

ISTITUZIONI E MEDIA GIUDICANO LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA.

Spazio RP presenta i risultati della terza indagine con cui ha individuato le Associazioni più autorevoli sul territorio.



METODOLOGIA.

La ricerca ha coinvolto un campione di circa 500 opinion leader, su tutto il territorio nazionale. Per ogni provincia sono stati ascoltati giornalisti ed esponenti dell'amministrazione pubblica con l'obiettivo di giudicare le realtà associative secondo tre parametri statistici:

- peso specifico delle aziende associate sul tessuto economico del territorio;
- capacità di relazione con le istituzioni locali al fine di indirizzare la politica economica verso scelte favorevoli agli interessi rappresentati;
- dinamicità in termini di relazione con i media.

RISULTATI

E' fondamentalmente positivo il rapporto esistente tra istituzioni locali e associazioni di categoria.

Ben l'85% delle associazioni dimostra di avere un dialogo continuativo con le amministrazioni pubbliche. Le amministrazioni più soddisfatte dell'approccio collaborativo delle organizzazioni di rappresentanza economica sono quelle delle regioni settentrionali, in particolare l'Emilia Romagna. Il 12% delle associazioni ha relazioni solo occasionali con la P.A., che si concretizzano quasi esclusivamente in concomitanza di eventi e fiere di settore e attraverso la richiesta di sponsorizzazioni. Solo il 3% dimostra rapporti nulli o addirittura conflittuali con le istituzioni.

Anche il rapporto con i media locali è proficuo. Le associazioni vengono giudicate abbastanza presenti dal punto di vista della comunicazione, dimostrando di interpretare il ruolo dei media come stimolo all'attività della politica. Unico neo la scarsa capacità di inventare forme di relazione incisive, limitandosi all'invio di comunicati per segnalare eventi e convegni, mentre gli organi d'informazione vorrebbero collaborare alla realizzazione di contenuti di valore. Un'interazione quindi dinamica ma sicuramente migliorabile dal punto di vista qualitativo.

A livello nazionale, è Confindustria l'associazione più influente con un dato che si attesta intorno al 18% dei consensi, seguita da Confcommercio (16%). Una classifica che ricalca il trend degli ultimi due anni.

L'associazione degli industriali è forte soprattutto al Sud (22%), dove Confartigianato è stata poco citata, mentre il suo vantaggio si assottiglia man mano che si sale verso nord. Nel dato disaggregato dell'Italia settentrionale è Confartigianato ad avere la maggioranza dei consensi (19%), seguita da Confindustria e da Confcommercio (17%). Quest'ultima mantiene costante il proprio dato su tutta la penisola.

Tra le associazioni più dinamiche a livello nazionale spiccano anche Confartigianato (13%), Confagricoltura (10%) e Cna (10%).

Nel settore agricolo si registra la preponderanza di Confagricoltura, forte soprattutto nel centro-sud, mentre al nord è Coldiretti a primeggiare (8% contro 5%).

Stessa alternanza si verifica nel settore artigianato, nel quale Cna, seppure indietro a livello generale, supera Confartigianato nel centro Italia.

Confcommercio nel suo settore vanta invece un predominio generale, anche se non è da sottovalutare il dato di Confesercenti (9%) e di Federlazio (4% per il centro Italia).



