

## Questionario innovazione post COVID-19 – Microimprese

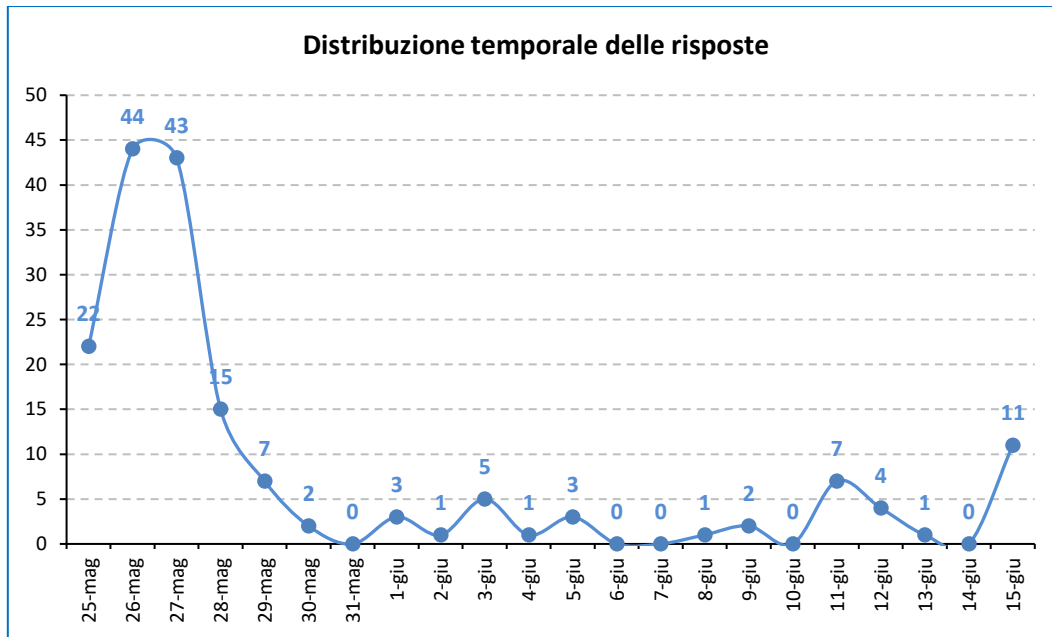
### Focus Turismo 25 maggio – 15 giugno 2020

Il questionario è destinato alle microimprese aventi sede nelle province di Grosseto e Livorno ed ha lo scopo di raccogliere informazioni sulla necessità di innovazione e di cambiamento, relativamente alle conseguenze sociali, dunque economiche, che si sono venute a creare in seguito alla pandemia di COVID-19. Su tutte, il distanziamento sociale, che muta il modo di vivere delle persone e che ha ricadute importanti, talvolta drammatiche, sulla normale operatività delle imprese. Per “micro” s’intendono, sulla base della definizione UE, quelle imprese che occupano meno di dieci addetti e che presentano un fatturato non superiore a 2 milioni di euro. Il questionario è stato compilabile *online* dal 25 maggio al 15 giugno 2020, periodo nel quale sono state ricevute 172 risposte valide, numero che vale lo 0,32% delle sedi d’impresa attive nel territorio d’interesse della nostra Camera di Commercio<sup>1</sup>. Un’ampia maggioranza di risposte è stata ottenuta in concomitanza della prima campagna di sensibilizzazione effettuata ad inizio indagine, tramite diffusione via *e-mail*, seguita da una seconda operata a pochi giorni dal termine della rilevazione.

Sono state ricevute risposte da imprese che operano in tutti i settori economici ma si è prestata particolare attenzione, ossia un’analisi specifica, a quelle turistiche.

---

<sup>1</sup> Esattamente 53.420 mila al 31/03/2020.



Il questionario (allegato) si compone di 22 domande, suddivise in 4 sezioni:

- sezione A (domande 1-8): **dati impresa**, nella quale si classifica l'impresa rispondente secondo caratteristiche che ne indicano dimensione, settore di appartenenza, forma giuridica, localizzazione geografica, ecc.;
- sezione B (domande 9-12): **necessità di innovazione**, nella quale si indaga l'innovazione come percepita dall'impresa, nonché se ed in quale modo si aspira ad un processo d'innovazione, anche in seguito alla pandemia di covid-19;
- sezione C (domande 13-18): **digitalizzazione e dotazione tecnologica**, nella quale si cerca di capire l'attuale livello di digitalizzazione dell'impresa e le necessità di cambiamento percepite in tal senso, anche in seguito alla pandemia di covid-19;
- sezione D (domande 19-22): **punto impresa digitale e formazione**, nella quale si cerca di rilevare il livello di conoscenza dei servizi forniti dall'ufficio PID della Camera di Commercio, nonché le necessità di formazione o aggiornamento esternate dagli imprenditori, relativamente alla digitalizzazione intesa in senso più ampio.

**Metodologia di indagine.** Le imprese rispondenti sono state raggruppate come segue:

**Campione**= totale imprese rilevate (172 questionari);

**Turismo**= insieme delle imprese operanti nei comparti alloggio, ristorazione, altri servizi turistici, intrattenimento, sport e tempo libero (34 questionari);

**Altri settori**= insieme delle imprese operanti in tutti i settori/comparti restanti (138 questionari).

**LEGENDA:**

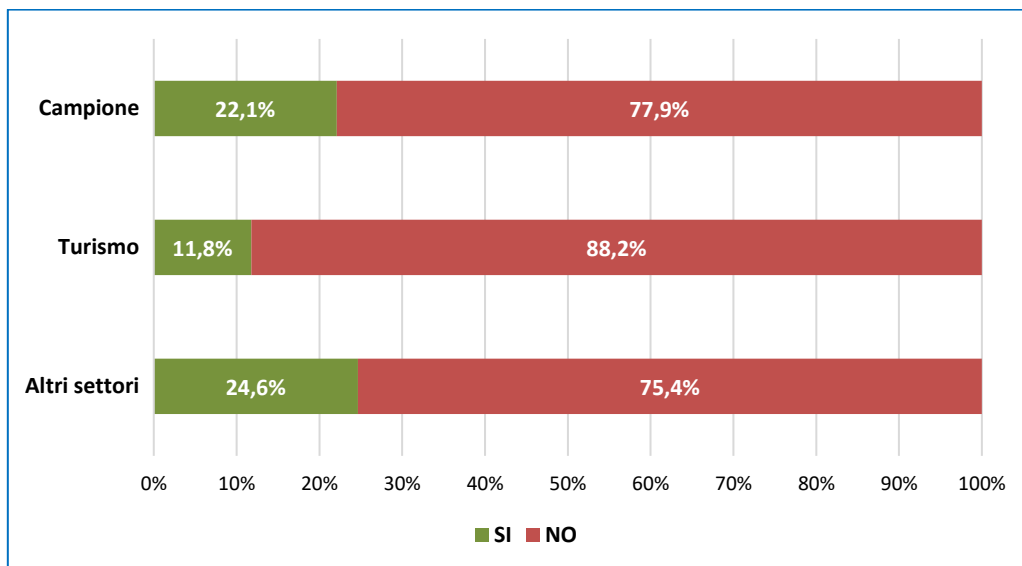
**(\*) = risposta obbligatoria**

A tutte le domande era consentita una SOLA risposta, **tranne quelle contrassegnate in VERDE (numeri 12, 14, 18, 21)**

## Sezione A • DATI IMPRESA

### 1. La sua impresa è iscritta all'albo artigiani? (\*)

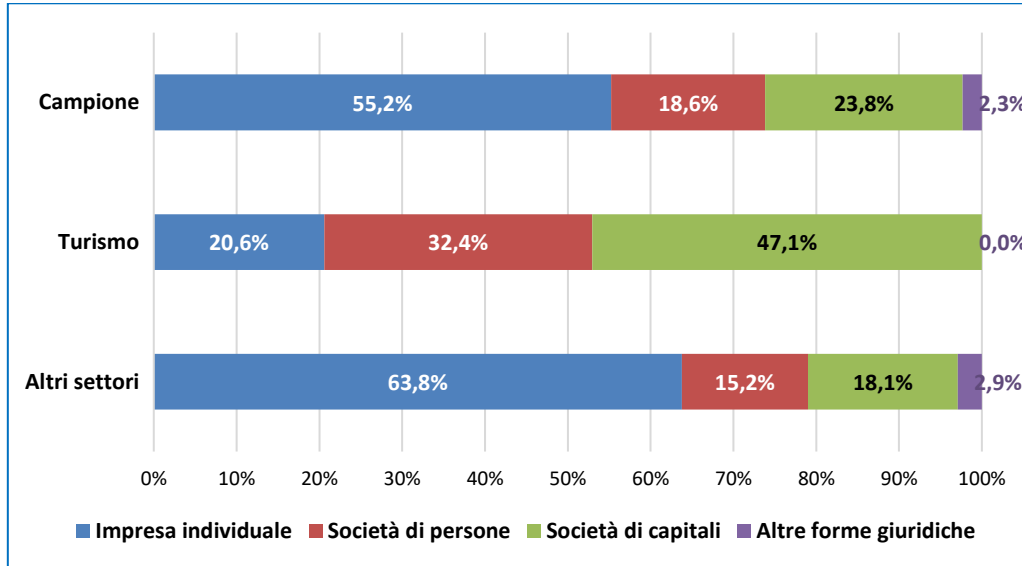
Il 22% dei rispondenti dichiara l'impresa artigiana, percentuale assolutamente in linea col 23% costituito dall'incidenza delle imprese artigiane sul totale del tessuto economico locale attivo, fatto che qualifica il campione individuato come statisticamente significativo, almeno per quanto concerne "l'artigianalità". La percentuale rilevata per le sole imprese turistiche artigiane è all'incirca la metà (11,8%), differenza che non stupisce considerando che, in generale, l'incidenza di tale settore è piuttosto bassa fra le imprese artigiane.



### 2. A quale classe di natura giuridica appartiene la sua impresa? (\*)

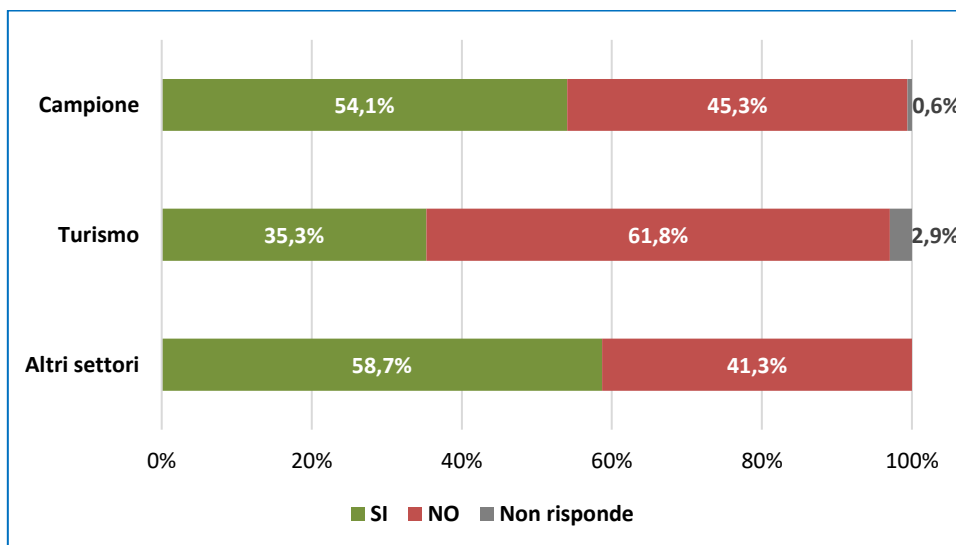
La maggioranza assoluta del campione rilevato ha forma di impresa individuale, con una percentuale, il 55%, che rispetta quanto avviene nell'universo delle imprese locali (57%) ma che si poteva anche immaginare più elevata, dato che l'indagine coinvolge le microimprese. Diverso è lo scenario che si rileva per il solo turismo, laddove la classe di natura giuridica maggiormente utilizzata è quella societaria, *in primis* quella di capitali (47%) ed in seconda battuta quella di persone (32%), mentre le imprese individuali superano di poco la soglia dei venti punti percentuali. Tali differenze, seppur accentuate nel campione in esame rispetto all'universo costituito dalle imprese locali, confermano il ben noto maggior ricorso alle forme giuridiche societarie delle imprese turistiche rispetto alla media osservata negli altri settori economici, locali e non.

