OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELLA PROVINCIA DI VICENZA

ANNO 2018

PRIMO MONITORAGGIO

Gennaio – Febbraio - Marzo

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

L'obiettivo dell'Osservatorio Occupazionale della provincia di è di **monitorare la situazione economica delle aziende** della provincia di Vicenza e di individuare problematiche ed esigenze occupazionali nei settori commercio, turismo e servizi. Attraverso **monitoraggi trimestrali** è possibile verificare l'andamento, nel tempo, delle aziende, con lo scopo finale di **verificare i mutamenti** relativamente ad argomenti importanti quali: mansioni, figure professionali, assunzioni, tipologie contrattuali, formazione, strategie contro la crisi, andamento economico e problematiche ad esso collegate.

Conoscere i fabbisogni e le esigenze delle aziende permetterà di individuare alcune linee di sviluppo necessarie per una **migliore programmazione di iniziative volte a supportare la ripresa economica delle aziende stesse.**

La metodologia utilizzata per la realizzazione del progetto, è caratterizzata dai seguenti elementi:

1) realizzazione di un questionario "ad hoc" tarato in modo specifico per i temi di interesse del presente monitoraggio;

2) per una questione di praticità e di maggiore diffusione dell'indagine, dal 2014 la modalità di somministrazione e raccolta dati avviene **esclusivamente "online"**, attraverso una piattaforma telematica accessibile, da parte delle aziende interessate a partecipare all'indagine, dai siti dell'Ente Bilaterale e della Confcommercio di Vicenza;

3) i dati così raccolti vengono elaborati ed analizzati ed in forma anonima. I risultati vengono poi illustrati in un report trimestrale che descrive, con l'ausilio di grafici e tabelle, quanto emerso dall'indagine.

L'ANALISI

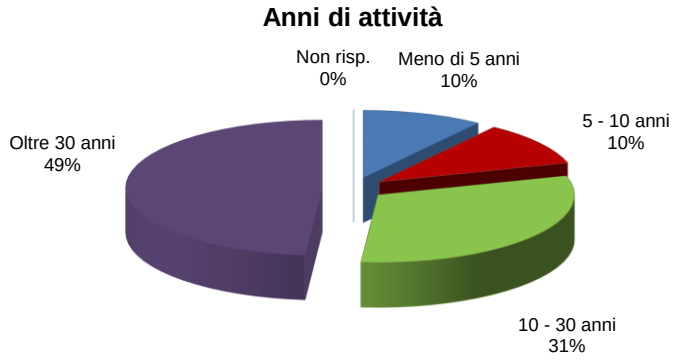
Si riportano di seguito **le analisi dei dati raccolti nel primo trimestre 2018**, rappresentati attraverso elaborazioni grafiche e relativi commenti delle **principali caratteristiche occupazionali ed economiche rilevate presso il campione di aziende rispondenti** (differenziando i risultati anche per settore).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

Come prima cosa si analizzano le **caratteristiche del campione** di aziende rispondenti in questo trimestre.

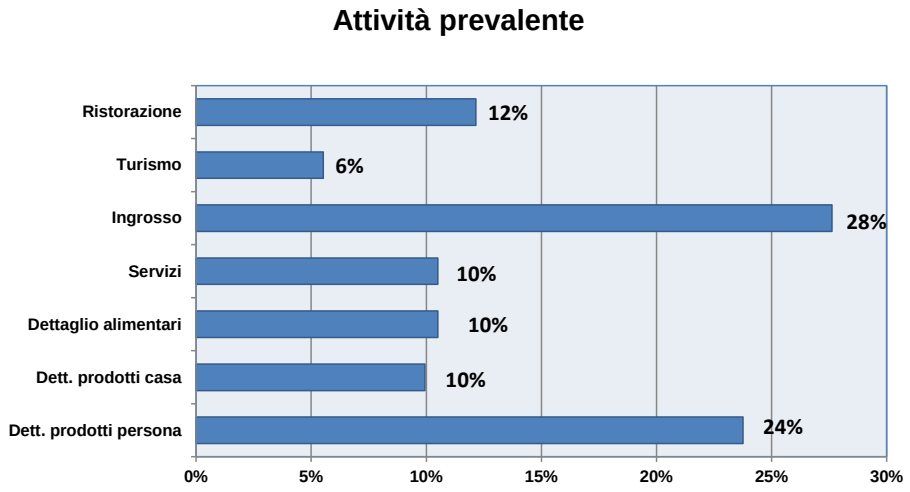
Fascia di fatturato: il campione del trimestre è costituito prevalentemente sia da aziende "piccole" con fatturato inferiore a 250 mila € (il 37%), sia da aziende più "grandi" con fatturato superiore a 1 milione di € (36%).

Anni attività: la maggioranza delle aziende è in attività da tempo: il 31% da 10-30 anni e il 49% da oltre 30 anni. Le aziende giovani (in attività da meno di 5 anni) sono appena il 10%.

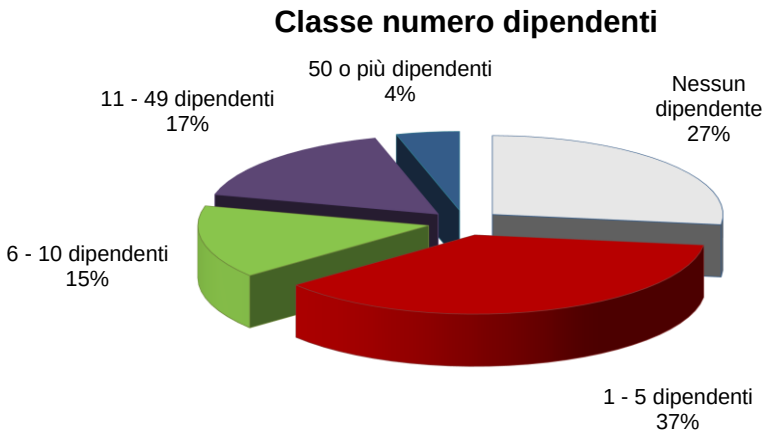


Attività prevalente: il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (44%) seguito dal commercio all'ingrosso con il 28%. Seguono ristorazione (12%), servizi (10%) e turismo (6%). Ai fini della presente analisi il commercio al dettaglio, che al suo interno comprende una notevole varietà merceologica, è stato suddiviso in tre settori che maggiormente lo caratterizzano:

1. commercio al dettaglio di prodotti per la persona (24%);
2. commercio al dettaglio di prodotti per la casa (10%);
3. commercio al dettaglio alimentari (10%).



