

# Osservatorio congiunturale Confcommercio Brescia Documento completo relativo al sondaggio<sup>1</sup>

## 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

Febbraio 2026.

---

<sup>1</sup> 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](http://www.formatresearch.com)  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
[format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)



CERT. N° 1049

UNI EN ISO 9001:2015

## **5 Mezzo/mezzi di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio<sup>2</sup>**

GDB

RADIO BRUNO BRESCIA

BRESCIAOGGI

GIORNALE DI BRESCIA

## **6 Data di pubblicazione del sondaggio o diffusione**

24 marzo 2026.

## **7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio<sup>3</sup>**

Indagine su Brescia e i suoi flussi, vivibilità economica e la nuova linea tranviaria.

## **8 Popolazione di riferimento**

Imprese del terziario provincia di Brescia.

## **9 Estensione territoriale del sondaggio**

Provincia di Brescia.

## **10 Metodo di campionamento<sup>4</sup>**

Campione statisticamente rappresentativo.

---

<sup>2</sup> *Publicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)*

<sup>3</sup>*Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).*

<sup>4</sup> *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

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, pubblici esercizi, 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  $\pm 3,5\%$ ). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

## 14 Testo integrale di tutte le domande<sup>5</sup>

**Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti...? (Una risposta)**

- Migliorato
- Rimasto invariato
- Peggiorato

**TOTALE RISPONDENTI: 100%**

**Tenuto conto dei fattori stagionali, nel semestre considerato, i ricavi della Sua impresa rispetto al semestre precedente sono... (Una risposta)**

- Aumentati
- Rimasti invariati

- Diminuiti

**TOTALE RISPONDENTI: 100%**

**Nel semestre considerato, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto al semestre precedente, è...? (Una risposta)**

- Aumentata
- Rimasta invariata
- Diminuita

**TOTALE RISPONDENTI: 100%**

**A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi sei mesi? (Una risposta)**

- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto
- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto
- Sì, ha fatto richiesta ma non è stata accolta
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo semestre
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo semestre
- No, non ha fatto richiesta

**TOTALE RISPONDENTI: 100%**

**(Esclusivamente chi ha fatto richiesta di credito) Negli ultimi sei mesi La Sua impresa ha chiesto un finanziamento o la rinegoziazione di un finanziamento esistente prevalentemente per... (Una risposta)**

- Liquidità e cassa
- Investimenti
- Ristrutturazione del debito

**TOTALE RISPONDENTI: 19%**

**Tenendo conto delle ultime trasformazioni urbane nell'area in cui opera la sua impresa (es. *riqualificazioni, pedonalizzazioni, cantieri*), come valuta oggi le condizioni complessive per lo svolgimento della sua attività economica? (Una risposta)**

- Molto favorevoli

- Abbastanza favorevoli
- Poco favorevoli
- Per nulla favorevoli

**TOTALE RISPONDENTI: 100%**

**In quali dei seguenti aspetti, la mobilità urbana oggi ha un impatto sulla vivibilità economica dell'area interessata dalla sua impresa? (max 2 risposte)**

- a) Accessibilità per i clienti
- b) Accessibilità per fornitori/logistica
- c) Riduzione dei parcheggi
- d) Facilità di fruizione dei parcheggi
- e) Tempi di percorrenza
- f) Segnaletica / informazione insufficiente
- g) Nessun impatto rilevante

**TOTALE RISPONDENTI: 100%**

**In risposta alle possibili trasformazioni urbane, ci sono delle iniziative che la sua impresa adotterebbe per agevolare i flussi commerciali (e turistici)? (possibili più risposte)**

- a) Accordi con parcheggi nelle vicinanze per agevolazioni ai clienti
- b) Maggiore flessibilità degli orari di apertura per intercettare fasce orarie meno congestionate
- c) Fornire indicazioni chiare su parcheggi alternativi (cartellonistica, comunicazione diretta, social)
- d) Consegna a domicilio degli acquisti
- e) Prenotazione o acquisto online con ritiro in negozio
- f) Altro (specificare)
- g) Nessuna iniziativa

**TOTALE RISPONDENTI: 100%**

**La sua impresa si trova (Una risposta per ogni item Sì=1, No=2):**

- A. In una zona ZTL
- B. In una zona resa pedonale
- C. In una zona limitrofa a pista ciclabile

**TOTALE RISPONDENTI: 100%**

**È a conoscenza degli imminenti lavori di costruzione della nuova linea tranviaria T2 a Brescia?**  
(una risposta)

- Sì, e l'area della mia impresa ne è coinvolta
- Sì, ma l'area della mia impresa non ne è coinvolta
- No

**TOTALE RISPONDENTI: 25%**

**Quanto ritiene che le informazioni attualmente disponibili sui nuovi lavori tranviari siano adeguate a consentire alle imprese di prepararsi?** (una risposta)

- Molto adeguate
- Abbastanza adeguate
- Poco adeguate
- Per nulla adeguate

**TOTALE RISPONDENTI: 25%**

**Quale impatto ritiene che i cantieri della nuova linea tranviaria possa avere sulle attività del territorio Bresciano durante la fase dei lavori?** Per ogni risposta: "Nessun impatto", "Poco impattante", "Abbastanza impattante", "Molto impattante".

- a) Difficoltà di accesso all'area
- b) Riduzione della clientela
- c) Calo del fatturato
- d) Problemi organizzativi o logistici
- e) Maggiore visibilità dell'area/attività
- f) Opportunità di attrarre nuovi clienti
- g) Altro (specificare)

**TOTALE RISPONDENTI: 25%**

**Quali strategie ha preso o prenderebbe in considerazione per affrontare l'impatto dei lavori imminenti?** (Possibili più risposte)

- A. Campagne promozionali mirate (Sconti, offerte speciali, coupon fedeltà per attrarre nuovi clienti e fidelizzare quelli esistenti)
- B. Incremento della visibilità online
- C. Avvisi tempestivi sui lavori, indicazioni su percorsi alternativi, aggiornamenti sull'andamento del progetto.

- D. Ampliamento degli orari di apertura per compensare la riduzione del flusso diurno
- E. Ristrutturazione dell'impresa: Modifiche del layout per facilitare l'accesso e la mobilità all'interno del negozio, creazione di spazi espositivi più attrattivi
- F. Collaborazione con altre imprese: Promozione congiunta di offerte e iniziative per attirare clienti nella zona
- G. Spostamento del locale in una zona non coinvolta dai lavori
- H. Altro (Specificare)
- I. Nessuna strategia

**TOTALE RISPONDENTI: 25%**