











# Osservatorio Congiunturale Unione Provinciale di Treviso | Ottobre 2022

Presentazione

Treviso, 21 ottobre 2022 (21115tx/P02)

# Agenda

-  Premessa e considerazioni generali di sintesi
-  Tessuto delle imprese
-  Clima di fiducia
-  Congiuntura economica
-  Liquidità e credito
-  Aumento dei costi dell'energia
-  Marketing digitale: competenze e formazione
-  Metodo

## Premessa |

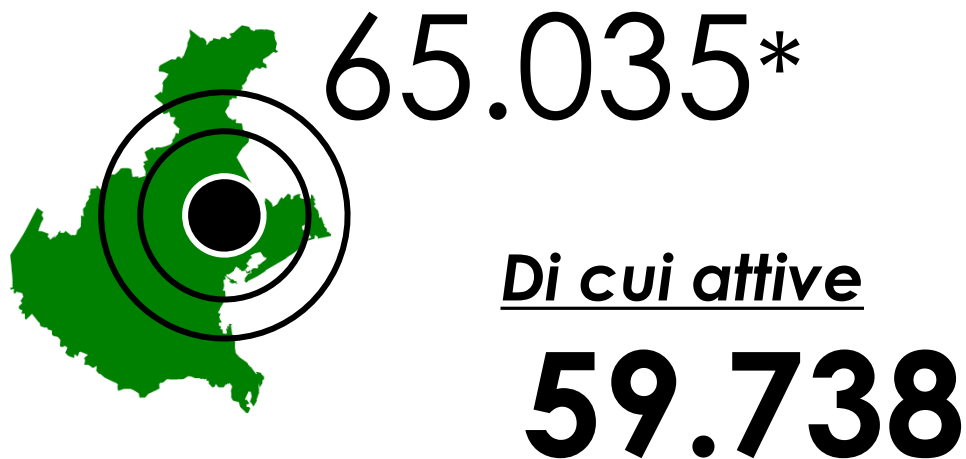
- ➔ Questo documento presenta i risultati dell'Osservatorio Congiunturale **di Confcommercio, Unione Provinciale di Treviso** sull'andamento delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi della Provincia di Treviso nel terzo trimestre del 2022 e sulle prospettive per i prossimi tre mesi.
- ➔ L'Osservatorio viene realizzato trimestralmente da Confcommercio, Unione Provinciale di Treviso, la Federazione Territoriale delle Associazioni del commercio, del turismo e dei servizi della Provincia di Treviso in collaborazione con Format Research e con il sostegno di Banca Prealpi SanBiagio. I risultati sono presentati sia a livello generale, sia segmentati analiticamente in funzione delle Ascom nelle quali si articola la Federazione: Treviso, Castelfranco Veneto, Oderzo, Vittorio Veneto.
- ➔ L'indagine trimestrale è basata su un campione statisticamente rappresentativo dell'Universo delle imprese del terziario della provincia di Treviso. 800 unità statistiche che sono state rilevate nel mese di settembre 2022.

---

**La prossima edizione dell'osservatorio congiunturale per il 2023 è prevista entro la metà del mese di febbraio 2023.**

**Universo delle imprese | Le imprese del terziario (commercio, turismo, servizi) nel territorio della provincia di Treviso sono oltre 37 mila, costituendo il 63% dell'intero tessuto imprenditoriale extra agricolo del territorio.**

Imprese registrate nella  
**Provincia di Treviso**



Analisi per settore di attività

	Manifattura	10.078
	Costruzioni	11.764
	<b>Commercio</b>	<b>16.510</b>
	Turismo	4.442
	Servizi	16.942

**TERZIARIO**  
**37.894**  
(63% delle imprese extra agricole)



\* Si tratta di tutte le imprese extra agricole «**REGISTRATE ATTIVE**» al 3 ottobre 2022, **al netto** delle Attività finanziarie e assicurative, delle altre attività di servizi, delle attività di servizi domestici, degli organismi extraterritoriali, delle imprese «non classificate».

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Infocamere (Movimprese).

# Iscrizioni e cessazioni | Nel II trimestre 2022, rispetto al I trimestre 2021 diminuiscono di poco sia le imprese nuove nate che le cessate.

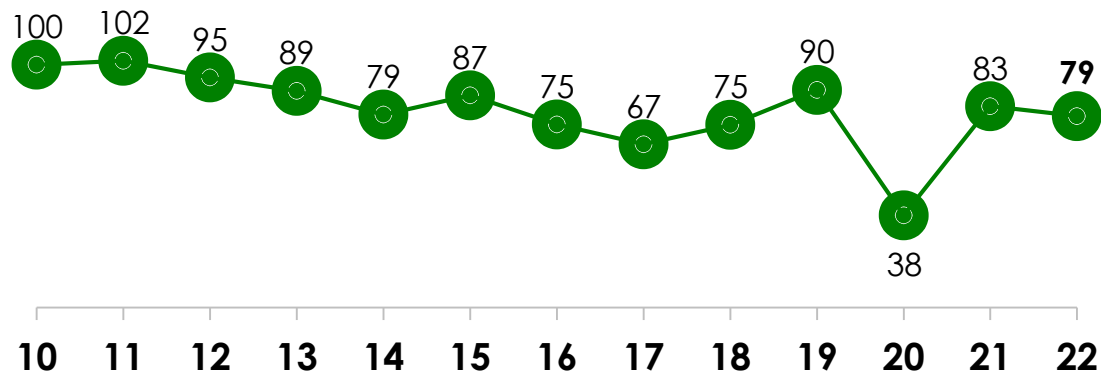
## ISCRIZIONI

### (SECONDI TRIMESTRI DI OGNI ANNO)

imprese del terziario di Treviso

(indicatori in base 100)

2021 n=408  
2022 n=388



Valori in base 2010=100. A valori > 100 corrisponde un incremento delle iscrizioni. A valori < 100 corrisponde un decremento delle iscrizioni.

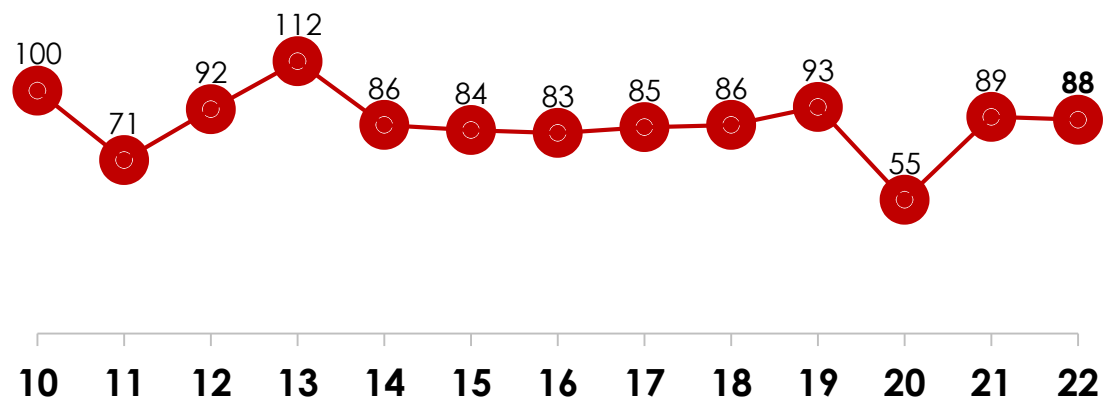
## CESSAZIONI

### (SECONDI TRIMESTRI DI OGNI ANNO)

imprese del terziario di Treviso

(indicatori in base 100)

2021 n=457  
2022 n=451

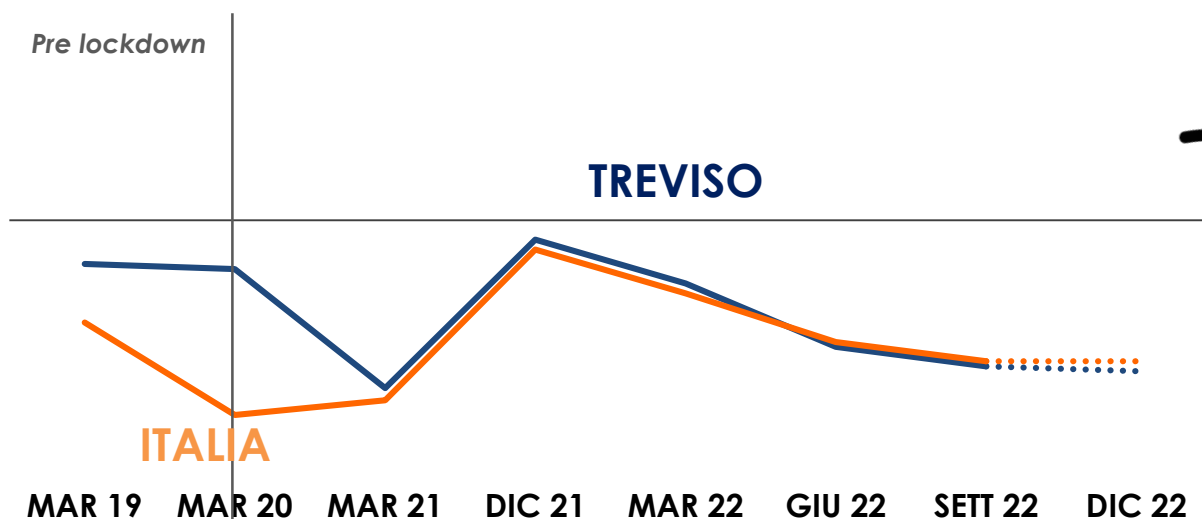


Valori in base 2010=100. A valori > 100 corrisponde un incremento delle iscrizioni. A valori < 100 corrisponde un decremento delle iscrizioni.

