

## 1. INFORMAZIONI DI BASE - Ubicazione

Per comodità, la barra posta nella parte superiore della pagina tratterà il Suo avanzamento man mano che risponde al questionario.

In questa sezione Le chiederemo di fornirci alcune informazioni di base. Le Sue risposte saranno raccolte unicamente a scopo analitico e aggregate per evitare l'identificazione delle singole imprese.

### 1. Indichi la natura della Sua impresa e l'ubicazione della sede:

	Sede in UE 27/ SEE	Sede extra UE 27/ SEE
Impianto unico - indipendente (passi alla domanda 3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Multisito - unico paese (passi alla domanda 3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unità di un gruppo d'impresa / di un'azienda (multinazionale, multisito) (passi alla domanda 2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unità dedicata al REACH (passi alla domanda 3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Altro (specificare)

### 2. Se fa parte di un gruppo d'impresa multinazionale, dove si trova la sede centrale del gruppo a cui fa capo la Sua impresa?

	UE 27 / SEE (elenco)	Paesi extra UE (elenco) countries (list)
Stato (sede)	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Altro (specificare)

### 3. In quale stato si trova la Sua impresa?

**Nota per i rispondenti che fanno parte di gruppi d'impresa: la risposta a questa domanda determina il punto di vista in base al quale si risponderà alle successive domande del questionario. Indicando l'ubicazione della specifica unità del gruppo d'impresa in cui opera, le risposte fornite saranno considerate come pertinenti a tale unità. Se dichiara di rappresentare una multinazionale, le risposte fornite saranno considerate come indicanti l'attività e l'esperienza di tutto il gruppo d'impresa.**

	UE27/ SEE (elenco)	Non UE27/ SEE (elenco)
Sede dell'impresa	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Altro (specificare)

## 2. INFORMAZIONI DI BASE - Occupazione

### 1. Indichi la qualifica / posizione che riveste nell'impresa

# REACH and Innovation IT

**2. Quanti dipendenti impiega attualmente la Sua entità aziendale / la Sua unità? Indichi in quale delle seguenti fasce rientrano le dimensioni della Sua impresa (se la Sua impresa è un'unità controllata di un gruppo di imprese, indichi le dimensioni dell'unità e non le dimensioni totali del gruppo di imprese). .**

- 1-9
- 10-49
- 50-249
- >250

**3. Nel caso in cui la Sua unità aziendale faccia parte di un gruppo di imprese, indichi il numero totale dei dipendenti del gruppo in base alle fasce sottostanti.**

- Non pertinente
- <50
- 50-249
- 250-1,000
- 1,001-10,000
- 10,001-50,000
- >50,000

## 3. INFORMAZIONI DI BASE - Attività

**1. Indichi quale tra le seguenti descrizioni rispecchia meglio le attività della Sua impresa e il suo ruolo lungo la catena di approvvigionamento delle sostanze chimiche. (Se pertinente, indichi anche le attività secondarie e terziarie).**

	Attività principale	Attività secondaria	Attività terziaria
Organizzazione ricerca e sviluppo (includere organizzazioni per contratti di ricerca)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produttore di sostanze chimiche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Importatore di sostanze chimiche o di preparati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produttore di articoli contenenti sostanze chimiche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Importatore di articoli contenenti sostanze chimiche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formulatore (miscelatore) di sostanze chimiche o di preparati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizzatore finale di sostanze chimiche o preparati in attività professionali o in attività industriali dove le sostanze o i preparati sono utilizzati come coadiuvante tecnologico e non sono parte del prodotto finale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Distributore/ rivenditore al dettaglio di sostanze chimiche, preparati o articoli contenenti sostanze chimiche a rilascio intenzionale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Altro ruolo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Altro ( specificare)

## 2. Indichi in che ruolo risponderà al questionario.

- Organizzazione ricerca e sviluppo (includere organizzazioni per contratti di ricerca)
- Produttore di sostanze chimiche
- Importatore di sostanze chimiche o di preparati
- Produttore di articoli contenenti sostanze chimiche
- Importatore di articoli contenenti sostanze chimiche
- Formulatore (miscelatore) di sostanze chimiche o di preparati
- Utilizzatore finale di sostanze chimiche o preparati in attività professionali o in attività industriali dove le sostanze o i preparati sono utilizzati come coadiuvante tecnologico e non sono parte del prodotto finale
- Distributore/ rivenditore al dettaglio di sostanze chimiche, preparati o articoli contenenti sostanze chimiche a rilascio intenzionale
- Altro ruolo (come sopra specificato)

## 3. In quale settore economico la Sua azienda opera principalmente?

### Menu a tendina

Altre attività manifatturiere o servizi (specificare)

## 4. INFORMAZIONI DI BASE - Sottosettori dell'industria chimica

### 1. In quale sottosettore dell'industria chimica è presente la Sua impresa? Se in più di uno, indichi la percentuale approssimativa rispetto al fatturato della Sua impresa.

