



Camera di Commercio
Alessandria

REPERTORIO DELLE IMPRESE INNOVATIVE DELLE PROVINCE DI ALESSANDRIA, ASTI, BIELLA, CUNEO, NOVARA, VERBANO CUSIO OSSOLA, VERCELLI

Restituire il questionario compilato in uno di questi due modi:

- Via e-mail: studi@al.camcom.it
- Per posta: Camera di Commercio di Alessandria – via Vochieri 58 – 15121 AL – alla c.a. Ufficio Studi d’Impresa

Informazioni Anagrafiche

Questionario compilato da:

Impresa*^(p): _____

Indirizzo*^(p) (sede operativa): _____

Principale attività*^(p): _____

Sito internet^(p): _____

Nome e Cognome: _____

Posizione in Azienda: _____

E-mail*^(p): _____ Telefono*: _____

Istruzioni per la compilazione

- Il questionario è indirizzato al Direttore Generale o all’Amministratore Delegato dell’impresa
- Il questionario include 35 domande a risposta chiusa e richiede un tempo di compilazione di circa 40 minuti.
- Tranne dove diversamente specificato, è ammessa una sola risposta alle domande.
- Il questionario è rivolto alle imprese che nel periodo 2009-2011 hanno realizzato almeno una tra le seguenti iniziative di innovazione:
 - Progetti di ricerca di base o applicata in un particolare ambito tecnologico/scientifico,
 - Progetti di sviluppo di nuovi prodotti/servizi,
 - Progetti di miglioramento di prodotti/servizi già esistenti (es. aggiunta di nuove funzionalità, miglioramento delle prestazioni del prodotto, introduzione di nuove tecnologie e materiali)
 - Progetti di ri-organizzazione di uno o più processi aziendali tramite l’introduzione di nuove tecnologie e/o la ridefinizione di ruoli e alcune mansioni affidate ai dipendenti.

Se l’impresa non ha svolto nessuna di tali tipologie di progetti, essa si può astenere dal compilare il questionario.

- E’ possibile segnalare eventuali richieste di assistenza e di chiarimenti per la compilazione del questionario all’indirizzo e-mail studi@pie.camcom.it oppure all’indirizzo e-mail studi@al.camcom.it

* Domanda obbligatoria.

^(p) L’informazione potrebbe essere diffusa per iniziative promozionali, mirate a segnalare le imprese più innovative sul territorio; si veda informativa al fondo del questionario.

1. Indichi le seguenti informazioni generali sull'impresa

- Numero di addetti (dipendenti, indipendenti e parasubordinati) al 31/12/2011 ^{*(p)},
 di cui:
- in sedi localizzate in Piemonte ^{*(p)}:
 - laureati ^{*(p)}

2. Quali valori e andamenti di fatturato ed esportazioni l'impresa ha registrato nell'esercizio finanziario 2011?

		Andamento rispetto al 2009					
		Flessione superiore al 20%	Flessione tra 20% e 5%	Flessione inferiore al 5%	Crescita inferiore al 5%	Crescita tra il 5% e il 10%	Crescita superiore al 10%
Fatturato 2011 (migliaia di euro)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esportazioni 2011 (migliaia di euro)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ^{*(p)} Indichi l'anno di iniziale fondazione dell'impresa**4. In base alla struttura di controllo e governance dell'impresa, in quale delle seguenti categorie riconosce maggiormente la situazione proprietaria della sua impresa?**

- La proprietà è detenuta da uno o più individui coinvolti nella gestione aziendale (passare alla domanda 5)
- La proprietà è detenuta da un azionista di riferimento con un interesse di natura prevalentemente finanziaria (es.: banca, fondo di private equity (passare alla domanda 4.b)
- L'azionista di riferimento è un'impresa / gruppo industriale (es. divisione di business di una multinazionale che opera nel medesimo settore) (passare alla domanda 4.b)
- L'impresa ha un azionariato diffuso (public company quotata in Borsa) (passare alla domanda 5)

4.b Qualora la proprietà appartenga a un gruppo industriale, tale gruppo è:

Italiano Straniero

5. L'impresa vende (è richiesta almeno una risposta per riga):

<input type="checkbox"/> a individui/famiglie (Business to Consumers)	<input type="checkbox"/> ad altre aziende od enti (Business to Business)
<input type="checkbox"/> prodotti	<input type="checkbox"/> servizi
<input type="checkbox"/> operando su commessa	<input type="checkbox"/> operando tramite un catalogo di prodotti/servizi

6. Indichi la percentuale approssimativa del fatturato 2011 derivante dai vostri tre principali clienti:

Meno del 20% Tra il 20% e il 40% Tra il 40% e il 60%

Tra il 60% e l'80% Oltre l'80%

7. Indichi dove sono localizzati i vostri principali concorrenti diretti (è ammessa la risposta multipla)

In Piemonte In Italia, ma al di fuori del Piemonte All'estero

8. Come descrive il contesto di mercato in cui l'impresa opera rispetto a ciascuna delle seguenti dimensioni?

		1	2	3	4	5	
Stabilità della domanda	Relativamente stabile e prevedibile	<input type="checkbox"/>	Instabile e incerta				
Stadio di maturità	Maturo e/o in contrazione	<input type="checkbox"/>	In espansione				
Ampiezza	Costituito da pochi segmenti di mercato	<input type="checkbox"/>	Molti segmenti di mercato				
Concentrazione	Pochi concorrenti	<input type="checkbox"/>	Molti concorrenti				
Intensità competitiva	Poco competitivo	<input type="checkbox"/>	Molto competitivo				
Facilità di entrata	Chiuso a nuove entrate	<input type="checkbox"/>	Aperto a nuove entrate				
Tipo di competizione	Locale/nazionale	<input type="checkbox"/>	Globale				
Focus competitivo	Prezzo	<input type="checkbox"/>	Altri parametri dei prodotti / servizi (es. qualità, prestazioni)				
Focus competitivo	Su attributi tangibili del prodotto	<input type="checkbox"/>	Sul servizio				

II. Strategie e modelli di innovazione

Questa sezione approfondisce le attività di innovazione effettuate dall'azienda nell'ultimo triennio e la relazione di questa con la sua strategia competitiva

9. ^{*(p)} Indichi quali fra le seguenti innovazioni sono state realizzate dall'azienda tra il 2009 e il 2011 (è ammessa la risposta multipla):

- Introduzione di una generazione di prodotto successiva a quella pre-esistente e caratterizzata da un miglioramento delle prestazioni
- Introduzione di prodotti completamente nuovi che integrano nuove tecnologie o che combinano in modo diverso quelle già utilizzate dall'azienda
- Introduzione di impianti, macchinari e attrezzature basate su nuove tecnologie di produzione
- Introduzione di nuovi metodi di produzione o di erogazione del servizio (es. just in time, lean manufacturing, cross-docking nella logistica, etc.)
- Introduzione di nuovi sistemi informativi
- Introduzione di nuove procedure previste dalle certificazioni relative ai sistemi di qualità (es.: Vision, Six Sigma)
- Investimenti in attività di ricerca di base e/o applicata che non hanno ancora portato allo sviluppo di nuovi prodotti e processi.
- Non è stata introdotta nessuna di tali innovazioni

10. * L'impresa ha sostenuto spese per attività di Ricerca e Sviluppo nel biennio 2010-2011?

- No Sì

10bis. In caso affermativo si indichi l'ammontare medio annuo di tali spese¹?.....euro

11. * ^(p) Indichi il numero di addetti che l'impresa ha assegnato all'attività di Ricerca e Sviluppo Prodotto:
.....(numero di Equivalenti a Tempo Pieno al 31/12/2011)

12. Per sviluppare nuove competenze tecnologiche all'interno dell'area di Ricerca e Sviluppo indicate l'importanza che dal 2009 ad oggi hanno avuto le seguenti scelte (1: scelta poco importante; 5: scelta molto importante; n.a. non applicabile, in quanto non vi è stata necessità di sviluppare competenze relative a nuove tecnologie)

	n.a.	1	2	3	4	5
Assunzione di personale tecnico qualificato già in possesso delle competenze necessarie	<input type="checkbox"/>					
Assunzione di neo-laureati	<input type="checkbox"/>					
Formazione del personale tecnico già presente in azienda	<input type="checkbox"/>					
Acquisizione di altre imprese	<input type="checkbox"/>					
Accordi di collaborazione e alleanze con altre imprese o con enti di ricerca/università	<input type="checkbox"/>					