# Clima di fiducia | Peggiora leggermente il clima di fiducia delle imprese del terziario di Treviso nel terzo trimestre del 2022. L'indicatore congiunturale a settembre è pari a 20 era 24 a giugno, in discesa anche la previsione per dicembre (19 punti).

## CLIMA DI FIDUCIA ECONOMIA ITALIANA (TREVISO vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



A Suo giudizio la situazione economica complessiva dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del suo Settore, negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti, è migliorata, invariata, peggiorata?

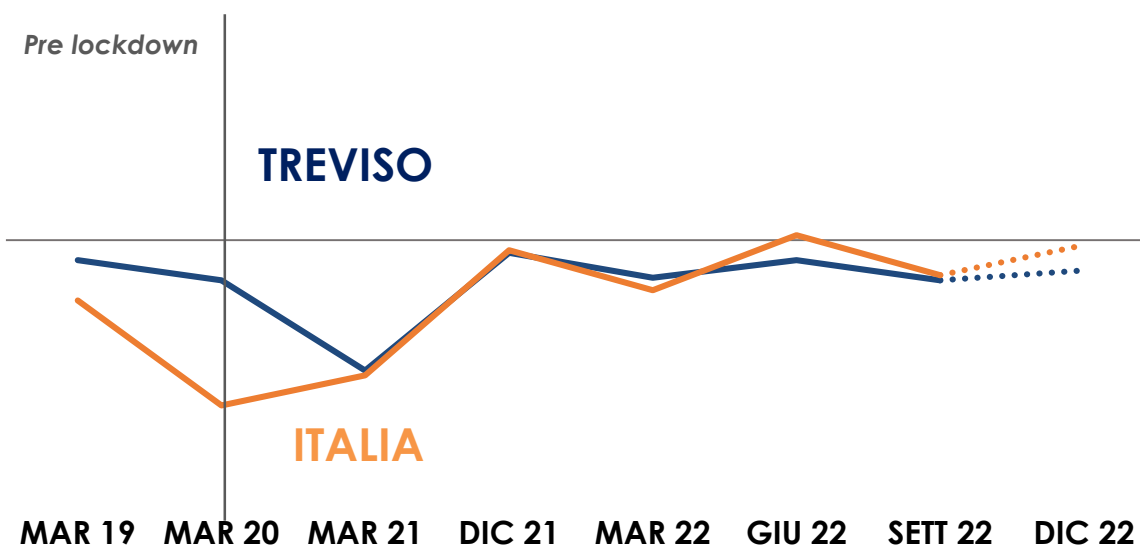
	TREVISO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
MAR '21	5%	20%	75%	15	17
DIC '21	36%	20%	44%	46	44
MAR '22	27%	20%	44%	37	33
GIU '22	7%	32%	60%	24	25
SETT '22	3%	34%	62%	20	21
PREV. DIC '22				19	21

Base campione: 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Indicatore = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

**Andamento impresa | In discesa anche la fiducia delle imprese del terziario di Treviso con riferimento all'andamento della propria attività economica (42 punti, -4 rispetto allo scorso giugno), in leggera risalita la previsione per dicembre (44) in vista delle prossime festività natalizie.**

### ANDAMENTO IMPRESA (TREVISO vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



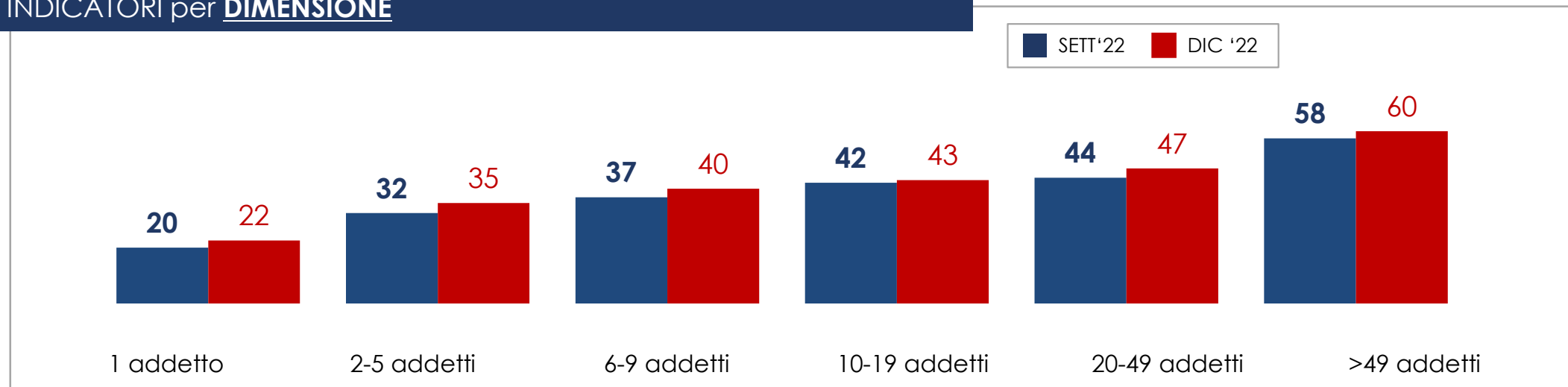
A Suo giudizio la situazione economica complessiva dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del suo Settore, negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti, è migliorata, invariata, peggiorata?

	TREVISO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
MAR '21	8%	32%	60%	24	29
DIC '21	27%	43%	30%	49	48
MAR '22	21%	43%	30%	43	45
GIU '22	18%	56%	26%	46	51
SETT '22	12%	59%	29%	42	43
PREV. DICEMBRE '22				44	49

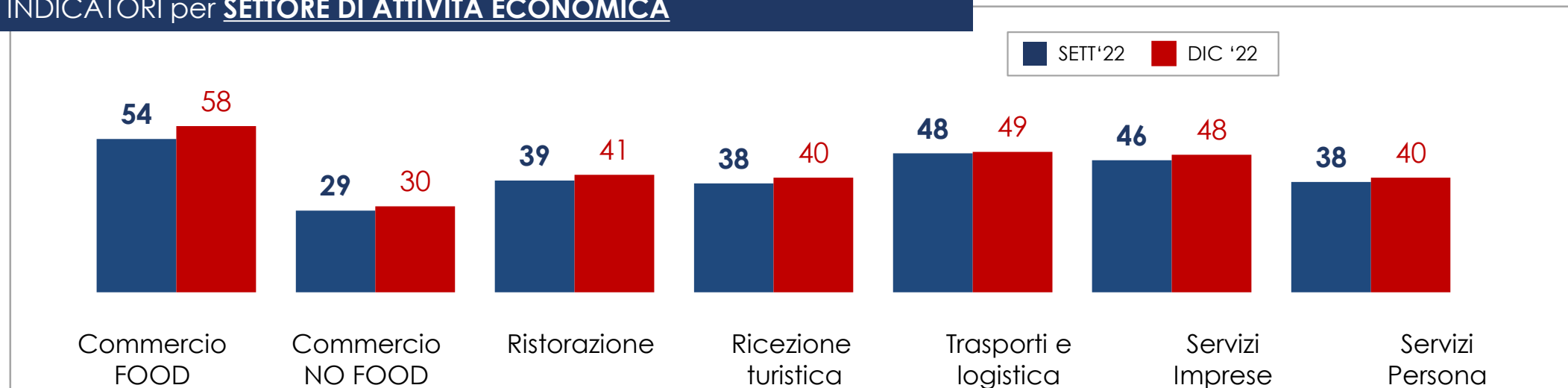
**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Indicatore = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

