

Osservatorio congiunturale Confcommercio Brescia Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

2 Soggetto committente

Confcommercio Imprese per l'Italia di Brescia.

3 Soggetto acquirente

Confcommercio Imprese per l'Italia di Brescia.

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Gennaio 2025

5 Mezzo/mezzi di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio²

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.

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

<https://www.ilgiorno.it/brescia/economia/settore-turistico-n4uy6oq1>

<https://www.giornaledibrescia.it/economia/marzo-1-milione-visitatori-centri-storici-brescia-turismo-r71erbc1>

<https://www.quibrescia.it/turismo-3/2025/04/22/brescia-quasi-400mila-visitatori-nel-mese-di-marzo-calano-le-presenze-a-pasqua/762952/>

<https://www.elivebrescia.tv/confcommercio-brescia-scatta-lanalisi-del-turismo-in-tempo-reale/>

Il Quotidiano Brescia Oggi

Il Quotidiano il Giornale di Brescia

Corriere della Sera Brescia p.3

6 Data di pubblicazione del sondaggio o diffusione

23 aprile 2025.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Focus sulle infrastrutture nel e per il turismo di Brescia. Approfondimento svolto all'interno dell'indagine sull'andamento economico e sul fabbisogno del credito delle imprese del terziario della provincia di Brescia rivolta a tutte le imprese del terziario della provincia di Brescia.

8 Popolazione di riferimento

Imprese del terziario provincia di Brescia.

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

9 Estensione territoriale del sondaggio

Provincia di Brescia.

10 Metodo di campionamento⁴

Campione statisticamente rappresentativo.

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

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario della provincia di Brescia. Domini di studio del campione: Dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-49 addetti e oltre i 49 addetti), Settore di attività (commercio no food, commercio food, trasporti e logistica, ricezione turistica, ristorazione, servizi alle imprese e servizi alle persone), Territorio (Provincia di Brescia).

12 Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview) / cawi (Computer Assisted Web Interview).

13 Consistenza numerica del campione di intervistati, numero di non rispondenti e delle sostituzioni effettuate

Numerosità campionaria complessiva: 400 imprese del terziario. Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,9\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese

14 Testo integrale di tutte le domande⁵

(Accedono le imprese del commercio al dettaglio, pubblici esercizi e alberghi)

27. Quanto ritiene importante l'apertura al traffico civile dell'aeroporto di Montichiari per incrementare l'offerta turistica?

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

Molto

Abbastanza

Poco

Per nulla

TOTALE RISPONDENTI 54,5%

28. Quali vantaggi potrebbe invece portare l'implementazione di una fermata TAV nella zona del basso Lago di Garda/territorio del Bresciano?

- A. Maggiore accessibilità per i turisti
- B. Riduzione del traffico automobilistico
- C. Incremento di investimenti nella zona
- D. Migliore connessione con altre città
- E. Nessun vantaggio

TOTALE RISPONDENTI 54,5%

28bis. Preferirebbe che la fermata della TAV sia nel territorio di Brescia o di Verona?

Brescia

Verona

TOTALE RISPONDENTI 54,5%

29. Quanto ritiene che lo sviluppo della ciclovia attorno al Lago di Garda possa contribuire a diversificare l'offerta turistica?

Molto

Abbastanza

Poco

Per nulla

TOTALE RISPONDENTI 54,5%

30. Quanto pensa sia necessario valorizzare le potenzialità turistiche e commerciali odierne e future della Valle Camonica tenuto conto anche dell'organizzazione delle Olimpiadi 2026?

Molto necessario

Abbastanza necessario

Poco necessario

Per nulla necessario

TOTALE RISPONDENTI 54,5%