



# Osservatorio Congiunturale ASCOM

## CONFCOMMERCIO TORINO | FEBBRAIO 2023

Rapporto di ricerca

Torino, 1 marzo 2023 (21313xt/01)

# Agenda



## Premessa



*Considerazioni generali di sintesi*



*Il tessuto imprenditoriale*



*Clima di fiducia*



*Congiuntura economica*



*Domanda e offerta di credito*



*Le nuove tendenze di consumo  
nell'opinione delle imprese*



*Metodo e back up*

## Premessa | Presentazione dell'intervento di ricerca.

L'**Osservatorio sul terziario delle imprese di Torino** si basa su un'indagine continuativa, a cadenza trimestrale, effettuata su un campione statisticamente rappresentativo di **imprese del terziario (commercio, turismo e servizi)** che operano nella provincia di Torino (n. 800 interviste ogni trimestre). L'Osservatorio è realizzato da **Ascom Confcommercio Imprese per l'Italia Torino e Provincia** in collaborazione con **Format Research**.

L'obiettivo dell'indagine è quello di rilevare, descrivere ed analizzare il clima di fiducia (sentiment), l'andamento dei principali indicatori dell'economia reale, i livelli di occupazione e le condizioni legate al credito delle imprese del terziario di Torino **sia a livello congiunturale** (situazione degli ultimi tre mesi rispetto ai tre mesi precedenti) **sia a livello prospettico** (situazione nei tre mesi successivi alla rilevazione rispetto ai tre mesi precedenti).

All'interno del report di questo trimestre è approfondito il tema delle nuove tendenze di consumo nell'opinione delle imprese del terziario della provincia di Torino.

L'Osservatorio Confcommercio Torino è in linea dal 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 e 2022.

**La prossima uscita dell'Osservatorio è prevista dopo il 15 aprile 2023.**

# Agenda



*Premessa*



**Considerazioni generali di sintesi**



*Il tessuto imprenditoriale*



*Clima di fiducia*



*Congiuntura economica*



*Domanda e offerta di credito*



*Le nuove tendenze di consumo  
nell'opinione delle imprese*



*Metodo e back up*

## Considerazioni generali di sintesi | Principali evidenze

In deciso miglioramento il clima di fiducia complessivo delle imprese del terziario della provincia di Torino. Tra le imprese che chiedono credito al sistema bancario, oltre il 20% lo chiede per fare investimenti.

**CRESCONO LE ASPETTATIVE DELLE IMPRESE NELL'ANDAMENTO DELLA PROPRIA ATTIVITÀ ECONOMICA NEI PRIMI TRE MESI DELL'ANNO. MIGLIORANO ANCHE LE ATTESE (FINALMENTE) CON RIFERIMENTO AI RICAVI. ALBERGHI E SERVIZI ALLE IMPRESE I SETTORI PIÙ PERFORMANTI.**

IN ATTENUAZIONE LE DIFFICOLTÀ DELLE IMPRESE SUL FRONTE DELLA LIQUIDITÀ E TORNA A CRESCERE LA DOMANDA DI CREDITO, PUR A FRONTE DI UNA RIDUZIONE DELLA PERCENTUALE DELLE IMPRESE CHE OTTEGGONO TUTTO IL CREDITO DEL QUALE HANNO BISOGNO E DI UN AUMENTO DEL COSTO DEL CREDITO.

\*Migliora decisamente l'indicatore relativo alla fiducia delle imprese del terziario della provincia di Torino circa l'andamento dell'economia italiana. La previsione a marzo 2023 mostra l'indicatore in leggera diminuzione.

\*Migliora l'indicatore dei ricavi delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi di Torino. L'aspettativa delle imprese per i primi tre mesi dell'anno indica un ulteriore miglioramento.

\*La situazione della liquidità delle imprese del terziario di Torino migliora rispetto al trimestre precedente. Si prevede un leggero miglioramento nei primi tre mesi dell'anno.

\*Aumentano le imprese che hanno chiesto credito negli ultimi tre mesi. Tuttavia, è decisamente in calo la percentuale delle imprese che riceve dal sistema bancario il credito del quale ha bisogno.

\*Il 64% circa delle imprese dei PE e del commercio al dettaglio rilevano cambiamenti significativi nelle abitudini dei consumatori.

\*Nello specifico, il 46,6% delle imprese ha notato una riduzione degli acquisti, il 39,9% una riduzione del volume di spesa e il 30,0% una riduzione della qualità dei prodotti acquistati.

\*I cambiamenti delle abitudini dei consumatori, quando riscontrati, non vengono generalmente attribuiti alle tematiche legate alla sostenibilità ambientale. Solo il 24,1% delle imprese attribuisce un collegamento significativo.

\*I servizi più richiesti dai consumatori negli ultimi tre anni son state le consegne a domicilio, prenotazioni/acquisti online e l'utilizzo dei social come mezzo di contatto diretto con l'impresa.

# Agenda



*Premessa*



*Considerazioni generali di sintesi*



**Il tessuto imprenditoriale**



*Clima di fiducia*



*Congiuntura economica*



*Domanda e offerta di credito*



*Le nuove tendenze di consumo  
nell'opinione delle imprese*



*Metodo e back up*

**Universo delle imprese | Le imprese attive (extra agricole) nella provincia di Torino sono oltre 168 mila. Le imprese del terziario costituiscono il 70% del totale delle imprese della provincia.**



**Torino**  
**168.126**  
Imprese extra  
agricole

		<b>TORINO</b>	
	<b>Manifattura</b>	<b>17.945</b>	} <b>INDUSTRIA 50 MILA</b> (30% delle imprese extra agricole)
	<b>Costruzioni</b>	<b>32.546</b>	
	<b>Commercio</b>	<b>50.028</b>	} <b>TERZIARIO 118MILA</b> (70% delle imprese extra agricole)
	<b>Turismo</b>	<b>13.198</b>	
	<b>Servizi</b>	<b>54.409</b>	
<b>TOTALE</b>		<b>168.126</b>	



**IMPRESE INCLUSE NELL'ANALISI:** Manifattura (B\_C\_D\_E); Costruzioni (F); Commercio (G); Turismo (I); Servizi (H\_J\_L\_M\_N\_O\_P\_Q\_R).

**IMPRESE ESCLUSE DALL'ANALISI:** Agricoltura (A); Attività finanziarie e assicurative (K); Altre attività di servizi (S); Attività di servizi domestici (T); Organismi extraterritoriali (U); Imprese «non classificate» (NC).

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Aggiornamento al 31 gennaio 2023.

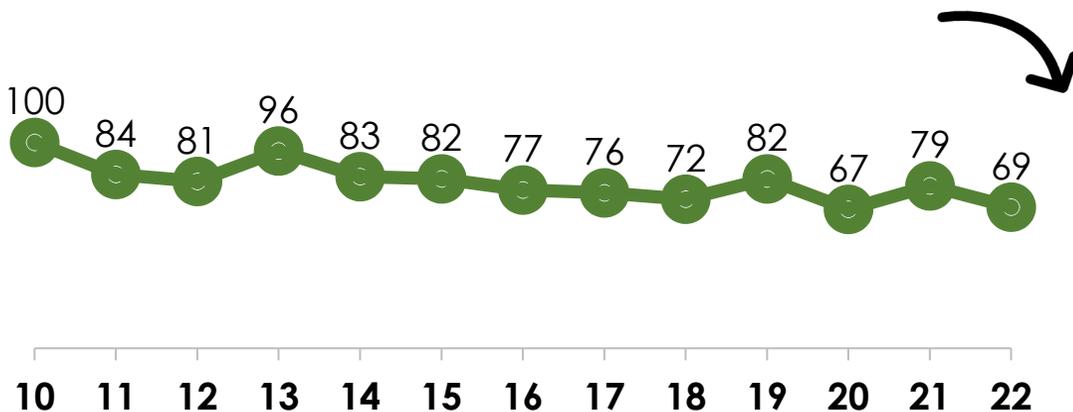
# Iscrizioni e cessazioni | Il numero delle imprese del terziario nuove iscritte nella provincia di Torino nel 2022 è diminuito rispetto al 2021. Parallelamente sono aumentate le cessazioni di impresa.

## ISCRIZIONI

imprese del terziario di Torino

(indicatori in base 100)

**Diminuzione nuove iscrizioni**  
Imprese iscritte nel 2021: 5.809  
Imprese iscritte nel 2022: 5.045

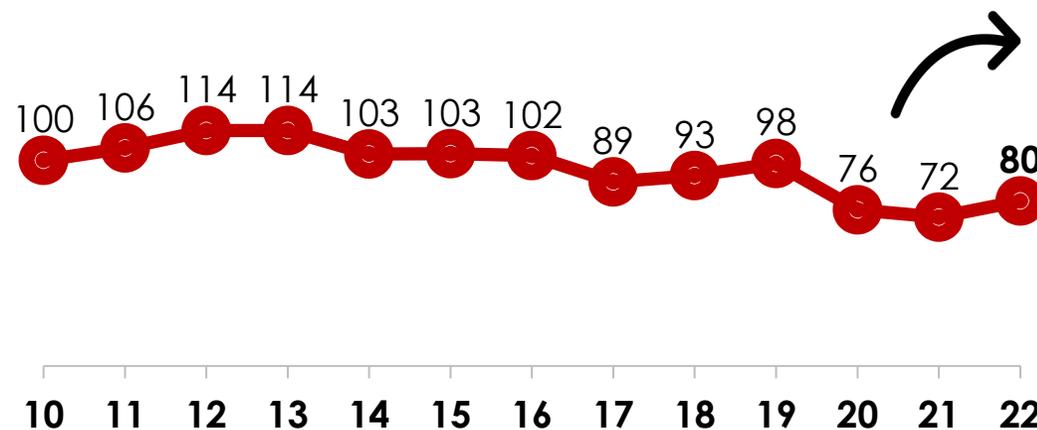


## CESSAZIONI

imprese del terziario di Torino

(indicatori in base 100)

**Aumento numero di cessazioni**  
Imprese cessate nel 2021: 6.793  
Imprese cessate nel 2022: 7.530



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

# Agenda



*Premessa*



*Considerazioni generali di sintesi*



*Il tessuto imprenditoriale*



**Clima di fiducia**



*Congiuntura economica*



*Domanda e offerta di credito*



*Le nuove tendenze di consumo  
nell'opinione delle imprese*

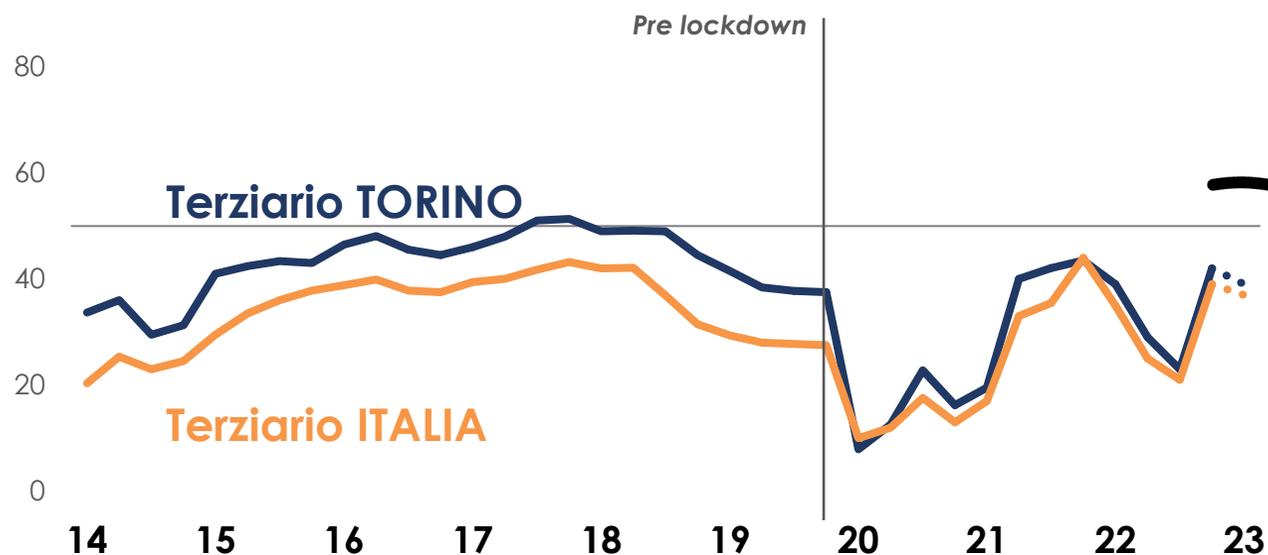


*Metodo e back up*

# Fiducia economia italiana | Migliora decisamente l'indicatore relativo alla fiducia delle imprese del terziario della provincia di Torino circa l'andamento dell'economia italiana. La previsione a marzo 2023 mostra l'indicatore in leggera diminuzione.

