

# **Il monitoraggio dei Distretti del Commercio lombardi**

Venerdì 24 settembre 2010  
Seminario Tecnico dei Distretti del Commercio

Giulia Lazzeri – Laboratorio dei Distretti del Commercio



# Laboratorio dei Distretti del Commercio

Il **Laboratorio**, progettato ed istituito dalla DG Commercio, Turismo e Servizi, si prefigge l'obiettivo di favorire la **costruzione e il consolidamento di una comunità professionale e di scopo tra gli attori dei Distretti Commerciali**.

Si avvale del contributo di idee di un **Comitato Scientifico** ed utilizza alcuni servizi dell'Istituto di Ricerca della Lombardia (**IReR**).

Nell'ultimo anno sono state promosse diverse attività, tra cui una **prima rilevazione di indicatori di performance** (progettazione degli strumenti di rilevazione e raccolta delle informazioni )



# Report indicatori di performance

È stato chiesto a ciascun distretto di compilare un report diviso in **4 sezioni**:

- Indicatori di performance derivati da rilevazioni di **Customer Satisfaction** (consumatori, residenti e operatori economici)
- Indicatori di performance derivati da rilevazioni circa il **mix commerciale**
- Indicatori di performance derivati da rilevazioni circa i **parcheggi**
- Indicatori di performance derivati da rilevazioni circa il **flusso pedonale** (*facoltativo*)

e sono state fornite delle **Linee Guida** metodologiche.



# L'attività di monitoraggio: prime osservazioni

Sulla base delle indicazioni fornite, i distretti hanno effettuato le rilevazioni necessarie.

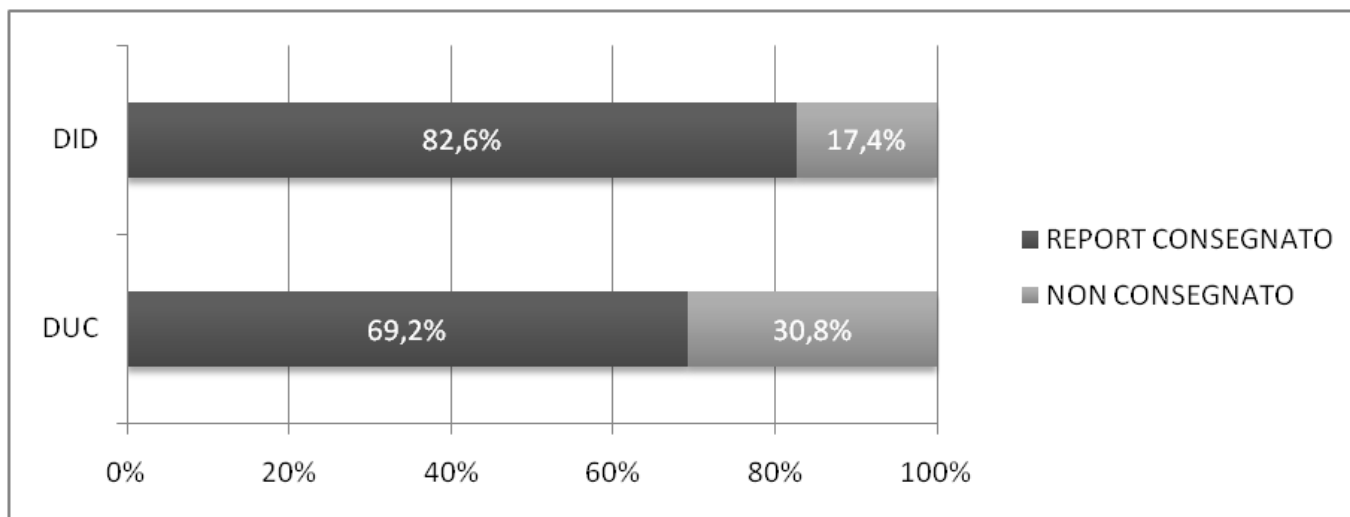
Ad oggi, il **78%** dei Distretti (56 su 72) ha compilato e consegnato il report, mentre il **7%** ha inviato un rapporto sull'avanzamento delle attività di monitoraggio o le bozze dei questionari.