Numero di dipendenti: il 27% delle aziende interpellate non ha dipendenti, mentre il 73% ha almeno un dipendente (tra questi la maggioranza, ossia il 37% ha meno di 5 dipendenti).



Di seguito si riporta anche la specifica per classe di dipendenti suddivisa per singoli settori che mostra come le aziende con dipendenti siano più diffuse nel settore dell'ingrosso (94%), del turismo (80%) e degli alimentari (79%).

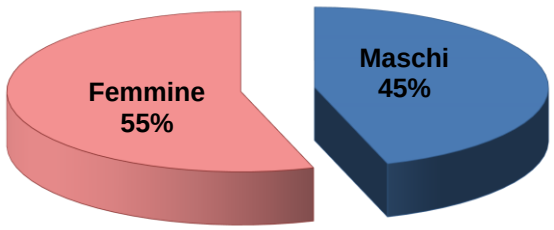
Classe di dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipendente	**49%**	**28%**	**21%**	**42%**	**6%**	**20%**	**27%**
Con dipendenti	**51%**	**72%**	**79%**	**58%**	**94%**	**80%**	**73%**
1 - 5 dipendenti	33%	33%	53%	37%	30%	40%	50%
6 - 10 dipendenti	7%	28%	5%	16%	24%	10%	9%
11 - 49 dipendenti	2%	6%	16%	5%	36%	30%	14%
50 o più dipendenti	9%	6%	5%	0%	4%	0%	0%

CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI

Per quanto riguarda il **sesso** dei dipendenti, rilevato dalla presente indagine, si conferma quanto già registrato nei vari trimestri passati, ossia una lieve maggioranza di dipendenti di sesso femminile (55%) rispetto a quelli di sesso maschile (45%).

Full - Time



Nei singoli settori si riscontra una prevalenza di dipendenti di sesso femminile, in particolare nei servizi (71%) nel dettaglio prodotti persona (69%), nella ristorazione (68%) e negli alimentari (65%). Unica eccezione l'ingrosso (dove c'è una prevalenza di uomini, 69%).

Sesso dei dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% Maschi	31%	47%	35%	29%	69%	47%	32%
% Femmine	69%	53%	65%	71%	31%	53%	68%

Nel campione il **part-time** costituisce il **18% del totale dei dipendenti**, dato in diminuzione rispetto sia allo stesso trimestre del 2016 (erano il 23%) sia rispetto trimestre precedente (30,6%).

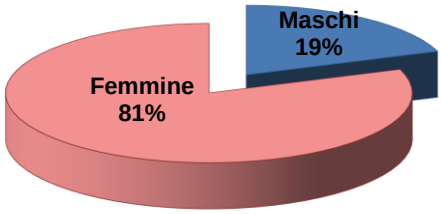
Il settore che utilizza di meno questa tipologia contrattuale è storicamente l'ingrosso (11,4%) mentre è più frequente nel turismo e ristorazione (29/30%).

Percentuale dipendenti part-time per settore

TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristorazione
18,0%	19,6%	14,8%	24,5%	16,4%	11,4%	28,9%	30,9%

Il dato relativo al part-time evidenzia che questa tipologia di contratto riguarda maggiormente le donne (l'81% dei dipendenti part-time è di sesso femminile).

Dipendenti Part - Time



Complessivamente appena il 2,8% delle aziende intervistate ha impiegato **lavoratori a voucher** nel trimestre ed in netto calo rispetto al 18,9% osservato nello stesso trimestre 2017.

Mediamente ogni azienda ha impiegato 0,1 lavoratori a voucher (erano 1,3 nel primo trimestre 2017).

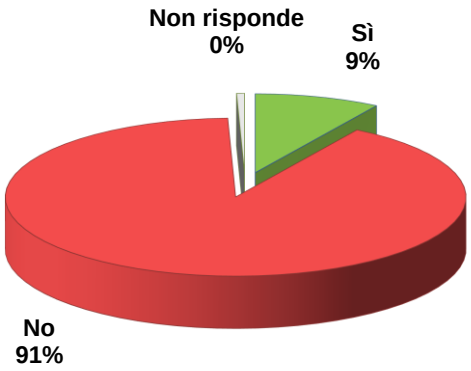
Impiego dei voucher per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende	**2,8%**	4,7%	0,0%	5,3%	0,0%	2,0%	0,0%	4,5%
n. medio lavoratori a voucher impiegati	**0,1**	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,5

ALTERNANZA SCUOLA LAVORO – PRIMO TRIMESTRE 2018

Per la prima volta in questo trimestre sono state inserite domande relative all'alternanza scuola-lavoro. Come illustrato nel grafico successivo, il 9% delle aziende interpellate ha dichiarato di aver **ospitato studenti in alternanza scuola-lavoro** nel trimestre di riferimento.

Ospitato studenti alternanza scuola - lavoro



La specifica successiva mostra che il settore turismo è quello che, in questo trimestre, ha ospitato studenti in misura maggiore (il 30%). Più rare tali esperienze nell'ingrosso e nell'alimentare.

Alternanza scuola lavoro per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno ospitato studenti	**8,8%**	16,3%	5,6%	0,0%	10,5%	2,0%	30,0%	9,1%

Prevalentemente le aziende hanno ospitato uno studente (il 44% di quelle che hanno ospitato) e per un periodo di 4 settimane (il 44%). Nelle tabelle seguenti il dettaglio.