## CLIMA DI FIDUCIA ECONOMIA ITALIANA (TORINO 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?

	TORINO			INDICE	ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE		
SET '21	24%	36%	40%	42	36
DIC '21	25%	37%	38%	44	44
MAR '22	21%	36%	43%	39	33
GIU '22	13%	32%	55%	29	25
SET '22	12%	22%	66%	23	21
DIC '22	17%	50%	33%	42	39
<b>PREVISIONE MARZO '23</b>				<b>39</b>	<b>37</b>

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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.**

# Fiducia economia italiana | Analisi per settore di attività economica.

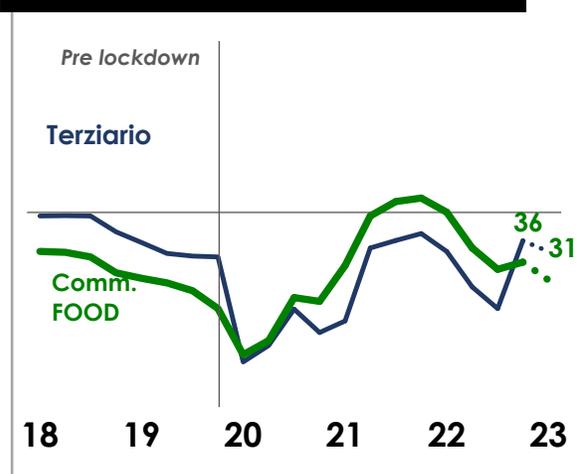


Sono riportati gli indicatori congiunturali relativi alla provincia di Torino:

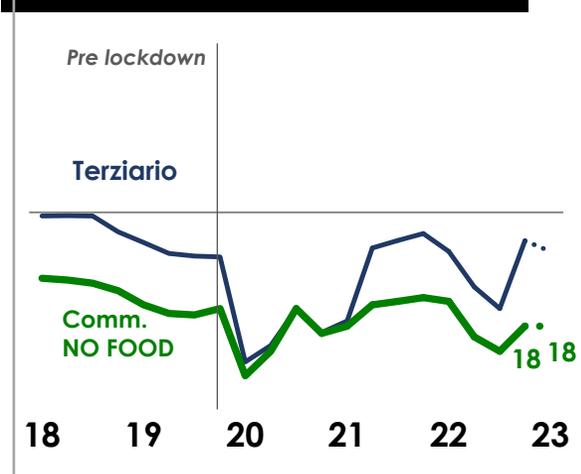
■ Settore di attività economica

■ Totale Terziario

## Commercio FOOD



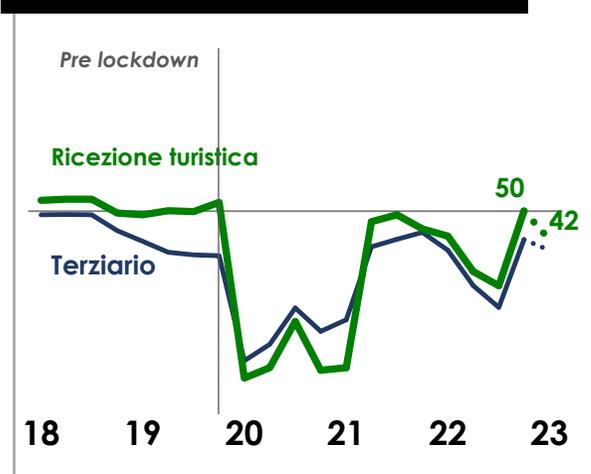
## Commercio NO FOOD



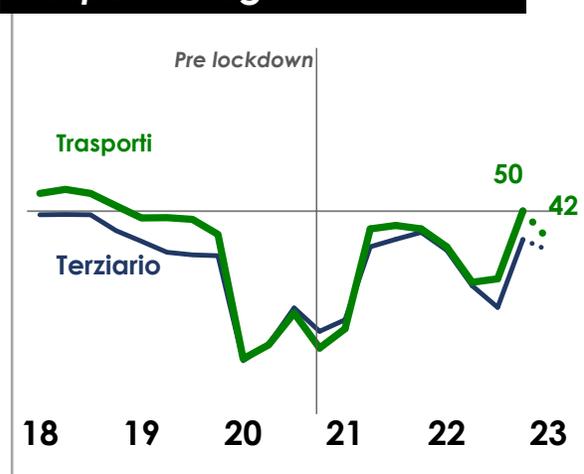
## Ristorazione



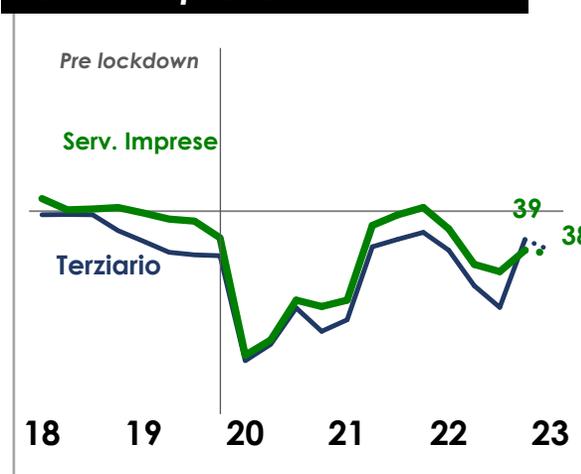
## Ricezione turistica



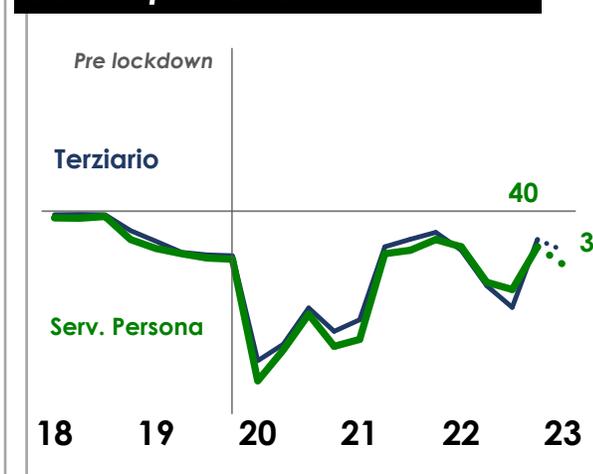
## Trasporti e logistica



## Servizi imprese



## Servizi persona



# Fiducia economia italiana | Analisi per classe dimensionale.

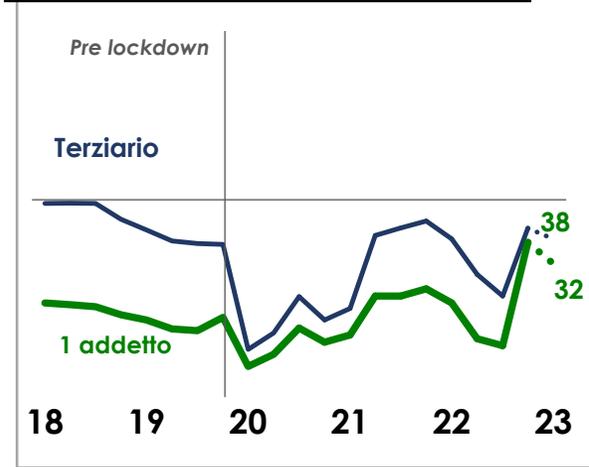


Sono riportati gli indicatori congiunturali relativi alla provincia di Torino:

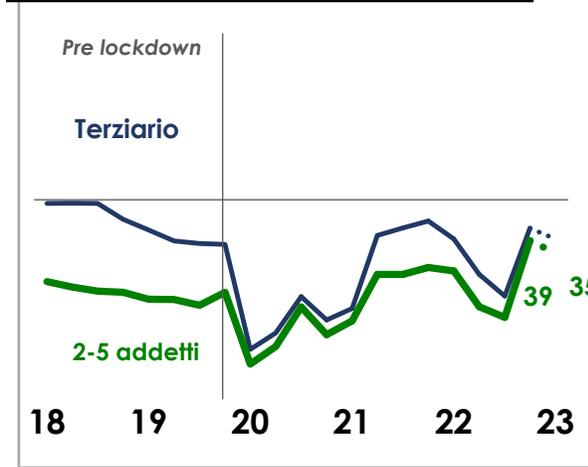
■ Classe di addetti

■ Totale Terziario

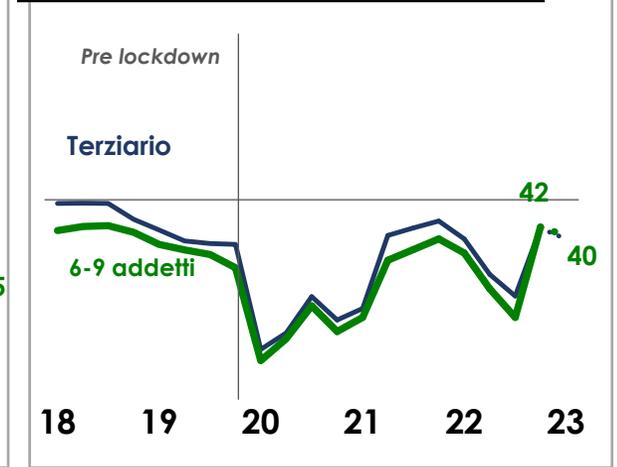
## 1 addetto



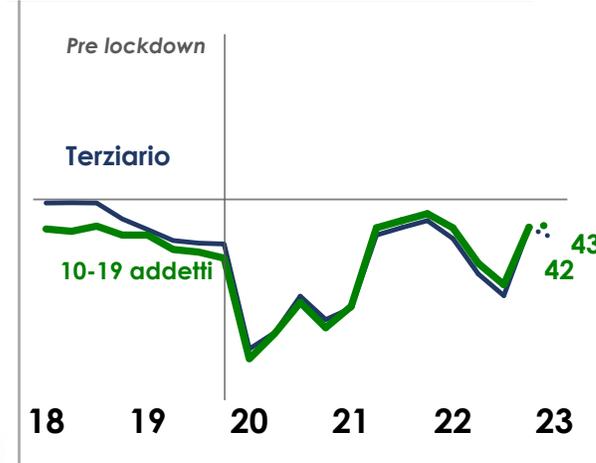
## 2-5 addetti



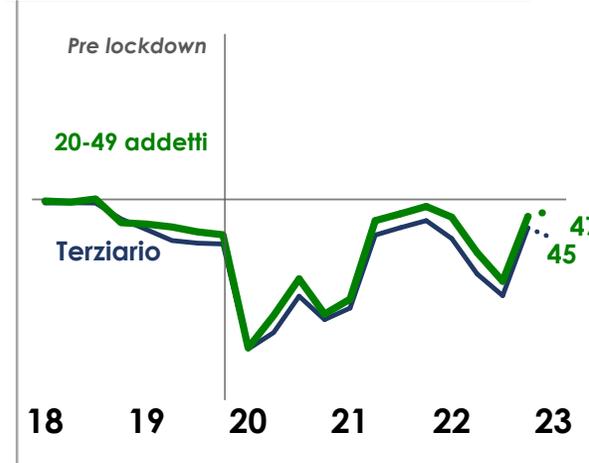
## 6-9 addetti



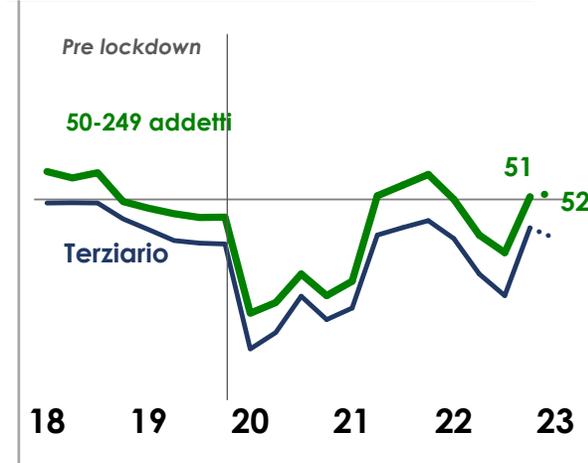
## 10-19 addetti



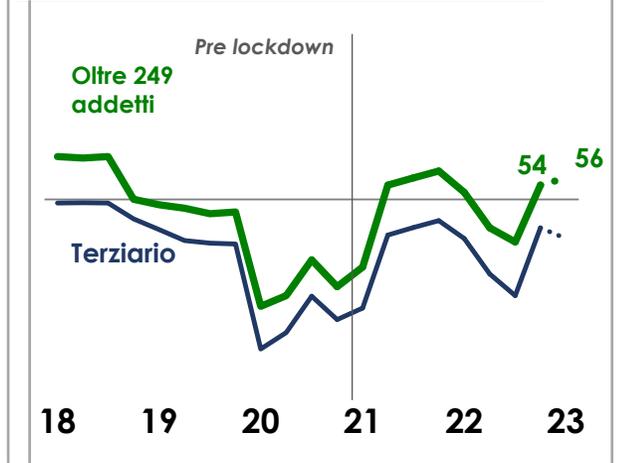
## 20-49 addetti



## 50-249 addetti



## Oltre 249 addetti



# Andamento impresa | Migliora la fiducia circa l'andamento economico della propria impresa nell'ultimo trimestre dell'anno: l'indicatore è pari a 47. Il dato di previsione sembra destinato ad aumentare in vista di marzo.

**ANDAMENTO IMPRESA (TORINO vs ITALIA)**  
Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa negli ultimi tre mesi rispetto ai tre mesi precedenti, migliorato, invariato, peggiorato?

	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
SET '21	26%	52%	22%	52	46
DIC '21	28%	55%	17%	56	48
MAR '22	22%	49%	29%	47	45
GIU '22	24%	55%	21%	51	52
SET '22	14%	53%	33%	41	43
DIC '22	20%	54%	26%	47	45
<b>PREVISIONE MARZO '23</b>				<b>50</b>	<b>46</b>

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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 settore di attività economica.



Sono riportati gli indicatori congiunturali relativi alla provincia di Torino:

