

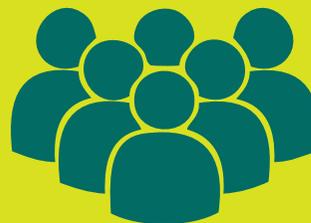
ALLEGATO 1

ESITO QUESTIONARI ONLINE IMPRESE E CITTADINI

QUESTIONARIO DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO



IMPRESE 96

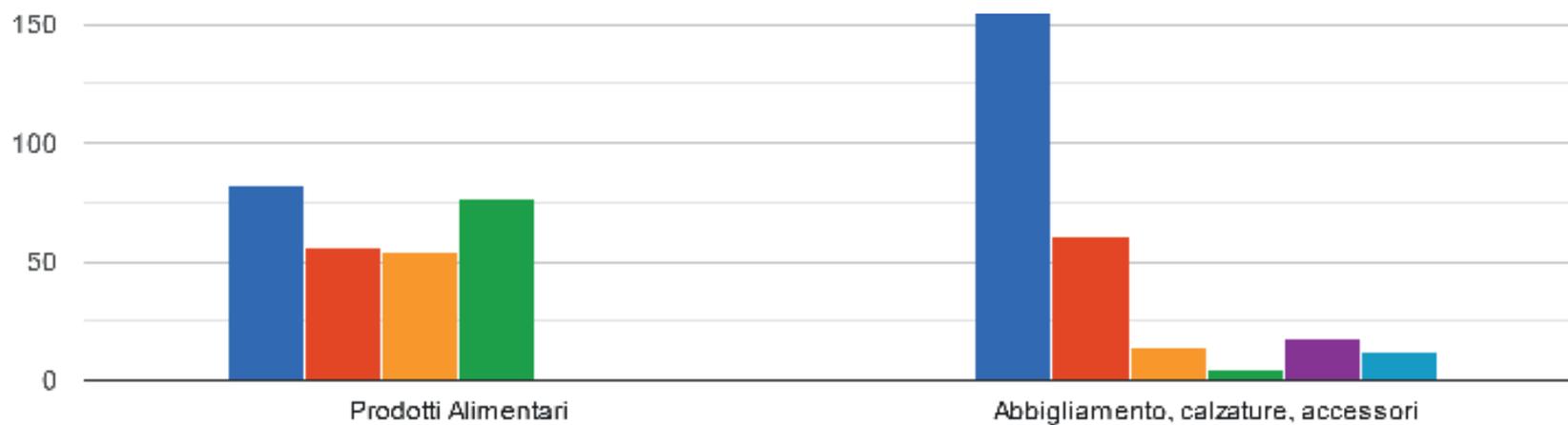


CITTADINI 273

QUESTIONARIO PER I CITTADINI



1. DOVE ACQUISTI ABITUALMENTE E CON PIU' CONTINUITA' I SEGUENTI PRODOTTI?



- In un'attività del comune in cui vivi
- All'interno di Centri Commerciali
- Al mercato del comune e/o direttamente dai produttori locali
- Supermercato, discount o ipermercato
- Online (Amazon, etc)
- In Città limitrofe

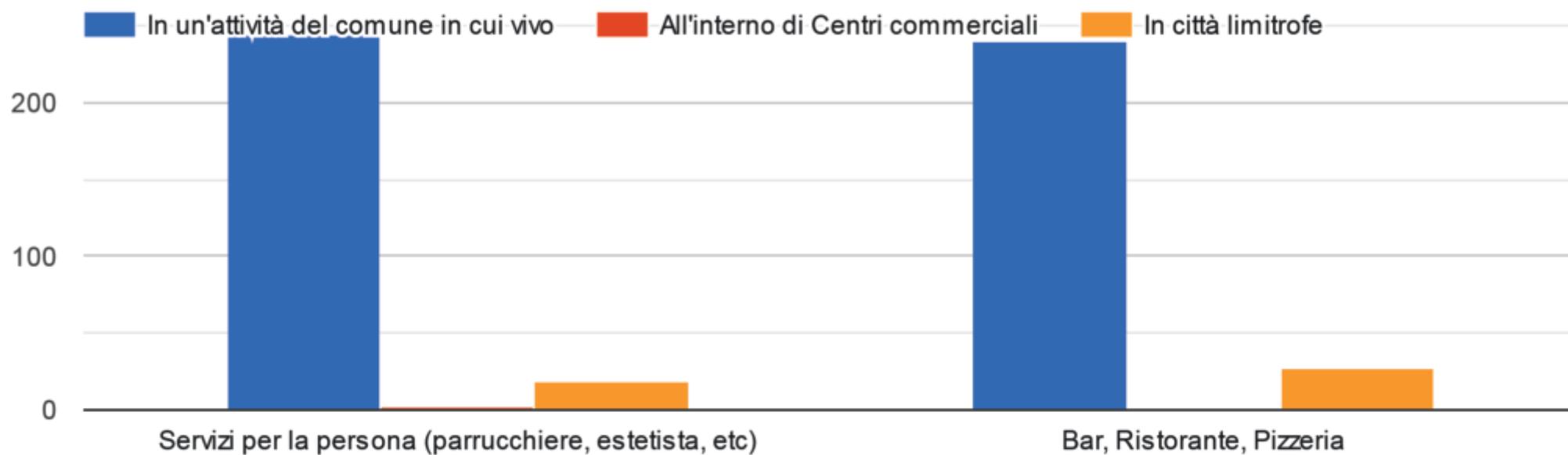


COMMENTO/ANALISI

Le risposte alla **domanda 1, “Dove acquisti abitualmente e con più continuità i seguenti prodotti?”** evidenziano alcuni dati interessanti . Gli acquisti nel settore alimentare si distribuiscono negli esercizi di territorio ed escludono le città limitrofe ed il commercio online con una leggera prevalenza dei singoli sui supermercati. L'abbigliamento idem con una leggera presenza dell'online e delle città limitrofe , una marcata diminuzione del mercato ma con una ancora più accentuata prevalenza dei singoli negozi.



2. DOVE TI RIVOLGI ABITUALMENTE E CON PIU' CONTINUITA' QUANDO TI OCCORRONO I SEGUENTI SERVIZI ?

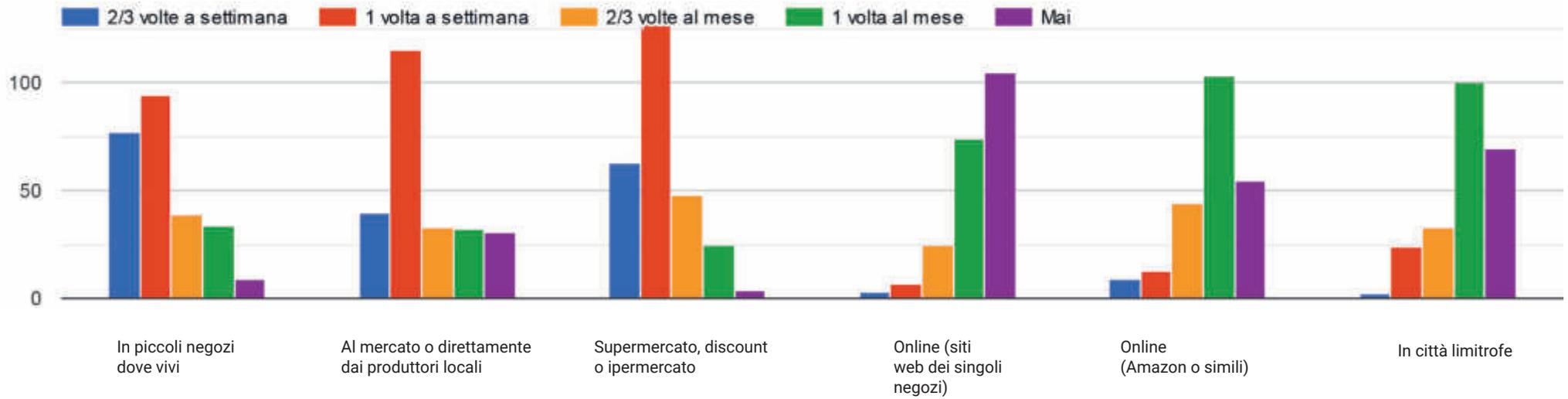


COMMENTO/ANALISI

Le risposte **alla domanda 2, "Dove ti rivolgi abitualmente e con più continuità quando ti occorrono i seguenti servizi"** dimostrano come ci si rivolga principalmente ad attività locali ed in piccole percentuali in città limitrofe e mai all'interno di centri commerciali . Segno che l'offerta copre ampiamente la domanda.



3. CON QUALE FREQUENZA , IN GENERE, ACQUISTI NEI SEGUENTI NEGOZI/ESERCIZI?

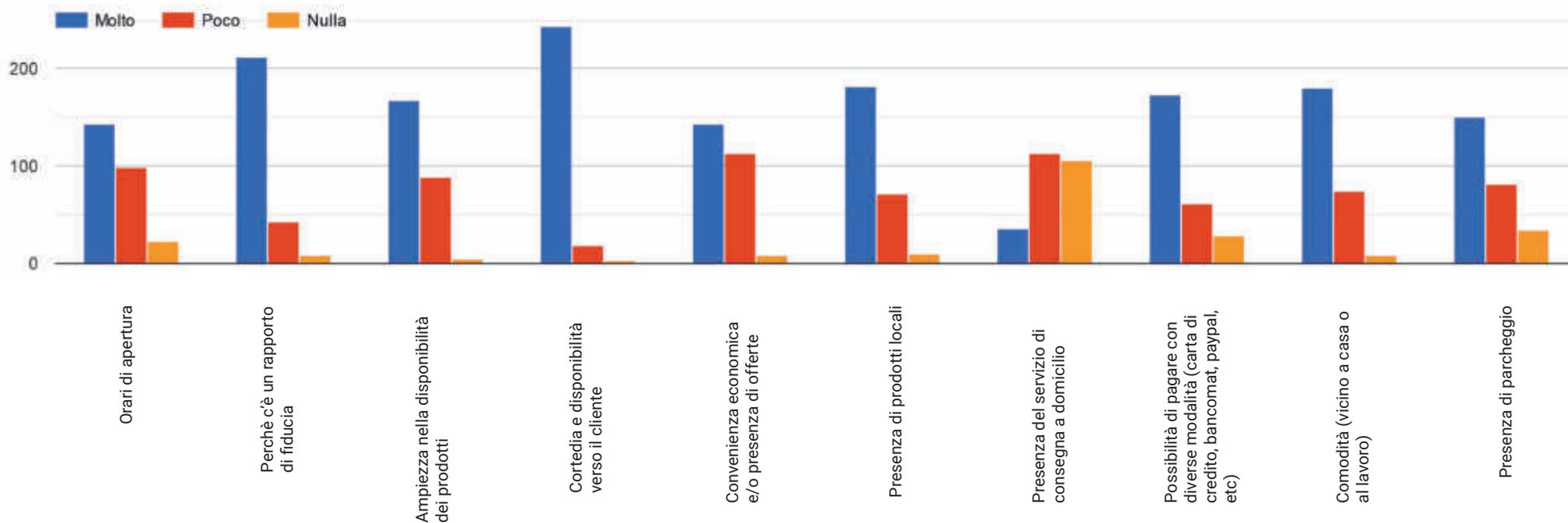


COMMENTO/ANALISI

Le risposte alla **domanda 3, "Con quale frequenza acquisti nei seguenti esercizi?"** mettono in evidenza alcune abitudini consolidate quali: nei piccoli negozi, al mercato e produttori locali, grande distribuzione la spesa settimanale in modo crescente dai piccoli alla grande, la spesa 2-3 volte settimana in ordine decrescente nei piccoli, poi supermercato poi al mercato e produttori locali, negli indici temporali più allungati prevalgono grande distribuzione, i piccoli ed il mercato: L'indice mai evidenzia l'indice piuttosto elevato del mercato (segno che ha margini di sviluppo) i piccoli e quasi inconsistente la grande distribuzione (indice che la grande offerta, la scontistica e la agibilità sono fattori concorrenziali rispetto al commercio di vicinato). Il blocco online diviso tra siti web negozi e Amazon e simili evidenzia un tipo di spesa rarefatta temporalmente e che si contrappone al blocco territoriale ed il mai dei siti negozi (segno di possibile gap da attenuare) rispetto ad Amazon & c. L'ultimo diagramma sulle città limitrofe segnala i dati mai secondo solo ai siti web negozi ed una spesa mensile cadenzata in più volte (forse derivante dal pendolarismo per lavoro) quasi ininfluente per periodi più brevi.



