



Osservatorio COVID-19:

Focus digital transformation e piattaforme cooperative

Dall'inizio dell'emergenza, al principio di marzo, **l'AreaStudi Legacoop** ha avviato una serie di iniziative finalizzate a monitorare il rapido evolvere della situazione per fornire alle imprese e alle diverse componenti territoriali e settoriali dell'Organizzazione punti di riferimento, in termini di informazione e analisi, per contribuire ad affrontare e interpretare i gravi fenomeni in atto.

L'Osservatorio Covid19 è stato ideato e realizzato in accordo con il partner di ricerca **SWG** per osservare l'evolvere degli andamenti e delle percezioni dell'opinione pubblica italiana su alcuni fenomeni economici e sociali di interesse per la cooperazione, e per sondare il gradimento delle misure e dei provvedimenti in fase di ideazione, realizzazione e proposta.

In questo quadro si collocano, pure, i rilievi effettuati su un vasto numero di imprese cooperative associate a Legacoop i cui esiti si presentano in questo Report settimanale. Il campione, molto più ampio rispetto alle indagini normalmente condotte, a differenza del solito non è stato scelto solamente per una alta rappresentatività territoriale e settoriale, ma, pure, per riuscire a dare conto dei diversi effetti e impatti della crisi sulla grande varietà dimensionale di imprese cooperative associate.

In questa sede, si ringraziano **le cooperatrici e i operatori** che si sono resi disponibili a contribuire a questo sforzo, sperando di offrire uno strumento utile a meglio comprendere la attuale difficile situazione, per uscirne il prima possibile.

