



# **ASCOM PARMA** | L'impatto dell'emergenza COVID-19 sulle imprese del terziario della provincia di Parma

**PRESENTAZIONE DEI RISULTATI PRINCIPALI DELLA RICERCA «LUGLIO 2020»**

Parma, 10 luglio 2020 (20158apr/P02)

# Agenda



## Premessa



*I numeri dell'emergenza economica e sanitaria*



*Clima di fiducia*



*Andamento congiunturale*



*Stima degli effetti del lockdown*



*Organizzazione aziendale*



*Attese verso la Politica e la PA*



*Domanda e offerta di credito*



*Il ruolo dell'associazione a supporto delle imprese*



*Metodo e Back up*

## Premessa | Presentazione dello studio

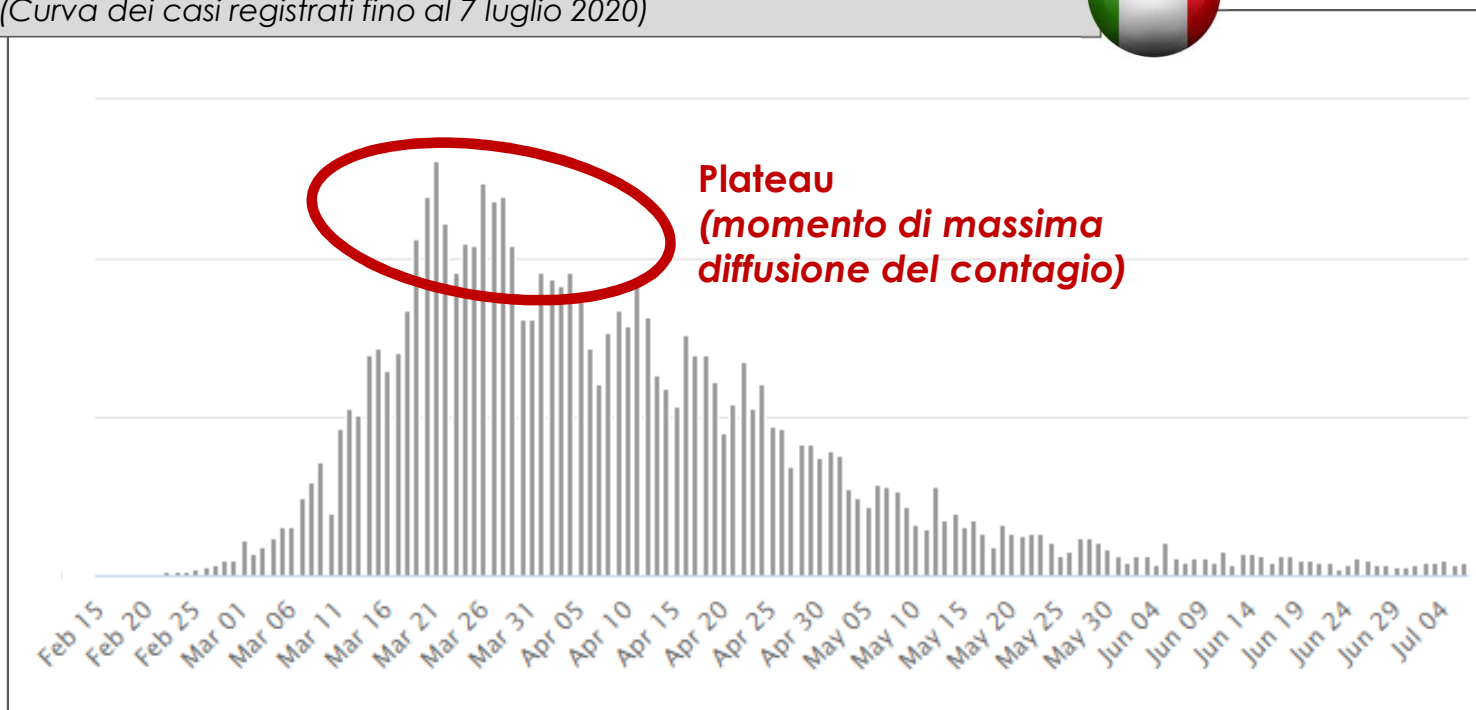
- Il presente documento contiene i risultati emersi da una indagine effettuata per conto di Ascom Parma Confcommercio Imprese per l'Italia su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario (commercio, turismo e servizi) che insistono sul territorio della provincia di Parma.
- Lo studio contiene al proprio interno l'analisi del **sentiment delle imprese del terziario parmense** rispetto a quanto accaduto **a seguito dello scoppio dell'emergenza economica e sanitaria causata dalla diffusione del COVID-19**.
- L'indagine analizza l'**impatto della crisi** sulle principali determinanti dell'andamento dell'attività delle imprese: dal livello dei **ricavi** al **fabbisogno finanziario**, passando per il rapporto con le banche (**domanda e offerta di credito**).



**Diffusione del COVID-19 in Italia | La diffusione del virus in Italia, ora in fase di regressione, ha raggiunto il suo *plateau* nella seconda metà di marzo. Il bilancio aggiornato alla prima decade di luglio è di 242 mila contagiati.**

**Andamento dei casi contagiati da COVID-19 in Italia**

(Curva dei casi registrati fino al 7 luglio 2020)



**Casi in Italia:**

**242 mila**

**Decessi in Italia:**

**35 mila**

**Casi a Parma:**

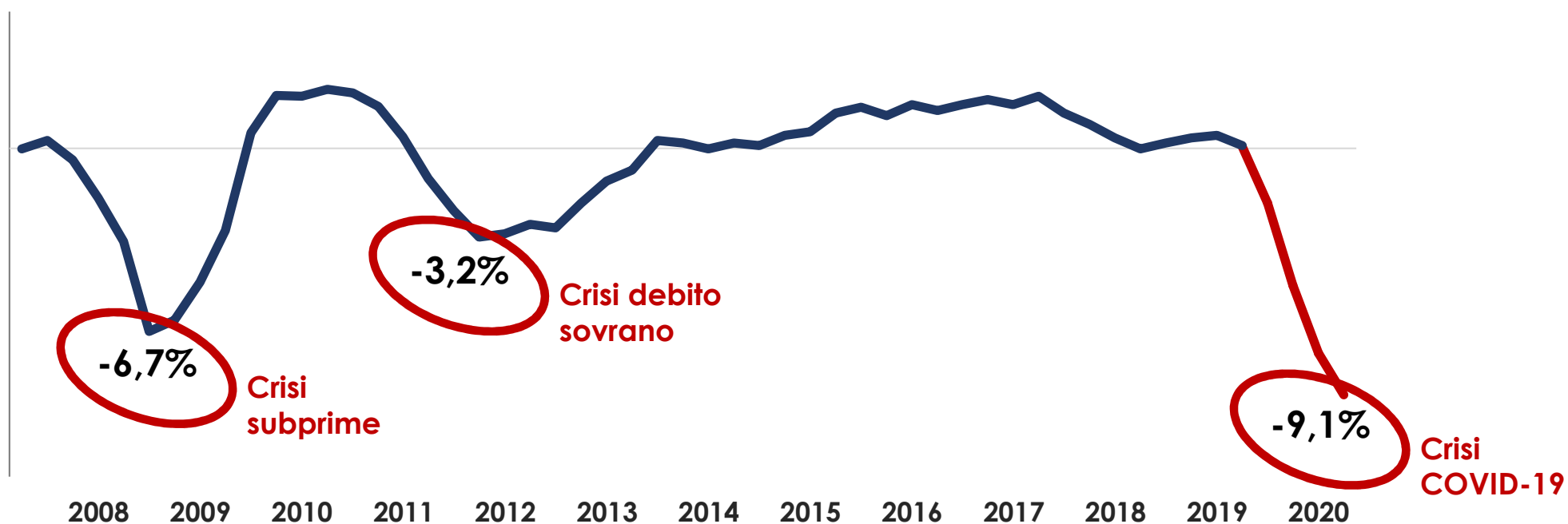
**3.679**

**Decessi a Parma:**

**767**

## Crescita in Italia | L'Italia sta vivendo una delle crisi più profonde della sua storia, addirittura peggiore rispetto a quanto accadde con la crisi subprime e quella post 2011.

**Andamento del PIL in ITALIA**  
(Variazioni tendenziali)



**Consumi in Italia | Nel mese di marzo il calo dei consumi è stato pari a -31,7% rispetto al marzo 2019. La contrazione dei consumi fuori casa è stata pari a -69,5%.**

### Variazioni tendenziali dei consumi

	2019	2020			
	Anno	I trim	Gen.	Feb.	Mar.
SERVIZI	1,1	-16,8	1,2	-2,8	-47,9
BENI	0,6	-7,8	-0,4	2,4	-25,0
<b>TOTALE</b>	<b>0,7</b>	<b>-10,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,9</b>	<b>-31,7</b>
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	<b>0,0</b>	<b>-20,2</b>	<b>0,5</b>	<b>1,6</b>	<b>-60,1</b>
- servizi ricreativi	3,6	-25,5	9,5	-5,9	-71,2
- giochi, giocattoli, articoli per sport e campeggio	0,9	-18,6	3,3	5,8	-66,3
<b>Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa</b>	<b>1,1</b>	<b>-25,0</b>	<b>0,6</b>	<b>-4,9</b>	<b>-69,5</b>
- alberghi	1,2	-30,1	2,8	-8,8	-75,0
- pubblici esercizi	1,0	-24,2	0,3	-4,3	-68,4
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	<b>-0,1</b>	<b>-26,8</b>	<b>-5,9</b>	<b>-9,0</b>	<b>-63,3</b>
- automobili	-0,1	-38,5	-13,7	-19,0	-82,4
- carburanti	-0,8	-15,8	-1,0	-0,6	-44,0
- trasporti aerei	4,0	-31,8	4,1	-9,0	-81,0
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	<b>7,0</b>	<b>6,1</b>	<b>6,5</b>	<b>5,3</b>	<b>6,5</b>
- servizi per le comunicazioni	2,3	3,8	2,7	0,7	8,0
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	<b>-0,1</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>3,6</b>	<b>0,1</b>
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-1,1	2,0	-2,2	3,9	4,0
<b>Abbigliamento e calzature</b>	<b>1,1</b>	<b>-17,0</b>	<b>2,2</b>	<b>3,1</b>	<b>-67,4</b>
<b>Beni e servizi per la casa</b>	<b>1,2</b>	<b>-4,1</b>	<b>0,5</b>	<b>3,0</b>	<b>-15,7</b>
- energia elettrica	-0,6	-1,0	-3,8	0,7	0,5
- mobili, tessili e arredamento per la casa	0,9	-20,5	1,5	3,6	-66,2
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	8,2	-13,0	6,5	7,1	-54,3
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	<b>0,0</b>	<b>5,6</b>	<b>0,7</b>	<b>7,1</b>	<b>8,9</b>