4. QUANDO DECIDI DI FARE ACQUISTI PRESSO GLI ESERCIZI COMMERCIALI DEL TUO COMUNE QUANTO INCIDONO I SEGUENTI FATTORI ?



Altro (specificare)

Personale non insistente con il cliente
 Parcheggi a pagamento per bisognerebbe prendere esempio da saluzzo
 Possibilità di utilizzare contenitori riutilizzabili portati da casa
 Qualità dei prodotti/servizi
 Sito di commercio elettronico
 Io vado sempre a piedi e pinerolo è sporchissima anche davanti negozi. Una volta ogni esercizio puliva davanti a sé e ora no.
 Parcheggio

Soprattutto il parcheggio e la cortesia degli esercenti, che spesso viene a mancare
 Sarebbe utile che negozi e le attività del centro e centro storico avessero orari più ampi ad esempio orario continuato e apertura anche la domenica
 Concorsi, cashback a volantino: mi fanno acquistare tanto nei punti vendita che aderiscono. Mercato con prodotti km0 con prezzi esposti mi fanno acquistare.
 Parcheggio gratuito
 Dipende molto dal prodotto da acquistare
 La volontà di supportare le attività locali e prevenire lo svuotamento della città
 Spesso compro al supermercato per l'ampiezza dell'offerta.

Mi piacerebbe ci fosse più offerta di prodotti ortofrutticoli locali in centro.
 Consulenza e attenzione alle mie esigenze
 La cura estetica del negozio in relazione ai prodotti venduti
 Qualità dei prodotti



COMMENTO/ANALISI

Le risposte alla **domanda 4, "Quando decidi di fare acquisti presso gli esercizi commerciali del tuo comune, quanto incidono i seguenti fattori?"** mettono in evidenza alcune esigenze importanti per i clienti: per prima la cortesia, poi la fiducia, poi l'offerta di prodotti, poi presenza di prodotti locali, poi possibilità di pagamenti differenziati, poi presenza di parcheggio, poi orari, convenienza economica, poi comodità, in ultimo presenza di consegna a domicilio.

L'orario di apertura

molto equivale a poco e nulla

Rapporto di fiducia

molto triplicato rispetto a poco e nulla (conferma risposte imprese)

Ampiezza disponibilità dei prodotti

molto e abbastanza, ininfluente nulla

Cortesia e disponibilità

molto è l'indice più alto delle risposte. Abbastanza e nulla ininfluenti

Presenza prodotti locali

molto e abbastanza sono preponderanti rispetto a nulla

Presenza servizi di consegna a domicilio

abbastanza e nulla prevalgono nettamente su molto (conferma risposte imprese)

Possibilità di pagare con varie modalità

molto e abbastanza prevalgono su nulla (conferma risposte imprese)

Comodità

molto e abbastanza prevalgono su nulla

Presenza di parcheggio

molto e abbastanza prevalgono su nulla che però documenta una percentuale non totalmente indifferente

Altro

su 17 risposte aperte:

4 chiedono parcheggi uno a pagamento.

Le altre 13:

2 qualità dei prodotti,

1 contenitori self made,

1 orari ampliati,

2 maggiore pulizia

1 Campagne promozionali

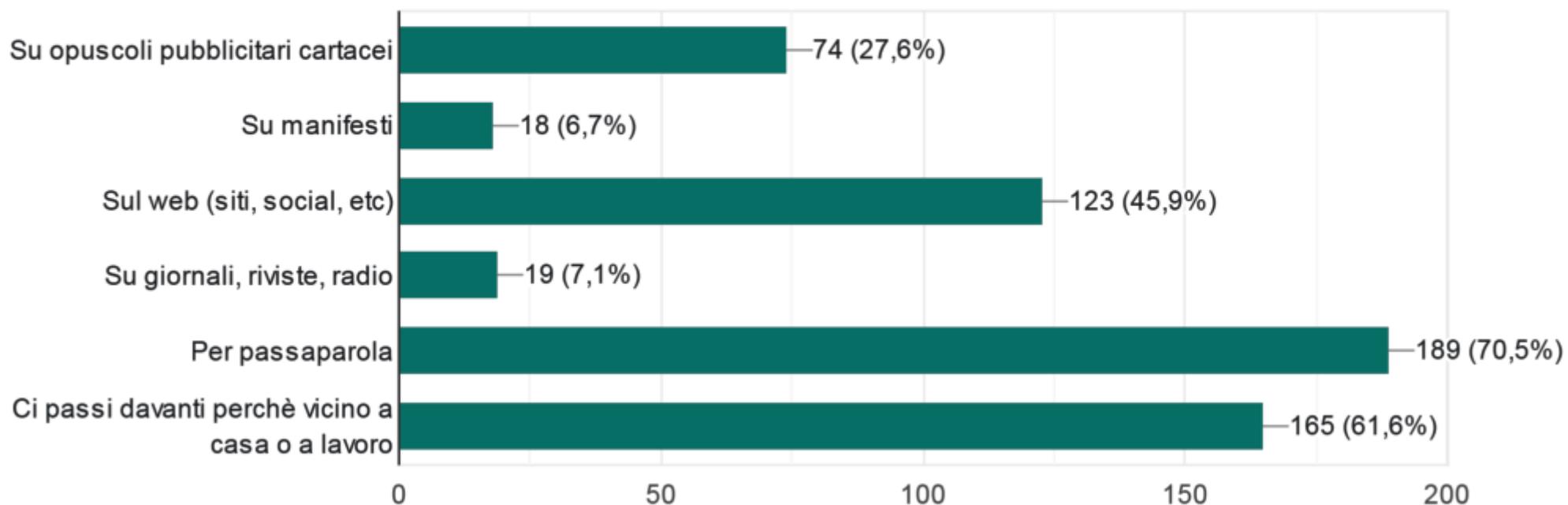
1 presenza prodotti locali

5 generiche



5. COME VIENI A CONOSCENZA DI UN ESERCIZIO COMMERCIALE DOVE DECIDI DI ACQUISTARE PRODOTTI E SERVIZI?

268 risposte

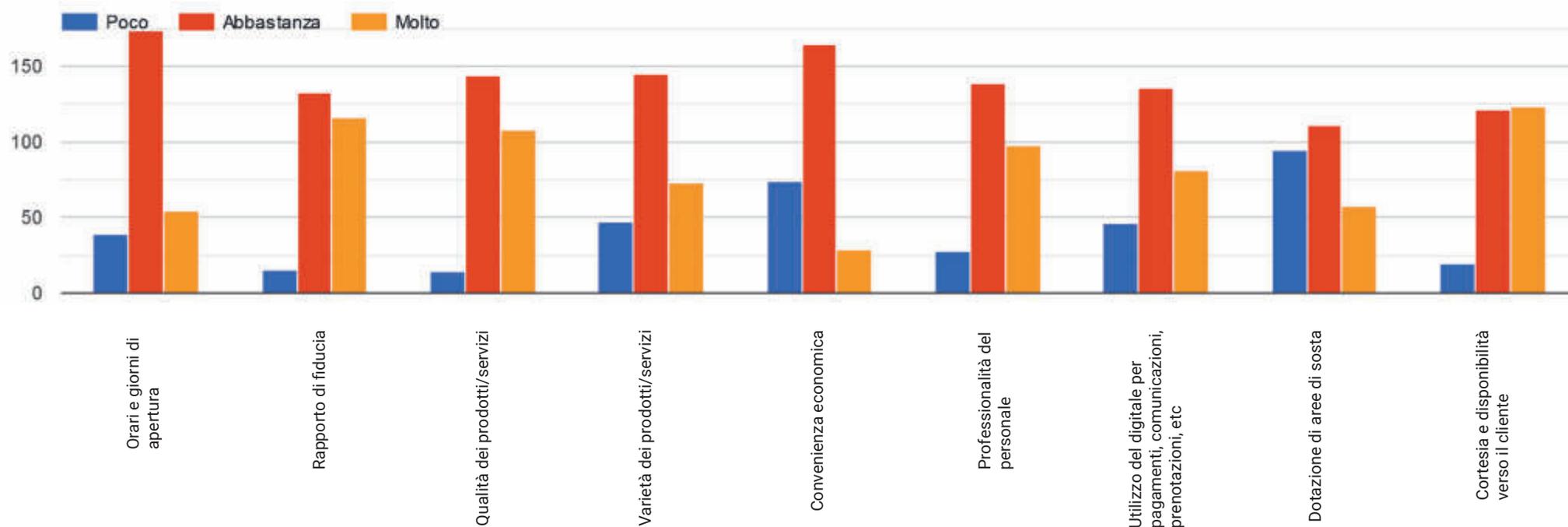


COMMENTO/ANALISI

Per quanto riguarda le riposte aperte si rimanda alle risposte 7-8-9 in quanto maggiormente articolate. Le risposte alla **domanda 5, “Come vieni a conoscenza di un esercizio commerciale dove decidi di acquistare prodotti e servizi?”** mettono in evidenza alcuni dati interessanti. Il primo è l'importanza dei fattori sociali e territoriali (passaparola e contatto visivo diretto) che si contendono il primato rispetto al web (conoscenza remota) A notevole distanza la comunicazione cartacea. Ciò indica la necessità di incentivare entrambi i canali quelli dello spazio sociale e pubblico e quello immateriale del web.



6. QUANTO SEI SODDISFATTO DEGLI ACQUISTI NEI NEGOZI DEL TUO COMUNE?



COMMENTO/ANALISI

Le risposte alla **domanda 6, “Quanto Sei Soddisfatto Degli Acquisti Nei Negozi Nel Tuo Comune?”**

pongono alcune problematiche da affrontare nel prosieguo del DUC.

Intanto per molto si configura una lettura che premia:

- 1) cortesia
- 2) fiducia
- 3) qualità prodotti
- 4) professionalità
- 5) digitale
- 6) varietà prodotti
- 7) aree di sosta
- 8) orari
- 9) convenienza

Se consideriamo abbastanza:

- 1) orari
- 2) convenienza
- 3) varietà dei prodotti
- 4) qualità dei prodotti
- 5) professionalità
- 6) digitale
- 7) fiducia
- 8) cortesia
- 9) aree di sosta.

Dal bilanciamento dei fattori molto abbastanza si può affermare che cortesia, professionalità, fiducia, qualità e orari prevalgono su convenienza e aree di sosta e digitale.