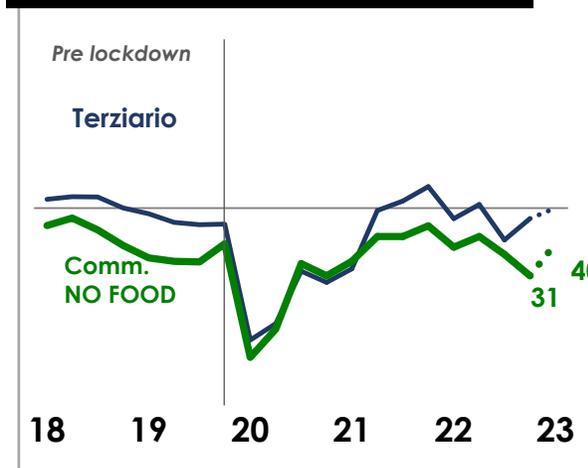
■ Settore di attività economica

■ Totale Terziario

## Commercio FOOD



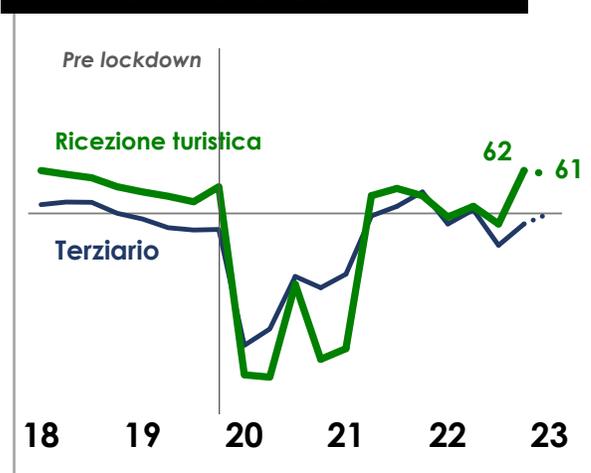
## Commercio NO FOOD



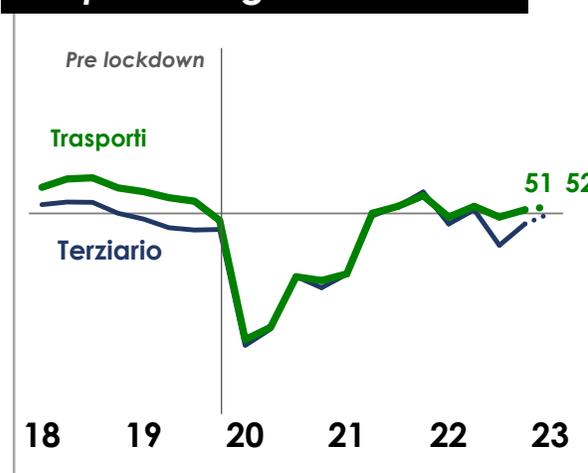
## Ristorazione



## Ricezione turistica



## Trasporti e logistica



## Servizi imprese



## Servizi persona



# Agenda



*Premessa*



*Considerazioni generali di sintesi*



*Il tessuto imprenditoriale*



*Clima di fiducia*



**Congiuntura economica**



*Domanda e offerta di credito*



*Le nuove tendenze di consumo  
nell'opinione delle imprese*

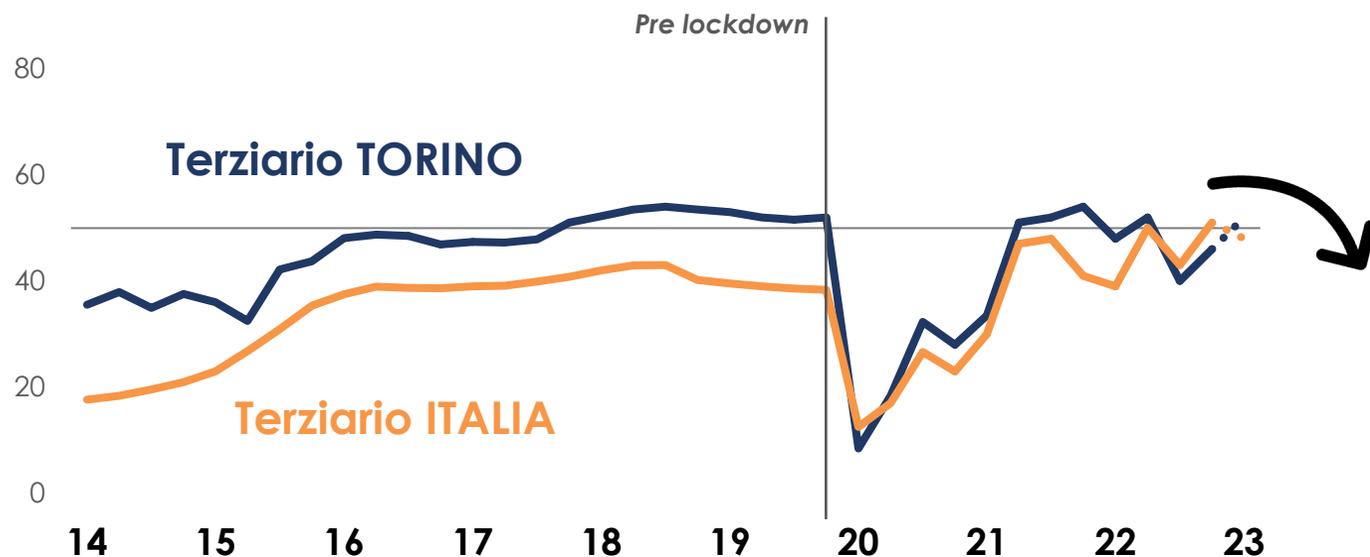


*Metodo e back up*

# Andamento dei ricavi | Migliora l'indicatore dei ricavi delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi di Torino. L'aspettativa delle imprese per i primi tre mesi dell'anno indica un ulteriore miglioramento.

## RICAVI (TORINO 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?

	TORINO				INDICE	ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE		
SET '21	21%	62%	17%	52	42	
DIC '21	24%	60%	16%	54	41	
MAR '22	23%	50%	27%	48	41	
GIU '22	27%	49%	24%	52	50	
SET '22	14%	53%	33%	40	43	
DIC '22	16%	60%	24%	46	51	
<b>PREVISIONE MARZO '23</b>				<b>52</b>	<b>48</b>	

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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.**

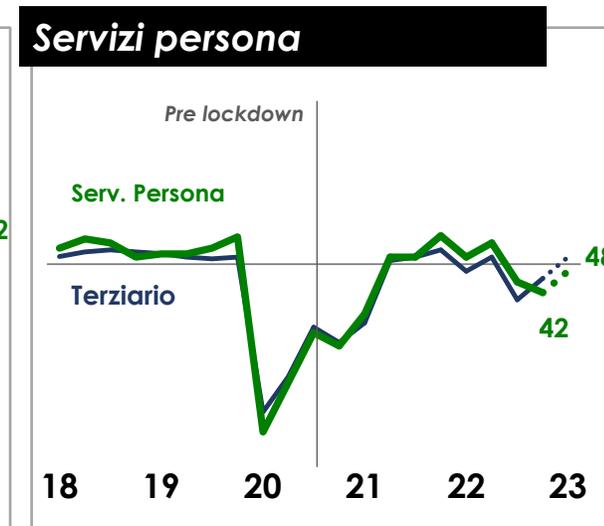
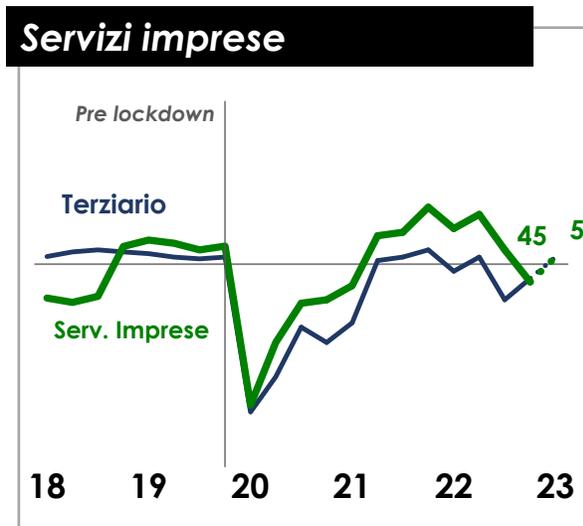
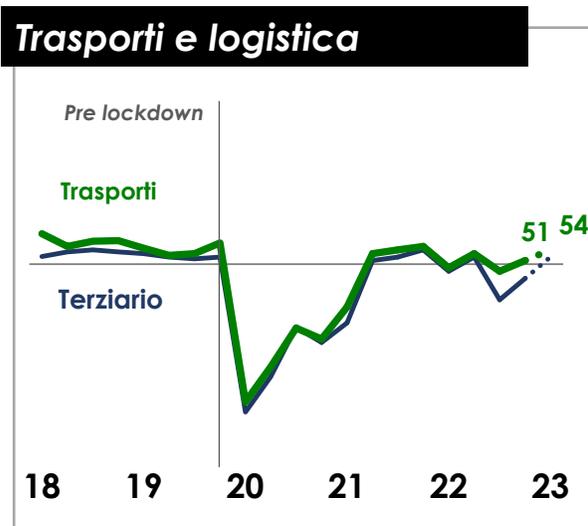
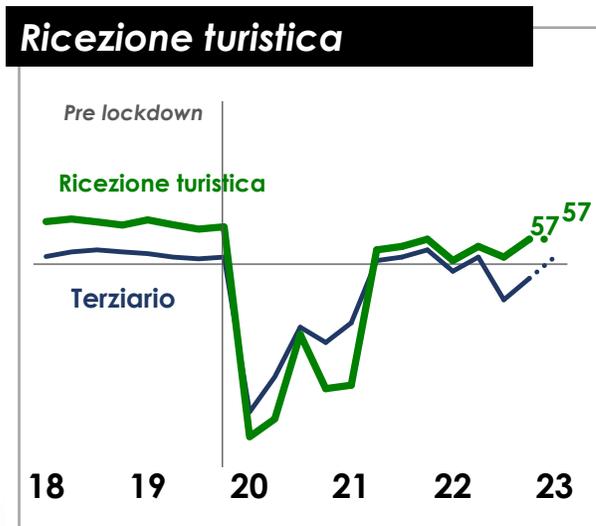
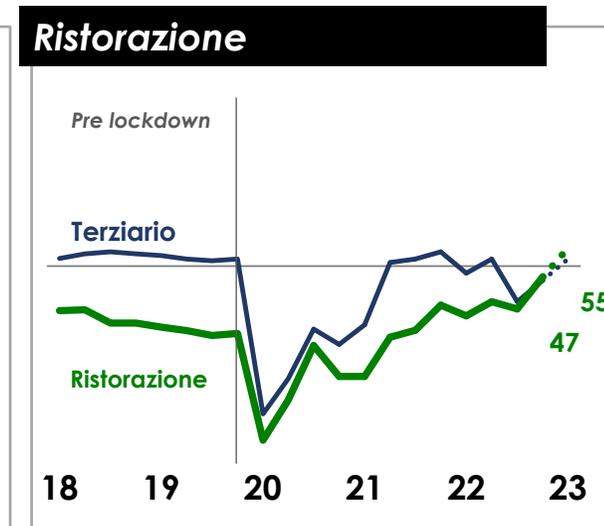
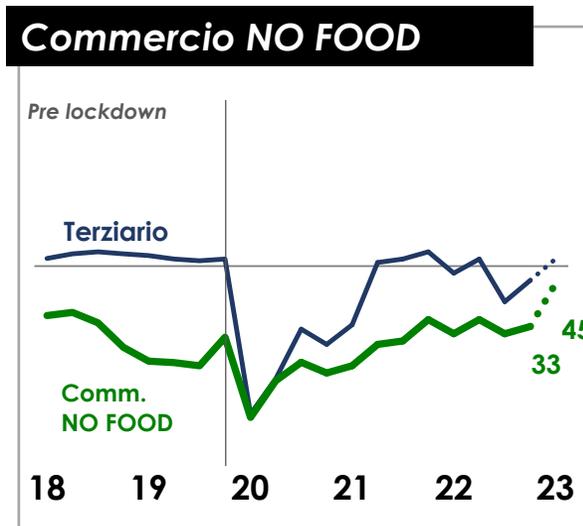
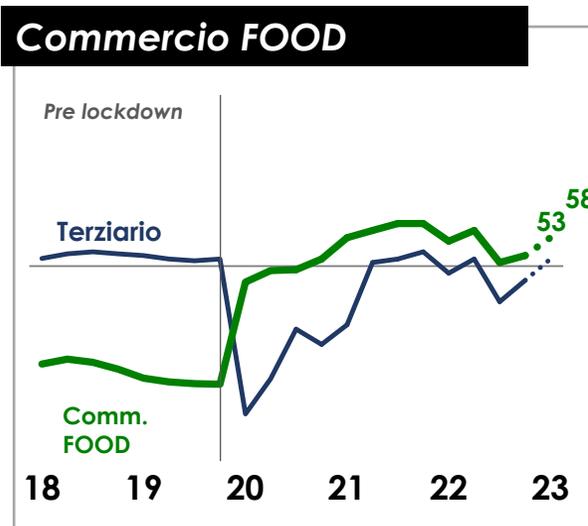
# Andamento dei ricavi | Analisi per settore di attività economica.



Sono riportati gli indicatori congiunturali relativi alla provincia di Torino:

■ Settore di attività economica

■ Totale Terziario



# Prezzi praticati dai fornitori | Prosegue la crisi delle imprese colpite dall'aumento dei prezzi praticati da parte dei fornitori: l'indicatore migliora leggermente alla fine dell'anno. Le imprese si attendono un ulteriore miglioramento alla fine di marzo.

**PREZZI DEI FORNITORI (TORINO 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?

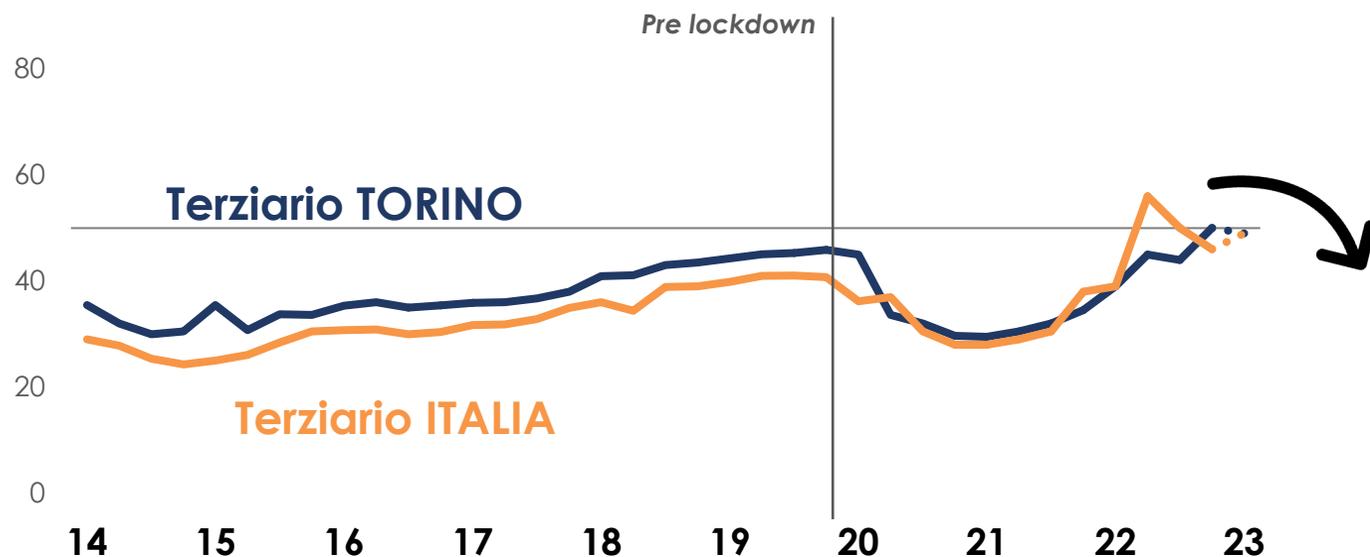
	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
SET '21	14%	68%	18%	48	52
DIC '21	11%	61%	28%	42	50
MAR '22	0%	37%	63%	18	14
GIU '22	0%	23%	77%	12	9
SET '22	0%	19%	81%	10	14
DIC '22	0%	34%	66%	17	16
<b>PREVISIONE MARZO '23</b>				<b>22</b>	<b>18</b>

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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 dell'occupazione | Resta stabile la situazione occupazionale delle imprese del terziario di Torino nel quarto trimestre dell'anno. La previsione in vista della fine dell'anno sembra confermare la stabilità dell'indicatore.

## OCCUPAZIONE (TORINO 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?

	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	
SET '21	4%	56%	40%	32	31
DIC '21	6%	57%	37%	35	38
MAR '22	5%	67%	28%	39	40
GIU '22	9%	73%	18%	45	56
SET '22	15%	58%	27%	44	50
DIC '23	7%	86%	7%	50	46
<b>PREVISIONE MARZO '23</b>				<b>49</b>	<b>49</b>

Base campione: 636 casi (> 1 addetto). I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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 dell'occupazione | Analisi per settore di attività economica.