**Consumi MARZO 2020**  
(su MARZO 2019)

**-31,7%**



**Consumi fuori casa -69,5%**

**Moda -67,4%**

**Mobilità -62,3%**

**Servizi ricreativi -60,1%**

**Casa -15,7%**



**Alimentari +8,9%**

**Comunicazione +6,5%**

**Cura della persona +0,1%**

**Consumi in Italia | Nel mese di aprile il calo dei consumi è stato pari a -47,6% rispetto ad aprile 2019. La contrazione dei consumi fuori casa è stata pari a -92,6%.**

**Variazioni tendenziali dei consumi**

	2019	2020			
	Anno	I trim	Feb	Mar	Apr
<b>SERVIZI</b>	1,1	-13,4	-2,5	-39,6	-69,8
<b>BENI</b>	0,6	-8,2	2,7	-26,2	-37,7
<b>TOTALE</b>	0,8	-9,7	1,1	-30,1	<b>-47,6</b>
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	0,0	-14,7	1,3	-44,1	-79,6
- servizi ricreativi	3,6	-25,5	-5,9	-71,3	-98,0
- giochi, giocattoli, articoli per sport e campeggio	0,9	-14,8	3,7	-53,0	-75,0
<b>Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa</b>	1,1	-18,8	-4,6	-53,9	-92,6
- alberghi	1,2	-26,0	-1,7	-75,0	-93,2
- pubblici esercizi	1,0	-17,6	-5,1	-49,7	-92,4
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	-0,1	-27,1	-8,7	-64,5	-81,4
- automobili	-0,1	-38,3	-18,7	-82,3	-97,8
- carburanti	-0,7	-16,6	-0,6	-46,0	-66,3
- trasporti aerei	4,0	-32,0	-4,6	-85,2	-91,0
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	7,0	5,6	5,8	4,6	3,0
- servizi per le comunicazioni	2,3	3,8	0,7	8,0	8,6
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	-0,1	-3,7	4,0	-14,3	-21,0
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-1,1	-1,5	4,3	-6,4	-0,5
<b>Abbigliamento e calzature</b>	1,1	-13,9	3,1	-56,5	-88,9
<b>Beni e servizi per la casa</b>	1,2	-5,2	3,1	-19,0	-26,9
- energia elettrica	-0,6	-0,5	0,7	2,1	6,6
- mobili, tessili e arredamento per la casa	0,9	-15,0	2,9	-49,2	-94,0
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	8,2	-6,8	8,5	-36,7	-79,6
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	0,0	3,5	7,6	2,6	3,1
- alimentari e bevande	0,1	4,0	8,5	2,4	3,5
- tabacchi	-1,2	-0,1	1,0	3,5	0,0



**Consumi APRILE 2020**  
(SU APRILE 2019)

**-47,6%**



- Consumi fuori casa -92,6%**
- Moda -88,9%**
- Mobilità -81,4%**
- Servizi ricreativi -79,6%**
- Casa -26,9%**
- Cura della persona -21,0%**



- Alimentari +3,1%**
- Comunicazione +3,0%**

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Confcommercio Imprese per l'Italia.

**Consumi in Italia | Nel mese di maggio il calo dei consumi è stato pari a -29,4% rispetto a maggio 2019. La contrazione dei consumi fuori casa è stata pari a -65,9%.**

**Variazioni tendenziali dei consumi**

Tab. 2 - Variazioni tendenziali dell'ICC in quantità - dati grezzi					
	2019	2020			
	Anno	I trim	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	1,1	-16,2	-46,8	-71,4	-50,2
<b>BENI</b>	0,6	-8,8	-27,4	-36,0	-20,2
<b>TOTALE</b>	0,7	-10,9	-33,0	-47,0	-29,4
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	0,0	-17,3	-47,1	-69,4	-45,9
- servizi ricreativi	3,6	-32,0	-89,6	-98,0	-92,0
- giochi, giocattoli, articoli per sport e campeggio	0,9	-30,6	-62,8	-85,3	-57,4
<b>Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa</b>	1,1	-23,4	-66,0	-94,5	-65,9
- alberghi	1,2	-31,3	-86,1	-93,3	-88,0
- pubblici esercizi	1,0	-22,0	-62,0	-94,8	-60,0
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	-0,1	-27,9	-66,9	-83,0	-45,1
- automobili	-0,1	-38,3	-82,3	-97,8	-35,2
- carburanti	-0,7	-18,4	-51,3	-68,4	-46,4
- trasporti aerei	4,0	-32,0	-85,2	-99,3	-96,0
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	6,8	4,0	1,0	-0,5	0,9
- servizi per le comunicazioni	2,0	2,0	4,8	5,2	2,5
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	-0,1	-3,4	-13,3	-21,6	-9,8
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-1,1	-0,6	-4,0	-3,7	0,0
<b>Abbigliamento e calzature</b>	1,1	-15,2	-61,0	-85,2	-54,7
<b>Beni e servizi per la casa</b>	1,2	-5,5	-19,9	-26,3	-16,3
- energia elettrica	-0,6	-0,5	2,1	6,5	6,7
- mobili, tessili e arredamento per la casa	0,9	-16,0	-52,0	-83,7	-60,0
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	8,2	-7,6	-39,2	-44,5	-17,6
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	0,0	3,9	3,7	2,9	3,7
- alimentari e bevande	0,1	4,5	3,7	3,3	4,4
- tabacchi	-1,2	-0,1	3,5	0,1	-0,8



**Consumi MAGGIO 2020**  
(su MAGGIO 2019)

**-29,4%**



**Consumi fuori casa -65,9%**

**Moda -54,7%**

**Mobilità -45,1%**

**Servizi ricreativi -45,9%**

**Casa -16,3%**

**Cura della persona -9,8%**



**Alimentari +3,7%**

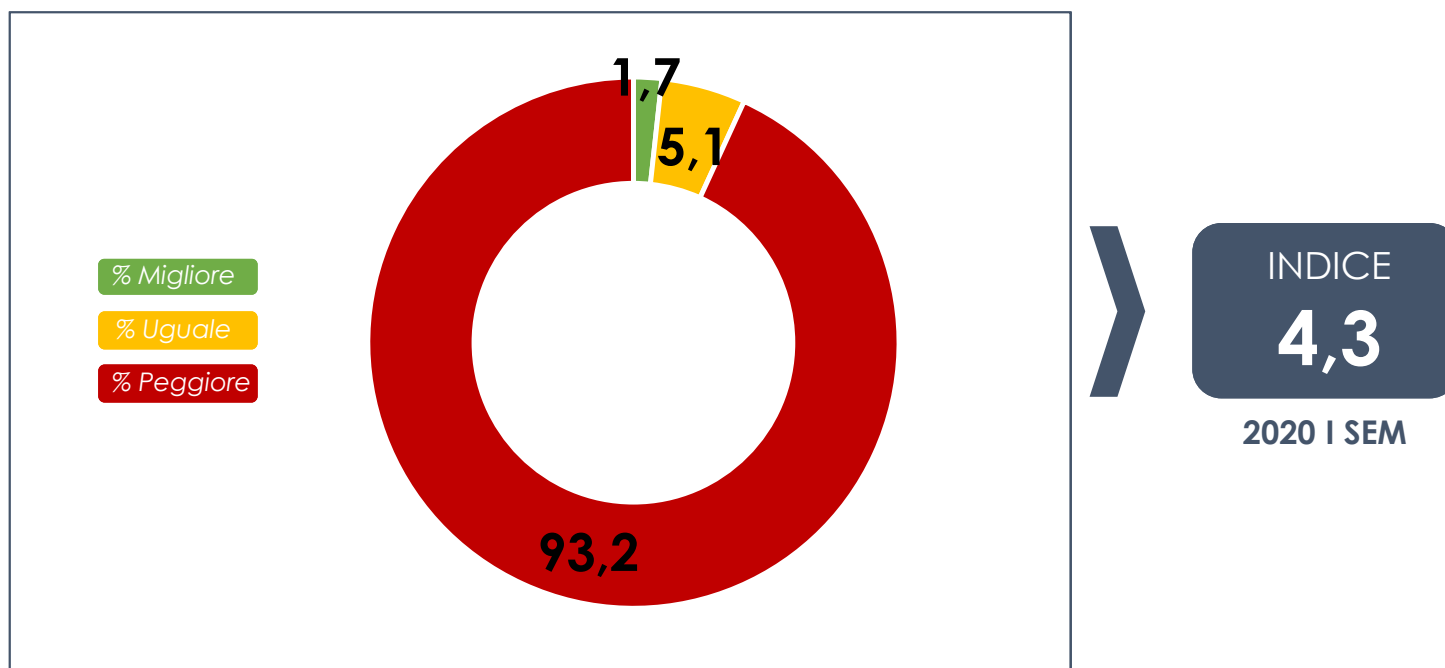
**Comunicazione +0,9%**

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Confcommercio Imprese per l'Italia.



## Livello di FIDUCIA | Crollo della fiducia delle imprese e sentiment fortemente negativo delle imprese del terziario della provincia di Parma circa la situazione economica nei primi mesi del 2020.