# Andamento impresa | Analisi per dimensione e settore alla fine di SETTEMBRE 2022 e in prospettiva al DICEMBRE 2022

## INDICATORI per DIMENSIONE



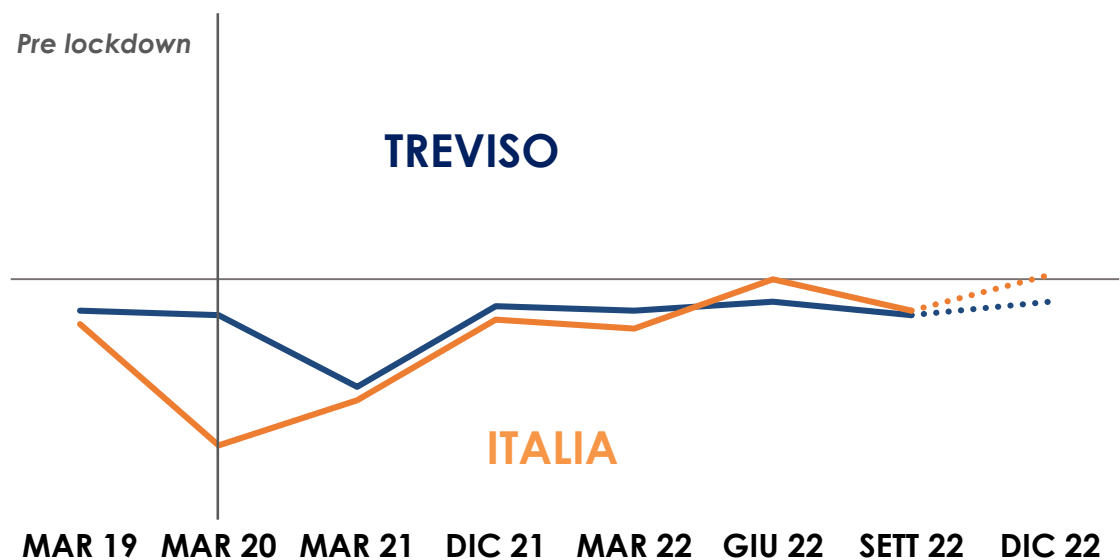
## INDICATORI per SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA





# Andamento dei ricavi | Nel terzo trimestre dell'anno scendono i ricavi delle imprese del terziario di Treviso (42 punti, - 3 rispetto a giugno). Anche per i ricavi le imprese sono cautamente ottimistiche e prevedono un ritorno ai livelli di giugno.

## RICAVI (TREVISO vs ITALIA) Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Tenuto conto dei fattori stagionali, negli ultimi tre mesi, i ricavi della Sua impresa, rispetto ai tre mesi precedenti, sono aumentati, rimasti invariati, diminuiti?

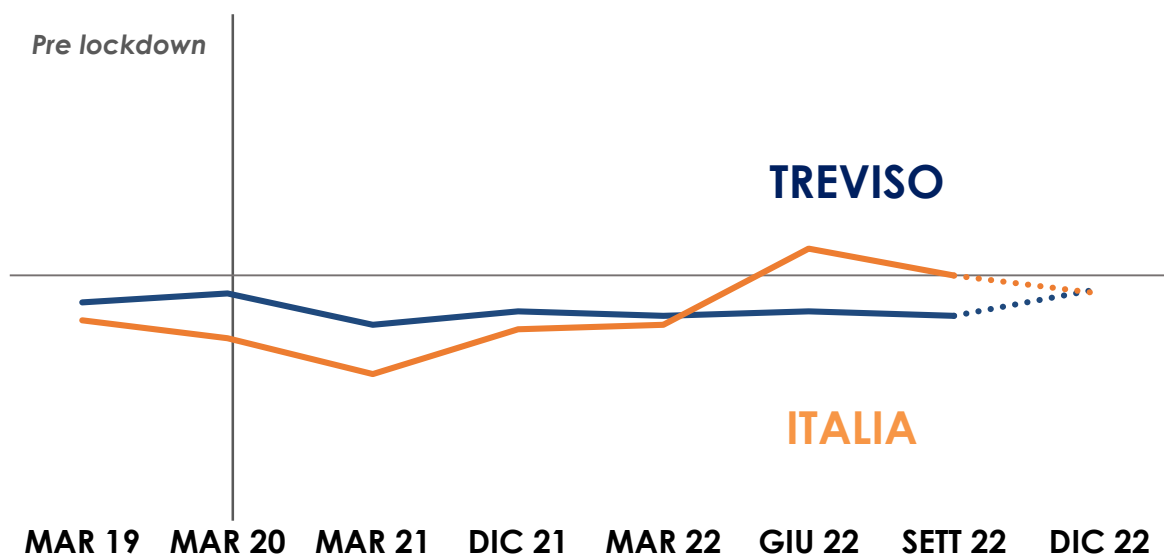
	TREVISO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
MAR '21	14%	25%	61%	27	23
DIC '21	26%	36%	38%	44	41
MAR '22	25%	36%	38%	43	41
GIU '22	26%	38%	36%	45	50
SETT '22	14%	56%	30%	42	43
PREV. DICEMBRE '22				45	51

Base campione: 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Indicatore = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

# Occupazione | Si mantiene stabile nel terzo trimestre l'andamento dell'occupazione delle imprese del terziario di Treviso. L'indicatore è pari a 41 punti. In crescita le previsioni per il prossimo trimestre (47 punti).

## OCCUPAZIONE (TREVISO vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



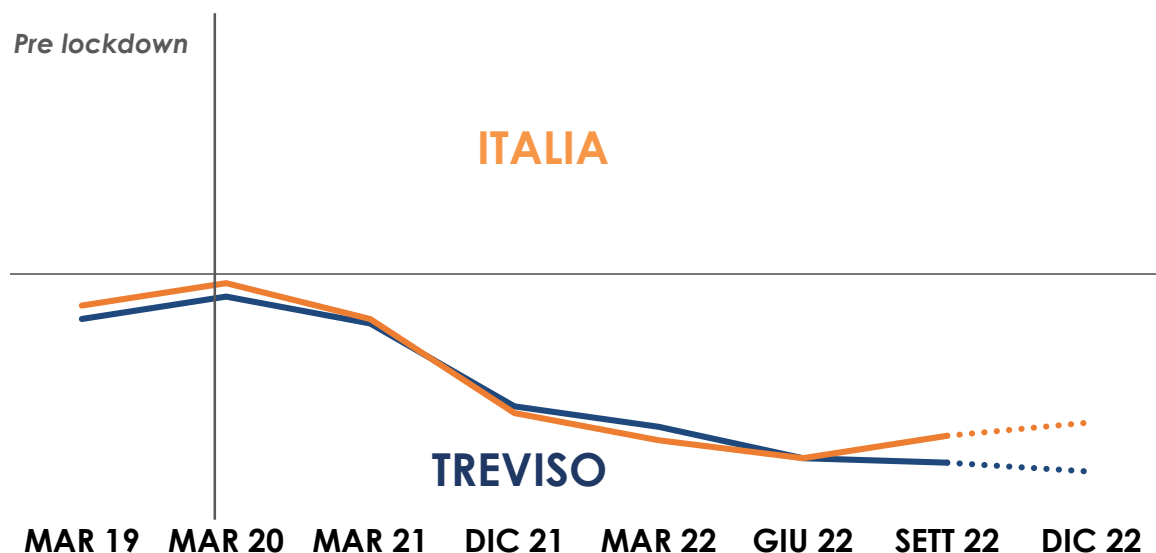
Negli ultimi tre mesi, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto ai tre mesi precedenti, è aumentato, rimasto invariato, diminuito?

	TREVISO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
MAR '21	4%	70%	26%	39	28
DIC '21	16%	52%	32%	42	38
MAR '22	15%	52%	32%	41	40
GIU '22	14%	56%	30%	42	56
SETT '22	12%	58%	30%	41	50
<b>PREV. DICEMBRE '22</b>				<b>47</b>	<b>46</b>

Base campione: 578 casi (> 1 addetto). I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Indicatore = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

**Prezzi praticati dai fornitori | Rimane molto negativo l'indicatore relativo ai prezzi praticati dai fornitori. Nel terzo trimestre è pari a 8 su una scala da 0 a 100. In ulteriore peggioramento la previsione per il prossimo dicembre con un indicatore che di fatto tende ad azzerarsi.**

**PREZZI FORNITORI (TREVISO vs ITALIA)**  
 Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



I prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori, negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, sono migliorati, rimasti invariati, peggiorati?

	TREVISO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
MAR '21	4%	70%	26%	39	51
DIC '21	1%	39%	60%	21	50
MAR '22	1%	30%	60%	16	14
GIU '22	1%	16%	82%	9	9
SETT '22	0%	16%	84%	8	14
<b>PREV. DICEMBRE '22</b>				<b>6</b>	<b>17</b>

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Indicatore = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

# Tempi di pagamento | Si riduce la fiducia per quanto concerne i «tempi di pagamento» da parte dei clienti delle imprese del terziario: i clienti pagano più tardi. Anche in questo caso le previsioni confermano il trend non positivo.

**TEMPI DI PAGAMENTO (TREVISO vs ITALIA)**  
Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Il ritardo nei tempi di pagamento da parte dei clienti della Sua impresa, negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti, è migliorato, rimasto invariato, peggiorato?