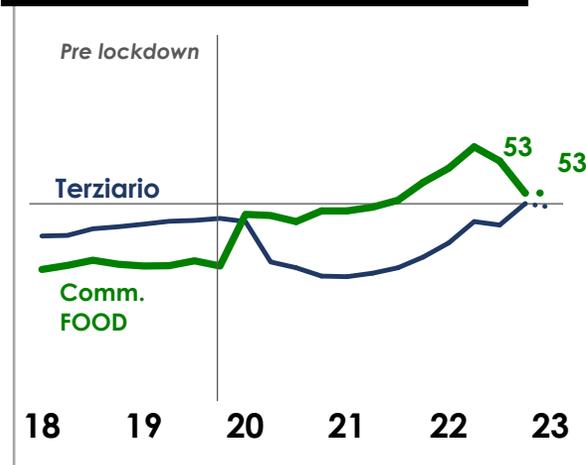


Sono riportati gli indicatori congiunturali relativi alla provincia di Torino:

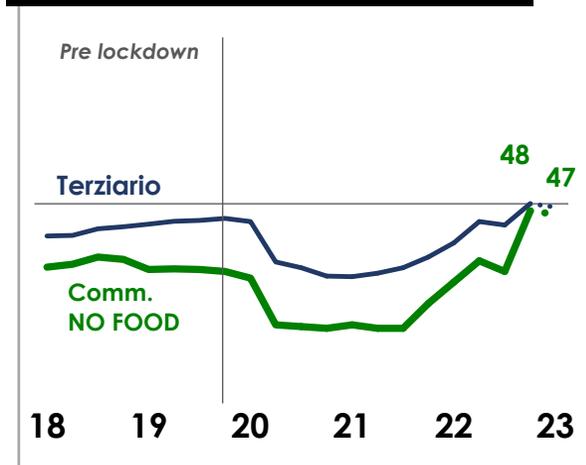
**■** Settore di attività economica

**■** Totale Terziario

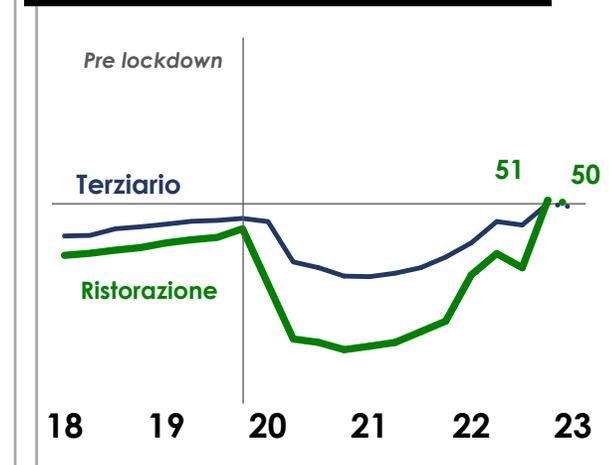
## Commercio FOOD



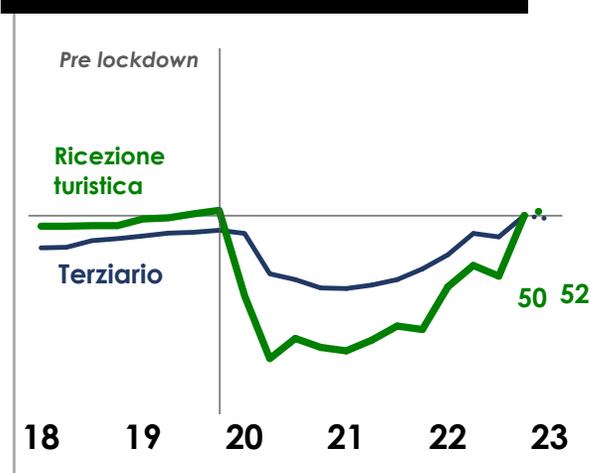
## Commercio NO FOOD



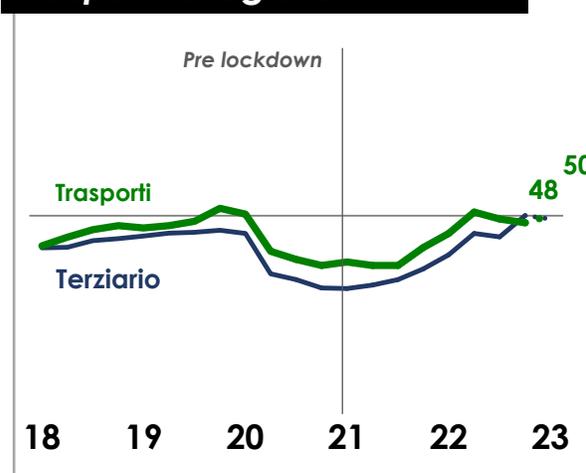
## Ristorazione



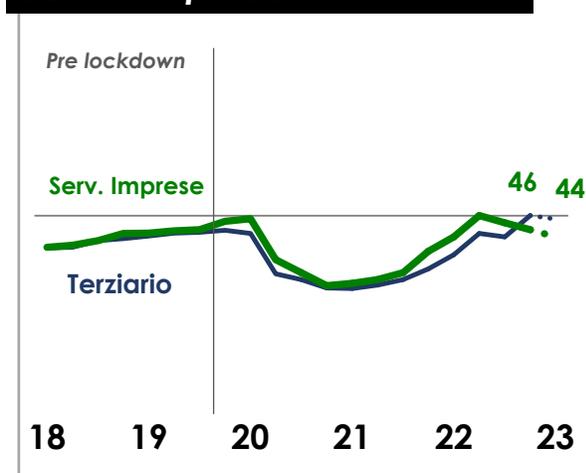
## Ricezione turistica



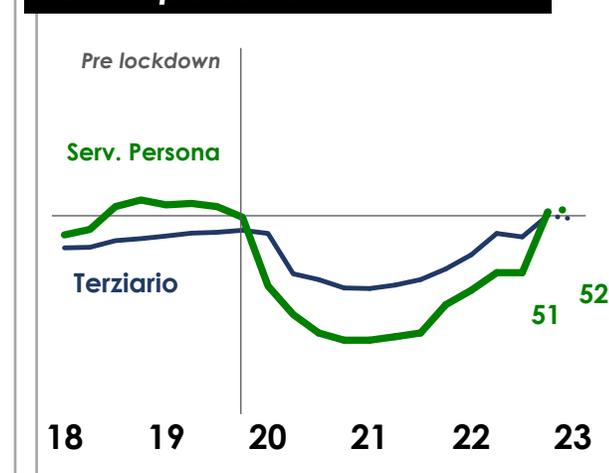
## Trasporti e logistica



## Servizi imprese

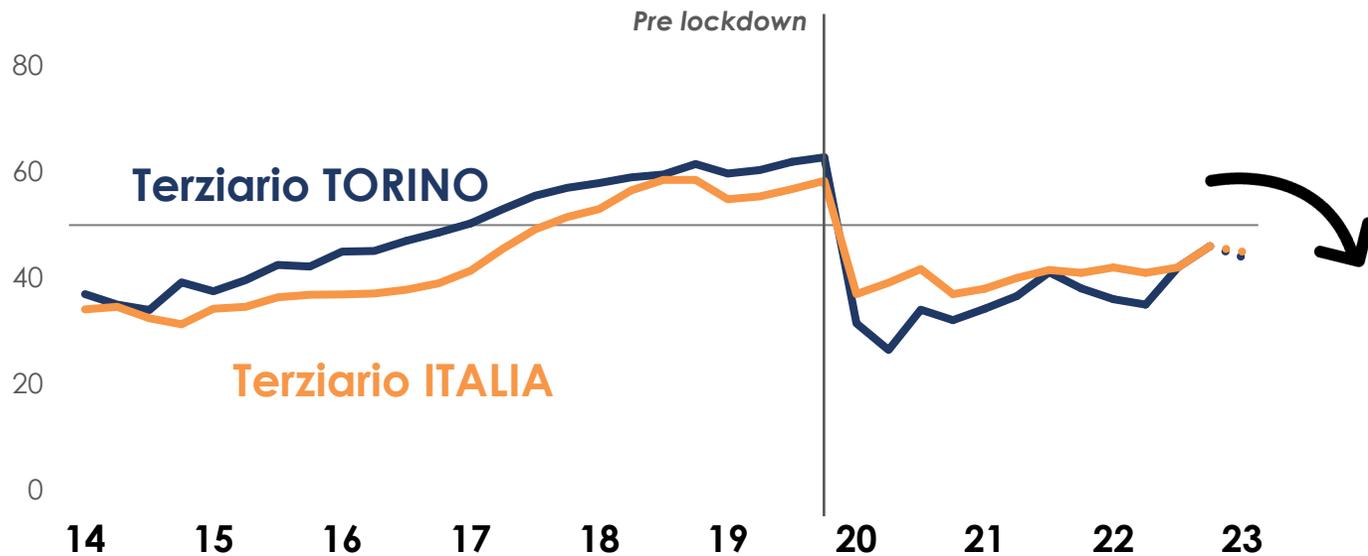


## Servizi persona



# Tempi di pagamento | Migliora leggermente la situazione dei tempi di pagamento dei clienti delle imprese del terziario. L'indicatore, che è in linea con il dato medio a livello nazionale anche se è destinato a peggiorare prospetticamente.

**TEMPI DI PAGAMENTO (TORINO 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?

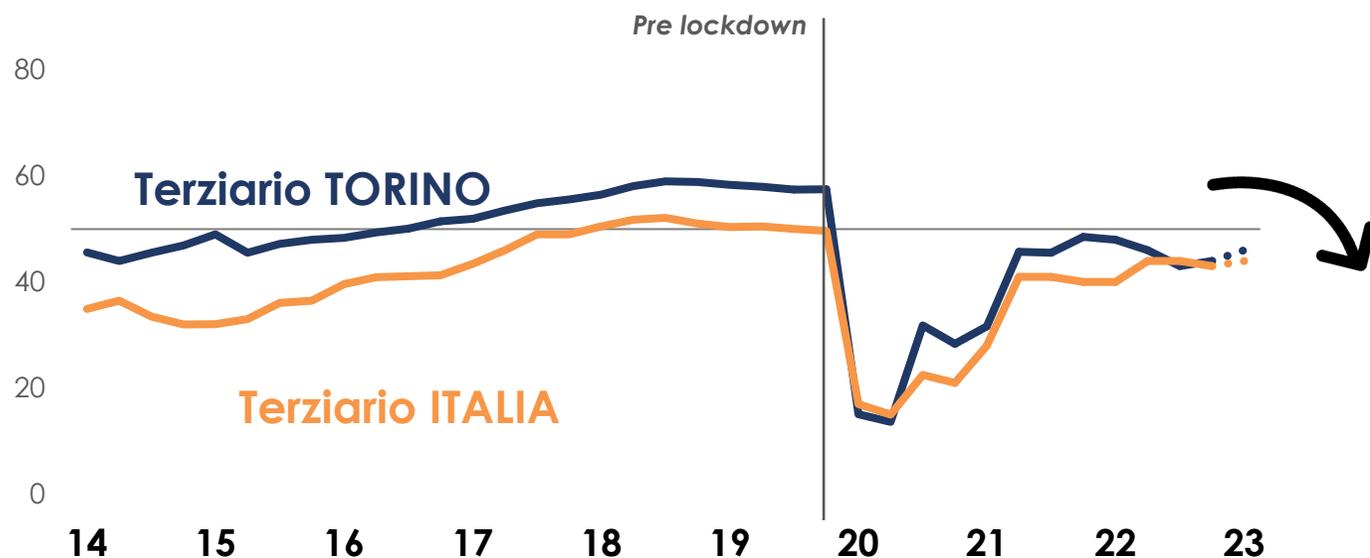
	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	
SET '21	3%	75%	21%	41	42
DIC '21	1%	74%	25%	38	41
MAR '22	1%	70%	29%	36	44
GIU '22	1%	69%	30%	35	41
SET '22	1%	82%	17%	42	42
DIC '22	4%	84%	12%	46	46
<b>PREVISIONE MARZO '23</b>				<b>44</b>	<b>45</b>

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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 | La situazione della liquidità delle imprese del terziario di Torino migliora rispetto al trimestre precedente. Si prevede un leggero miglioramento nei primi tre mesi dell'anno.

## FABBISOGNO FINANZIARIO (TORINO 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?

	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	
SET '21	10%	71%	19%	46	41
DIC '21	12%	73%	15%	49	40
MAR '22	11%	73%	16%	48	42
GIU '22	10%	72%	18%	46	45
SET '22	9%	68%	23%	43	44
DIC '22	9%	70%	21%	44	43
<b>PREVISIONE MARZO '23</b>				<b>46</b>	<b>44</b>

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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 | Analisi per settore di attività economica.

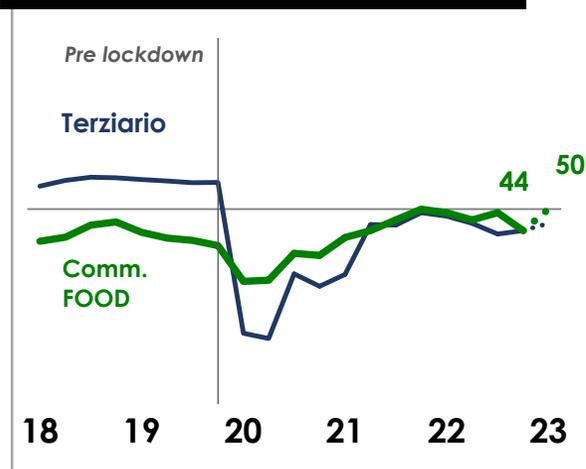


Sono riportati gli indicatori congiunturali relativi alla provincia di Torino:

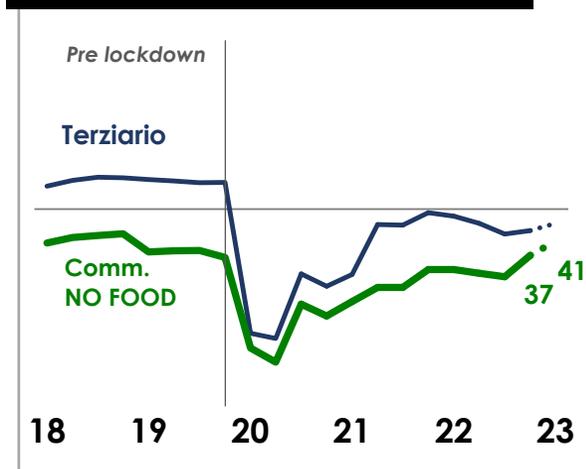
■ Settore di attività economica

■ Totale Terziario

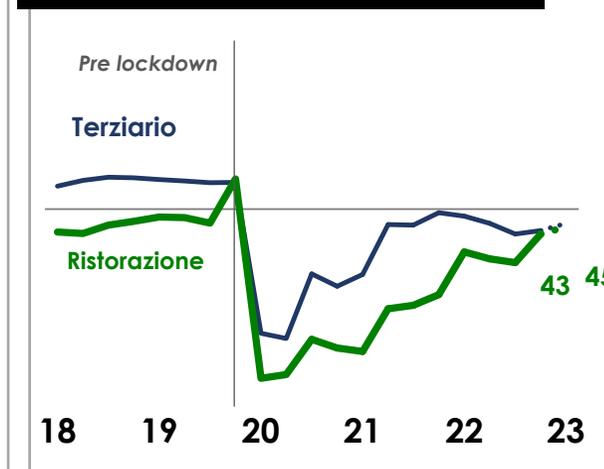
## Commercio FOOD



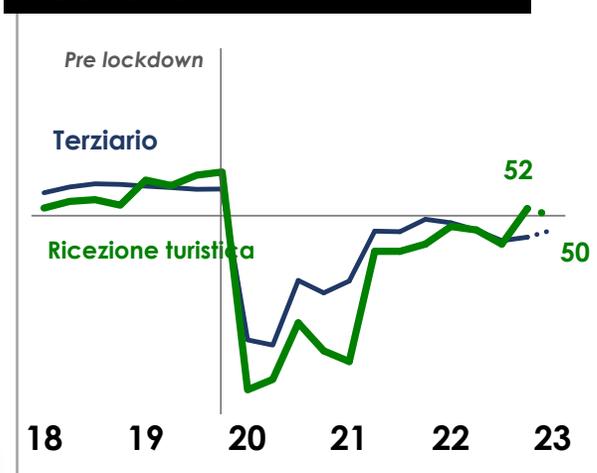
## Commercio NO FOOD



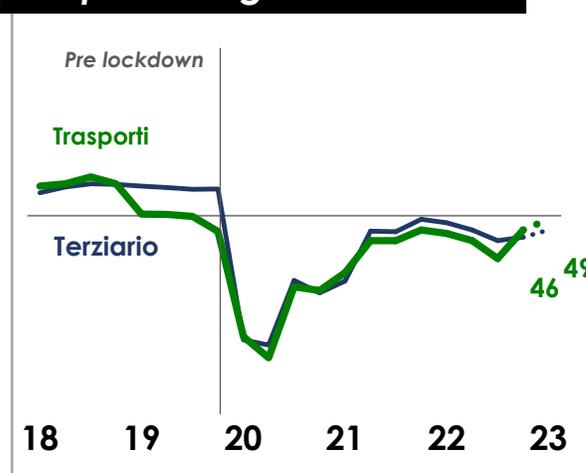
## Ristorazione



## Ricezione turistica



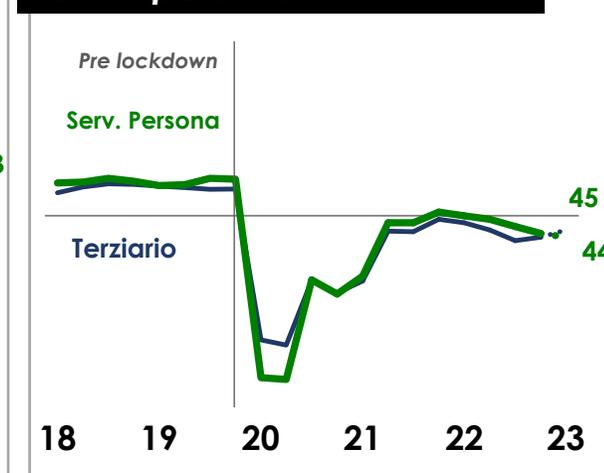
## Trasporti e logistica



## Servizi imprese



## Servizi persona



# Agenda



*Premessa*



*Considerazioni generali di sintesi*



*Il tessuto imprenditoriale*



*Clima di fiducia*



*Congiuntura economica*



**Domanda e offerta di credito**



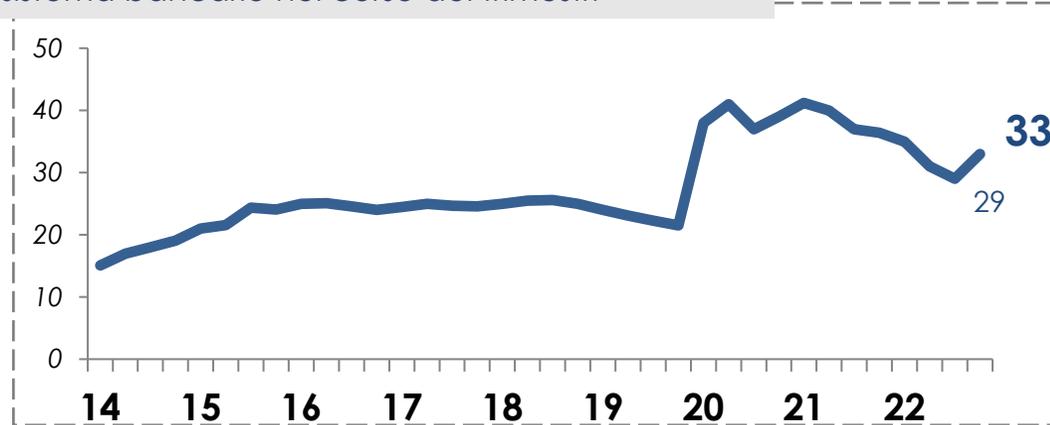
*Le nuove tendenze di consumo  
nell'opinione delle imprese*



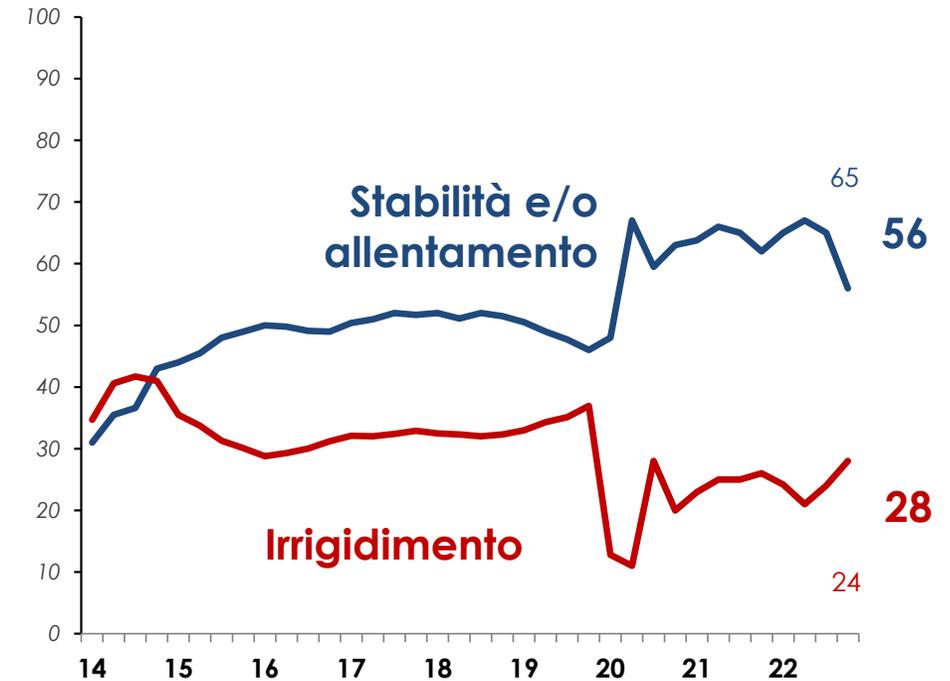
*Metodo e back up*

# Domanda e offerta di credito | Aumentano le imprese che hanno chiesto credito negli ultimi tre mesi. Tuttavia, è decisamente in calo la percentuale delle imprese che riceve dal sistema bancario il credito del quale ha bisogno.

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



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



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



**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 67,0% delle imprese ha fatto richiesta di credito per esigenze di liquidità e cassa, il 22,0% per effettuare investimenti e l'11,0% per la ristrutturazione del debito. Il fatto che il 22% delle imprese chieda credito per «fare investimenti» è comunque un bel segnale.**

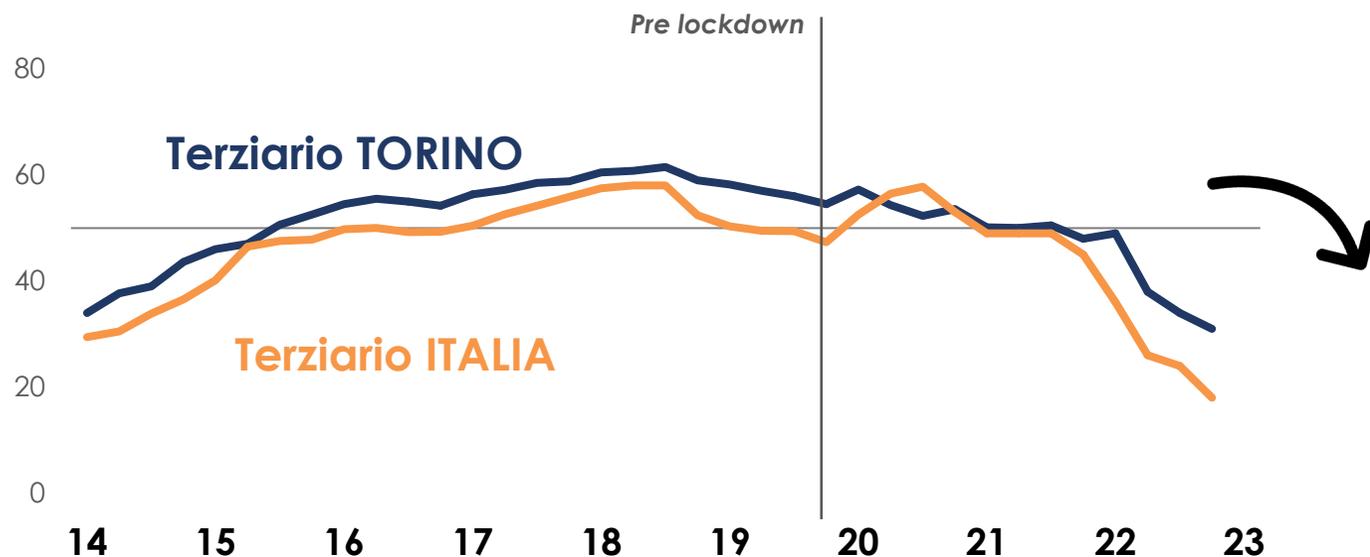
(Solo le imprese che hanno fidi/finanziamenti da oltre sei mesi) Quali sono le ragioni per le quali la sua impresa ha fatto richiesta di credito?



Base campione: 496 casi. Solo le imprese che hanno chiesto un fido o un finanziamento da oltre sei mesi. I dati sono riportati all'universo.

# Costo del finanziamento | I giudizi degli imprenditori del terziario della provincia di Torino circa i costi ai quali il credito viene concesso (tassi di interesse) sono peggiorati rispetto al trimestre precedente: il credito costa di più.

**COSTO DEL FINANZIAMENTO (TORINO vs ITALIA)**  
Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



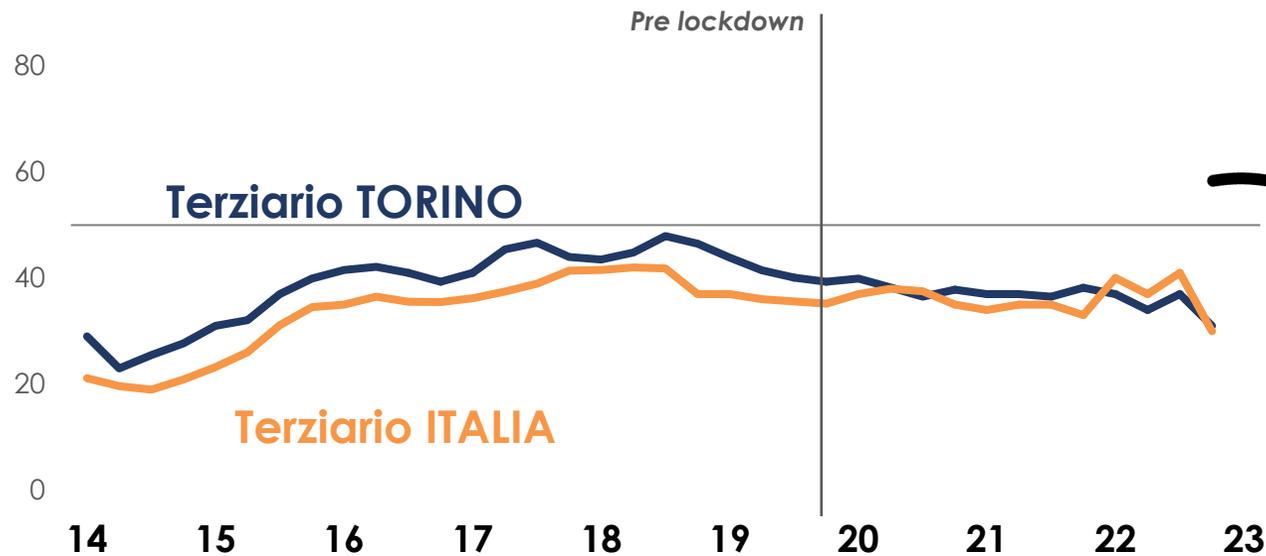
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi tre mesi, ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento al costo del finanziamento?

	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	
SET '21	21%	59%	20%	51	49
DIC '21	20%	56%	24%	48	45
MAR '22	21%	55%	24%	49	36
GIU '22	11%	53%	36%	38	26
SET '22	8%	52%	40%	34	24
DIC '22	2%	58%	40%	31	18

**Base campione:** 496 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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.

# Costo dell'istruttoria | I costi dell'istruttoria sono in peggioramento nel quarto trimestre 2022 secondo il giudizio degli imprenditori.

**COSTO DELL'ISTRUTTORIA (TORINO vs ITALIA)**  
Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



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 al costo dell'istruttoria?

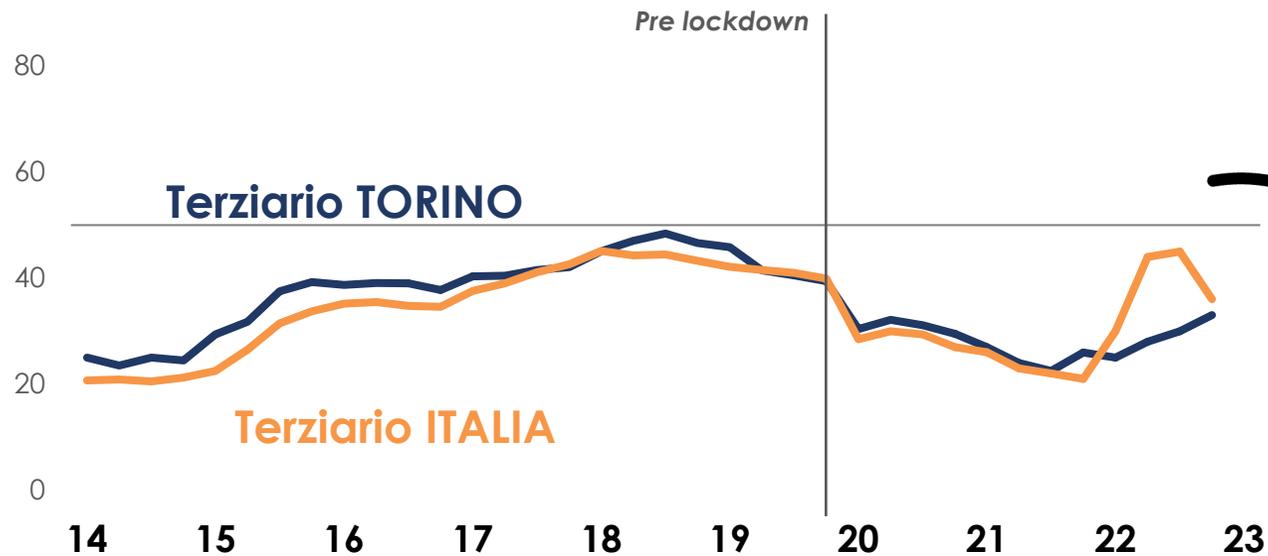
	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
SET '21	3%	67%	30%	37	35
DIC '21	2%	72%	26%	38	33
MAR '22	2%	71%	27%	37	40
GIU '22	0%	67%	33%	34	37
SET '22	1%	73%	26%	37	41
DIC '22	2%	58%	40%	31	30

**Base campione:** 496 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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.**

# Durata temporale del credito | Migliora lievemente il giudizio degli imprenditori del terziario di Torino sulla durata temporale del credito.