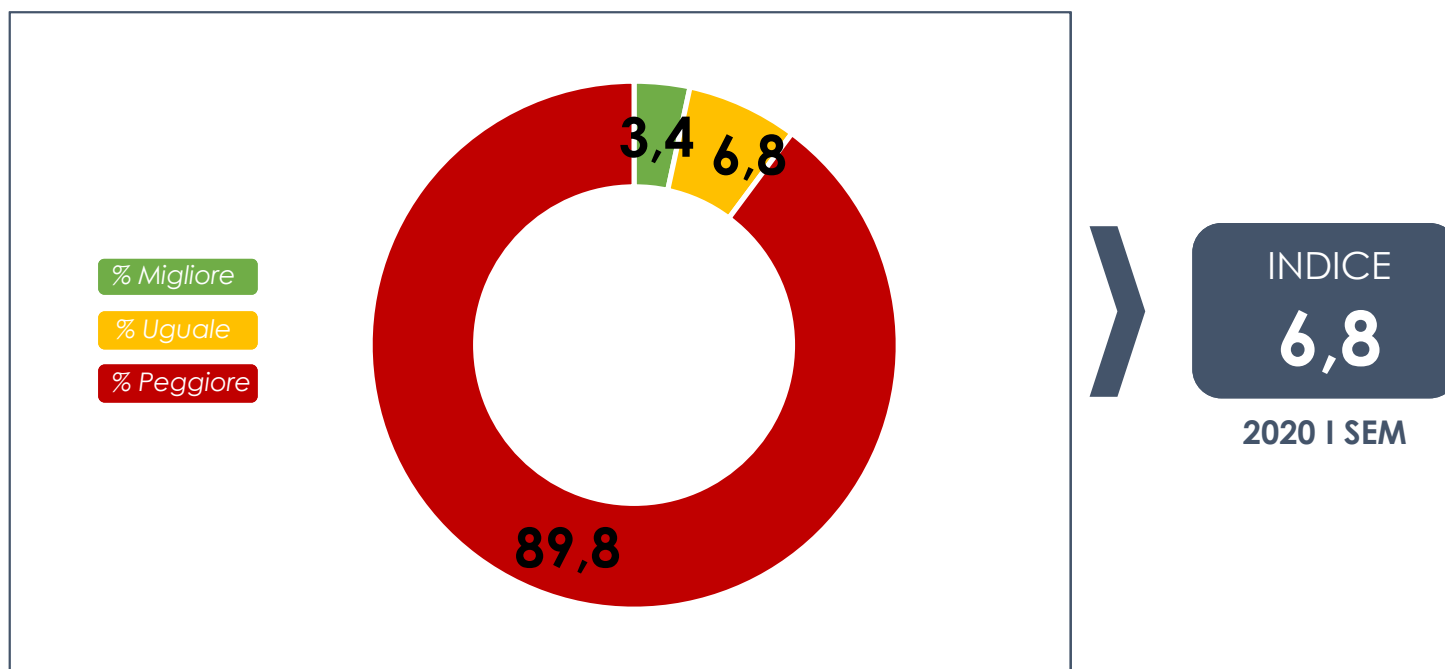
A suo giudizio la **situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del suo settore, nei **primi mesi del 2020**, rispetto agli ultimi mesi del 2019, è...?



**Base campione:** 400 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. **INDICE** = (% 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.**

## Livello di FIDUCIA ANDAMENTO PROPRIA IMPRESA | Negativo anche il sentiment relativo all'andamento della propria attività: l'89,8% delle imprese del terziario parmense dichiara un peggioramento rispetto all'ultima parte del 2019.

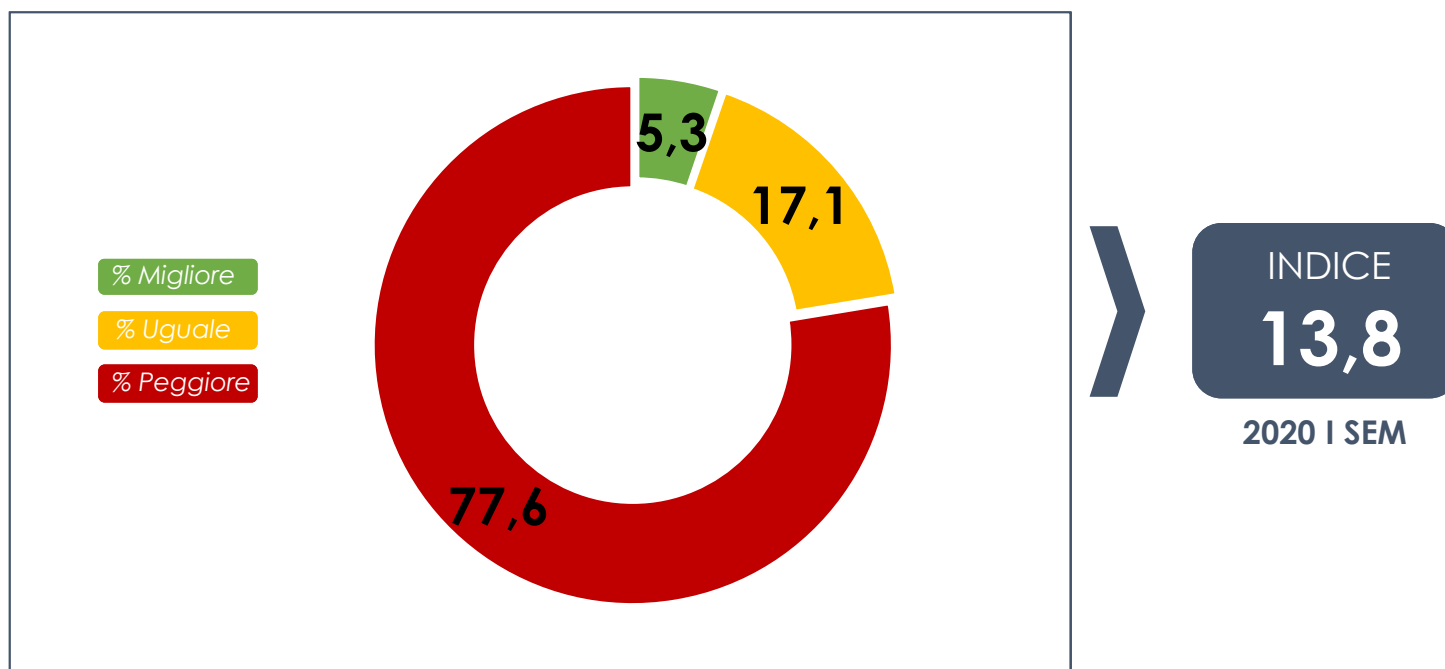
Come giudica l'**andamento economico generale della Sua impresa** nei **primi mesi del 2020**, rispetto agli ultimi mesi del 2019...?



**Base campione:** 400 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. **INDICE** = (% 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 | La sospensione delle attività dovuta al lockdown ha prodotto conseguenze devastanti sui ricavi delle imprese nei primi mesi dell'anno.

Tenuto conto dei fattori stagionali, nei **primi mesi del 2020**, i **ricavi** della Sua impresa rispetto agli ultimi mesi del 2019...?

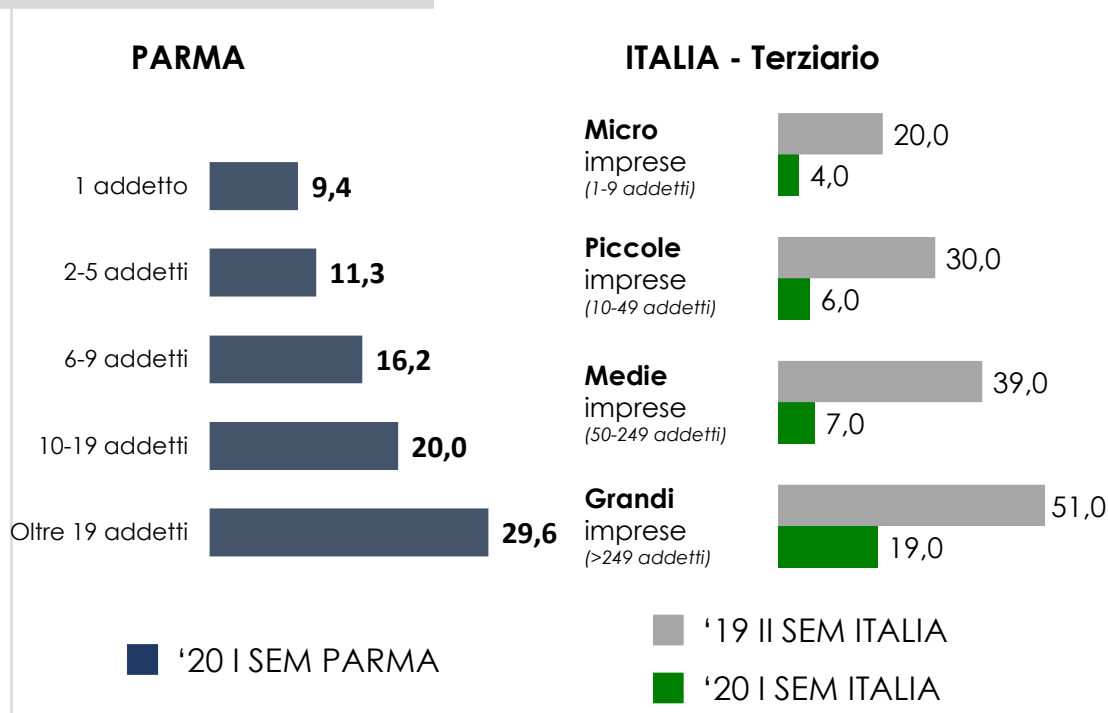


**Base campione:** 400 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. **INDICE** = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

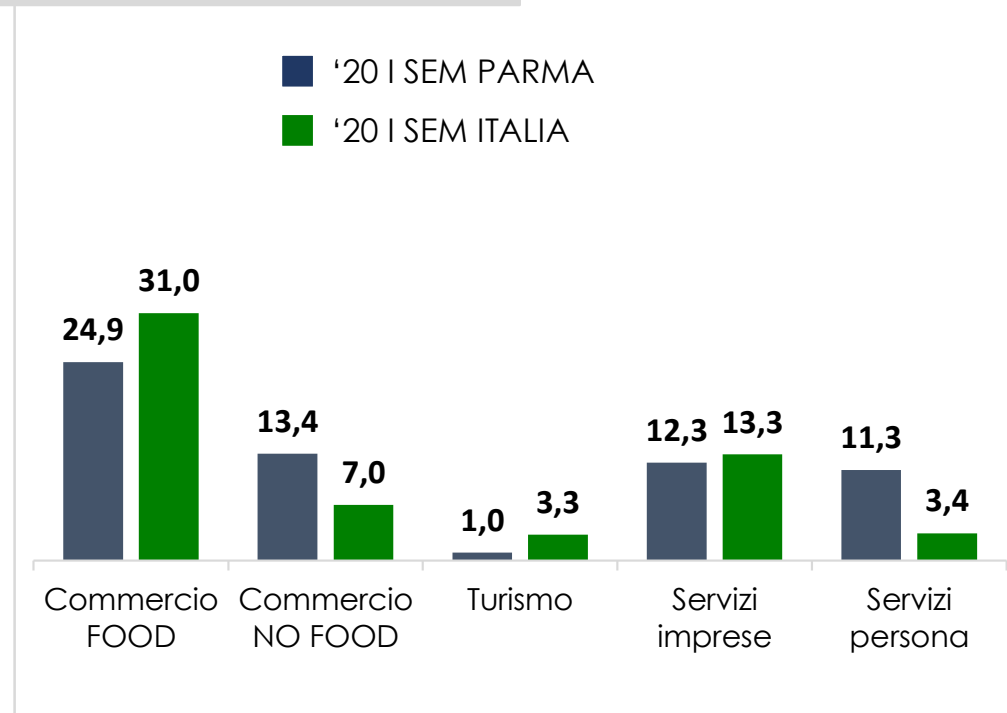
## Andamento dei RICAVI | Le accentuazioni per classe di addetti e settore di attività.