	TREVISO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
MAR '21	5%	65%	30%	38	38
DIC '21	4%	79%	17%	44	41
MAR '22	3%	79%	17%	43	44
GIU '22	0%	77%	23%	39	41
SETT '22	0%	74%	26%	37	42
<b>PREV. DICEMBRE '22</b>				<b>35</b>	<b>38</b>

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Indicatore = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

# Fabbisogno finanziario | In lieve peggioramento la capacità delle imprese del terziario di mercato di Treviso di fare fronte al proprio fabbisogno finanziario (congiuntura a 39 punti e previsione a 38 punti).

## FABBISOGNO FINANZIARIO (TREVISO vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



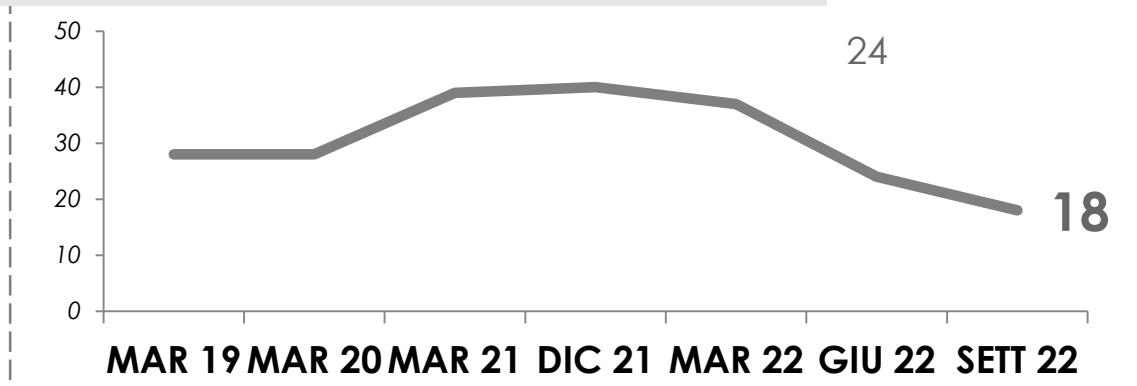
La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti, è migliorata, rimasta invariata, peggiorata?

	TREVISO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
MAR '21	3%	54%	43%	30	22
DIC '21	18%	49%	33%	43	40
MAR '22	17%	49%	33%	42	42
GIU '22	12%	55%	33%	40	44
SETT '22	4%	70%	26%	39	44
<b>PREV. DICEMBRE '22</b>				<b>38</b>	<b>41</b>

Base campione: 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Indicatore = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

# Domanda e offerta di credito | Crolla di sei punti in un trimestre la percentuale di imprese che hanno richiesto credito. Il 78% di queste ha visto accogliere interamente la propria domanda di credito, il 6% delle imprese ha visto rifiutare la propria domanda di credito.

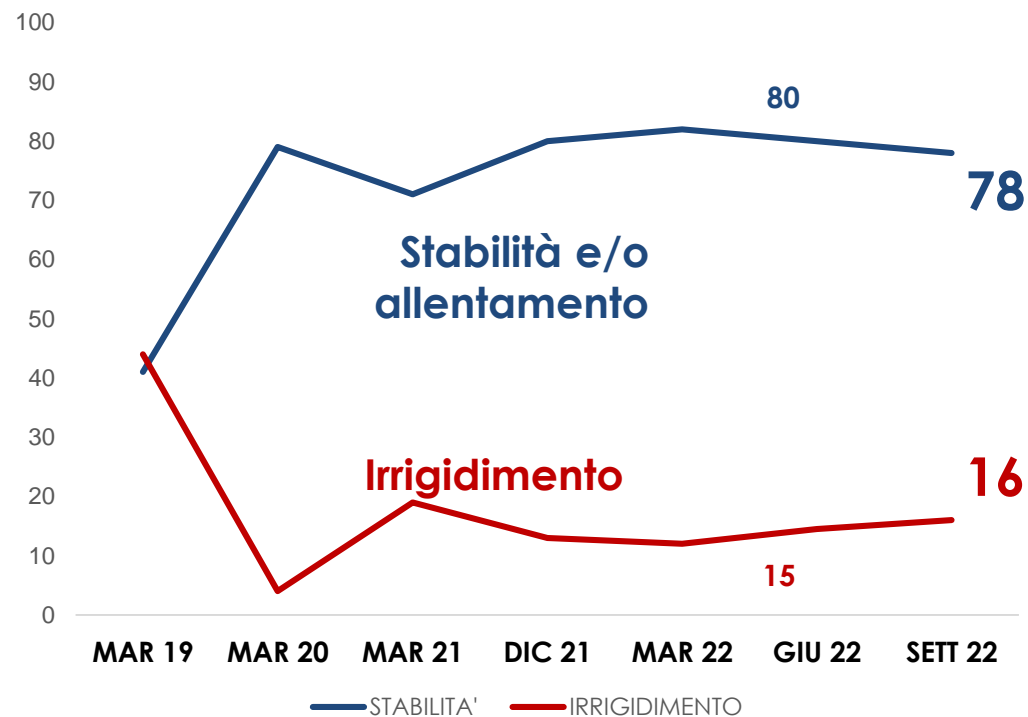
Percentuali di **imprese che hanno chiesto credito** al sistema bancario nel corso dei trimestri



**Esito della domanda di credito (2022 III TRIM)**

<b>Accolta (interamente)</b>	<b>Accolta (inferiore)</b>	<b>Non accolta</b>	<b>Ancora in attesa</b>
<b>78%</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>

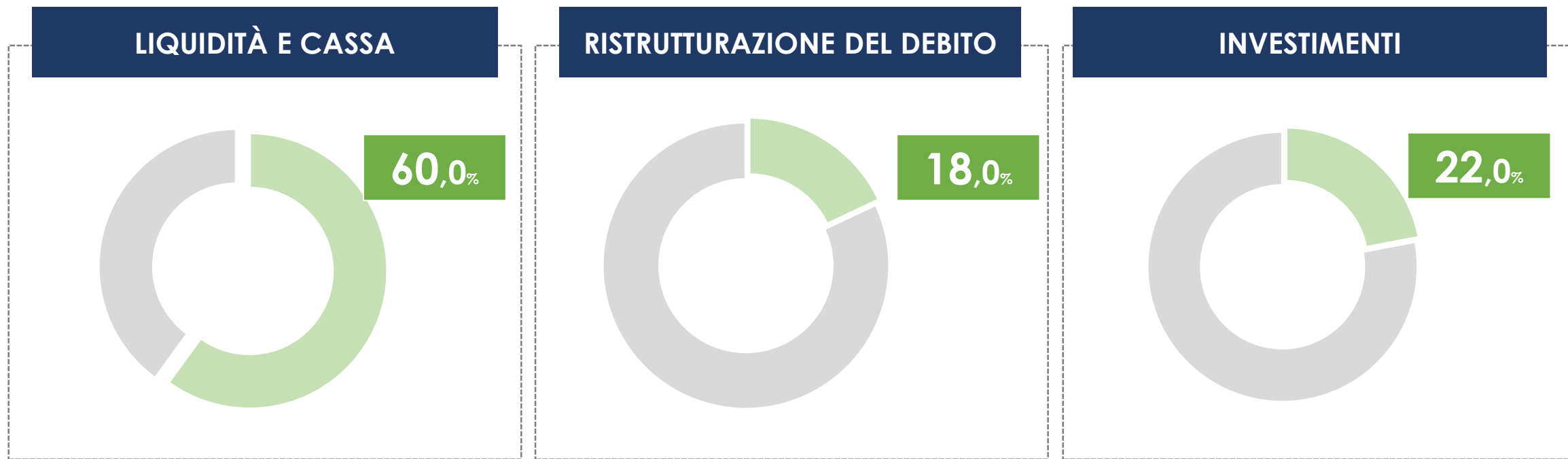
**Esito della domanda di credito (serie storica)**



**Base campione:** 800 casi. Percentuali ricalcolate facendo =100,0 le imprese che nei trimestri considerati hanno chiesto un fido o un finanziamento, o hanno chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente. (**Irrigidimento** = richiesta accolta con ammontare inferiore + richiesta non accolta). **Testo originale della domanda:** 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 tre mesi? 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 trimestre; Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre; No non ha fatto richiesta. **I dati sono riportati all'universo.**

**Domanda e offerta di credito | Il 60% delle imprese ha fatto richiesta di credito per esigenze di liquidità e cassa, il 22% per effettuare investimenti e il 18% per ristrutturare un debito. La percentuale alta di imprese che ha chiesto credito per fare investimenti è un segnale estremamente positivo.**

Quali sono le ragioni per le quali la sua impresa ha fatto richiesta di credito? *(Solo le imprese che hanno fidi/finanziamenti da oltre sei mesi)*

