

Osservatorio congiunturale sulle imprese della provincia di Bergamo

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 Bergamo.

soggetto acquirente: Ascom Confcommercio Bergamo.

data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: Dal 3 settembre al 14 settembre 2020.

mezzo di comunicazione¹:

<https://www.larassegna.it/2020/11/19/lemergenza-sanitaria-accelera-innovazione-nelle-imprese-del-terziario/>

<https://www.bergamonews.it/2020/11/20/lemergenza-ha-spinto-7-000-imprese-bergamasche-del-terziario-a-introdurre-innovazioni/405590/>

<https://www.confcommercio.it/-/ascom-bergamo-ricerca-format-innovazione?redirect=%2F>

data di pubblicazione del sondaggio: 20/11/2020

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

temi/fenomeni oggetto del soggetto: L'Osservatorio Congiunturale della Provincia di Bergamo è basato su un'indagine continuativa, a cadenza semestrale, effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi della provincia di Bergamo. L'osservatorio analizza l'impatto della crisi sulle principali determinanti dell'economia del territorio: dal livello dei ricavi delle imprese al fabbisogno finanziario delle stesse, passando per il rapporto con le banche (domanda e offerta di credito).

popolazione di riferimento: Imprese del terziario della provincia di Bergamo (commercio, turismo e servizi).

estensione territoriale del sondaggio: Imprese che insistono nella provincia di Bergamo.

metodo di campionamento: Campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario della provincia di Bergamo.

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

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

consistenza numerica del campione³ Numerosità campionaria complessiva: 700 casi (700 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 3.778 (70,4%); "Rifiuti": 889 (16,6%);

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.

“Sostituzioni”: 4.667 (87%). Intervallo di confidenza 95% (Errore +4,0%). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

testo integrale delle domande (questionario)

19. Alla luce dello scoppio della emergenza sanitaria da COVID-19, nella Sua impresa sono state introdotte delle innovazioni? *(Una risposta)*

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti 100%

21. (Esclusivamente coloro che hanno introdotto innovazioni) Le innovazioni hanno riguardato... *(Possibili più risposte)*

- Invio ai clienti, tramite e-mail e altre piattaforme digitali, di comunicazioni circa offerte, promozioni, eventi e iniziative organizzate |___|
- Servizi di supporto ai clienti attraverso il sito web dell'impresa, attività sui social media, blog informativi |___|
- *(A tutti tranne i servizi alle imprese)* Nuovi strumenti a disposizione dei clienti per prenotare un tavolo, una camera/una prestazione/una consegna, sia tramite sistemi indipendenti, sia all'interno di piattaforme dedicate |___|
- Introduzione, potenziamento ed ampliamento dei sistemi di pagamento digitali |___|

Totale rispondenti 32%

21a. (Solo coloro che hanno introdotto innovazioni) Mi ha detto di aver introdotto innovazioni a seguito della recente emergenza sanitaria. Tali innovazioni erano già nei programmi dell'impresa oppure sono state realizzate esclusivamente per far fronte alla situazione di emergenza? *(Una risposta)*

- Avevamo già in programma di introdurre innovazioni e il fatto che abbiano coinciso con il periodo di emergenza è stato solo un caso 1
- Avevamo già in programma di introdurre innovazioni, ma il periodo di emergenza ci ha costretto ad accelerare i tempi 2
- Non avevamo in programma di introdurre innovazioni, ma il periodo di emergenza ci ha costretto a rivedere i nostri piani 3

Totale rispondenti 32%

21b. (Se 21a=2 o 3) Lei direbbe che l'introduzione di tali innovazioni... (non programmate in questo periodo o non programmate affatto) *(Una risposta)*

- ...ha permesso all'impresa di mantenere lo stesso livello di ricavi rispetto al periodo precedente la crisi 1
- ...ha permesso all'impresa di minimizzare le perdite in termini di ricavi rispetto al periodo precedente la crisi 2
- ...ha permesso all'impresa di sopravvivere (altrimenti avrebbe cessato l'attività) 3

Totale rispondenti 23,6%

22. (Solo coloro che hanno introdotto innovazioni) Secondo la Sua recente esperienza, le modalità alternative di erogazione del servizio adottate dalla Sua impresa in favore del cliente durante il periodo di emergenza potranno essere mantenute in futuro in modo strutturale, affiancando le modalità tradizionali da sempre esercitate? (Una risposta)

- Certamente sì 1
- Probabilmente sì 2
- Certamente no 3
- Non so 4

Totale rispondenti 32%

22a. (Se 22=1 o 2) Per quali motivi immagina di mantenere anche in futuro le innovazioni introdotte durante il periodo dell'emergenza? (Una risposta per ciascun item. 0=No, 1=Si)

- Si stanno rivelando efficaci in termini di ricavi aziendali |__|
- Si tratta di un elemento di differenziazione rispetto alla concorrenza |__|
- Permettono di ampliare il parco clienti dell'impresa |__|
- Permettono di acquisire nuovo *know how* per l'impresa |__|
- Migliorano l'immagine dell'impresa |__|
- Conferiscono visibilità all'impresa (leva di marketing) |__|
- Rappresentano un nuovo modo di fare comunicazione |__|

Totale rispondenti 20%

22b. (Se 22=3) Per quale motivo non pensa di mantenere anche in futuro le innovazioni introdotte durante il periodo dell'emergenza? (Una risposta)

- I costi per il mantenimento delle innovazioni introdotte risultano troppo onerosi |__|
- L'impresa è carente in termini di competenze e personale qualificato |__|

- Mancanza di tempo per dedicarsi alla gestione delle innovazioni introdotte |__|
- Resistenza alle nuove tecnologie da parte dei dipendenti dell'impresa |__|
- Problematiche di natura organizzativa |__|

Totale rispondenti 12%

22c. Lei si è dotato, all'interno della propria azienda, di "nuove figure professionali"? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti 100%

22d. (Se sì) Quali "nuove figure professionali"? (Possibili più risposte)

- Digital Strategist / Digital CRM Manager/ Web Content Strategist /Social media specialist / Esperti in Customer Experience (CE) |__|
- E-commerce Manager |__|
- Commessi digitali/ Shop assistant/ Assistant Manager /Addetti alla spesa online /Consigliere di vendita /Shopper Analyst |__|
- Informatici, programmatori, sistemisti, designer, sviluppatori |__|
- Ingegneri (es. Elettrici, meccanici, etc) |__|
- Agenti di commercio/Promotori (con competenze digitali evolute) |__|
- Marketing Consultant (esperti in Intelligenza Artificiale)/ Augmented Reality Marketing Manager (esperti specialisti nella realtà aumentata) |__|
- Sales Assistant |__|
- Store Manager |__|
- Data Scientist / Esperti di Profilazione (esperti in Comunicazione che producono contenuti audiovisivi in linea con le preferenze dei consumatori) /Data Analyst /Data entry |__|

Totale rispondenti 8%

22e. (Se no) Ha intenzione di dotarsene nei prossimi due anni, alla luce delle innovazioni di servizio/prodotto che ha introdotto/ potrebbe introdurre? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti 92%

22f. (Se non se ne doterà) Ha intenzione di effettuare corsi di formazione al proprio personale sulle nuove competenze necessarie per introdurre innovazioni di prodotto/servizio? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti 82,8%