## DURATA TEMPORALE DEL CREDITO (TORINO vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



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 durata temporale del credito?

	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
SET '21	2%	41%	57%	23	22
DIC '21	3%	46%	51%	26	21
MAR '22	2%	47%	51%	25	31
GIU '22	3%	50%	47%	28	44
SET '22	2%	58%	41%	30	45
DIC '22	2%	62%	36%	33	36

**Base campione:** 496 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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.

# Garanzie | Migliorano leggermente i giudizi degli imprenditori per quanto concerne le garanzie richieste dalle banche alle imprese a copertura dei finanziamenti concessi.

## GARANZIE (TORINO vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



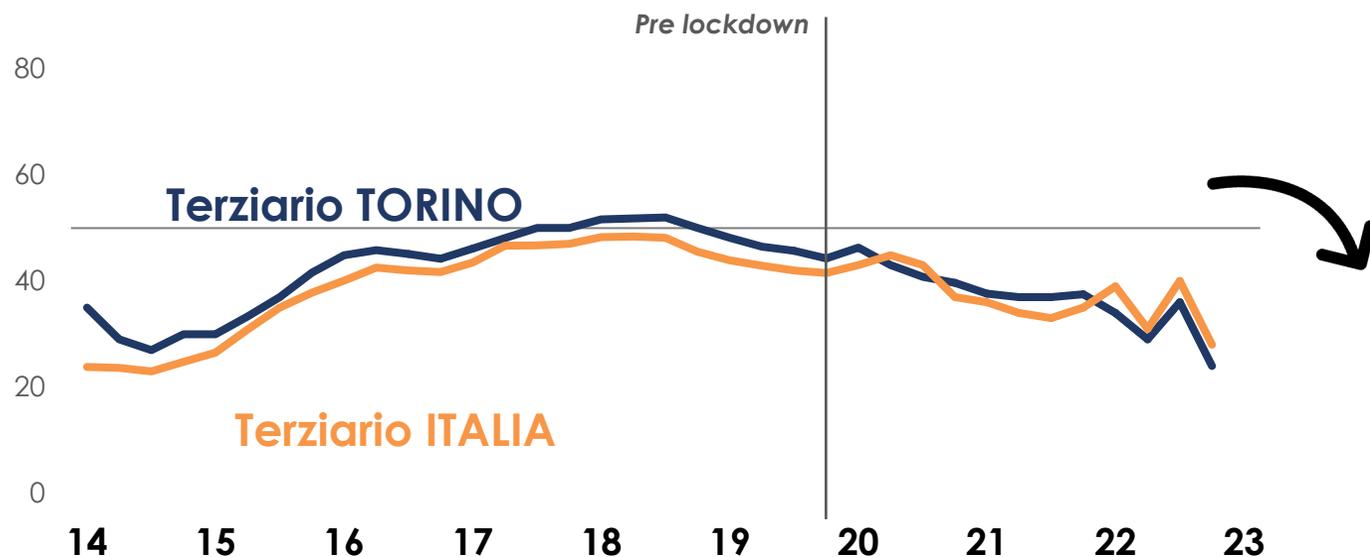
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi tre mesi, ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento alle garanzie richieste?

	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
SET '21	7%	65%	28%	40	35
DIC '21	6%	71%	23%	41	35
MAR '22	5%	70%	25%	40	39
GIU '22	0%	69%	31%	35	38
SET '22	0%	69%	31%	35	41
DIC '22	1%	70%	29%	36	38

**Base campione:** 496 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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.

# Costo dei servizi bancari | Peggiorano drasticamente i giudizi degli imprenditori circa il costo dei servizi bancari nel loro complesso.

**COSTO DEI SERVIZI BANCARI (TORINO vs ITALIA)**  
Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Con riferimento al costo dei servizi bancari, ritiene che, negli ultimi tre mesi, rispetto al trimestre precedente, la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata?

	TORINO				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
SET '21	2%	70%	28%	37	33
DIC '21	3%	69%	28%	38	35
MAR '22	1%	66%	33%	34	39
GIU '22	1%	58%	41%	29	31
SET '22	1%	71%	28%	36	40
DIC '22	1%	46%	53%	24	28

**Base campione:** 800 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% 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.**

# Agenda



*Premessa*



*Considerazioni generali di sintesi*



*Il tessuto imprenditoriale*



*Clima di fiducia*



*Congiuntura economica*



*Domanda e offerta di credito*



**Le nuove tendenze di consumo  
nell'opinione delle imprese**



*Metodo e back up*

## Le nuove tendenze di consumo nell'opinione delle imprese | Considerazioni iniziali

Di seguito vengono presentati i risultati del **focus di approfondimento monografico** mirato a raccogliere l'opinione delle imprese circa le tendenze e i comportamenti di acquisto dei consumatori rispetto agli ultimi tre anni.

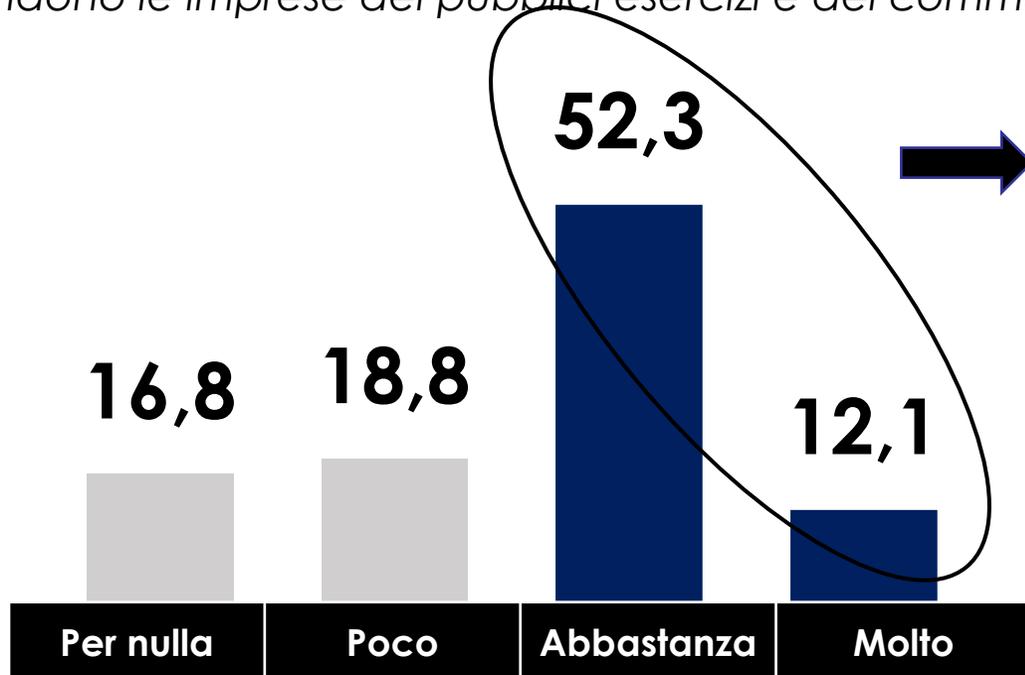
Vengono analizzate le variazioni delle abitudini dei consumatori ovvero come stanno cambiando le abitudini di spesa dei consumatori della provincia di Torino, i nuovi metodi di pagamento prevalenti, i servizi richiesti più frequentemente alle imprese da parte dei consumatori e le soluzioni e gli investimenti adottati dalle imprese del terziario di Torino per andare incontro ai nuovi comportamenti della domanda.

Il focus di approfondimento è stato effettuato esclusivamente presso le imprese dei **pubblici esercizi** e del **commercio al dettaglio** operanti nel territorio della provincia di Torino.

# Abitudini e comportamenti di acquisto | Il 64% circa delle imprese dei PE e del commercio al dettaglio rilevano cambiamenti significativi nelle abitudini dei consumatori.

Secondo la sua esperienza, quanto ritiene che nel corso degli ultimi 3 anni (2020-2022) sia avvenuto o che sia in corso d'opera un cambiamento nelle abitudini e nei comportamenti d'acquisto dei consumatori rispetto gli anni precedenti?

*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio)*



Il **64,4%** delle imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio sostiene che sia avvenuto un cambiamento abbastanza significativo nelle abitudini e nei comportamenti di acquisto dei consumatori, e sono...

## ANALISI per DIMENSIONE

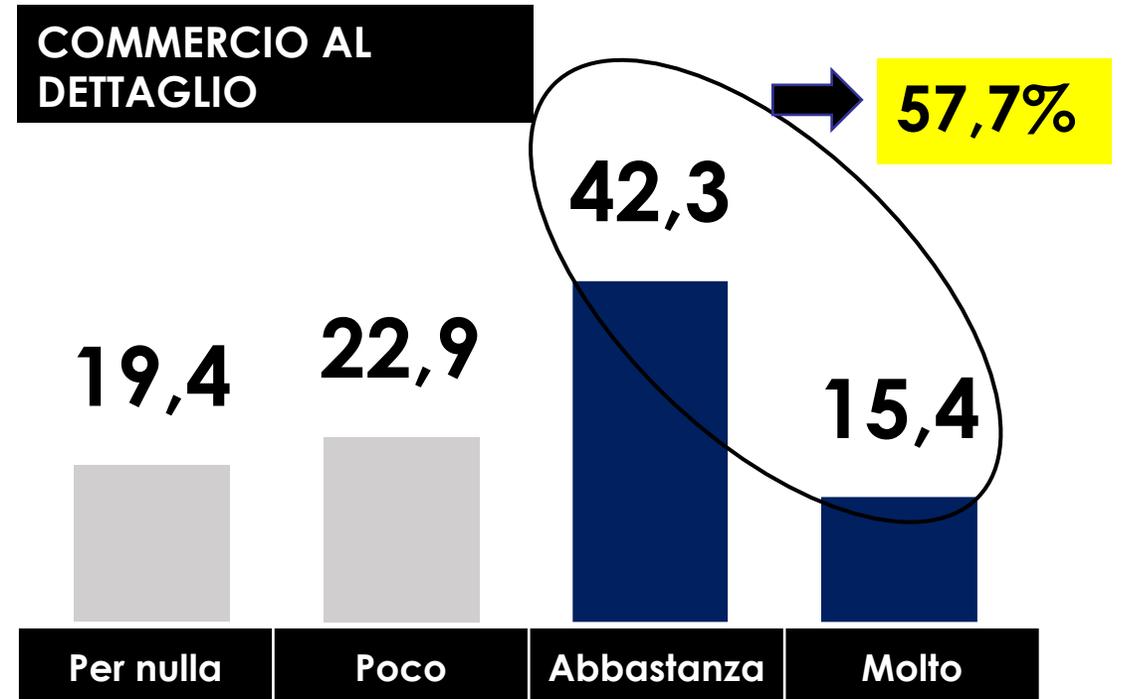
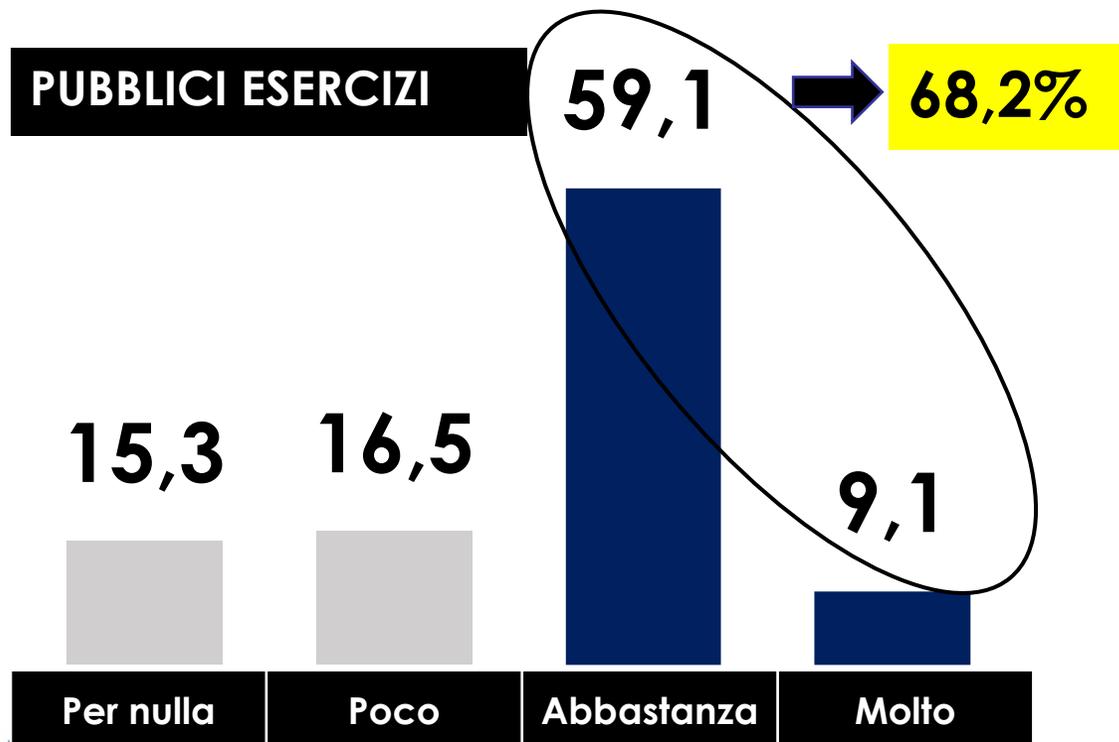
 Imprese 1-9 addetti	<b>66,3%</b>
 Imprese 10-19 addetti	<b>62,5%</b>
 Imprese oltre 20 addetti	<b>58,8%</b>

Base campione: 298 casi. Rispondono solo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

# Abitudini e comportamenti di acquisto | Bar e ristoranti registrano più frequentemente un cambiamento nelle abitudini e nei comportamenti d'acquisto dei consumatori nell'ultimo periodo rispetto gli anni precedenti.

Secondo la sua esperienza, quanto ritiene che nel corso degli ultimi 3 anni (2020-2022) sia avvenuto o che sia in corso d'opera un cambiamento nelle abitudini e nei comportamenti d'acquisto dei consumatori rispetto gli anni precedenti?