In ogni caso le “altre” forme giuridiche hanno un impatto limitato nel campione, o addirittura nullo considerando le sole imprese turistiche.



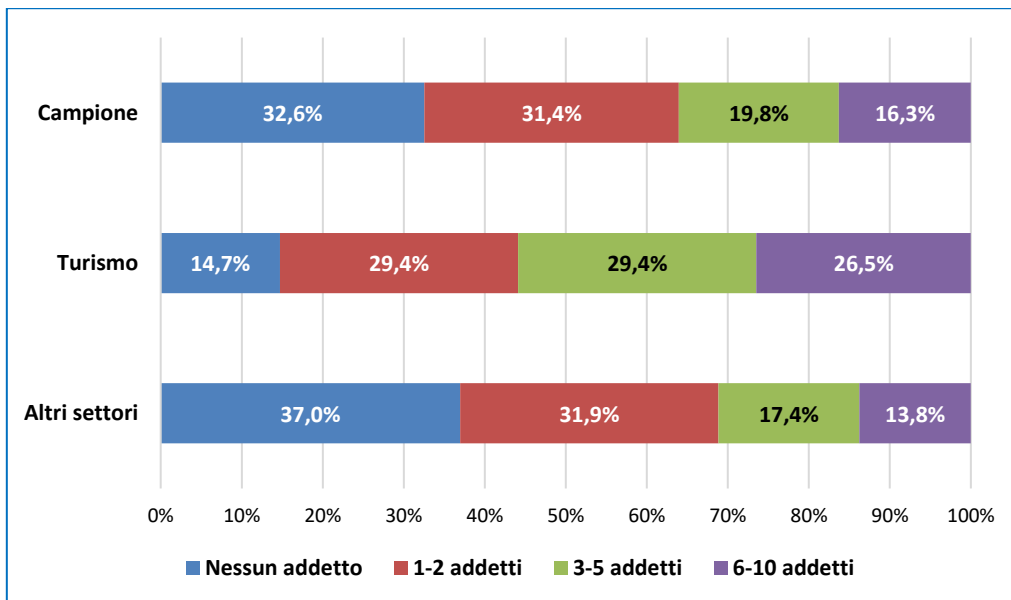
### 3. La sua impresa svolge la propria attività ESCLUSIVAMENTE col lavoro dell'imprenditore e/o dei suoi familiari?

Trattando di microimprese, la cosiddetta “impresa familiare” è ampiamente diffusa nel campione (54%) ma molto meno nelle imprese turistiche (35%), considerato il maggiore ricorso a forme giuridiche societarie commentato sopra. È trascurabile l'incidenza dei “non risponde”.



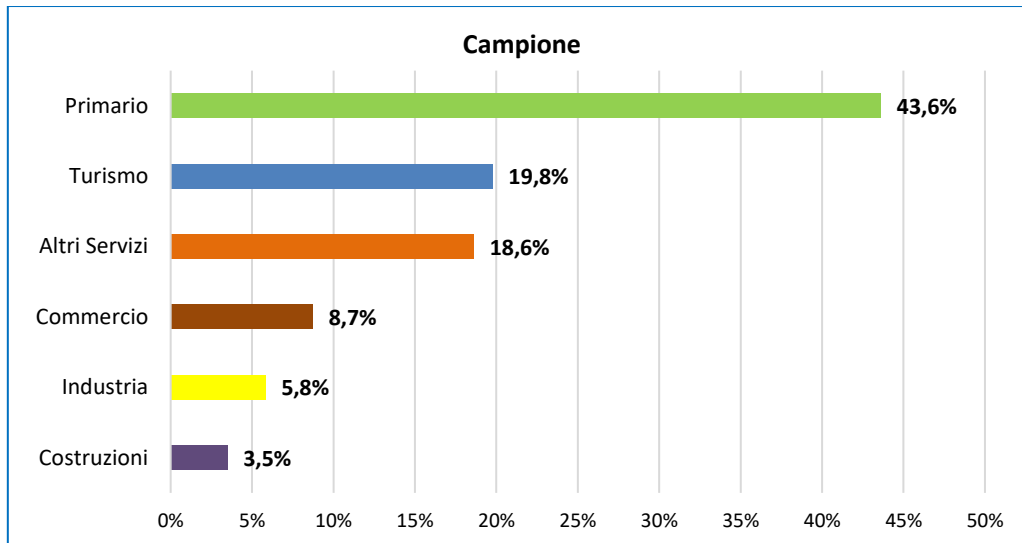
#### 4. Classe di addetti (\*)

Dal punto di vista del numero di addetti, le imprese turistiche appaiono mediamente più dotate rispetto agli altri settori, dato che dichiarano con frequenze assai maggiori di operare con le classi di addetti più elevate proposta dal questionario: 3-5 addetti (29,4% contro 19,8%) e 6-10 addetti (26,5% contro 16,3%). Se si osserva una sostanziale parità nella classe 1-2 addetti (29,4% contro 31,4%), la situazione si ribalta per la classe nessun addetto (14,7% contro 32,6%). Quest'ultima è anche la classe maggiormente indicata dagli "altri settori". In sintesi, le imprese turistiche appaiono più strutturate rispetto alle altre, considerando anche quanto emerso dalla domanda relativa alla forma giuridica.

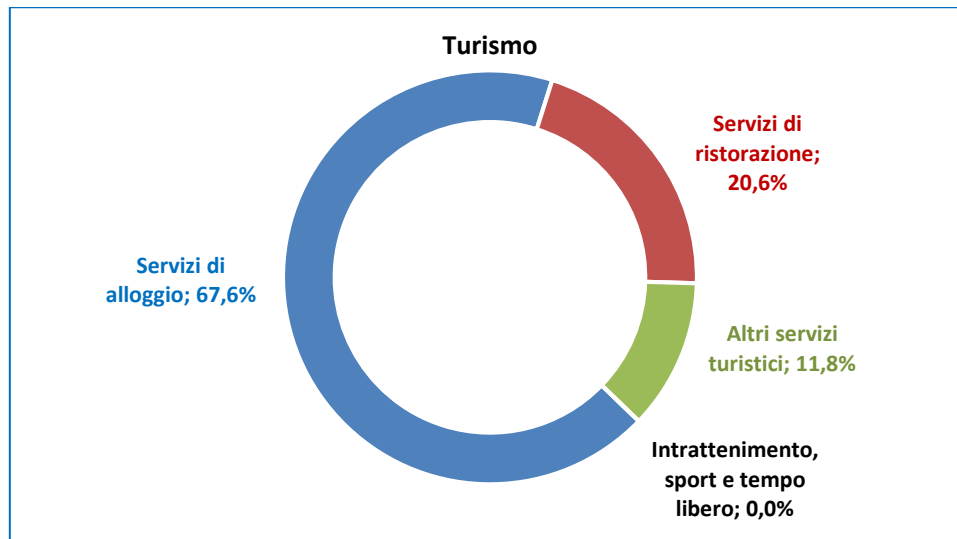


#### 5. In quale settore opera PRINCIPALMENTE la sua impresa? (\*)

In termini di settori, o meglio macrosettori, oltre il 43% dei rispondenti, dunque la maggioranza relativa, dichiara l'appartenenza al settore primario (tra cui si annoverano le imprese che offrono servizi agrituristici); poi c'è il terziario, considerato nella somma fra il 20% del turismo, il 19% degli altri servizi ed il 9% del commercio. Circa 6 imprese su 100 si possono ricomprendere nel settore manifatturiero e meno di 4 in quello delle costruzioni.



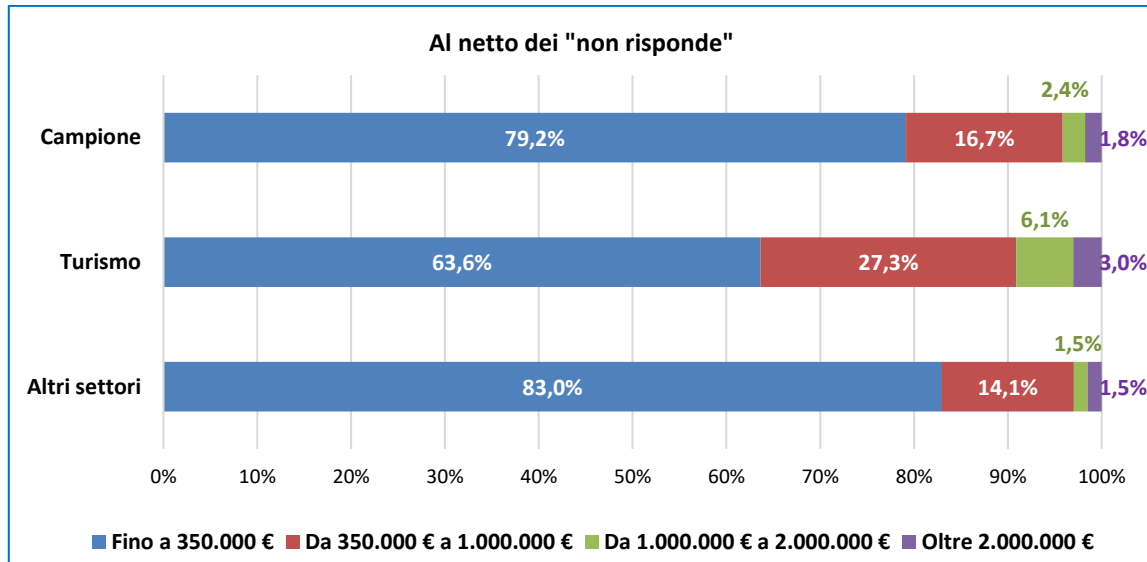
Riguardo al solo turismo, i due terzi dei rispondenti offrono servizi di alloggio, un quinto i servizi di ristorazione ed i restanti, oltre un decimo, altri servizi turistici. Non sono pervenuti questionari relativi ad imprese operanti nell'*intrattenimento, nello sport e nel tempo libero*.



## 6. Valore del fatturato nel 2019

Per l'intero campione, così come per il solo turismo, nella domanda relativa all'andamento del fatturato nel 2019 la stragrande maggioranza (campione 79%, turismo 64%) dichiara un fatturato fino a 350 mila euro. Tale percentuale va progressivamente a ridursi man mano che si sale nella

scala delle scelte possibili, fino all'opzione *oltre 2 mil. di €* (che costituisce uno dei due limiti della definizione di microimpresa), selezionata peraltro da una porzione trascurabile di imprese.