13. * Quale livello tecnologico presentano i Vostri prodotti? (NB: una sola risposta possibile, si faccia riferimento ai prodotti di punta dell'impresa)

- Abbiamo prodotti che presentano caratteristiche tecnologiche radicalmente innovative e che ci distaccano nettamente dalla concorrenza più qualificata
- Almeno alcuni dei nostri prodotti presentano caratteristiche tecnologiche che li rendono superiori a quelli forniti dai concorrenti più qualificati
- I nostri prodotti sono sostanzialmente allineati al livello dei concorrenti più qualificati
- I nostri prodotti seguono l'evoluzione tecnologica "media" presente nel settore, ma tendiamo a competere su altri fattori (es. livello di servizio, costo, ecc.)

14. Quale è la percentuale approssimativa di fatturato del 2011 derivante da nuovi prodotti/servizi introdotti nel biennio 2010-2011%

15. Quanta importanza hanno avuto i seguenti obiettivi nelle attività di innovazione dell'impresa condotte dal 2010 ad oggi? (1: nessuna importanza/non applicabile; 5: elevata importanza)

	1	2	3	4	5
Rimpiazzare prodotti/servizi giunti alla fine del loro ciclo di vita	<input type="checkbox"/>				
Aumentare la gamma di prodotti	<input type="checkbox"/>				
Mantenere la propria quota di mercato	<input type="checkbox"/>				
Aumentare la propria quota di mercato	<input type="checkbox"/>				
Entrare in nuovi segmenti di mercato	<input type="checkbox"/>				
Migliorare la flessibilità dei processi produttivi	<input type="checkbox"/>				
Migliorare le condizioni di lavoro in azienda	<input type="checkbox"/>				
Sviluppare nuovi prodotti "eco-compatibili"	<input type="checkbox"/>				
Ridurre l'impatto ambientale dei processi produttivi	<input type="checkbox"/>				
Diminuire i costi di prodotto riducendone i costi di produzione	<input type="checkbox"/>				
Diminuire i costi di prodotto riducendone i lead-time di produzione	<input type="checkbox"/>				
Diminuire i costi di prodotto riducendone i costi di progettazione	<input type="checkbox"/>				
Migliorare la qualità dei prodotti esistenti (migliorandone attributi quali ad esempio affidabilità, estetica, usabilità o comfort di utilizzo, etc.)	<input type="checkbox"/>				
Avviare progetti sperimentali su tecnologie radicalmente innovative	<input type="checkbox"/>				
Altro (descrivere):	<input type="checkbox"/>				

¹ Le spese possono comprendere i costi sostenuti per l'acquisto di servizi esterni di Ricerca e Sviluppo (R&S), l'investimento in infrastrutture e strumenti per la ricerca, il costo del lavoro di addetti dedicati ad attività di R&S.

16. Esprima il proprio livello di accordo in riferimento agli effetti che la crisi economica ha prodotto sull'impresa e sul suo mercato di riferimento a partire dal 2009. (1: completo disaccordo; 5: completo accordo)

A causa della crisi..	1	2	3	4	5
L'impresa ha significativamente ridotto i propri investimenti in innovazione	<input type="checkbox"/>				
L'impresa ha ridotto il portafoglio di progetti di innovazione privilegiando quelli con minor rischio e/o di minor durata	<input type="checkbox"/>				
L'impresa ha limitato l'assunzione di nuovo personale tecnico addetto ad attività di R&S rispetto a quanto pianificato in precedenza	<input type="checkbox"/>				
Si è verificata l'uscita dal mercato di riferimento di numerosi competitori	<input type="checkbox"/>				
Si è verificato l'ingresso di nuovi concorrenti con offerta di prodotti/servizi di fascia medio-bassa	<input type="checkbox"/>				