Figura 1. L'attività di monitoraggio dei Distretti del Commercio



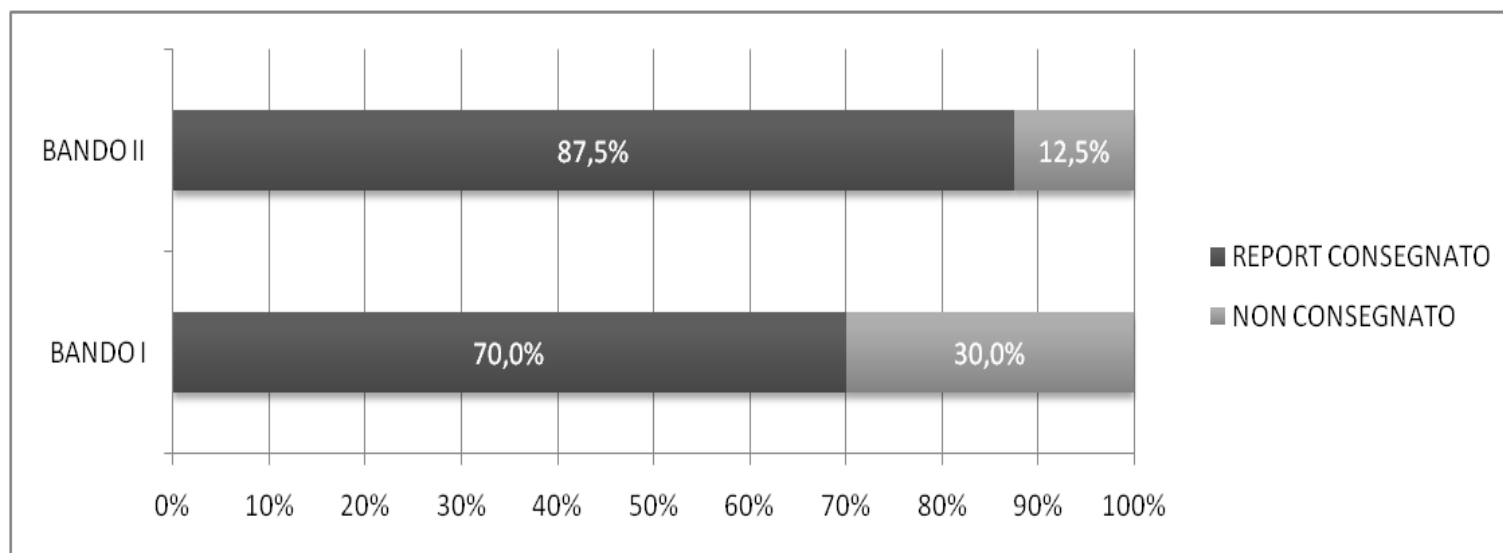
## L'attività di monitoraggio: prime osservazioni (2)

Tra i distretti che hanno inviato il Report, vi sono 18 DUC e 38 DID, mentre 28 fanno parte del primo bando e 28 del secondo. Si nota una lieve differenza tra DID, che nel 82,6% dei casi hanno compilato e inviato il report, e DUC, per i quali tale percentuale è del 69,2%.



## L'attività di monitoraggio: prime osservazioni (3)

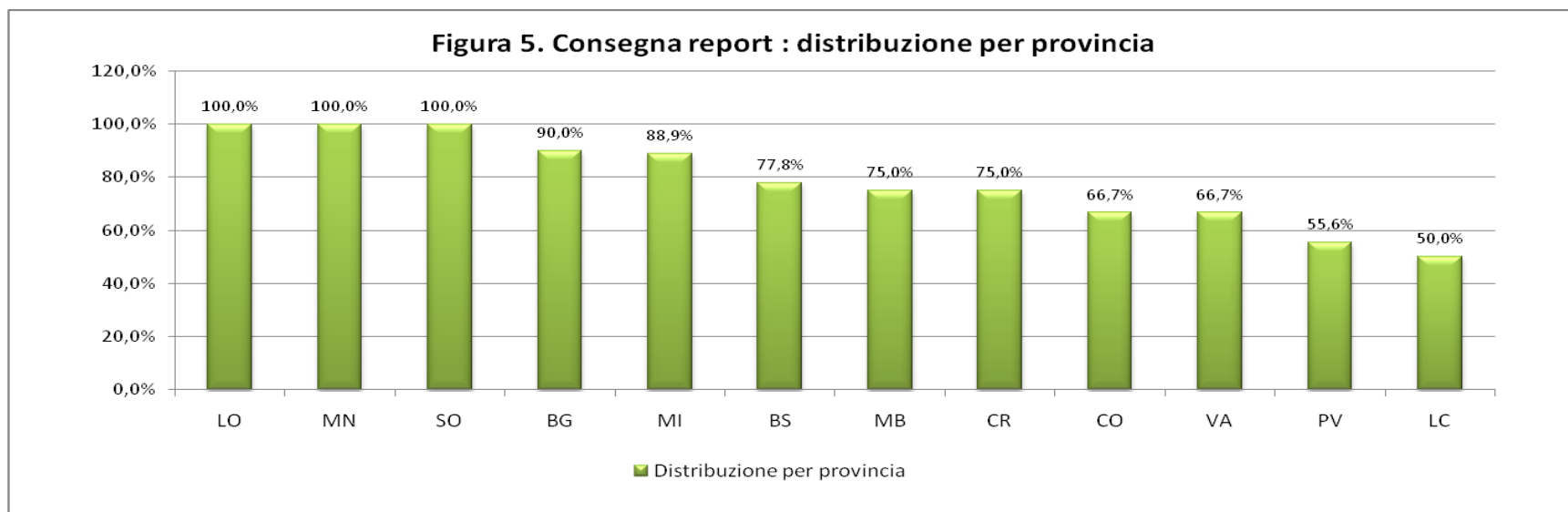
Più marcata la differenza considerando l'appartenenza dei Distretti al I o al II bando; i primi hanno effettuato l'attività di monitoraggio nel 30%, mentre i secondi nell'87,5% dei casi.



