



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

TREVISO



Confartigianato
IMPRESE CONEGLIANO



Conegliano – sala conferenze Confartigianato |

Le attese verso la politica. L'opinione dei cittadini e degli imprenditori

Presentazione

Conegliano, 14 settembre 2021 (2021-178TX/P01)

Premessa |

- Questo documento presenta i risultati di un'indagine sui cittadini e le imprese di Conegliano realizzata da Format Research per conto di Ascom Confcommercio e Confartigianato Conegliano.
- Confcommercio e Confartigianato intendono sottoporre all'attenzione dei candidati di tutte le forze politiche alla carica di Primo Cittadino la voce del mondo delle imprese e dei cittadini della città.
- L'indagine è stata condotta nel mese di luglio 2021 su
 1. un campione di 384 imprese di Conegliano dei settori di attività economica del terziario e dell'artigianato, ovvero del commercio (dettaglio e ingrosso), del turismo (pubblici esercizi e alberghi), dei servizi (alla persona e alle imprese) e delle imprese manifatturiere e delle costruzioni.
 2. un campione di 467 cittadini di età superiore ai 18 anni residente sul territorio di Conegliano.

Metodo | Universo e campione di indagine (valori assoluti)

Universo delle imprese (V.A.)

	Imprese artigiane	Imprese non artigiane	Totale
Costruzioni	169		169
Manifattura	94		94
Turismo	28	230	258
Commercio	31	892	923
Servizi	151	1225	1376
Totale	473	2347	2820

Campione imprese realizzato (V.A.)

	Imprese artigiane	Imprese non artigiane	Totale
Costruzioni	20		20
Manifattura	64		64
Turismo	21	29	50
Commercio	21	139	160
Servizi	54	36	90
Totale	180	204	384

Universo popolazione(V.A.)

	Maschi	Femmine	Totale
18-24	1249	1128	2377
25-34	1797	1694	3491
35-44	1974	2055	4029
45-54	2733	2834	5567
55-64	2425	2650	5075
oltre 64	3835	5458	9293
Totale	14013	15819	29832

Campione popolazione realizzato (V.A.)

	Maschi	Femmine	Totale
18-24	15	13	28
25-34	25	27	52
35-44	30	32	62
45-54	46	49	95
55-64	42	41	83
oltre 64	61	86	147
Totale	219	248	467

Si evidenzia che i risultati del campione sono stati riportati all'universo, in modo da rispecchiare la corretta distribuzione delle imprese nell'universo.

Fonte: Istat 2020

I temi trattati |

Di seguito la lista degli argomenti trattati:

- Rigenerazione urbana e nuove progettualità
- Iniziative per il centro storico
- Viabilità, mobilità, infrastrutture
- Politiche attive (per imprese e occupazione – per i cittadini)
- Cultura e turismo
- Consumo e fruizione per i cittadini
- L'immagine di Conegliano

Le imprese considerano progetti prioritari per la rigenerazione urbana della città di Conegliano **l'allargamento della zona pedonale** ed il monitoraggio della **trasformazione di Piazza Carducci** (54,9%). I **cittadini**, dal canto loro, considerano prioritari i **progetti di rigenerazione dell'area ex Zanussi** (46,5%).

Rigenerazione urbana e nuove progettualità – IMPRESE | Le imprese considerano prioritari l'allargamento della zona pedonale e monitoraggio della trasformazione di Piazza Carducci (54,9%) e la riconversione di aree come l'ex-cotonificio (43%).

Quali tra questi progetti ritiene prioritari per la prossima Amministrazione Comunale al fine di aumentare l'attrattività della città?



Rigenerazione urbana e nuove progettualità – CITTADINI | I cittadini, dal canto loro, considerano prioritari i progetti di rigenerazione area ex Zanussi (46,5%) e la piantumazione aree verdi (45,5%).

Quali tra questi progetti ritiene prioritari per la prossima Amministrazione Comunale al fine di aumentare l'attrattività della città?