Orari e giorni di apertura:

abbastanza e molto prevalgono nettamente ma poco rappresenta una percentuale non trascurabile ;

Rapporto di fiducia:

abbastanza e molto si equivalgono e rappresentano una percentuale complessiva molto alta rispetto a poco;

Qualità dei prodotti/servizi:

abbastanza e molto prevalgono nettamente rispetto a poco;

Varietà dei prodotti/ servizi:

abbastanza prevale su molto ed entrambi su poco che però rappresenta una percentuale non trascurabile;

Convenienza economica:

abbastanza prevale su molto ed entrambi su poco che però rappresenta una percentuale significativa;

Professionalità del personale:

abbastanza prevale su molto ed entrambi su poco che però rappresenta una percentuale non trascurabile;

Utilizzo digitale per pagamenti, comunicazioni, promozioni:

abbastanza prevale su molto ed entrambi su poco che però rappresenta una percentuale non trascurabile;

Dotazione di aree di sosta:

abbastanza e molto prevalgono su poco che rappresenta il 50% dei due altri indicatori (questo indica una sostanziale equipollenza tra chi considera il parcheggio essenziale e chi no contraddicendo parzialmente le imprese);

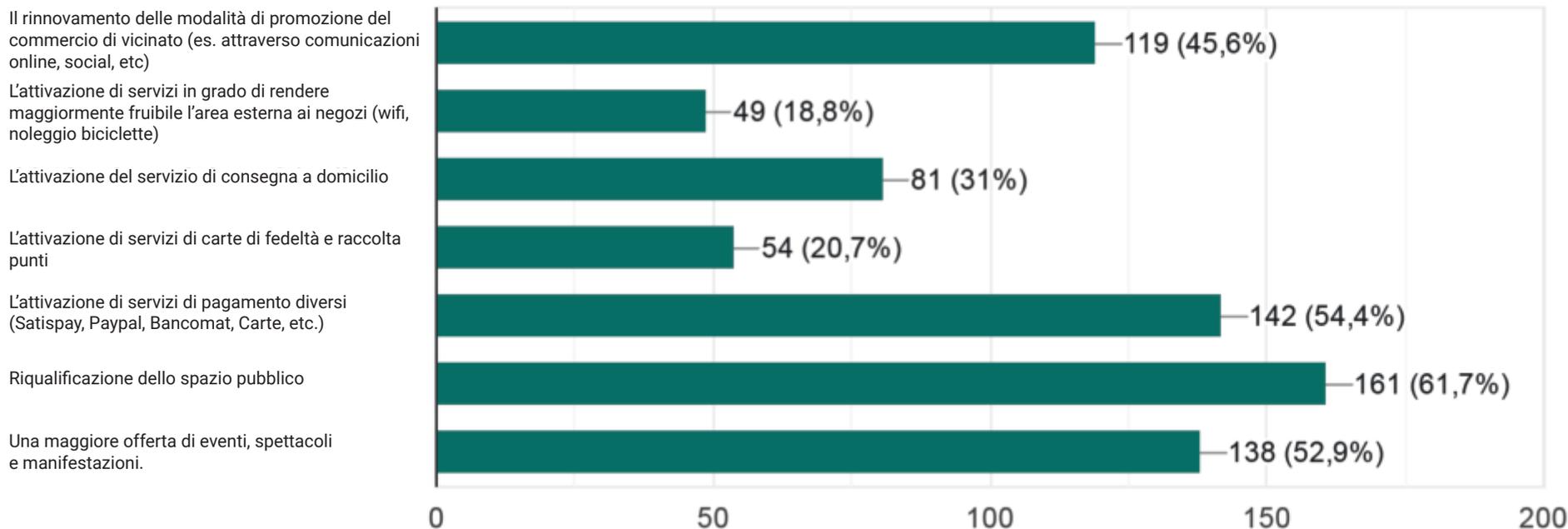
Cortesia e disponibilità verso il cliente:

abbastanza e molto si equivalgono e rappresentano una percentuale complessiva molto alta rispetto a poco.



7. QUALI AZIONI PENSI POSSANO ESSERE UTILI PER INVOLGIARE GLI ACQUISTI NEL TUO COMUNE?

261 risposte



Altro (specificare)

Parcheggi non a pagamento

I parcheggi!

Musica, è un peccato che a pinerolo sia sempre stata poco agevolata anche prima del covid.

Il problema più grave è il parcheggio. Se un'attività è in centro faccio di tutto per evitare di andarci. Ormai si è tutti di corsa e il centro di pinerolo è da evitare.

Sponsorizzare di più i nostri prodotti

Possibilità anche per persone anziane, senza permesso handicap, ma con difficoltà a camminare di poter fare due passi nel centro storico

Sensibilizzare la cittadinanza sui temi della sostenibilità (ridurre i consumi e gli imballaggi, prodotti locali, usare meno l'automobile...))

Prodotti sfusi, no bag

Aree di sosta gratuite

Disponibilità di parcheggi attigui all'esercizio commerciale
Più sicurezza nel muoversi a piedi e in bicicletta senza essere travolti dalle auto. Maggior separazione degli spazi destinati alle auto (da ridurre) e alle biciclette e piedi

Meno parcheggi a pagamento

Mancano parcheggi e mezzi pubblici

Una pagina del sito del comune dove siano raccolte tutte le attività e posizionate sulla mappa della città. Con indicato i tipi di prodotti/servizi, l'indirizzo, i contatti, il sito/social di ognuno. La possibilità di filtrare i negozi in base alla ricerca che si vuole fare. E credenziali per i commercianti per poter autogestire le loro informazioni.

Se un commerciante non dovesse sostenere le tante numerose tasse, potrebbe essere sicuramente molto più competitivo con i prezzi e quindi attirare anche gente dai comuni limitrofi e questo vale soprattutto per tutti quelli collocati nella periferia. Il commercio deve ingrandirsi un po' ovunque non

solo in centro, altrimenti molti saranno. Sempre obbligati a chiudere. Bisogna rafforzare di più ciò che già abbiamo, fare delle rivalutazioni sulle tasse, ovviamente nel nostro piccolo e far crescere tutti. Più servizi, più la gente è contenta. Più gente viene a vivere a pinerolo... Ed ecco il rientro delle tasse scattate prima a favore del commerciante

Qualità e prezzo dei prodotti

Intanto per comprare ci vogliono i soldi e con le tasse comunali e le varie bollette per pensionati non è facile sopravvivere. Sarebbe meglio diminuire le tasse e aumentare i servizi come pulizia pubblica, ripulire le strade, quartieri o quantomeno che vadano a piedi per la città non solo in auto, vedrebbero molte più occasioni di multare cittadini incivili

Parcheggi gratis, zero accantonaggio (che rompono con le elemosine)

I parcheggi

Parcheggi gratuiti con disco o a pagamento dopo 2 ore

Parcheggi e imprenditorialità

Una carta sconti per i negozi del pinerolese

Tutto abbastanza fruibile

Se si rivalutasse pinerolo, le opportunità che ha appunto pinerolo sono molte ma molte di più di quanto si possa pensare. Basta però con esercizi chiusi che sembrano abbandonati da tempo e invece bisogna rendere pinerolo molto più accogliente con arredo urbano qualificato ed eventi di qualità

Prezzi competitivi

Creare parcheggi sotterranei

Ripensare alla fidelizzazione attraverso logiche di gamification, che promuovano la pluralità di esperienze e nel frattempo rappresentino un divertimento per i clienti

Parcheggio con solo disco orario 90 minuti. No pagamento

1) Istituire una tessera fedeltà valida in tutti gli esercizi al dettaglio del comune di pinerolo la cui raccolta punti per le spese effettuate dia diritto a piccoli bonus economici quali voucher parcheggi, piccolo sconto su imposte comunali, biglietti omaggio a teatro o eventi culturali ecc.. 2) Mantenere e favorire la maggiore estensione possibile dei dehors di bar e ristoranti per attirare persone in centro e rendere più viva, curata e partecipata la città a vantaggio anche dei negozi

No nuovi parcheggi. Ok soste brevi a pagamento.

Formazione del personale di vendita

Vetrine accattivanti, filiere corte e implementazione di botteghe artigianali

La visione di insieme, al di là dei singoli negozi, vedere una comunione di intenti tra i commercianti.

Una qualità migliore dei prodotti

Possibilità di avere il parcheggio libero

Possibilità di parcheggio non a pagamento, magari zona disco

Parcheggio libero nelle principali piazze

Non far pagare zona blu quando c'è mercato



COMMENTO/ANALISI

La lettura delle percentuali da conto nei desiderata della preminenza della esigenza di qualità dello spazio pubblico.

Nelle risposte aperte 37 complessive:

16 pro parcheggi con varie sfumature

1 no parcheggi

1 incentivare prodotti locali

2 proporre maggiore sostenibilità green

1 sito web dedicato al commercio locale

6 qualità e prezzo prodotti

1 formazione personale

1 vetrine belle e artigianato

9 generiche



8. CRITICITÀ PRINCIPALI (DOMANDA APERTA)

COMMENTO/ANALISI

Sono state presentate 145 risposte anche composite.

Tra queste la **criticità più ricorrente è quella dei parcheggi che vengono citati 52 volte;**

l'assortimento scarso e non alternativo 47 volte ;

gli orari 41 volte;

i prezzi alti 21 volte;

scortesia incompetenza 13 volte;

nessuna criticità 12 volte ;

difficoltà con i pagamenti digitali 11 volte;

pochi negozi 4 volte.

Queste le risposte più ricorrenti.

Altre sono articolate ed alcune interessanti come:

Mi piacerebbe fossero tutti raggiungibili in bici;

Le periferie sono sempre meno "servite"; poca pubblicità,

Poche offerte dedicate agli abitanti del comune ;

Poca presenza web ;

Accessibilità disabili e passeggini ;

Mancanza di parcheggi custoditi per biciclette ;

Aree circostanti molto tristi che sviliscono le vetrine un po' obsolete ;

Vetrine che non attirano, mancanza di prezzi messi in modo leggibile.



9. QUALI STRATEGIE DOVREBBERO ESSERE INTRAPRESE PER MIGLIORARE LA SITUAZIONE?

COMMENTO/ANALISI

Sono state presentate **121 risposte** molto articolate.

Tra queste si possono sintetizzare più agevolmente le seguenti:

miglioramento rapporti con clienti, prezzi, forme di pagamento, prenotazioni, consegne, personale, sinergie tra commercianti 49 volte;
parcheggio 22 volte;
cura dello spazio pubblico 13 volte;
miglioramento orari 13 volte ;
miglioramento comunicazione 8 volte;

Altre risposte sono molto articolate ed alcune interessanti come le seguenti, **rivolte all'amministrazione:**

- Aprire ZTL ai veicoli in orario d'ufficio con chiusura nel fine settimana
- Incentivi (o disincentivi) ai proprietari degli immobili affinché vengano proposti affitti calmierati per gli esercenti, richiedendo agli stessi (con il rilascio delle licenze) una differenziazione, quindi l'originalità dei manufatti in vendita rispetto a quelli presenti negli esercizi in franchising, affiancamento del km 0 per i prodotti alimentari. Tutto per attirare non solo i turisti ma anche per ripopolare il centro cittadino e i quartieri a latere.
- La creazione di percorsi commerciali-culturali che consentano una fidelizzazione per l'intero percorso cittadino
- Favorire la diffusione di negozi, mercati e servizi decentrando. Si ridurrebbe il traffico automobilistico e l'importanza dei supermercati e dei centri commerciali (a pinerolo ce ne sono fin troppi!) A favore del commercio locale di prossimità.
- Dovrebbero essere presi in considerazione gli esercizi commerciali di tutto il comune, non solo quelli del centro storico.
- Il comune dovrebbe incrementare eventi/manifestazioni, ridurre il traffico veicolare e favorire zone solo pedonali o ciclo-pedonali. In generale, utilizzare di più i social sia per il singolo negozio sia a livello di istituzione comunale.

Rivolte ai commercianti :

Scivoli, anche amovibili ma in ogni esercizio commerciale.