17. Indichi il livello di importanza che le seguenti azioni hanno avuto nella strategia adottata dalla vostra impresa per fronteggiare la crisi. (1 = nessuna importanza; 5 = molto importante)

	1	2	3	4	5
Riduzione della capacità produttiva	<input type="checkbox"/>				
Un miglioramento dell'efficienza operativa (es. ricerca di nuovi materiali, nuove tecnologie di produzione, programmi di lean thinking/manufacturing)	<input type="checkbox"/>				
Una diminuzione dei prezzi dei prodotti e servizi	<input type="checkbox"/>				
La ricerca di nuovi mercati di sbocco (nuovi mercati geografici, nuovi segmenti di mercato)	<input type="checkbox"/>				
Nuovi investimenti per lo sviluppo di nuovi prodotti	<input type="checkbox"/>				
Accelerazione del time-to-market per prodotti già in fase di sviluppo	<input type="checkbox"/>				
Un maggiore ricorso all'outsourcing di servizi e/o attività produttive	<input type="checkbox"/>				
Ricerca di imprese con cui avviare operazioni di fusione e/o acquisizione	<input type="checkbox"/>				
La ristrutturazione del debito	<input type="checkbox"/>				
Aumenti di capitale	<input type="checkbox"/>				
Cambi nel management direzionale	<input type="checkbox"/>				

III. Le fonti per le attività di innovazione dell'impresa

Tale sezione approfondisce le fonti che l'azienda utilizza per impostare le sue attività di innovazione e i canali informativi e relazionali che vengono impiegati per utilizzare tali fonti

18. * Indichi quale ruolo hanno i seguenti attori e strumenti nel fornire all'azienda conoscenza utile per le attività di sviluppo di nuovi prodotti/servizi e processi (1: poco importante, 5: molto importante)

Tipologia di Fonte		1	2	3	4	5
<i>Aree interne all'impresa</i>	<i>Area sviluppo prodotto / direzione tecnica</i>	<input type="checkbox"/>				
	<i>Aree produzione</i>	<input type="checkbox"/>				
	<i>Area marketing</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Attori Esterni</i>	<i>Clienti guida</i>	<input type="checkbox"/>				
	<i>Fornitori</i>	<input type="checkbox"/>				
	<i>Concorrenti</i>	<input type="checkbox"/>				
	<i>Partner industriali</i>	<input type="checkbox"/>				
	<i>Università e centri ricerca</i>	<input type="checkbox"/>				
	<i>Società di consulenza e/o esperti esterni</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Strumenti di divulgazione scientifica</i>	<i>Pubblicazioni tecniche di settore</i>	<input type="checkbox"/>				
	<i>Pubblicazioni scientifiche</i>	<input type="checkbox"/>				

19. * Si indichi la localizzazione geografica prevalente per le fonti esterne di conoscenza di cui l'impresa fa abitualmente uso per impostare le sue attività di innovazione

Fonti	Non Utilizzabile	Regionale	Nazionale	Internazionale
<i>Clienti guida</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Fornitori</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Concorrenti</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Partner industriali</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Università e centri ricerca</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Società di consulenza e/o esperti</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. Strumenti e decisioni di gestione dell'innovazione

20. * All'interno dell'area di Sviluppo Prodotto, l'impresa utilizza metodi formali di Project Management per la gestione e il controllo dei progetti di sviluppo di nuovi prodotti?

No

Sì, occasionalmente

Sì, regolarmente

21. Considerando l'insieme dei progetti di innovazione oggi in corso di svolgimento, qual è la data di chiusura di quello a più lungo termine? (mese e anno)

22. **Esprima il proprio livello di accordo in riferimento alle seguenti affermazioni relative alla gestione dei progetti di innovazione. (1: completo disaccordo; 5: completo accordo)**

	1	2	3	4	5
I clienti chiedono frequentemente all'impresa nuovi prodotti o miglioramenti a quelli esistenti	<input type="checkbox"/>				
I dipendenti vengono incoraggiati a formulare proposte e idee per nuovi prodotti o per miglioramenti nei prodotti e processi produttivi	<input type="checkbox"/>				
I manager incoraggiano e premiano tramite incentivi i dipendenti alla ricerca di miglioramenti continui e/o di idee radicalmente innovative	<input type="checkbox"/>				

