa localizzata in Svizzera 2019 (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)

2019: CHF

1.8 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**: quota delle **esportazioni** sul fatturato 2019:    %

1.9 Quota delle **spese del personale** sul fatturato del 2019:    %

1.10 **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

Valore complessivo delle **spese per acquisti di merci e servizi dall'estero** (senza IVA) come quota nel fatturato 2019:    %

1.11 **Investimenti lordi 2019** (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

2019: CHF

1.12 Percentuale dei **costi energetici** rispetto al fatturato: 2019:    %

1.13 Nel periodo 2017-2019 come sono cambiate le **emissioni di CO2** della sua azienda?

	ridotte fortemente			incrementate fortemente	
	-2	-1	0	1	2
- nella produzione (per pezzo/processo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nel consumo di beni/servizi venduti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- 1.14 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

- 1.15 Valutazione dell'**intensità di concorrenza** sul **principale mercato di sbocco** riguardo a:
- |  | molto<br>debole<br>1  | 2                     | 3                     | 4                     | molto<br>forte<br>5   |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| -prezzo                                      | <input type="radio"/> |
| -fattori concorrenziali non legati al prezzo | <input type="radio"/> |

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

- 1.16 Nel periodo 2017-2019 la sua azienda ha introdotto **innovazioni**?

**Innovazioni del prodotto:** Introduzione di prodotti nuovi o decisamente migliorati ovvero di prestazioni di servizio

**Innovazioni di processo:** Impiego di processi e procedure nuovi o decisamente migliorati nella propria impresa

- sì: Innovazioni del prodotto  
 sì: Innovazioni del processo  
 no: né innovazioni di prodotto né innovazioni di processo

Nel 2019 il fatturato della vostra impresa si è distribuito sui seguenti **tipi di prodotto**:

- **nuovi prodotti** introdotti dall'inizio del 2017    %
- **prodotti notevolmente migliorati** dall'inizio del 2017    %
- prodotti **non modificati** o **modificati solo marginalmente** dall'inizio del 2017    %
- 
- fatturato totale**    %

Se ha delle innovazioni di processo (domanda 1.16), queste innovazioni di processo hanno portato a una riduzione **sostanziale** dei costi di produzione medi?

sì    no

se **sì**:  
la riduzione dei costi 2019 ammontava al:    %

- 1.17 La sua azienda, nel periodo 2017-2019 ha fatto **ricerca e sviluppo (R&S) a livello nazionale**?
- sì    no
- se **sì**:  
spese **stimate** per ricerca e sviluppo (R&S) della sua azienda nella **sede svizzera** nel 2019:

CHF

## 2. Utilizzo di tecnologie (incluso collegamento digitale) in azienda.

**Digitalizzazione:** utilizzo di almeno una delle tecnologie elencate alla domanda 2.1

- 2.1 Quali **tecnologie specifiche** vengono impiegate nella sua impresa?
- |  | impiegate             |                       | non impiegate         |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | 2017 - 2019           | prima                 |                       |
| ERP (Enterprise Resource Planning)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| CRM (Customer Relationship Management)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| SCM / MES (Supply Chain Management/ Management Execution Systems)              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Business analytics (ad es. report generators, data warehouse, decision trees)  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| <b>Piattaforme:</b>  |                       |                       |                       |
| =piattaforme interne all'azienda (ad es. SharePoint, Blog, Wiki)               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| =piattaforme sociali esterne all'azienda (ad. es.. Facebook, LinkedIn)         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| =piattaforme di innovazione esterne all'azienda (sviluppo di prodotti/servizi) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| =mercati di e-commerce   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| =e-shop / siti web o app della propria azienda                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| servizi di Cloud Computing   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| telework (tramite "remote access" sulla infrastruttura ICT dell'azienda)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| computerized automated control systems   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| programmable logical controllers (PLC)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| CAD / CAM  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| rapid prototyping  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| macchine CNC/DNC   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| robot, tecnologie simil-robotiche  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| veicoli (parzialmente) autonomi  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| stampanti 3D   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| RFID   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| <b>Internet of Things:</b>   |                       |                       |                       |
| =raccolta, elaborazione e trasmissione autonoma dei dati a mezzo dei beni      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| =scambio di dati e organizzazione autonoma tra beni (oggetti)                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| blockchain   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| soluzioni di realtà virtuale/aumentata   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| digital twin (rappresentazioni digitali di un prodotto, processo o servizio)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| IA - intelligenza artificiale  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



52847

2.2 Quali sono state le **quote percentuali** delle **vendite** e degli **acquisti** di merci o servizi eseguiti tramite i seguenti **canali**?