Ho già dovuto fare acquisti in mezzo alla strada

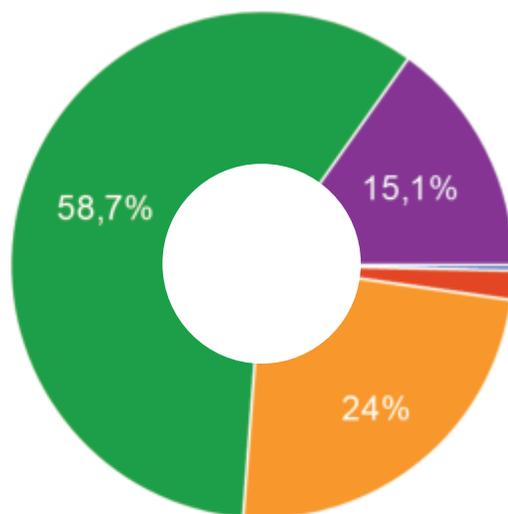
Movimentare i fine settimana

Le domande 10 e 11 servono a profilare i compilatori



10. QUANTI ANNI HAI?

271 risposte

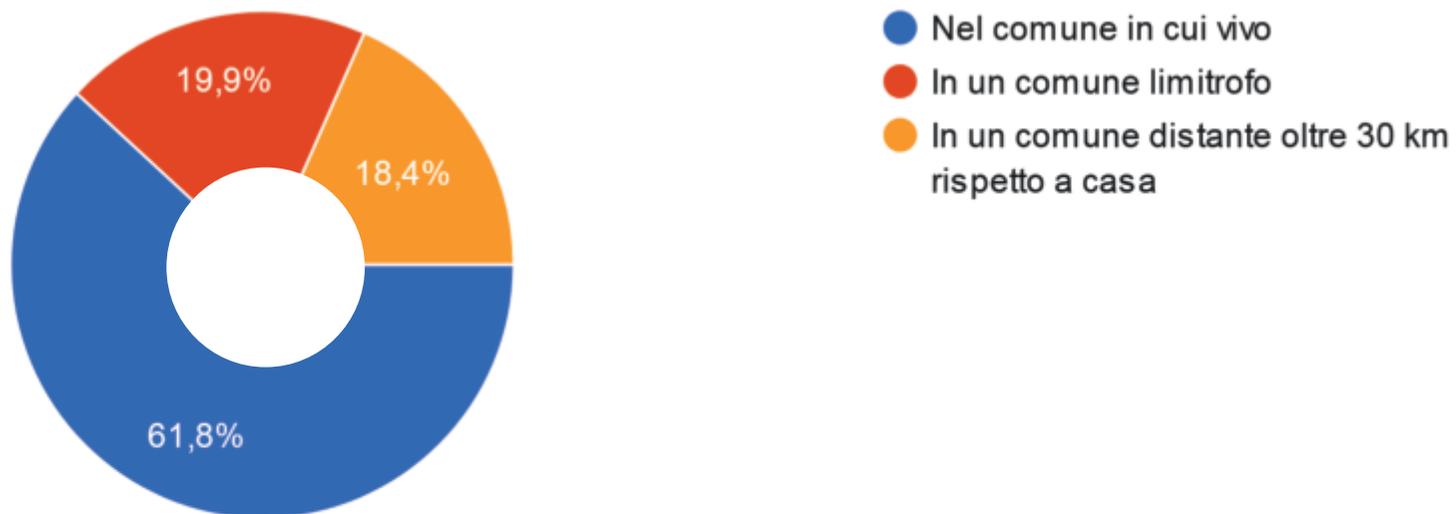


- Tra i 15 e 18 anni
- Tra i 19 e 25 anni
- Tra i 26 e 39 anni
- tra i 40 e i 60 anni
- Oltre i 60 anni



11. DOVE SVOLGI LE TUE PRINCIPALI ATTIVITA' (STUDIO, LAVORO ETC)?

267 risposte

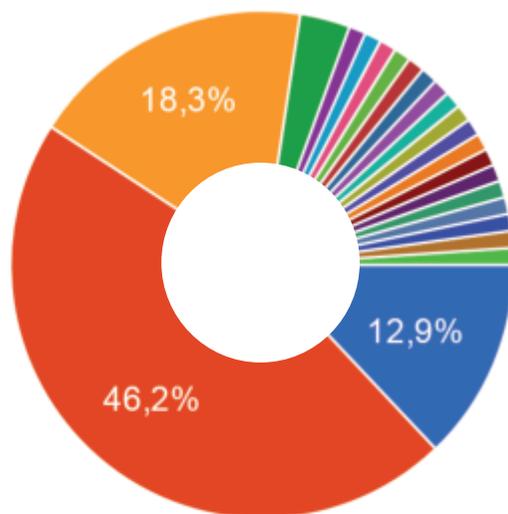


QUESTIONARIO PER LE IMPRESE



1. QUAL E' LA TIPOLOGIA DELLA TUA ATTIVITA'

93 risposte



- Alimentare
- Non alimentare
- Somministrazione
- Altro
- concept store : oggetti artigianali fatti...
- Ferramenta Casalinghi
- Servizio alla persona
- erboristeria negozio alimentazione bi...

▲ 1/3 ▼

- Calzature
- Abbigliamento e accessori
- Artigianale
- BIANCHERIA-INTIMO
- Vendita farmaci da banco integratori i...
- servizi alla persona e disbrigo pratiche
- Laboratorio orafa e gemmologico
- Abbigliamento donna

▲ 2/3 ▼

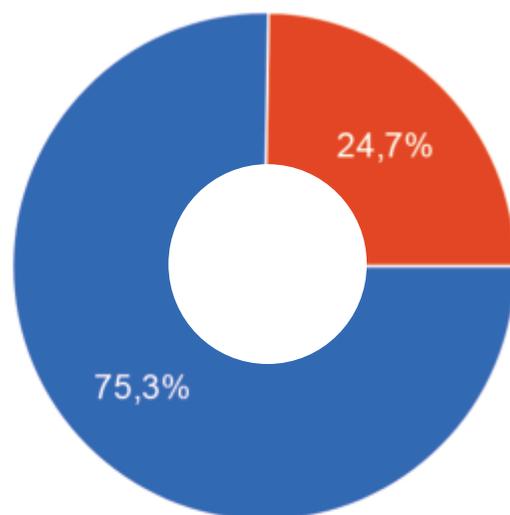
- Associazione sportiva
- erboristeria
- Estetista
- podologia
- abbigliamento
- Alimentare ,cosmetica

▲ 3/3 ▼

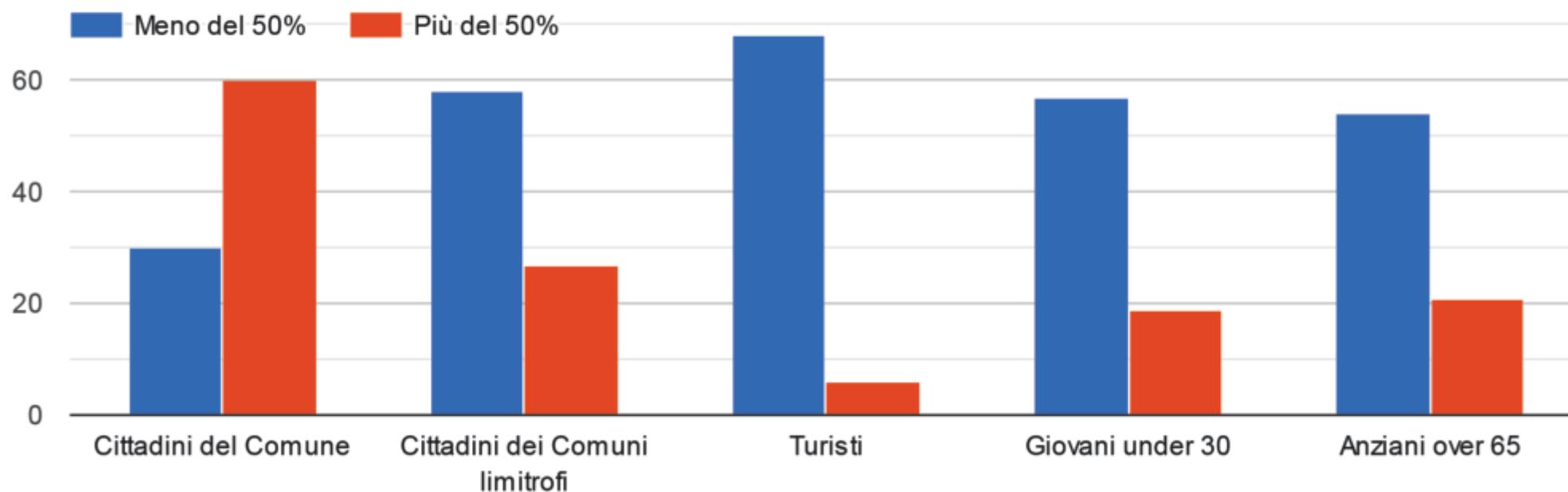


2. LA TUA ATTIVITA' COMMERCIALE APPARTIENE AL

93 risposte



3. QUAL E' LA TIPOLOGIA DELLA TUA CLIENTELA ?



COMMENTO/ANALISI

Prevalgono cittadini del comune poi a scendere comuni limitrofi poi minima quantità turisti.

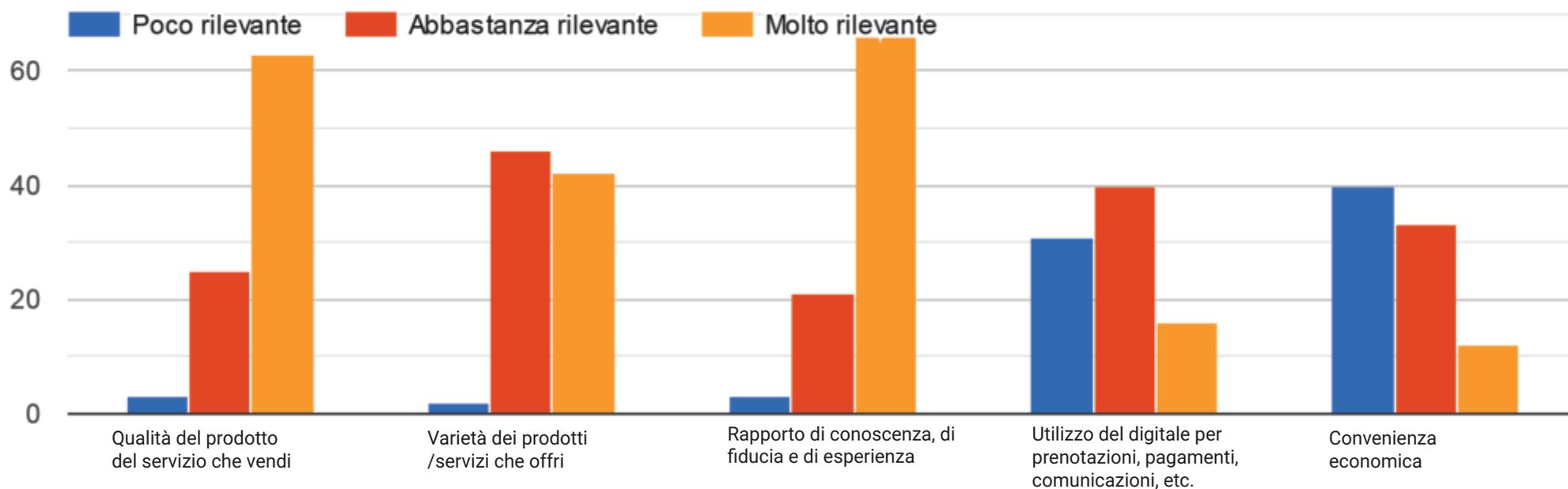
Meno e più si equivalgono proporzionalmente. Molto bassa la tipologia turisti.

Per fasce di età le percentuali si equivalgono ma con una minima prevalenza degli anziani.

Considerando la denatalità sembra un dato in controtendenza



4. LA TUA CLIENTELA COSA APPREZZA MAGGIORMENTE DELLA TUA ATTIVITA'?



COMMENTO/ANALISI

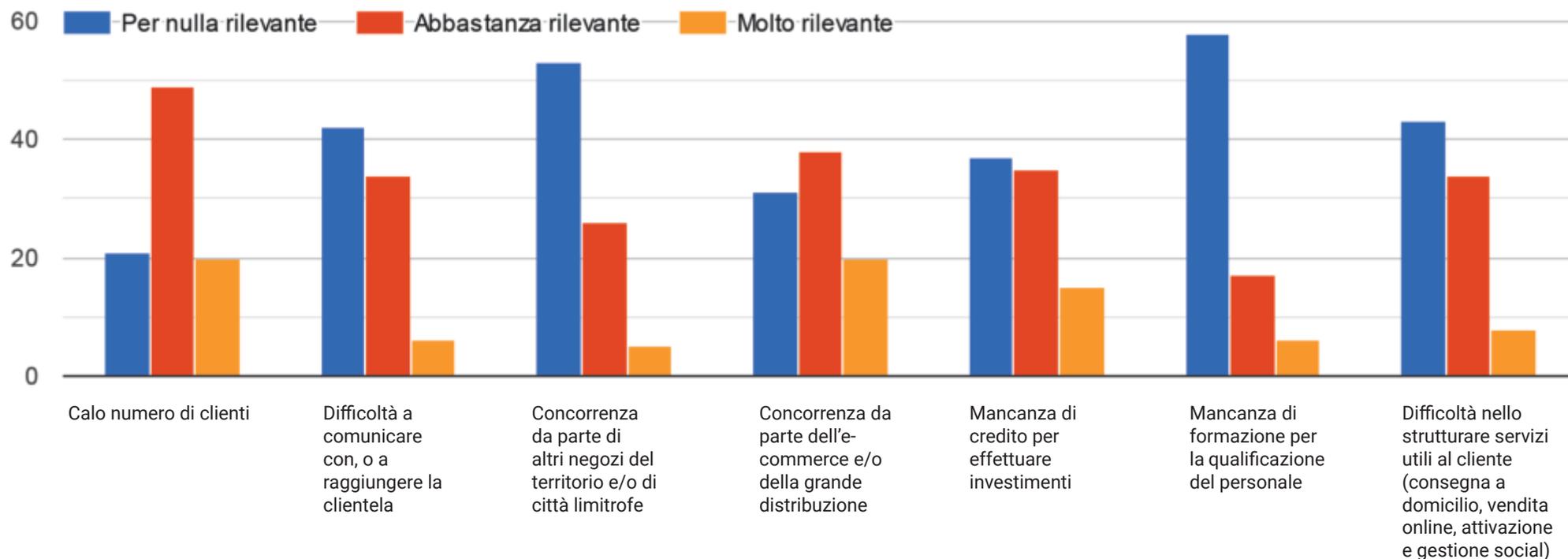
Prevalgono qualità del prodotto e fiducia meno varietà prodotti

Digitalizzazione media abbastanza rilevante sommata con molto superano poco

Convenienza abbastanza e molto superano poco



5. TRA LE SEGUENTI PROBLEMATICHE QUALI INCONTRA LA TUA AZIENDA DAL 2020?



Altro (specificare)

investimenti da parte della pubblica amministrazione sul territorio scarsi o inesistenti, programmazione migliore sul territorio attraverso arredo urbano verde pubblico per incentivare la circolazione del cittadino/ cliente detto a parole da anni ma mai realizzato.

