

Osservatorio sulle imprese del settore della mobilità

documento informativo completo

(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)

soggetto che ha realizzato il sondaggio: Format Research Srl – ricerche (www.formatresearch.com)

soggetto committente: Confcommercio Mobilità

soggetto acquirente: Confcommercio Mobilità

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: Dal 23 maggio al 3 giugno 2016

mezzo di comunicazione¹: Askanews

data di pubblicazione del sondaggio: 8 luglio 2016

temi / fenomeni oggetto del sondaggio: Indagine sull'andamento economico e sulle principali tematiche che riguardano le imprese della filiera della mobilità

¹ Mezzo/i di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio.

Format Research s.r.l. – sede legale e operativa - via ugo balzani 77
00162 roma, italia - rea 747042/rm

unità operativa - via sebastiano caboto 22/a
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96

cf / p.iva / reg.imp.roma: 04268451004
cap. soc. € 10.340,00 i.v.

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



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

**popolazione di riferimento: Imprese italiane del settore
automotive**

estensione territoriale del sondaggio:

<i>anagni</i>	<i>bardonecchia</i>	<i>fidenza</i>
<i>ancona</i>	<i>conselve</i>	<i>fie' allo sciliar</i>
<i>andezeno</i>	<i>contrada</i>	<i>fiera di primiero</i>
<i>andria</i>	<i>conversano</i>	<i>fiesole</i>
<i>angri</i>	<i>copertino</i>	<i>fiesso d'artico</i>
<i>anguillara sabazia</i>	<i>copparo</i>	<i>fiesso umbertino</i>
<i>annicco</i>	<i>corato</i>	<i>mignano monte lungo</i>
<i>annone veneto</i>	<i>corbetta</i>	<i>milano</i>
<i>anticoli corrado</i>	<i>corbola</i>	<i>monterosi</i>
<i>antrodoco</i>	<i>cordenons</i>	<i>monterosso al mare</i>
<i>anzio</i>	<i>cornuda</i>	<i>monterosso calabro</i>
<i>aosta</i>	<i>cosoleto</i>	<i>monterotondo</i>
<i>apice</i>	<i>costa volpino</i>	<i>mornese</i>
<i>apiro</i>	<i>costabissara</i>	<i>morolo</i>
<i>aprilia</i>	<i>costigliole d'asti</i>	<i>morro d'oro</i>
<i>aquileia</i>	<i>cotignola</i>	<i>morrovalle</i>
<i>aragona</i>	<i>courmayeur</i>	<i>morsasco</i>
<i>aramengo</i>	<i>erchie</i>	<i>mortara</i>
<i>arba</i>	<i>ercolano</i>	<i>moso in passiria</i>
<i>arce</i>	<i>erice</i>	<i>motta di livenza</i>
<i>arcevia</i>	<i>este</i>	<i>motta visconti</i>
<i>arluno</i>	<i>exilles</i>	<i>mottalciata</i>
<i>armeno</i>	<i>fabbrica curone</i>	<i>mottola</i>
<i>arnad</i>	<i>fabbriche di vallico</i>	<i>muggia</i>
<i>arona</i>	<i>fabbrico</i>	<i>mugnano del cardinale</i>
<i>arosio</i>	<i>fabriano</i>	<i>mugnano di napoli</i>
<i>arpaia</i>	<i>fabrizia</i>	<i>muravera</i>
<i>arpaise</i>	<i>fabro</i>	<i>odolo</i>
<i>arpino</i>	<i>faenza</i>	<i>offida</i>
<i>arqua' polesine</i>	<i>ferentino</i>	<i>oggiono</i>
<i>arre</i>	<i>fermignano</i>	<i>olbia</i>
<i>arsago seprio</i>	<i>fermo</i>	<i>oleggio</i>
<i>arzachena</i>	<i>ferrandina</i>	<i>olgiate comasco</i>
<i>barcellona pozzo di</i>	<i>ferrara</i>	<i>olginate</i>
<i>gotto</i>	<i>ferrazzano</i>	<i>oliveto citra</i>
<i>bardi</i>	<i>ferriere</i>	<i>oliveto lario</i>
<i>bardolino</i>	<i>ficarazzi</i>	<i>olivetta san michele</i>

