

Terziario Torino – 2019 I 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 Confcommercio Imprese per l'Italia Torino e Provincia

soggetto acquirente: Ascom Confcommercio Imprese per l'Italia Torino e Provincia

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: 9-16 aprile 2019

**mezzo di comunicazione¹:
La Stampa**

Ansa Piemonte

www.virgilio.it

www.lospiffero.com

www,msn,com

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

data di pubblicazione del sondaggio: 17 maggio 2019

temi / fenomeni oggetto del soggetto: Indagine sull'andamento economico e sul fabbisogno del credito delle imprese del terziario della provincia di Torino

popolazione di riferimento: Imprese del terziario della provincia di Torino

estensione territoriale del sondaggio: Provincia di Torino

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

rappresentatività del campione²: Campione rappresentativo dell'universo delle imprese della provincia di Torino. Domini di studio del campione: Dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-15 addetti, 16-49 addetti, 50-249 addetti, oltre 249 addetti), Settore di attività (commercio no food, commercio food, pubblici esercizi, alberghi, trasporti e logistica, altri servizi alle imprese, servizi alle persone)

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

consistenza numerica del campione³

Numerosità campionaria complessiva: 800 casi (800 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 605 (31,1%); «rifiuti»: 540 (27,8%); «sostituzioni»: 1123 (58,9%).

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.

Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,6\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

testo integrale di tutte le domande (questionario)

1. Con riferimento agli indicatori che ora le leggerò, dovrebbe dirmi se, a suo giudizio, la situazione... (Una risposta per ciascun item: 1=migliorata/migliorerà; 2=invariata/resterà invariata; 3=peggiorata/peggiorerà)

	<u>... NEGLI ULTIMI TRE MESI RISPETTO AI TRE MESI PRECEDENTI E'</u>	<u>...NEI PROSSIMI TRE MESI RISPETTO AL TRIMESTRE ATTUALE</u>
	<i>migliorata, invariata, peggiorata</i>	<i>migliorerà, resterà invariata, peggiorerà</i>
• Situazione economica generale dell'Italia	__	__
• Andamento economico generale della sua impresa	__	__

TOTALE RISPONDENTI 100%

Andamento economico

2. Con riferimento agli indicatori che ora le leggerò, dovrebbe dirmi se, a suo giudizio, la situazione... (Una risposta per ciascun item: 1=migliorata/migliorerà; 2=invariata/resterà invariata; 3=peggiorata/peggiorerà)

	<u>... NEGLI ULTIMI TRE MESI RISPETTO AI TRE MESI PRECEDENTI E'</u>	<u>...NEI PROSSIMI TRE MESI RISPETTO AL TRIMESTRE ATTUALE</u>
	<i>migliorata, invariata, peggiorata</i>	<i>migliorerà, resterà invariata, peggiorerà</i>
• Ricavi della sua impresa	__	__
• Prezzi praticati alla sua impresa dai suoi fornitori ⁴	__	__
• Ritardo nei tempi di pagamento da parte dei clienti della sua impresa ⁵	__	__

⁴ *Migliorati* = i prezzi sono diminuiti; *Peggiorati* = i prezzi sono aumentati

⁵ *Migliorati* = i tempi di pagamento si sono accorciati; *Peggiorati* = i tempi di pagamento si sono allungati

- Capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della sua impresa (situazione della liquidità) |__| |__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

Domanda e offerta di credito

3. A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido⁶ 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 tre 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

TOTALE RISPONDENTI 100%

Rapporto con le banche

4. La Sua impresa dispone almeno di un fido o di un finanziamento concesso da una banca? (Una risposta)

- Sì, da oltre sei mesi 1
- Sì, da meno di sei mesi 2
- No 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

5. (CONGIUNTURA) (Solo per le imprese che hanno dei fidi o dei finanziamenti da oltre sei mesi) Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi tre mesi, ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento alla... (Una risposta per ciascun item)

- | | <u>Migliorata</u> | <u>Invariata</u> | <u>Peggiorata</u> |
|--------------------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| • Durata temporale del credito | 1 | 2 | 3 |

⁶La richiesta può essere formalizzata o non formalizzata.