Per rivitalizzare il centro storico di Conegliano le **imprese** chiedono maggiore **collaborazione tra Comune/Enti, Associazioni e imprese di Conegliano** (87%) sia con un tavolo di coordinamento a gestione mista sia con iniziative di co-marketing (86%). I **cittadini** puntano sulla **creazione di un calendario di eventi** condiviso (88%) ma chiedono anche un **aumento della vigilanza** (86%).

Iniziative per il centro storico – IMPRESE | Tra le proposte per il centro storico più quotate ci sono le iniziative di co-marketing tra Comune/Enti, Associazioni e imprese (87%) e l'avvio di un tavolo di coordinamento a gestione mista (86%).

Pensando al futuro del centro storico della città di Conegliano, indichi quanto sarebbe d'accordo con ciascuna delle seguenti proposte.

Somma di 'molto' + 'abbastanza'

Iniziative di **co-marketing territoriale** tra Comune/Enti, Associazioni e imprese di Conegliano

87,2

Avvio di un **tavolo di coordinamento a gestione mista** tra Comune/Enti, Associazioni e imprese di Conegliano

85,6

Inserimento della **gratuità dei parcheggi** a Conegliano in alcuni giorni e fasce orarie concertate con le categorie

82,2

Intensificazione di **controllo e vigilanza notturna e diurna** a Conegliano per prevenire episodi di degrado e violenza

80,9

Costruzione e relativa promozione di un **calendario condiviso** con le associazioni degli imprenditori di **eventi** a Conegliano

78,8

Riorganizzazione del **mercato settimanale** di Conegliano

76,0

Iniziative per il centro storico – CITTADINI | La proposta per il centro storico accolta con maggior favore dai cittadini è la creazione di un calendario di eventi condiviso con le associazioni (88%), seguita da una richiesta di maggiore sicurezza.

Pensando al futuro del centro storico della città di Conegliano, indichi quanto sarebbe d'accordo con ciascuna delle seguenti proposte.

Somma di 'molto' + 'abbastanza'

Costruzione e relativa promozione di un **calendario condiviso con le associazioni dei cittadini di eventi** a Conegliano (sportivi, enogastronomici, culturali, artistici, festival, artigianato artistico, valorizzazione delle tipicità)

88,2

Intensificazione di controllo e vigilanza notturna e diurna per prevenire episodi di degrado e violenza a Conegliano

86,2

Inserimento della **gratuità dei parcheggi** di Conegliano in alcuni giorni e fasce orarie concertate con le categorie (negozianti, imprese, cittadini)

85,7

Individuazione di un'**area pubblica per ritiro acquisti** effettuati on line a Conegliano