a) canali analogici **tradizionali**:

vendite 2019  
 %

acquisti 2019  
 %

b) **siti web** oppure **app** della sua azienda:

vendite 2019  
 %

acquisti 2019  
 %

c) **mercati e-commerce** o applicazioni, utilizzate da diverse aziende per il commercio di beni o servizi? (ad es. e-Bookers, booking.com, eBay, Amazon, Amazon Business, Alibaba, Rakuten, TimoCom, etc.)

vendite 2019  
 %

acquisti 2019  
 %

%

%

2.3 In quali settori aziendali sono utilizzate le **tecnologie digitali** (si veda domanda 2.1)?

se **sì**: variazioni degli investimenti dal 2017 al 2019

	sì	no	nessuna	aumentazione	diminuazi
-R&S / innovazioni	<input type="radio"/>				
-acquisti	<input type="radio"/>				
-produzione	<input type="radio"/>				
-deposito/logistica	<input type="radio"/>				
-marketing	<input type="radio"/>				
-vendita	<input type="radio"/>				
-attività post vendita (after sales)	<input type="radio"/>				
-management/ amministrazione	<input type="radio"/>				

2.4 Ha una **strategia digitale** formalizzata? (Obiettivi di digitalizzazione definiti per iscritto)

se **sì**:  sì  no

chi è responsabile della strategia digitale?

CEO oppure C-level, Direzione  management (intermedio) responsabili IT  altri  altri collaboratori (ad es. responsabili di progetto)

2.5 Chi **incentiva** all'interno dell'azienda la digitalizzazione?

solo i collaboratori     solo i superiori  nessuno

2.6 Quanto fortemente sono coinvolte nella digitalizzazione le seguenti **funzioni/compiti** (ossia nell'uso delle tecnologie elencate nella domanda 2.1)?

	non coinvolte			molto coinvolte	
	1	2	3	4	5
<b>analisi dei dati:</b>					
= elaborazione di dati <b>interni</b> all'azienda (ad es. dalla produzione)	<input type="radio"/>				
= elaborazione di dati <b>esterni</b> all'azienda (ad es. da fornitori, clienti)	<input type="radio"/>				
= messa in rete (integrazione) di dati provenienti da diversi settori dell'impresa (ad es. logistica e produzione)	<input type="radio"/>				
<b>automatizzazione</b> di processi produttivi (processi chiave)	<input type="radio"/>				
<b>controllo/monitoring</b> di processi produttivi (in tempo reale)	<input type="radio"/>				
<b>scambio automatico</b> di informazioni tramite <b>interfaccia(e) IT</b> verso partner esterni	<input type="radio"/>				

2.7 **Percentuale** media degli **investimenti in TIC** (hardware e software) rispetto a tutti gli investimenti lordi, riferita al periodo dal 2017 al 2019:

%

2.8 La sua impresa acquista prestazioni di servizio IT da **imprese esterne**?

sì  no

se **sì**:

a quanto ammontano le spese finanziarie necessarie a tale scopo?

basse  1  2  3  4  5 molto alte

### 3. Effetti della digitalizzazione

3.1 Il **numero di dipendenti** della sua azienda, in seguito alla (maggiore) digitalizzazione, nel periodo dal 2017 al 2019 ha avuto il seguente sviluppo:

fortemente diminuito  -2  -1  0  +1  +2 fortemente aumentato

3.2 La **competitività** della sua azienda, in seguito alla (maggiore) digitalizzazione, nel periodo dal 2017 al 2019 ha avuto il seguente sviluppo:

fortemente diminuito					fortemente aumentato
-2	-1	0	+1	+2	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

3.3 In quali settori aziendali vengono sviluppate delle competenze correlate alla digitalizzazione?

se sì:  
come vengono sviluppate?

	sì	no	solo formazione continua	entrambi	solo reclu- mento
- R&S / innovazioni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- acquisti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- produzione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- deposito/logistica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- vendita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- attività post vendita (after sales)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- management/ amministrazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 4. Obiettivi della digitalizzazione

4.1 Quali obiettivi persegue con la digitalizzazione?

	non importanti	poco importanti	molto importanti	molto importanti
- nuovi prodotti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nuovi servizi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nuovi modelli di business	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- riduzione delle spese per il personale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- aumento dell' efficienza interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- incremento dell'orientamento al cliente (lotto unico, customizzazione)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- incremento dell'integrazione verticale della produzione/creazione di valore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- riduzione dell'integrazione verticale della produzione/creazione di valore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.2 La sua azienda **collabora con partner esterni** per il raggiungimento degli obiettivi di digitalizzazione?

sì    no  
   

#### 5. Ostacoli della digitalizzazione

Quali fattori impediscono di introdurre/introdurre maggiormente la digitalizzazione nella sua impresa?