	1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%	Non saprei	Non pertinente
Petrochimici	<input type="radio"/>						
Inorganici di base	<input type="radio"/>						
Polimeri	<input type="radio"/>						
Sostanze chimiche speciali	<input type="radio"/>						
Sostanze chimiche di largo consumo	<input type="radio"/>						

## 5. INFORMAZIONI DI BASE - varie

### 1. Quante sostanze chimiche ha immesso sul mercato nel 2010? (comprese le sostanze contenute negli articoli)

- 1
- 2-10
- 11-50
- 51-100
- 101-1,000
- 1,001-10,000
- >10,000
- Non saprei
- Non pertinente

## 2. Approssimativamente, che percentuale del fatturato è stata spesa per le attività di ricerca e sviluppo (R&S) nel 2010?

- <1%     1-2%     2-5%     5-10%     >10%     Non saprei     Non pertinente

## 3. Quali sono i principali motori dell'innovazione nel Suo settore industriale ? Li indichi nelle caselle di testo sottostanti, ordinati per importanza decrescente.

1

2

3

## 4. Quali sono, secondo Lei, le fonti d'innovazione nella Sua impresa? Se più di una, ne classifichi l'importanza in ordine decrescente.

	1	2	3	Non saprei	Non pertinente
Principalmente la Sua impresa o il gruppo d'impres	<input type="radio"/>				
La Sua impresa o il gruppo d'impres insieme ad altre impres o istituzioni	<input type="radio"/>				
Principalmente altre impres o istituzioni	<input type="radio"/>				

## 5. Qualora abbia dei commenti, li inserisca qui:

Per strutturare il nostro approccio, abbiamo adottato un'idea di innovazione che consta di tre fasi principali: concezione del prodotto (generazione e valutazione dell'idea); realizzazione (sviluppo, creazione del prototipo e applicazione sperimentale); e marketing (produzione, lancio sul mercato e commercializzazione). Nelle sezioni seguenti si considererà l'impatto del REACH su ciascuna di queste fasi.

## 6. B: IL REACH E LA CONCEZIONE DEL PRODOTTO (GENERAZIONE E VALUTAZIONE DELL'ID...

In questa sezione Le porremo delle domande sull'impatto del Regolamento REACH sull'innovazione per quanto riguarda la concezione del prodotto (generazione di nuove idee e loro valutazione).

Innovazione di prodotto: Per le domande che seguono si definisce innovazione di prodotto / di servizio l'immissione sul mercato di un bene o di un servizio nuovo o sostanzialmente migliorato nelle caratteristiche e nell'uso previsto. Sono comprese le specifiche tecniche, componenti e materiali, software incorporato, facilità d'uso da parte dell'utente e altre caratteristiche funzionali. Deve essere nuovo per la Sua impresa, ma non necessariamente nuovo per il mercato; potrebbe anche essere stato originariamente sviluppato dalla Sua o da altre impres

# REACH and Innovation IT

## 1. Lo sviluppo di, o l'accesso a una delle seguenti fonti di informazione ha stimolato la concezione del prodotto e l'innovazione nella Sua organizzazione?

	Sì	No	Non saprei	Non pertinente
Dossier di registrazione con fascicolo tecnico e relazione sulla sicurezza chimica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sviluppo delle Schede di Dati di Sicurezza (SDS)/ (eSDS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forum per la condivisione delle informazioni sulle sostanze soggette a regime transitorio (SIEFS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Altro (specificare)

## 2. Dal punto di vista della Sua impresa, il Regolamento REACH ha portato a un maggiore accesso e a una più rigorosa sorveglianza delle informazioni sulle sostanze chimiche?

- Sì - molto       Sì - abbastanza       No, per niente       Non saprei       Non pertinente

## 7. B: MAGGIOR ACCESSO ALLE INFORMAZIONI

### 1. La Sua impresa ha potuto beneficiare del maggiore accesso e della più rigorosa sorveglianza delle informazioni sulle sostanze chimiche conseguenti al REACH (per es., nell'individuare nuove idee che potrebbero portare a innovazioni di prodotti, di processi, ecc.)?