23. **Nei processi di sviluppo prodotto vengono utilizzate metodologie formali per definire il concept di prodotto, identificare le preferenze dei clienti e determinare le caratteristiche tecniche di progettazione (es. Quality Function Deployment®, Customer Focused Technology Planning®)?**

No Sì

24. *** La gestione del portafoglio progetti (scelta di quali progetti iniziare, proseguire e terminare) è affidata a procedure formalizzate (ad es. processi stage-gate)?**

No Sì

25. **Per progetti di Sviluppo Prodotto o di Innovazioni di Processo l'impresa realizza documenti formali di Business Plan in cui viene stimata la redditività attesa del progetto?**

No Sì

26. *** L'impresa ha accordi strategici per attività di Ricerca o di Sviluppo Prodotto?**

No Sì

26bis. **In caso affermativo, indicate la localizzazione dei partner e la tipologia di attività innovativa oggetto dell'accordo strategico (è ammessa la risposta multipla)**

Tipologia di Attività	Sì	Partner localizzati in Italia	Partner localizzati all'estero
Ricerca di Base o Applicata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attività di Sviluppo Prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fornitura di tecnologie e know-how	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. **I prodotti / servizi dell'azienda incorporano tecnologie acquisite mediante accordi di licenza con altre aziende? (è ammessa la risposta affermativa multipla)**

- No
 Sì, l'impresa ha siglato un accordo di licensing con una o più aziende italiane
 Sì, l'impresa ha siglato un accordo di licensing con una o più aziende straniere

28. *** L'impresa ha stipulato accordi per trasferire ad altre aziende tecnologie e/o know-how sviluppati internamente? (è ammessa la risposta affermativa multipla)**

- No
 Sì, tramite accordi di licensing
 Sì, tramite la stipulazione di una Joint Venture, o di un consorzio, etc.

29. **Dal 2009 ad oggi sono stati rilevati i seguenti ostacoli all'attività di innovazione? (1: per nulla; 5: molto)**

Ostacoli	1	2	3	4	5
<i>Manca di risorse finanziarie</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Manca di competenze tecniche</i>	<input type="checkbox"/>				

<i>Carenza di finanziamenti pubblici</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Rischiosità tecnologica troppo elevata degli investimenti</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Incertezza sulla domanda di mercato per i nuovi prodotti / servizi</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Difficoltà a colmare il divario tecnologico con i leader del mercato</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Rischio di imitazione dell'innovazione da parte di altre imprese nazionali ed estere</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Rischio di interferire con brevetti / copyright detenuti da altre imprese</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Manca di adeguati canali di distribuzione per i prodotti innovativi</i>	<input type="checkbox"/>				

V. Risorse finanziarie e dotazioni infrastrutturali per l'innovazione

30. Dal 2009 ad oggi, quale è stata l'incidenza delle seguenti modalità di finanziamento per sostenere gli investimenti in innovazione realizzati? (1: nulla, 5: elevata)

Modalità finanziamento	1	2	3	4	5
<i>Apporto di capitale di rischio da venture capitalists</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Apporto di capitale di rischio da fondi di private equity</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Apporto di capitale di rischio da nuovi soci (gruppi industriali o persone fisiche)</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Apporto di capitale di rischio da parte dei soci pre-esistenti</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Autofinanziamento di impresa</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Credito Bancario a breve</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Credito bancario a medio – lungo termine</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Contributi pubblici a fondo perduto</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Agevolazioni fiscali</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Leasing</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Finanziamenti intra-gruppo</i>	<input type="checkbox"/>				

31. Dal 2009 ad oggi l'impresa avrebbe desiderato una maggiore quantità di credito per la realizzazione di investimenti in innovazione?

No Sì

29.bis Se sì, l'impresa ha domandato una maggiore quantità di credito, finalizzato a sostenere progetti di innovazione, senza ottenerla?

No Sì

32. * ^(p) Dal 2009 ad oggi l'impresa ha ottenuto finanziamenti pubblici finalizzati al sostegno di progetti di innovazione (è ammessa la risposta affermativa multipla)?

