

OSSERVATORIO CONFCOMMERCIO PIACENZA | INDAGINE SULL'ECONOMIA DELLA MONTAGNA DELLA PROVINCIA DI PIACENZA.

Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl

2 Soggetto committente

Confcommercio Piacenza

3 Soggetto acquirente

Confcommercio Piacenza

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Maggio 2025.

¹ Documento completo relativo al sondaggio realizzato in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010.

Format Research s.r.l.

Sede Legale
Via Ugo Balzani 77
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Tel +39.06.86.32.86.81,
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA: 04268451004
Cap. Soc. € 25.850,00 i.v.

Unità locale
Via Sebastiano Caboto 22A
33170 Pordenone, Italia

www.formatresearch.com
info@formatresearch.com
format@pec.formatresearch.com

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

Libertà

6 Data di pubblicazione del sondaggio

4 giugno 2025.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Indagine sul sentiment, punti forza e debolezza dell'economia delle zone montane della provincia di Piacenza.

8 Popolazione di riferimento

Imprese della provincia di Piacenza

Cittadini della provincia di Piacenza

9 Estensione territoriale del sondaggio

Provincia di Piacenza.

10 Metodo di campionamento⁴

Consumatori: Campione statisticamente rappresentativo dell'Universo di riferimento.

Imprese: Campione statisticamente rappresentativo dell'Universo di riferimento.

² Pubblicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)

³Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).

⁴ Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione

11 Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

Imprese: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario della provincia di Piacenza. Domini di studio del campione: Settore di attività (commercio food, commercio no food, commercio all'ingrosso, turismo, servizi alle imprese, servizi alle persone); numero di addetti (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, 20-49 addetti, oltre 49 addetti).

Cittadini: Campione rappresentativo dell'universo dei residenti della provincia di Piacenza. Domini di studio del campione: Genere (Maschio, Femmina); Età (18-24 anni; 25-34 anni; 35-44 anni; 45-54 anni; 55-64 anni; oltre 64 anni).

12 Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste somministrate con Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview) / Cawi (Computer Assisted Telephone Interview).

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Imprese - Numerosità campionaria complessiva: 500 casi. Intervallo di confidenza 0,95 (Errore +3,2%).

Cittadini - Numerosità campionaria complessiva: 500 casi. Intervallo di confidenza 0,95 (Errore +3,2%).

14 Testo integrale delle domande⁵

IMPRESE

1. Come valuta, in generale, il potenziale economico delle aree montane, ovvero la Val Trebbia fino a Bobbio e l'appenino verso Genova?

- Molto elevato
- Abbastanza elevato
- Abbastanza limitato
- Molto limitato (non credo sia un contesto propizio per il business)

TOTALE RISPONDENTI 100%

⁵ Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

2. Quali aspetti reputa oggi un punto di forza delle comunità montane piacentine?

- Qualità della vita (tranquillità, minor stress, sicurezza)
- Patrimonio naturalistico e paesaggistico
- Tradizioni e identità culturale locale
- Rete sociale e senso di comunità
- Produzioni agroalimentari di qualità (es. salumi, formaggi, vini, miele)
- Turismo sostenibile e lento (escursionismo, borghi, enogastronomia)

TOTALE RISPONDENTI 100%

3. Quali fattori invece la frenano dal frequentare o investire di più in una zona montana?

- Difficile accessibilità e collegamenti stradali insufficienti
- Scarsa copertura internet e digitale
- Carenza di infrastrutture e servizi essenziali (sanità, scuole)
- Carenza, trasporti pubblici (strade, collegamenti pubblici)
- Spopolamento e invecchiamento della popolazione
- Difficoltà a trovare manodopera locale qualificata
- Scarsa visibilità/promozione del territorio
- Costi elevati di gestione / investimento per fare impresa.
- Incertezza normativa e poca stabilità negli incentivi pubblici (agevolazioni, fondi, bandi dedicati)
- Stagionalità delle attività economiche e turistiche

TOTALE RISPONDENTI 100%

4. Ha notato una riduzione dei servizi e delle attività commerciali nelle aree montane negli ultimi anni?

- Sì, ed è stata molto evidente
- Sì, ma non significativa
- No

TOTALE RISPONDENTI 100%

5. Che cosa potrebbero fare le associazioni di categoria (es. Confcommercio, Imprese per l'Italia) per migliorare la situazione?

- Ricerche online su siti web specializzati
- Creare e sostenere eventi turistici (festival, rassegne, percorsi enogastronomici) per aumentare l'attrattività
- Organizzare e promuovere fiere o manifestazioni dedicate ai prodotti/servizi di montagna
- Facilitare la creazione di reti d'impresa e partnership locali per condividere risorse e progetti
- Promuovere campagne di marketing territoriale (comunicazione integrata, valorizzazione del brand "montagna piacentina")
- Offrire consulenza specializzata (formazione su bandi, finanziamenti, marketing e strategie di mercato)

TOTALE RISPONDENTI 100%

CITTADINI:

6. Con che frequenza le capita di recarsi nelle aree montane della provincia di Piacenza (Val Trebbia, Bobbio, comuni appenninici, ecc.)?

- Mai
- 1-2 volte l'anno
- 3-5 volte l'anno
- Più di 5 volte l'anno
- Vivo già in una zona montana

TOTALE RISPONDENTI 100%

7. Rispetto a 5 anni fa, la frequenza con la quale le capita di recarsi nelle aree montane della provincia di Piacenza...

- È diminuita
- È rimasta stabile
- È aumentata

TOTALE RISPONDENTI 100%

8. Quali sono le motivazioni prevalenti per le quali frequenta le zone delle aree montane?

- Turismo / gite / escursioni
- Visite a parenti o amici residenti in zona
- Sport (trekking, mountain bike, sci, ecc.)
- Lavoro o studio
- Ho una seconda casa / casa di famiglia in montagna
- Altre motivazioni

TOTALE RISPONDENTI 90%

9. Quali elementi la attraggono di più nelle zone montane piacentine?

- Paesaggi naturali e bellezza del territorio
- Prodotti tipici ed enogastronomia
- Attività sportive e ricreative (trekking, sci, MTB)
- Eventi, sagre e tradizioni locali
- Relax, pace e "stile di vita lento"
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 90%

10. Ha percepito un calo di servizi (banche, poste, ambulatori) o di esercizi commerciali nelle aree montane di Piacenza nel corso degli ultimi anni?

- Molto rilevante
- Abbastanza rilevante
- Sì, ma non significativo

TOTALE RISPONDENTI 100%

11. Secondo lei, quali sono le cause per cui le persone evitano o lasciano la montagna?

- Poche opportunità di lavoro
- Carenza di servizi pubblici (sanità, poste, scuole)
- Viabilità difficile / trasporti pubblici insufficienti
- Scarsa digitalizzazione (copertura internet, telefonia)
- Mancanza di svago / attività per i giovani
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 100%

16. Quali sono, a suo avviso, i servizi e le attività che la spingerebbero a frequentare maggiormente le zone montane della provincia di Piacenza?

- Un numero maggiore di escursioni, visite guidate, ecc.
- Commercio legato al turismo (ad esempio, negozi di souvenir, ecc.)
- Artigianato locale (lavorazione del legno, ceramiche, tessuti, ecc.)
- Maggiore produzione di prodotti a km 0 (alimenti locali, vini, formaggi, salumi, ecc.)
- Agriturismo o attività legate alla natura e alla sostenibilità
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 100%