I materiali saranno disponibili all'indirizzo areastudi.legacoop.coop/

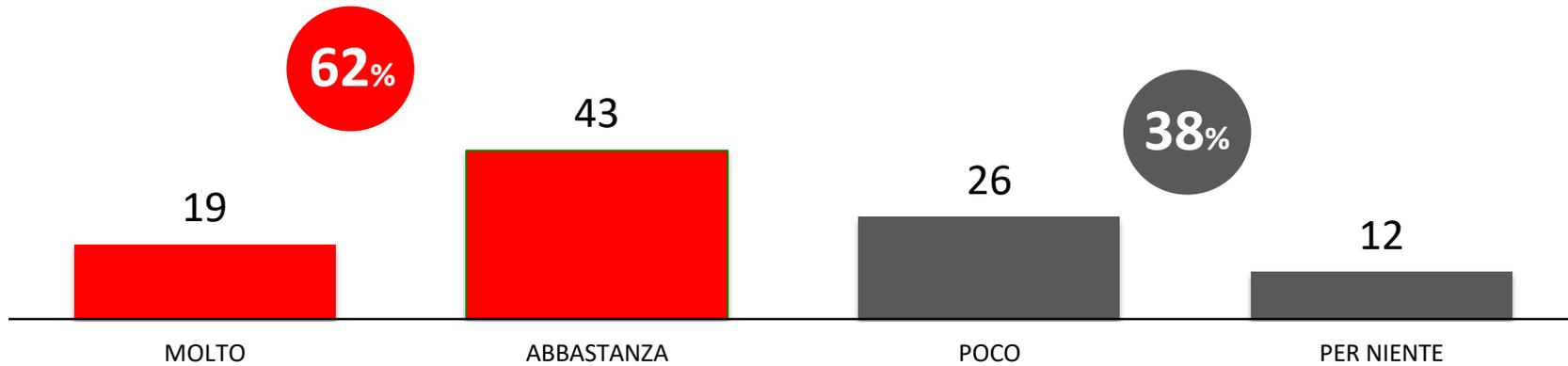


**Digital
transformation e
opinione
pubblica italiana**



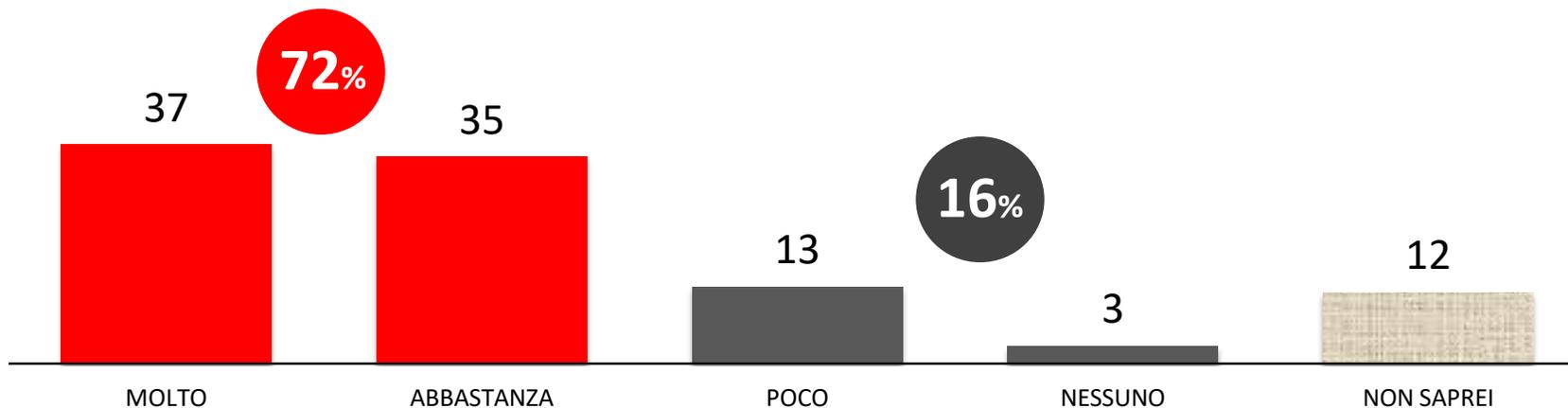
La cessione dei dati personali: oltre il 60% degli italiani ne è preoccupato

Lei è molto, abbastanza, poco o per niente preoccupato/a dal fatto che navigando e usando le app del suo telefono di fatto cede i propri dati personali?



I dati personali hanno valore economico

Secondo lei i dati personali che lei cede ai gestori di app e siti hanno molto, abbastanza, poco o nessun valore economico?



Il valore economico dei dati personali: l'attenzione di giovani e laureati

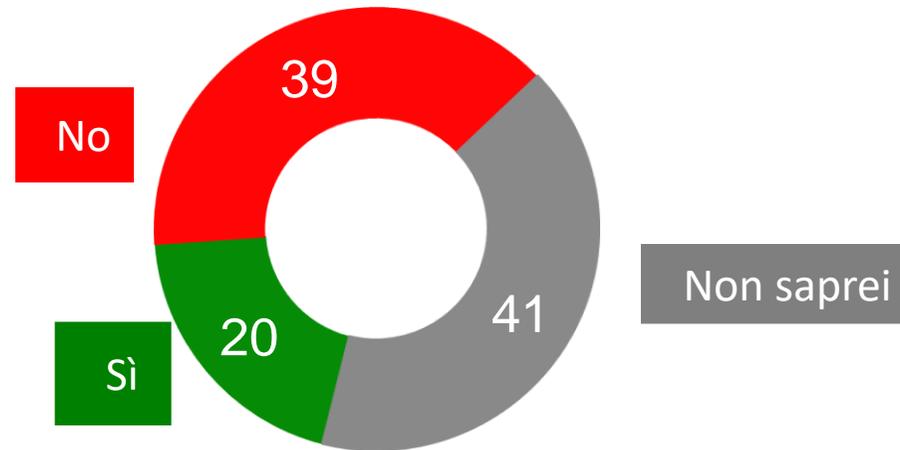
Secondo lei i dati personali che lei cede ai gestori di app e siti hanno molto, abbastanza, poco o nessun valore economico?