- Sì - molto       Sì - abbastanza       No, per niente       Non saprei       Non pertinente

### 2. Se Sì, questi benefici hanno riguardato ...?

- Proprietà delle sostanze?  
 Nuovi usi

### 3. Se ha risposto Sì alla DOMANDA 1, ha ottenuto questi benefici grazie alle informazioni pervenuteLe da ...?

- La catena di approvvigionamento della Sua stessa impresa  
 Altre fonti

### 4. Se ha risposto Sì alla DOMANDA 1, può fare un breve esempio?

### Se ha risposto NO alla DOMANDA 1, può spiegarne brevemente il motivo?

## 8. B: MECCANISMI SOSTITUTIVI

## 1. Qual è stato, per la Sua impresa, l'effetto sull'innovazione derivante dall'inclusione di alcune sostanze nell'elenco delle sostanze candidate?

	Si	No	Non saprei	Non pertinente
Abbiamo promosso delle iniziative per sviluppare nuove sostanze in modo da poterle sostituire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abbiamo promosso delle iniziative per trovare formulazioni alternative alle sostanze esistenti in modo da poterle sostituire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le abbiamo ritirate dal nostro portafoglio di prodotti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abbiamo richiesto ai nostri fornitori la sostituzione di tali sostanze.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Non abbiamo intrapreso alcuna azione particolare.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Altri effetti [spiegare]

## 2. Ha dei commenti inerenti agli effetti sull'innovazione derivanti dall'elenco delle sostanze candidate? In tal caso, li inserisca qui:

## 3. Qual è stato, per la Sua impresa, l'effetto dell'inclusione di alcune sostanze nella lista delle sostanze candidate all'autorizzazione?

	Si	No	Non saprei	Non pertinente
Abbiamo promosso delle iniziative per sviluppare nuove sostanze in modo da poterle sostituire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abbiamo promosso delle iniziative per trovare formulazioni alternative alle sostanze esistenti in modo da poterle sostituire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le abbiamo ritirate dal nostro portafoglio di prodotti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abbiamo richiesto ai nostri fornitori la sostituzione di tali sostanze.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Non abbiamo intrapreso alcuna azione particolare.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 4. Ha dei commenti inerenti agli effetti sull'innovazione derivanti della lista delle sostanze candidate all'autorizzazione? In tal caso, li inserisca qui:

## 9. B: SOSTANZE NUOVE VS SOSTANZE ESISTENTI

## REACH and Innovation IT

**1. Ritiene che, prima dell'implementazione del Regolamento REACH, il costo aggiuntivo per i test sulle nuove sostanze (rispetto alla situazione per le sostanze esistenti) costituisca un freno all'innovazione?**

- Sì – sostanzialmente       Sì – alquanto       No       Non saprei       Non pertinente

**2. Se ha risposto SÌ alla domanda precedente: l'esigenza di eseguire test sia sulle sostanze nuove sia su quelle esistenti ha rimosso gli impedimenti allo sviluppo di nuove sostanze nella Sua impresa?**

- Sì – completamente       Sì – in parte       No       Non saprei       Non pertinente

**3. Qualora abbia sviluppato nuove sostanze a seguito di questa “armonizzazione” dei requisiti in materia di test, può fornire alcuni dettagli?**

**4. Qualora abbia dei commenti aggiuntivi riguardo ai fattori che influiscono sull'equilibrio tra l'attività di innovazione delle sostanze esistenti rispetto a quella effettuata per le nuove sostanze, li inserisca qui:**

## 10. B: RUOLO DELLE ESENZIONI PREVISTE DAL REACH

Nelle seguenti domande le chiederemo di commentare l'impatto sulle attività di Ricerca & Sviluppo (R&S) della Sua impresa delle esenzioni dall'autorizzazione e delle restrizioni delle sostanze utilizzate per le attività di R&S introdotte ai fini del Regolamento REACH.

