

# Indagine Ipsos sulla reputazione della CCIAA di Cosenza



La Camera di commercio ha aperto ieri le porte della sala Giunta “Maria Cocciolo” in occasione della prima riunione dell’anno. Oltre a tutte le nuove iniziative a sostegno delle imprese, nel corso della riunione sono stati presentati i risultati dell’indagine IPSOS – azienda leader nelle ricerche di mercato – sulla reputazione dell’ente camerale.

Il Prof. Nando Pagnoncelli, amministratore delegato di IPSOS Italia, ha illustrato i dati emersi dall’articolata indagine condotta sull’ente camerale: l’obiettivo è stato quello di approfondire la conoscenza delle imprese del territorio e della loro percezione rispetto all’attività della Camera di Cosenza, anche in confronto ai dati dell’analogica ricerca recentemente condotta dall’istituto internazionale sul sistema camerale italiano. L’indagine è stata realizzata su un campione di 200 imprese della provincia, con un ulteriore focus su quelle che hanno partecipato in passato ai bandi camerali e al Premio Imprese Storiche.

Tre i principali macro ambiti indagati da IPSOS: lo scenario economico dal punto di vista degli intervistati; la reputazione della Camera di commercio; il livello di utilizzo e la valutazione dei servizi erogati dall’ente.

Per quanto riguarda il primo ambito, il report ha evidenziato

come la soddisfazione per la propria situazione economica aziendale sia polarizzata: prevale la soddisfazione ma in misura molto lieve (55% contro il 67% del dato nazionale) mentre per il futuro ci si aspetta prevalentemente stabilità, anche se circa 3 imprese su 10 sono ottimiste e ipotizzano un miglioramento. Resta alta la preoccupazione per la crisi energetica e per l'aumento dei prezzi dell'energia che, in linea con il dato nazionale, per più di un'azienda su 2 (62%) è stato un problema e lo diventerà ancora di più in futuro.

La Camera di commercio di Cosenza si caratterizza per avere una grande notorietà (il 90% degli intervistati dichiara di conoscere l'ente) che però presenta ampi margini di miglioramento nella scalata verso la vetta reputazionale, ossia quella occupata dai "sostenitori", quei soggetti in grado di esprimere un'opinione positiva, di fidarsi e di parlare bene dell'ente che, così come accade a livello nazionale, si attesta al 25%. Molto incide in questo senso il tipo di relazione instaurata con la Camera: infatti, nel caso in cui le imprese hanno una relazione diretta con l'ente e non mediata da altri soggetti (come ad esempio liberi professionisti o altri intermediari) il valore di massima salita nella piramide della reputazione passa dal 25% al 36%, con un balzo in avanti di ben 11 punti. In ogni caso, per il campione intervistato la Camera di Commercio ha comunque una reputazione migliore rispetto alle associazioni di categoria (anche presso gli iscritti) e agli enti locali. È una realtà percepita come trasparente e con personale competente, utile all'attività di impresa, efficiente e innovativa tanto da favorire la transizione digitale. Avendo un livello di conoscenza più qualificato, le aziende che si rapportano direttamente con la Camera di Commercio riescono ad apprezzarne maggiormente i vantaggi portando alcuni elementi ad essere valorizzanti anche rispetto al dato nazionale.

Passando ai servizi, 2 aziende su 3 hanno utilizzato quelli della Camera di Cosenza, in particolare quelli relativi a

dichiarazioni, abilitazioni e informazioni di mercato. L'utilizzo dei servizi risulta minore del dato nazionale sebbene la valutazione della qualità è positiva e in generale miglioramento rispetto al passato: la disponibilità dei servizi on line, in particolare, registra un deciso salto di qualità mentre su tutti gli altri aspetti il dato di Cosenza è ampiamente al di sopra dei valori nazionali con valutazioni positive che non scendono mai al di sotto del 60%, ad esempio per la chiarezza delle informazioni (72%) o per la puntualità (67%).

Tra gli ambiti suscettibili di miglioramento, spicca la capacità di favorire la cooperazione tra le imprese, rispetto alla quale la valutazione registrata è al di sotto del dato italiano, anche per le imprese in relazione diretta con la Camera. Così come margini di miglioramento si registrano sull'efficacia dei processi di comunicazione in cui, pur facendo registrare valori positivi nel 47% dei casi (contro un dato nazionale del 39%), anche Cosenza può ottenere molto di più.

Proprio da questi rilievi il Presidente Klaus Algieri, rivolgendosi ai membri della Giunta e agli altri componenti delle Associazioni di categoria presenti, ha preso spunto per ribadire come "fare rete fra tutte le componenti del territorio sia il passo necessario per avvicinare più direttamente alle imprese, ascoltare i loro bisogni e dare un maggiore impulso all'economia." "L'indagine condotta da IPSOS – ha sottolineato Algieri – è di grande utilità per gli elementi di conoscenza che ne sono emersi, avvalorati dalla terzietà che caratterizza l'Istituto, che ci hanno consentito di avere una visione oggettiva di come le imprese si percepiscono e ci percepiscono, senza tralasciare le criticità e fornendoci preziose indicazioni sulle azioni da intraprendere che già in questa prima Giunta abbiamo iniziato a concretizzare."