*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio)*



# Abitudini e comportamenti di acquisto | Nello specifico, il 46,6% delle imprese ha notato una riduzione degli acquisti, il 39,9% una riduzione del volume di spesa e il 30,0% una riduzione della qualità dei prodotti acquistati.

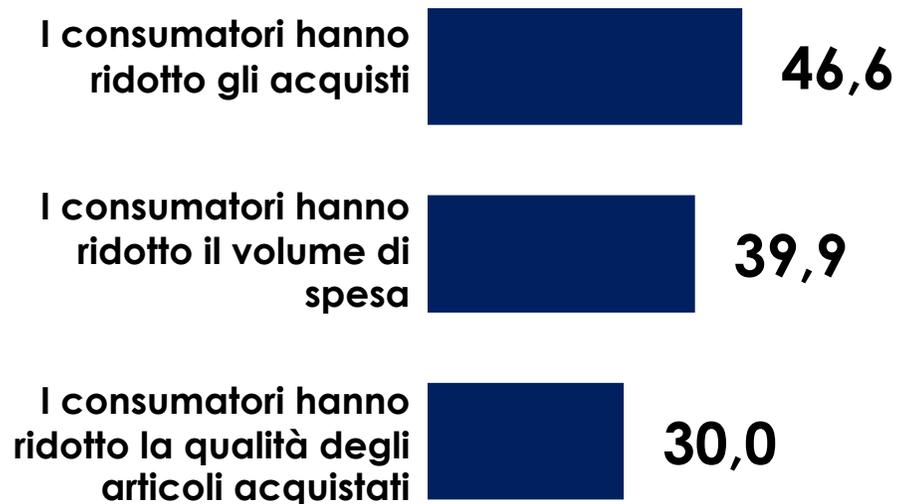
In particolare, secondo la sua opinione, in che modo sono cambiati i comportamenti d'acquisto dei consumatori con riferimento agli acquisti e alla spesa?

*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)*



L'83,2% delle imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio sostiene che sia avvenuto un cambiamento nelle abitudini e nei comportamenti di acquisto dei consumatori.

**Nello specifico...**



	PUBBLICI ESERCIZI	COMMERCIO DETTAGLIO
I consumatori hanno ridotto gli acquisti	38,7	51,9
I consumatori hanno ridotto il volume di spesa	34,3	44,1
I consumatori hanno ridotto la qualità degli articoli acquistati	29,0	31,4

Base campione: 242 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. Rispondono solo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

## Frequenza di acquisto | Anche la frequenza degli acquisti sta cambiando. In particolare il 23,5% delle imprese sostiene che questa sia diminuita negli ultimi tre anni. Solo l'8,3% afferma che è aumentata.

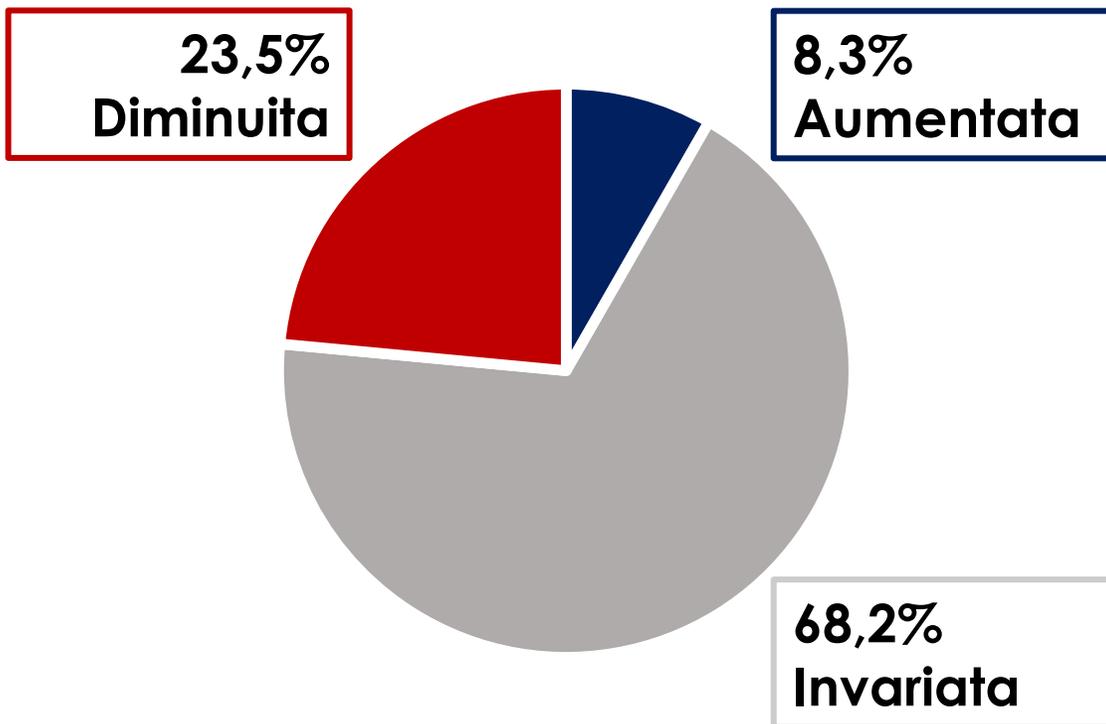
Quali altri cambiamenti ha rilevato nell'abitudine dei consumatori negli ultimi 3 anni con riferimento alla frequenza di acquisto presso la sua impresa?

*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)*



L'83,2% delle imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio sostiene che sia avvenuto un cambiamento nelle abitudini e nei comportamenti di acquisto dei consumatori.

**Nello specifico...**



PUBBLICI ESERCIZI	COMMERCIO DETTAGLIO
15,3% Aumentata	4,8% Aumentata
70,3% Invariata	61,4% Invariata
14,4% Diminuita	34,8% Diminuita

Base campione: 242 casi. Rispondono solo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

# Frequenza di acquisto | Variazioni nel cambiamento della frequenza di acquisto presso le imprese da parte dei consumatori in funzione del canale di vendita

A suo avviso come sono cambiate le abitudini di acquisto con riferimento ai canali utilizzati?  
*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)*

Commercio ambulante	Discount	Negozi di prossimità	Supermercati	Ipermercati (centri commerciali)	Acquisti online
8,3% Aumentata	38,8% Aumentata	14,0% Aumentata	12,4% Aumentata	9,0% Aumentata	82,6% Aumentata
84,3% Invariata	60,3% Invariata	57,9% Invariata	80,9% Invariata	83,6% Invariata	16,5% Invariata
7,4% Diminuita	0,8% Diminuita	28,1% Diminuita	6,6% Diminuita	7,4% Diminuita	0,8% Diminuita

Di seguito gli indicatori calcolati facendo la differenza tra «Aumentata» e «Diminuita» per i diversi canali.

1	38	-14	6	2	82
---	----	-----	---	---	----

## Metodi di pagamento | I metodi di pagamento preferiti dai consumatori negli ultimi tre anni sono stati i pagamenti digitali, è così per l'81% delle imprese intervistate. Pagamenti tradizionali e rateali sono intorno al 9%.

Quali cambiamenti ha rilevato nell'abitudine dei consumatori negli ultimi 3 anni con riferimento ai metodi di pagamenti principalmente utilizzati?

*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)*

Secondo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio...

**81,0%**

I consumatori oggi utilizzano maggiormente metodi di pagamento digitali (Pos, Contactless, Telefono, Carta di credito)

**9,9%**

I consumatori ancora preferiscono i pagamenti tradizionali in contanti

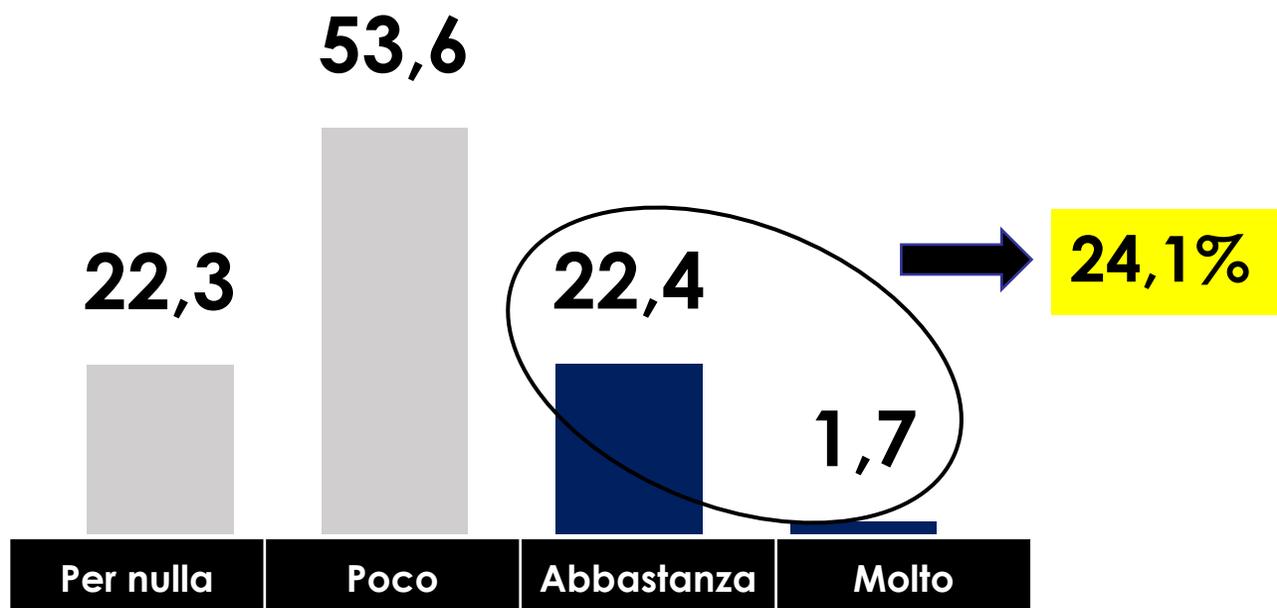
**9,1%**

Hanno constatato un aumento dei pagamenti in forma rateale

## Sostenibilità ambientale | L'attenzione alla sostenibilità ambientale ha influenzato le scelte e le abitudini dei consumatori negli ultimi tre anni secondo poco meno del 25% delle imprese.

A suo avviso, in che misura l'attenzione alla sostenibilità ambientale ha influenzato le scelte e le abitudini dei consumatori negli ultimi 3 anni?

(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)



### ANALISI per DIMENSIONE

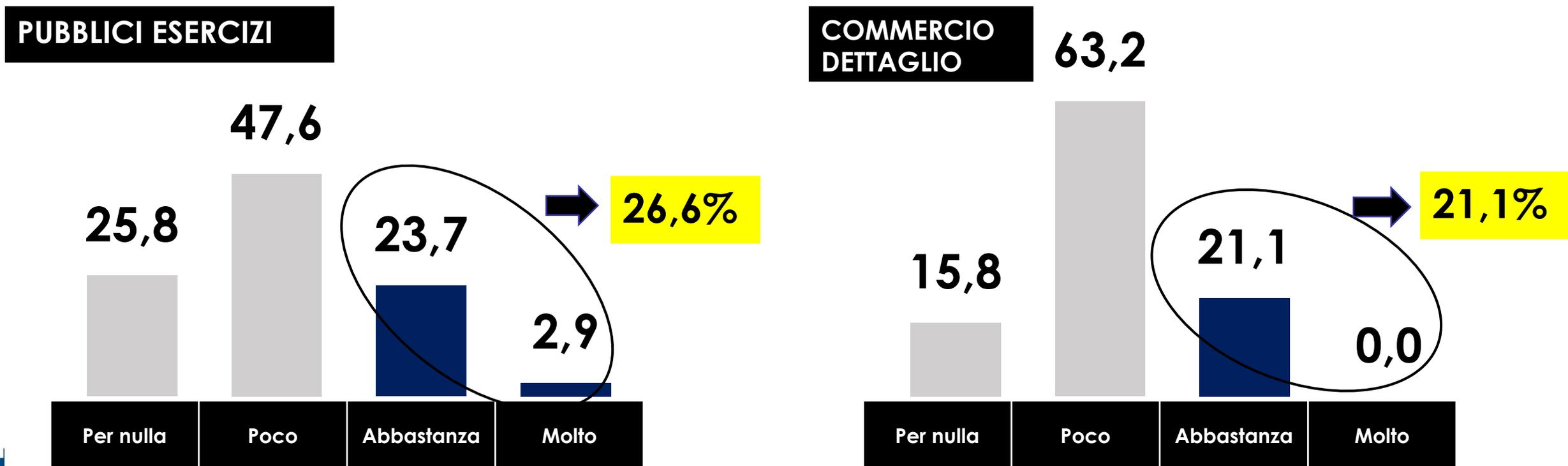
Imprese 1-9 addetti	17,7%
Imprese 10-19 addetti	24,0%
Imprese oltre 20 addetti	38,6%

Base campione: 242 casi. Rispondono solo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

## Sostenibilità ambientale | L'idea secondo la quale l'attenzione alla sostenibilità ambientale ha influenzato le scelte e le abitudini dei consumatori negli ultimi tre anni è più accentuata presso i pubblici esercizi.

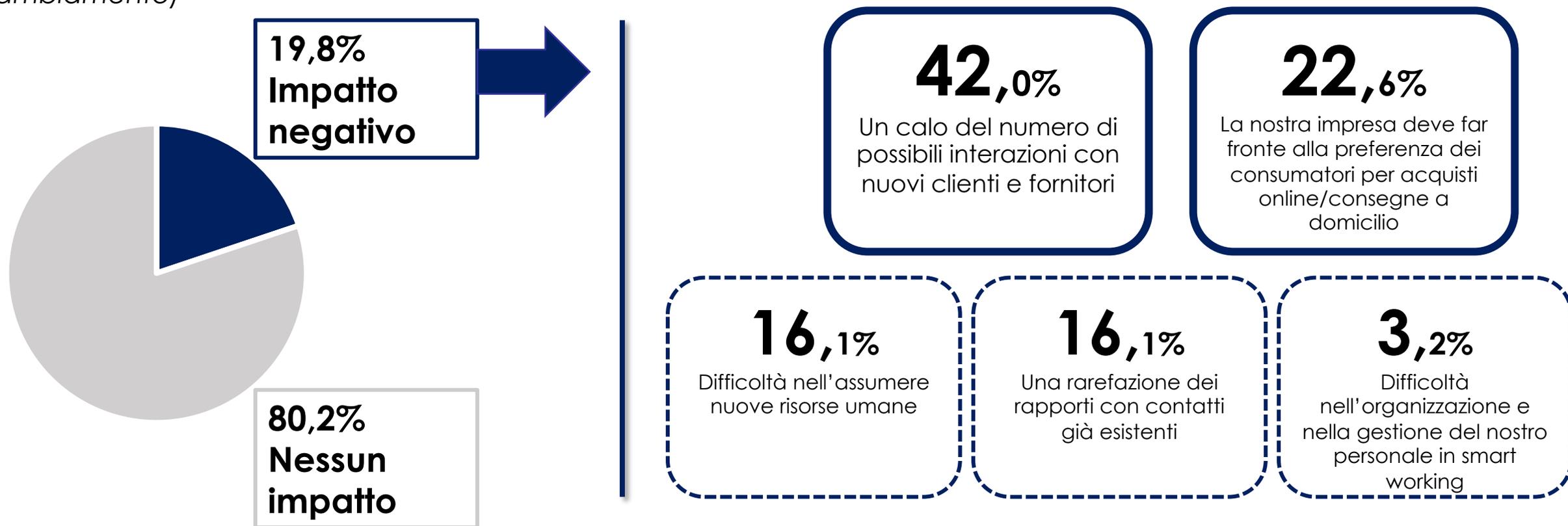
A suo avviso, in che misura l'attenzione alla sostenibilità ambientale ha influenzato le scelte e le abitudini dei consumatori negli ultimi 3 anni?