**1. Esenzione 1: Le sostanze usate nella sperimentazione scientifica, nelle analisi o nella ricerca chimica in un volume inferiore a 1 tonnellata l'anno sono esenti dagli obblighi di registrazione REACH e non sono soggette ad autorizzazione o restrizione.**

**Questa esenzione ha portato a una maggiore attività di Ricerca & Sviluppo nella Sua impresa?**

- Sì       No       Non saprei       Non pertinente

## REACH and Innovation IT

**2. L'esenzione 1 è abbastanza ampia da rendere possibili le ulteriori attività di RS che la Sua impresa intende intraprendere?**

- Sì  No  Non saprei  Non pertinente

### 11. B: ESENZIONI REACH - PPORD

**1. Esenzione 2: Le sostanze prodotte o importate per attività di ricerca e sviluppo orientate ai prodotti e ai processi (PPORD) sono esentate dagli obblighi di registrazione per un periodo di cinque anni (a richiesta, tale periodo può essere prolungato).**

**Questa esenzione è abbastanza estesa da rendere possibili le ulteriori attività di RS che la Sua impresa intende intraprendere?**

- Sì  No  Non saprei  Non pertinente

**2. La Sua impresa ha presentato delle notifiche PPORD?**

- Sì  No  Non saprei  Non pertinente

**3. Qualora abbia presentato delle notifiche PPORD, ne indichi il numero complessivo a tutt'oggi:**

**4. Qualora NON abbia presentato delle notifiche PPORD, ne spieghi il motivo:**

**5. Qualora abbia dei commenti sugli effetti di tali esenzioni sulle attività di R&S, li inserisca qui:**

### 12. B: ESENZIONI REACH - Sostanze intermedie isolate in sito o trasportate

## REACH and Innovation IT

**1. Esenzione 3: Le sostanze intermedie isolate in sito o trasportate, in quantità fino a 1 tonnellata l'anno, sono esenti dagli obblighi ai fini REACH. Superata tale quantità, i dati che il produttore deve fornire sono comunque inferiori rispetto a quelli previsti dalla procedura abituale.**

**Questa esenzione ha contribuito ad accrescere l'innovazione nella Sua impresa?**

- Sì – sostanzialmente       Sì - in parte       No       Non saprei       Non pertinente

**2. Questa esenzione è abbastanza ampia da rendere possibili le ulteriori attività di R&S che la Sua impresa intende intraprendere?**

- Sì       No       Non saprei       Non pertinente

**3. Vuole aggiungere commenti all'argomento sostanze intermedie in ambito REACH e innovazione?**

## 13. B: ESENZIONI REACH - polimeri

**1. Esenzione 4: Le esenzioni previste dal REACH per i polimeri hanno contribuito ad accrescere l'innovazione nella Sua impresa?**

- Sì – sostanzialmente       Sì - in parte       No       Non saprei       Non pertinente

**2. Questa esenzione è abbastanza ampia da rendere possibili le ulteriori attività di R&S che la Sua impresa intende intraprendere?**

- Sì       No       Non saprei       Non pertinente

**3. Ha qualche commento da aggiungere inerente all'argomento polimeri in ambito REACH e innovazione?**

## 14. B: IMPATTO del REACH sulle attività di R&S nella Sua impresa

**1. L'introduzione del Regolamento REACH ha portato al trasferimento di personale e di altre risorse impiegate nelle attività di R&S e innovazione in altre attività correlate all'osservanza del Regolamento?**

- Sì – sostanziale     Sì - alquanto     No     Non saprei     Non pertinente

**2. Se ha risposto SÌ alla domanda precedente: Crede che questo trasferimento di attività sia provvisorio o permanente?**

- Provvisorio  
 Permanente

**3. Qual è stato l'effetto del REACH sul livello di spesa per le attività di R&S e innovazione?**

- Un aumento - sostanziale     Nessun effetto  
 Un aumento - leggero     Non saprei  
 Una diminuzione - sostanziale     Non pertinente  
 Una diminuzione - leggera

**4. Ritiene che l'effetto del REACH sul livello di spesa per le attività di R&S e innovazione sarà transitorio o permanente?**

- Transitorio  
 Permanente

**5. Qualora abbia dei commenti, li inserisca qui:**

**6. Il REACH ha fornito un orientamento per le attività di R&S o altre pratiche innovative in materia di salute, sicurezza e tutela dell'ambiente che altrimenti non sarebbero avvenute nella Sua impresa?**

- Sì – c'è stato un attento riesame del nostro orientamento alla ricerca verso una maggiore sicurezza e tutela dell'ambiente.  
 Sì – in parte  
 No  
 Non saprei  
 Non pertinente

## 7. Qualora abbia dei commenti in merito, li inserisca qui:

## 15. C: IL REACH E LA REALIZZAZIONE DEL PRODOTTO (SVILUPPO / PROTOTIPO, APPLICAZ...

In questa sezione Le chiediamo informazioni sugli effetti del REACH sui processi di innovazione quali lo sviluppo e la creazione del prototipo per prodotti e servizi, le applicazioni sperimentali e i test condotti sul mercato.