Ponendo attenzione alla distribuzione delle risposte, si nota d'altro canto come le frequenze del turismo rispetto agli altri settori siano meno numerose nella classe di fatturato più bassa (*fino a 350 mila €*) e maggiori nelle altre. Questo è un altro indicatore del fatto che le imprese turistiche siano mediamente più grandi (o più strutturate) rispetto a quanto avvenga in tutti gli altri settori.

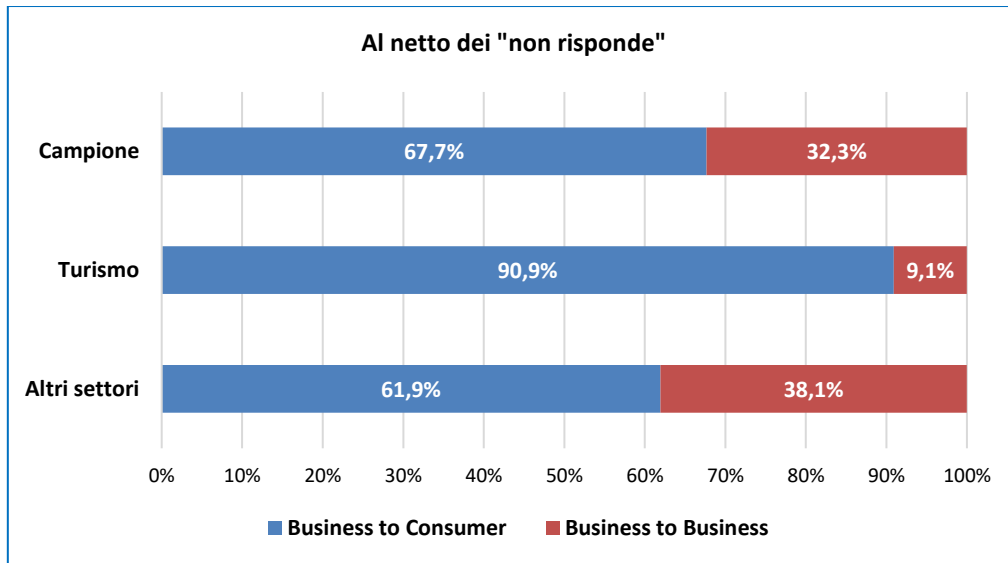
## 7. In quale tipo di mercato opera principalmente la sua impresa?

Considerando l'intero campione, i due terzi delle imprese (66,7%, al netto delle non risposte) dichiara di operare principalmente in un mercato *business to consumer*, quello in cui il cliente è costituito dal consumatore finale. Tale percentuale aumenta notevolmente (90,9%) quando si analizzano le sole risposte "turismo", settore per il quale la maggior parte dei servizi esistenti sul mercato è destinato appunto al "cittadino privato". In tal senso è notevole la distanza che separa la composizione osservata per il turismo (9 B2C<sup>2</sup> contro 1 B2B<sup>3</sup>) dagli altri settori (6 B2C contro 4 B2B).

<sup>2</sup> Business to Consumer.

<sup>3</sup> Business to Business.





## 8. In quale Ambito Territoriale Omogeneo (ATO) ha sede la sua impresa? (\*)

Al fine di indagare sul principale territorio in cui operano le imprese rispondenti, le province di Grosseto e Livorno sono state suddivise in sei Ambiti Territoriali Omogenei (ATO), così denominati: *Area Livornese*<sup>4</sup>, *Costa degli Etruschi*<sup>5</sup>, *Arcipelago Toscano*<sup>6</sup>, *Maremma Toscana Area Nord*<sup>7</sup>, *Maremma Toscana Area Sud*<sup>8</sup> e *Amiata*<sup>9</sup>. Si possono dunque considerare tre ATO per provincia, anche se tale divisione non corrisponde in maniera pedissequa alla delimitazione dei confini provinciali, visto che nell'ATO *Arcipelago Toscano* confluisce anche l'Isola del Giglio.

Nel complesso, l'ATO che ha evidenziato il maggior numero di risposte, il 41%, è la *Maremma Toscana Area Sud*, seguito dall'*Area Livornese* (20%) e dalla *Costa degli Etruschi* (19%), mentre gli altri territori appaiono più distanziati. Spostando l'analisi al solo turismo, le risposte si sono quasi equamente suddivise fra gli ATO sopra citati e la *Maremma Toscana Area Nord*. In ogni caso è

<sup>4</sup> Comprende i comuni di: Collesalveti e Livorno.

<sup>5</sup> Comprende i comuni di: Bibbona, Campiglia Marittima, Castagneto Carducci, Cecina, Piombino, Rosignano Marittimo, San Vincenzo, Sassetta e Suvereto.

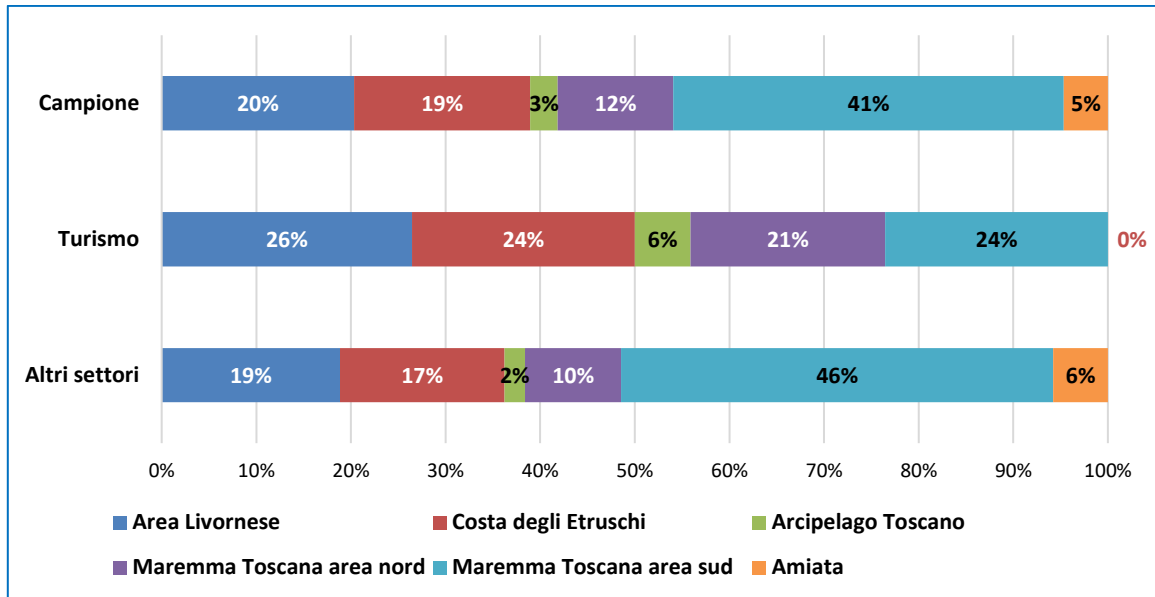
<sup>6</sup> Comprende i comuni di: Campo nell'Elba, Capoliveri, Capraia Isola, Isola del Giglio, Marciana, Marciana Marina, Porto Azzurro, Portoferraio e Rio.

<sup>7</sup> Comprende i comuni di: Castiglione della Pescaia, Follonica, Gavorrano, Massa Marittima, Monterotondo Marittimo, Montieri, Roccastrada e Scarlino.

<sup>8</sup> Comprende i comuni di: Campagnatico, Capalbio, Cinigiano, Civitella Paganico, Grosseto, Magliano in Toscana, Manciano, Monte Argentario, Orbetello, Pitigliano, Scansano, Semproniano e Sorano.

<sup>9</sup> Comprende i comuni di: Arcidosso, Castel del Piano, Castell'Azzara, Roccalbegna, Santa Fiora e Seggiano.

mancato un apporto significativo all'indagine da parte dell'*Amiata* e, soprattutto, dell'*Arcipelago Tpscano*, territorio, quest'ultimo, particolarmente dotato d'impresе turistiche.

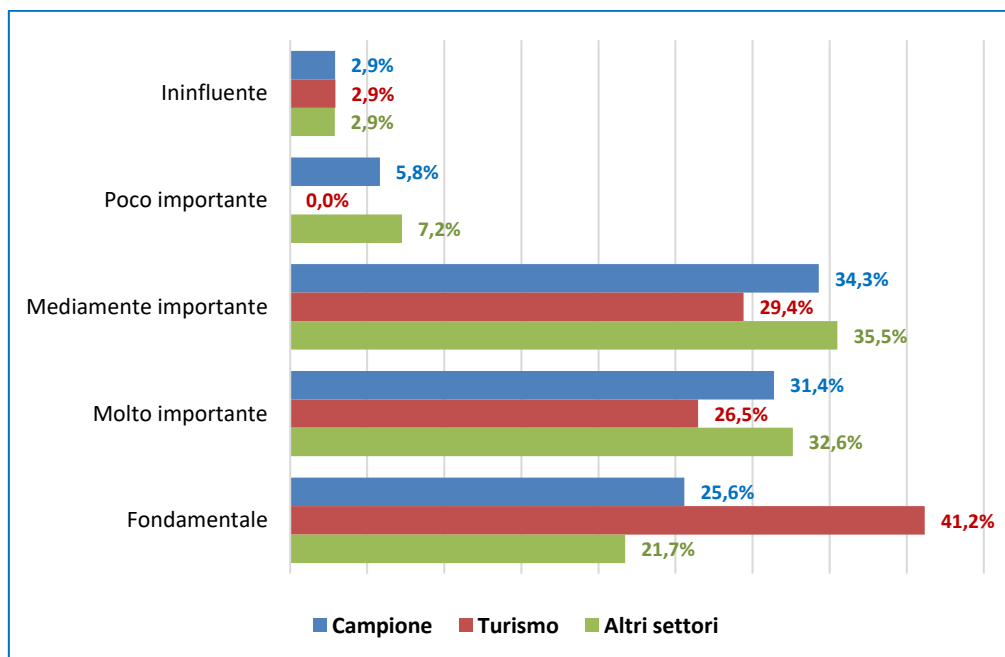


## Sezione B • NECESSITÀ DI INNOVAZIONE

### 9. Quanto ritiene che sia importante il processo di innovazione per la sua impresa? (\*)

Relativamente all'importanza che i rispondenti attribuiscono al processo d'innovazione per la propria impresa, si rilevano evidenti differenze fra il turismo e gli altri settori. Nel primo caso l'opzione più indicata (41%) è che tale processo sia *fondamentale*, poi, nell'ordine, che sia *mediamente importante* (29%) e *molto importante* (26%). Nel secondo caso le risposte si sono concentrate nelle opzioni *mediamente importante* (35%), *molto importante* (33%) e, come terza scelta, *fondamentale* (22%).