## L'attività di monitoraggio: prime osservazioni (4)

Il 60% dei Report proviene dai Distretti delle province di Bergamo, Milano, Brescia, Pavia e Sondrio.

Le province che si mostrano per così dire “più virtuose” in termini di attività di monitoraggio portate avanti nei Distretti sono quelle di Lodi, Mantova e Sondrio (tutti i distretti hanno consegnato il report) seguite da Bergamo, Milano, Brescia e Monza Brianza.



# La qualità del materiale consegnato (1)

Figura 6. Nota esplicativa

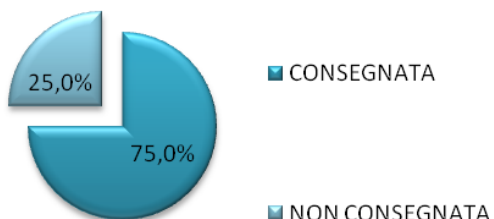


Figura 7. Dati elementari

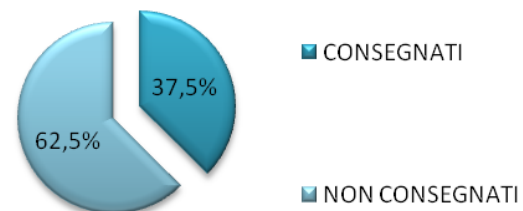
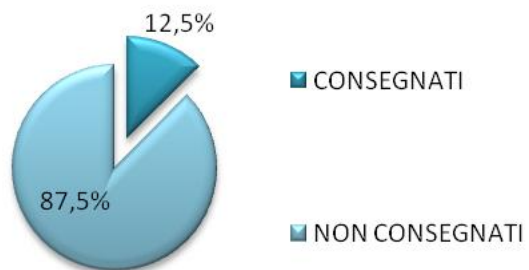
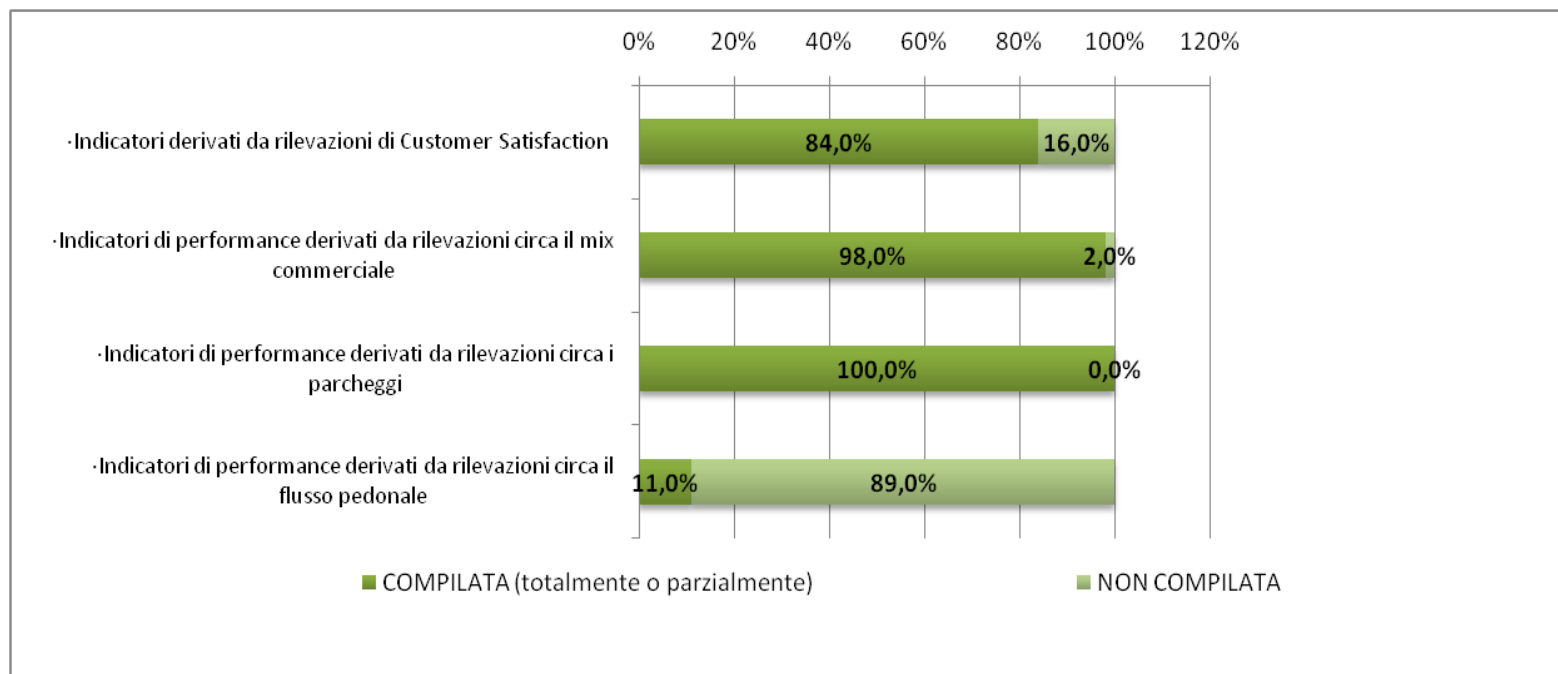


Figura 8. Fac-simile questionario



## La qualità del materiale consegnato (2)

Le **quattro sezioni** del report sono state compilate in misura differente. Solo la macrocategoria degli indicatori di performance derivanti da rilevazioni circa i parcheggi è stata compilata totalmente o parzialmente da tutti i Distretti.



# I risultati del monitoraggio: un esempio

Rilevazione di **Customer Satisfaction** presso gli **operatori**, i **consumatori** ed i **residenti** (*facoltativa*)

*Domanda obbligatoria 1: . E' a conoscenza del distretto "inserire nome"?*

**INDICATORE di Brand Awareness:** è l'indicatore, che deriva dalla domanda obbligatoria 1 che ci indica se il Distretto è conosciuto e quanto.

- % **operatori** che hanno risposto in modo affermativo alla domanda obbligatoria 1
