



Studio sul connubio tra e-government e imprese

L'essenziale in breve: rassegna di studi sulle relazioni tra e-government e imprese in Svizzera, sondaggio 2013

Ottobre 2013



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'economia,
della formazione e della ricerca DEFR
Segreteria di Stato dell'economia SECO
Direzione promozione della piazza economica

Impressum

A cura di

gfs.bern su richiesta di:

Segreteria di Stato dell'economia SECO, Direzione per la Promozione della piazza economica,
settore Politica a favore delle PMI

Team di progetto gfs.bern

Lukas Golder, esperto di scienze politiche e mass media
Cindy Beer, sociologa
Stephan Tschöpe, esperto di scienze politiche
Philippe Rochat, esperto di scienze politiche
Carole Gauch, esperta di scienze politiche e mass media
Andrea Kohli, germanista

Indirizzo

gfs.bern
Hirschengraben 5
Casella postale 6323
CH-3001 Berna
Tel. +41 31 311 08 06
Fax +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

© 2013 by gfs.bern

Il copyright è riservato a gfs.bern e ai committenti.
È vietata la trasmissione integrale o parziale del rapporto a terzi.

L'utilizzo e la trasmissione di informazioni contenute in questo rapporto
sono ammessi con la seguente dicitura: «Fonte: gfs.bern»

 **gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.

Sempre più importanti le strategie di e-government

Transazioni online sempre più significative

L'essenziale in breve: studio sul connubio tra e-government e imprese nel 2013

Ottobre 2013

Indice

L'essenziale in breve	3
Mandato e metodologia	3
Ultime tendenze e riscontri.....	3
Le relazioni online guadagnano terreno in settori centrali	4
Soddisfazione per i servizi online dell'amministrazione	6
Crescita progressiva dei social media.....	10
Soddisfazione con una maggiore diffusione di SuisselD	12
Conclusioni.....	15
Allegato	17
gfs.bern-Team	17

Berna, 15 ottobre 2013
Copyright by gfs.bern

L'essenziale in breve

Mandato e metodologia

La SECO, rappresentata da Markus Pfister, responsabile del settore Comunicazione e-government per PMI, ha incaricato l'istituto di ricerca gfs.bern di proseguire la serie di studi sul tema e-government e imprese in Svizzera. Questi studi mirano innanzitutto a monitorare la domanda di servizi online delle autorità e la soddisfazione dell'utenza riguardo ai portali. Le domande sulla SuisseID e sui social media, formulate nell'ultimo studio, rimangono di grande attualità, anzi: quest'anno la sessione dedicata alla SuisseID è stata approfondita.

Sono stati consultati i rappresentanti di numerose imprese (in seguito: «intervistati») che intrattengono contatti regolari con le autorità, in base a una selezione trasversale e rappresentativa, tratta da un campionamento casuale del censimento ufficiale delle aziende dell'Ufficio federale di statistica. Per quanto riguarda le dimensioni aziendali, sono state fissate quote ragionevoli.

Le 1048 interviste complessive sono state realizzate tra l'8 luglio e l'8 agosto 2013. Il totale delle interviste presenta un margine di errore statistico del 3,1 per cento. Il fatto di aver adottato il medesimo approccio e di aver ripreso la maggior parte delle domande degli anni passati consente al tempo stesso di effettuare confronti senza alcun problema.

Ultime tendenze e riscontri

Relazioni online: i rapporti telematici con le autorità si stanno intensificando. Anche il traffico elettronico di transazioni basilari è in continuo aumento, ma il contatto telefonico con le autorità rimane comunque importante.

Servizi online: i servizi offerti dall'amministrazione sono, per quanto si possa giudicare, soddisfacenti, tenendo presente che la soddisfazione è aumentata soprattutto nei confronti delle amministrazioni cantonali. A livello statale è diminuita la notorietà di kmu.admin.ch/kmuinfo.ch, mentre rispetto al 2011 è cresciuta quella di SuisseID.ch.

Social Media: sono sempre più presenti nel mondo degli affari, anche se l'utilità di queste piattaforme non è immediatamente percepibile in confronto a servizi specifici che agevolano in modo tangibile la vita di tutti i giorni.

SuisseID: pur essendone aumentata la notorietà, il numero di utenti non fa registrare variazioni degne di nota. La soddisfazione degli utenti è cresciuta, in particolar modo grazie alla semplificazione che offre SuisseID, alla sua multifunzionalità e anche all'aspetto della sicurezza.

Le relazioni online guadagnano terreno in settori centrali

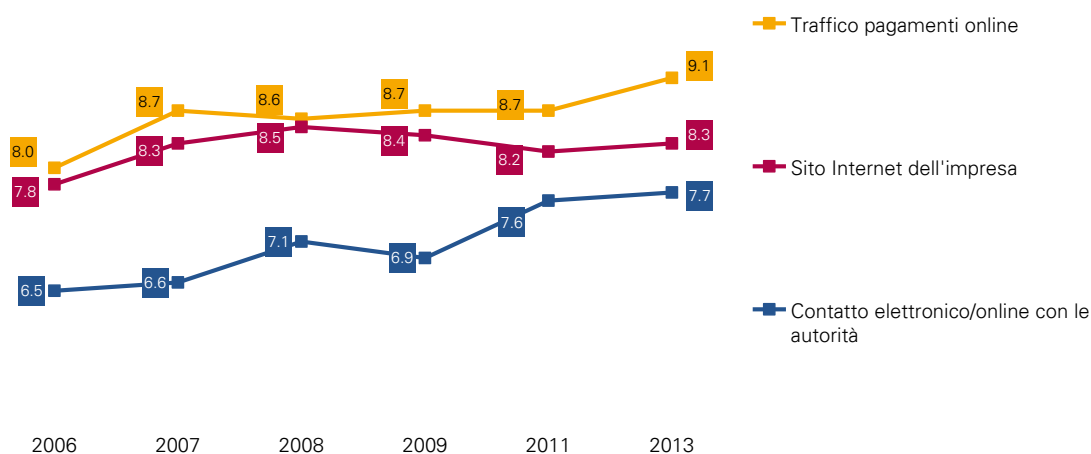
Oggi non c'è quasi più nessuno che non abbia accesso diretto a Internet in ufficio. Semmai, ciò riguarda pochissimi casi di microaziende, anche se soltanto il 3 per cento di questa categoria dichiara di non aver accesso alla rete. Le applicazioni online sono e rimangono importantissime per la vita lavorativa di tutti i giorni. La possibilità di effettuare i pagamenti online viene giudicata importantissima (9,1 in media), e questo valore risulta ancora più elevato che negli ultimi anni. Per gli intervistati, anche il sito aziendale è fondamentale (8,3 in media). In crescita anche l'importanza del contatto online con le autorità (7,7 in media).