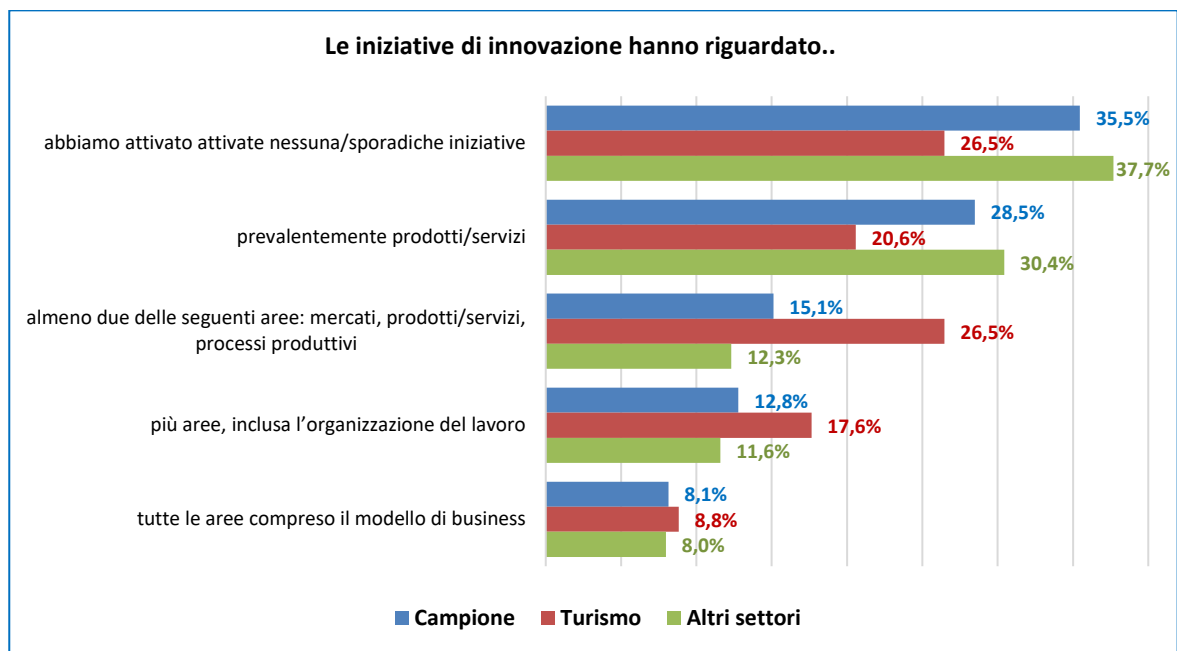
È dunque evidente che il processo d'innovazione possa definirsi come maggiormente "percepito" ai fini dello sviluppo aziendale nel turismo rispetto alla somma dei restanti settori economici.



### 10. Come descrive le iniziative sinora attivate in tema di innovazione dalla sua impresa? (\*)

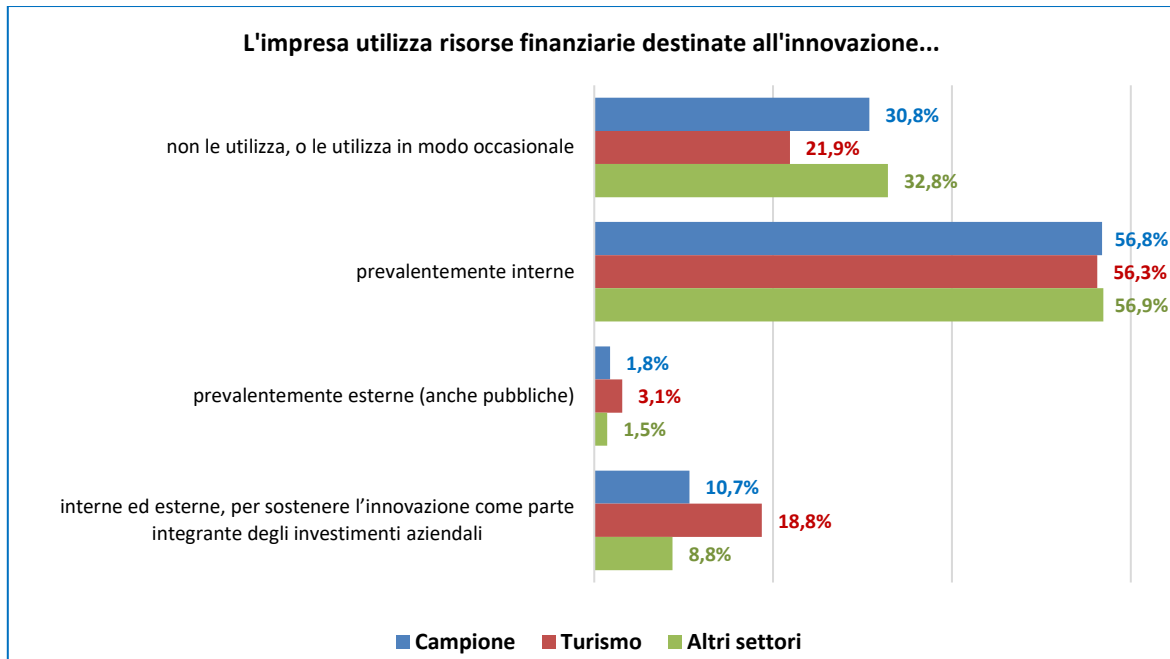
Anche se l'importanza che il processo d'innovazione assume nel percorso di crescita di un'impresa è ben chiara ai rispondenti, pur tuttavia il 35,5% degli stessi (26,5% turismo e 37,7% altri settori) dichiara di aver non attivato nessuna (o tutt'al più sporadiche) iniziativa in tal senso. All'opposto, solo l'8% (senza grosse differenze settoriali) dichiara di aver attivato processi di innovazione che *hanno riguardato tutte le aree d'impresa, compreso il modello di business*, ossia il livello proposto

che presenta la maggiore complessità. Fra questi opposti, le frequenze di risposta appaiono grosso modo come inversamente proporzionali alla sistematicità del processo d'innovazione attivato, anche se le imprese turistiche mostrano una maggiore incidenza di risposta per le opzioni con un tasso d'innovazione più elevato. In sostanza, rispetto alle imprese degli altri settori, quelle turistiche paiono aver intrapreso con più frequenza processi innovativi, caratterizzati per di più da una maggiore complessità.



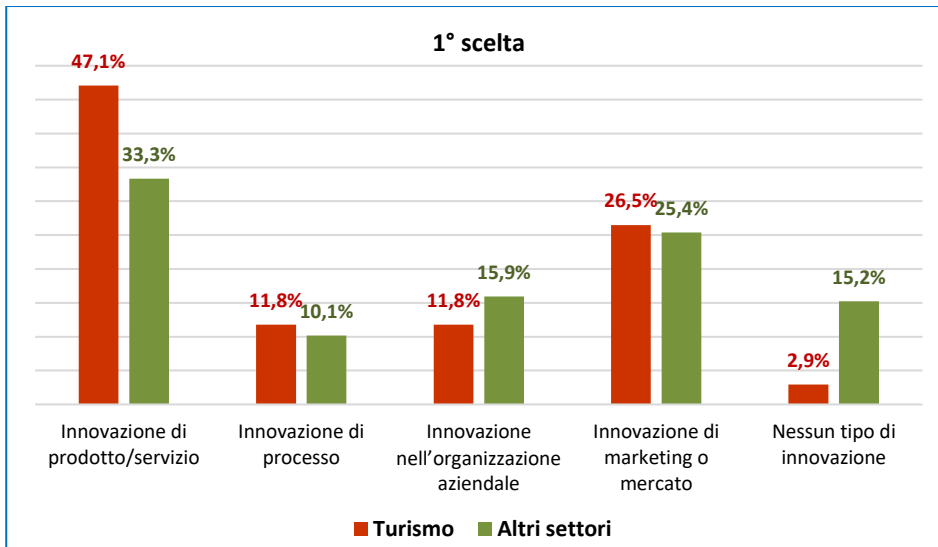
### 11. Com'è stata finanziata finora l'innovazione nella sua impresa?

Riguardo alla modalità di finanziamento dei summenzionati processi innovativi, la maggioranza assoluta delle imprese (fra il 55% ed il 60% a seconda del settore) dichiara di aver utilizzato principalmente risorse interne. Coerentemente con la domanda precedente, circa il 30% (22% turismo e 33% altri settori) non ne utilizza affatto (o solo occasionalmente), visto che non ha intrapreso processi innovativi. È interessante notare come l'opzione *interne ed esterne, per sostenere l'innovazione come parte integrante degli investimenti aziendali* (quella che sottende un processo strategico alla base degli investimenti effettuati) sia stata scelta da quasi il 20% del turismo, rispetto al 9% degli altri settori.

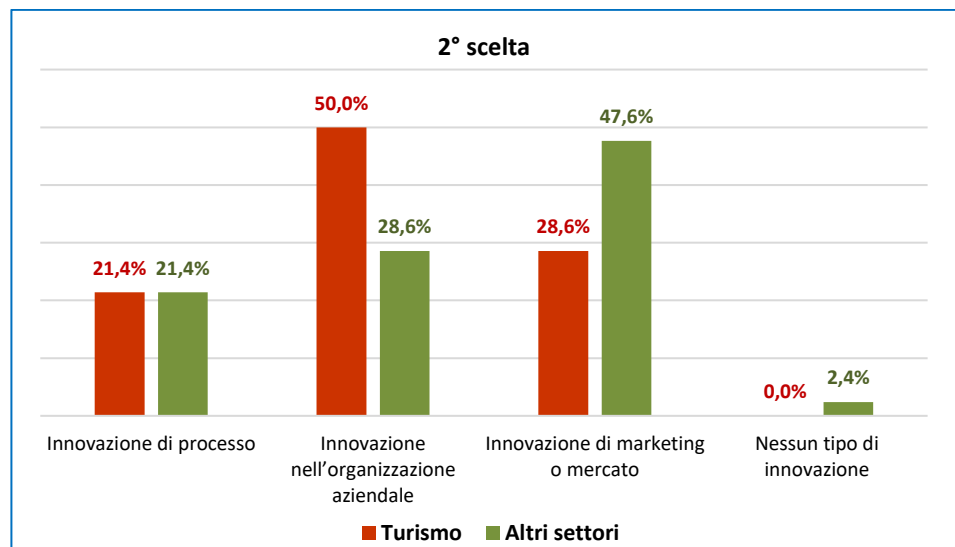


**12. In seguito alle conseguenze della pandemia legata al virus COVID-19, ritiene che la sua impresa necessiti di almeno una delle seguenti tipologie d'innovazione? (\*)**

Dalla domanda 12, la prima delle quattro con possibilità di risposta multipla, si evince che le esigenze d'innovazione, anche in seguito alla pandemia di COVID-19, riguardano soprattutto il *prodotto/servizio* offerto (47% turismo e 33% altri settori) e, in seconda battuta, il *marketing* utilizzato o il *mercato* presidiato (26% turismo e 25% altri settori). Va posto l'accento sul fatto che solo il 3% delle imprese turistiche afferma che non ha alcuna necessità di innovazione, contro il 15% degli altri settori.