*oltre il colle
ome
omegna
omignano
opera
oratio
orbassano
orbitello
pontestura
pontida
pontinia
pontirolo nuovo
pontremoli
pont-saint-martin
ponza
ponzano di fermo
ponzano romano
porano
porcia
pordenone
porretta terme
portici
porto azzurro
porto ceresio
porto cesareo
porto empedocle
porto recanati
porto san giorgio
porto sant'elpidio
porto torres
porto viro
portoferraio
portogruaro
portomaggiore
portovenere
posta
postiglione
prato
pratola peligna*

*pratovecchio
preganziol
premo
prezzo
pretoro
prevalle
rapallo
ravello
ravenna
reana del rojale
recale
recanati
recco
recetto
roccaraso
roccasecca dei volsci
roccastrada
rocchetta tanaro
rodengo
rodengo-saiano
rodi' milici
roggiano gravina
roletto
rolo
roma
romano canavese
romano di lombardia
romeno
rometta
roncade
ronchi dei legionari
rosarno
roseto degli abruzzesi
rosignano marittimo
rosignano monferrato
san giorgio a cremano
san giorgio a liri
san giorgio di mantova
san giorgio morgeto*

*persiceto
san giovanni la punta
san giovanni lupatoto
san giovanni rotondo
san giovanni teatino
san giovanni valdarno
san giuliano milanese
san giuliano terme
settimo torinese
settimo vittone
settingiano
sezze
todi
tolentino
tolfa
tollegno
tolmezzo
torino
torrebelvicino
torregrotta
torremaggiore
torrenova
torretta
torri di quartesolo
torricella
torricella peligna
torriglia
torrile
torrioni
torrita di siena
tortona
tortora
toscolano-maderno
trabia
treia
tremestieri etneo
trenta
trento*

metodo di campionamento: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese di interesse.

rappresentatività del campione²: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese italiane dell'automotive. Domini di studio del campione: area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud e isole), dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, >49 addetti)

metodo di raccolta delle informazioni: Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer assisted telephone interview).

consistenza numerica del campione³

	Cifra	percentuale
non reperibili	343	20,6%
rifiuti	321	19,3%
sostituzioni	664	39,9%
totale interviste	1.000	60,1%

Sezione I – Congiuntura economica

1. **(CONGIUNTURA)** A suo giudizio la **situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti, è...? (Una risposta)

t - 1⁴

² Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore.

³ Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate.

⁴ Analizziamo una "variazione". "t-1" significa ad esempio: nei mesi di ottobre, novembre, dicembre 2015, gennaio, febbraio, marzo 2016, rispetto ai mesi di aprile, maggio, giugno, luglio, agosto, settembre 2015.

- Migliorata 1
- Rimasta invariata 2
- Peggiorata 3

RISPONDENTI: 100%

2. **(PREVISIONE)** Ritiene che la **situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, nei prossimi sei mesi...? (Una risposta)

*t + 1*⁵

- Migliorerà 1
- Resterà invariata 2
- Peggiorerà 3

RISPONDENTI: 100%

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

t - 1

- Migliorato 1
- Rimasto invariato 2
- Peggiorato 3

RISPONDENTI: 100%

4. **(PREVISIONE)** Ritiene che **l'andamento economico generale della Sua impresa** nei prossimi sei mesi...? (Una risposta)

t + 1

⁵ Analizziamo una "variazione". "t+1" significa ad esempio: nei mesi di aprile, maggio, giugno, luglio, agosto, settembre 2016, rispetto ai mesi di ottobre, novembre, dicembre 2015, gennaio, febbraio, marzo 2016.