Grafico 1

Importanza di servizi e offerte specifici: valori medi

«Quale importanza rivestono su una scala da 0 a 10 i servizi o le offerte seguenti per la Sua impresa (0 = per nulla importante, 10 = estremamente importante)? I valori intermedi esprimono gradi di valutazione diversi. Se un servizio non è conosciuto o non viene utilizzato nella Sua impresa, non esiti a dirlo».

Giudizio medio degli intervistati



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

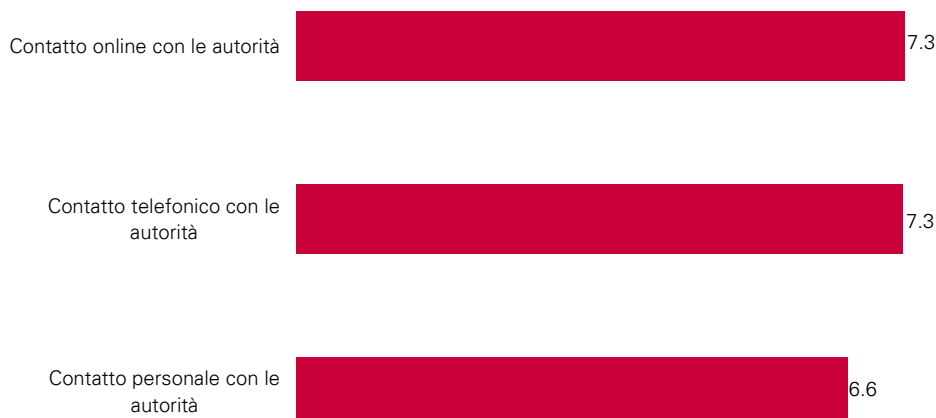
In confronto ad altre possibilità di contatto (telefonico, personale), questo rapporto elettronico con le autorità viene apprezzato tanto quanto quello telefonico, seguito da quello personale. Nella vita amministrativa di tutti i giorni è importante poter comunicare con le autorità senza doversi spostare.

Grafico 2

Importanza di servizi e offerte specifici: valori medi

«Quale importanza rivestono su una scala da 0 a 10 i servizi o le offerte seguenti per la Sua impresa (0 = per nulla importante, 10 = estremamente importante)? I valori intermedi esprimono gradi di valutazione diversi. Se un servizio non è conosciuto o non viene utilizzato nella Sua impresa, non esiti a dirlo».

Giudizio medio degli intervistati



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = 1048)

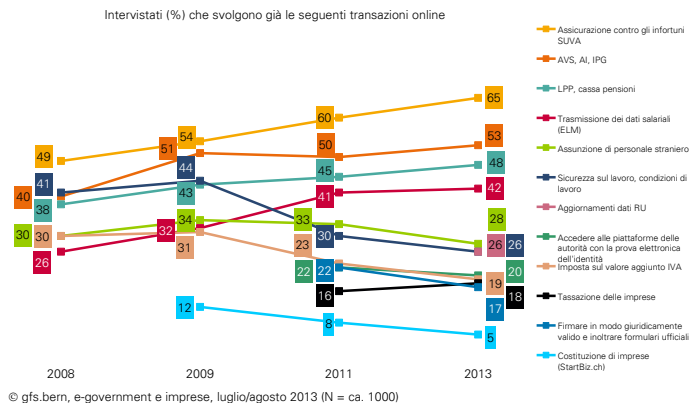
Una chiara maggioranza del 59 per cento (+2 punti percentuali rispetto al 2011) dichiara di nuovo di non essere soltanto alla ricerca di informazioni, ma di avere la necessità di svolgere pratiche amministrative direttamente online. Di conseguenza, anche la percentuale di aziende che si avvale già di singoli servizi online per numerose transazioni è in aumento. Ciò vale soprattutto per l'assicurazione infortuni e, tendenzialmente, per l'AVS, l'AI, l'IPG, la LPP e la notifica dei dati salariali. Quando sono di qualità, le transazioni online offrono pertanto un elevato potenziale di utilizzo; non manca, tuttavia, la possibilità di ulteriori miglioramenti. In effetti, com'è emerso dalle risposte a una domanda aperta, sarebbero necessarie urgenti semplificazioni soprattutto per l'IVA e in generale per le relazioni con il fisco. Un quarto degli intervistati dichiara di ricorrere già all'online per aggiornare i dati delle risorse umane, assumere personale straniero ed effettuare transazioni legate alla sicurezza del lavoro. Il 20 per cento dichiara di identificarsi per via elettronica sui portali delle autorità, il 19 per cento sbriga l'IVA online. Il 18 per cento delle imprese gestisce online la fiscalità aziendale e il 17 per cento firma elettronicamente e inoltra online formulari ufficiali. La costituzione di nuove aziende viene già gestita online dal 5 per cento degli intervistati.

Rispetto all'anno precedente, la tendenza a voler svolgere una transazione online è rimasta praticamente stabile in molti settori. Una tendenza positiva è l'esigenza di gestire l'IVA online. Aumentano anche coloro che desiderano apporre la propria firma digitale, giuridicamente valida, sui formulari ufficiali, così come sono in molti a volersi identificare sui portali delle autorità con un documento elettronico.

Grafico 3

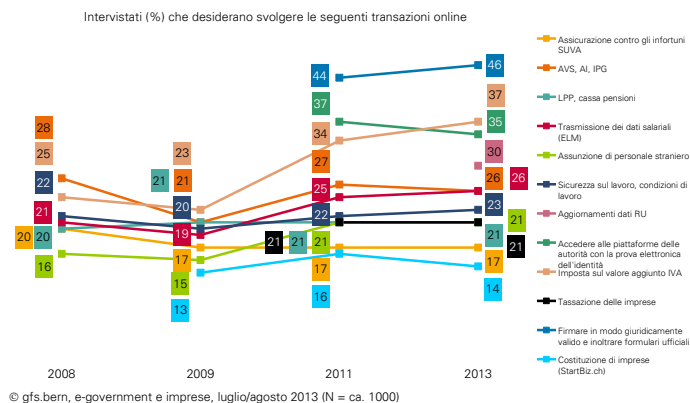
Esecuzione di transazioni

«Potrebbe dirmi se nella Sua impresa ricorre già oggi ai seguenti servizi online, se le piacerebbe oppure se non desidera utilizzarli?».