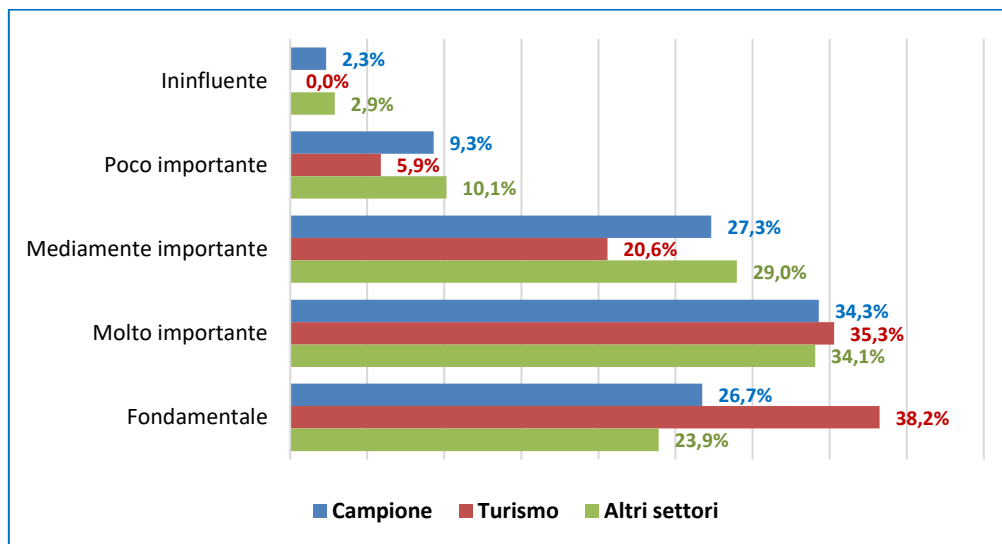
Come seconda scelta, l'esigenza più "gettonata" dalle imprese turistiche è l'*innovazione dell'organizzazione aziendale* (50%), mentre per le altre imprese appare più importante l'*innovazione di marketing/mercato* (48%). La terza esigenza (era quarta nella prima opzione) è costituita dall'*innovazione di processo* (entrambe 21%).



## Sezione C • DIGITALIZZAZIONE E DOTAZIONE TECNOLOGICA

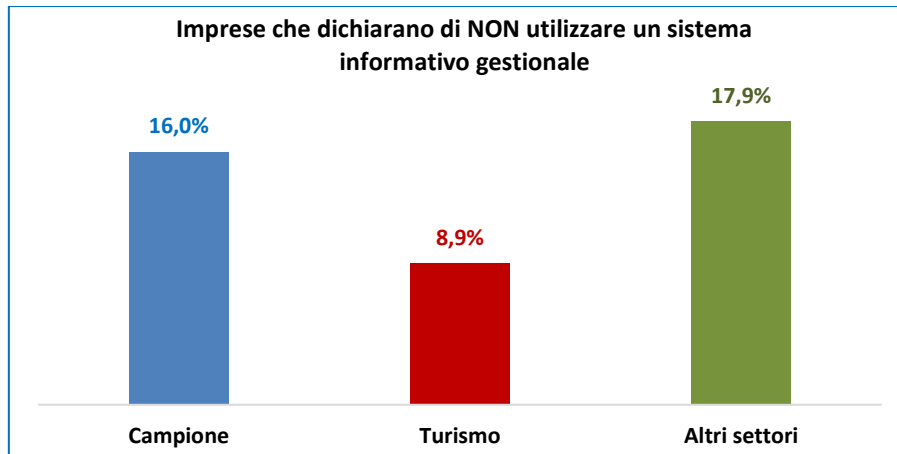
### 13. Quanto ritiene che sia importante il processo di digitalizzazione per la sua impresa? (\*)

Il processo di digitalizzazione dell'impresa è ritenuto *fondamentale* per la maggioranza relativa delle imprese turistiche (38%), *molto importante* per il 35%, *mediamente importante* per il 20%, *poco importante* per il 6%, mentre la modalità *ininfluente* non è stata opzionata. La digitalizzazione appare meno rilevante per gli altri settori, dove diversa è la distribuzione delle risposte: nell'ordine *molto importante* (34%), *mediamente importante* (29%), *fondamentale* (24%), *poco importante* (10%) e *ininfluente* (2%).

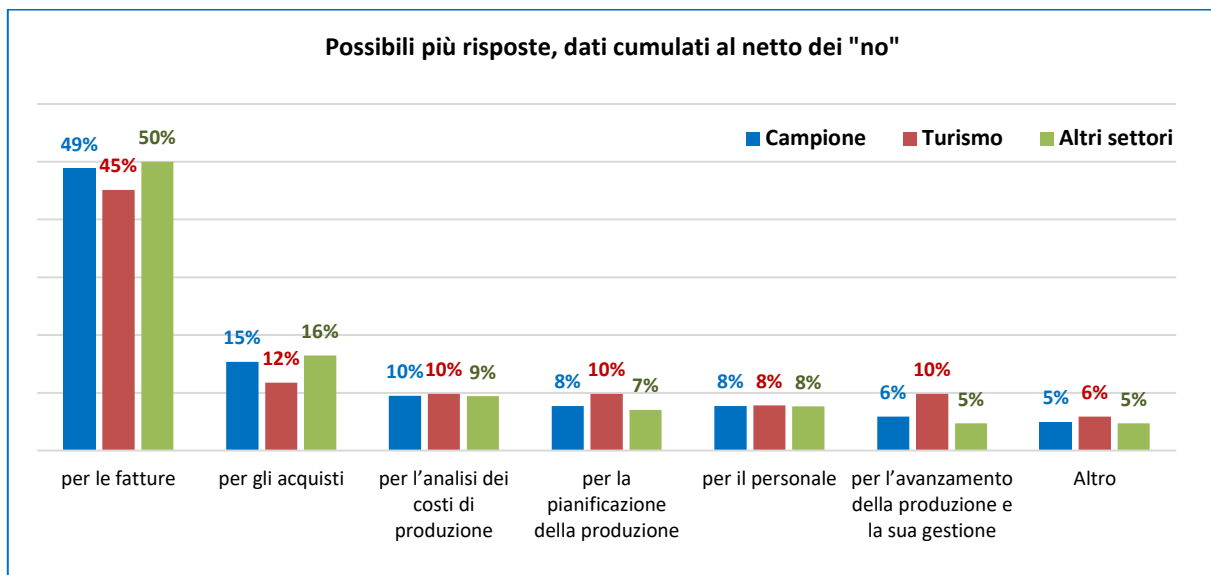


### 14. La sua impresa utilizza un sistema informativo gestionale? (\*)

Il 16% delle imprese del campione dichiara di non utilizzare alcun sistema informativo gestionale, percentuale che scende al 9% per le imprese turistiche e che risale fino al doppio, il 18%, per la somma dei restanti settori.



Al netto dei “non risponde”, il sistema informativo gestionale è utilizzato principalmente per la gestione delle fatture (circa il 50% del campione, dato cumulato delle possibili risposte multiple), mentre le altre opzioni che appaiono molto distanziate, nell’ordine: acquisti, costi di produzione, pianificazione della produzione e così via. Le imprese turistiche risultano dunque un po’ più “avanti” delle altre nell’utilizzo di un sistema informativo gestionale.

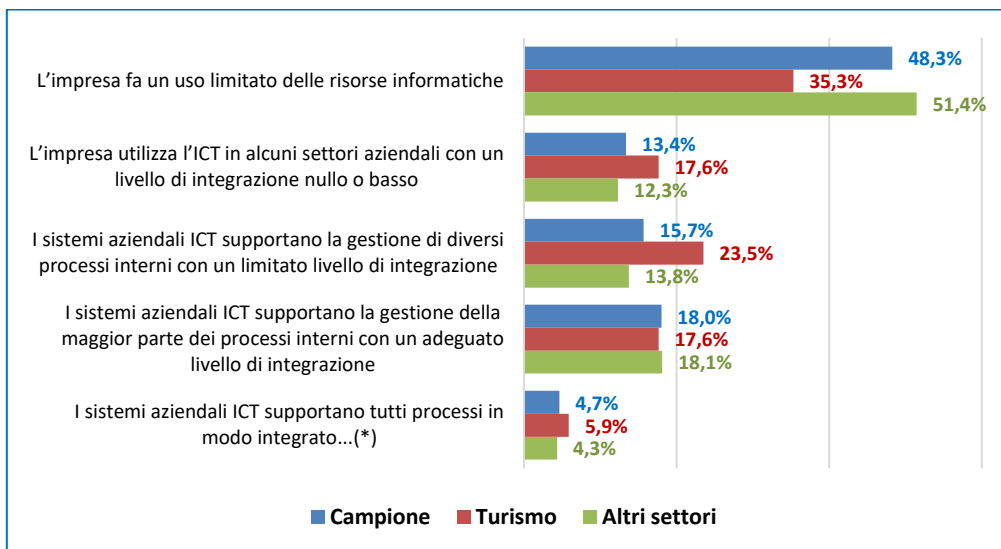


### 15. In quale misura è sviluppata l’ICT nella sua impresa? (\*)

Nonostante il processo di digitalizzazione sia considerato dai più almeno *mediamente importante* e nonostante la maggior parte dei rispondenti utilizza quanto meno un sistema informativo gestionale di base, gran parte del campione (48%) dichiara che la propria impresa fa un uso limitato delle



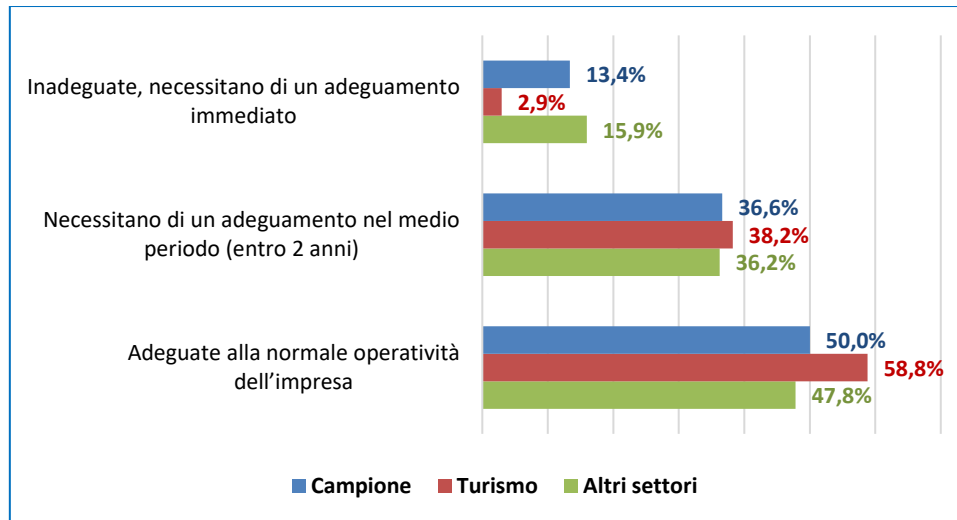
risorse informatiche. Tale percentuale scende però al 35% considerando le sole imprese turistiche. Queste ultime dichiarano, fra le altre opzioni, che *i sistemi aziendali ICT supportano la gestione di diversi processi interni con un limitato livello di integrazione* nel 23% dei casi e, con la medesima percentuale (17%), che *i sistemi aziendali ICT supportano la gestione della maggior parte dei processi interni con un adeguato livello di integrazione* o che *l'impresa utilizza l'ICT in alcuni settori aziendali con un livello di integrazione nullo o basso*.