Numero studenti ospitati
(% su aziende che ne ha ospitato almeno uno)

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
1 studente	**44%**	29%	0%	-	50%	100%	67%	50%
2 studenti	**13%**	29%	0%	-	0%	0%	0%	0%
3 studenti	**19%**	29%	0%	-	0%	0%	0%	50%
Più di 3 studenti	**19%**	14%	100%	-	0%	0%	33%	0%
Non risponde	***6%***	*0%*	*0%*	-	*50%*	*0%*	*0%*	*0%*

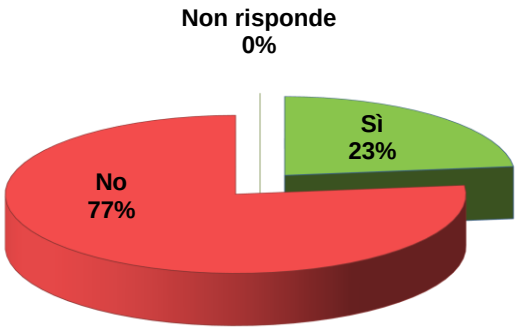
Per quante settimane complessive
(rapportate al numero di dipendenti)

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
1 settimana	**6%**	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%
2 settimane	**6%**	0,0%	0,0%	-	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
3 settimane	**6%**	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%
4 settimane	**44%**	71,4%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
5 settimane	**0%**	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6 settimane	**0%**	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7 settimane	**6%**	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%
8 settimane	**6%**	0,0%	0,0%	-	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9 settimane	**0%**	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Più di 9 settimane	**13%**	28,6%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Non risponde	***13%***	*0,0%*	*100,0%*	-	*50,0%*	*0,0%*	*0,0%*	*0,0%*

RICERCA PERSONALE – PRIMO TRIMESTRE 2018

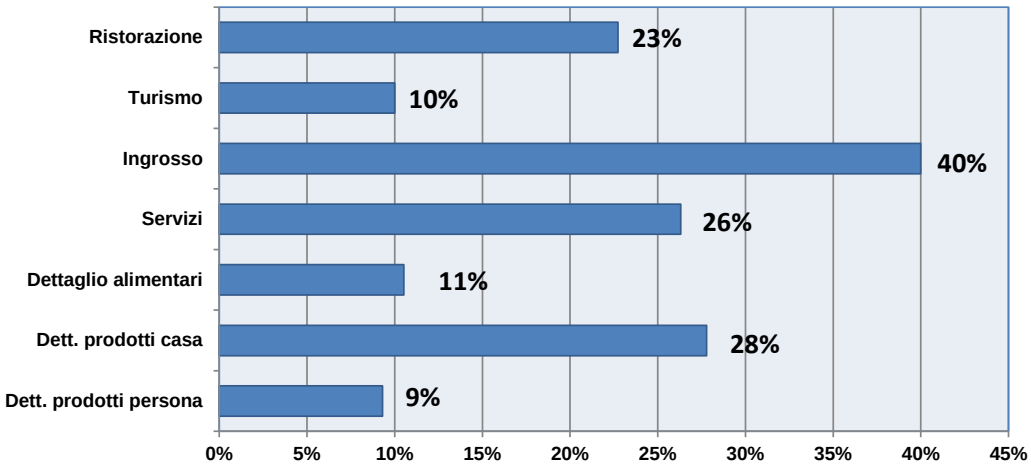
Come illustrato nel grafico successivo, il 23% delle aziende ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato risulta in linea (o lievissimo aumento) rispetto al trimestre precedente (21% nel quarto trimestre 2017), e rispetto allo stesso trimestre dell'anno scorso (19% primo trimestre 2016).

Ricerca di personale



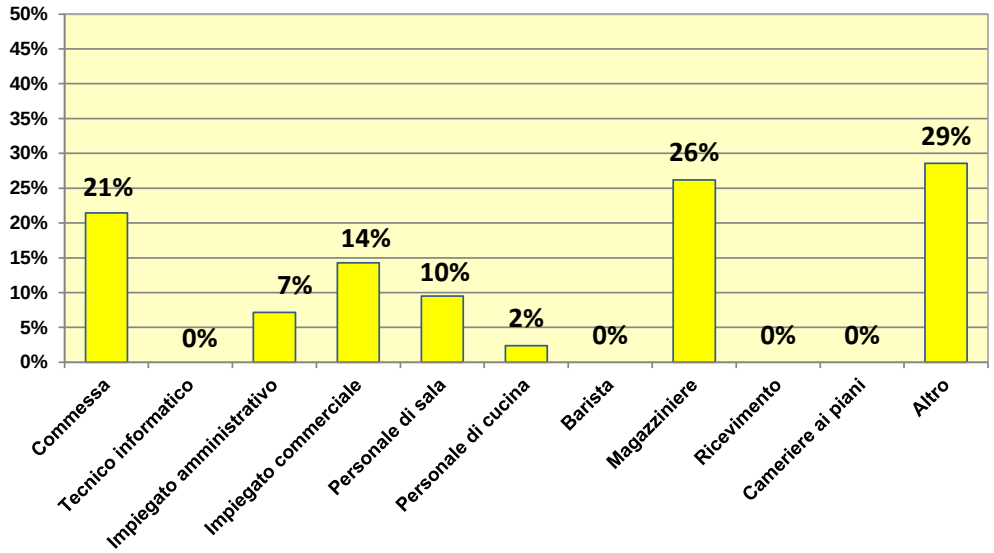
La specifica successiva mostra che il settore ingrosso in questo trimestre ha effettuato una maggiore ricerca di personale (il 40%). Storicamente più attivo era stato il settore turismo, che però, in questo trimestre, ha subito un arresto.

Ricerca di personale per settore



Relativamente alle **figure professionali,** quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state il magazziniere (26%), e la commessa (21%), con ovvie specificità settoriali.

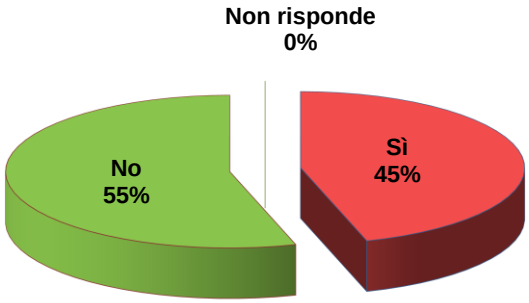
Figure professionali cercate



Importante, inoltre, la verifica relativa ad eventuali **difficoltà riscontrate nel reperire nuovo personale** in questo trimestre.