Desiderio di eseguire le transazioni

«Potrebbe dirmi se nella Sua impresa ricorre già oggi ai seguenti servizi online, se le piacerebbe oppure se non desidera utilizzarli?».

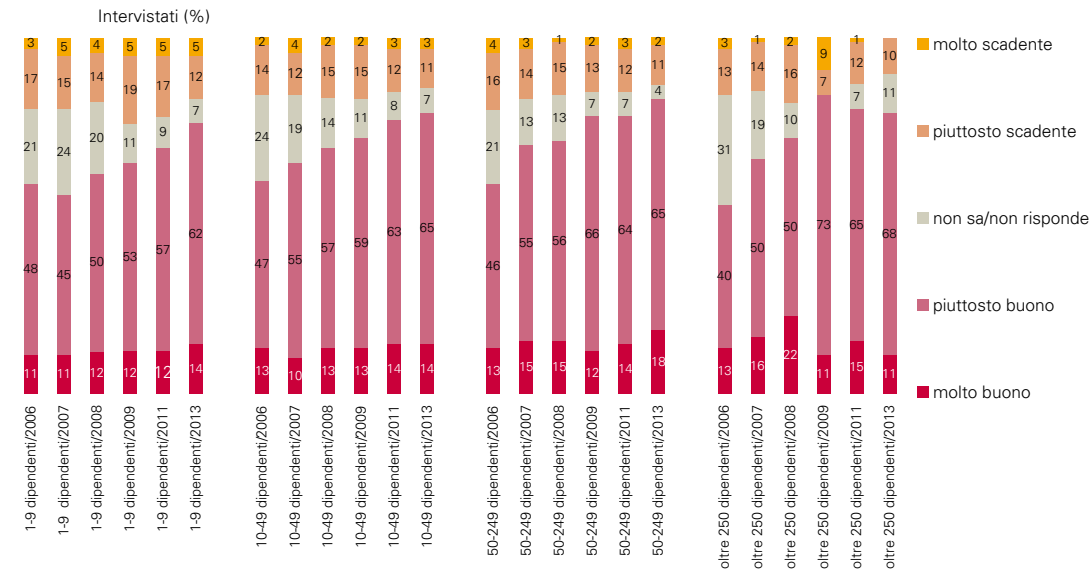


Soddisfazione per i servizi online dell'amministrazione

Dal 2006 la soddisfazione nei confronti della pubblica amministrazione si mantiene in generale a livelli elevati. Tranne nel caso delle aziende più grosse che hanno partecipato al sondaggio, attualmente questo giudizio sulla vicinanza all'amministrazione è ancora migliorato, in particolare tra coloro che si dichiarano «piuttosto soddisfatti». La soddisfazione delle grandi aziende, invece, è tendenzialmente diminuita, pur rimanendo anch'essa a un livello elevato. In effetti, se è vero che tutte le imprese intravedono un potenziale di miglioramento, oggi almeno il quadro generale è positivo, mentre in passato gli intervistati non rispondevano con chiarezza.

Vicinanza dell'amministrazione alla clientela in base alle dimensioni aziendali

«Come giudica la vicinanza alla clientela dell'amministrazione in generale dal punto di vista della Sua impresa? Molto buono, piuttosto buono, piuttosto scadente o molto scadente?»

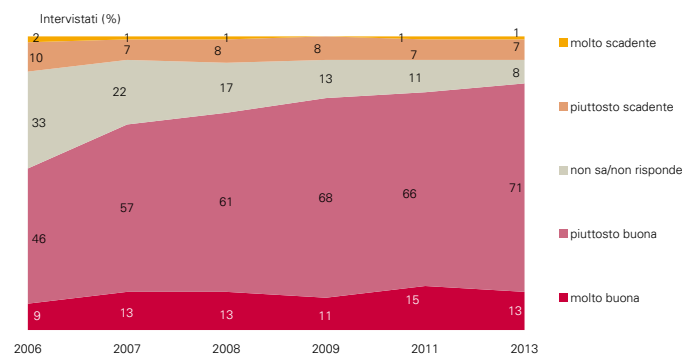


© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (1-9 dipendenti n = 354 / 10-49 dipendenti n = 295 / 50-249 dipendenti n = 319 / oltre 250 dipendenti n = 80)

Nel complesso, l'offerta Internet della pubblica amministrazione continua ad essere giudicata buona, sebbene la percentuale di coloro che si dichiarano molto soddisfatti sia tendenzialmente diminuita. Di rimando, però, la percentuale dei «piuttosto soddisfatti» è ulteriormente cresciuta rispetto al 2011, superando la soglia del 70 per cento. Gli utenti si dichiarano piuttosto soddisfatti dell'offerta Internet della Confederazione. I servizi della Confederazione, tuttavia, non ottengono giudizi così buoni come quelli dei Cantoni.

Offerta Internet della pubblica amministrazione

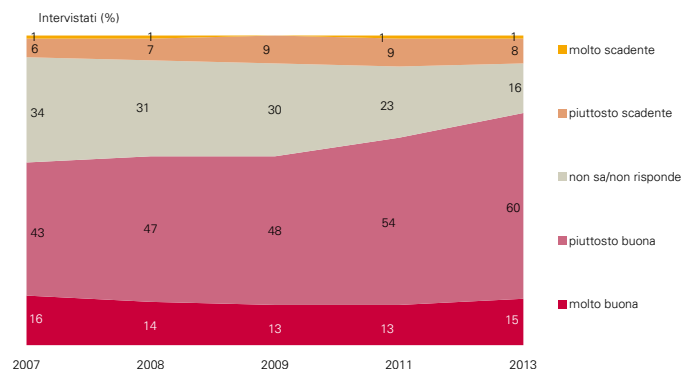
«Come giudica l'offerta Internet della pubblica amministrazione per le imprese? Molto buona, piuttosto buona, piuttosto scadente o molto scadente?»



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

Offerta Internet dell'Amministrazione federale

«Come giudica l'offerta Internet dell'Amministrazione federale per le imprese? Molto buona, piuttosto buona, piuttosto scadente o molto scadente?»