- Migliorerà 1
- Resterà invariato 2
- Peggiorerà 3

RISPONDENTI: 100%

5. **(PREVISIONE DI SCENARIO)** In generale, Lei ritiene che la situazione economica complessiva del settore, da qui ai prossimi cinque anni, sarà...? (Una risposta)

- Più florida rispetto a quella attuale 1
- Sostanzialmente come quella attuale 2
- In crisi rispetto a quella attuale 3

RISPONDENTI: 100%

6. Lei ritiene che la Sua impresa sia **uscita dalla crisi** che ha colpito il settore negli anni precedenti? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

RISPONDENTI: 100%

7. (Solo per coloro che hanno risposto "No") Ritiene che la Sua impresa **riuscirà ...?** (Una risposta)

- ...ad uscire dalla crisi nel 2016 1
- ...ad uscire dalla crisi nel 2017 2
- ...non so quando la mia impresa riuscirà ad uscire dalla crisi 2

RISPONDENTI: 63%

8. **(CONGIUNTURA)** Il **livello dei ricavi della Sua impresa**, negli ultimi sei mesi, rispetto ai sei mesi precedenti, è...? (Una risposta)

t - 1

- Aumentato 1
- Rimasto invariato 2
- Diminuito 3

RISPONDENTI: 100%

9. **(TENDENZA)** Nel semestre considerato, rispetto allo stesso semestre di dodici mesi fa, **il livello dei ricavi della Sua impresa** è...? (Una risposta)

t - 2

- Aumentato 1
- Rimasto invariato 2
- Diminuito 3

RISPONDENTI: 100%

10. **(PREVISIONE)** Ritiene che **il livello dei ricavi**, nei prossimi sei mesi...? (Una risposta)

t + 1

- Aumenterà 1
- Rimarrà invariato 2
- Diminuirà 3

RISPONDENTI: 100%

11. *(Solo soggetti interessati dal mercato della motorizzazione 2w e 4w)*
(CONGIUNTURA) Facendo uguale a 100 la **marginalità**⁶ della Sua attività, quanto di questa deriva da...? (Una risposta per ciascun item. Valori percentuali)

- Ricavi di vendita da auto nuove |__|
- Ricavi di vendita da auto usate |__|

⁶ Si intende il guadagno effettivo derivante dal prezzo di vendita al netto dei costi di produzione e dei costi fissi.

- Ricavi dalla vendita di servizi vari, tipicamente di tipo finanziario (es. assicurazione, leasing, finanziamenti, noleggio) |__|
 - Ricavi da attività di post-vendita (es. soccorso stradale, revisione, bollino blu, tagliando, sistemazione carrozzeria, etc) |__|
 - Rivendita di accessori |__|
 - Altro |__|
- =100%**

RISPONDENTI: 80%

12. (*Solo soggetti interessati dal mercato della motorizzazione 2w e 4w*) **(TENDENZA)**

Nel semestre considerato, rispetto allo stesso semestre di dodici mesi fa, la **marginalità** derivante da ciascuna delle seguenti voci è aumentata, rimasta invariata, diminuita? (Una risposta per ciascun item. 1=Aumentata, 2=Rimasta invariata, 3=Diminuita)

- Ricavi di vendita da auto nuove |__|
 - Ricavi di vendita da auto usate |__|
 - Ricavi dalla vendita di servizi vari, tipicamente di tipo finanziario (es. assicurazione, leasing, finanziamenti, noleggio) |__|
 - Ricavi da attività di post-vendita (es. soccorso stradale, revisione, bollino blu, tagliando, sistemazione carrozzeria, etc) |__|
 - Rivendita di accessori |__|
 - Altro |__|
- =100%**