##### Ostacoli interni:

	non è d'ostacolo					molto d'ostacolo				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
- ciclo di lavorazione e processi di lavorazione non sono idonei alla digitalizzazione	<input type="radio"/>									
- la cultura aziendale non sostiene la digitalizzazione	<input type="radio"/>									
- i vantaggi della digitalizzazione non sono chiari/misurabili	<input type="radio"/>									
- riserve sulla sicurezza	<input type="radio"/>									
- le tecnologie sono troppo complesse	<input type="radio"/>									
- la messa in rete di tecnologie è troppo complessa dal punto di vista <b>organizzativo</b>	<input type="radio"/>									
- mancanza di mezzi finanziari	<input type="radio"/>									
- mancanza di qualifiche disponibili	<input type="radio"/>									

##### Ostacoli esterni:

- regolamento	<input type="radio"/>				
- preoccupazioni sulla sicurezza dei dati da parte	<input type="radio"/>				
- mancanza di accettazione delle offerte/processi digitalizzati	<input type="radio"/>				

#### 6. Organizzazione

6.1 I seguenti **cambiamenti della struttura organizzativa** sono stati realizzati tra il 2017 e il 2019

(si prega di contrassegnare con una crocetta quelli corrispondenti):

- acquisizione di altre imprese/parti di imprese	<input type="checkbox"/>
- fusione con altre imprese	<input type="checkbox"/>
- vendita di settori dell'impresa	<input type="checkbox"/>
- outsourcing di funzioni dell'impresa (nella produzione, informatica, ricerca e sviluppo, contabilità, logistica, ecc.)	<input type="checkbox"/>

6.2 La sua impresa offre l'**home office**? sì    no  
   

Se **sì**, quanto è diffusa questa forma di lavoro nella sua impresa?

poco    moltissimo



52847

## 7. Big Data

7.1 La sua azienda nel 2019 ha eseguito delle **analisi basate su Big Data**? (Tenendo conto dei fornitori di servizi esterni)

sì no  
○ ○

Le analisi dei **Big Data** si riferiscono a dati specifici dell'azienda riguardanti dispositivi o sensori intelligenti (ad es. RFID, M2M); dati di geolocalizzazione di dispositivi portatili (ad es. GPS); dati di social media così come altre grandi fonti di dati.

7.2 Se ha risposto sì alla domanda di cui al punto 7.1, le analisi dei Big Data sono state eseguite da **fornitori di servizi esterni**?

sì no  
○ ○

## 8. Intelligenza artificiale

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

sì no  
○ ○

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.

8.2 Se **sì**:

In quali settori impiega l'intelligenza artificiale?

	non necessari	poco necessari	molto necessari
- marketing	○	○	○
- vendita	○	○	○
- R&S / innovazioni	○	○	○
- produzione e fabbricazione	○	○	○
- risorse umane, management, amministrazione	○	○	○
- deposito e logistica	○	○	○
- cyber-security	○	○	○
- attività post sale (after sales)	○	○	○

## 9. Coronavirus

Ci sono stati **problemi** misurabili?

### a) negli approvvigionamenti

(ad es. fallimenti della catena di fornitura)	nessuna	poche	notevoli	moltissime
- fornitori nazionali	○	○	○	○
- fornitori internazionali	○	○	○	○

### b) nelle vendite/consegne a

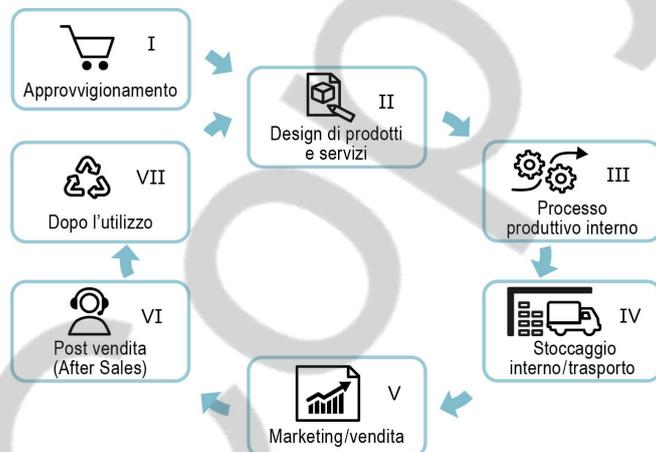
- clienti nazionali	○	○	○	○
- clienti internazionali	○	○	○	○

### c) nella fornitura di produzione/servizi

○	○	○	○
---	---	---	---

## 10. Attività commerciali nel settore della sostenibilità.

10.1 Nel periodo 2017-2019, nella sua azienda, ha apportato dei **cambiamenti misurabili nei seguenti settori** (da I a VII)?