- Tasso di interesse praticato dalla banca per i finanziamenti a breve e medio termine 1 2 3
- Costo dell'istruttoria e alle "altre condizioni" (es. servizi bancari comunque legati ad un servizio di finanziamento) 1 2 3
- Garanzie richieste da parte delle banche 1 2 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

5b. (CONGIUNTURA) Con riferimento al costo dei servizi bancari (es. tenuta conto, emissione disposizioni, pagamento effetti, movimenti di titoli, ecc.), ritiene che, negli ultimi tre mesi, rispetto al trimestre precedente, la situazione sia...? (Una risposta)

- Migliorata 1
- Rimasta invariata 2
- Peggiorata 3

TOTALE RISPONDENTI 100%

Focus: COMUNICAZIONE D'IMPRESA

Strategie di comunicazione delle imprese

6. Parliamo adesso di comunicazione d'impresa. La sua impresa è solita redigere piani di comunicazione /marketing per delineare un piano di sviluppo aziendale? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

7. Secondo lei, quali dovrebbero essere gli obiettivi principali alla base di una strategia di comunicazione /marketing? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Sì. Max 3 risposte)

- Identificare nuovi potenziali clienti |__|
- Migliorare la conoscenza del marchio |__|
- Migliorare il coinvolgimento dei clienti già acquisiti |__|
- Migliorare l'esperienza dei clienti (es: tempi brevi di intervento in caso di problemi, offrire personalizzazione di prodotti o servizi...) |__|
- Rilevare nuove opportunità e minacce del mercato |__|
- Ottimizzare l'utilizzo delle risorse umane, finanziarie, organizzative |__|

- Altro (specificare _____) |__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

8. Pensando alle imprese del suo settore, quali sono secondo lei i canali più efficaci dal punto di vista della comunicazione rivolta al cliente? *(Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Sì. Max 3 risposte)*

- Pubblicità video |__|
- SMS/messaggi di testo |__|
- App mobili |__|
- Radio e tv |__|
- Giornali e riviste |__|
- Cartelloni/affissioni |__|
- Sito web dell'impresa |__|
- Social Network dell'impresa |__|
- Newsletter via mail |__|
- Altro (specificare _____) |__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

9. Dal 2018 ad oggi, la sua impresa ha realizzato campagne di comunicazione per promuovere la propria azienda, i propri prodotti/servizi, eventi o novità... *(Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Sì)*

- ...utilizzando canali tradizionali (es: pubblicità su giornali, radio, tv, cartelloni) |__|
- ...utilizzando canali digitali (es: campagne social, invio e-mail a un target selezionato, ecc...) |__|

TOTALE RISPONDENTI 100%

10. (Se hanno utilizzato canali tradizionali) Che tipo di campagne di comunicazione avete realizzato tramite i canali tradizionali? *(Spontanea, se serve sollecitare gli item. Possibili più risposte)*

- Spot su emittenti tv e/o radio |__|
- Pubblicità su quotidiani/riviste |__|
- Comunicati stampa per giornali/magazine |__|
- Locandine/manifesti/cartelloni |__|

- Volantini di offerte speciali |__|
- Attività di call center (via telefono) |__|
- Altro (specificare _____) |__|

TOTALE RISPONDENTI 19,8%

11. (Se hanno utilizzato canali digitali) Che tipo di campagne di comunicazione avete realizzato tramite i canali digitali? *(Spontanea, se serve sollecitare gli item. Possibili più risposte)*

- E-mail marketing (invio di newsletter/messaggi promozionali a clienti o potenziali clienti tramite email) |__|
- Campagne sms (invio di messaggi promozionali tramite sms) |__|
- Campagne sui social network (es. Facebook Ads.) |__|
- Campagne sui motori di ricerca (es. google Adwords) |__|
- Altro (specificare _____) |__|

TOTALE RISPONDENTI 36,8%

12. (Esclusivamente le imprese che NON fanno comunicazione digitale) Qual è il motivo principale per cui la sua impresa ad oggi non ha ancora utilizzato canali di comunicazione online? *(Una risposta)*