	TOTALE	ETA'		
	Mag 2020	18-34 anni	35-54 anni	Oltre i 54 anni
Molto	37	37	36	39
Abbastanza	35	40	38	28
% Molto + Abbastanza	72	77	74	67
Poco	13	17	13	12
Per niente	3	1	1	5
% Poco + Per niente	16	18	14	17
Non saprei	12	5	12	16

	TOTALE	SCOLARITA'		
	Mag 2020	Bassa	Media	Alta
Molto	37	27	39	46
Abbastanza	35	36	34	36
% Molto + Abbastanza	72	63	73	82
Poco	13	10	15	11
Per niente	3	6	1	2
% Poco + Per niente	16	16	16	13
Non saprei	12	21	11	5

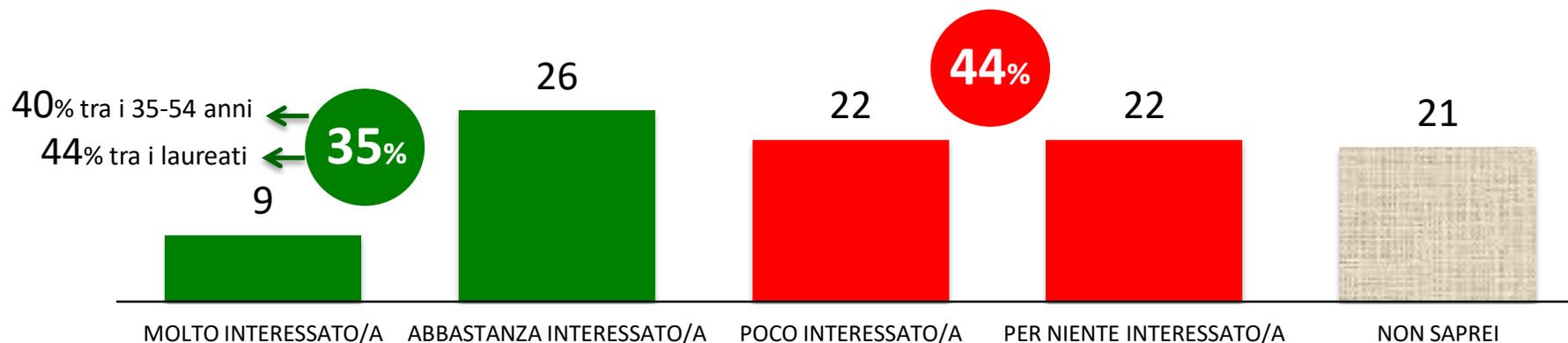
Proprietà condivisa di piattaforme online: un tema tutto da arare

Lei sarebbe interessato/a ad aderire a piattaforme online per la vendita di prodotti e servizi, le quali anziché avere un proprietario, prevedessero la possibilità per chiunque di condividerne il possesso?