(\*) I sistemi aziendali ICT supportano tutti processi in modo integrato e le decisioni sia strategiche che operative sia internamente, sia esternamente nelle relazioni con i clienti, i fornitori ed i partner

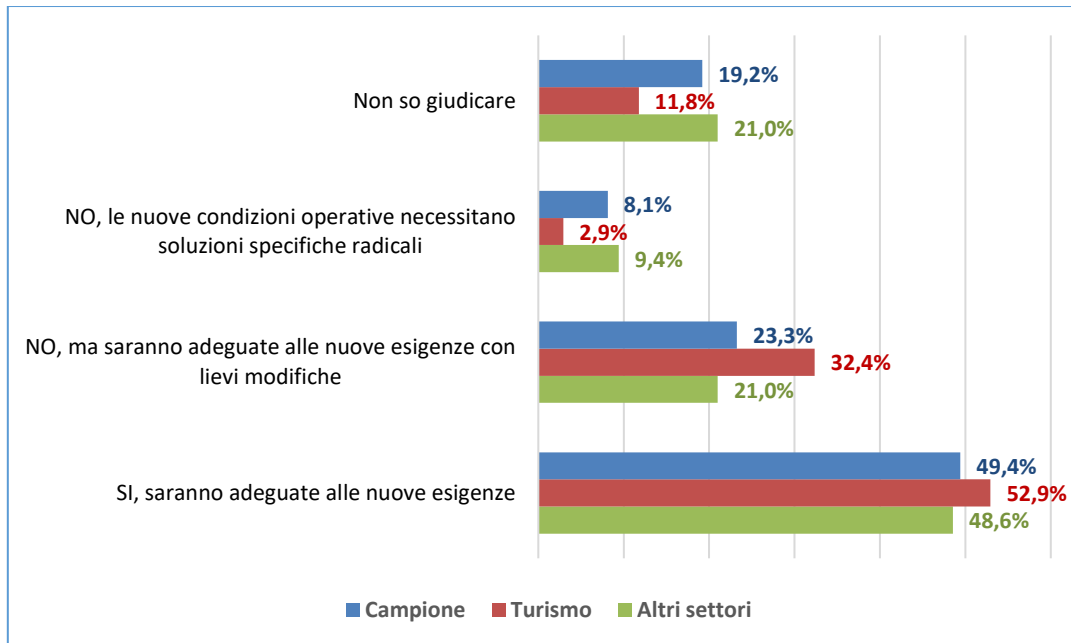
## 16. Come giudica le attuali dotazioni informatiche della sua impresa? (\*)

La metà del campione (59% turismo e 48% altri settori) dichiara che le attuali soluzioni informatiche sono adeguate alla normale operatività dell'impresa, per oltre un terzo esse necessitano di un adeguamento entro due anni mentre per il 13% (solo il 3% del turismo) tale adeguamento è cogente.



**17. Ritiene che le attuali dotazioni informatiche e, più in generale, la tecnologia e le soluzioni ad oggi in uso presso la sua impresa siano adeguate ai cambiamenti imposti dalle conseguenze della pandemia di Covid-19 (ad es. il distanziamento sociale)? (\*)**

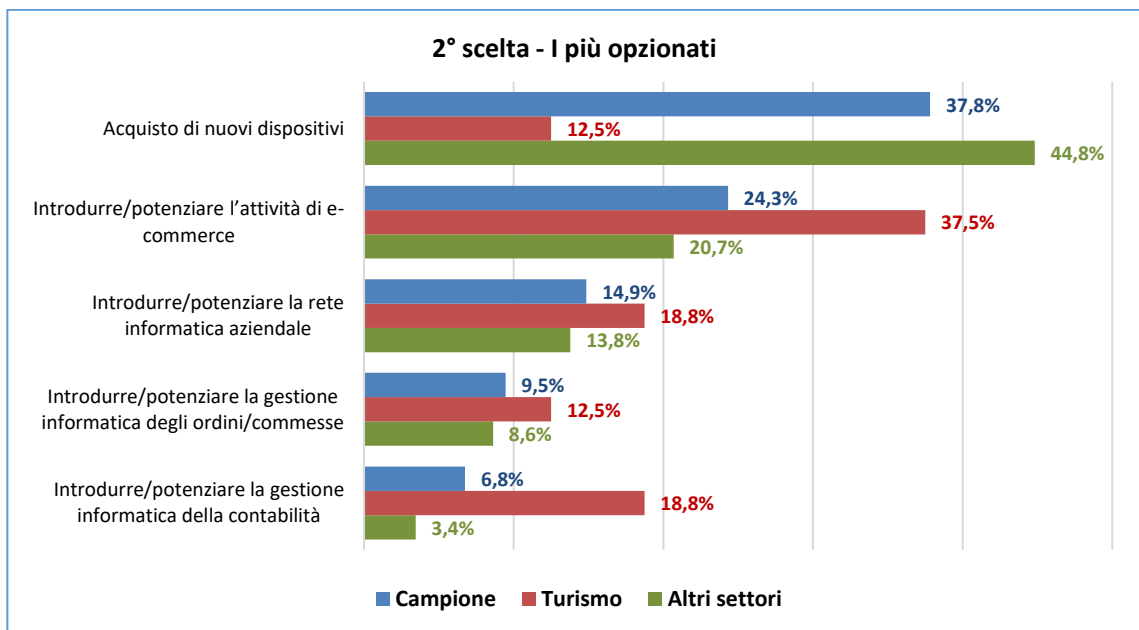
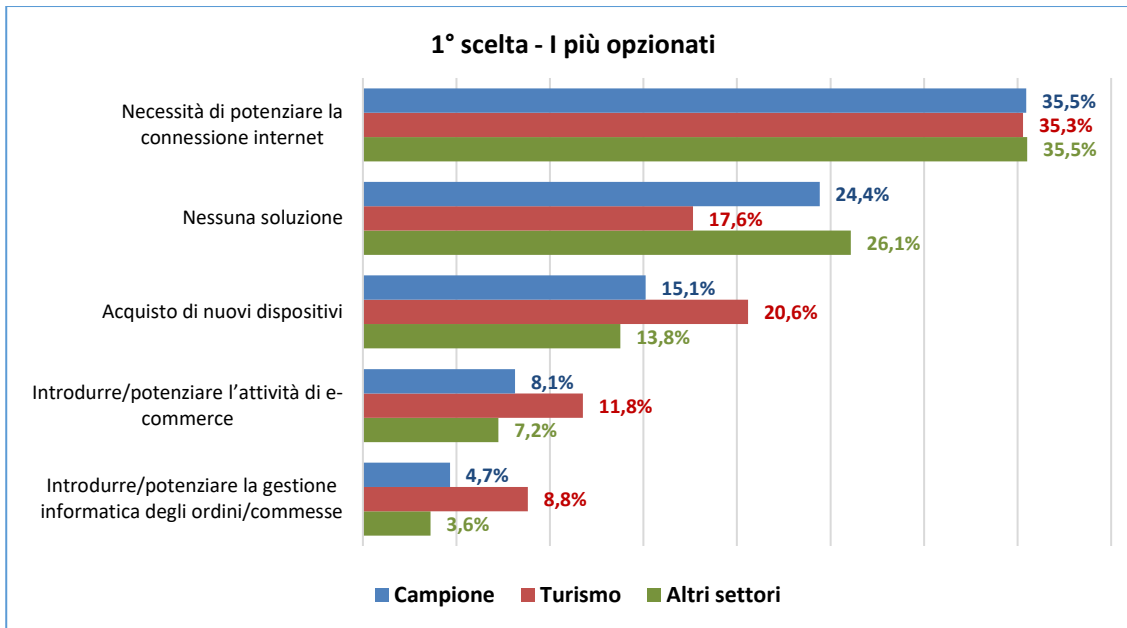
Circa la metà del campione (53% turismo e 49% altri settori) dichiara che le soluzioni tecnologiche ed informatiche finora adottate sono adeguate anche alle nuove esigenze createsi in seguito alla pandemia di COVID-19. Circa un quinto del campione (ma solo il 12 % del turismo) non è in grado di dare una risposta in tal senso. Quel che resta degli intervistati è orientato per la gran parte verso l'opzione *saranno adeguate alle nuove esigenze con lievi modifiche* ed una porzione minore del campione (8%, con evidenti differenze tra il 3% del turismo ed il 9% degli altri settori) hanno indicato che *le nuove condizioni operative necessitano soluzioni specifiche radicali*.



**18. In tema di ICT, quale ritiene possa essere la soluzione più urgente da adottare nella sua impresa al fine di gestire i cambiamenti imposti dalle conseguenze della pandemia di Covid-19 (ad es. il distanziamento sociale)? (\*)**

La necessità di potenziare la connessione internet è la soluzione maggiormente indicata<sup>10</sup>, come prima scelta, al fine di gestire i cambiamenti imposti dalla pandemia di COVID-19, con percentuali simili (35%) per i due sottoinsiemi analizzati. È chiaro che tale soluzione offre un miglioramento a svariate esigenze aziendali quali, ad esempio, *smart working* ed *e-commerce* (entrambe proposte peraltro come possibili opzioni) ma anche, più banalmente, la velocità di comunicazione dentro e fuori l'impresa. Da notare come il 24% del campione abbia indicato *nessuna soluzione* come seconda opzione (26% altri settori ma solo 18% turismo) e il 15% *acquisto di nuovi dispositivi* (15% altri settori e ben 20% turismo).

<sup>10</sup> Sono state prese in considerazione le cinque opzioni maggiormente indicate, sia come prima, sia come seconda scelta.



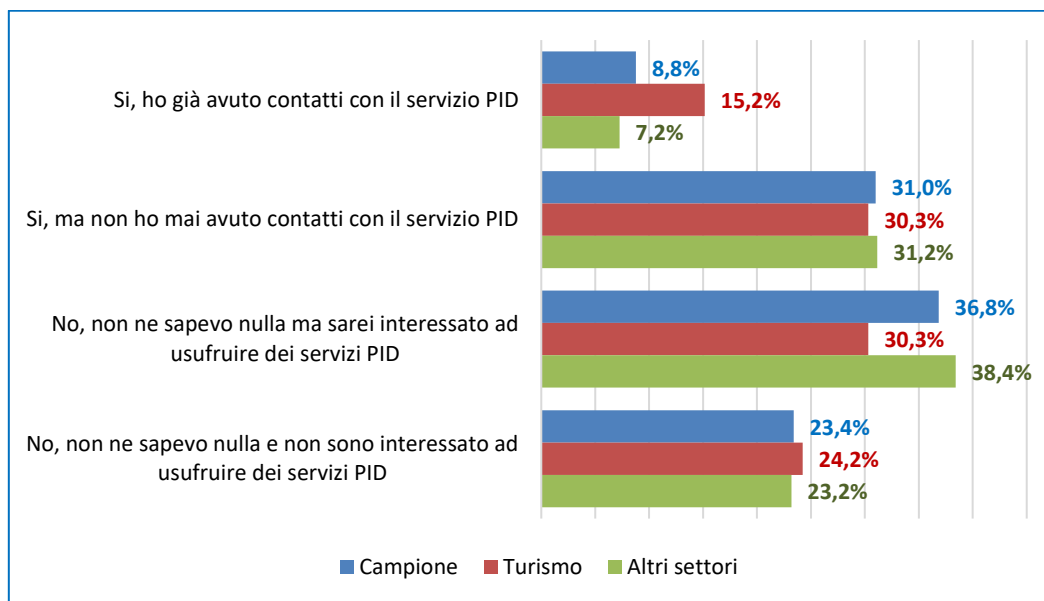
Le differenze nelle risposte si accentuano maggiormente fra turismo ed altri settori nell'analisi della seconda scelta fra le soluzioni proposte. Le imprese turistiche indicano in prima battuta *introdurre/potenziare l'attività di e-commerce* (37%) e poi *introdurre/potenziare la rete informatica aziendale* e *introdurre/potenziare la gestione informatica della contabilità* (entrambe 19%). Le imprese appartenenti agli altri settori indicano in gran parte *acquisto di nuovi dispositivi* (45%),

successivamente *introdurre/potenziare l'attività di e-commerce* (21%) e *introdurre/potenziare la rete informatica aziendale* (14%).