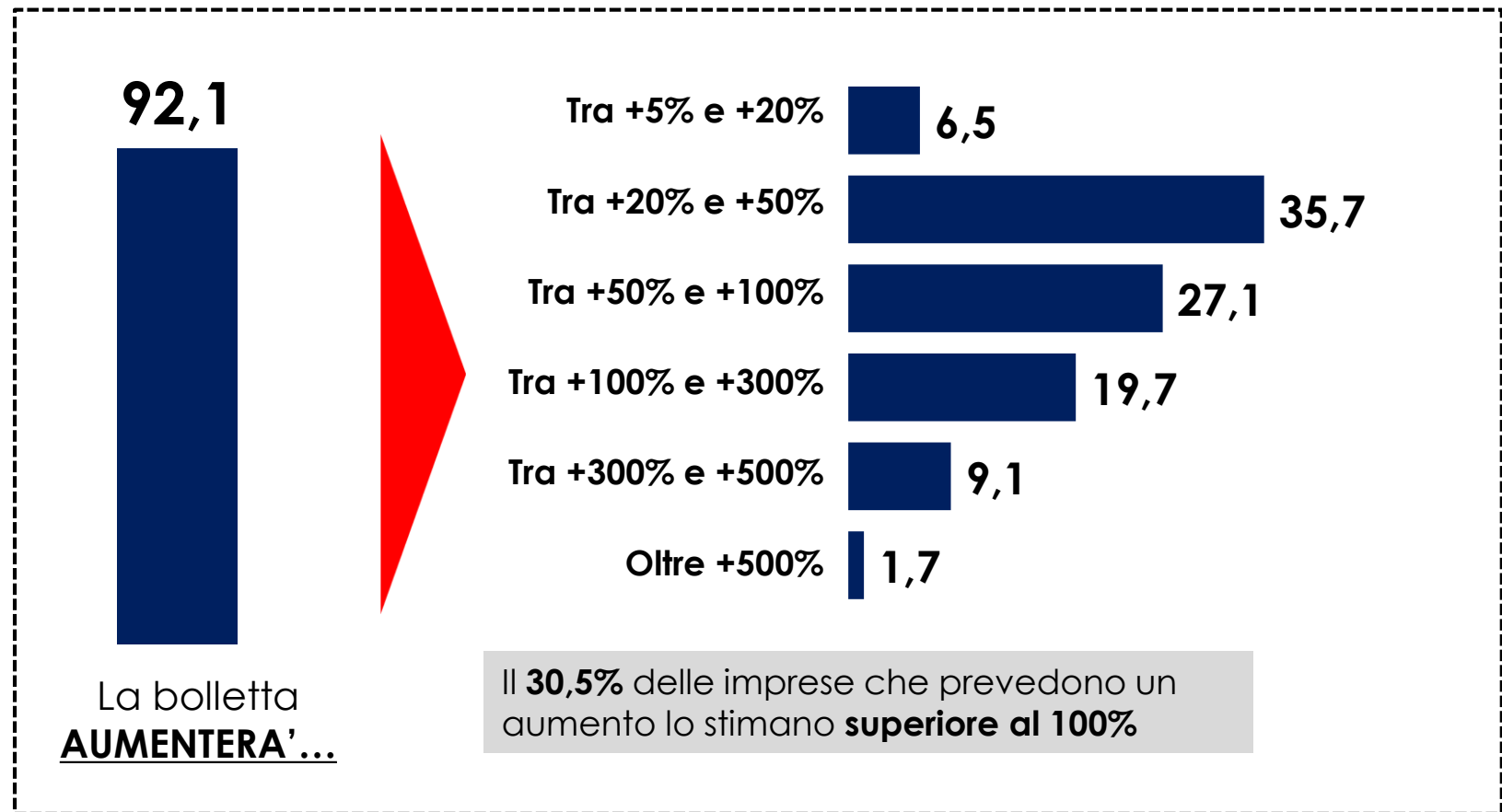


Base campione: 416 casi. Solo le imprese che hanno chiesto un fido o un finanziamento da oltre sei mesi. I dati sono riportati all'universo.

# Aumento costi materie prime energetiche | La quasi totalità (oltre il 92%) delle imprese di Treviso ritiene che, nel complesso, la bolletta energetica del 2022 sarà superiore a quella del 2021, oltre tre su dieci prevedono addirittura rincari superiori al 100%.

Negli ultimi mesi i costi delle materie prime energetiche sono cresciuti considerevolmente, in quale misura prevede che la bolletta energetica per la sua impresa nel 2022 supererà quella del 2021?

Valori percentuali

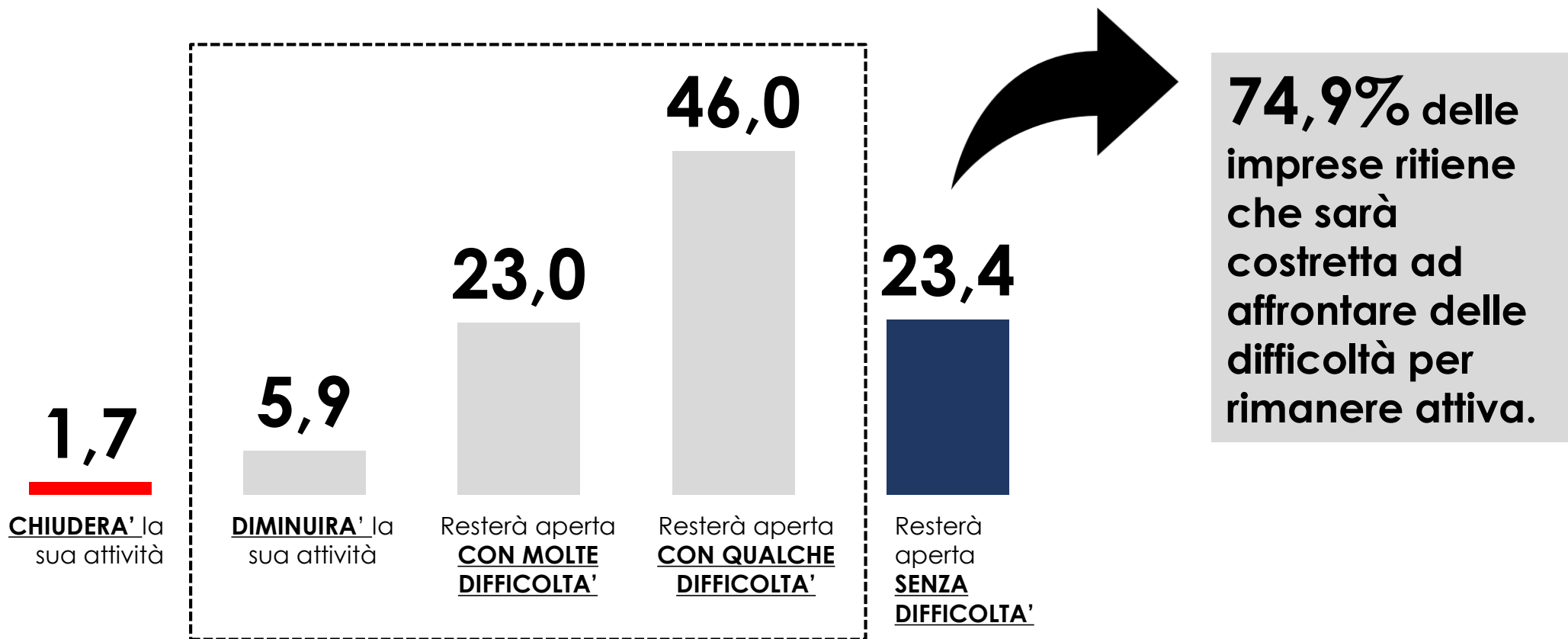


Base campione: 800 casi. I dati sono riportati all'universo.



## Prospettive delle imprese | Tre imprese su quattro prevedono che nei prossimi mesi, per rimanere aperte, dovranno affrontare delle difficoltà.