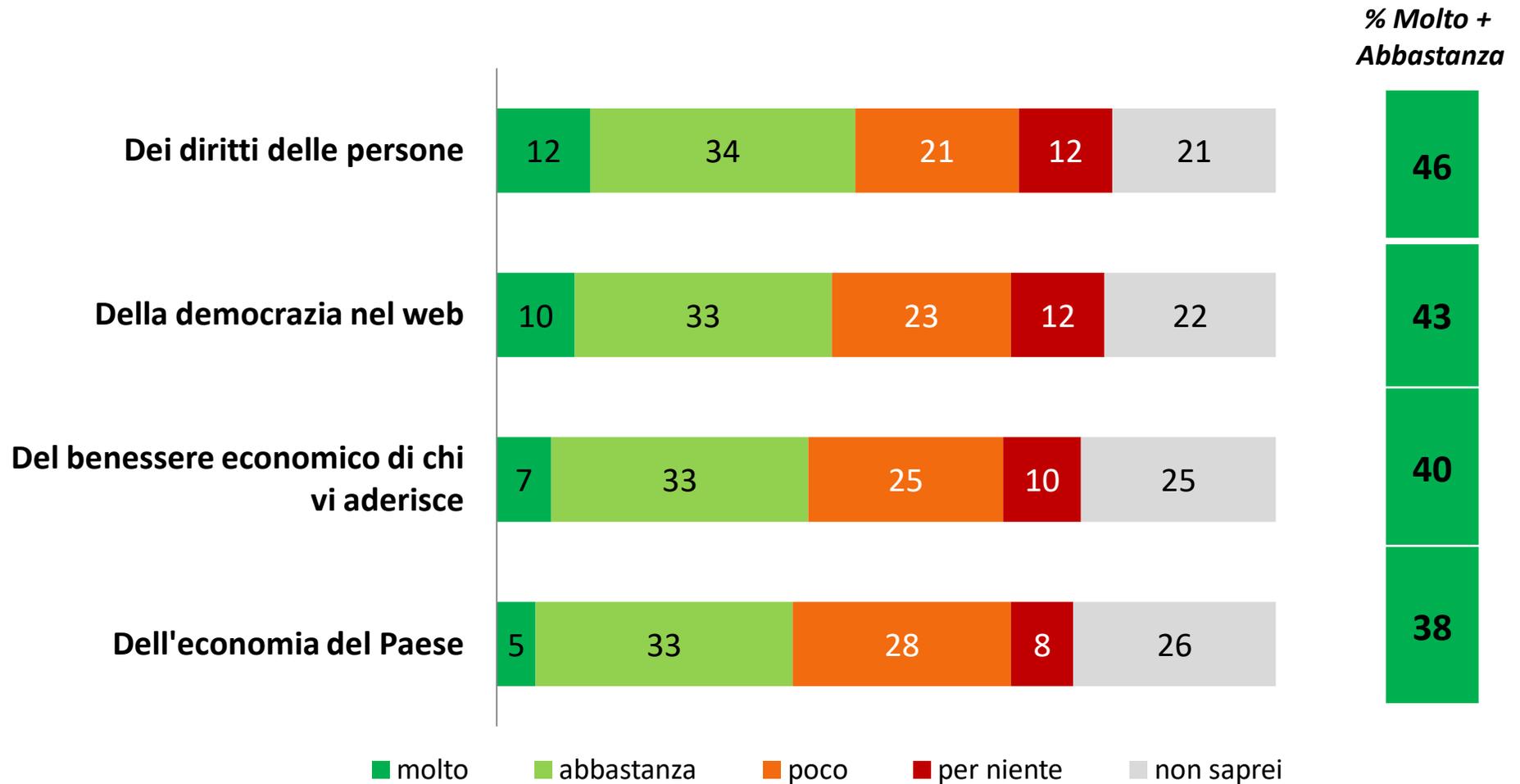
Piattaforme cooperative: un terzo interessato a diventarne socio

E sarebbe interessato/a a diventare socio di una piattaforma online per la vendita di prodotti e servizi in cui oltre ad acquistare tutti i prodotti può mantenere la proprietà dei dati e deciderne l'utilizzo?



L'importanza di avere la proprietà dei dati personali

Secondo lei il fatto che la proprietà della piattaforma sia dei propri utenti, produttori e consumatori di beni e servizi, ciò può rappresentare uno strumento di crescita:



Proprietà dei dati: più diritti e democrazia, ma anche benessere

Secondo lei il fatto che la proprietà della piattaforma sia dei propri utenti, produttori e consumatori di beni e servizi, ciò può rappresentare uno strumento di crescita:

% Dettaglio Molto+Abbastanza

	TOTALE	ETA'		
	Mag 2020	18-34 anni	35-54 anni	Oltre i 54 anni
Dei diritti delle persone	46	52	53	35
Della democrazia nel web	43	51	46	36
Del benessere economico di chi vi aderisce	40	37	46	37
Dell'economia del Paese	38	41	43	31