- No
 Sì, l'impresa ha ottenuto finanziamenti su leggi nazionali
 Sì, l'impresa ha ottenuto finanziamenti su leggi regionali
 Sì, l'impresa ha ottenuto finanziamenti su misure dell'Unione Europea

30.bis Se l'impresa dal 2009 ad oggi ha ottenuto risorse pubbliche a sostegno di investimenti in ricerca ed innovazione, in assenza di tali contributi gli investimenti:

- Sarebbero stati comunque realizzati
 Sarebbero stati realizzati su scala minore
 Non sarebbero stati realizzati, per la mancanza di risorse finanziarie

33. Quali delle seguenti attività relative allo sviluppo di nuovi prodotti / servizi vengono acquistate esternamente? (è ammessa la risposta multipla)

- Ricerca Applicata
 Design di prodotto

- Servizi di engineering
- Test di laboratorio
- Sviluppo di software
- Ricerche di mercato
- Nessuna

VI. Sistemi di protezione del valore dell'innovazione

34. * ^(P) L'impresa ad oggi possiede (risposta multipla):

- Brevetti e/o domande di brevetto nazionali
- Brevetti e/o domande di brevetto internazionali
- Marchi registrati
- Nessun brevetto o marchio registrato

35. Quale efficacia attribuite ai seguenti sistemi per l'appropriazione del valore generato attraverso l'attività di innovazione (1=bassa, 5=alta)?

	1	2	3	4	5
<i>Brevetti</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Segreto industriale</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Time to market (cicli di vita del prodotto molto brevi per proteggersi dall'imitazione)</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Controllo di risorse complementari essenziali (es: efficaci canali di distribuzione, accesso privilegiato agli input produttivi)</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Strategie orientate a fidelizzare o vincolare i nostri clienti ai nostri prodotti</i>	<input type="checkbox"/>				
<i>Mantenimento all'interno dell'impresa delle risorse umane rilevanti per il know how tecnologico</i>	<input type="checkbox"/>				

Informativa ai sensi dell'art. 13 d.lgs. n. 196/2003

Il trattamento dei dati personali forniti è finalizzato a studiare il fenomeno dell'innovazione presso le imprese localizzate nelle province di Alessandria, Asti, Biella, Cuneo, Novara, Verbanò Cusio Ossola e Vercelli, e a realizzare un repertorio promozionale delle imprese innovative. Il mancato conferimento dei dati comporterà l'impossibilità del loro utilizzo per l'indagine. I dati, in forma anonima, potranno essere messi a disposizione di Istituzioni Pubbliche a soli fini di ricerca scientifica. I dati raccolti saranno trattati su supporto cartaceo e con l'utilizzo di procedure informatizzate, in maniera anonima; saranno presentati solo in forma aggregata e verranno gestiti con la massima riservatezza dal solo gruppo di ricerca. I soli dati relativi alle domande del questionario contrassegnate con il simbolo ^(P) potranno essere diffusi a fini promozionali in Italia o all'estero, su supporto elettronico o cartaceo, tramite CD ROM o su internet, o per fini istituzionali di Unioncamere Piemonte.

Titolari del trattamento dei dati sono Unioncamere Piemonte, Via Cavour 17, 10123 Torino, e la Camera di Commercio di Alessandria, Via Vochieri 58, 15121 Alessandria.

All'interessato sono riconosciuti i diritti previsti dall'art. 7 del d.lgs. n. 196/2003, in particolare il diritto di accedere ai propri dati personali, di chiederne la rettifica, l'aggiornamento e la cancellazione se incompleti, erronei o raccolti in violazione della legge, nonché di opporsi al loro trattamento per motivi legittimi rivolgendo le richieste a: Unioncamere Piemonte, Ufficio Studi e Statistica, via Cavour 17, Torino; oppure a Camera di Commercio di Alessandria, Ufficio Studi d'Impresa, Via Vochieri 58, 15121 Alessandria.

Il sottoscritto/a, legale rappresentante dell'impresa

.....

PRESTA IL PROPRIO CONSENSO

alla diffusione dei dati con le modalità sopracitate.

Firma leggibile del legale rappresentante

.....