Sono una Nuova attività

Poche persone esterne alla città, poca attrattiva in centro, se non nel periodo natalizio.

Problematiche date dal covid

Orario più elastico alla chiusura del sabato, in quanto la gente esce tardi specie nella stagione fredda, grazie

Difficoltà nella pianificazione del lavoro e degli investimenti a causa dell'andamento altalenante prodotto da chiusure e provvedimenti repentini e continui

Nonostante la mia attività sia sempre stata operativa e regolarmente aperta, abbiamo avuto comunque un importante calo di clienti ma soprattutto abbiamo dovuto investire in prodotti diversi da quelli che abitualmente trattiamo e gran parte del magazzino è rimasto fermo.

altro

Mancanza di pubblicità e mancata inclusione nell'offerta turistica. Mancanza di parcheggio gratuito (possibile prevedere una sorta di due ore gratis come avviene in certe realtà)

Reperimento del personale

Carenza parcheggio, orari prolungati soprattutto in chiusura, eventi nei giorni festivi, pubblicità varia, social anche istituzionali, turistici, eccellenze prodotti offerti da attività commerciali, interviste e servizi televisivi (Italia 1 mag, mela verde ecc..), giornali

COMMENTO/ANALISI

Calo clienti

Abbastanza e molto rilevante. Nulla rilevante annulla molto. Quindi abbastanza

Difficoltà' comunicazione con clientela

Abbastanza e molto si equivalgono con nulla

Concorrenza extra territoriale

Poco rilevante prevale su abbastanza e molto

Concorrenza e-commerce

Abbastanza e molto prevalgono del doppio rispetto a poco:

Mancanza di credito per investimenti

Poco e abbastanza triplicano molto cioè' trovare credito non pare così impossibile

Mancanza di formazione personale

Nulla rilevante triplica abbastanza e molto segno che non viene percepito come problematica

Difficoltà nei servizi utili al cliente

Abbastanza e molto si equivalgono con nulla

Seguono una serie di notazioni di commento sulle problematiche:

Sul covid: difficoltà' di pianificazione del lavoro e degli investimenti per i provvedimenti repentini e continui. Calo della clientela e necessita' di investire su prodotti diversi da quelli in magazzino
Reperimento del personale.

Sulle politiche pubbliche: scarsi investimenti da parte dell'amministrazione sulla qualità' urbana (arredo urbano, verde pubblico, incentivazione circolazione cittadini)

Poca attrattiva per visitatori turisti escluso il natale

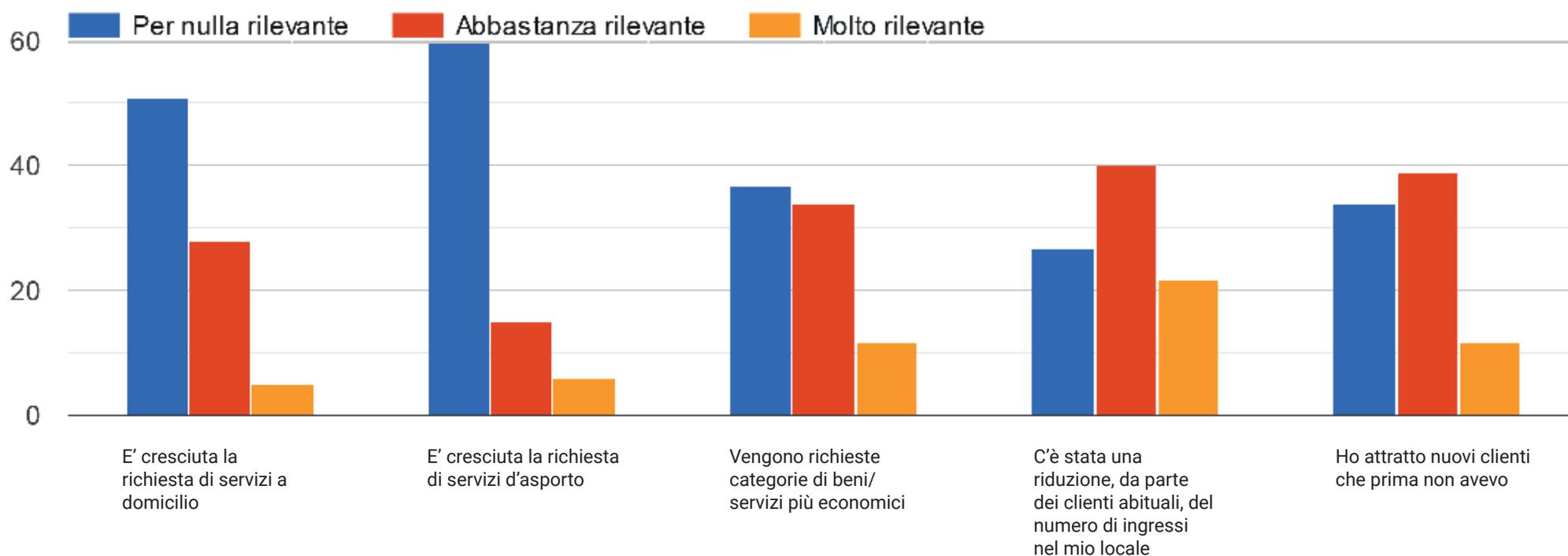
Mancanza di elasticità' degli orari di chiusura del sabato da prolungare in inverno

Mancanza di pubblicità ed inclusione nell'offerta turistica e di parcheggio gratuito a tempo

Carenza parcheggio e prolungamento orari durante gli eventi e festivi mancanza di pubblicità' anche istituzionale su social, siti turistici, e sui media televisivi e giornali



6. COME E' CAMBIATO, DAL 2020, IL COMPORTAMENTO DELLA TUA CLIENTELA?



Altro (specificare)

È una situazione un po' anomala ed abbastanza articolata per riassumerla in 2 righe

Nuova attività

Difficoltà a reperire nuovi clienti

Mancano i clienti dei paesi limitrofi

Periodi di Alti e Bassi di afflusso agli estremi a seconda dell'andamento della pandemia e delle regole



COMMENTO/ANALISI

Crescita servizi a domicilio

Nulla rilevante prevale su abbastanza e molto

Crescita asporto

Nulla doppia abbastanza e molto

Richiesta di beni e servizi più' economici

Abbastanza e molto prevalgono di poco su nulla

Riduzione ingressi clienti abituali

Abbastanza e molto doppiano nulla

Nuovi clienti

Abbastanza e molto prevalgono rispetto a nulla

Risposte altri cambiamenti

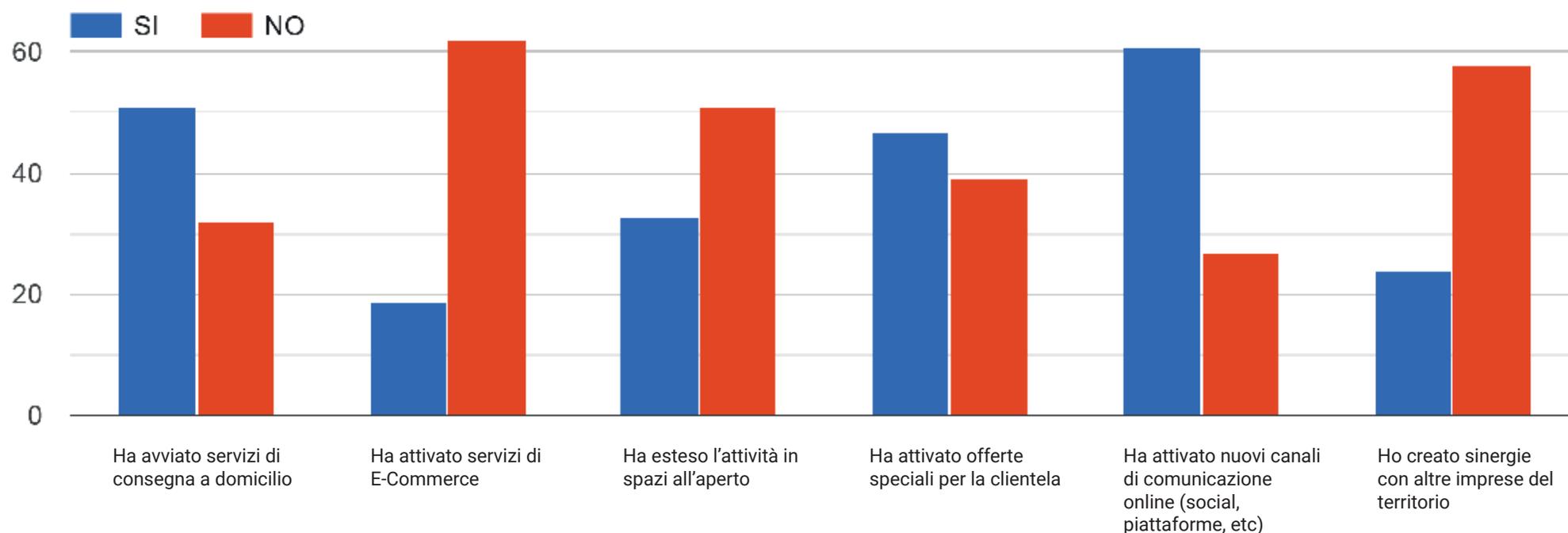
Difficoltà a reperire nuovi clienti

Mancano clienti dai paesi limitrofi

Afflussi altalenanti coincidenti con l'andamento della pandemia e delle regole connesse



7. QUALI CAMBIAMENTI HAI INTRODOTTI NELLA NORMALE GESTIONE DELLE ATTIVITA' DAL 2020?



Altro (specificare)

Ho sempre fatto consegne a domicilio

Per noi è stato importante iniziare a collaborare con un paio di attività.

altro

Ho avuto la fortuna di poter collaborare con un negozio fisso il quale mi fa da punto d appoggio per clienti che non possono venire al mercato

Dipende molto dalla collocazione di dove uno si trova, nel mio caso specifico, zona collina, collaborare con altri commercianti diventa difficile, non per mancanza di volontà, ma comunque siamo lontani dalla loro realtà cittadina Per il discorso asporto, quello lo abbiamo fatto da che è iniziata l'attività, e stiamo parlando di oramai 40 anni fa, per il domicilio....mai fatto pagare la consegna ma ovviamente è un costo aggiunto guardando la nostra posizione, comunque siamo valutando la possibilità Per e-commerce, essendo piatti che prepariamo sul momento e che al cliente piace essere consegnati caldi, il tutto sicuramente si complica rispetto ad un prodotto che non richiede lo stesso servizio L'e-commerce era attivo prima del 2020,

così come le piattaforme social



COMMENTO/ANALISI

Servizi a domicilio.