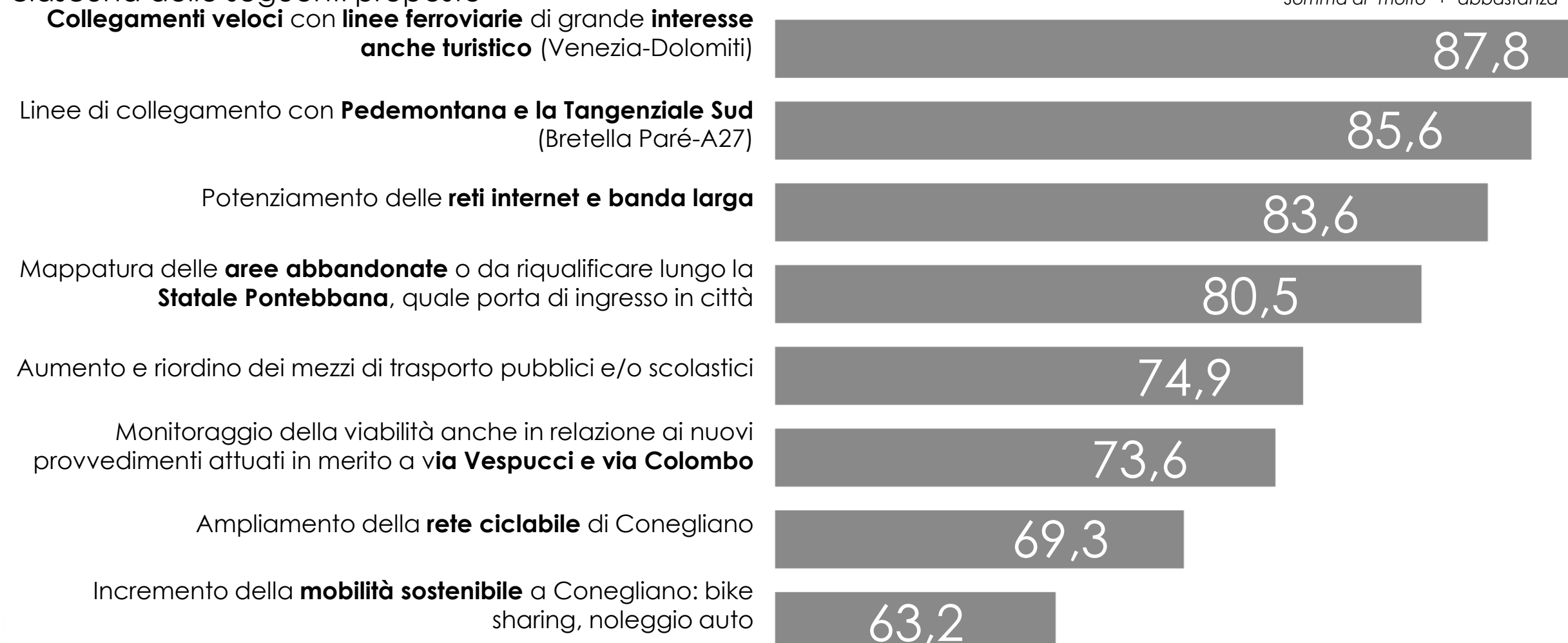
42,3

Base campione: 467 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché corrisponde alla % di coloro che hanno risposto 'molto' + 'abbastanza'. I dati sono riportati all'universo.

Tanto per le imprese quanto per i cittadini, **i collegamenti veloci con le linee ferroviarie di grande interesse turistico e la Pedemontana** costituiscono **infrastrutture prioritarie** per la città di Conegliano.

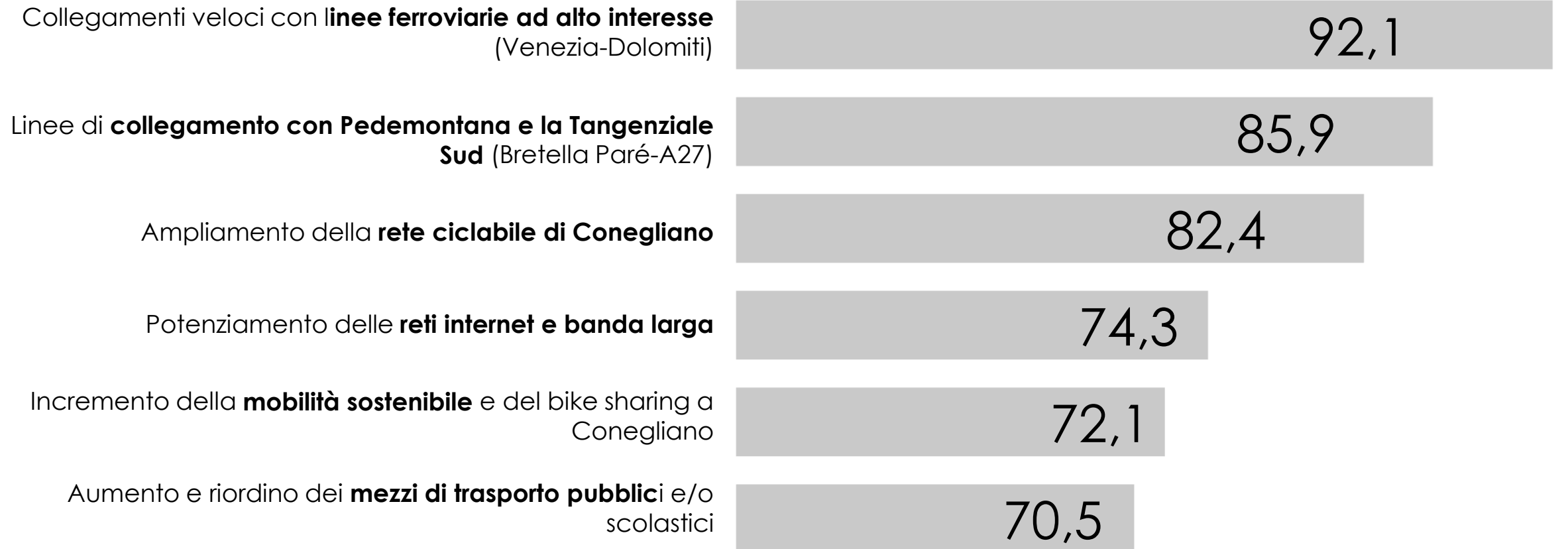
Viabilità, mobilità, infrastrutture – IMPRESE | Le infrastrutture ritenute più importanti per Conegliano sono i collegamenti veloci con linee ferroviarie di interesse anche turistico, il collegamento con Pedemontana e Tangenziale Sud, la banda larga.