- % **consumatori** che hanno risposto in modo affermativo alla domanda obbligatoria 1
- % **residenti** che hanno risposto in modo affermativo alla domanda obbligatoria 1



## Report Indicatori di performance



Denominazione del Distretto

IL NUOVO ASSE COMMERCIALE

ID Distretto

### Indicatori di performance derivati da rilevazioni di Customer Satisfaction

#### INDICATORE di Brand Awareness

Conoscenza degli operatori economici rispetto al Distretto

44

Conoscenza dei consumatori rispetto al Distretto

22

Conoscenza dei residenti rispetto al Distretto

25

#### INDICATORE di Customer Satisfaction

Soddisfazione generale degli operatori economici rispetto al Distretto

55

Soddisfazione generale dei consumatori rispetto al Distretto

43

Soddisfazione generale dei residenti rispetto al Distretto

48

Soddisfazione degli operatori economici rispetto al Distretto nell'ultimo anno

44

Soddisfazione dei consumatori rispetto al Distretto nell'ultimo anno

41

Soddisfazione dei residenti rispetto al Distretto nell'ultimo anno

39

#### INDICATORE di sicurezza percepita

Sentimento di sicurezza degli operatori economici (soddisfazione)

22

Sentimento di sicurezza dei consumatori (soddisfazione)

21

Sentimento di sicurezza dei residenti (soddisfazione)