Prevale si

Attivazione servizi di e-commerce:

no prevale di molto su si

Estensione attività' all'aperto:

no prevale su si (nb risposta da riparametrare in base alle risposte di bar caffè' ristoranti rispetto agli altri)

Offerte speciali:

si prevale di poco su no

Attivazione nuovi canali online:

si doppia il no

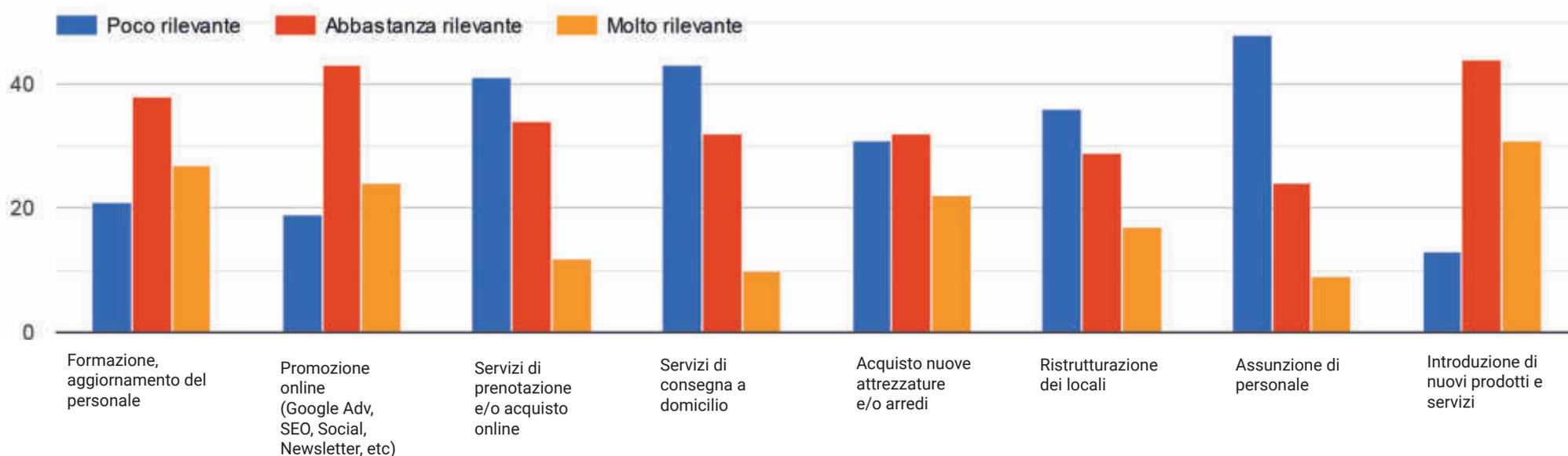
Sinergie con altre imprese:

no doppia il si

Altre descrizioni confermano alcune risposte circa asporto domicilio e-commerce e sinergia con altre imprese



8. PER LA TUA IMPRESA QUALE TRA QUESTE TIPOLOGIE DI INVESTIMENTO E' PIU' IMPORTANTE PER MANTENERE ALTA LA TUA COMPETITIVITA'



Altro (specificare)

Personalizzazione dell'offerta

Spesso mancano le possibilità. Rinnovare gli ambienti è molto importante, ma sono investimenti continui. Purtroppo l'incertezza continua, e non stiamo parlando dal 2020, ma molto prima, la concorrenza non corretta a livello tasse, sulla qualità ed il saperci fare con la gente, quella è una dote personale, sul fisco tasse, troppe differenze tra chi fa lo stesso mestiere, ma a livello fiscale assolutamente non conforme a noi. E su questo, guardando il nostro territorio, chi ancora fa ristorazione e si dichiara per tale credo ci si possa contare tranquillamente sulle dita delle due mani, ovviamente escluso chi dichiara essere pizzeria che ora mai dove c'è un buco apro un bar o una pizzeria.



COMMENTO/ANALISI

Formazione aggiornamento personale

abbastanza e molto triplicano poco

Promozione online

abbastanza e molto quadruplicano poco

Prenotazione e acquisto online

abbastanza e molto prevalgono poco su poco

Consegna a domicilio

abbastanza e molto si equivalgono con poco

Acquisto nuove attrezzature e arredi

abbastanza e molto raddoppiano poco

Ristrutturazione locali

abbastanza e molto superano poco

Assunzione personale

abbastanza e molto sono superati da poco

Introduzione nuovi prodotti

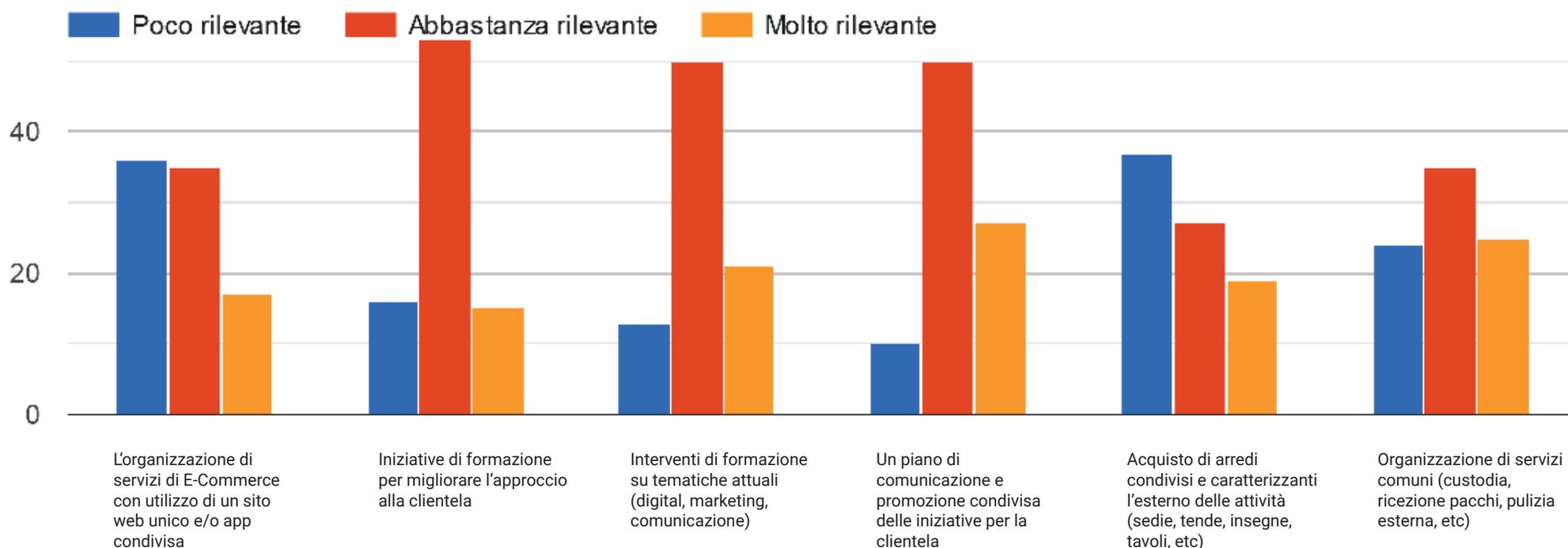
abbastanza e molto quintuplicano rispetto a poco

Altro

Carenza di possibilità economiche per rinnovare i locali
sommata alla incertezza ed al prelievo fiscale troppo alto



9. IN UN SISTEMA DI COOPERAZIONE PROGETTUALE TRA LE IMPRESE PER IL RILANCIO E L'ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO COSA CONDIVIDERESTI?



Altro (specificare)

Sicuramente si riuscisse a creare un grande centro commerciale digitale di tutte le aziende di Pinerolo con la possibilità di consegne a casa, sarebbe interessante. Un Amazon Pinerolo. Ho letto che esistono già alcune realtà simili

Molto interessate l'acquisto degli arredi condivisi, argomento da approfondire e che potrebbe aiutare molti commercianti Sarebbe interessante capire se questo si potesse fare anche per quanto riguarda il personale. Spesso capita che ci siano momenti di crisi, quindi si tende a non assumere per non lasciare nessuno a casa dopo, ma se si studiasse un metodo dove, ovviamente il personale deve essere d'accordo e sapere già eventuali spostamenti, con libertà assoluta di essere d'accordo o meno, dove in caso di bisogno si potesse far girare il personale, così nessuno resterebbe senza lavoro, e le aziende non andrebbero incontro a spese che in quel momento non possono sostenere.....credo sia impossibile ma sarebbe bello.



COMMENTO/ANALISI

Organizzazione di e-commerce con sito e app condivisi

Abbastanza e molto prevalgono su poco

Formazione per approccio alla clientela:

abbastanza e molto sestuplicano poco

Formazione su digital, marketing e comunicazione:

abbastanza e molto sestuplicano poco

Piano di comunicazione condiviso:

abbastanza e molto sestuplicano poco

Acquisti arredi condivisi:

abbastanza e molto prevalgono appena su poco

Organizzazione servizi comuni:

abbastanza e molto doppiano poco

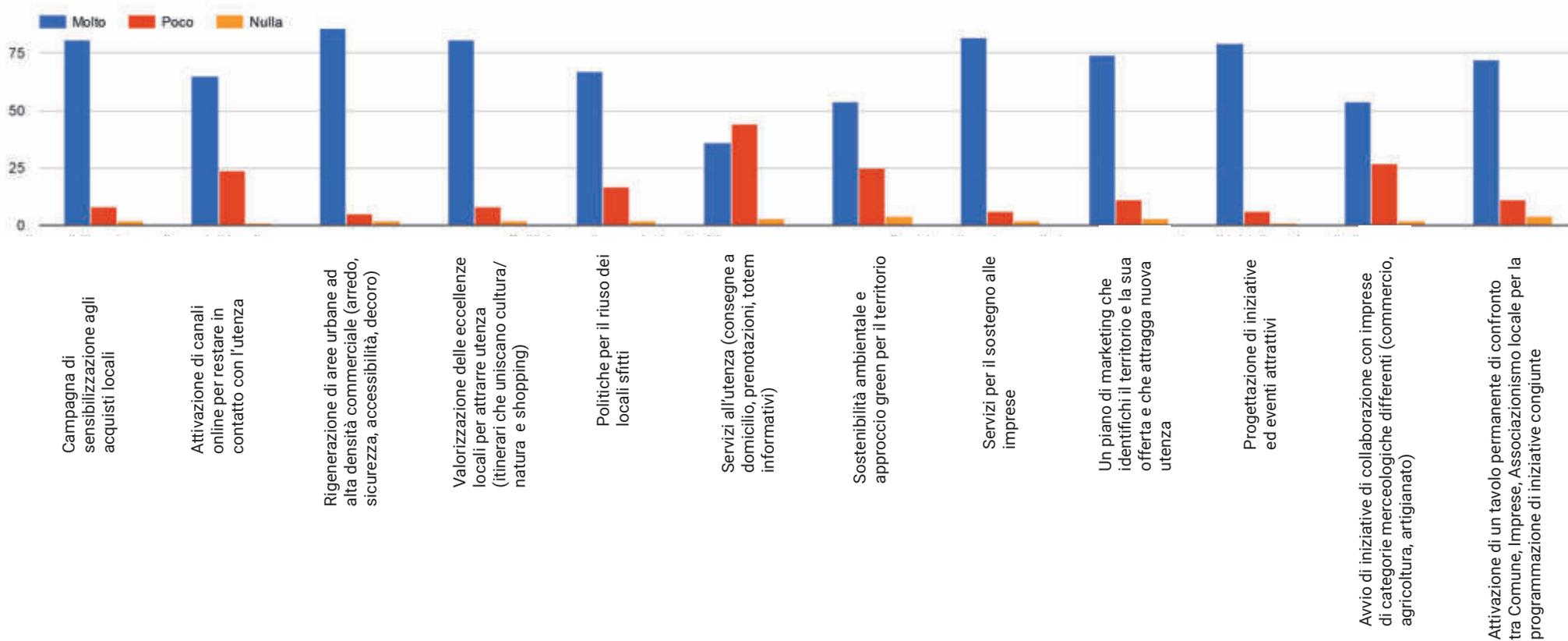
Altro

Proposta di grande centro commerciale digitale per consegne a casa es. Amazon pinerolo

Acquisti arredi condivisi interessante ma anche personale condiviso.