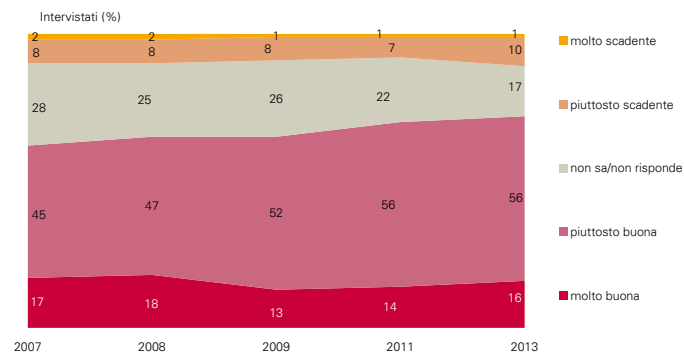
© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

A titolo di paragone, il grado di soddisfazione nei confronti delle autorità cittadine e comunali fa registrare una lieve flessione. I servizi a livello cantonale, invece, ricevono un giudizio più positivo del 2011, probabilmente dovuto a un incremento delle esperienze con le amministrazioni cantonali.

Grafico 6

Offerta Internet dell'amministrazione cittadina/comunale

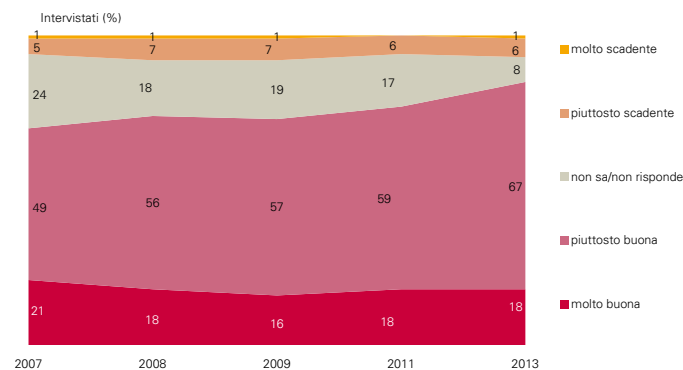
«Come giudica l'offerta Internet dell'amministrazione della Sua città/del Suo Comune per le imprese? Molto buona, piuttosto buona, piuttosto scadente o molto scadente?».



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

Offerta Internet dell'amministrazione cantonale

«Come giudica l'offerta Internet dell'Amministrazione del Suo Cantone per le imprese? Molto buona, piuttosto buona, piuttosto scadente o molto scadente?».



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

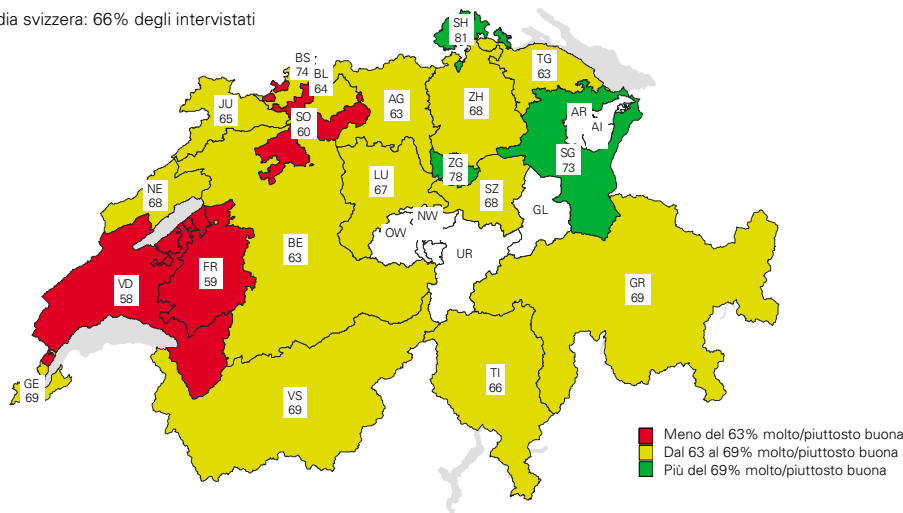
Come per il 2011, abbiamo raccolto i sondaggi svolti tra il 2007 e il 2013, per un totale di 5109 interviste, che consentono di trarre conclusioni utili anche per la maggior parte dei Cantoni. Le differenze di valutazione più significative si registrano tra i servizi Internet delle città e dei Comuni. I Cantoni di Sciaffusa, Zugo e San Gallo si aggiudicano giudizi buoni, superiori alla media. Il potenziale di miglioramento riguarda invece i Cantoni di Friburgo, Vaud e Soletta.

Grafico 7

Giudizio sull'offerta Internet dell'amministrazione cittadina/comunale (molto/piuttosto buona)

«Come giudica l'offerta Internet dell'amministrazione della Sua città/del Suo Comune per le imprese? Molto buona, piuttosto buona, piuttosto scadente o molto scadente?».

Media svizzera: 66% degli intervistati



Indicazioni solo per n ≥ 50

Pool e-government e imprese 2007 – 2013

© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 5109)

I rapporti con le amministrazioni comunali e cittadine sono meno frequenti, come dimostrano i siti Internet citati spontaneamente dagli intervistati. I siti comunali vengono citati ancora meno di due anni fa, mentre www.admin.ch vanta un maggior numero di occorrenze. Anche quest'anno i più citati sono i siti cantonali, seppur in lieve controtendenza.

Quando gli intervistati vengono «aiutati» a ricordare (grado di notorietà sollecitato), coloro che conoscono il sito seco.admin.ch salgono al 64 per cento. Anche il sito ch.ch (27%) è tendenzialmente più conosciuto del 2011. La notorietà di SuisseID.ch sfiora il raddoppio, mentre quello di kmu.admin.ch o kmuinfo.ch – nonostante «l'aiuto» – slitta al 25 per cento rispetto al 2011.

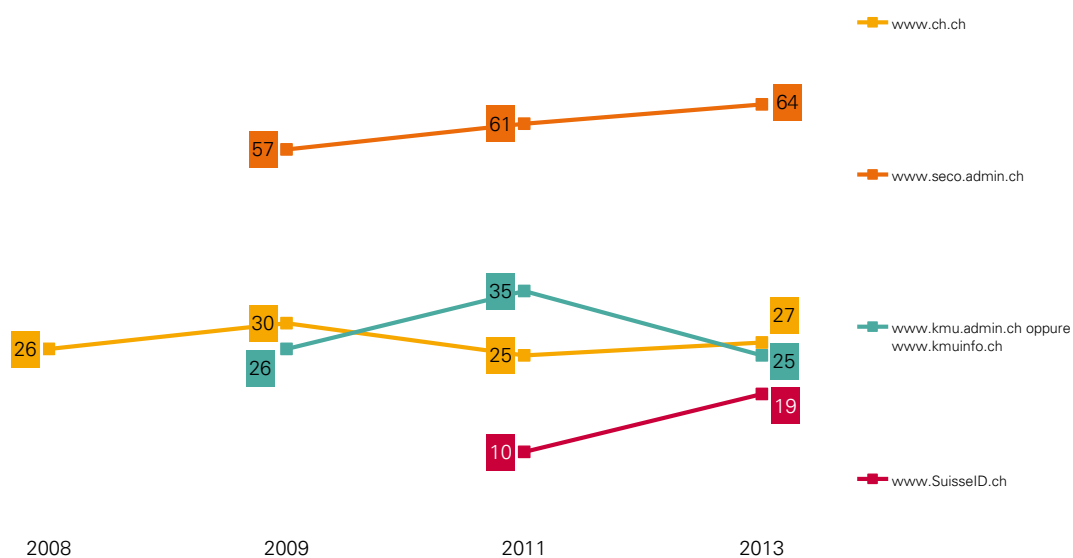
Grafico 8

Notorietà dei siti Internet

«Conosce i seguenti siti Internet?».