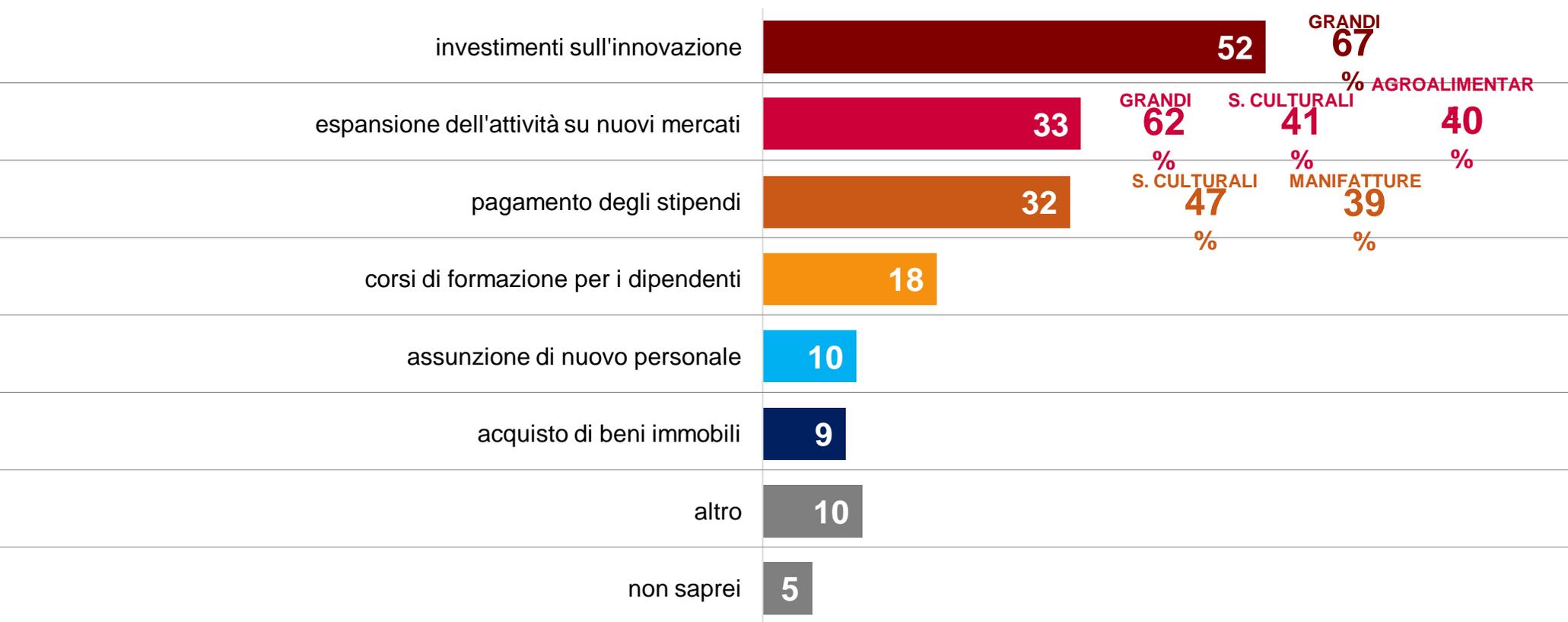
Digital transformation cooperativa



Gli investimenti prioritari

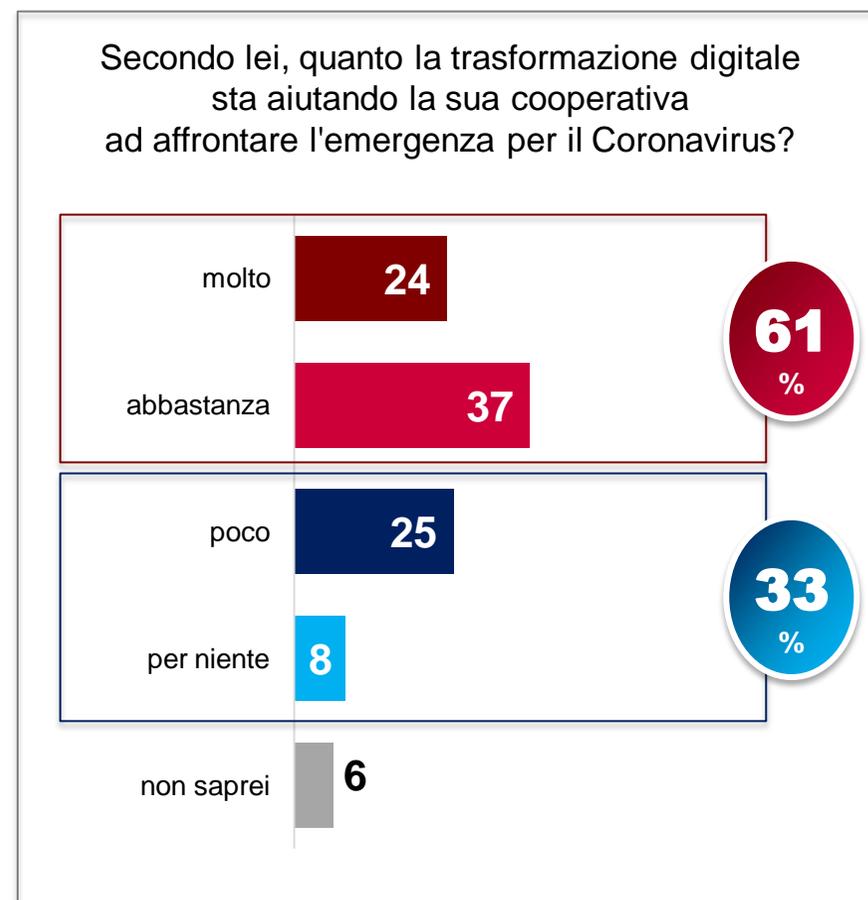
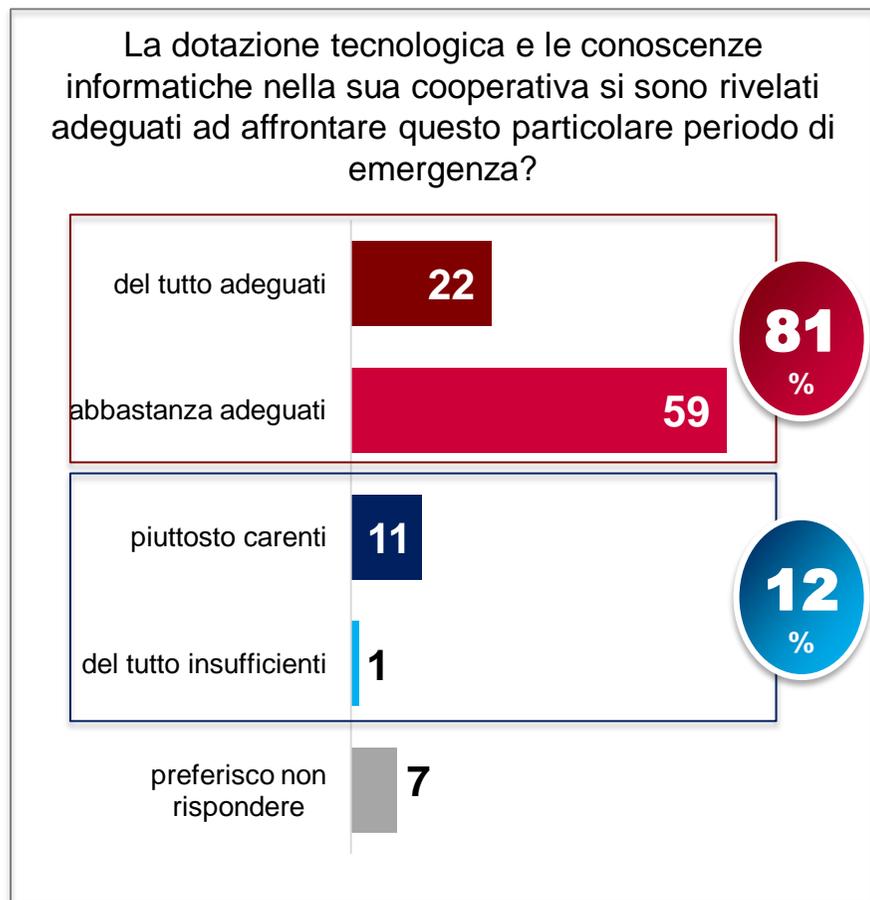
Nell'ipotetica disponibilità di capitale da investire, le cooperative considerano centrale l'innovazione e a seguire la differenziazione dei mercati. Per 1 su 3 invece occorre prima pagare gli stipendi.