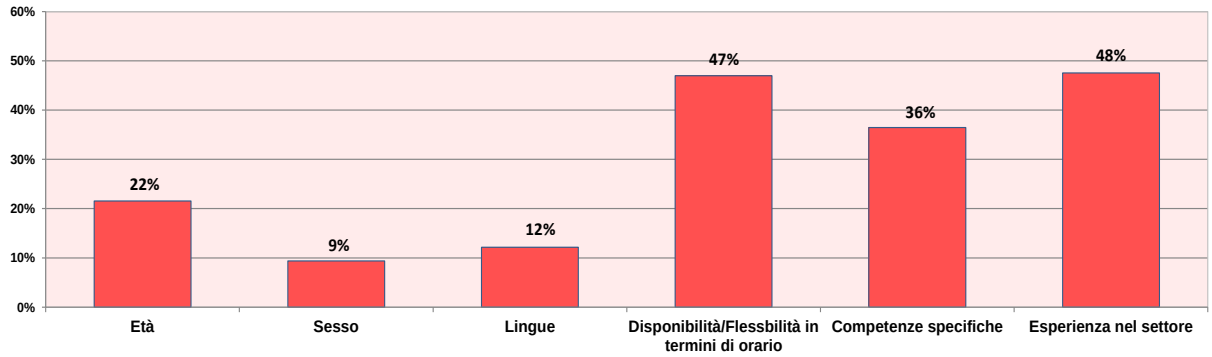
Tra le aziende che hanno cercato personale il 55% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (percentuale in aumento rispetto al passato: era il 50% nel primo trimestre 2017 e il 42% nello scorso trimestre).

Difficoltà nel reperire nuove figure professionali



Relativamente a quali **caratteristiche** siano considerate **fondamentali per eventuali nuove assunzioni**, riportiamo di seguito la specifica delle indicazioni rilevate dall'indagine dalla quale si evince che flessibilità e disponibilità in termini di orario continuano ad essere le caratteristiche maggiormente richieste (47%), così come l'esperienza (48%).

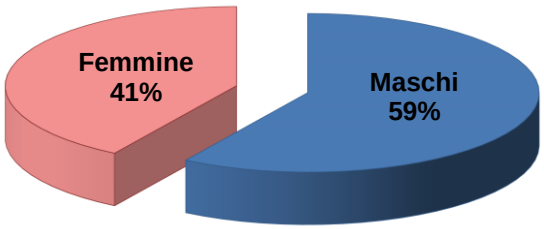
Caratteristiche richieste per eventuali assunzioni



Per quanto riguarda, invece, **altre caratteristiche** ritenute importanti per eventuali nuove assunzioni:

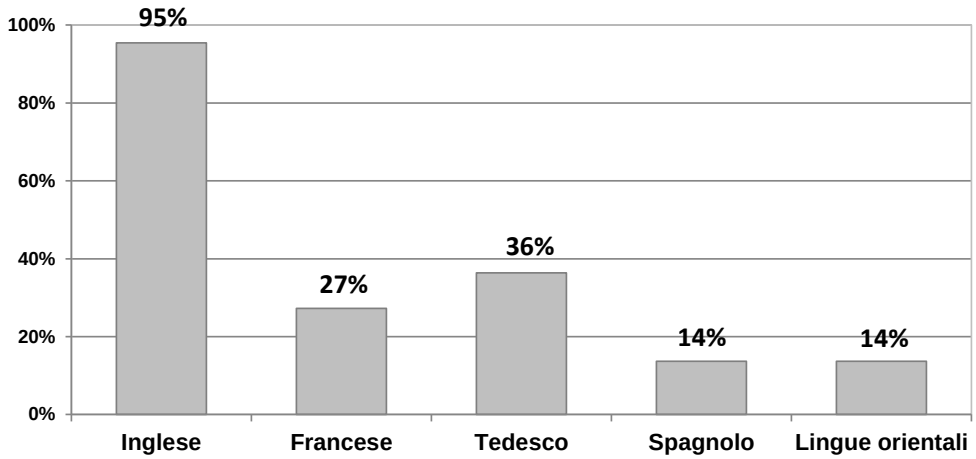
***Sesso**:* appena il 9% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 59% esprime una preferenza nei confronti di lavoratori maschi.

Preferenze lavoratori in caso di eventuali assunzioni



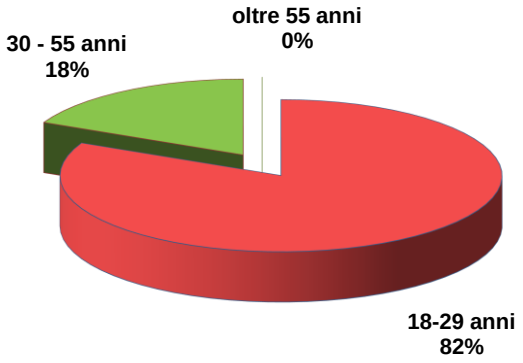
Lingue parlate: il 12% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese con il 95%, seguita dal tedesco con il 36%. Le lingue orientali da sempre si attestano attorno al 15%

Lingue straniere richieste per eventuali assunzioni



Età: il 22% da importanza alla fascia d'età, e tra queste la grande maggioranza (82%) predilige la fascia dai 18 ai 29 anni e per il rimanente 18% è invece più idonea un'età compresa tra 30 e 55 anni.

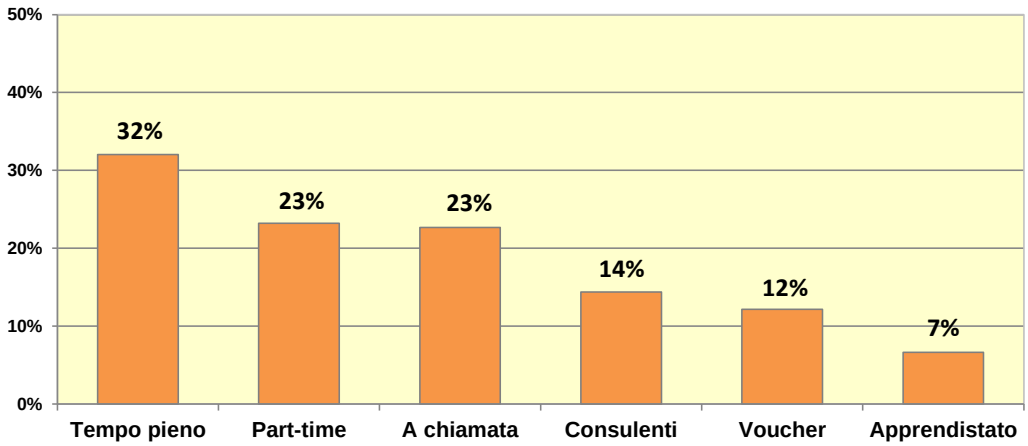
Fascia di età più idonea per eventuali assunzioni