21



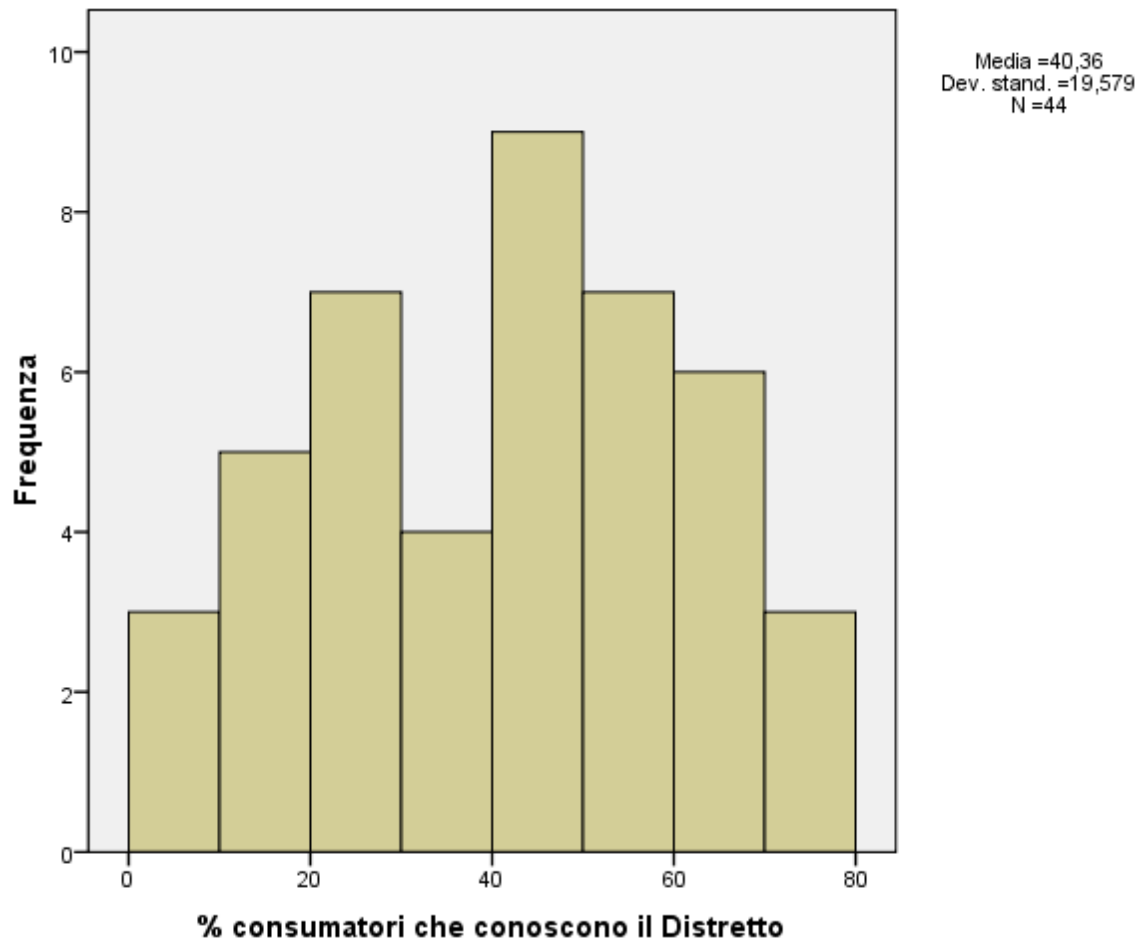
## Conoscenza del distretto da parte degli operatori, dei consumatori e dei residenti