### Sezione D • PUNTO IMPRESA DIGITALE E FORMAZIONE

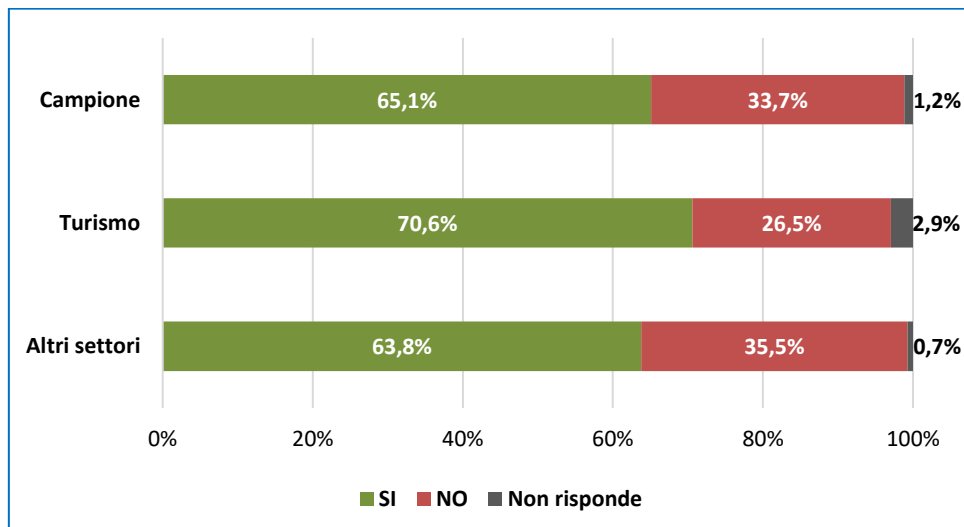
#### 19. E' a conoscenza che la Camera di Commercio eroga il servizio "Punto Impresa Digitale" (PID) per informare, orientare e fare prima assistenza alle imprese sul tema della digitalizzazione e dell'impresa 4.0?

In relazione al Punto Impresa Digitale, le imprese si possono dividere in due gruppi: quelle che sono a conoscenza dei servizi offerti dal PID e quelle che non lo sono. Le prime ammontano a circa il 40% del totale e si annota una percentuale più elevata per le sole imprese turistiche che dichiarano per il 15% di aver già avuto contatti col PID (contro il 7% degli altri settori). Circa il 60% del campione, dunque, non è a conoscenza dei servizi offerti e meno di un quarto non è interessato alla questione (con minime differenze fra i gruppi di imprese individuati).



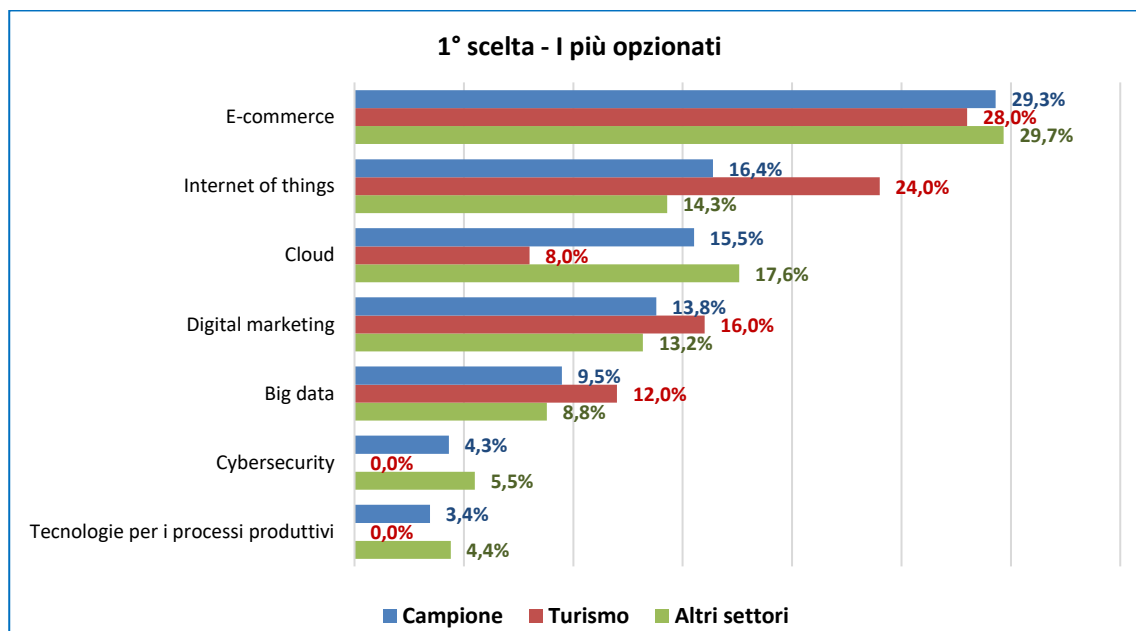
#### 20. La sua impresa è interessata a partecipare a seminari formativi gratuiti sui temi delle innovazioni in ambito ICT e digitalizzazione tenuti dalla Camera di Commercio?

D'altro canto, il 65% del campione (71% turismo e 64% altri settori) è interessato a partecipare a seminari formativi gratuiti sui temi delle innovazioni in ambito ICT e digitalizzazione organizzati dalla Camera di Commercio. I "non risponde" costituiscono una percentuale trascurabile.

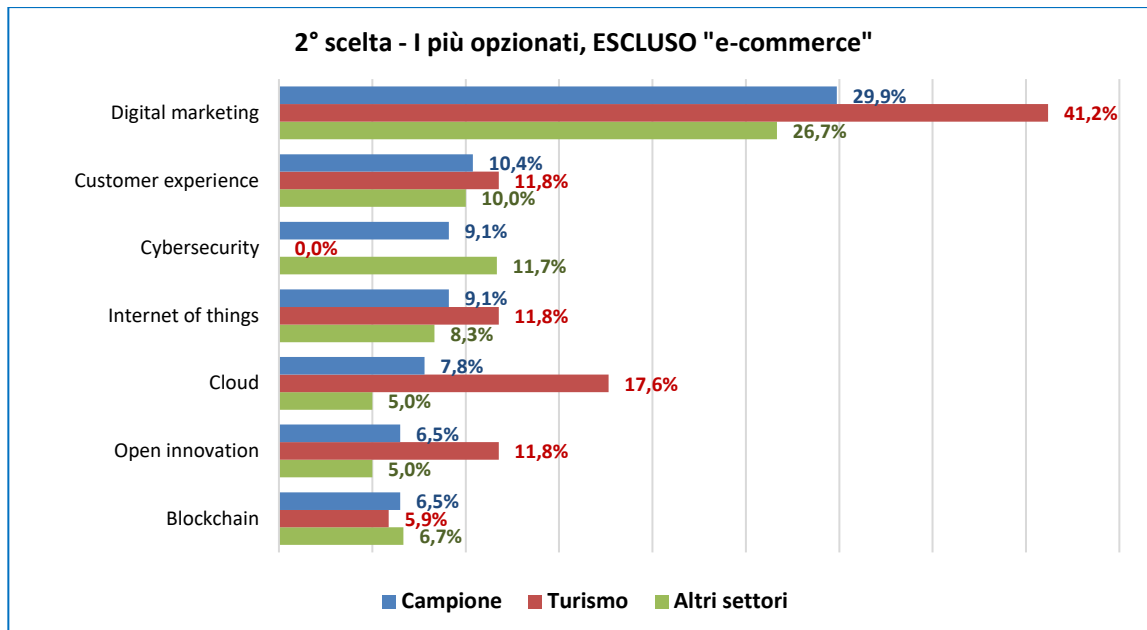


**21. Se è interessata, può indicare quali tra queste materie vorrebbe seguire? (Rispondere solo se si è risposto "SI" alla domanda precedente)**

L'ambito formativo che i rispondenti indicano con maggior frequenza, dunque per il quale nutrono il maggior interesse, è l'*e-commerce*, che riceve poco meno del 30% dei "consensi". Col 16% seguono *internet of things* (24% turismo e 14% altri settori) e col 15% *cloud* (8% turismo e 18% altri settori). Da notare come la terza scelta delle imprese turistiche sia stata il *digital marketing*, col 16% delle preferenze.

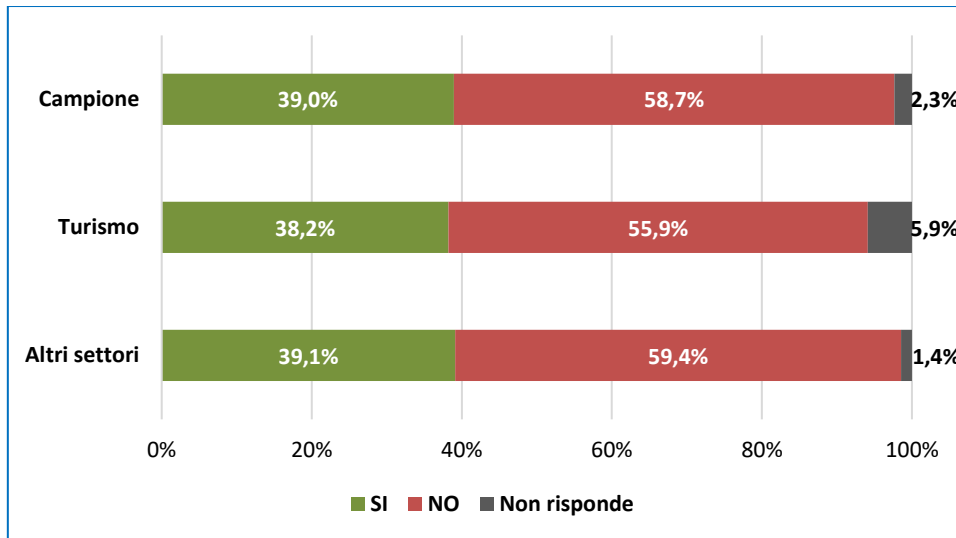


Al netto dell' *e-commerce*, è appunto il *digital marketing* la materia ampiamente più indicata, ancora una volta in particolare dal settore turismo, per una possibile formazione o un seminario organizzato dalla CCIAA della Maremma e del Tirreno.



**22. La sua impresa è interessata ad entrare in contatto con imprese specializzate fornitrici di tecnologie innovative (o Digital Innovation Hub/Competence Center/Centri di trasferimento tecnologico) o altre strutture pubbliche/private del nostro territorio, al fine di digitalizzare la sua impresa e organizzarla nella logica dell'impresa 4.0?**

Il 39% del campione, senza differenze fra turismo ed altri settori, è infine interessato ad entrare in contatto con imprese specializzate nei processi di digitalizzazione o impresa 4.0 (o altre strutture pubbliche/private), I "non risponde" costituiscono una percentuale del 6% nel turismo.





## ALLEGATO

### Questionario innovazione post COVID-19 - microimprese

Il questionario è destinato alle microimprese (sotto i dieci addetti ed entro 2 mil. € di fatturato), operanti in tutti i settori economici (con un particolare focus sul turismo) ed aventi sede nelle province di Grosseto e Livorno. Scopo del questionario è raccogliere informazioni sulla necessità di innovazione e di cambiamento da parte delle imprese, relativamente alle conseguenze sociali, e dunque economiche, che si sono create nella cosiddetta “fase due” e successivamente. Su tutte, il distanziamento sociale, che cambia il modo di vivere delle persone e che ha ricadute importanti e talvolta drammatiche sulla normale operatività delle imprese.