= notorietà sollecitata

intervistati (%) che conoscono il sito



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

Quando il grado di notorietà è sollecitato, il 30 per cento delle piccole e microaziende dichiara di conoscere il sito, il quale invece è quasi ignoto nelle aziende con più di 250 dipendenti (anche perché non rientrano nel target del portale). La notorietà trasversale a tutte le realtà aziendali è di nuovo in calo rispetto al 2011, ma in misura inferiore per le imprese con 1 – 9 dipendenti.

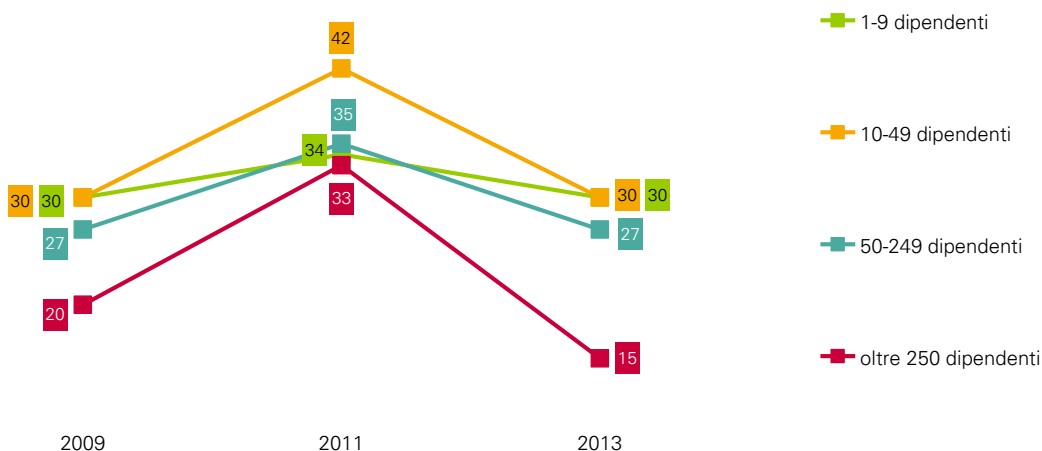
Grafico 9

Notorietà dei siti www.kmu.admin.ch/www.kmuinfo.ch in base alle dimensioni dell'impresa

«Conosce i seguenti siti Internet?».

= notorietà sollecitata

Intervistati (%) che conoscono il sito



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (1-9 dipendenti n = 354 / 10-49 dipendenti n = 295 / 50-249 dipendenti n = 319 / oltre 250 dipendenti n = 80)

Crescita progressiva dei social media

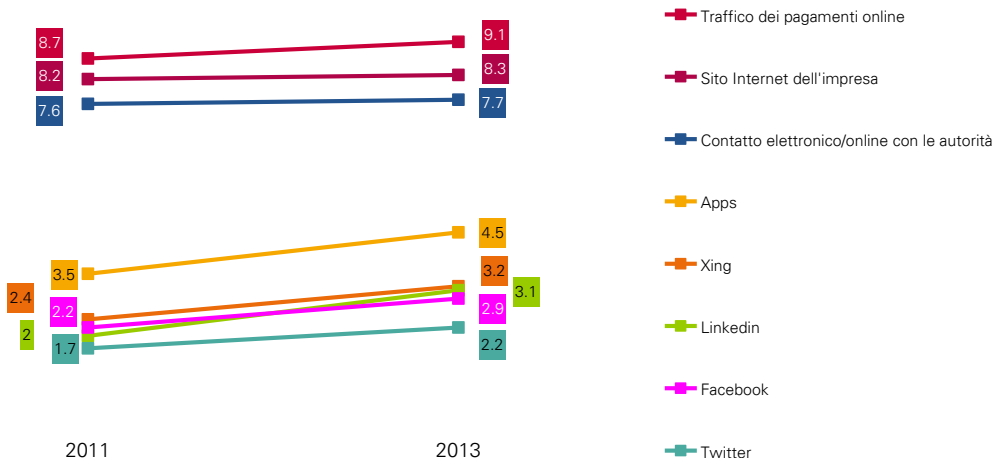
In confronto al traffico dei pagamenti online, al sito aziendale e ai contatti elettronici con le autorità, il significato delle app e dei profili sui social network, oppure dei post su Twitter, è ancora limitato. Quanto a importanza, anzi, Twitter continua ad essere ultimo in classifica. Occorre però sottolineare che rispetto al 2011 le reti sociali e le app sono diventate più importanti per le imprese e sono sempre più presenti nel mondo degli affari. Tendenzialmente, i giovani attribuiscono maggiore importanza alle reti sociali, anche se non in modo così marcato rispetto agli intervistati più anziani.

Grafico 10

Importanza di offerte e servizi specifici: valori medi

«Quale importanza rivestono su una scala da 0 a 10 i servizi o le offerte seguenti per la Sua impresa (0 = per nulla importante, 10 = estremamente importante)? I valori intermedi esprimono gradi di valutazione diversi. Se un servizio non è conosciuto o non viene utilizzato nella Sua impresa, non esiti a dirlo».