10. QUANTO SONO IMPORTANTI, SECONDO TE, GLI ASPETTI CHE SEGUONO PER LA RIVITALIZZAZIONE DEL TERRITORIO E DELLA SUA ECONOMIA, SUI QUALI DOVREBBE LAVORARE IL DISTRETTO DEL COMMERCIO)



Altro (specificare)

Soprattutto l'organizzazione di eventi attrattivi

I clienti non trovano parcheggio libero ma solo a pagamento e quindi preferiscono i centri commerciali
Soprattutto coinvolgere tutto il territorio comunale e non solo certi distretti cittadini.

Si deve collaborare con attività di varie merceologie per portare la gente a ritrovare il piacere della socialità e quindi ritornare al piacere del dare acquisti nei negozi o nei banchi della propria città piuttosto che incentivare ancora di più gli acquisti on line.



COMMENTO/ANALISI

Campagna di sensibilizzazione per gli acquisti locali:

molto decuplica poco e nulla

Attivazione canali online per contatti con clientela:

molto doppia poco e nulla

Rigenerazione urbana (decoro sicurezza arredi)

molto e' la percentuale più' alta delle risposte agli altri quesiti rispetto a poco e nulla

Valorizzazione eccellenze locali:

molto decuplica poco e nulla

Politiche riuso locali sfitti:

molto triplica poco e nulla

Servizi all'utenza prenotazioni consegne totem informativi:

poco e nulla prevalgono su molto

Sostenibilità ambientale territorio green:

molto prevale di poco su poco e nulla

Servizi per il sostegno alle imprese:

molto decuplica poco e nulla

Piano di marketing per offerta territorio:

molto quintupla poco e nulla

Eventi e attrattive:

molto decuplica poco e nulla

Iniziative di collaborazione tra merceologie differenti

molto prevale di poco su poco e nulla

Tavolo permanente di confronto tra comune imprese associazioni per iniziative congiunte:

molto triplica poco e nulla

Altro

Organizzare eventi attrattivi

Carenza di parcheggio favorisce i centri commerciali

Coinvolgere tutto il territorio comunale non solo certi distretti

Incentivare la collaborazione tra merceologie differenti per ritrovare il piacere dello shopping e arginare gli acquisti online



11. QUALI SONO I BISOGNI DELLA TUA CATEGORIA MERCEOLOGICA

Un aiuto per imparare a lavorare online aiuto della regione per attrezzature e posti per il lavoro e mezzo per trasporto merce

Meno concorrenza sleale dei grandi colossi tipo amazon

Sono indicati nella domanda che mi avete fatto compilare sopra Avendo diverse categorie merceologiche è difficile rispondere. Direi avendo utilizzato ed investito nei canali pubblicitari del proprio comune, aprirsi a clienti distanti dal territorio pinerolese.

Un contesto esterno molto curato, possibilmente con negozi di vicinanza che attraggono una clientela non troppo giovane.

Far arrivare il cliente in negozio

Visibilità

Pubblicità parcheggio merce da rivendere medio alta

Tanto passaggio di clientela !

Appartenere a una categoria riconosciuta come farmacie e parafarmacie

Posteggi gratuiti, accessibilità al centro storico, costi minori della tassa

Ripartire economicamente

C'è ne sono vari, ma non capisco a cosa si riferisce la domanda

Il bisogno principale è quello di interessare le persone a venire in negozio e mostrare anche attraverso canali digitali la tipologia di offerta che trovano all'interno del mio punto vendita

Ritorno del turismo nel fine settimana, la domenica in particolare acquisiamo un buon numero di nuovi clienti tra le persone che provengono da città e paesi vicini, es moncalieri, carignano, torino, piossasco, ecc), soprattutto in primavera o nel periodo autunnale e pre natalizio

Libreria: mantenimento di un elevato standard qualitativo ambientale.. Effetto oasi di relax

Fare cultura sulla birra artigianale

Si deve trovare il modo di rendere più qualitativa l'offerta del mercato e ampliare i punti forti.

Facendo mercato, sarebbe opportuno far terminare lo sgombero del mercato (soprattutto nella giornata del sabato che il mercato dura di più) almeno alle ore 15 e non alle 14.30, Perché dopo una giornata di duro lavoro tra corse, freddo, gelo, caldo, non è logico che uno debba farsi venire la tachicardia per ritirare il banco altrimenti rischia di prendersi ogni settimana la multa, ci sono attività che possono ritirare in fretta ed altre che ci vuole più tempo e per cui bisogna darglielo.

Poi sarebbe da rivedere la sistemazione dei san pietrini nella piazza, perché diverse persone spesso rischiano di cadere e controllare le persone che rubano.

Che ritorni la clientela al mercato

Passaggio e turismo

Che il centro storico diventi sempre più bello

Sicuramente:

-Parcheggio

-servizio di trasporto, esistente, ma non conforme agli orari di apertura

-rivedere il discorso tasse in base a dove un'attività è collocata

-organizzare attività di attrazione non sempre negli stessi punti ma girare per tutta la città comprese le zone limitrofe che fanno parte di pinerolo

-dialogo tra commercio e comune, organizzare insieme eventi, non tutti i commercianti ne sono in grado quindi creare un circolo da comprendere anche questi, magari non creano ma il servizio lo danno -ricordiamoci che non siamo solo commercianti ma diamo un servizio alla nostra città quindi ci va dialogo

Selezione accurata, da parte di organi competenti, delle attività che si propongono sul territorio. Tutto ciò per garantire serietà e un ritorno graduale ad un livello qualitativo accettabile dell'offerta.



Evidenziare l'importanza di acquistare i prodotti in un ambiente confortevole e con il supporto di personale competente al fine di contrapporre queste armi all'acquisto on line

Attirare persone verso pinerolo

Le erboristerie devono avere titolari laureati in tecniche erboristiche(facoltà farmacia) e questo non sempre accade; in paesi limitrofi ci sono erboristerie aperte non da laureati e questo può esser un danno per noi

La possibilità di poter usufruire (al bisogno) di aree urbane (per esempio aree verdi, terrazze e piazzette) per organizzare incontri ed eventi con agevolazioni da parte del comune.

Possibilità di creare eventi con supporti esterni, aiuti economici e di affiancamento per creazione di vendita online, sensibilizzazione acquisto in territorio, strumenti di difesa contro amazon e l'online.

Personalmente (ma non credo sia strettamente collegato con la categoria merceologica), ritengo che la formazione e l'aggiornamento siano fondamentali, sia nel mio ambito specifico, sia riguardo la gestione finanziaria, marketing,ecc.



COMMENTO/ANALISI

Imparare la vendita online

Meno concorrenza sleale dal commercio online

Aprirsi a clientela distante dal territorio

Cura dello spazio pubblico

Far arrivare i clienti al negozio

Visibilità

Pubblicità, parcheggi, merce medio alta

Posteggi gratuiti riduzione tari e accessibilità al centro storico

Interessare le persone online per farle entrare nel negozio

Ritorno del turismo nel week end come capita nel periodo autunnale primaverile e a natale

Passaggio e turismo

Centro storico sempre più bello

Parcheggio - servizi di trasporto - allargare le attività' di attrazione anche alle zone limitrofe

Dialogo tra amministrazione e commercio per organizzazione congiunta di eventi

Selezione delle attività che vogliono insediarsi

Ambiente confortevole con personale competente per rispondere al commercio online

Maggiore disponibilità' di aree pubbliche (giardini etc) per organizzare eventi con agevolazioni

Eventi con supporti esterni

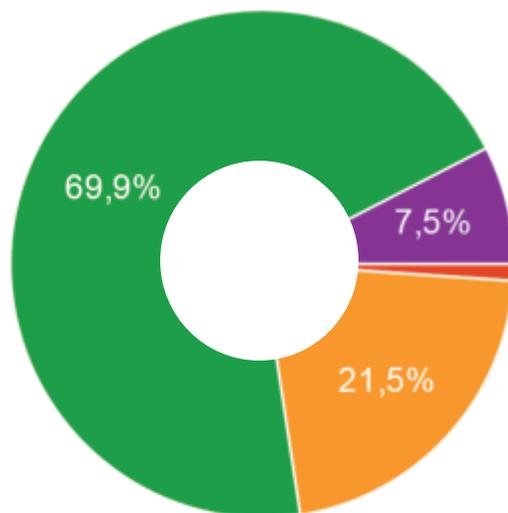
Aiuti economici e affiancamento per creazione vendite online e sensibilizzare per acquisti nel territorio contro I e commerce multinazionale.

Formazione su marketing e gestione finanziaria



12. Quanti anni hai

93 risposte

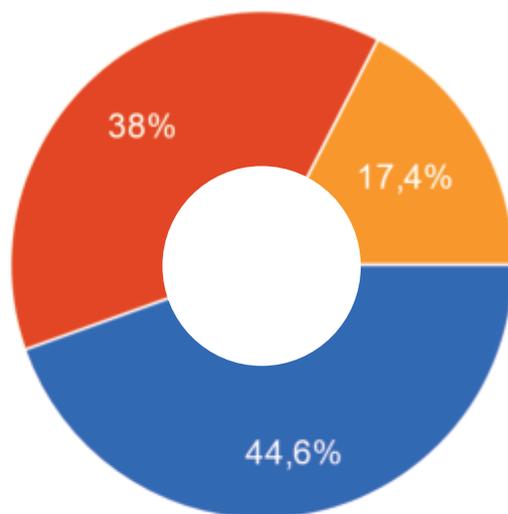


- Tra i 15 e i 18 anni
- Tra i 19 e i 25 anni
- Tra i 26 e i 39 anni
- Tra i 40 e i 60 anni
- Oltre i 60 anni



13. Dove vivi?

92 risposte

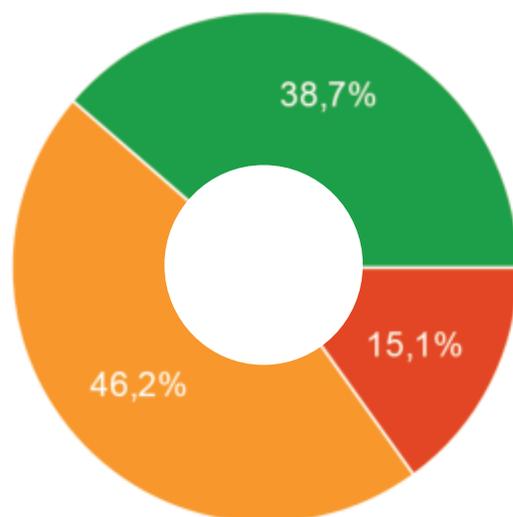


- In Pinerolo
- In un comune limitrofo
- In un comune distante oltre 30 km rispetto a Pinerolo



14. Da quanti anni svolgi la tua attività?

93 risposte

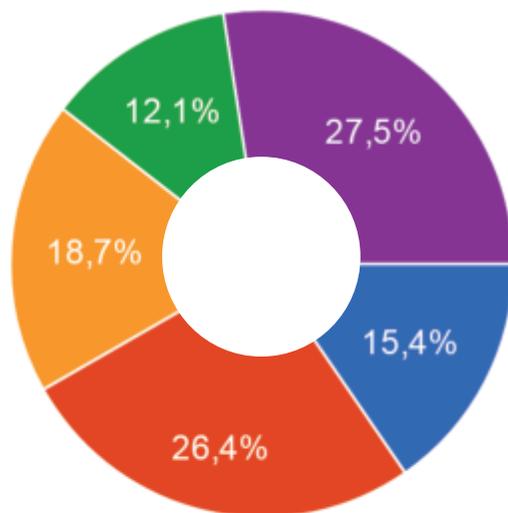


- Meno di un anno
- Tra 1 e 5 anni
- Tra 5 e 20 anni
- Più di 20 anni



15. LA TUA TIPOLOGIA DI ATTIVITA' PREVALENTE

91 risposte



- Commercio settore Alimentare
- Commercio settore Non Alimentare
- Somministrazione Alimenti e Bevande
- Servizi alla Persona (specificare nello spazio sottostante)
- Categoria Prodotti (es. abbigliamento, scarpe, dischi, etc) Specificare nello spazio sottostante