#### Sezione A • DATI IMPRESA

**1. La sua impresa è iscritta all'albo artigiani? (\*)**

- SI
- NO

**2. A quale classe di natura giuridica appartiene la sua impresa? (\*)**

- **Impresa individuale** Anche impresa familiare
- **Società di persone** Società semplice (S.s), società in nome collettivo (S.n.c.), società in accomandita semplice (S.a.s.), società fra professionisti
- **Società di capitali** Società a responsabilità limitata (S.r.l.), società a responsabilità limitata semplificata (S.r.l.s.), società per azioni (S.p.a.), società in accomandita per azioni (S.a.p.a.), società europea
- **Altre forme giuridiche** Associazione, Consorzio, Cooperativa, Ente, Fondazione, Soc. consortile, Soc. cooperativa, Soc. mutuo soccorso

**3. La sua impresa svolge la propria attività ESCLUSIVAMENTE col lavoro dell'imprenditore e/o dei suoi familiari?**

- SI
- NO

**4. Classe di addetti (\*)**

- Nessun addetto
- 1-2 addetti
- 3-5 addetti
- 6-10 addetti

## 5. In quale settore opera PRINCIPALMENTE la sua impresa? (\*)

- **Agricoltura, silvicoltura e pesca** Agriturismo
- **Costruzioni** Edilizia, movimento terra, lavori stradali, impiantistica, ecc.
- **Industria/manifatturiero** Sistema moda, meccanica allargata, ind. alimentare, legno, carta, chimica, ecc.
- **Commercio** Ingrosso e dettaglio
- **Commercio veicoli e loro parti**
- **Servizi di alloggio** Alberghi, RTA, villaggi turistici, campeggi, ecc.
- **Servizi di ristorazione** Bar, ristoranti, mense, catering, ecc.
- **Altri servizi turistici** Agenzie turistiche, tour operator, guide, noleggi, ecc.
- **Intrattenimento, sport e tempo libero**
- **Logistica** Trasporto merci e passeggeri
- **Servizi alla persona** Parrucchiere, estetista, ecc.
- **Servizi alle imprese**
- **Sanità e assistenza sociale, Istruzione**
- **Attività professionali, scientifiche e tecniche**
- **Attività immobiliari**
- **Attività finanziarie e assicurative**
- **Altro (specificare)** \_\_\_\_\_

## 6. Valore del fatturato nel 2019

- Fino a 350.000 €
- Da 350.000 € a 1.000.000 €
- Da 1.000.000 € a 2.000.000 €
- Oltre 2.000.000 €

## 7. In quale tipo di mercato opera principalmente la sua impresa?

- Il mercato è costituito principalmente dal cliente finale (Business to Consumer)
- Il mercato è costituito principalmente da altre imprese (Business to Business)

## 8. In quale Ambito Territoriale Omogeneo (ATO) ha sede la sua impresa? (\*)

- **Amiata:** Arcidosso, Castel del Piano, Castell’Azzara, Roccalbegna, Santa Fiora, Seggiano.
- **Costa degli Etruschi:** Bibbona, Campiglia Marittima, Castagneto Carducci, Cecina, Piombino, Rosignano Marittimo, San Vincenzo, Sassetta, Suvereto.
- **Arcipelago toscano:** Campo nell’Elba, Capoliveri, Capraia Isola, Isola del Giglio, Marciana, Marciana Marina, Porto Azzurro, Portoferraio, Rio.
- **Area livornese:** Collesalveti, Livorno.

- **Maremma Toscana Area Sud:** Campagnatico, Capalbio, Cinigiano, Civitella Paganico, Grosseto, Magliano in Toscana, Manciano, Monte Argentario, Orbetello, Pitigliano, Scansano, Semproniano, Sorano.
- **Maremma Toscana Area Nord:** Castiglione della Pescaia, Follonica, Gavorrano, Massa Marittima, Monterotondo Marittimo, Montieri, Roccastrada, Scarlino

### Sezione B • NECESSITÀ DI INNOVAZIONE

#### 9. Quanto ritiene che sia importante il processo di innovazione per la sua impresa? (\*)

- Ininfluyente
- Poco importante
- Mediamente importante
- Molto importante
- Fondamentale

#### 10. Come descrive le iniziative sinora attivate in tema di innovazione dalla sua impresa? (\*)

- Abbiamo attivato nessuna/sporadiche iniziative di innovazione
- Le iniziative di innovazione hanno riguardato prevalentemente prodotti/servizi
- Le iniziative di innovazione hanno riguardato almeno due delle seguenti aree: mercati, prodotti/servizi, processi produttivi
- Le iniziative di innovazione hanno riguardato più aree, inclusa l'organizzazione del lavoro
- Le iniziative hanno innovato in tutte le aree compreso il modello di business

#### 11. Com'è stata finanziata finora l'innovazione nella sua impresa?

- L'impresa non utilizza, o utilizza in modo occasionale, risorse finanziarie destinate all'innovazione
- L'impresa utilizza prevalentemente risorse finanziarie interne
- L'impresa utilizza prevalentemente risorse finanziarie esterne (anche pubbliche)
- L'impresa utilizza risorse finanziarie (interne ed esterne) per sostenere l'innovazione come parte integrante degli investimenti aziendali

#### 12. In seguito alle conseguenze della pandemia legata al virus COVID-19, ritiene che la sua impresa necessiti di almeno una delle seguenti tipologie d'innovazione? (\*)

- Innovazione di prodotto/servizio (introduzione di un nuovo prodotto/servizio o il miglioramento di un prodotto/servizio già esistente)
- Innovazione di processo (innovazione tecnologica riguardante il processo produttivo o il modo di produzione)
- Innovazione nell'organizzazione aziendale (anche tramite l'incremento delle competenze dell'imprenditore e del personale)

- Innovazione di marketing o mercato (ricerca di nuovi mercati o nuovo posizionamento nei mercati già presidiati)
- Nessun tipo di innovazione

### **Sezione C • DIGITALIZZAZIONE E DOTAZIONE TECNOLOGICA**

#### **13. Quanto ritiene che sia importante il processo di digitalizzazione per la sua impresa? (\*)**

**Digitalizzazione:** implementazione di strumenti e tecnologie digitali che rendano più efficienti i processi e i flussi aziendali.

- Ininfluente
- Poco importante
- Mediamente importante
- Molto importante
- Fondamentale

#### **14. La sua impresa utilizza un sistema informativo gestionale? (\*)**

- No
- Sì, per le fatture
- Sì, per gli acquisti
- Sì, per l'analisi dei costi di produzione (logistica inclusa)
- Sì, per l'avanzamento della produzione e la sua gestione (MES, facendo uso di pistole per codici a barre, qr code, rfid o altra tecnologia assimilabile)
- Sì, per la pianificazione della produzione (ad es. schedatore)
- Sì, per il personale
- ALTRO (specificare): \_\_\_\_\_

#### **15. In quale misura è sviluppata l'ICT nella sua impresa? (\*)**

**ICT - Tecnologie dell'informazione e della comunicazione** Le moderne tecnologie costituiscono un'opportunità per realizzare una maggiore integrazione all'interno dell'impresa, tra le varie fasi del processo produttivo, dalla logistica alla distribuzione, dalla ricerca al marketing. Allo stesso tempo permettono di realizzare una maggiore e più efficiente integrazione con i partner dell'impresa, clienti, banche e la Pubblica Amministrazione.

- L'impresa fa un uso limitato delle risorse informatiche
- L'impresa utilizza l'ICT in alcuni settori aziendali con un livello di integrazione nullo o basso
- I sistemi aziendali ICT supportano la gestione di diversi processi interni con un limitato livello di integrazione
- I sistemi aziendali ICT supportano la gestione della maggior parte dei processi interni con un adeguato livello di integrazione
- I sistemi aziendali ICT supportano tutti i processi in modo integrato e le decisioni sia strategiche che operative sia internamente, sia esternamente nelle relazioni con i clienti, i fornitori ed i partner

#### **16. Come giudica le attuali dotazioni informatiche della sua impresa? (\*)**

- Adeguate alla normale operatività dell'impresa
- Necessitano di un adeguamento nel medio periodo (entro 2 anni)

- Inadeguate, necessitano di un adeguamento immediato
- 17. Ritiene che le attuali dotazioni informatiche e, più in generale, la tecnologia e le soluzioni ad oggi in uso presso la sua impresa siano adeguate ai cambiamenti imposti dalle conseguenze della pandemia di Covid-19 (ad es. il distanziamento sociale)? (\*)**
- SI, saranno adeguate alle nuove esigenze
  - NO, ma saranno adeguate alle nuove esigenze solo in seguito a lievi modifiche o aggiornamenti
  - NO, le nuove condizioni operative necessitano di porre in atto soluzioni specifiche radicali
  - Non so giudicare
- 18. In tema di ICT, quale ritiene possa essere la soluzione più urgente da adottare nella sua impresa al fine di gestire i cambiamenti imposti dalle conseguenze della pandemia di Covid-19 (ad es. il distanziamento sociale)? (\*)**
- Nessuna soluzione
  - Necessità di potenziare la connessione internet
  - Acquisto di nuovi dispositivi (pc, tablet, smartphone)
  - Introdurre/potenziare la rete informatica aziendale
  - Introdurre/potenziare lo smart working
  - Introdurre/potenziare la gestione informatica degli ordini/commesse
  - Introdurre/potenziare la gestione informatica della contabilità
  - Introdurre/potenziare l'attività di e-commerce
  - Iniziare o sviluppare un percorso verso l'impresa 4.0
  - ALTRO (specificare): \_\_\_\_\_

#### **Sezione D • PUNTO IMPRESA DIGITALE E FORMAZIONE**

- 19. E' a conoscenza che la Camera di Commercio eroga il servizio "Punto Impresa Digitale" (PID) per informare, orientare e fare prima assistenza alle imprese sul tema della digitalizzazione e dell'impresa 4.0?**
- Si, ho già avuto contatti con il servizio PID
  - Si, ma non ho mai avuto contatti con il servizio PID
  - No, non ne sapevo nulla ma sarei interessato ad usufruire dei servizi PID
  - No, non ne sapevo nulla e non sono interessato ad usufruire dei servizi PID
- 20. La sua impresa è interessata a partecipare a seminari formativi gratuiti sui temi delle innovazioni in ambito ICT e digitalizzazione tenuti dalla Camera di Commercio?**
- SI
  - NO
- 21. Se è interessata, può indicare quali tra queste materie vorrebbe seguire? (Rispondere solo se si è risposto "SI" alla domanda precedente)**
- Big data

- Internet of things
- Cloud
- Cybersecurity
- Tecnologie per i processi produttivi (robot, stampe 3d...)
- Blockchain
- Open innovation
- E-commerce
- Chatbot
- Realtà aumentata e virtuale
- Customer experience
- Digital marketing e presenza sul web/social network
- ALTRO (specificare): \_\_\_\_\_

**22. La sua impresa è interessata ad entrare in contatto con imprese specializzate fornitrici di tecnologie innovative (o Digital Innovation Hub/Competence Center/Centri di trasferimento tecnologico) o altre strutture pubbliche/private del nostro territorio, al fine di digitalizzare la sua impresa e organizzarla nella logica dell'impresa 4.0?**

- SI
- NO