Tenuto conto dei fattori stagionali, nei **primi mesi del 2020**, i **ricavi** della Sua impresa rispetto agli ultimi mesi del 2019...?

### INDICE – Classe di addetti



### INDICE – Settore di attività

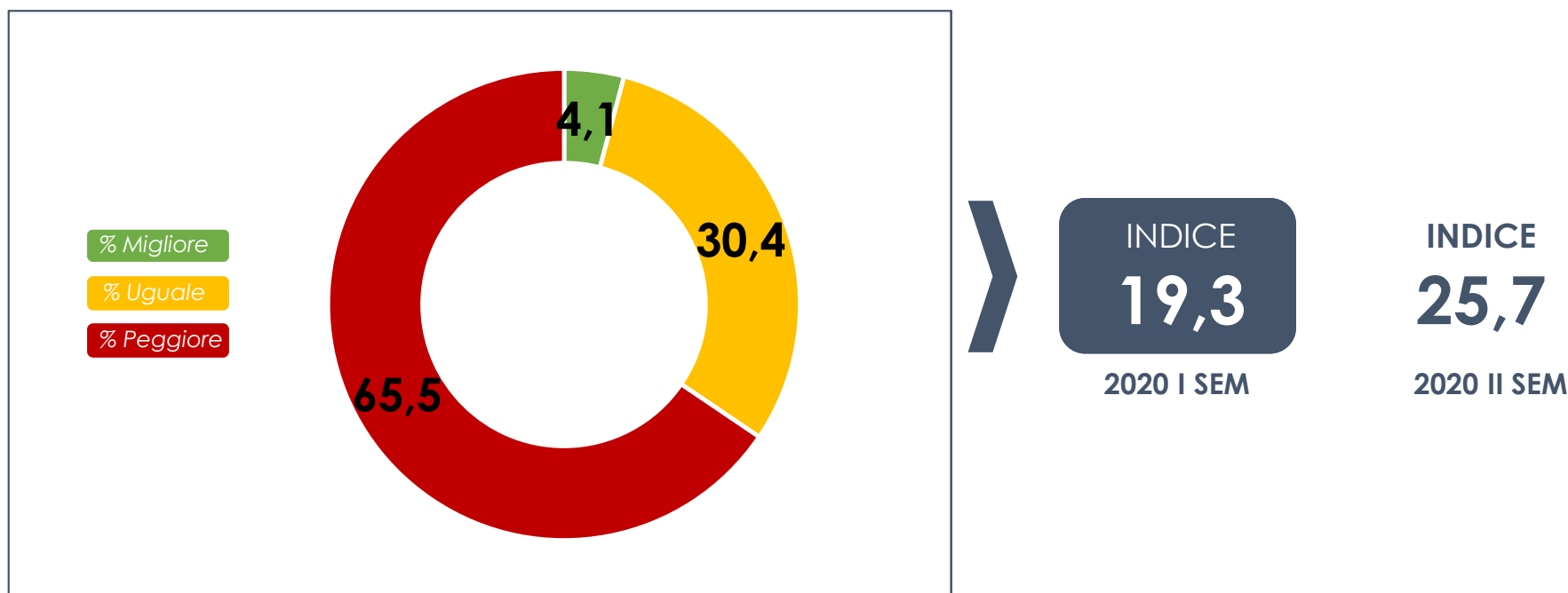


**Base campione:** 400 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. **INDICE** = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**



## Andamento del FABBISOGNO FINANZIARIO | Più di sei imprese su 10 dichiarano di aver visto peggiorare la situazione della propria liquidità nei primi mesi del 2020 rispetto agli ultimi del 2019. In miglioramento la previsione per il prossimo periodo.

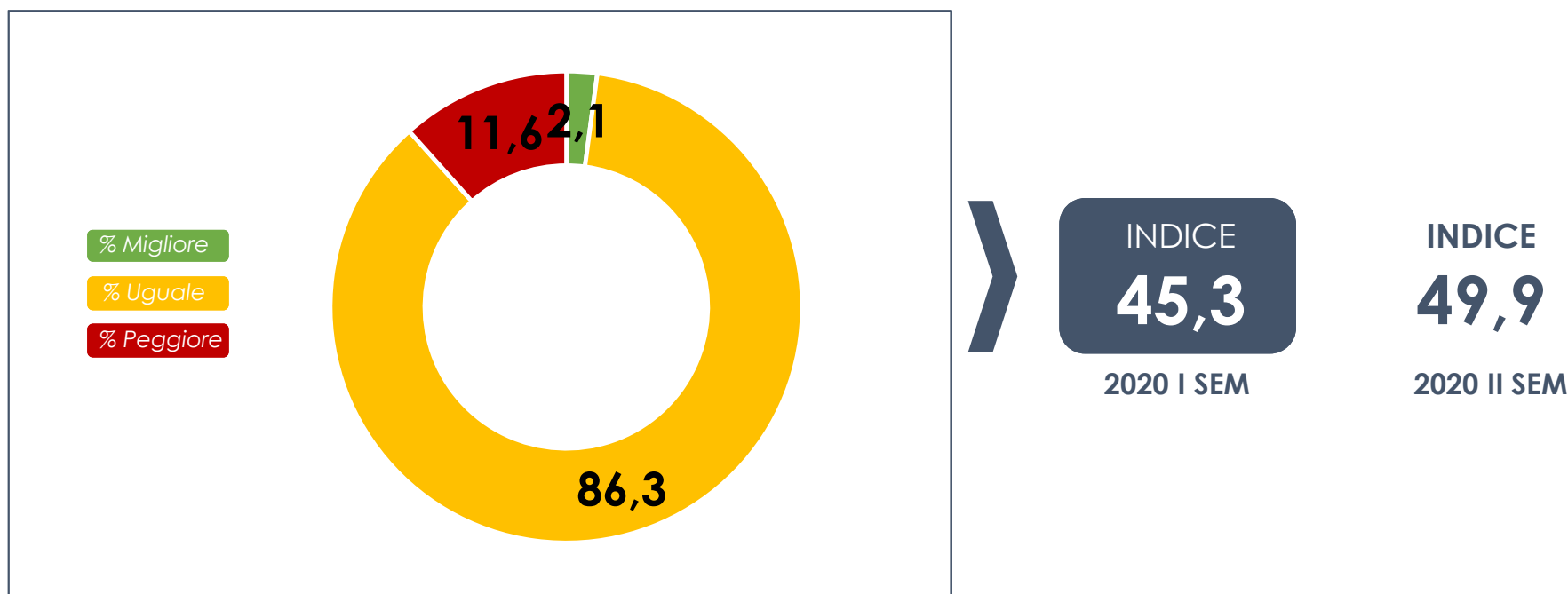
La **capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario** della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, nei **primi mesi del 2020**, rispetto agli ultimi mesi del 2019, è...?



**Base campione:** 400 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. **INDICE** = (% 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 | Nonostante la crisi, quasi nove imprese su 10 non hanno ridotto il personale.

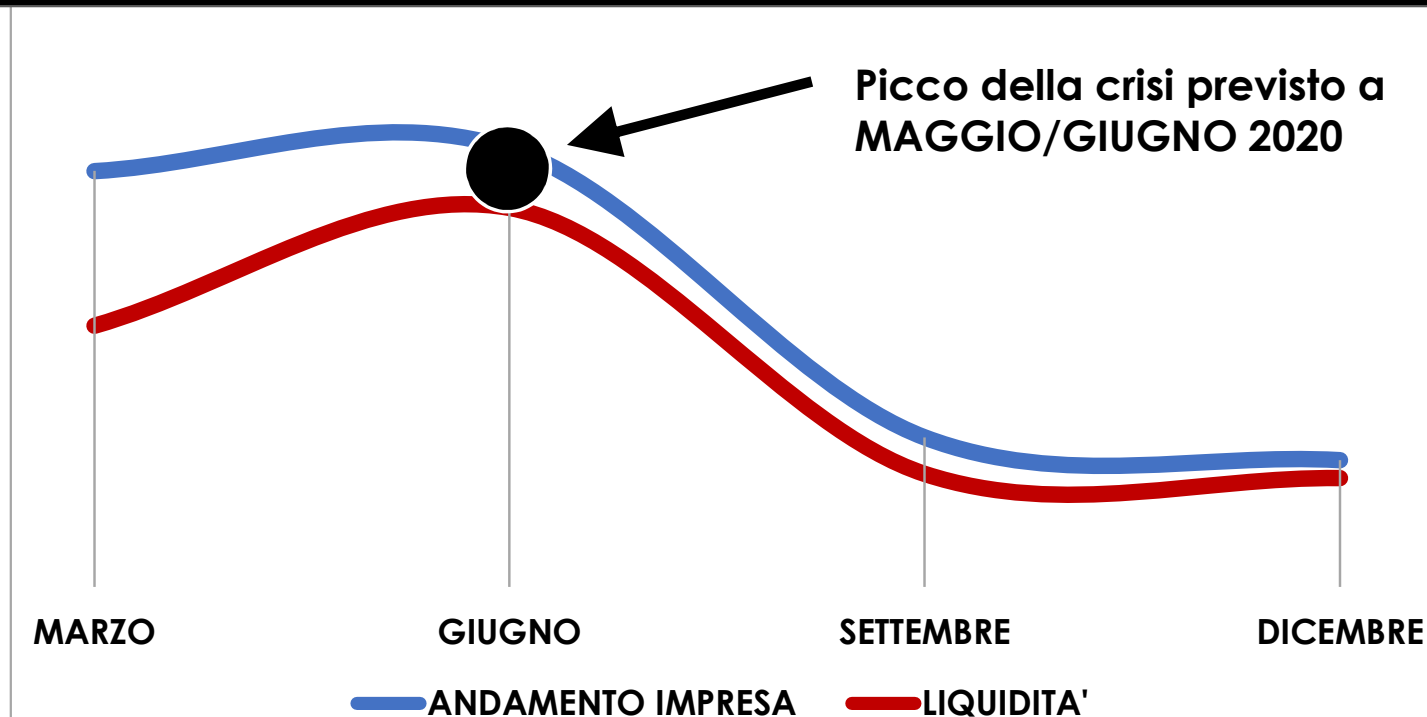
Nei **primi mesi del 2020**, l'**occupazione** complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto agli ultimi mesi del 2019, è ...?



