

Focus sul tema della digitalizzazione 2019 III trimestre

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
(www.formatresearch.com)

soggetto committente: Ascom Bergamo

soggetto acquirente: Ascom Bergamo

**data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: Dal 26 al
30 settembre 2019.**

mezzo di comunicazione¹:
L'Eco di Bergamo

www.bergamonews.it

www.ecodibergamo.it

data di pubblicazione del sondaggio: 13 novembre 2019

**temi / fenomeni oggetto del soggetto: Indagine sull'andamento
economico e sul fabbisogno del credito delle imprese del**

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

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. € 25.850,00i.v.

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



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

terziario della provincia di Bergamo (FOCUS DIGITALIZZAZIONE).

popolazione di riferimento: Imprese del terziario della provincia di Bergamo.

estensione territoriale del sondaggio:
Provincia di Bergamo

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

rappresentatività del campione²: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario della provincia di Bergamo. Domini di studio del campione: Dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, 20-49 addetti, oltre 49 addetti), Settore di attività (commercio, turismo, servizi).

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

consistenza numerica del campione³

Numerosità campionaria complessiva: 700 casi (700 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 985 (34,6%); «rifiuti»: 1.162 (40,8%); «sostituzioni»: 2.147 (75,4%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +3%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

testo integrale di tutte le domande (questionario)

15. Parliamo di innovazione e processi digitali. A suo giudizio, il livello di digitalizzazione della Sua impresa è... (Una risposta)

- ...molto elevato

1

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.

- ...abbastanza elevato 2
- ...poco elevato 3
- ...per niente elevato 4

TOTALE RISPONDENTI 100%

16. Tra le seguenti piattaforme, di quali la Sua impresa dispone attualmente?

(Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)

- a. Sito web aziendale |__|
- b. Social network aziendali (pagina facebook, canale instagram, ecc.) |__|
- c. App dell'impresa |__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

17. Quanto ritiene importante il sito web all'interno dell'attuale modello di business aziendale? (Una risposta)

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

TOTALE RISPONDENTI 100%

18. (Solo per le imprese con un sito web) Su una scala da 0 a 10, quanto ritiene che l'apertura del sito web abbia aiutato la Sua impresa in termini di...?

(Una risposta per ciascun item. Utilizzo di una scala da "0", per nulla, a "10", molto)

- ...aumento della visibilità |_|_|
- ...aumento delle vendite |_|_|
- ...aumento della credibilità/reputazione |_|_|
- ...possibilità di effettuare pubblicità a basso costo |_|_|

TOTALE RISPONDENTI 54,6%

19. (Solo per le imprese che utilizzano social network) Su quale dei seguenti social network è attiva la Sua impresa? (Risposta multipla)

- Facebook |__|
- LinkedIn |__|

- Instagram
- Pinterest
- Twitter
- Whatsapp
- Altro (specificare quale _____)

TOTALE RISPONDENTI 34%

20. (Solo per le imprese che utilizzano social network) Quali sono i due motivi principali per cui la Sua impresa utilizza i social network? (Massimo due risposte)

- Per comunicare cosa facciamo
- Per moltiplicare le possibilità di business
- Per sviluppare l'immagine dell'impresa o i suoi prodotti e servizi
- Per raccogliere opinioni, recensioni e rispondere alle domande dei clienti
- Per informare i clienti delle nuove iniziative e proposte

TOTALE RISPONDENTI 34%

21. La Sua impresa effettua attività di e-commerce (vendita on-line di prodotti o servizi)? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)

- a. (solo per chi ha il sito web) Si, tramite proprio sito web
- b. Si, tramite siti aggregatori (es. ebay, amazon booking...)
- c. No

TOTALE RISPONDENTI 100%

22. (Solo per le imprese che svolgono attività di e-commerce) La quota percentuale di ricavi derivante dall'attività di e-commerce dello scorso anno è stata... (Una risposta)

- Meno del 2% 1
- Tra il 2% e il 5% 2
- Tra il 5% e il 10% 3
- Oltre il 10% 4

TOTALE RISPONDENTI 6%

23. (Solo per le imprese che usano almeno una piattaforma digitale) Nella Sua impresa, chi è la figura dedicata allo sviluppo e al mantenimento delle piattaforme digitali? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)

- Un collaboratore/dipendente dell'azienda, senza che questo rappresenti il suo principale ruolo in azienda |__|
- Un dipendente interno, come sua principale funzione aziendale (es: social media manager, web marketing strategist o specialista in comunicazione web) |__|
- Un intero team dedicato al marketing digitale dell'azienda |__|
- Il titolare o altra figura di responsabilità |__|
- Se ne occupa un consulente esterno all'azienda |__|

TOTALE RISPONDENTI 62,9%

24. Nei prossimi due anni, la Sua impresa ha in programma di investire in tecnologie digitali? (Una risposta)

- Sicuramente si 1
- Probabilmente si 2
- No 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

25. (Solo le imprese che sicuramente o probabilmente investiranno) Tali investimenti, quali aspetti riguarderanno? (Risposta multipla)

- a. Sito web/social network |__|
- b. Piattaforme e-commerce |__|
- c. Software Gestionali (programmi informatici che consentono l'automatizzazione di alcuni processi aziendali) |__|
- d. Sistemi di pagamento mobile e/o via Internet |__|
- e. Software per archiviazione digitale |__|
- f. Sicurezza informatica |__|
- g. Analisi dati (Big Data - Analytics) |__|
- h. Tecnologie per migliorare la *customer experience* (assistenza virtuale, personalizzazione di offerte e prodotti) |__|
- i. Non so 1

TOTALE RISPONDENTI 25,4%

26. (Solo le imprese che non investiranno) Per quali ragioni la Sua impresa non ha in programma investimenti in ambito digitale? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)

- Non ne sentiamo la necessità avendo una clientela molto fidelizzata da lunga data |__|
- Ci interesserebbe ma non abbiamo il tempo per pensarci |__|
- Non abbiamo la disponibilità finanziaria per gli investimenti necessari |__|
- Non abbiamo il personale con le competenze necessarie per occuparsene |__|
- Non abbiamo avuto accesso ai finanziamenti e incentivi nazionali o regionali |__|
- L'innovazione tecnologica non è necessaria al nostro business |__|
- Altri motivi (specificare) |__|

TOTALE RISPONDENTI 74,6%