### I Approvvigionamento

sì no  
○ ○

se **sì**, contrassegnare con una crocetta la risposta corrispondente (sono possibili più risposte)

a) Nei fattori di produzione:

- riduzione dell'impronta ecologica dei nuovi acquisti (produzione, trasporto)
- maggiore sfruttamento di fattori di produzione usati (upcycling/downcycling)

b) Nell'infrastruttura produttiva (ad es. edificio, macchine):

- riduzione dell'impronta ecologica dei nuovi acquisti (produzione, trasporto)
- acquisto crescente di infrastrutture usate
- acquisto crescente di infrastrutture con una durata utile maggiore
- rivendita di infrastrutture/macchine inutilizzati
- attività per l'incremento della vita utile dell'infrastruttura produttiva utilizzata internamente (riparazione, manutenzione, ...)

### II Design di prodotti e servizi

sì no  
○ ○

se **sì**, contrassegnare con una crocetta la risposta corrispondente (sono possibili più risposte)

- prolungamento della vita utile dei prodotti
- facilitazione della riparazione durante l'utilizzo
- facilitazione dell'update/upgrade del prodotto
- facilitazione del riciclaggio dopo l'utilizzo
- riduzione dell'impatto ambientale durante l'uso/attraverso l'uso (consumo energetico, inquinamento di acqua, suolo, aria o inquinamento acustico)



52847

**III Processo produttivo interno**

si no

se **si**, contrassegnare con una crocetta la risposta corrispondente (sono possibili più risposte)

- riduzione del consumo di materiale (incluso imballaggio, carta) nel processo produttivo
- utilizzo crescente di fonti energetiche rinnovabili nella produzione
- riduzione dell'impatto ambientale nel processo produttivo (consumo energetico, inquinamento di acqua, suolo, aria o inquinamento acustico)
- riutilizzo dei prodotti di scarto e dei materiali residui (anche al di fuori dell'azienda)

**IV Stoccaggio interno/trasporto**

si no

se **si**, contrassegnare con una crocetta la risposta corrispondente (sono possibili più risposte)

- utilizzo crescente della tecnologia di virtualizzazione per la riduzione dei viaggi d'affari
- miglioramento dell'impronta ecologica attraverso l'ottimizzazione della scelta del percorso (efficienza del carburante) o composizione della flotta

- ottimizzazione della logistica/dell'organizzazione del magazzino per ridurre lo spazio di deposito necessario (superficie e durata)

**V Marketing/vendita**

si no

se **si**, contrassegnare con una crocetta la risposta corrispondente (sono possibili più risposte)

- sviluppo delle possibilità di noleggio/leasing (products as a service)
- sviluppo di piattaforme di sharing
- riduzione dell'impronta ecologica della corrispondenza/documentazione di prodotto

**VI Attività post vendita (after sales)**

si no

se **si**, contrassegnare con una crocetta la risposta corrispondente (sono possibili più risposte)

- estensione della garanzia o servizi di manutenzione/riparazione migliori
- migliore accesso alle parti di ricambio/fattori produttivi (lubrificanti, carburanti, batterie)
- offerta crescente di update/upgrade dei prodotti

**VII Attività dopo l'utilizzo**

si no

se **si**, contrassegnare con una crocetta la risposta corrispondente (sono possibili più risposte)

- rimborso in caso di restituzione dei prodotti
- rivendita/upgrade dei prodotti restituiti

**10.2 Significato delle attività commerciali sostenibili (si veda I a VII):**- A quanto ammontavano in **percentuale** gli investimenti necessari a tale scopo rispetto agli investimenti totali?
 0%    0-1%    1-5%    5-10%    10-20%    > 20%
- A quanto ammontava **la percentuale di fatturato** dei prodotti/servizi che sono stati modificati attraverso le attività di cui al punto II?
 0%    1-5%    5-10%    10-20%    20-50%    > 50
**10.3 Organizzazione delle attività commerciali sostenibili:**- Queste attività ( da I a VII) sono gestite **centralmente?**  sì  no- Quanto sono fortemente radicate queste attività nel suo **modello di business?**

niente	poco			forte
<input type="radio"/>				

**10.4 Ostacoli alle attività commerciali sostenibili:**Quali fattori **ostacolano** le attività commerciali sostenibili nella sua azienda (da I a VII)?

	non è d'ostacolo			molto d'ostacolo	
	1	2	3	4	5
- mancanza di conoscenza di implementazione	<input type="radio"/>				
- elevati costi di investimento	<input type="radio"/>				
- implementazione tecnica difficoltosa	<input type="radio"/>				
- regolamenti esistenti	<input type="radio"/>				
- finora non è stato oggetto di discussione	<input type="radio"/>				
- prodotto/servizio non adatto a questo scopo	<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](mailto:inno@kof.ethz.ch)**Contatto presso la KOF/ETH Zurigo:**supporto all'inchiesta: Gilles Aubert  
collaboratore scientifico responsabile: Dr. Andrin Spescha044 632 40 75  
spescha@kof.ethz.ch