In questo momento, se avesse maggiore liquidità da spendere, per quale di questi ambiti la utilizzerebbe? (due risposte possibili)



Tecnologia e trasformazione digitale

La trasformazione digitale è un aiuto nell'affrontare l'emergenza. Il 12% afferma carenze in dotazione tecnologica e conoscenze informatiche.



Trasformazione digitale

La dotazione tecnologica e le conoscenze informatiche nella sua cooperativa si sono rivelati adeguati ad affrontare questo particolare periodo di emergenza?

% Di chi risponde «Del tutto adeguati» per settore

TOTALE	agroalimentare	manifatture	consumo-distribuzione	costruzioni	servizi e finanza	servizi culturali	sociali	abitazione
22	19	23	16	4	26	29	20	20

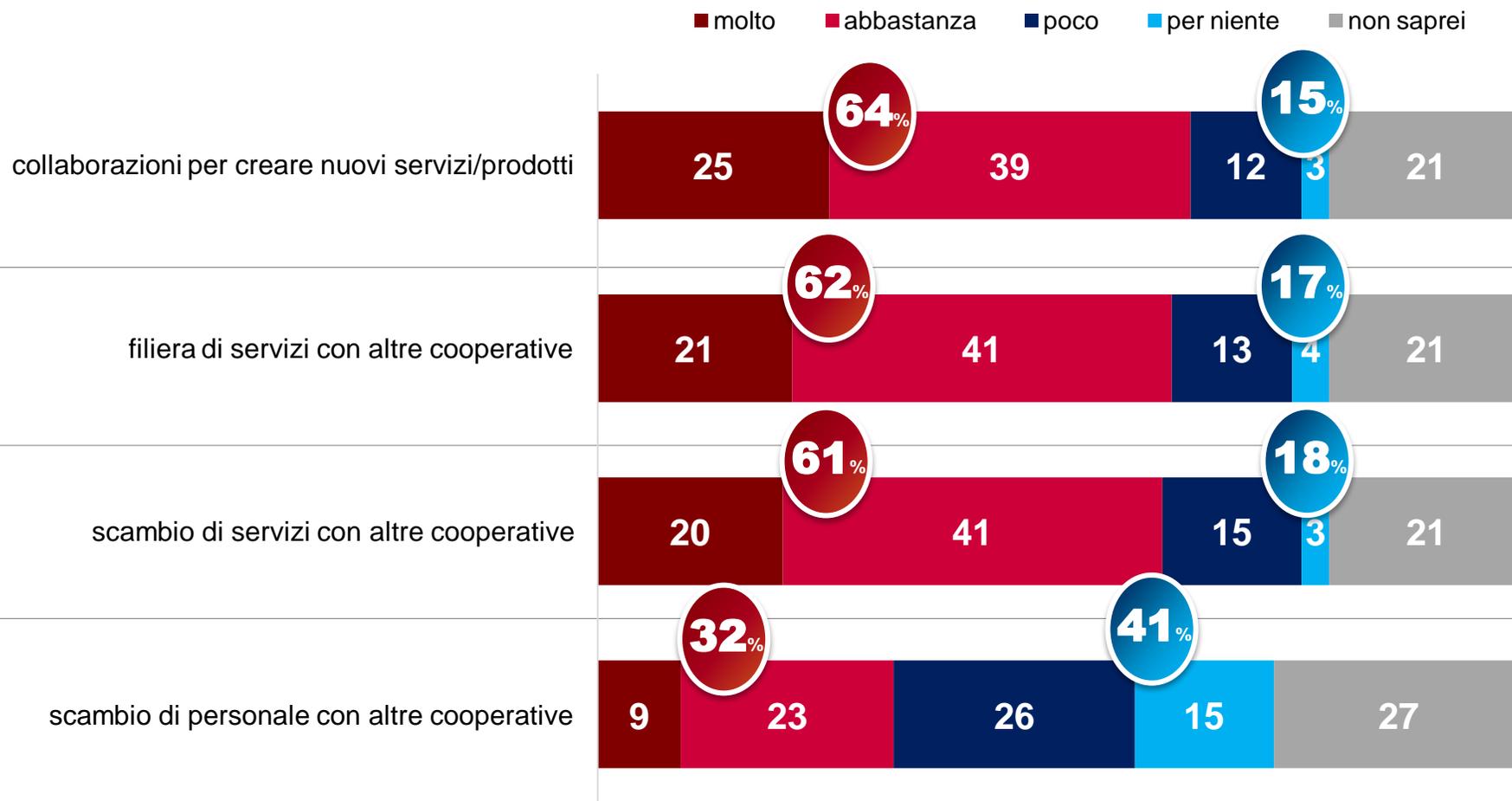
% Di chi risponde «Del tutto adeguati» per area del Paese