Pensando al potenziamento della viabilità e infrastrutture della città, indichi quanto ritiene importante ciascuna delle seguenti proposte



Viabilità, mobilità, infrastrutture – CITTADINI | Anche i cittadini giudicano i collegamenti veloci con linee ferroviarie ad alto interesse (92%) e le linee di collegamento con Pedemontana e Tangenziale Sud (86%) le infrastrutture più importanti per Conegliano.

Pensando al potenziamento della viabilità e infrastrutture della città, indichi quanto ritiene importante ciascuna delle seguenti proposte



Base campione: 467 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché corrisponde alla % di coloro che hanno risposto 'molto' + 'abbastanza'. I dati sono riportati all'universo.

Le principali iniziative che la prossima Amministrazione dovrebbe portare avanti **per le imprese** sono accordi per **calmierare gli affitti dei locali commerciali** (85%) e azioni per **formare e ricollocare gli inoccupati** (83%). I **cittadini** chiedono invece **sgravi fiscali** per le famiglie e **agevolazioni** che favoriscano la **residenzialità** a Conegliano.

Politiche attive per IMPRESE E OCCUPAZIONE | Accordi per calmierare gli affitti dei locali commerciali, formazione di coloro che perdono il lavoro, sgravi fiscali per le imprese danneggiate dalla pandemia, incentivi per l'assunzione di donne e giovani.

Pensando alle esigenze delle imprese, indichi quanto sarebbe importante che la prossima Amministrazione (nei limiti di quanto è nelle possibilità delle deleghe dell'Amministrazione Comunale) porti avanti o comunque faccia proprie presso le altre istituzioni ciascuna delle seguenti iniziative.

Somma di 'molto' + 'abbastanza'



Base campione: 384 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché corrisponde alla % di coloro che hanno risposto 'molto' + 'abbastanza'. I dati sono riportati all'universo.

Politiche attive per I CITTADINI | Le iniziative richieste dai cittadini: sgravi fiscali per lavoratori e famiglie danneggiati dalla pandemia, agevolazioni per le coppie giovani per favorire la residenzialità, supporto agli anziani, formazione.

Pensando alle esigenze della cittadinanza, indichi quanto sarebbe importante che la prossima Amministrazione (nei limiti di quanto è nelle possibilità delle deleghe dell'Amministrazione Comunale) porti avanti o comunque faccia proprie presso le altre istituzioni ciascuna delle seguenti iniziative.