**Base campione:** 400 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. **INDICE** = (% 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.**

**Proiezione temporale della crisi | Nell'arco del 2020 il mese di giugno costituisce il «PICCO DELLA CRISI», ossia il periodo più duro per le imprese del commercio, del turismo e dei servizi della provincia di Parma.**

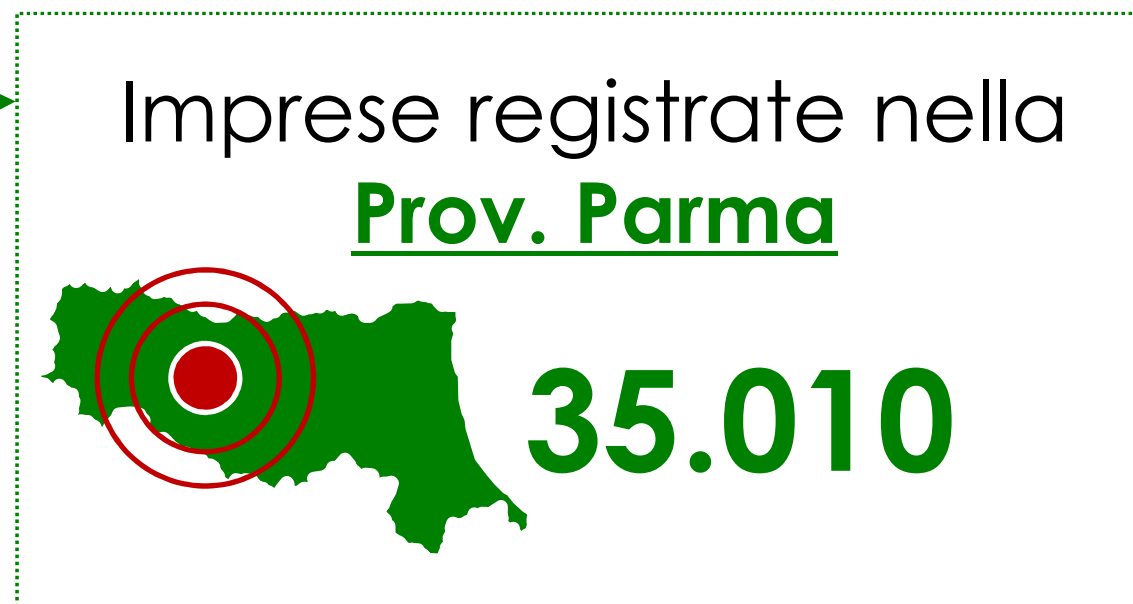
### Andamento della crisi nel corso del 2020



Nei primi mesi del 2020 le imprese sono state costrette alla sospensione dell'attività. Le conseguenze del lockdown si avvertiranno in maniera più acuta nei mesi di maggio e giugno (PICCO DELLA CRISI DI PRODUTTIVITÀ).

Le imprese del terziario della provincia di Parma si troveranno a fronteggiare il fabbisogno finanziario in prevalenza nei mesi di maggio e giugno (PICCO DELLA CRISI DI LIQUIDITA').

**Universo delle imprese** | In **Italia** esistono **4,5 mln di imprese extra agricole**.  
Nella **provincia di Parma**, la quota di imprese registrate al **31 marzo 2020** era pari a  
circa **35 mila unità**.

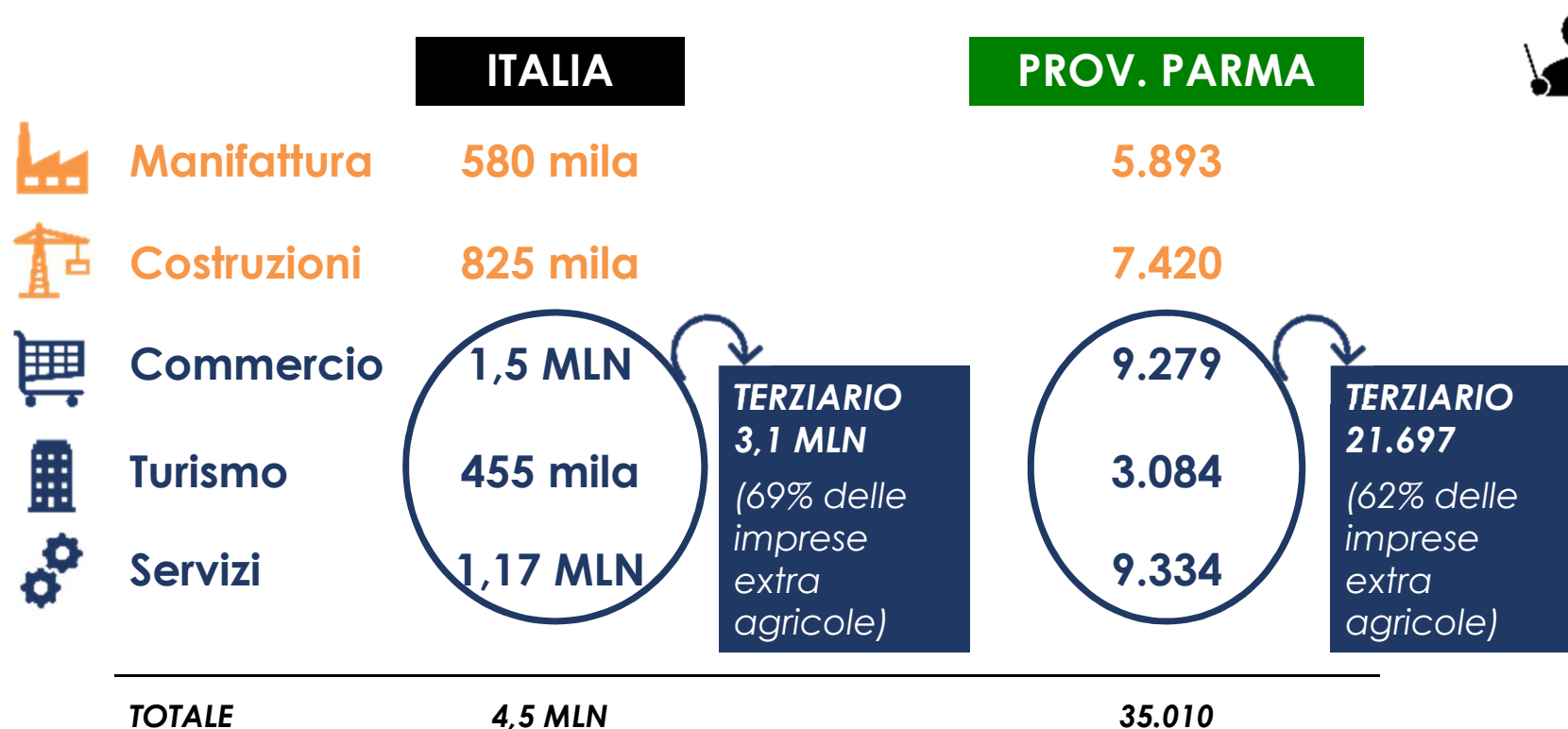


\*Si tratta di tutte le imprese extra agricole «**REGISTRATE**» al 31 marzo 2020, **al netto** delle Attività finanziarie e assicurative, delle altre attività di servizi, delle attività di servizi domestici, degli organismi extraterritoriali, delle imprese «non classificate».

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



**Universo delle imprese** | Le imprese del terziario (commercio, turismo, servizi) della provincia di Parma sono **circa 22 mila**, costituendo il **62%** dell'intero **tessuto imprenditoriale** extra agricolo del territorio.



**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:**

- **«Altre imprese»:** Attività finanziarie e assicurative (K), Altre attività di servizi (S), Attività di servizi domestici (T), Organismi extraterritoriali (U), Imprese «non classificate» (NC).
- **Agricoltura** (A).

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

**Misure di contrasto al virus** | A seguito dell'esplosione dei contagi, il Governo centrale ha imposto un **lockdown** che ha interessato **larga parte del tessuto produttivo**.

### Effetti del lockdown sulle attività produttive nella Prov. Parma

(DPCM 22 marzo 2020 e successive modifiche)



**INDUSTRIA**  
13.313



## Imprese SOSPESE

**5.745**



**TERZIARIO**  
21.697



**12.561**

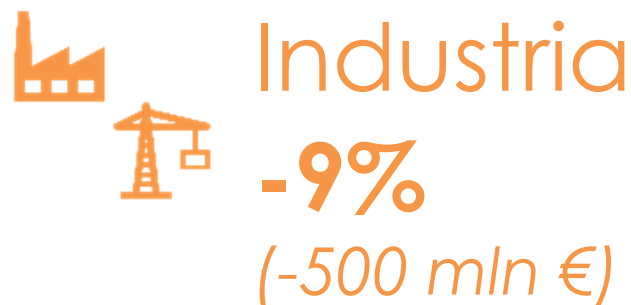
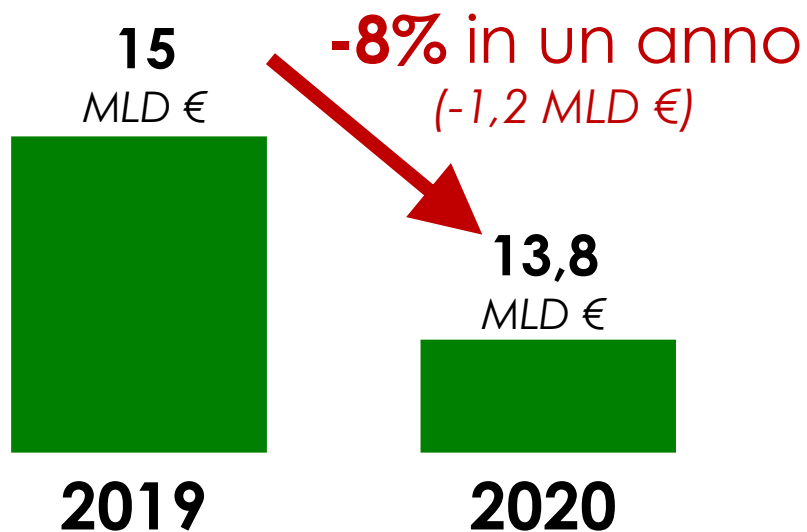
**Nota.**

La classificazione «imprese sospese» deriva esclusivamente dal settore di attività (individuato dal codice Ateco) a cui l'impresa appartiene. Non si dispone di informazioni che colgano l'eventuale sospensione o chiusura dell'operatività di imprese appartenenti a settori operativi, così come di unità che, pur appartenendo a settori «sospesi», si sono avvalsi della deroga al divieto richiesta (con meccanismo di silenzio assenso) alle rispettive prefetture.