RISPONDENTI: 80%

13. **(CONGIUNTURA)** Negli ultimi sei mesi, l'**occupazione** complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto ai semi precedenti, è...? (Una risposta)

t - 1

- Aumentato 1
- Rimasto invariato 2
- Diminuito 3

RISPONDENTI: 100%

14. **(PREVISIONE)** Nei prossimi sei mesi, prevede che l'**occupazione** complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, ...? (Una risposta)

t + 1

- Aumenterà 1
- Rimarrà invariato 2
- Diminuirà 3

RISPONDENTI: 100%

Sezione II – Domanda e offerta di credito

15. A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido⁷ 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 1
- Sì, ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto 2
- Sì, ha fatto richiesta ma non è stata accolta 3
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo trimestre 4
- Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre 5
- No, non ha fatto richiesta 6

⁷ La richiesta può essere formalizzata o non formalizzata.

RISPONDENTI: 100%

16. (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 cassa⁸ 1
- Investimenti⁹ 2
- Ristrutturazione del debito 3

RISPONDENTI: 20%

Sezione III – Approfondimenti

Comportamenti dei consumatori– Solo per i rivenditori della motorizzazione 2w e 4w

17a. Quanto è cambiato il comportamento di acquisto dei consumatori negli ultimi due anni rispetto al passato? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

RISPONDENTI: 80%

17b. In che modo è cambiato il comportamento dei consumatori in fase di acquisto di una nuova auto? (Risposta aperta, post-codificata)

Esempi di risposta:

⁸ "Liquidità e cassa", si tratta in genere di finanziamenti a breve.

⁹ "Investimenti", "ristrutturazione del debito" (consolidamento), si tratta in genere di finanziamenti a medio/lungo termine.

Prima la decisione di acquisto veniva maturata presso il salone del rivenditore. I consumatori visitavano più rivenditori/concessionari prima di procedere con l'acquisto. Adesso i consumatori si fanno un'idea sul web e nella maggior parte dei casi, quando si recano nell'autosalone, già hanno fatto la propria scelta e acquistano subito.

RISPONDENTI: 80%

Marketing digitale – Solo per i rivenditori della motorizzazione 2w e 4w

18. La Sua impresa ha diversificato l'approccio alla vendita appoggiandosi sui seguenti canali digitali? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)

- Social network (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube, etc) |__|
- Applicazioni responsive su device mobili (es. App per iOS, App per Android, etc) |__|
- Sito internet dell'impresa |__|
- Inserzioni/annunci su siti internet dedicati |__|
- Codici QR su giornali/riviste (leggibili esclusivamente con apposito device) |__|
- Altro (specificare) |__|

RISPONDENTI: 80%

18a. Per la diversificazione dell'approccio alla vendita sui canali digitali, quanto la Sua impresa si appoggia ai siti e alle iniziative sul web delle case costruttrici? (Una risposta in percentuale)

|__|__|__|%

RISPONDENTI: 80%

19. Nella Sua impresa, esistono oggi figure professionali preposte a questo tipo di vendita? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)

- Sì, si tratta di figure ricoperte da personale assunto appositamente per questo tipo di attività |__|
- Sì, si tratta di figure ricoperte da personale che in precedenza svolgeva un altro tipo di attività (riconversione di ruolo) |__|

- No, non sono previste figure professionali appositamente preposte (le opportunità commerciali che provengono dal mondo "digitale" sono colte da personale che svolge altre attività, ad es. la segretaria, i venditori tradizionali, etc) |__|

RISPONDENTI: 80%

19b. (Se esistono sia figure ricoperte da personale assunto appositamente, sia figure ricoperte da personale che in precedenza svolgeva un altro tipo di attività) Facendo uguale a 100 le figure professionali preposte a questo tipo di vendita, quanto in percentuale è riconducibile a figure ricoperte da personale assunto appositamente per questo tipo di attività e quanto a figure ricoperte da personale che in precedenza svolgeva un altro tipo di attività? (Una risposta in percentuale per ciascun item)

- Sì, si tratta di figure ricoperte da personale assunto appositamente per questo tipo di attività |__|
- Sì, si tratta di figure ricoperte da personale che in precedenza svolgeva un altro tipo di attività (riconversione di ruolo) |__|