Innovazione di processo: L'introduzione di un processo produttivo, metodo di fornitura o attività di supporto, nuovo o significativamente migliorato, per i beni e i servizi offerti dalla Sua impresa. Sono inclusi i cambiamenti significativi nelle tecniche, nelle attrezzature e/o nel software; è esclusa l'innovazione organizzativa.

### 1. Esistono fattori correlati al REACH (tra quelli di seguito elencati) che hanno influito sulla decisione della Sua impresa di investire nello sviluppo, nelle applicazioni sperimentali e nei test svolti per i nuovi prodotti o servizi? Se sì, qual è stato l'impatto?

	Non saprei	Non pertinente	Molto positivo	Positivo	Negativo	Molto negativo
Oneri di registrazione	<input type="radio"/>					
Spese per i test	<input type="radio"/>					
Spese per la preparazione del dossier	<input type="radio"/>					
Spese per la comunicazione lungo la catena di approvvigionamento	<input type="radio"/>					
Opportunità di accesso a nuovi mercati e di sviluppo del prodotto	<input type="radio"/>					
Preoccupazioni inerenti alla perdita della proprietà intellettuale / brevettazione	<input type="radio"/>					
Preoccupazioni inerenti al danno all'immagine aziendale imputabile all'uso di sostanze estremamente problematiche (SVHC)	<input type="radio"/>					

Altro (specificare)

### 2. Ha dei commenti sul REACH e lo sviluppo di prototipi, le applicazioni sperimentali e i test?

### 3. L'osservanza del regolamento REACH ha influito sul tasso di redditività atteso dalle Sue innovazioni?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="radio"/> Sì, sostanzialmente aumentato | <input type="radio"/> Sì, sostanzialmente diminuito |
| <input type="radio"/> Sì, aumentato                 | <input type="radio"/> Non saprei                    |
| <input type="radio"/> Nessun effetto                | <input type="radio"/> Non pertinente                |
| <input type="radio"/> Sì, diminuito                 |   |

### 4. Ha qualche commento da aggiungere inerente all'effetto del REACH sul tasso di redditività dell'innovazione?

### 5. L'osservanza del Regolamento REACH ha influito sul rischio d'impresa e sull'incertezza correlate all'innovazione?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="radio"/> Sì, sostanzialmente aumentati | <input type="radio"/> Sì, sostanzialmente diminuiti |
| <input type="radio"/> Sì, aumentati                 | <input type="radio"/> Non saprei                    |
| <input type="radio"/> Nessun effetto                | <input type="radio"/> Non pertinente                |
| <input type="radio"/> Sì, diminuiti                 |   |

### 6. Potrebbe spiegarne brevemente il motivo:

## 16. C: TEST

### 1. Nella Sua impresa, le prescrizioni in ambito REACH relative all'uso del metodo read-across (metodo comparativo che prevede l'uso di risultati di test condotti da altri) per i risultati dei test/ delle attività di ricerca hanno portato a un decremento della necessità / spesa per i test?

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> Sì – molto    | <input type="radio"/> No – incrementato |
| <input type="radio"/> Sì - alquanto | <input type="radio"/> Non saprei        |
| <input type="radio"/> No – immutato | <input type="radio"/> Non pertinente    |

**2. Qualora abbia dei commenti sul REACH e l'uso del metodo read-across, li inserisca qui:**

**3. Nella Sua impresa, le prescrizioni in ambito REACH hanno portato a un decremento della sperimentazione sugli animali?**

- Sì – molto
- Sì - alquanto
- No – immutato
- No – incrementato
- Non saprei
- Non pertinente

**4. Qualora abbia dei commenti sul REACH e la sperimentazione sugli animali, li inserisca qui:**

**5. In che modo le prescrizioni del REACH in materia di sperimentazione sugli animali hanno influito sulla capacità della Sua impresa di introdurre nuove sostanze?**

- Effetto positivo - hanno migliorato la capacità di introdurre nuove sostanze
- Effetto negativo - hanno ridotto la capacità di introdurre nuove sostanze
- Nessun effetto
- Non saprei
- Non pertinente

## 17. C: RUOLO dei LABORATORI ESTERNI

**1. Si avvale di laboratori esterni per condurre i test?**

- Sì - sempre
- Sì - talvolta
- No
- Non saprei
- Non pertinente

Se sì, perché se ne avvale?