TIPOLOGIA DI CONTRATTO RITENUTA PIU' IDONEA

Per quanto riguarda la **tipologia di contratto più idonea** alle esigenze delle ditte interpellate, in questo trimestre si nota una preferenza per il tempo pieno (ritenuto idoneo da una azienda su tre ed in linea con le ultime rilevazioni). A seguire part-time e chiamata (in calo nell'ultimo anno). Residuali i consulenti, i voucher (solo il 12%) e l'apprendistato.

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni



Relativamente al contratto a tempo pieno vi è una preferenza di gradimento per i contratti a tempo indeterminato.

Specifica tempo pieno

Tempo determinato	41,4%
Tempo indeterminato	58,6%

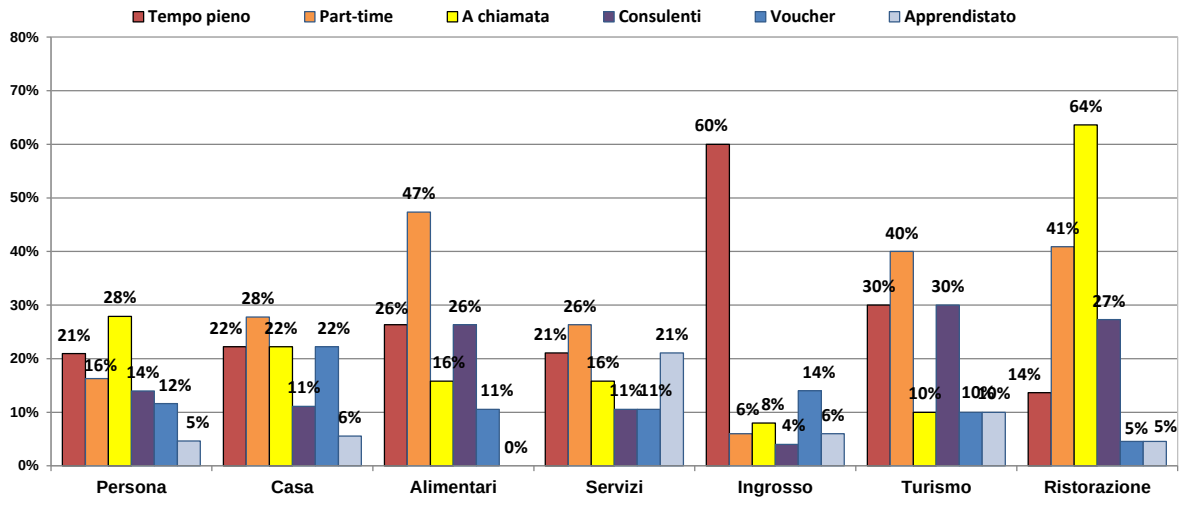
Per quanto riguarda invece il contratto part-time c'è una preponderanza di gradimento per il tempo determinato.

Specifica part time

Tempo determinato	64,3%
Tempo indeterminato	35,7%

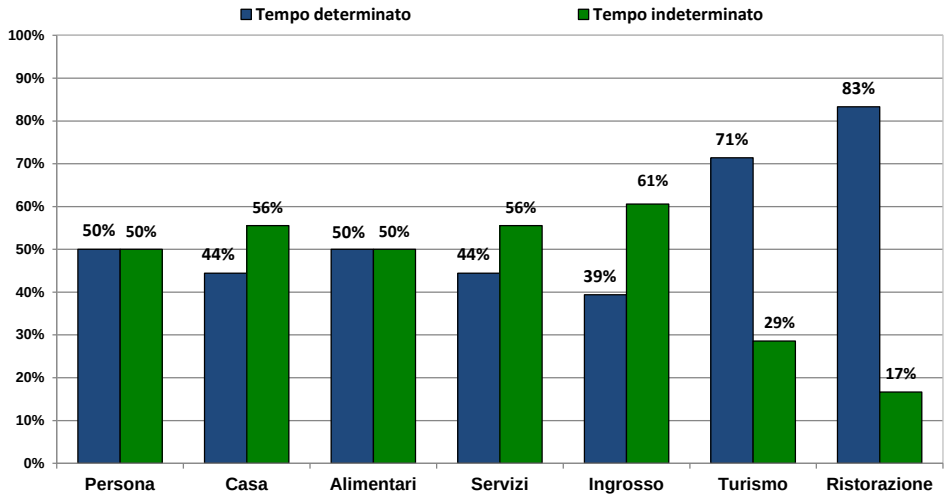
Nella specifica **per singolo settore**, appare evidente che la situazione cambia in base alle differenti esigenze settoriali. Ad esempio la ristorazione predilige di gran lunga il lavoro a chiamata, l'ingrosso predilige il tempo pieno e gli alimentari il part time. Si vede abbastanza equilibrio tra le tipologie di contratto preferite, invece, negli altri settori.

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni



Tra le aziende che prediligono il contratto part time o tempo pieno, il tempo determinato è preferito nel turismo e ristorazione, mentre nell'ingrosso è più gradito il tempo indeterminato. Sostanziale equilibrio negli altri settori.