- I nostri clienti non sono su internet 1
- Non crediamo al reale beneficio apportato dalla pubblicità online 2
- Temiamo di perdere il contatto diretto con gli acquirenti 3
- Non abbiamo le risorse economiche per affidarci a consulenti esterni e/o formare il nostro personale 4
- Ad oggi non rappresenta un'azione prioritaria per l'azienda 5
- Altro (specificare _____) 6

TOTALE RISPONDENTI 63,3%

13. Ad oggi la comunicazione digitale sta avanzando sempre di più. Secondo lei, quali sono i principali punti di forza legati alla comunicazione sul web? *(Max 3 risposte)*

- È più immediata |__|
- Ha costi ridotti |__|
- È facile da misurare (tramite software che analizzano in modo automatico i dati) |__|

- È senza frontiere (non ha limiti di spazio, può essere visibile a tutti) |__|
- È più coinvolgente (il target interagisce con azioni, like, commenti, recensioni...) |__|
- È poco invasiva (gli utenti hanno la facoltà di definirne i limiti o scegliere se interromperla) |__|
- Non so 99

TOTALE RISPONDENTI 100%

14. Al contrario, quali sono secondo lei i principali punti di debolezza legati alla comunicazione digitale? (Max 3 risposte)

- Richiede costi eccessivi rispetto ai reali vantaggi |__|
- Richiede personale con alte competenze |__|
- Richiede un continuo aggiornamento dei contenuti (sito web/social media) |__|
- I clienti sono restii a fornire i propri dati (privacy) |__|
- I clienti considerano la comunicazione digitale come invasiva |__|
- Impossibilità di moderare utenti e commenti (sito web/social media) |__|
- Non so 99

TOTALE RISPONDENTI 100%

15. (Esclusivamente le imprese che hanno fatto campagne di comunicazione: se almeno un "si" a D.9) A chi è affidata l'attività di comunicazione della sua impresa? (Una risposta)

	Comunicazione tradizionale	Comunicazione digitale
• Una risorsa interna, senza che questo rappresenti il suo principale ruolo in azienda	1	1
• Una risorsa interna, come suo principale ruolo in azienda	2	2
• Un intero team di risorse aziendali	3	3
• Un consulente esterno all'azienda (uno specialista)	4	4
• Agenzia di comunicazione	5	5

TOTALE RISPONDENTI 36,8%

16. (Esclusivamente le imprese che hanno fatto campagne di comunicazione: se almeno un "si" a D.9) Quali difficoltà avete riscontrato o state riscontrando

per curare la gestione della comunicazione della vostra impresa? (Possibili più risposte)

- Costi di gestione (troppo alti per l'impresa) |__|
- Tempi di gestione (es. passa troppo tempo prima che l'impresa ottenga un ritorno dall'investimento) |__|
- Incertezza rispetto ai risultati |__|
- Difficoltà nel destinare risorse interne all'azienda alla comunicazione (rischio di incidere sulla produttività) |__|
- Timore che i clienti già fidelizzati possano infastidirsi |__|
- Poca trasparenza da parte del consulente /agenzia di comunicazione (solo per chi ne fa ricorso) |__|
- Non stiamo riscontrando alcuna difficoltà 1

TOTALE RISPONDENTI 42,3%

Focus: COMUNICAZIONE D'IMPRESA

Sito web e social media

17. La Sua azienda è in possesso di un sito web? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

TOTALE RISPONDENTI 100%

18. (Esclusivamente le imprese con un sito web) La Sua azienda usa il sito web principalmente per: (Una risposta)

- Presentare la propria offerta 1
- Tenere aggiornati clienti e fornitori sulle ultime novità 2
- Vendere i propri prodotti/servizi (e-commerce) 3
- Fornire servizi di supporto a clienti e fornitori 4
- Raccogliere opinioni dei clienti 5

TOTALE RISPONDENTI 65,3%

19. (Esclusivamente le imprese con un sito web) Quanto ritiene che l'apertura di un sito web aiuti un'impresa in termini di: (Una risposta per ogni item: 1:per niente; 2:poco; 3:abbastanza; 4:molto)