**2. Se Sì, nell'accesso ai laboratori di prova, ha subito ritardi imputabili a restrizioni che ne limitano la capacità per via della domanda da parte di altre imprese di soddisfare le prescrizioni imposte dal REACH?**

- Sì – molti  Non saprei  
 Sì - alquanto  Non pertinente  
 No

**3. Qualora abbia dei commenti in merito, li inserisca qui:**

## 18. C: PROTEZIONE della PROPRIETÀ INTELLETTUALE (PI)

**1. Il REACH ha fornito sufficiente protezione della proprietà intellettuale per promuovere l'innovazione?**

- Sì –completamente  No – alquanto insufficiente  
 Sì - alquanto  Non saprei  
 No – piuttosto insufficiente  Non pertinente

**2. Qualora abbia dei commenti relativi alla protezione della proprietà intellettuale e l'innovazione, li inserisca qui:**

**3. Le prescrizioni in materia di informazioni commerciali riservate sono state di sostegno all'innovazione?**

- Sì –completamente  No – estremamente insufficienti  
 Sì - alquanto  Non saprei  
 No – piuttosto insufficienti  Non pertinente

**4. Qualora abbia dei commenti in merito, li inserisca qui:**

**5. Ha presentato all'ECHA delle relazioni sulla sicurezza chimica separate per proteggere la proprietà intellettuale della Sua impresa?**

- Sì  
 No

**6. Se ha risposto sì alla domanda 5, quante?**

- 1-10       11-30       31-50       51-100       >100

**7. Qualora abbia dei commenti inerenti alle procedure di cui alle domande 5 & 6, li inserisca qui:**

**8. Le prescrizioni in ambito REACH relative alla divulgazione delle informazioni all'atto della registrazione e lungo tutta la catena di approvvigionamento hanno portato a conflitti con la protezione della proprietà intellettuale?**

- Sì  
 No

**9. Se Sì, dove sono sorti i conflitti?**

- Registrazione  
 SIEFs  
 Scambi di informazioni SDS/ CSR  
 Autorizzazione  
 Sito web / portale divulgativo dell'ECHA  
 Brevettazione di nuove sostanze

Altro (specificare)

**Nel caso in cui siano sorti dei conflitti, potrebbe brevemente riassumere i problemi in oggetto e come sono stati affrontati?**

**10. Registrazione**

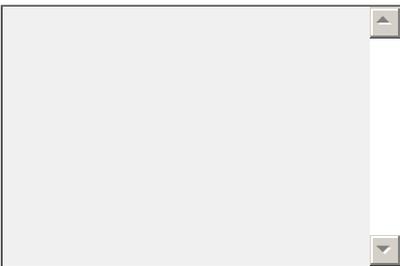
## 11. SIEFs

A large, empty rectangular text area with a light gray background and a thin black border. It has a vertical scrollbar on the right side with a small upward-pointing arrow at the top and a downward-pointing arrow at the bottom.

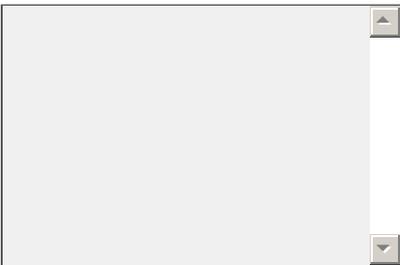
## 12. Scambi di informazioni SDS/ CSR

A large, empty rectangular text area with a light gray background and a thin black border. It has a vertical scrollbar on the right side with a small upward-pointing arrow at the top and a downward-pointing arrow at the bottom.

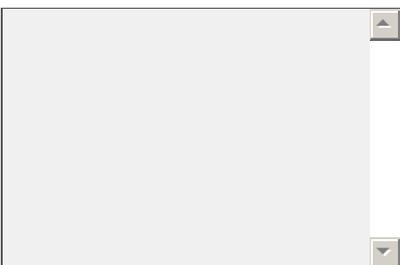
## 13. Autorizzazione

A large, empty rectangular text area with a light gray background and a thin black border. It has a vertical scrollbar on the right side with a small upward-pointing arrow at the top and a downward-pointing arrow at the bottom.

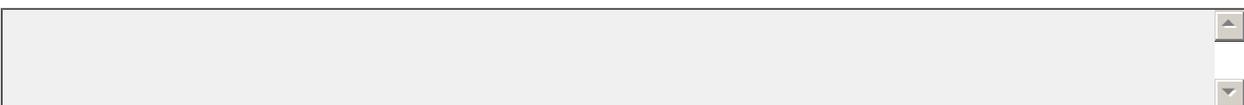
## 14. Sito web / portale divulgativo dell'ECHA

A large, empty rectangular text area with a light gray background and a thin black border. It has a vertical scrollbar on the right side with a small upward-pointing arrow at the top and a downward-pointing arrow at the bottom.