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni

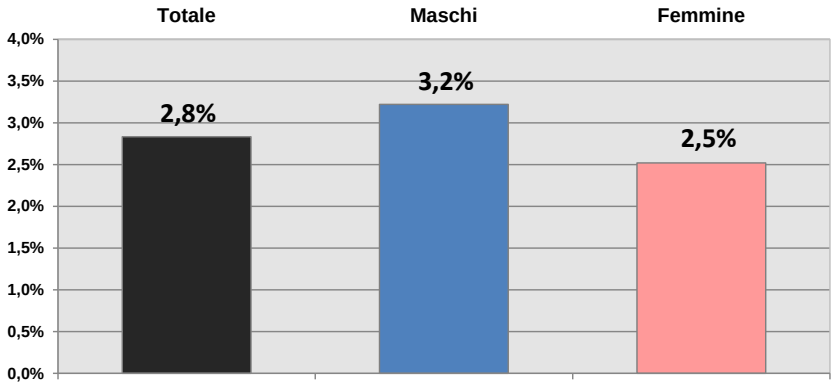


ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO I° TRIMESTRE 2018

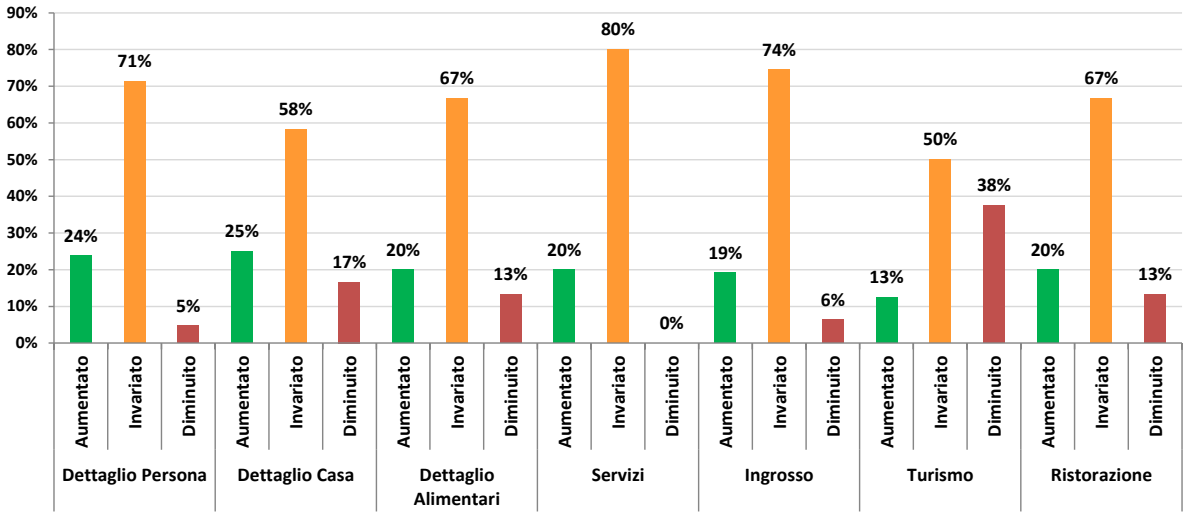
Nel presente capitolo si è ritenuto opportuno verificare **l'andamento delle assunzioni e delle cessazioni di rapporti di lavoro** dichiarate dalle aziende intervistate con riferimento al **primo trimestre 2018**, e osservare quali figure sono state maggiormente interessate sia dalle assunzioni che dalle cessazioni.

Variazione del numero di dipendenti. La variazione percentuale del numero di dipendenti nel trimestre è stata positiva (+2.8%, tra i maschi +3.2% tra le femmine +2,5%). Questo aumento segue quello osservato nell'ultimo trimestre (+2,2%).

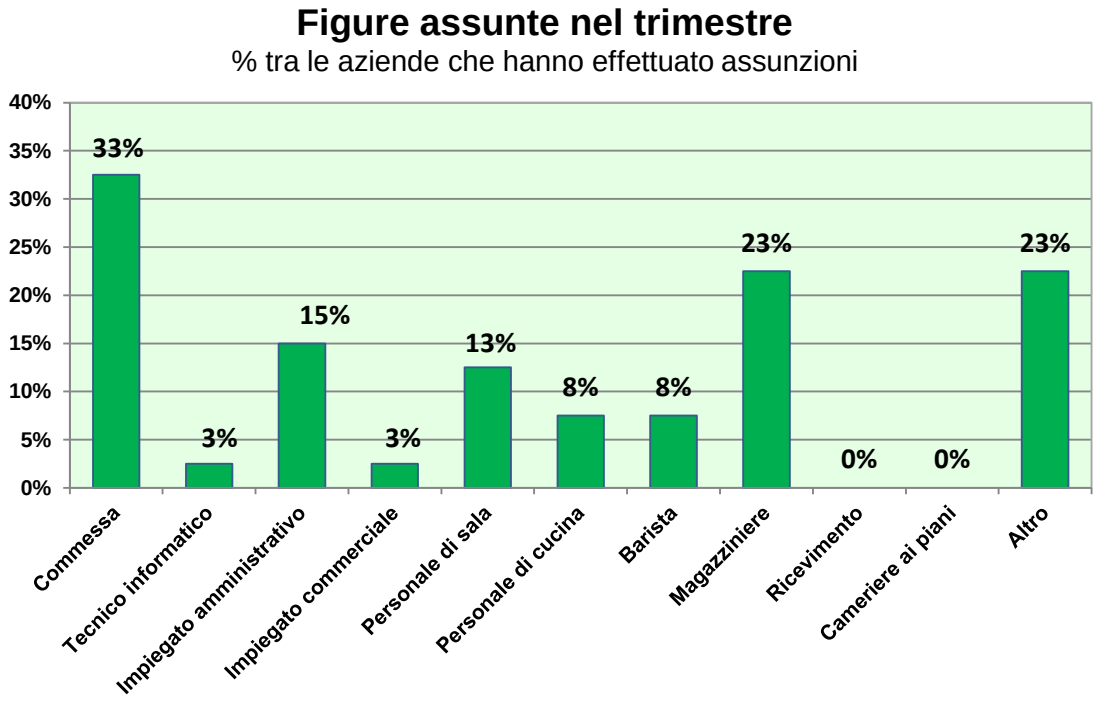
Variazione % numero di dipendenti nel trimestre