Giudizio medio degli intervistati



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

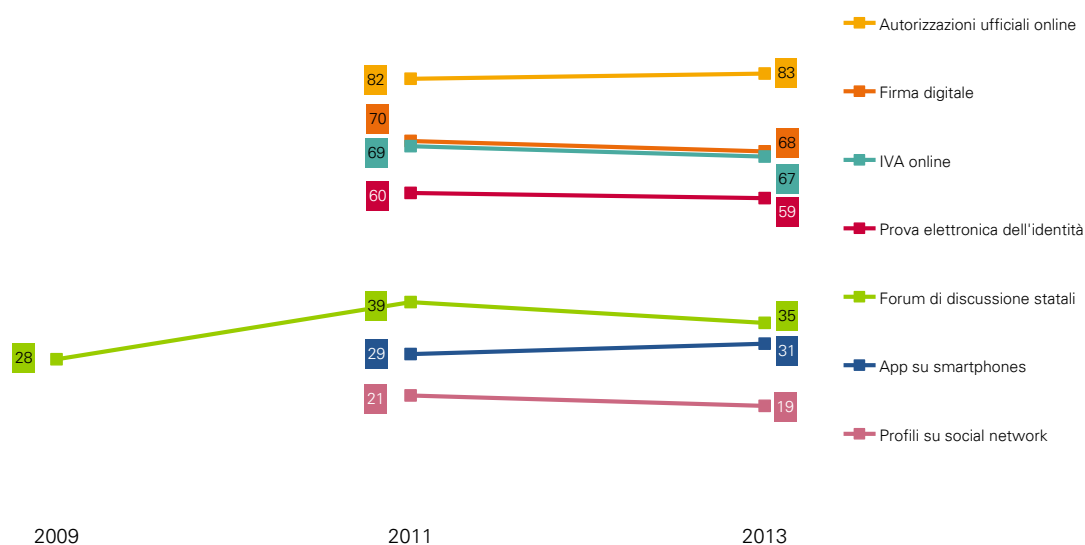
Le opinioni sull'utilità di svariate offerte online non hanno praticamente subito variazioni dal 2011. La palma dell'utilità continua ad essere attribuita alla possibilità di evadere online tutte le incombenze legate alle autorizzazioni ufficiali (83% molto o abbastanza utile) e, a seguire, alla firma digitale (68%), alla gestione online dell'IVA (67%) e alla prova elettronica dell'identità (59%). Viceversa, sono di nuovo in pochi a ritenere molto o abbastanza utili i forum ufficiali di discussione statali (35%), le app sugli smartphone (31%) e i profili sui social network (19%). Poche persone intravedono un'utilità nelle reti sociali, nonostante siano considerate sempre più importanti (v. sopra).

Grafico 11

Utilità delle offerte online

Come giudica le seguenti offerte online? Molto utili, piuttosto utili, piuttosto inutili o completamente inutili?».

Intervistati (%), molto/piuttosto utile



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

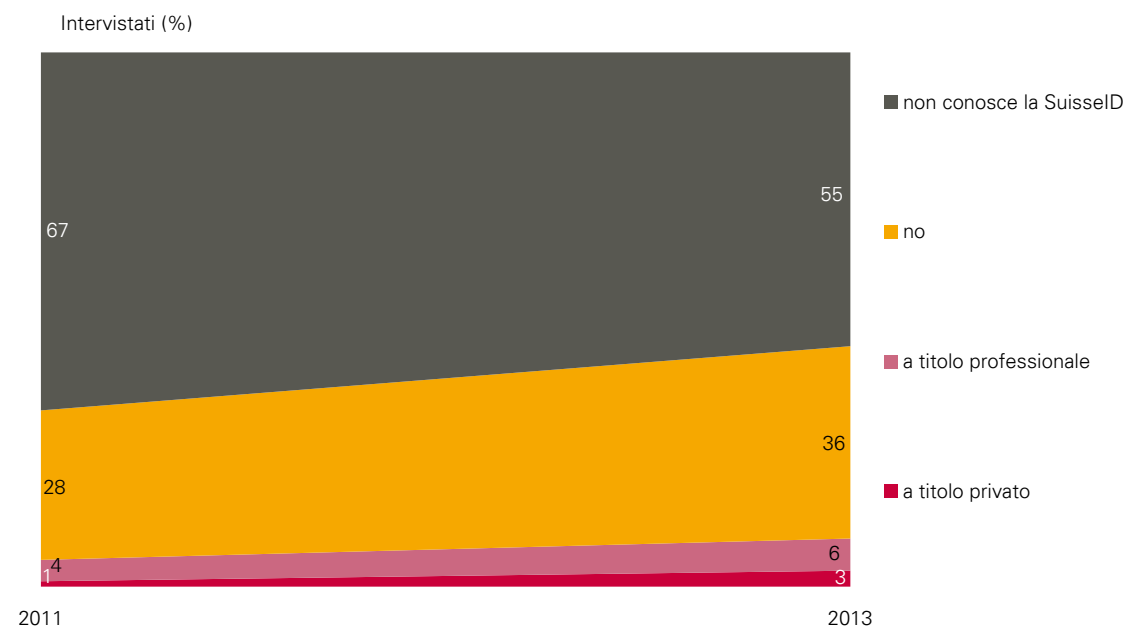
Soddisfazione con una maggiore diffusione di SwisselD

Nel 2011 un terzo degli intervistati aveva dichiarato di conoscere la SwisselD, oggi il dato è salito al 42 per cento. La SwisselD è dunque una realtà per tanti intervistati, e lo lascia supporre già solo il fatto che SwisselD.ch sia maggiormente conosciuto. Dal confronto con il 2011 si evince che il numero di coloro che possiedono la SwisselD è leggermente aumentato, nei limiti dell'errore di campionamento. Il 6 per cento di tutti gli intervistati (+ 2% rispetto al 2011) dichiara di possedere una SwisselD a titolo professionale e il 3 per cento a titolo privato (+ 2% rispetto al 2011). La SwisselD a titolo professionale viene utilizzata soprattutto nel settore della comunicazione e dell'informazione. La SwisselD ha fatto registrare un lieve calo soltanto nelle aziende con più di 250 dipendenti, a fronte di un leggero rialzo nelle piccole e medie imprese.

Grafico 12

Possesso di una SwisselD

«Possiede una SwisselD? Se sì, la possiede a titolo privato o professionale?».