## 15. Brevettazione di nuove sostanze

A large, empty rectangular text area with a light gray background and a thin black border. It has a vertical scrollbar on the right side with a small upward-pointing arrow at the top and a downward-pointing arrow at the bottom.

## 16. Altro

A wide, empty rectangular text area with a light gray background and a thin black border. It has a vertical scrollbar on the right side with a small upward-pointing arrow at the top and a downward-pointing arrow at the bottom.

## 19. D: IL REACH E IL MARKETING (PRODUZIONE, LANCIO E COMMERCIALIZZAZIONE)

In questa sezione Le chiediamo di descriverci l'impatto del REACH sulla produzione, il lancio e la commercializzazione delle innovazioni della Sua impresa.

Definiamo l'innovazione di marketing come l'introduzione di una nuova concezione o strategia di marketing che differisca sostanzialmente dai metodi aziendali di marketing già esistenti e che non sia mai stata adottata prima. Richiede cambiamenti significativi nel design, nel packaging, nella distribuzione, nella promozione e nella politica di prezzo del prodotto; esclude i cambiamenti stagionali, come pure quelli regolari o di routine.

### 1. Il REACH ha influito sulla produzione, il lancio e/o la commercializzazione delle innovazioni della Sua impresa?

	Sì -impatto molto negativo	Sì -impatto alquanto negativo	Sì -impatto alquanto positivo	Sì -impatto molto positivo	Nessun impatto	Non saprei	Non pertinente
Nel produrre / fabbricare le Sue innovazioni?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nel lanciare le Sue innovazioni?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nel commercializzare le Sue innovazioni?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 2. Se Sì, può spiegare brevemente in che modo?

### 3. Sulla scorta della Sua esperienza, l'osservanza del Regolamento REACH ha contribuito a una migliore accettazione dei Suoi nuovi prodotti e tecnologie (ad es., nel fornire una maggiore sicurezza e/o comunicazione con i clienti e la società)?

- Sì  No  Non saprei  Non pertinente

### 4. Se ha risposto no alla domanda qui sopra, perché?

### 5. La necessità di ottemperare alle prescrizioni introdotte dal REACH ha costituito un ostacolo per lo sviluppo / l'inserimento sul mercato di nuovi prodotti?

- Sì  
 No

## 6. Se sì, specifichi se l'ostacolo era stato creato da ...

	Si	No
La prescrizione in ambito REACH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I requisiti temporali imposti dal REACH (es.: un prodotto in fase di sviluppo passa da conforme a non conforme in brevissimo tempo a causa delle prescrizioni REACH)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Altro (specificare)	<input type="text"/>	

## 20. D: PRODUZIONE PER CONTO TERZI

### 1. Le prescrizioni in ambito REACH relative alla produzione per conto terzi hanno influito sulle attività di innovazione della Sua impresa?

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> Sì –impatto molto negativo    | <input type="radio"/> Nessun impatto |
| <input type="radio"/> Sì –impatto alquanto negativo | <input type="radio"/> Non saprei     |
| <input type="radio"/> Sì –impatto alquanto positivo | <input type="radio"/> Non pertinente |
| <input type="radio"/> Sì –impatto molto positivo    |                                      |

### 2. Può spiegarne brevemente il perché?

### 3. Complessivamente, qual è stato l'effetto dell'osservanza del REACH sul tempo di commercializzazione delle innovazioni della Sua impresa, rispetto alla situazione pre-REACH?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Sostanzialmente incrementato | <input type="radio"/> Sostanzialmente diminuito |
| <input type="radio"/> Alquanto incrementato        | <input type="radio"/> Non saprei                |
| <input type="radio"/> Nessun effetto               | <input type="radio"/> Non pertinente            |
| <input type="radio"/> Alquanto diminuito           |   |

### 4. Commenti

## 21. E: IL REACH E L'INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA

Nella seguente sezione, l'innovazione organizzativa è definita come un nuovo metodo organizzativo utilizzato nella conduzione delle attività della Sua impresa (knowledge management incluso), nell'organizzazione aziendale o nelle relazioni esterne che non sia stato precedentemente adottato dalla Sua impresa; è il risultato delle decisioni strategiche prese dall'amministrazione ed esclude le fusioni e le acquisizioni.