RISPONDENTI: 25%

=100%

20. Quanto è importante, per la Sua impresa, poter contare su personale interamente dedicato alle nuove tecnologie da impiegare nelle attività di commercializzazione? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

RISPONDENTI: 80%

20a. La Sua impresa ha difficoltà a reperire sul mercato specialisti di vendita orientati alle nuove tecnologie digitali? (Una risposta)

- Molto 1

- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

RISPONDENTI: 80%

21. A Suo avviso, quanto è importante massimizzare le *skills* del personale preposto alla vendita tramite canali digitali con appositi corsi di **formazione aziendale**? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

RISPONDENTI: 80%

22. In generale, la Sua impresa oggi punta maggiormente (in termini di sforzi commerciali) sui canali e sulle modalità tradizionali di vendita o su quelli a sfondo digitale? (Una risposta)

- Puntiamo prevalentemente sui canali e sulle modalità tradizionali 1
- Puntiamo prevalentemente sui canali digitali 2
- Puntiamo allo stesso modo su entrambi i canali 3

RISPONDENTI: 80%

23. (Per le imprese che utilizzano il proprio sito internet per la vendita) Pensando al sito web della Sua impresa, quanta importanza attribuisce ai seguenti aspetti in termini di capacità attrattiva del cliente in ambito commerciale? (Una risposta per ciascun item. Utilizzo di una scala da 0=Per nulla, a 10=Molto)

- Organizzazione dei contenuti (facilità di reperimento delle informazioni d'interesse) |__|__|
- Chiarezza dei contenuti disponibili |__|__|

- Utilità dei contenuti disponibili |__|__|
- Customizzazione del sito (personalizzazione dei contenuti proposti al cliente) |__|__|
- Assistenza on line (guide, FAQ, servizio chat, etc) |__|__|
- Layout grafico accattivante |__|__|
- La presenza di link a informazioni contenute su altri siti o al sito della casa produttrice |__|__|

RISPONDENTI: 35%

Rapporto *Impresa-Casa costruttrice* – Solo per i rivenditori della motorizzazione 2w e 4w

24. In linea generale, come giudica la politica messa in atto dalla casa produttrice alla quale fa capo la Sua impresa, in termini di indirizzo e guida, di indicazioni riguardo le necessità di capitalizzazione dell'impresa e di relative strategie commerciali? (Una risposta)

- La casa produttrice segue una policy univoca per tutte le concessionarie cui fa capo 1
- La casa produttrice segue una policy differente in funzione di determinate caratteristiche tipiche delle concessionarie cui fa capo (es. localizzazione geografica) 2

RISPONDENTI: 80%

25. Alla luce delle politiche messe in atto dalla Sua casa produttrice, quanta libertà di azione (in termini imprenditoriali) sente di avere con la Sua impresa sul mercato? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

RISPONDENTI: 80%

26. Indipendentemente dalle politiche applicate, quanto si ritiene soddisfatto della relazione intrattenuta con la Sua casa produttrice? (Utilizzo di una scala da 0=min soddisfazione, a 10=max soddisfazione)

|__|__|

RISPONDENTI: 80%

Incremento delle immatricolazioni – Solo per i rivenditori della motorizzazione 2w e 4w

27. Secondo i dati recentemente diffusi dal Ministero dei Trasporti (marzo 2016), nei mesi a cavallo tra la fine del 2015 e l’inizio del 2016, in Italia è stato registrato un forte incremento delle immatricolazioni dei veicoli a motore, con una decisa inversione di tendenza rispetto ai lunghi anni della crisi. Quanto questo fenomeno ha inciso in modo significativo anche sulla capacità di fare reddito della Sua impresa? (Utilizzo di una scala da 0=min incidenza, a 10=max incidenza)

|__|__|

RISPONDENTI: 80%

Sezione IV – Marketing associativo

33. È a conoscenza dell’esistenza di associazioni di categoria imprenditoriali che rappresentino il settore di attività economica nell’ambito del quale opera la Sua impresa? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