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati ISTAT e Tabella Codici ATECO da DPCM 22 marzo 2020.

**Gli effetti del lockdown sul VALORE AGGIUNTO | La sospensione delle attività ha comportato la **paralisi del tessuto produttivo** sul territorio della provincia di Parma. IL TERZIARIO RISCHIA DI PERDERE NEL 2020 CIRCA 700 MILIONI DI VALORE AGGIUNTO.**

Valore Aggiunto in Prov. Parma  
(Industria + Terziario)



**Gli effetti del lockdown su IMPRESE e OCCUPATI |** Allo stesso modo, gli **effetti potrebbero essere devastanti** anche sul tessuto delle imprese: **2.800 operatori del terziario** rischiano di **chiudere senza più riaprire**, con conseguenze dirette sui livelli occupazionali (**10.000 lavoratori rischiano il posto**).

## Imprese del terziario a rischio nel 2020



A rischio chiusura  
senza più riaprire

**2.800 imprese**

*(rispetto alle 1.300 cessazioni registrate  
mediamente negli ultimi cinque anni)*

## Occupati nel terziario a rischio nel 2020



A rischio perdita del  
posto di lavoro

**10.000 occupati**



## Impatto sulla catena del valore |

A causa **dell'emergenza sanitaria in corso**, quale dei **seguenti provvedimenti** ha adottato / adotterà la Sua impresa nell'arco del 2020?

(Solo alle imprese con oltre 1 addetto)

CIG	CIG nei prossimi mesi	
	Non adotteranno la CIG nei prossimi mesi	Adotteranno la CIG nei prossimi mesi
Non hanno adottato la CIG finora	51%	1%
Hanno già adottato la CIG	28%	20%

**49%**  
Adotteranno o hanno già adottato la CIG nei prossimi mesi

ANTICIPO FERIE E PERMESSI	Ferie e permessi nei prossimi mesi	
	Non anticiperanno ferie e permessi nei prossimi mesi	Anticiperanno ferie e permessi nei prossimi mesi
Non hanno anticipato ferie e permessi finora	84%	1%
Hanno già anticipato ferie e permessi	12%	4%

**17%**  
Adotteranno o hanno già adottato anticipo ferie e permessi

RIDUZIONE DEL PERSONALE	Personale nei prossimi mesi	
	Non ridurranno il personale nei prossimi mesi	Ridurranno il personale nei prossimi mesi
Non hanno ridotto il personale finora	96%	1%
Hanno già ridotto il personale	2%	1%

**4%**  
Ridurranno o hanno già ridotto il personale nei prossimi mesi

CONGEDI PARENTALI	Congedi nei prossimi mesi	
	Non concederanno congedi nei prossimi mesi	Concederanno congedi nei prossimi mesi
Non hanno concesso congedi finora	96%	1%
Hanno già concesso congedi	2%	1%

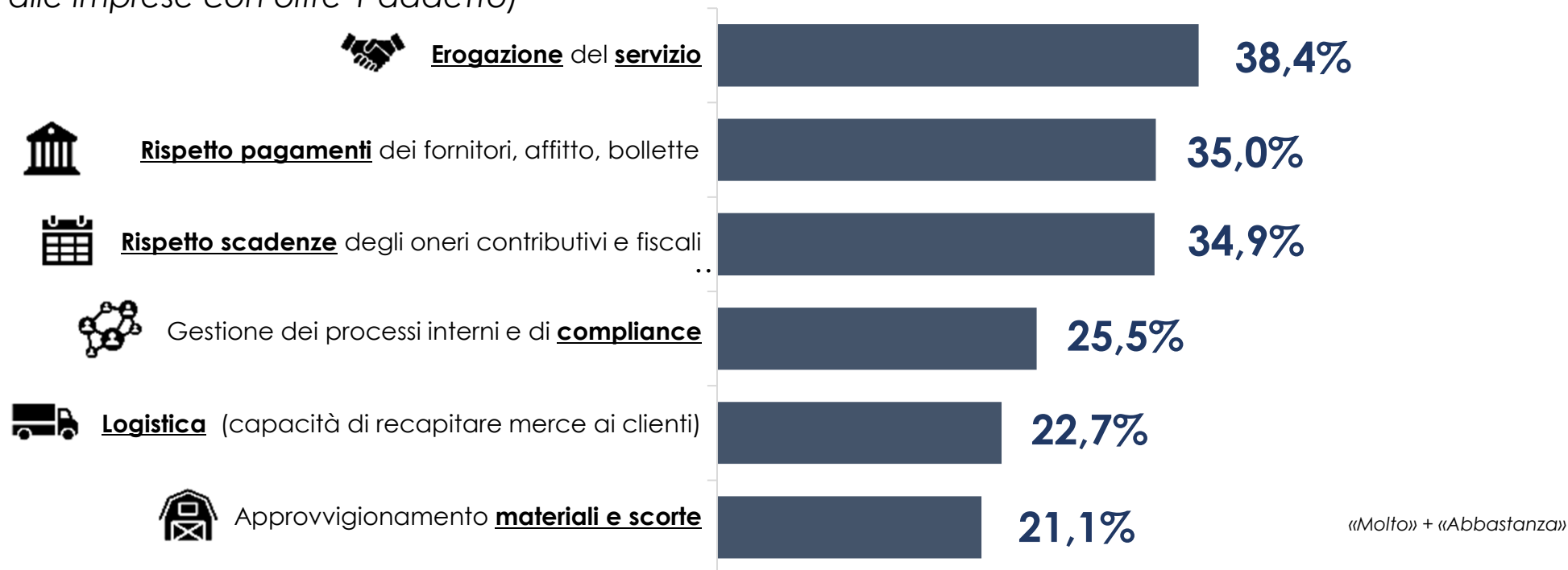
**4%**  
Adotteranno o hanno già adottato congedi parentali

Base campione: 273 casi. Solo alle imprese con oltre 1 addetto. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

## Impatto sulla catena del valore | Le principali difficoltà incontrate dalle imprese del terziario a seguito dell'emergenza economica e sanitaria riguardano l'erogazione del servizio (38,4%), il rispetto di pagamenti (35,0%) e delle scadenze fiscali (34,9%).

Quale è il **livello di difficoltà** riscontrato dalla Sua impresa con riferimento ai seguenti aspetti **a seguito dell'impatto dell'emergenza sanitaria ed economica?**

(Solo alle imprese con oltre 1 addetto)



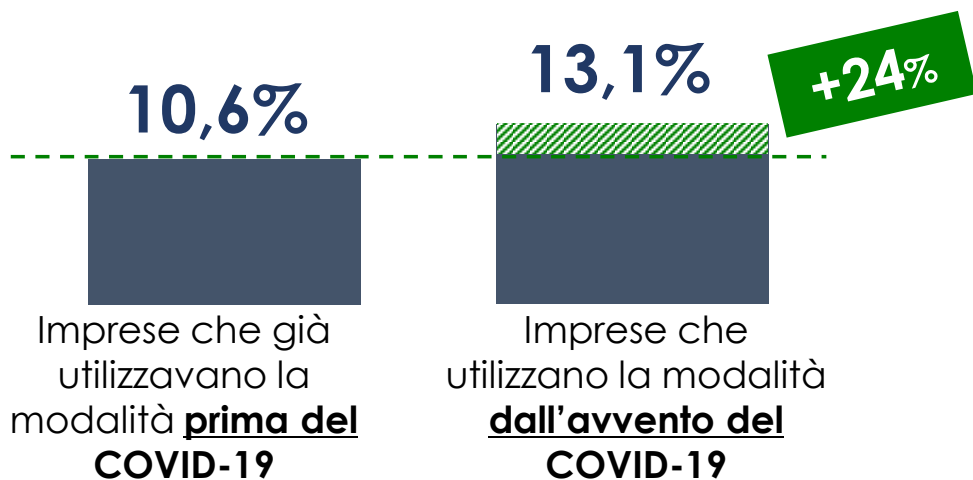
Base campione: 273 casi. Solo le imprese con oltre un addetto. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

## Impatto sui modelli di business | La crisi ha accelerato l'evoluzione dei modelli di business di una parte delle imprese: +113% quelle che hanno implementato le consegne a domicilio, +24% quelle che hanno implementato l'e.commerce.

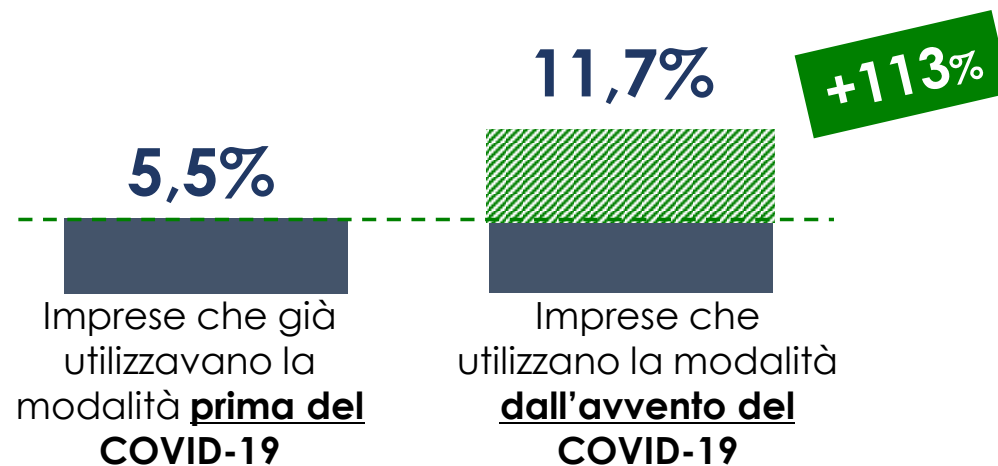
La Sua impresa ha **attivato nuove modalità operative di erogazione del servizio** e/o impiego di nuovi canali commerciali per fare fronte all'emergenza sanitaria ed economica?



### E.Commerce



### Consegne a domicilio



Base campione: 400 casi. I dati sono riportati all'universo.