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

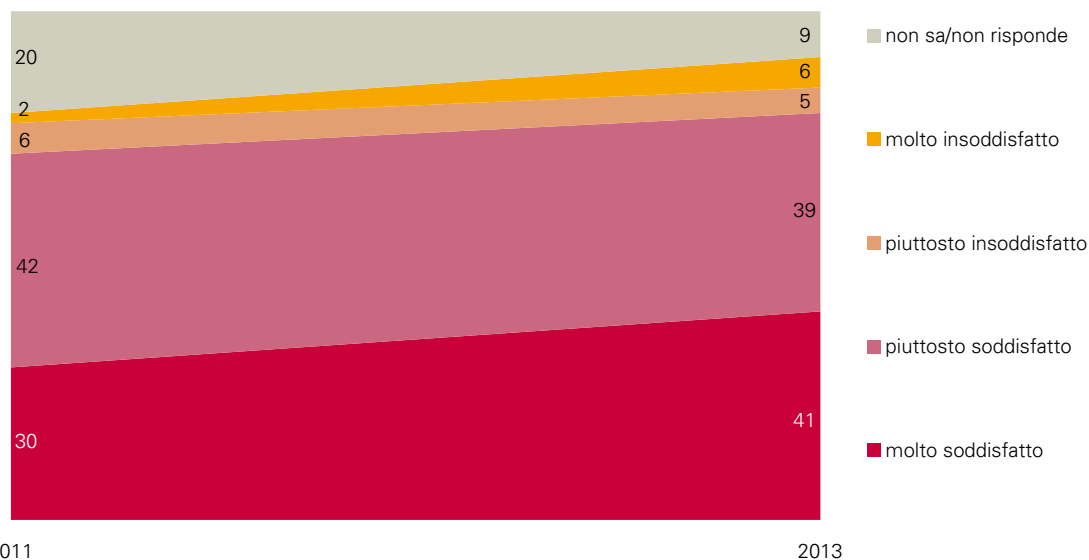
In generale, chi possiede una SuisseID ne è soddisfatto e, nel caso specifico, questa soddisfazione è in rialzo rispetto al 2011. Attualmente sono molto o piuttosto soddisfatti della SuisseID rispettivamente il 41 e il 39 per cento degli intervistati. Detto questo, anche l'insoddisfazione dichiarata è lievemente aumentata al 6 per cento (2011: 2%). Il 5 per cento degli intervistati è piuttosto insoddisfatto della SuisseID.

Grafico 13

Filtro: grado di soddisfazione con la SuisseID

«È soddisfatto della SuisseID? Molto, abbastanza, poco o per nulla?».

Intervistati (%) che possiedono una SuisseID



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 65)

L'insoddisfazione dipende soprattutto dalla complessità dell'applicazione e anche dal fatto che l'utilizzo di quest'ultima non si è ancora affermato. C'è anche chi ne critica la limitata possibilità d'uso.

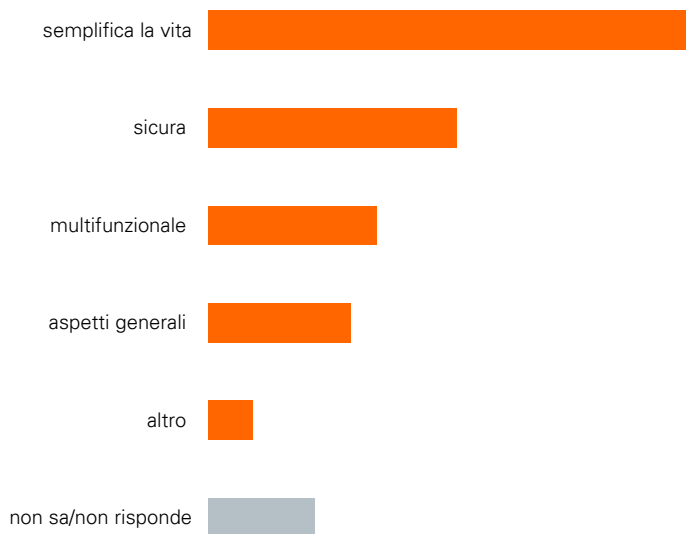
Secondo coloro che ne sono soddisfatti, la SuisseID semplifica i processi e anche l'aspetto della sicurezza è ritenuto importante. Piace, infine, la multifunzionalità della SuisseID.

Grafico 14

Filtro: motivi di soddisfazione con la SuisseID

«Che cosa contribuisce alla Sua soddisfazione nei confronti della SuisseID? Quali sono per Lei gli aspetti positivi?».

Intervistati (%) che possiedono la SuisseID e ne sono molto/piuttosto soddisfatti



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = 59)

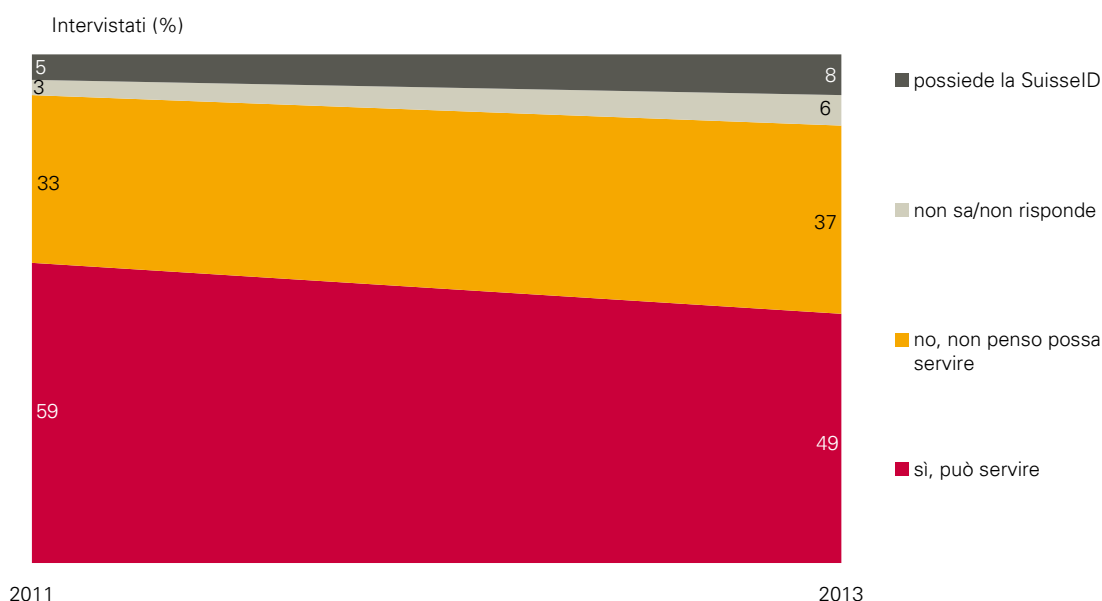
Di solito la SuisseID viene utilizzata per il login e per la firma digitale. Gli intervistati, alla richiesta di precisarne altri scopi, hanno risposto di usarla per identificarsi e come documento d'identità, specialmente per operazioni finanziarie.

Il 49 per cento degli intervistati dichiara che la SuisseID potrebbe essere utile. Rispetto al 2011, però, il dato è in calo di 10 punti percentuali mentre la quota di coloro che non saprebbero come utilizzare la SuisseID è aumentata del 4 per cento.