Somma di 'molto' + 'abbastanza'

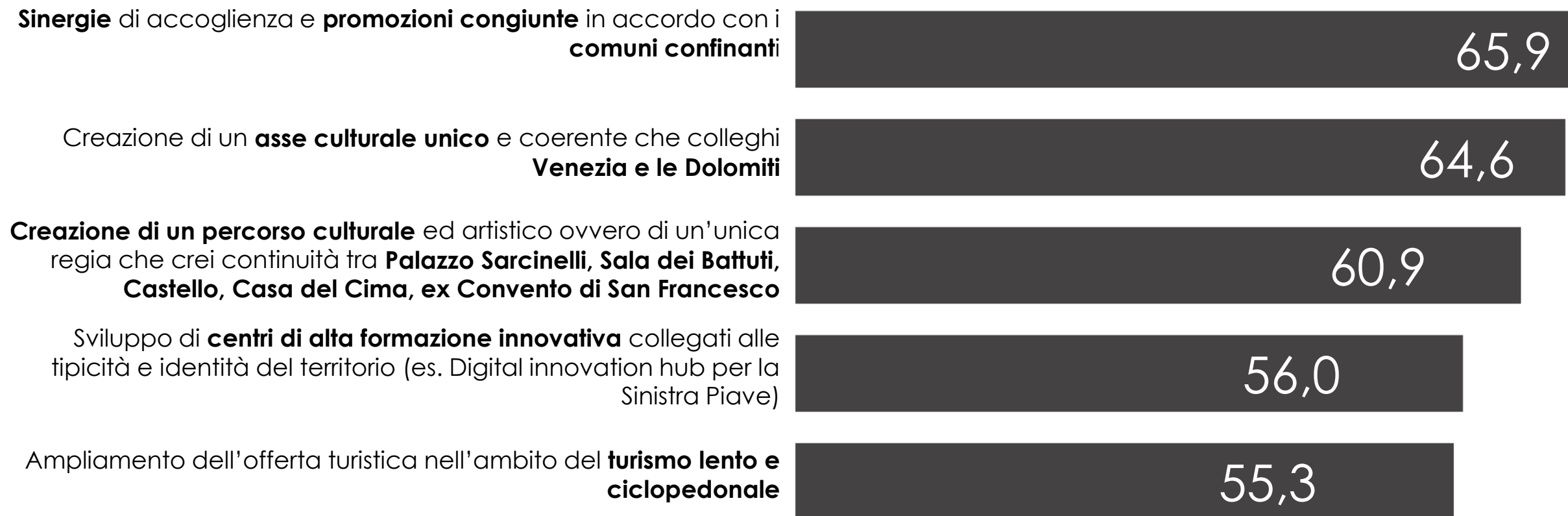


Base campione: 467 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché corrisponde alla % di coloro che hanno risposto 'molto' + 'abbastanza'. I dati sono riportati all'universo.

Per rivitalizzare il turismo a Conegliano le azioni giudicate prioritarie sono lo sviluppo di sinergie di accoglienza e **promozione congiunta coi comuni confinanti**, la creazione di un **asse culturale unico** e coerente che colleghi **Venezia e le Dolomiti** e la creazione in città di **un percorso culturale ed artistico con un'unica regia** .

Cultura e turismo - IMPRESE | La promozione del turismo di Conegliano passa da politiche e iniziative svolte in sinergia con gli altri comuni confinanti, la creazione dell'asse culturale unico Venezia-Dolomiti, «percorsi culturali» in città.

Quali progettualità la nuova Amministrazione comunale dovrebbe fare proprie per lo sviluppo del turismo di Conegliano?



Base campione: 384 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché corrisponde alla % di coloro che hanno risposto 'Sì' a ciascun item. I dati sono riportati all'universo.

Cultura e turismo - CITTADINI | Le idee dei cittadini non sono diverse da quelle delle imprese: un percorso culturale in città, l'asse culturale unico Venezia-Dolomiti, e poi la creazione di nuovi poli di attrazione, la sinergia con gli altri comuni limitrofi.