(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)



# Smart working | Lo smart working ha impattato negativamente sull'andamento delle imprese secondo poco meno del 20% delle imprese stesse.

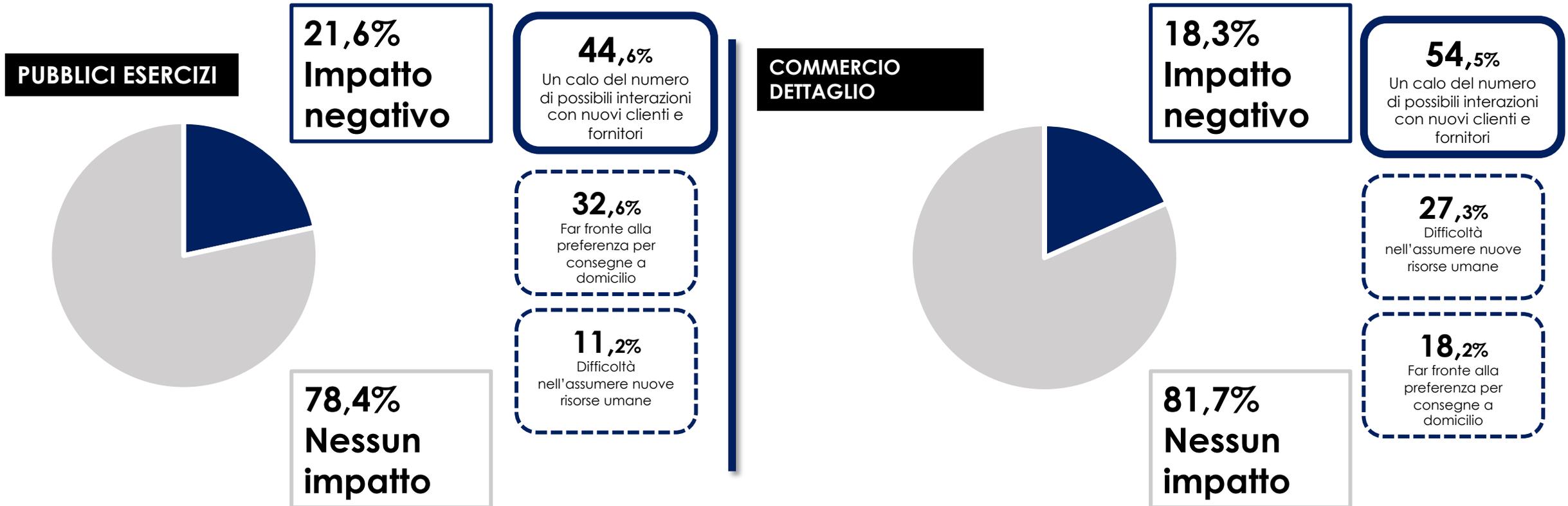
In che modo la diffusione dello smart-working ha impattato / sta impattando sulla sua impresa?  
(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)



Base campione: 242 casi. Rispondono solo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

# Smart working | Approfondimento imprese dei pubblici esercizi e commercio al dettaglio.

In che modo la diffusione dello smart-working ha impattato / sta impattando sulla sua impresa?  
(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)



## Il sentiment delle imprese | Le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio di Torino guardano a questi cambiamenti con leggero ottimismo.

Quali, tra le seguenti emozioni prova più spesso pensando ai cambiamenti in corso nei comportamenti di acquisto dei consumatori?

(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)



Viene rappresentato il valore medio dei giudizi delle imprese su una scala da 0 a 10, dove 0 indica massimo sentiment negativo e 10 indica massimo sentiment positivo.

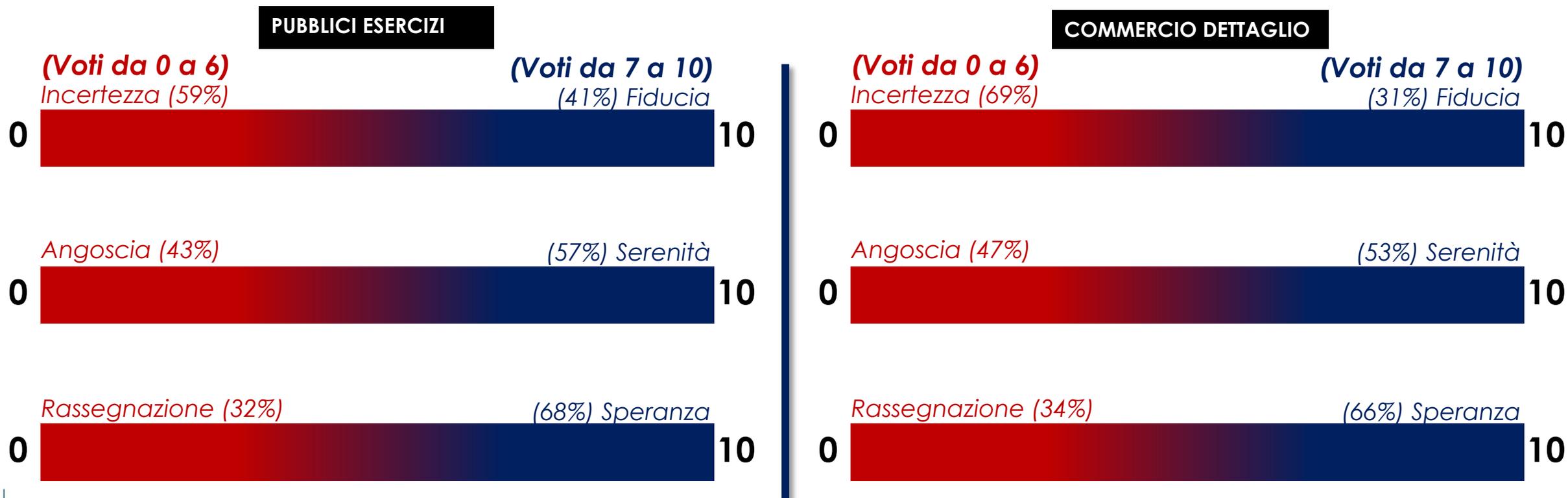


Base campione: 242 casi. Rispondono solo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

# Il sentiment delle imprese | Approfondimento imprese dei pubblici esercizi e commercio al dettaglio.

Quali, tra le seguenti emozioni prova più spesso pensando ai cambiamenti in corso nei comportamenti di acquisto dei consumatori?

*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)*



## Servizi richiesti alle imprese | I servizi più richiesti dai consumatori negli ultimi tre anni son state le consegne a domicilio, prenotazioni/acquisti online e l'utilizzo dei social network come canale di comunicazione diretto tra consumatore e impresa.

Quali sono i servizi che i consumatori negli ultimi 3 anni cercano maggiormente dalla tua impresa?  
(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)

Servizi	Valori %	Publici esercizi	Commercio dettaglio
Consegne a domicilio	38,4%	44,3%	37,6%
Possibilità di prenotare/acquistare tramite app	24,8%	39,9%	23,2%
Utilizzo dei social network e messaggeria	20,7%	28,7%	15,8%
Presenza online con proprio sito e-commerce	8,3%		
Consulenza e guide all'acquisto	3,3%		
Mi informo online e acquisto in negozio	3,3%		
Provo in negozio e acquisto online	1,2%		

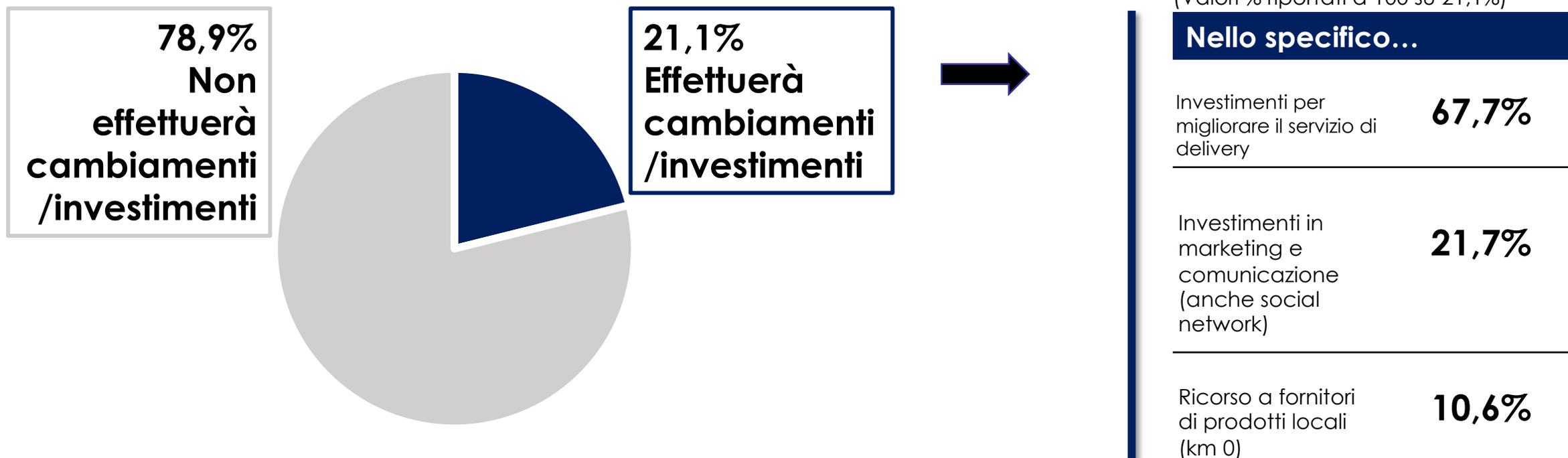
I valori mancanti non sono riportati perché statisticamente scarsamente significativi.

Base campione: 242 casi. Rispondono solo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

## Investimenti delle imprese | Le imprese che si dichiarano disposte ad investire a fronte di questi cambiamenti sono il 21%. Gli investimenti predisposti da queste imprese sarebbero volti soprattutto a migliorare il servizio di delivery.

Quali politiche sta adottando/adotterà la sua impresa per far fronte ai cambiamenti avvenuti nei comportamenti dei consumatori?

*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)*



Base campione: 242 casi. Rispondono solo le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

# Investimenti delle imprese | Approfondimento imprese dei pubblici esercizi e commercio al dettaglio.

Quali politiche sta adottando/adotterà la sua impresa per far fronte ai cambiamenti avvenuti nei comportamenti dei consumatori?

*(Rispondono le imprese dei pubblici esercizi e del commercio al dettaglio che ritengono ci sia stato un cambiamento)*

PUBBLICI ESERCIZI	
<b>34,1%</b> Effettuerà cambiamenti o investimenti	<b>65,9%</b> Non effettuerà cambiamenti o investimenti

COMMERCIO DETTAGLIO	
<b>16,8%</b> Effettuerà cambiamenti o investimenti	<b>83,2%</b> Non effettuerà cambiamenti o investimenti

## Nello specifico...

	PUBBLICI ESERCIZI	COMMERCIO DETTAGLIO
Investimenti per migliorare il servizio di delivery	<b>73,6%</b>	<b>60,9%</b>
Investimenti in marketing e comunicazione (anche social network)	<b>19,7%</b>	<b>26,2%</b>
Ricorso a fornitori di prodotti locali (km 0)	<b>6,7%</b>	<b>12,9%</b>

# Agenda



*Premessa*



*Considerazioni generali di sintesi*



*Il tessuto imprenditoriale*



*Clima di fiducia*



*Congiuntura economica*



*Domanda e offerta di credito*



*Le nuove tendenze di consumo  
nell'opinione delle imprese*



**Metodo e back up**

# Metodo e back up | Scheda tecnica della ricerca

## COMMITTENTE

Ascom Confcommercio Imprese per l'Italia Torino e Provincia

## AUTORE

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

## OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sull'andamento economico e sul fabbisogno del credito delle imprese della provincia di Torino.

## DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese della provincia di Torino. Domini di studio del campione: Dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, 20-49 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).

## NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 800 casi (800 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 3.368 (44,7%); «rifiuti»: 137 (1,8%); «sostituzioni»: 3.505 (46,5%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 3,5$ ). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

## METODO DI CONTATTO

Interviste somministrate con Sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interview) / Cawi (Computer Assisted Telephone Interview) .

## TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

## PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 3 al 13 febbraio 2023.

## 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 E STAFF

Dott. Pierluigi Ascani  
Dott.ssa Ludovica Gervasio  
Dott. Stefano Ascani

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

**UNIVERSO** delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi nella provincia di Torino

	1	2-5	6-9	10-15	16-49	50-249	>249	
Commercio food	4.762	3.235	329	133	103	13	0	<b>8.574</b>
Commercio non food	24.984	14.056	1.943	719	445	74	8	<b>42.227</b>
Ristorazione	3.846	6.932	1.303	368	150	18	4	<b>12.620</b>
Ricezione turistica	349	285	72	41	33	6	0	<b>785</b>
Trasporti e logistica	3.057	1.495	372	215	211	98	18	<b>5.467</b>
Servizi	32.758	12.923	1.307	586	504	230	49	<b>48.357</b>
<b>TOTALE</b>	<b>69.754</b>	<b>38.923</b>	<b>5.327</b>	<b>2.062</b>	<b>1.446</b>	<b>439</b>	<b>80</b>	<b>118.031</b>

**CAMPIONE REALIZZATO** delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi nella provincia di Torino

	1	2-5	6-9	10-15	16-49	50-249	>249	Totale
Commercio food	48	50	12	10	18	0	0	<b>138</b>
Commercio non food	28	28	32	34	30	8	0	<b>160</b>
Ristorazione	18	16	26	14	12	0	0	<b>86</b>
Ricezione turistica	8	22	6	12	6	0	0	<b>54</b>
Trasporti e logistica	20	40	12	26	10	4	0	<b>112</b>
Servizi	42	42	40	38	44	36	8	<b>250</b>
<b>TOTALE</b>	<b>164</b>	<b>198</b>	<b>128</b>	<b>134</b>	<b>120</b>	<b>48</b>	<b>8</b>	<b>800</b>

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.

2023 © 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: Assirm, 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.