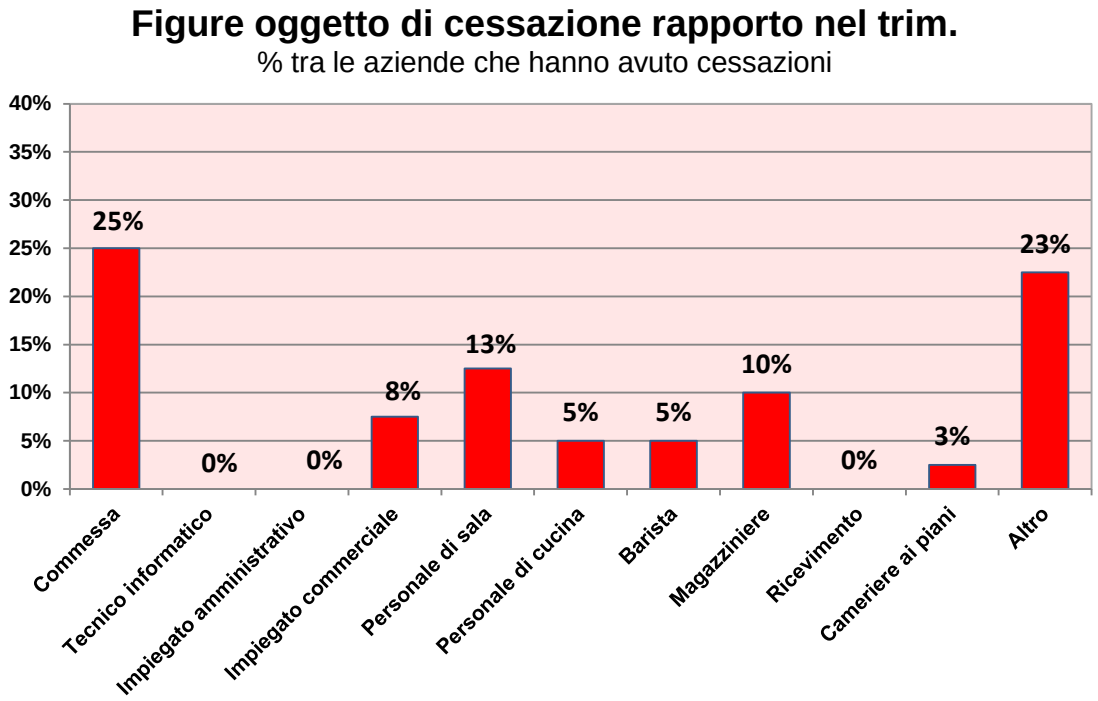
La specifica dei settori ci mostra notevoli differenze nei vari settori circa l'andamento dei dipendenti. In tutti i settori è prevalente la stabilità, mentre i casi di diminuzione sono stati più frequenti nel turismo (settore ad alta stagionalità. Negli altri settori buona la quota di aumenti (intorno al 20%).



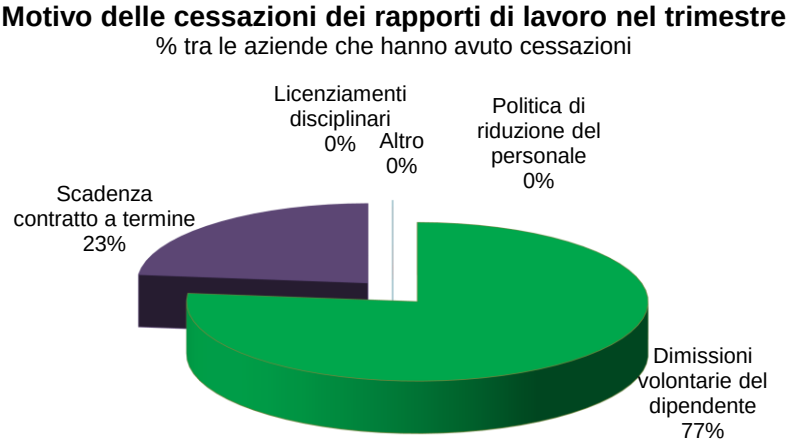
Relativamente alle **figure professionali assunte** dalle aziende nel trimestre e a lavoro spiccano la commessa (il 33% tra coloro che hanno assunto) e il magazziniere (23%), seguite da impiegato amministrativo (15%).



Relativamente alle **figure professionali il cui rapporto di lavoro con l'azienda è cessato** nel trimestre spiccano la commessa (nel 25% delle aziende che hanno cessato rapporti) e il magazziniere (10%).

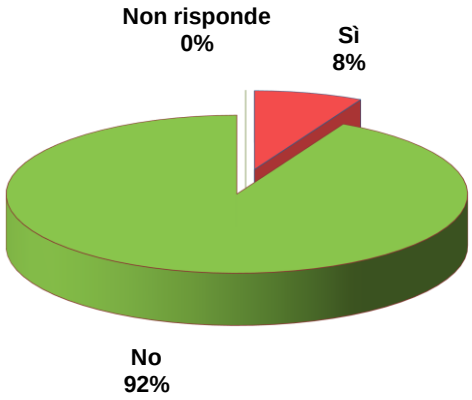


Motivi delle cessazioni di rapporto con dipendenti. I motivi alla base delle cessazioni in questo trimestre sono principalmente legate a dimissioni volontarie del dipendente (77%). Nel restante 23% dei casi sono dovute a scadenza contratto, e mai per questioni disciplinari o di politica aziendale.



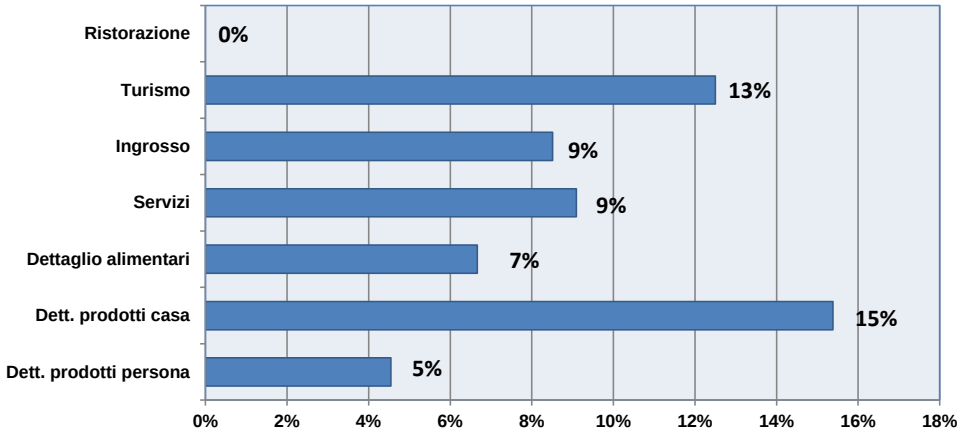
Appena l'8% delle ditte interpellate con dipendenti dichiara di aver attivato **sistemi incentivanti a favore dei dipendenti** nel trimestre.