Grafico 15

Utilizzo della SuisseID

«Secondo Lei la SuisseID potrebbe esserle utile?».



© gfs.bern, e-government e imprese, luglio/agosto 2013 (N = ca. 1000)

Conclusioni

Gli sviluppi sono positivi su tutta la linea, dalla soddisfazione degli utenti all'effettivo utilizzo dei servizi online. Gli intervistati hanno manifestato più che in passato la volontà di sbrigare online le procedure amministrative con le autorità e lo fanno non appena ne hanno la possibilità. È importante però che i servizi online riescano a semplificare queste operazioni e non siano troppo complicati. Come si era già visto in passato i social media non sembrano occupare un ruolo vitale per gli intervistati, ma tendenzialmente anche queste piattaforme acquisteranno un'importanza crescente nel mondo degli affari. Rimangono comunque centrali offerte specifiche che agevolano la vita di tutti i giorni, secondo una logica molto chiara di utilità ed efficienza. La SuisseID, concepita per standardizzare e semplificare l'identificazione e la firma digitale, fa registrare una diffusione sensibilmente più alta di due anni fa. La sua notorietà e la soddisfazione degli utenti sono quindi aumentate rispetto al 2011.

Segnaliamo inoltre i seguenti riscontri ad uso del committente:

I servizi online sono richiesti e ampiamente utilizzati in ambiti centrali

Continua ad aumentare la volontà di relazionarsi online con le autorità, anche se nei settori centrali queste transazioni sono già ampiamente diffuse.

E-government e circolo virtuoso delle aspettative

Le esperienze degli utenti sono positive e dunque generano immediatamente nuove aspettative nelle aziende. È dunque lecito parlare di un «circolo virtuoso» dell'e-government nelle imprese.

L'amministrazione e i servizi online piacciono

La vicinanza all'utente che offre l'amministrazione piace. Anche l'offerta online dà soddisfazione a tutti i livelli dell'amministrazione, ma i giudizi positivi riguardano soprattutto quella cantonale.

Crescita progressiva dei social media

I social media sono sempre più presenti nel mondo degli affari, anche se l'utilità di queste piattaforme non è immediatamente percepibile in confronto a servizi specifici che agevolano in modo tangibile la vita di tutti i giorni. Questa opinione, seppur in misura meno marcata rispetto alle generazioni più anziane, è condivisa anche dai giovani che frequentano molto le reti sociali nel tempo libero.

Soddisfazione con una maggiore diffusione di SuisseID

La SuisseID è un po' più conosciuta sia nel mondo professionale sia a livello privato. Di conseguenza il suo grado di notorietà e quello del suo sito hanno guadagnato terreno. Sostanzialmente, chi possiede una SuisseID ne è anche soddisfatto. Detto questo, la percentuale di coloro che non intendono utilizzare la SuisseID nemmeno in futuro sta crescendo.

Possiamo dedurre le conclusioni seguenti.

L'e-government e le strategie di e-participation sono la chiave della soddisfazione, ma anche una sfida per i Comuni piccoli

È opportuno muoversi con coerenza a tutti i livelli della pubblica amministrazione perché gli utenti, dopo aver sperimentato i servizi online, manifesteranno nuove esigenze, dalle transazioni stesse all'opzione (per le aziende) delle reti sociali, fino ad altre possibilità partecipative. Al riguardo, soprattutto i Comuni di piccole dimensioni dovranno trovare le sinergie per rispondere adeguatamente alle crescenti aspettative.

Allargare il ventaglio delle possibilità di utilizzo della SuisseID

La SuisseID offre l'opportunità di coinvolgere fasce più larghe di utenza e magari anche dei target meno propensi all'innovazione. Tuttavia, per persuadere un maggior numero di interessati, i servizi offerti dovranno anche essere più numerosi e più convincenti. L'amministrazione deve lavorare su tutti e tre questi fronti.

Allegato

gfs.bern-Team



LUKAS GOLDER

Capoprogetto senior, membro della direzione, esperto di scienze politiche e di mass media, MAS FH in Communication Management

lukas.golder@gfsbern.ch

Settori di specializzazione:

Analisi integrate della comunicazione, dell'immagine e della reputazione, analisi dei mezzi di comunicazione e del loro impatto, ricerche sulle realtà giovanili e sui mutamenti sociali, votazioni/elezioni. Modernizzazione dello Stato, riforme della politica sanitaria.

Scrive per collane editoriali, riviste specializzate, quotidiani e internet.

CINDY BEER



Capoprogetto, sociologa

cindy.beer@gfsbern.ch

Settori di specializzazione:

eGovernment / eHealth, controlling della comunicazione, analisi dell'immagine e della reputazione, studi ad hoc, metodologie qualitative



STEPHAN TSCHÖPE

Responsabile Analisi e servizi, esperto di scienze politiche

stephan.tschoepe@gfsbern.ch

Settori di specializzazione:

coordinamento servizi, analisi di dati complessi, applicazioni informatiche e programmazione sondaggi, stime, analisi strutturali applicate a partiti politici con dati aggregati, visualizzazioni



PHILIPPE ROCHAT

Assistente di progetto, esperto di scienze politiche

philippe.rochat@gfsbern.ch

Settori di specializzazione:

analisi dati / banche dati, programmazioni, analisi dei mass media, ricerche, visualizzazioni



CAROLE GAUCH

Assistente di progetto, esperta di scienze politiche e dei mass media

carole.gauch@gfsbern.ch

Settori di specializzazione:

analisi dati / analisi dei mass media, ricerche, visualizzazioni



JOHANNA SCHWAB

Amministrazione

johanna.schwab@gfsbern.ch

Settori di specializzazione

Desktop-Publishing, visualizzazioni, amministrazione progetti e presentazioni

gfs.bern
Hirschengraben 5
Casella postale 6323
CH – 3001 Berna
Tel. +41 31 311 08 06
Fax +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

L'istituto demoscopico gfs.bern è membro dell'Associazione svizzera per le ricerche di mercato e sociali (ASMS) e garantisce di non svolgere alcuna intervista allo scopo, palese o occulto, di fare pubblicità, ottenere ordinazioni o vendere.

Maggiori informazioni: www.schweizermarktforschung.ch.



**SCHWEIZER
MARKTFORSCHUNG**

Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym

gfs.bern
Menschen. Meinungen. Märkte.

Segreteria di Stato dell'economia SECO

Direzione per la Promozione della piazza economica

Politica a favore delle PMI

Holzikofenweg 36, 3003 Berna

Tel. +41 31 322 28 71, Fax +41 31 323 12 11

www.seco.admin.ch, www.pmi.admin.ch