### Statistiche descrittive

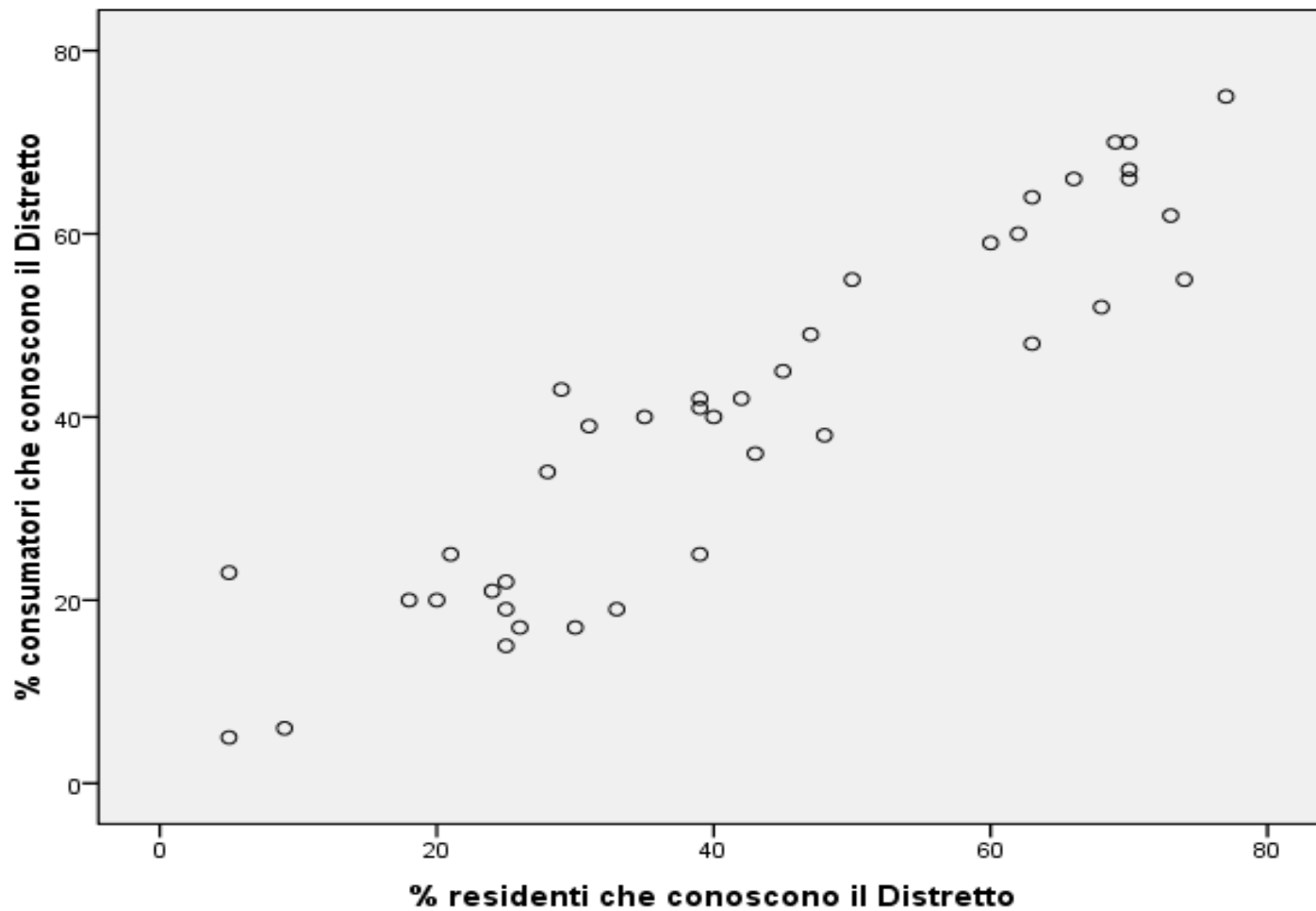
	N	Minimo	Massimo	Media
% operatori che conoscono il Distretto	45	5	100	57,84
% consumatori che conoscono il Distretto	44	5	75	40,36
% residenti che conoscono il Distretto	40	5	77	42,65
Validi (listwise)	39			



## Elevata variabilità conoscenza Distretto



## Elevata correlazione tra conoscenza consumatori e residenti



**Coefficiente di correlazione** tra conoscenza dei consumatori e dei residenti molto alto (93%): se confermato per altre variabili, **potrebbe essere accettabile una semplificazione** della rilevazione sui soli consumatori.

Correlazione tra conoscenza degli operatori e dei consumatori (e residenti) relativamente bassa (60% e 64% rispettivamente).

**Conoscenza estremamente variabile** dei distretti (consumatori, da 5% al 75%). Esito di diverse politiche di comunicazione? O di differenze effettive nell'operatività dei distretti? Differenze sistematiche tra DID e DUC?



# Sviluppi futuri

Le analisi brevemente illustrate sono in corso e verranno completate nei prossimi mesi.

Sarà cura del Laboratorio diffondere i risultati ai Distretti del Commercio lombardi.

Nuove iniziative sono previste nel corso dell'autunno, di cui verrà data comunicazione.

***Grazie per l'attenzione e  
per il prezioso lavoro svolto***