## Prospettive post-crisi | Tra le imprese che hanno attivato l'e-commerce durante la crisi più di otto su 10 continueranno ad utilizzare questo canale anche al termine dell'emergenza. Il 64% delle imprese proseguirà ad utilizzare le consegne a domicilio.

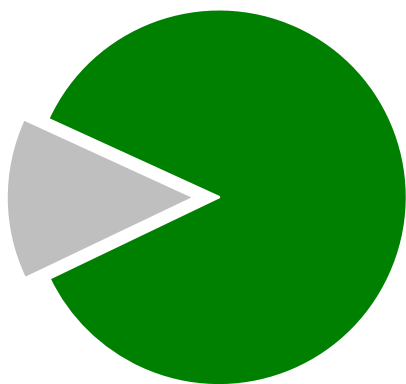
Ritiene che le **soluzioni adottate** potrebbero restare “**permanenti**” anche **dopo il termine dell'emergenza sanitaria?**

*(Esclusivamente le imprese che hanno attivato i canali durante il periodo di crisi)*



Tra le imprese che hanno attivato l'E.Commerce durante la crisi...

**14%**  
**NON**  
**continueranno ad**  
**utilizzare** il canale  
ad emergenza  
terminata

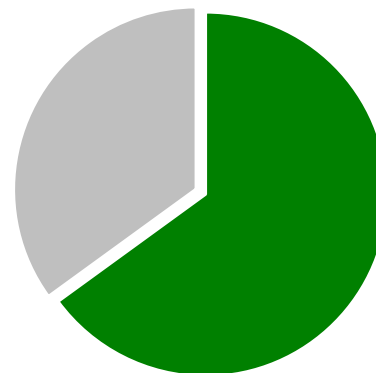


**86%**  
**Continueranno**  
**ad utilizzare** il  
canale anche  
ad emergenza  
terminata



Tra le imprese che hanno attivato le Consegne a domicilio durante la crisi...

**36%**  
**NON**  
**continueranno ad**  
**utilizzare** il canale  
ad emergenza  
terminata



**64%**  
**Continueranno**  
**ad utilizzare** il  
canale anche  
ad emergenza  
terminata

Base campione: Esclusivamente le imprese che hanno attivato i canali nel periodo dell'emergenza. I dati sono riportati all'universo.

# Investimenti | L'emergenza economica e sanitaria frena i programmi di crescita delle imprese: tra quelle che non effettueranno investimenti nei prossimi due anni, il 38% vi ha rinunciato a causa della crisi in atto.

## 2019-2020

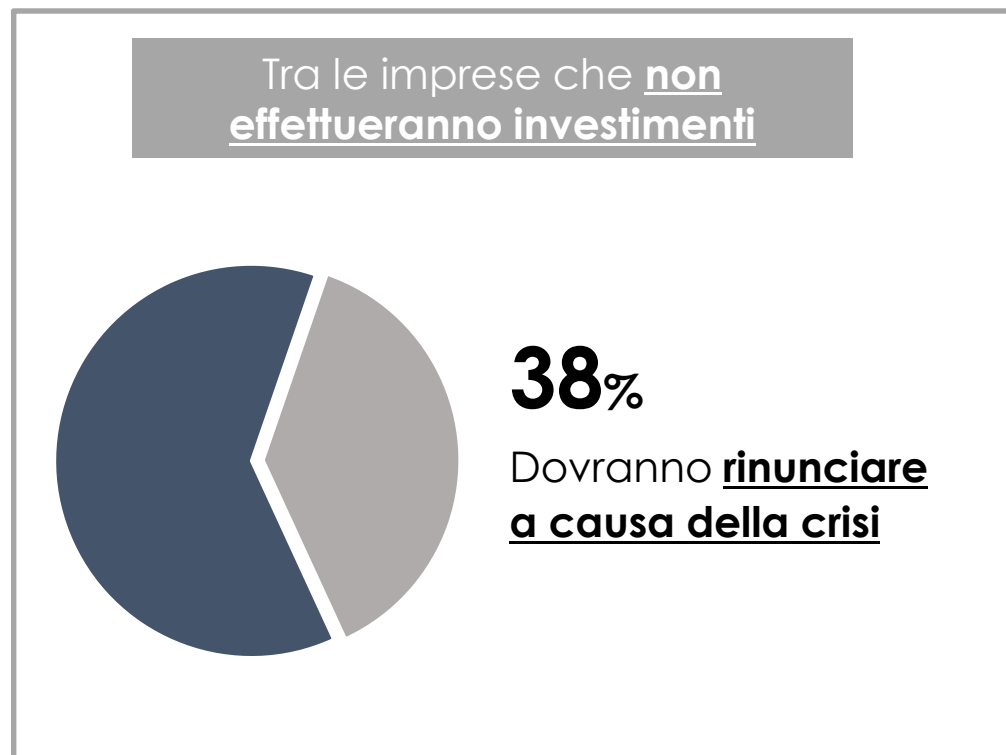
Imprese che hanno effettuato investimenti negli ultimi due anni **41%**

Imprese che non hanno effettuato investimenti negli ultimi due anni **59%**

## 2020-2021

Imprese che effettueranno investimenti negli prossimi due anni **28%**

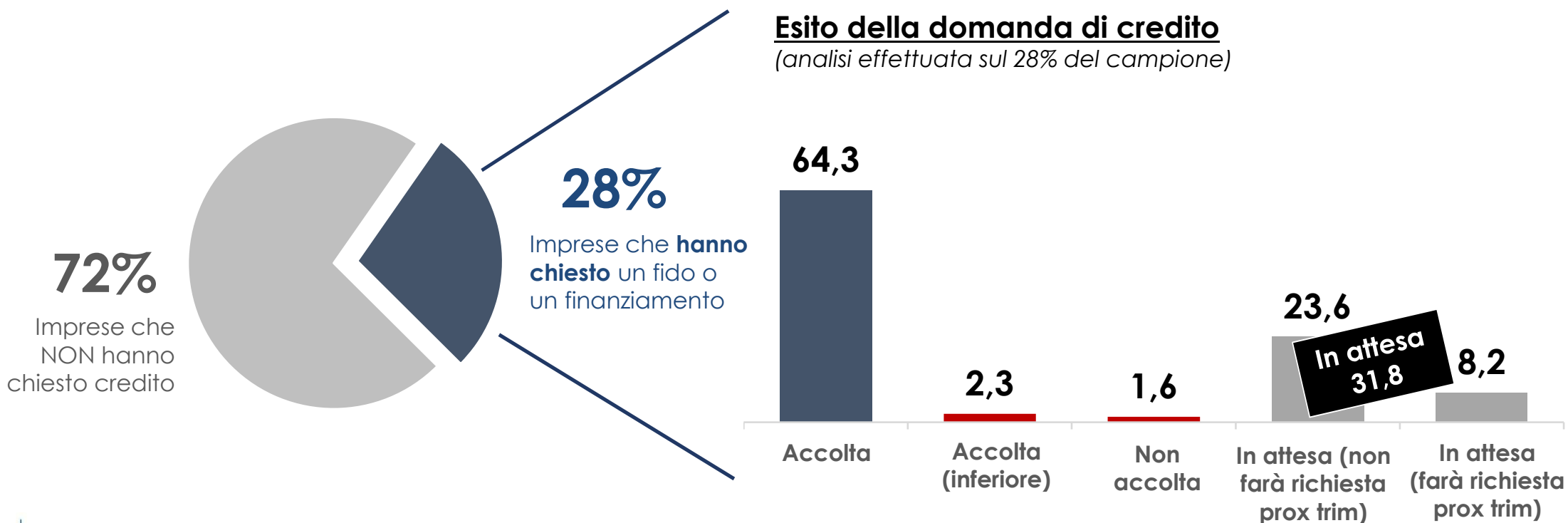
Imprese che non effettueranno investimenti negli prossimi due anni **72%**



Base campione: 290 casi. Solo le imprese che non effettueranno investimenti I dati sono riportati all'universo.

## Domanda e offerta di credito | Il 28% delle imprese del terziario hanno chiesto credito nei primi mesi del 2020. Tra queste il 64,3% ha visto accolta la propria domanda, mentre il 31,8% è ancora in attesa di conoscerne l'esito.

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 le quali intrattiene rapporti dai primi mesi dell'anno?

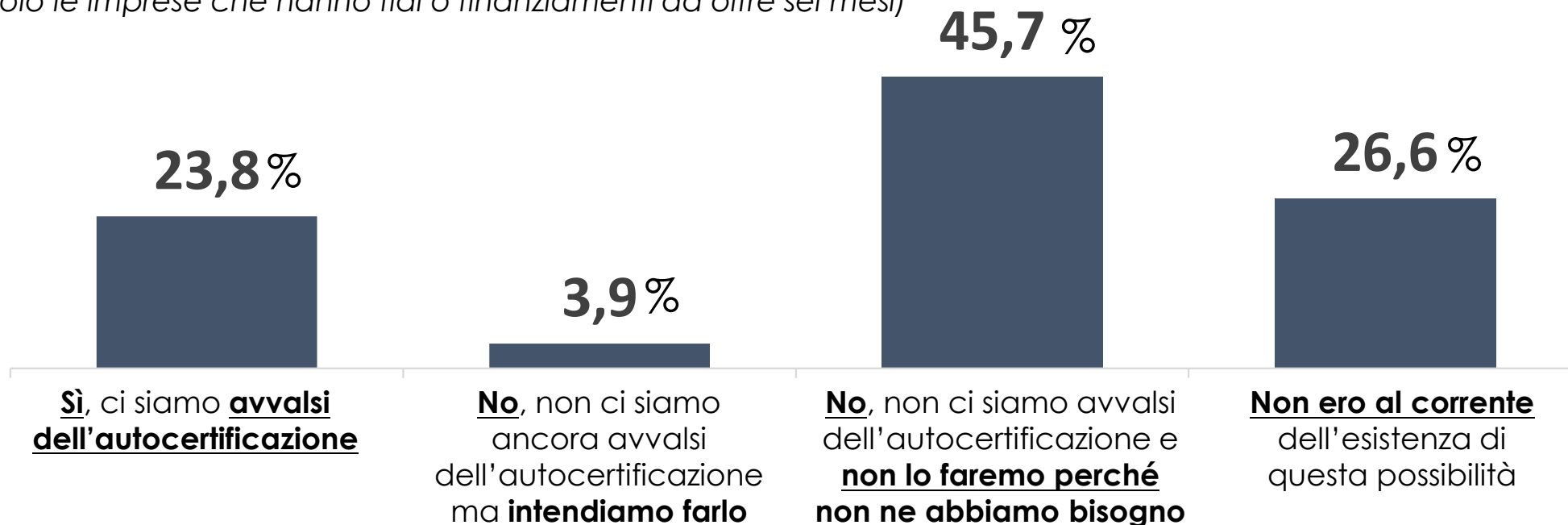


Base campione: 400 casi. I dati sono riportati all'universo.