- Aumento della visibilità |__|
- Aumento delle vendite (sia tramite e-commerce che indirettamente: negozio fisico) |__|
- Miglioramento della reputazione aziendale |__|
- Possibilità di ottenere pubblicità a basso costo |__|

TOTALE RISPONDENTI 65,3%

20. (Esclusivamente le imprese con un sito web) Quanto ritiene importante il sito web all'interno dell'attuale modello di business aziendale? (Una risposta)

- Per nulla importante 1
- Accessorio, ha più un valore di immagine che altro 2
- Molto importante, è di grande supporto per il business model aziendale 3
- Indispensabile, è essenziale per il business model aziendale 4

TOTALE RISPONDENTI 65,3%

21. Su quale social network è attiva la Sua impresa? (Risposta multipla)

- Facebook |__|
- LinkedIn |__|
- Instagram |__|
- Pinterest |__|
- Twitter |__|
- Whatsapp |__|
- Altro (Specificare _____) |__|
- Non è attiva sui social network 1

TOTALE RISPONDENTI 100%

22. A suo avviso, qual è il social network più efficace sul piano della comunicazione strategica delle imprese rivolta ai clienti? (Risposta singola)

- Facebook 1
- LinkedIn 2
- Instagram 3
- Pinterest 4
- Twitter 5

- Whatsapp 6
- Altro (Specificare _____) 7

TOTALE RISPONDENTI 100%

23. (Esclusivamente le imprese attive sui social network) Che tipo di contenuti pubblicate solitamente sui social network? (Risposta multipla)

- Video
- Foto
- Notizie/news di settore
- Infografiche
- Sondaggi o domande
- Altro (Specificare)

TOTALE RISPONDENTI 47,8%

24. (Esclusivamente le imprese attive sui social network) Quali sono gli obiettivi principali che vorrebbe raggiungere la sua azienda tramite i social media? (Possibili più risposte; ruotare gli item)

- Raggiungere il maggior numero di contatti
- Interagire direttamente con i clienti
- Incrementare la visibilità di prodotti e servizi
- Tenere aggiornati clienti e fornitori sulle ultime novità
- Effettuare analisi sugli utenti e potenziali clienti
- Aumentare la "web reputation" (conoscere ciò che si dice dell'impresa sul web)

TOTALE RISPONDENTI 47,8%

Focus: COMUNICAZIONE D'IMPRESA
Comunicazione per gli imprenditori

25. Le chiedo di esprimere con "molto", "abbastanza", "poco", "per nulla" il suo grado di merito alle seguenti affermazioni: (Una risposta per ogni item; ruotare gli item)

Le comunicazioni divulgative e/o pubblicitarie che riceviamo da clienti e fornitori tramite e-mail, newsletter, posta ecc. sono per lo più...

Molto
d'accordo

Abbastanza
d'accordo

Poco
d'accordo

Per nulla
d'accordo

• Ridondanti	1	2	3	4
• Interessanti	1	2	3	4
• Inutili	1	2	3	4
• Invadenti	1	2	3	4
• Efficaci	1	2	3	4

TOTALE RISPONDENTI 100%

26. A suo avviso, la comunicazione in grado di generare maggior valore per le imprese veicolata: (Una risposta)

• Dai clienti dell'impresa	1
• Dai corpi intermedi in rappresentanza del settore di appartenenza dell'impresa (sindacati, associazioni di categoria)	2
• Da enti istituzionali (locali o nazionali)	3
• Dai soggetti appartenenti dal settore finanziario (investitori, creditori, etc.)	4

TOTALE RISPONDENTI 100%

27. Sempre a suo avviso, un'impresa trae maggiori benefici nel ricevere comunicazioni (risposta)

• Generano connessione, ossia che consentono di condividere con imprenditori e professionisti del settore esperienze e intuizioni	1
• Offrono ispirazione, ossia che suggeriscono un nuovo approccio funzionale alla vendita	2
• Offrono soluzioni, ossia che consentono di implementare azioni per risolvere un problema o soddisfare un bisogno	3

TOTALE RISPONDENTI 100%