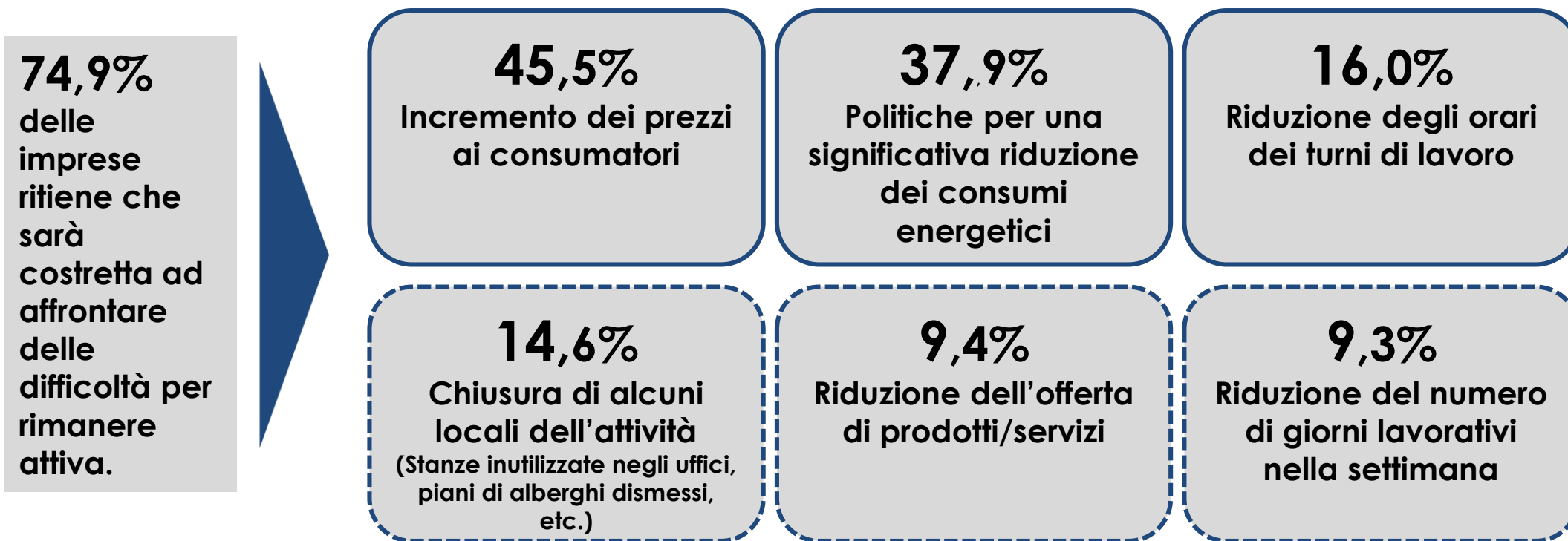
Lei ritiene che nel corso dei prossimi sei mesi, considerato lo spropositato incremento dei costi delle materie prime energetiche, la Sua impresa...



## Soluzioni delle imprese | Le principali soluzioni programmate dalle imprese del terziario per affrontare la crisi sono: l'incremento dei prezzi ai consumatori (45,5%), politiche atte a ridurre i consumi (37,9%) e una riduzione degli orari dei turni (16%).

Quali sono le strategie che la sua impresa ha adottato o ha in programma di adottare per contrastare l'aumento dei costi delle materie prime energetiche?

*(Rispondono coloro che affronteranno delle difficoltà nei prossimi mesi)*

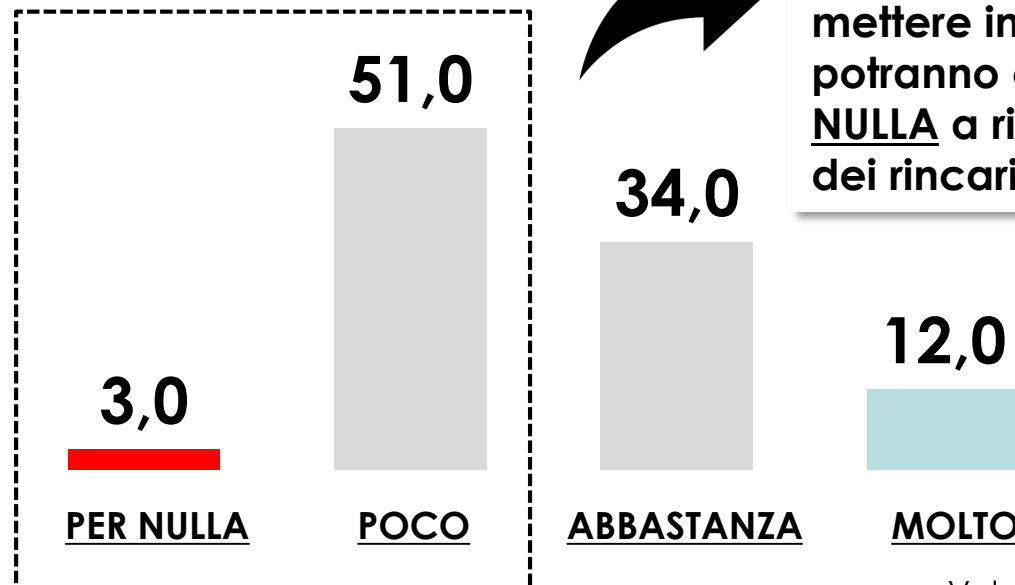


Base campione: 599 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

## Impatto delle soluzioni | Per oltre la metà delle imprese (53,0%) le misure che potranno mettere in atto per ridurre i consumi potranno contribuire poco o per nulla a ridurre l'impatto economico dei rincari. Le imprese di fatto si sentono disarmate di fronte alla crisi ed hanno bisogno di supporto.

Tra le soluzioni possibili alle le imprese per ridurre l'impatto dell'aumento dei costi energetici abbiamo ... (Spegnere le insegne luminose e le apparecchiature non necessarie, Regolare la temperatura ambientale dell'attività nell'ottica di contenere i consumi, Utilizzare in modo efficiente gli elettrodomestici in dotazione all'attività commerciale, etc), a Suo avviso, l'utilizzo di tali misure quanto può contribuire a ridurre l'impatto economico sulla sua impresa?  
(Rispondono coloro che affronteranno delle difficoltà nei prossimi mesi)

**74,9%** delle imprese ritiene che sarà costretta ad affrontare delle difficoltà per rimanere attiva.



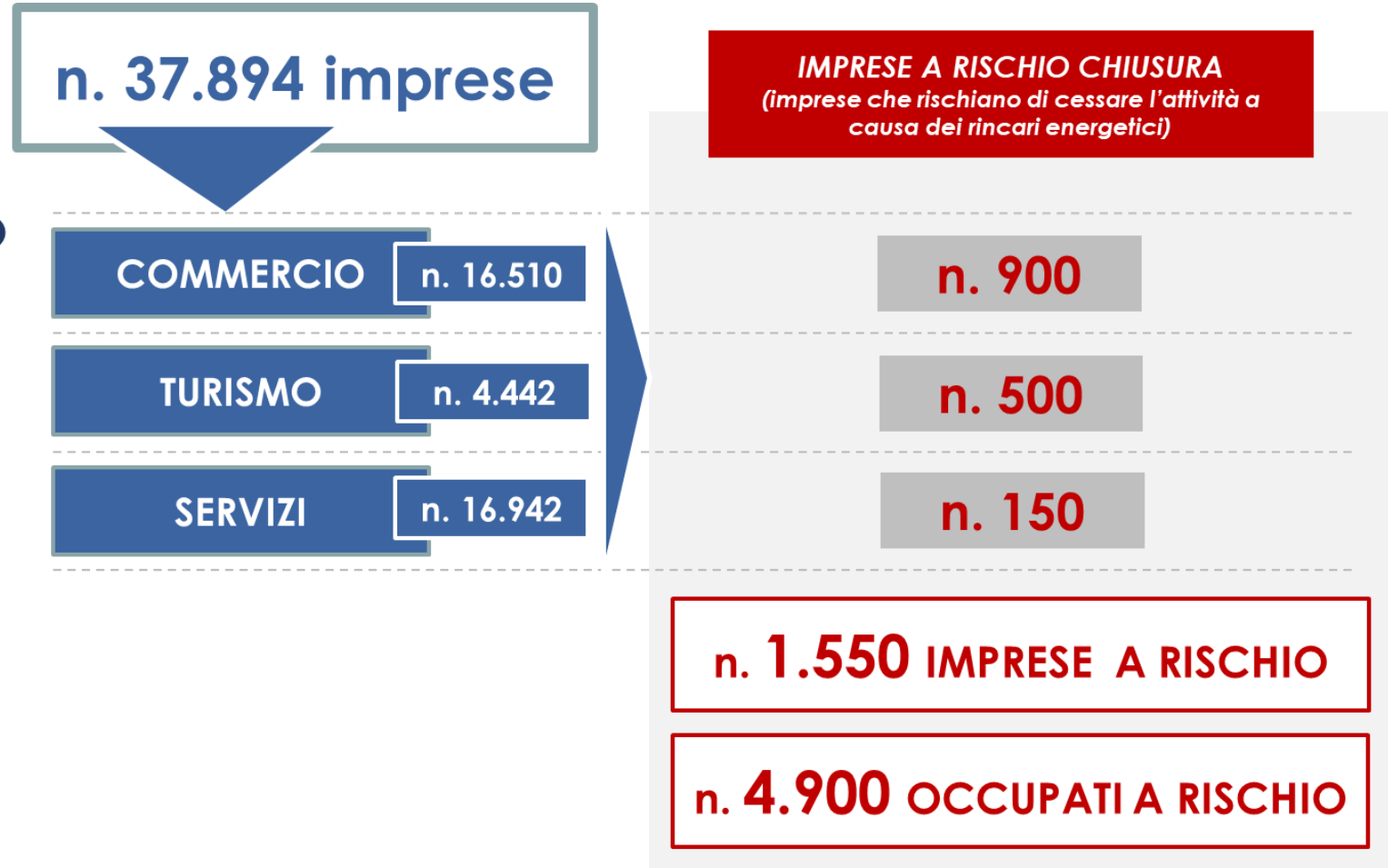
Il **54,0%** ritiene che le misure da mettere in atto per ridurre i consumi potranno contribuire POCO O PER NULLA a ridurre l'impatto economico dei rincari.