## Garanzie | Il 23,8% delle imprese si è avvalsa dell'auto-certificazione per richiedere il blocco degli affidamenti bancari... il 45,7% non lo ha fatto e non intende farlo.

Le imprese che certificano agli istituti di credito di aver subito in via temporanea carenze di liquidità a seguito della diffusione dell'epidemia da COVID19, possono richiedere il blocco degli affidamenti bancari fino al settembre 2020. **La Sua impresa si è avvalsa di tale autocertificazione o intenderà avvalersene?**

*(Solo le imprese che hanno fidi o finanziamenti da oltre sei mesi)*

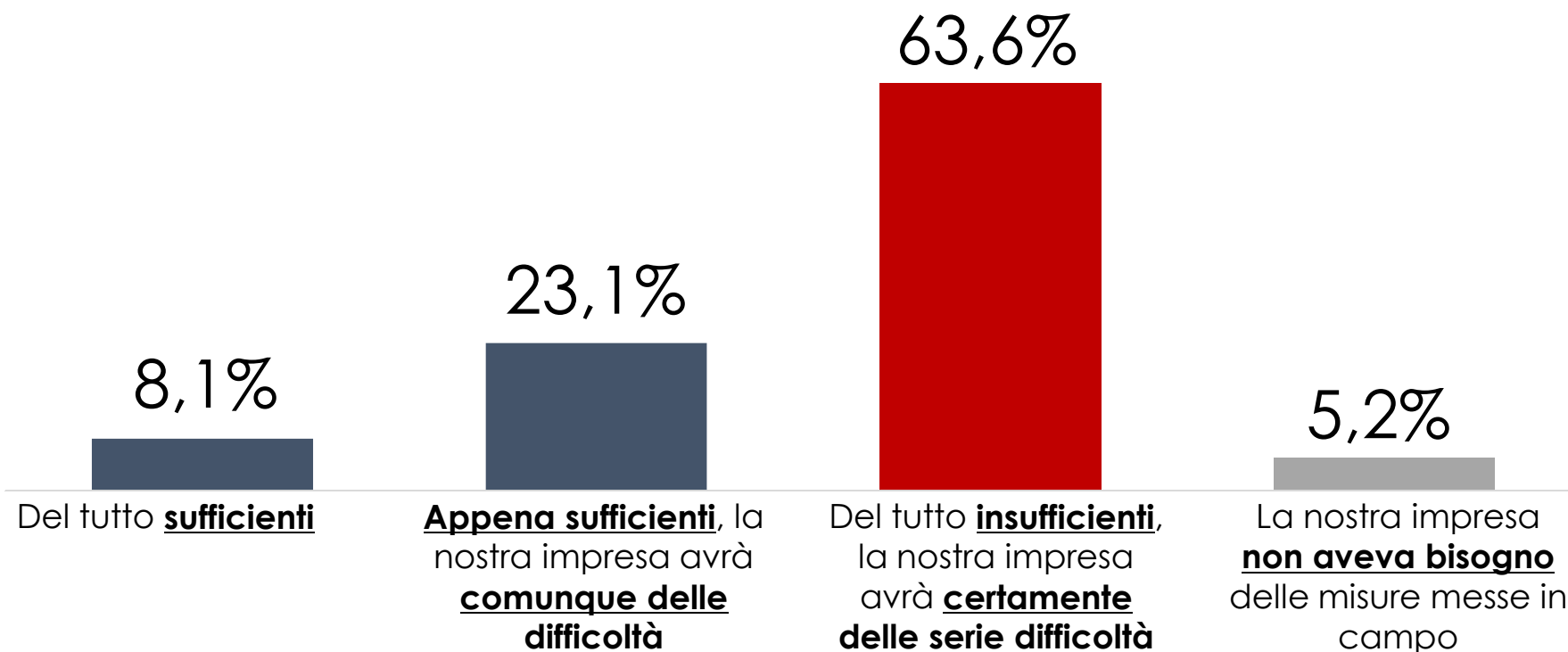


Base campione: 155 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I dati sono riportati all'universo.



## Giudizio sulle misure anticrisi | Sei imprese su 10 del terziario di Parma ritengono che le misure adottate a favore delle imprese siano state insufficienti.

Indipendentemente dal livello di fiducia nell'azione svolta dal Governo, **ritiene che le misure messe in campo in favore delle imprese** per fronteggiare l'emergenza sanitaria ed economica **siano sufficienti per consentire alla Sua impresa di superare la crisi?**

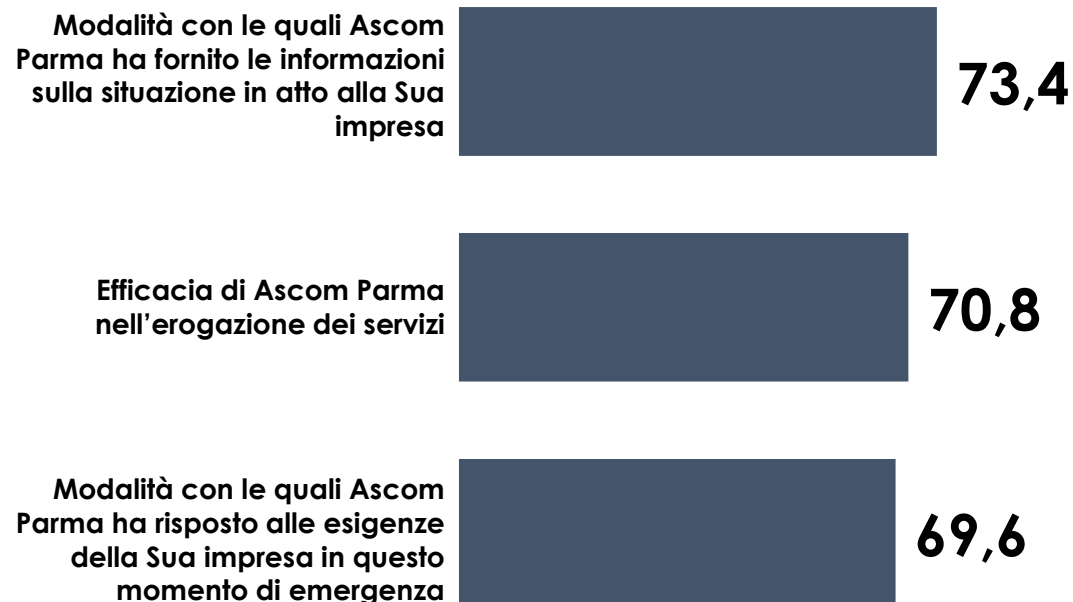


Base campione: 400 casi. I dati sono riportati all'universo.

## Supporto per fronteggiare l'emergenza sanitaria ed economica | Il 71,2% delle imprese associate a Confcommercio Ascom Parma si dichiara soddisfatto dell'azione svolta dall'Associazione a supporto delle imprese nel corso della crisi.

Qual è il Suo **livello di soddisfazione** riguardo le azioni messe in campo dalla **Ascom Parma** a supporto delle imprese al fine di **fronteggiare l'attuale situazione di emergenza sanitaria**?

*(Domanda rivolta esclusivamente agli associati a Confcommercio Parma)*



**GIUDIZIO COMPLESSIVO PER LA CAPACITÀ DI ASCOM PARMA DI SUPPORTARE LE IMPRESE DURANTE LA CRISI COVID-19.** *(Domanda rivolta esclusivamente agli associati a Confcommercio Parma)*

**OVERALL SATISFACTION**

**71,2%**

**Le imprese soddisfatte di Confcommercio Parma**

Base campione: Esclusivamente le imprese associate a Confcommercio Parma. I dati sono riportati all'universo.

# Metodo e back up | Scheda tecnica della ricerca

## COMMITTENTE

Ascom Parma Confcommercio Imprese per l'Italia..

## AUTORE

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

## OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sull'impatto economico del coronavirus sulle imprese del terziario della provincia di Parma.

## DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario della provincia di Parma. Domini di studio del campione: Settore di attività (commercio food, commercio no food, turismo, servizi alle imprese, servizi alle persone); numero di addetti (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, oltre 19 addetti).

## NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 400 casi (400 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 253 (32,8%); «rifiuti»: 118 (15,3%); «sostituzioni»: 371 (48,1%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 4,0\%$ ). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

## METODO DI CONTATTO

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

## TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

## PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 28 maggio all'11 giugno 2020.

## 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

Pierluigi Ascani  
Barbara Di Cosimo

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

### UNIVERSO IMPRESE TERZIARIO PROVINCIA DI PARMA

	1	2-5	6-9	10-19	>19	Totale
Commercio all'ingrosso	2.589	1.439	247	127	70	<b>4.472</b>
Commercio al dettaglio FOOD	276	450	40	5	6	<b>776</b>
Commercio al dettaglio NO FOOD	1.074	1.117	109	41	13	<b>2.354</b>
Turismo (bar, alberghi, ristoranti)	487	1.607	369	169	59	<b>2.691</b>
Servizi alle imprese	3.424	1.748	240	161	148	<b>5.721</b>
Servizi alla persona	1.529	942	157	58	80	<b>2.766</b>
<b>Totale</b>	<b>9.378</b>	<b>7.303</b>	<b>1.162</b>	<b>561</b>	<b>376</b>	<b>18.780</b>

Fonte: I.Stat 2020

### CAMPIONE REALIZZATO

	1	2-5	6-9	10-19	>19	Totale
Commercio all'ingrosso	7	17	3	2	3	<b>32</b>
Commercio al dettaglio FOOD	23	26	3	4	3	<b>59</b>
Commercio al dettaglio NO FOOD	31	29	12	9	4	<b>85</b>
Turismo (bar, alberghi, ristoranti)	5	28	11	9	4	<b>57</b>
Servizi alle imprese	28	33	12	11	11	<b>95</b>
Servizi alla persona	33	19	7	6	7	<b>72</b>
<b>Totale</b>	<b>127</b>	<b>152</b>	<b>48</b>	<b>41</b>	<b>32</b>	<b>400</b>



UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049

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.

2020 © 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.  
unità operativa - via sebastiano caboto 22/a  
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn  
[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.