RISPONDENTI: 100%

34. (Per chi ne è a conoscenza) Se sì, quali associazioni conosce? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Sì)

- Confcommercio – Assomobilità |__|
- Confcommercio – Confmobilità |__|
- Confcommercio – Federauto |__|
- Confcommercio – Federmotorizzazione |__|

- Confindustria – Ancma |__|
- Confindustria – Anfia |__|
- Unrae |__|
- Altre |__|

Nota: È prevista appositamente la voce "Federmotorizzazione" per analizzare ex post la quota di imprese che indica tale associazione piuttosto che "Confmobilità".

RISPONDENTI: 80%

35. L'impresa è iscritta a qualche associazione di categoria? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

RISPONDENTI: 100%

36. (Per chi è iscritto ad un'associazione di categoria) Se sì, a quali? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Sì)

- Confcommercio – Assomobilità |__|
- Confcommercio – Confmobilità |__|
- Confcommercio – Federauto |__|
- Confcommercio – Federmotorizzazione |__|
- Confindustria – Ancma |__|
- Confindustria – Anfia |__|
- Unrae |__|
- Altre |__|

Nota: È prevista appositamente la voce "Federmotorizzazione" per analizzare ex post la quota di imprese che indica tale associazione piuttosto che "Confmobilità".

RISPONDENTI: 41%

37. (Solo per coloro che non sono membri di una associazione di categoria) Ha mai pensato di iscrivere la Sua impresa ad una associazione di categoria degli imprenditori? (Una risposta)

- No, non abbiamo mai pensato di iscriverci ad una associazione 1
- No, perché le associazioni di categoria non sono utili (non crediamo nel ruolo delle associazioni) 2
- Sì, ma non siamo mai riusciti a iscriverci per mancanza di tempo, di conoscenze, etc 3
- Sì, ma risultavano troppo costose 4
- Siamo stati membri di una associazione di categoria in passato e abbiamo preferito cancellarci perché non eravamo soddisfatti. Non ci iscriveremo di nuovo in futuro 5
- Sì, probabilmente ci iscriveremo nel prossimo futuro (prox 18 mesi) 6
- Sì, certamente ci iscriveremo nel prossimo futuro (prox 18 mesi) 7

RISPONDENTI: 410%

38. (Solo per coloro che conoscono Confmobilità e/o Federmotorizzazione) Su quali elementi, valori, obiettivi, dovrebbe puntare una associazione di categoria come Confmobilità, per costruire e sviluppare il proprio principio identitario e rendere l'Associazione perfettamente riconoscibile in un'ottica di posizionamento verso i propri soci? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Sì)

- Difendere e valorizzare la figura dell'imprenditore |__|
- Incrementare l'impegno a livello nazionale e locale in difesa degli interessi del settore/categoria |__|
- Maggiore offerta di servizi per le imprese del comparto |__|
- Maggiore formazione alle imprese |__|
- Incrementare il numero dei soci |__|
- Presidiare maggiormente le imprese associate |__|
- Tutelare gli interessi sociali, politici ed economici delle categorie delle imprese appartenenti alla filiera della mobilità |__|
- Valorizzare gli interessi dei soggetti rappresentati, promuovendo e riconoscendone il ruolo economico e sociale |__|

- Puntare sull'organizzazione e l'erogazione di ogni tipo di servizio di informazione, formazione, assistenza e consulenza alle imprese del settore |__|
- Promuovere forme di collaborazione volte a conseguire più articolate e vaste finalità di progresso e sviluppo dei soggetti rappresentati |__|
- Assicurare un impegno costante per la tutela della legalità e della sicurezza e per la prevenzione ed il contrasto di ogni forma di criminalità |__|

RISPONDENTI: 60%