Valori percentuali

Base campione: 599 casi. I dati sono riportati all'universo.

**Imprese a rischio chiusura | ...se la situazione di crisi persiste sono a rischio oltre 1.500 imprese del terziario e quasi 5mila posti di lavoro. Già attualmente 700 imprese dichiarano che potrebbero essere costrette a chiudere a causa dell'aumento dei costi dell'energia.**

## Imprese del terziario della provincia di Treviso



Fonte: elaborazioni Format Research su dati Confcommercio Imprese per l'Italia, Movimprese (Datawarehouse Infocamere), I.Stat (Datawarehouse Istat)

## Sito web | Tre imprese del terziario su quattro utilizzano il proprio sito web per farsi pubblicità, un altro 10% lo utilizza per vendere.

Quali canali digitali utilizza la Sua impresa per pubblicizzare e/o vendere i propri prodotti/servizi sul web?

SITO WEB



Base campione: 800 casi. I dati sono riportati all'universo.

# Social network aziendali | Il 54% delle imprese di Treviso utilizza i social network per farsi pubblicità e l'1,8% per vendere. Il 44,2% delle imprese non utilizza tale canale.

Quali canali digitali utilizza la Sua impresa per pubblicizzare e/o vendere i propri prodotti/servizi sul web?

SOCIAL NETWORK AZIENDALE



Base campione: 800 casi. I dati sono riportati all'universo.

## Marketplace e siti aggregatori | Tra le imprese del terziario di Treviso che adottano i canali digitali, il 42% utilizza i market place e i siti aggregatori per farsi pubblicità e il 24% per vendere.

(Solo alle imprese che utilizzano il sito web e i social network per fare e-commerce) Utilizza anche i marketplace, per... ?

MARKETPLACE E SITI AGGREGATORI



Base campione: Solo alle imprese che utilizzano il sito web e i social network per fare e-commerce. I dati sono riportati all'universo.

## Ragioni del mancato utilizzo del digitale | Le ragioni per il mancato utilizzo dei canali digitali risiedono principalmente nella scarsa fiducia rispetto all'efficacia di tali strumenti, secondariamente nella mancanza di risorse qualificate da dedicare allo sviluppo di tali canali.

Per quali dei seguenti motivi la sua impresa non utilizza canali di vendita online? *(Solo le imprese che non utilizzano nessun canale digitale per vendere)*



Base campione: 360 casi. Solo le imprese che non utilizzano nessun canale digitale per vendere I dati sono riportati all'universo.



# Risorse che si occupano dell'e-commerce | Il 27,6% delle imprese del terziario di Treviso hanno in azienda figure preposte alle attività di marketing digitale e e-commerce, nel 73,1% dei casi si tratta di risorse che svolgono anche altre attività.

Esistono figure professionali preposte alla gestione dell'attività di marketing digitale e di e-commerce in azienda?

**27,6%**

*Aziende che hanno figure preposte alle attività di marketing digitale e e-commerce*

Le figure preposte alla gestione dell'attività di e-commerce...



Valori percentuali

Base campione: Solo le imprese che utilizzano almeno un canale digitale, I dati sono riportati all'universo.

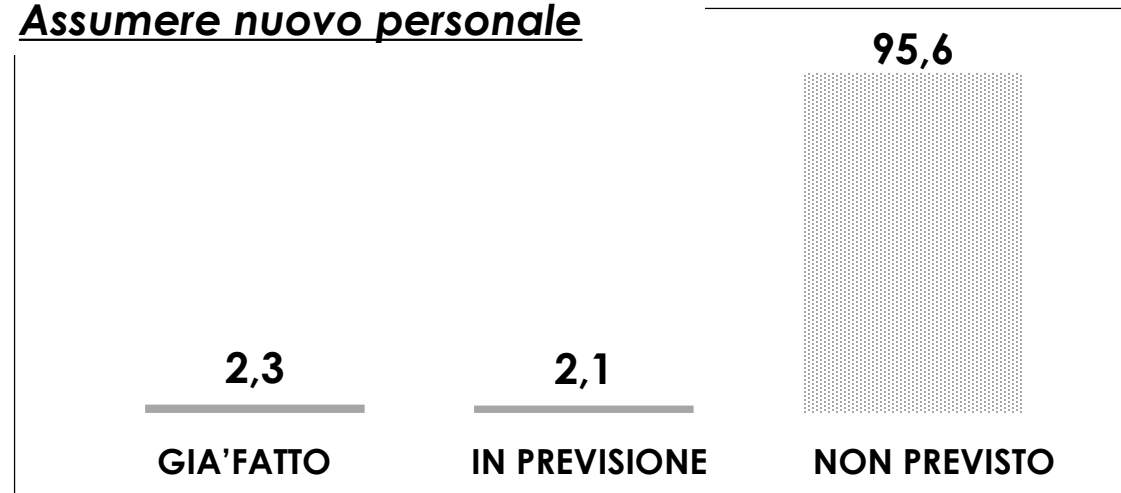
# Azioni per la gestione dei canali digitali | Il 9,4% delle imprese del terziario di Treviso ha intenzione di formare le proprie risorse all'utilizzo dei canali digitali, un altro 9,4% ha già provveduto a farlo, mentre l'8,2% ha affidato tale attività ad un fornitore esterno.

Quali delle seguenti azioni la Sua impresa ha messo in atto o ha intenzione di mettere in atto per gestire i mezzi di comunicazione digitali e/o per vendere on-line?