Quali progettualità la nuova Amministrazione comunale dovrebbe fare proprie per lo sviluppo del turismo di Conegliano?



Base campione: 467 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché corrisponde alla % di coloro che hanno risposto 'Sì' a ciascun item. I dati sono riportati all'universo.

Per aumentare l'attrattività della città e migliorare la qualità della vita a Conegliano i cittadini chiedono da una parte la **creazione di eventi di qualità** (50%) e dall'altra la **lotta al degrado** (48%).

Consumo e fruizione – CITTADINI | Per aumentare l'attrattività della città e migliorare la qualità della vita a Conegliano i cittadini ritengono che i principali obiettivi da perseguire siano la creazione di eventi di qualità (50%) e la lotta al degrado (48%).

Quali tra i seguenti obiettivi considera più importanti per aumentare l'attrattività della città e migliorare la qualità della vita a Conegliano?

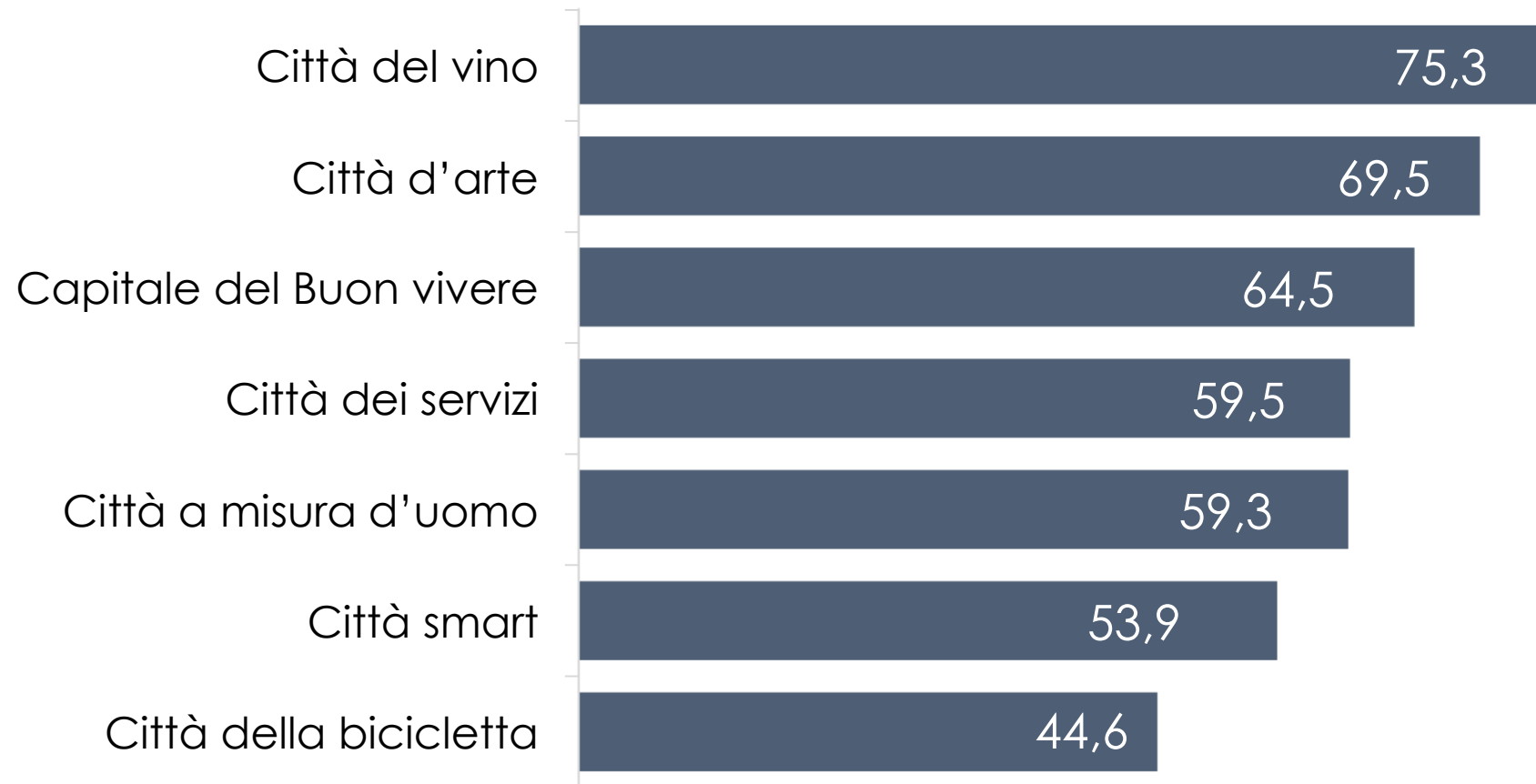


Base campione: 467 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse più risposte. I dati sono riportati all'universo.

Pensando alla Conegliano del futuro l'immagine a cui la maggior parte delle imprese e dei cittadini pensa è '**Conegliano città del vino**'. In alternativa, l'immagine preferita dalle imprese è '**Conegliano città d'arte**' quella preferita dai cittadini è '**Conegliano città a misura d'uomo**'.

L'immagine di Conegliano - IMPRESE | Pensando alla Conegliano del futuro le immagini in cui più imprese si riconoscono è 'Conegliano città del vino' (75%) e 'Conegliano città d'arte' (70%)

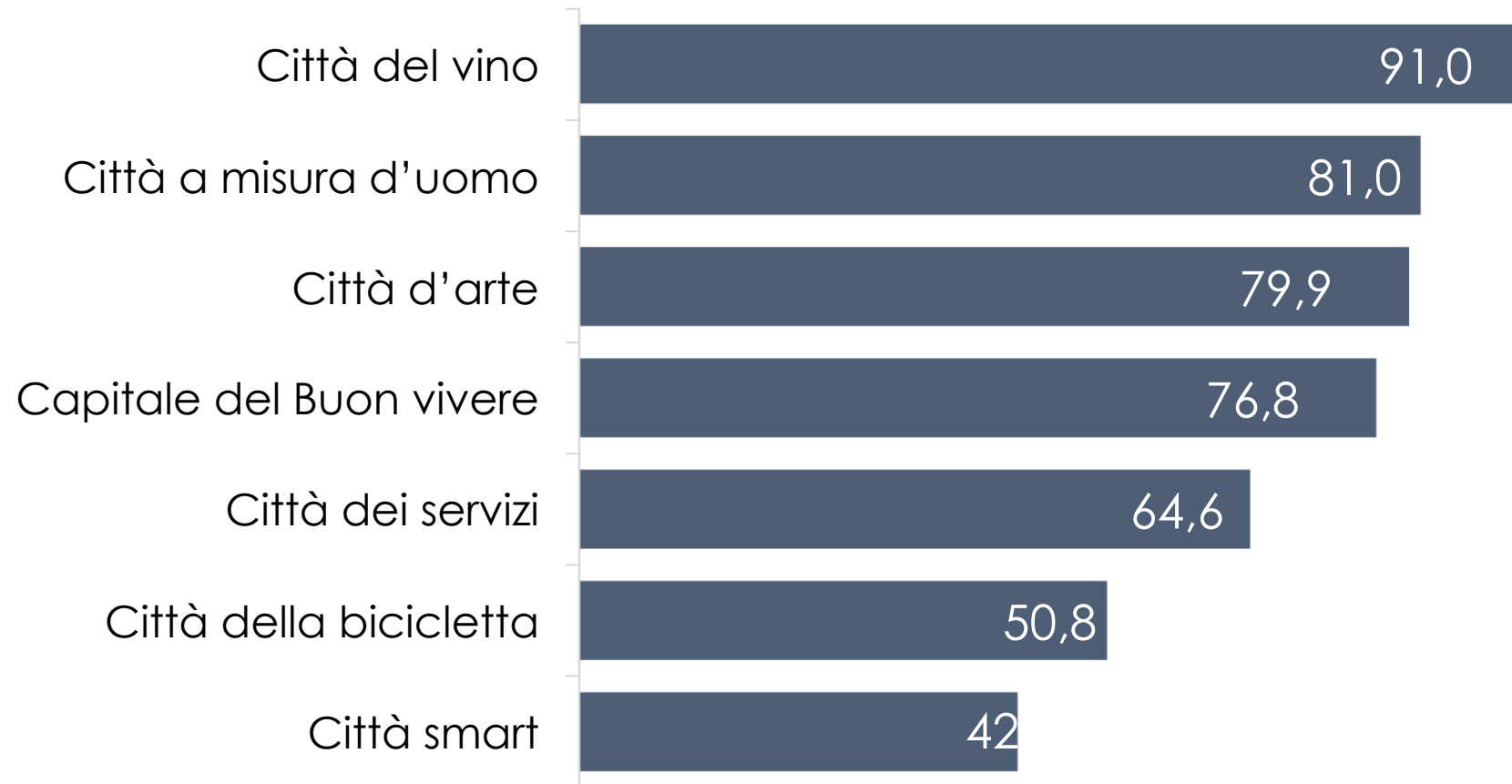
Pensando alla Conegliano del futuro, quanto si riconosce in ciascuna delle seguenti immagini?
(Una risposta su scala per ciascun item: 1=molto, 2=abbastanza, 3=poco, 4=Per nulla)