## 1. L'introduzione del REACH ha portato alla creazione di nuove divisioni o unità di lavoro nella Sua impresa?

- Sì  No  Non saprei  Non pertinente

## 2. Se Sì, ritiene che siano ...?

- Provvisorie  
 Permanenti  
 Non saprei

## 3. Se ha risposto Sì alla DOMANDA 1, quali divisioni o unità di lavoro sono state create?

	Applicazione/ Conformità	Innovazioni	Non pertinente
Una divisione / un ufficio specifico dedicato al REACH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un'unità di lavoro interdipartimentale dedicata al REACH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Altro (specificare)

## 4. Commenti

## 5. Nella Sua impresa, i fattori correlati al REACH quali quelli presenti nelle relazioni sulla sicurezza chimica o nelle schede di dati di sicurezza o in altri tipi di comunicazione lungo la catena di approvvigionamento hanno apportato dei cambiamenti nell'organizzazione del lavoro (ad es., processi produttivi o manipolazione dei materiali)?

- Sì  No  Non saprei  Non pertinente

## 6. Se sì, descriva brevemente i cambiamenti intervenuti nell'organizzazione del lavoro derivanti dal REACH

## 7. Si aspetta che i cambiamenti organizzativi determinati dal REACH contribuiscano allo sviluppo della capacità d'innovazione della Sua impresa?

- Sì  No  Non saprei  Non pertinente

## 8. Tra le organizzazioni esterne di seguito elencate, con quali ha stabilito dei rapporti di lavoro / di condivisione delle conoscenze a seguito del REACH?

- Fornitori di servizi esterni, quali consulenti o laboratori che non esistevano prima
- Altri membri della catena di approvvigionamento con cui non si era in contatto precedentemente
- Il settore pubblico (università / enti di ricerca inclusi) che non esistevano prima
- Nessuno di questi

Altro (specificare)

## 9. Lo sviluppo di questi nuovi rapporti ha contribuito allo sviluppo della capacità d'innovazione della Sua impresa?

- Sì – sostanzialmente
- Sì – alquanto
- No
- Non saprei
- Non pertinente

## 22. F: DOMANDE RIASSUNTIVE GENERALI

### 1. Nella Sua impresa, quali fattori del REACH si sono dimostrati di maggior sostegno all'innovazione (1 = il più importante)? Descriva brevemente il fattore e l'effetto.

1

2

3

### 2. Nella Sua impresa, quali fattori del REACH hanno avuto maggior effetto dissuasivo sull'innovazione (1 = il più importante)? Descriva brevemente il fattore e l'effetto.

1

2

3

### 3. Complessivamente, quale importanza attribuisce al ruolo del REACH nella Sua impresa per quanto riguarda l'innovazione, rispetto ad altri fattori che la favoriscono?

- Molto importante
- Alquanto importante
- Ininfluyente
- Non saprei
- Non pertinente

### 4. Commenti

## 5. Complessivamente, quale ritiene sia stato l'effetto del REACH sull'innovazione nella Sua impresa, rispetto alla situazione pre-REACH?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="radio"/> Molto positivo    | <input type="radio"/> Decisamente negativo |
| <input type="radio"/> Alquanto positivo | <input type="radio"/> Non saprei           |
| <input type="radio"/> Neutrale          | <input type="radio"/> Non pertinente       |
| <input type="radio"/> Alquanto negativo |  |

## 6. Commenti

## 7. Ritiene che il Suo parere cambierà in futuro?

- |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> Sì, migliorerà | <input type="radio"/> Non saprei     |
| <input type="radio"/> Sì, peggiorerà | <input type="radio"/> Non pertinente |
| <input type="radio"/> No             |                                      |

## 8. Commenti

## 23. G: SEZIONE FINALE

### 1. Se vi sono degli aspetti che vorrebbe chiarire e che non sono stati affrontati nelle domande precedenti, può inserirli qui:

### 2. In seno al presente progetto, CSES sta conducendo alcuni casi studio relativi a una serie di elementi chiave del REACH che influenzano l'innovazione delle imprese. Potrebbero essere necessari ulteriori contributi da aziende come la Sua. Sarebbe disposto a essere contattato per ulteriori approfondimenti? Se sì, La preghiamo di fornirci i relativi dettagli di contatto:

nome:

e-mail:

telefono:

posizione:

Grazie per aver partecipato a quest'indagine!