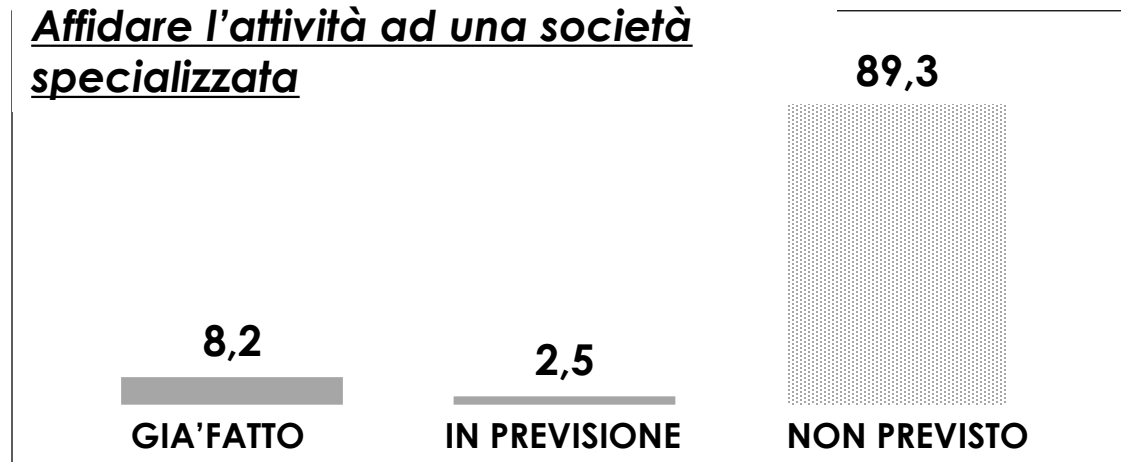
## Formare il personale già presente



## Assumere nuovo personale



## Affidare l'attività ad una società specializzata



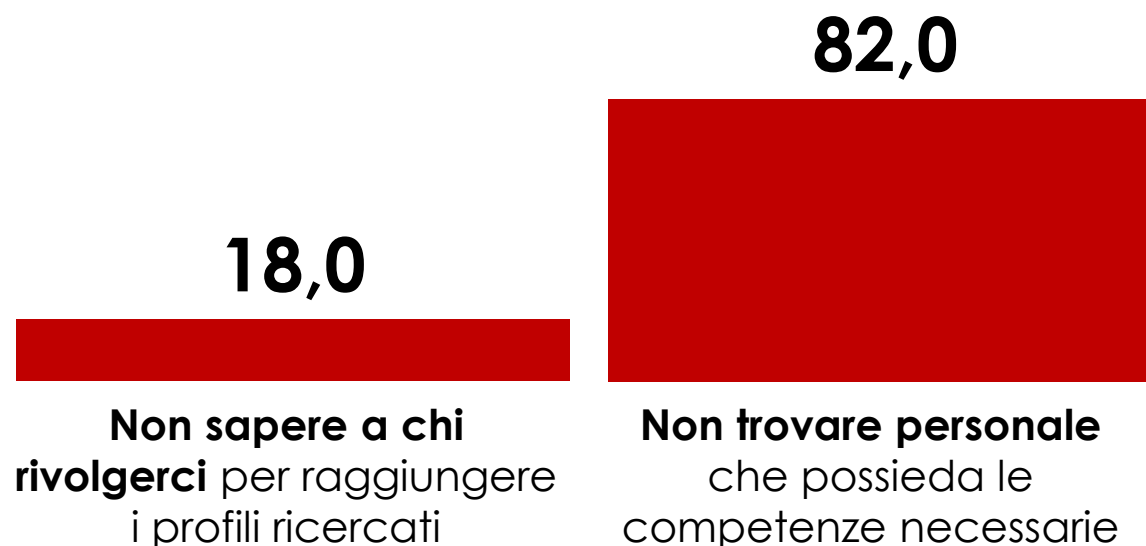
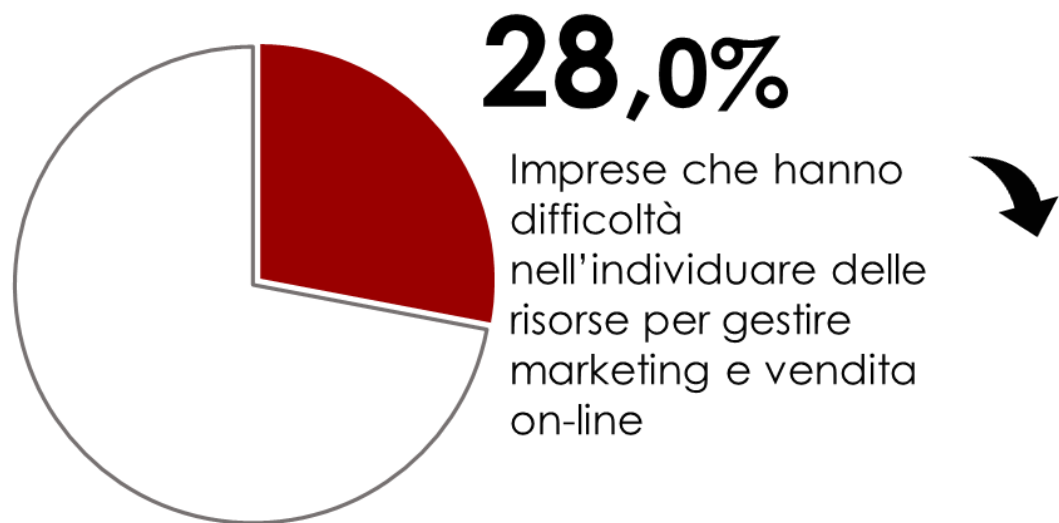
Valori percentuali

Base campione: Solo le imprese che utilizzano almeno un canale digitale, I dati sono riportati all'universo.

# Le difficoltà nel reperimento di personale | Il 28% delle imprese del terziario di Treviso dichiara di incontrare difficoltà nell'individuare delle risorse per gestire il canale digitale. La principale problematica è quella di individuare figure con le competenze necessarie (82%).

La Sua impresa ha incontrato o sta incontrando difficoltà nell'individuare delle risorse da assumere per gestire la comunicazione digitale e/o per la vendita on-line?

Quale tra le seguenti difficoltà ha pesato o sta pesando maggiormente nella ricerca di personale per gestire il digitale? (Solo chi ha difficoltà nell'individuare delle risorse per gestire marketing e vendita on-line)



Base campione: Solo le imprese che utilizzano almeno un canale digitale, I dati sono riportati all'universo.

## Competenze ricercate | Le imprese del terziario di Treviso sono in prevalenza alla ricerca di risorse con competenze di social media marketing (25,4%) e di informatica di base (21,5%).

Quali sono le competenze che ricerca in una risorsa per la gestione del marketing digitale e la vendita on-line?



**Base campione:** Solo le imprese che utilizzano almeno un canale digitale. La somma dei valori è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

## Competenze ricercate con fatica | L'informatica di base è anche la competenza che le imprese del terziario di Treviso faticano di più a trovare (32,5%), seguono a breve distanza le competenze di gestione del magazzino, spedizioni e logistica (32,2%).

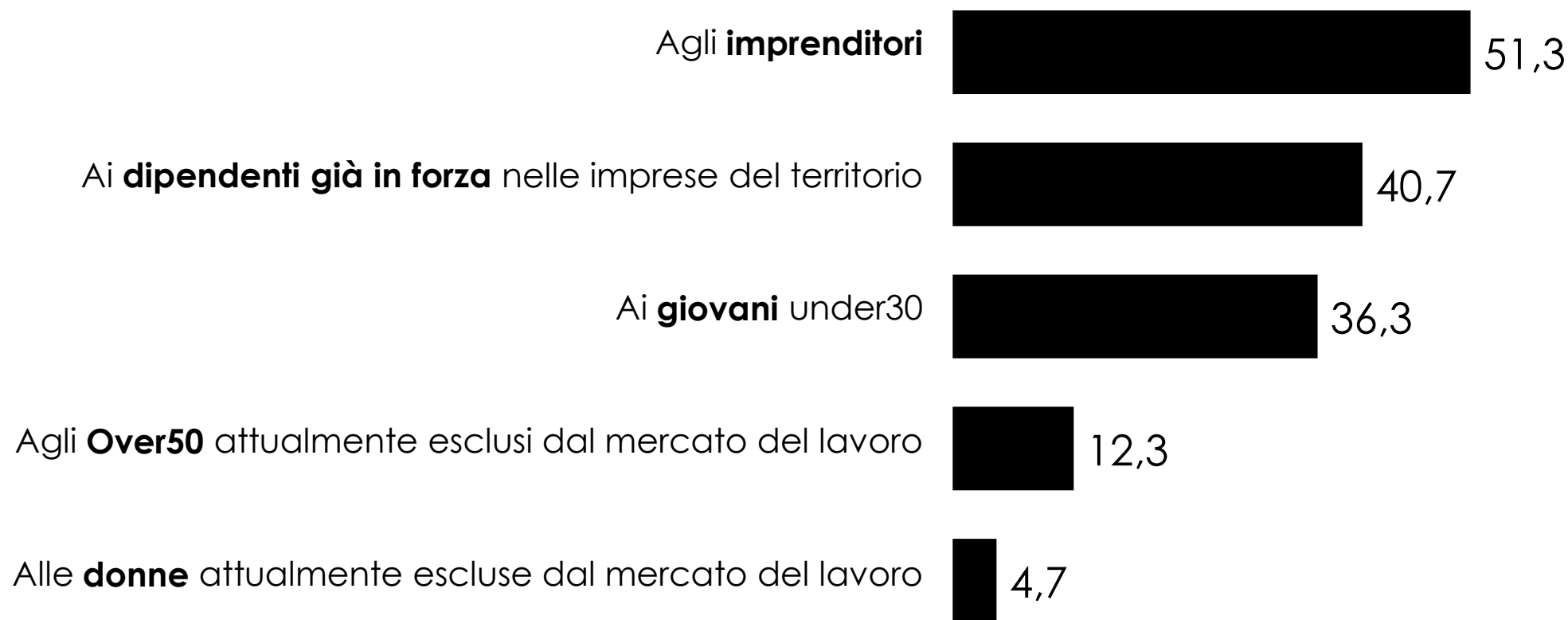
Quali sono le competenze che faticate a trovare?



**Base campione:** Solo le imprese che utilizzano almeno un canale digitale. La somma dei valori è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

## Formazione | Corsi di formazione sul marketing digitale organizzati dalle associazioni di categoria andrebbero destinati agli imprenditori, lo pensano il 51% delle imprese del terziario di Treviso.

Se le associazioni di categoria del territorio di Treviso, proponessero dei corsi di formazione sul marketing digitale e l'e-commerce, a chi dovrebbero essere destinati soprattutto tali corsi?



Base campione: Solo le imprese che utilizzano almeno un canale digitale, La somma dei valori è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

# Metodo e back up | Scheda tecnica della ricerca

## COMMITTENTE

Confcommercio Imprese per l'Italia -Unione Provinciale di Treviso.

## AUTORE

Format Research Srl ([www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com))

## OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sull'andamento economico delle imprese del terziario della provincia di Treviso.

## DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario della provincia di Treviso. Domini di studio del campione: Dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, oltre 49 addetti), Settore di attività (commercio, turismo, servizi), Mandamento (Treviso, Castelfranco Veneto, Oderzo, Vittorio Veneto).

## NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 800 casi (800 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 655 (36,4%); «rifiuti»: 345 (19,2%); «Sostituzioni»: 1.000 (55,6%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 3,5\%$ ). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

## METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*).

## TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

## PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Settembre 2022.

## CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione Imprese italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

## DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani  
Dott.ssa Gaia Petrucci  
Dott.ssa Barbara Esposito

## Metodo e back up | Universo rappresentato e struttura del campione

**Universo** delle imprese  
del terziario della  
provincia di Treviso



**Campione** delle imprese  
del terziario della  
provincia di Treviso



Fonte: I.Stat 2022



Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2022 © Copyright Format Research Srl



Format Research s.r.l.  
Via Ugo Balzani 77, 00162 Roma, Italia  
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004  
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
Membro: Assim, Confcommercio, Esomar, SIS

Format Business Intelligence s.r.l.  
Via Sebastiano Caboto 22/a, 33170 Pordenone, Italia  
[format@pec.formatbusinessintelligence.com](mailto:format@pec.formatbusinessintelligence.com)  
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939  
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.