Base campione: 384 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché corrisponde alla % di coloro che hanno risposto 'molto' + 'abbastanza'. I dati sono riportati all'universo.

L'immagine di Conegliano - CITTADINI | Per quanto riguarda i cittadini, pensando alla Conegliano del futuro le immagini in cui si riconoscono di più è 'Conegliano città del vino' (91%) e 'Conegliano città a misura d'uomo' (81%).

Pensando alla Conegliano del futuro, quanto si riconosce in ciascuna delle seguenti immagini?
(Una risposta su scala per ciascun item: 1=molto, 2=abbastanza, 3=poco, 4=Per nulla)



Base campione: 467 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché corrisponde alla % di coloro che hanno risposto 'molto' + 'abbastanza'. I dati sono riportati all'universo.

Metodo | Scheda tecnica della ricerca

COMMITTENTE

Ascom Confcommercio e Confartigianato Conegliano

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sulle attese dei cittadini e delle imprese residenti ed operative nel Comune di Conegliano con riferimento alla politica e all'Amministrazione Comunale.

DISEGNO DEL CAMPIONE SULLE IMPRESE

Campione statisticamente rappresentativo delle imprese dell'universo delle imprese di Conegliano dei settori di attività economica del terziario e dell'artigianato, ovvero del commercio (dettaglio e ingrosso), del turismo (pubblici esercizi e alberghi), dei servizi (alla persona e alle imprese) e delle imprese manifatturiere e delle costruzioni. N. 384 casi, (384 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 997 (47,34%); «rifiuti»: 1.034 (50,39%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 1,7\%$). Fonte delle anagrafiche: Camere di Commercio.

DISEGNO DEL CAMPIONE SULLA POPOLAZIONE

Campione statisticamente rappresentativo dell'universo della popolazione di età superiore ai 18 anni residente sul territorio di Conegliano. N. 467 casi (467 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 1.958 (57,36%); «rifiuti»: 1.582 (52,24%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 1,9\%$). Fonte delle anagrafiche: Elenchi telefonici.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Utilizzo di due questionari distinti: questionario strutturato sulle imprese, questionario strutturato sui cittadini.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 9 al 21 luglio 2021

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 italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

TEAM DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani

Dott.ssa Barbara Esposito

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.

2021 © 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
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

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
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.