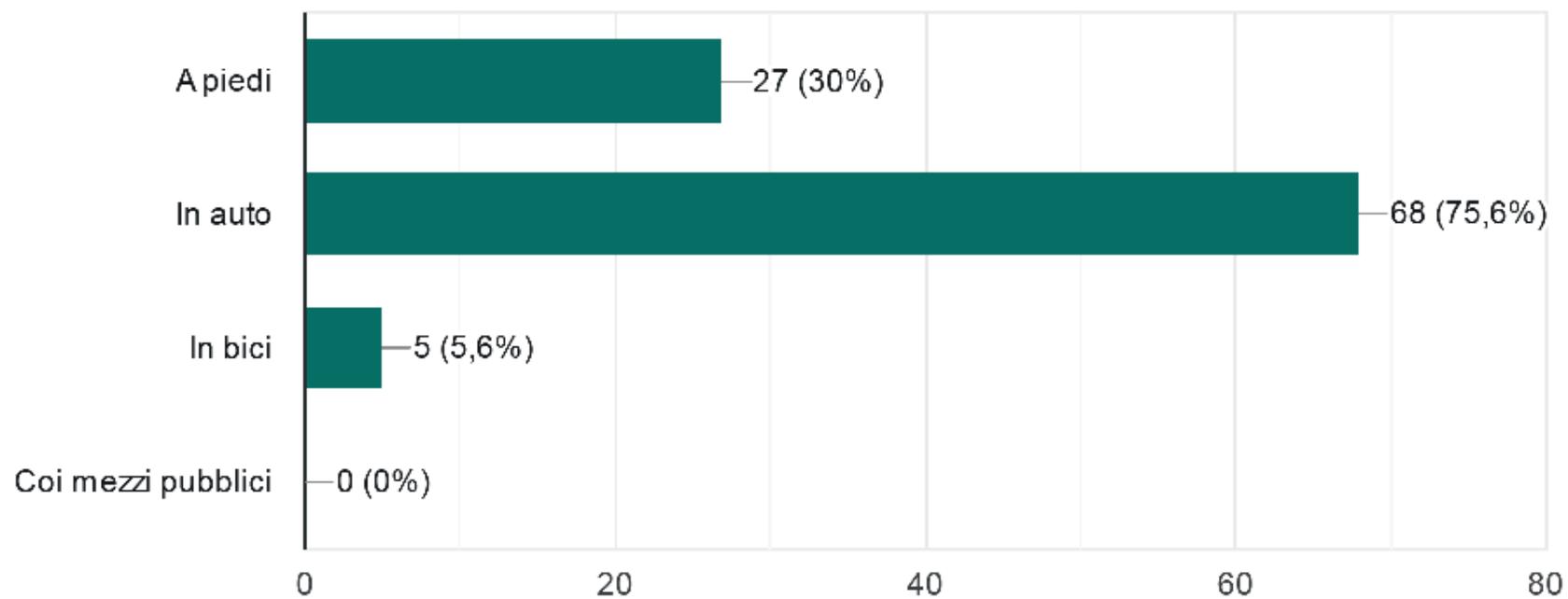
- Produttore di prodotti da forno (biscotti, torte)
- Produzione complementi d'arredo fatti a mano,
- Argenteria, bijoux, articoli regalo e servizi di riparazione.
- Ferramenta casalinghi
- Acconciature
- Parrucchiera
- Intimo
- Banco di pelletteria da 4 generazioni !
- Accessori moda
- Concept store
- Erboristeria, alimentazione e integrazione cosmetica
- Ristorante pizzeria
- Lavanderia
- Abbigliamento, bigiotteria, pelletteria, articoli regalo
- Scarpe
- Artigianato
- Intimo-abbigliamento
- Libreria
- Vendita di farmaci da banco integratori alimentari prodotti per la persona
- Produttore birra artigianale

- Progettazione
- Gioielli, creazioni preziose personalizzate
- Vendiamo prevalentemente libri e giocattoli ma anche cartoleria
- Abbigliamento intimo, costumi, pigiamera
- Vendita frutta e verdura
- Faccio prevalentemente fiere vendo articoli su dimostrazione
- Roba elettronica e cover per smartfone
- Abbigliamento donna
- Gioielli e bijoux
- Sistemare attorno alle piante della piazza del mercato, perché le persone si inciampano e cadono!!
- Caffetteria
- Fitness
- Estetista
- Eventi
- Abbigliamento
- Podologia ortopedia sanitari
- Acquisto,vendita,scambio orologi da collezione
- Abbigliamento
- Ristorante
- Ristorante pizzeria

- Coltellerie/affilature
- Corniceria e vendita stampe antiche ,acquereli ,dipinti ;specchi eccc
- Abbigliamento e accessori
- Gioielleria
- Libri, gadgets, cartoleria
- Intimo e calze
- Complementi d'arredo
- Pelletteria accessori moda
- Integratori alimentari; erbe e spezie; cosmetici; dispositivi medici
- Bottega di prodotti sfusi e alla spina
- Giochi e giocattoli
- Profumi e cosmetici
- Filati e accessori per maglia e uncinetto
- Cosmetici eco biologici

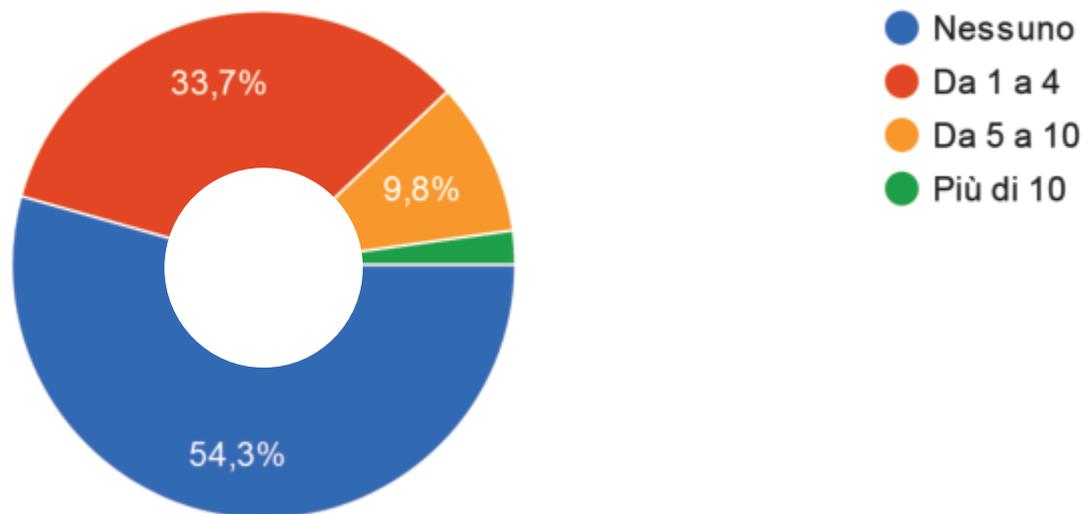
16. COME TI RECHI A LAVORO?

90 risposte



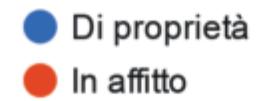
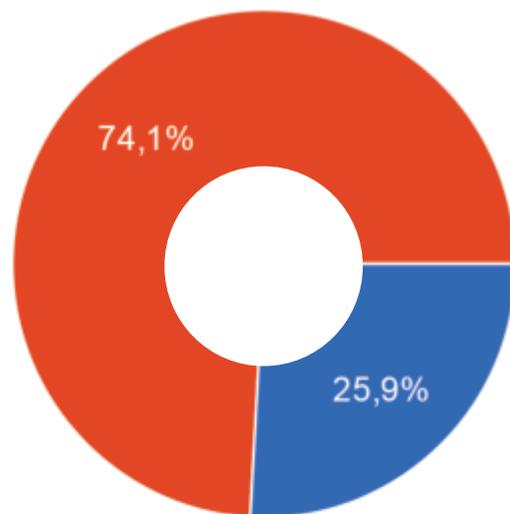
17. QUANTI DIPENDENTI HAI?

92 risposte



18. IL LOCALE IN CUI SVOLGI L'ATTIVITA' E'...

85 risposte



CONCLUSIONI

Dopo le prime due domande di inquadramento generale sull'appartenenza merceologica dei redattori si passa ad un blocco di domande (da 3 a 7) sulla clientela e sul periodo pandemico.

In sintesi si evidenziano i seguenti dati:

- la clientela è prevalentemente locale ed il turismo incide in piccola percentuale;
- I clienti apprezzano la fiducia e la qualità dei prodotti, la digitalizzazione e la convenienza;
- riguardo alle problematiche Covid e post Covid :
 - il calo dei clienti è abbastanza rilevante,
 - la difficoltà nella comunicazione è media,
 - la concorrenza esterna è stata poco rilevante,
 - la concorrenza dell'e-commerce è stata soverchiante,
 - la mancanza di credito per investimenti non sembra problema rilevante,
 - la mancata formazione del personale non è una problematica ,
 - la difficoltà di creare servizi utili al cliente è media.
- Nelle risposte aperte si marcano le difficoltà sulla pianificazione del lavoro e sugli investimenti per l'altalenanza della pandemia, il necessario cambio dei prodotti rispetto al magazzino, la difficoltà nel reperimento personale,
- rispetto ai cambiamenti della clientela in Covid:
 - il servizio a domicilio e l'asporto non sono cresciuti in modo significativo mentre la richiesta di beni e servizi più economici molto,
 - la riduzione dei clienti abituali è stata molto significativa.

Nelle risposte aperte: difficoltà a creare nuova clientela

Rispetto ai cambiamenti nella gestione dell'attività con il Covid con risposte si e no:

SI = servizi a domicilio, offerte speciali, nuovi canali online,

NO= e-commerce, attività all'aperto, sinergie con altre imprese

Nelle risposte aperte: suggerimento di ricercare sinergie con altre imprese

Seguono domande (da 8 a 10) che riguardano più in generale al commercio su competitività, condivisione per rilancio territoriale e importanza di azioni del DUC per il rilancio del territorio ed economia.

Sugli investimenti per la competitività:

- MOLTO RILEVANTE formazione del personale, promozione online, ristrutturazione locali, acquisto attrezzature e arredi, nuovi prodotti;
- MEDIAMENTE RILEVANTE: prenotazione e acquisto online, consegna a domicilio
- POCO RILEVANTE: assunzione personale.

Sulla condivisione con altre imprese per il rilancio territoriale:

- MOLTO RILEVANTE : sito ed app per e-commerce, formazione per approccio clientela, formazione su digital, marketing, piano di comunicazione condiviso, organizzazione servizi comuni
- MEDIAMENTE RILEVANTE: acquisti arredi condivisi

Nelle risposte aperte proposta di creare un grande centro commerciale digitale per consegne, e condividere oltre agli acquisti per arredi anche il personale.

Sull'importanza di certi aspetti descritti per il lavoro del DUC:

- MOLTO RILEVANTE: campagna di sensibilizzazione verso i prodotti locali, attivazione canali online per clientela, rigenerazione urbana (con il più alto margine di importanza) , valorizzazione eccellenze locali, riuso locali sfitti, servizi per il sostegno alle imprese, piano di marketing territoriale, eventi e attrattive, tavolo permanente di confronto
- MEDIAMENTE RILEVANTE: sostenibilità green
- POCO RILEVANTE servizi all'utenza per prenotazioni e consegne e totem informativi

La domanda 11 sui bisogni della propria categoria merceologica è a risposte aperte le quali sono state numerose e in parte già espresse nelle risposte alle domande da 3 a 10. In sintesi su 19 totali risposte :

- 8 riguardano argomenti tra loro collegati : cura e bellezza dello spazio pubblico, turismo e eventi;
- 3 parcheggi e trasporti pubblici;
- 2 formazione
- 6 sono già state espresse nelle risposte multiple

Le successive domande da 12 a 18 riguardano dati che possono essere dedotti dai grafici. In generale da questi si possono ricavare i seguenti dati generali: la mobilità è su mezzi propri, la maggioranza è rappresentata da un solo gestore esercente mentre gli esercenti con dipendenti sono in maggioranza da 1 a 4 e poi distante da 5 a 10. La maggioranza degli esercenti svolge l'attività in locali in locazione.