TOTALE	Nord-Ovest	Triveneto	Emilia Romagna	Toscana	Centro	Sud	Isole
22	22	23	18	18	27	19	26

Le potenzialità delle nuove piattaforme 1

Le nuove piattaforme potrebbero essere un volano di nuove opportunità e collaborazioni tra cooperative. È percepita come più debole la possibilità di scambio di personale.

Secondo lei, quanto lo sviluppo delle nuove piattaforme cooperative online potrà generare maggiori opportunità per...



Le potenzialità delle nuove piattaforme 2

Secondo lei, quanto lo sviluppo delle nuove piattaforme cooperative online potrà generare maggiori opportunità per...

<i>% di chi risponde «molto» per settore</i>	TOTAL E	agroalimentare	Manifatture	consumo-distribuzione	costruzione	servizi e finanza	servizi culturali	sociali	abitazione
collaborazioni per creare nuovi servizi/prodotti	25	17	16	20	12	30	25	30	24
filiera di servizi con altre cooperative	21	15	14	20	13	23	24	22	20
scambio di servizi con altre cooperative	20	17	13	20	12	23	19	20	28

Le potenzialità delle nuove piattaforme 3

Secondo lei, quanto lo sviluppo delle nuove piattaforme cooperative online potrà generare maggiori opportunità per...

<i>% Di chi risponde «molto» per zona</i>	TOTAL E	Nord-Ovest	Triveneto	Emilia Romagna	Toscana	Centro	Sud	Isole
collaborazioni per creare nuovi servizi/prodotti	25	17	16	20	12	30	25	30
filiera di servizi con altre cooperative	21	13	18	18	18	30	30	22
scambio di servizi con altre cooperative	20	20	24	21	21	30	37	28

Nota metodologica opinione pubblica italiana

L'indagine quantitativa è stata condotta mediante una rilevazione con tecnica mista, ovvero interviste telefoniche con metodo CATI-CAMI (Computer Assisted Telephone/Mobile Interview) e interviste online con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview), all'interno di un campione di 1.000 soggetti maggiorenni residenti in Italia.

Le interviste sono state somministrate tra il 27 e 29 maggio 2020.

I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. Tutti i parametri sono uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT. I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di zona, sesso, età, livello scolastico e partito votato alle ultime elezioni. Il margine d'errore statistico dei dati riportati è del 3,1% a un intervallo di confidenza del 95%.

Nota metodologica opinione cooperative

TIPOLOGIA DI INDAGINE	indagine quantitativa ad hoc con questionario strutturato
UNIVERSO DI RIFERIMENTO	cooperative associate a Legacoop
NUMEROSITÀ CAMPIONE	sono state realizzate 862 interviste.
METODO DI RILEVAZIONE	interviste effettuate con metodologia CAWI (<i>computer assisted web interwiev</i>)
PERIODO DI RILEVAZIONE	dal 30 aprile al 14 maggio 2020

Enzo Riso

Direttore scientifico di SWG

Docente di teoria e analisi delle audience. Univ. La Sapienza. Roma

“There is nothing so stable as change”

Bob Dylan



Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG è membro di ASSIRM, ESOMAR, MSPA ed EphMRA. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

TRIESTE

Via S. Francesco 24 - 34133

Tel. +39 040 362525

Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 7/A - 20144

Tel. +39 02 43911320

Fax +39 040 635050

ROMA

Via Sallustiana 26 - 00187

Tel. +39 06 42112

Fax +39 06 86206754