Attivazione di sistemi incentivanti
tra le aziende con dipendenti



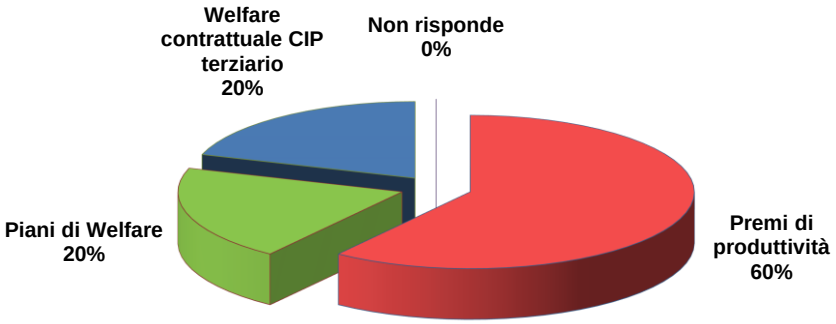
Il dettaglio **per singolo settore** mostra una frequenza leggermente maggiore nei prodotti per la casa e nel turismo, e pressoché nulla nella ristorazione.

Attivazione di sistemi incentivanti per settore



Le **tipologie di sistemi incentivanti** più adottate sono i "premi di produttività" (adottati dal 60% delle aziende che hanno attivato sistemi incentivanti).

Tipologie di sistemi incentivanti attuatii
% tra le aziende che hanno adottato sistemi



Tra le aziende che hanno adottato incentivi **la % di lavoratori interessati** è pari a quasi il 70%

% lavoratori oggetto di incentivi

(tra le aziende che hanno adottato incentivi)

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% lavoratori oggetto di incentivi	**69%**	75%	86%	100%	100%	89%	8%	-

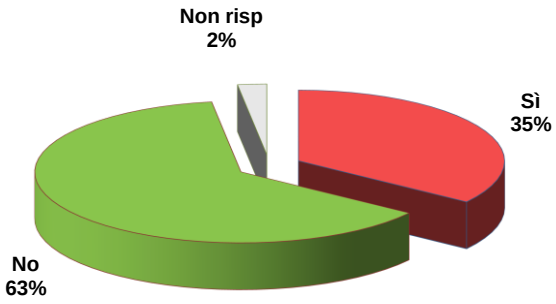
FORMAZIONE

Si è ritenuto di interesse verificare se le aziende intervistate avessero, in questo trimestre, effettuato **formazione dei propri dipendenti** e di che tipo.

Il 35% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta altalenante nel tempo variando tra il 25% e il 40% di trimestre in trimestre.

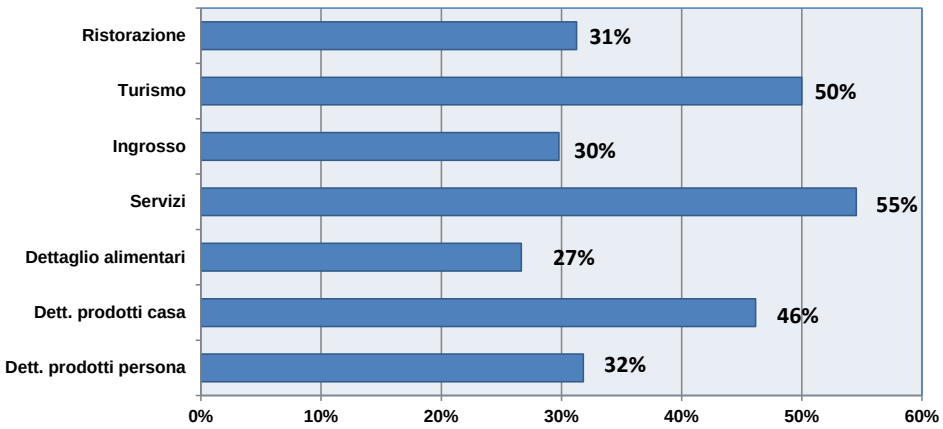
Formazione dipendenti nel trimestre

tra le aziende con dipendenti



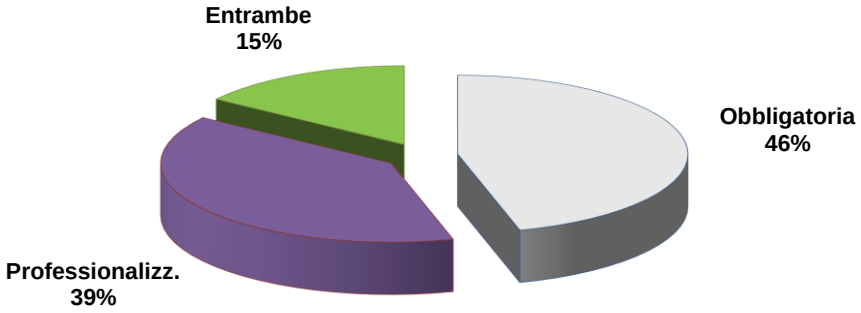
I settori che hanno maggiormente investito nella formazione in questo trimestre sono i servizi, la ristorazione e i prodotti per la casa (tutti attorno o oltre il 50%).

Formazione dipendenti nel trimestre per settore



Tipologia di formazione. Per quanto riguarda la tipologia di formazione effettuata, le aziende con dipendenti interpellate hanno effettuato formazione obbligatoria nel 46% dei casi, professionalizzante nel 39% ed entrambe nel 15%. Rispetto al passato è aumentata la % di coloro che svolgono formazione professionalizzante o entrambe combinate.

Tipologia di formazione effettuata



La specifica per singoli settori ci mostra come vi siano, a tale proposito, esigenze differenti. La professionalizzante è maggiore nel dettaglio personale mentre l'obbligatoria negli alimentari e nella ristorazione.

Tipologia di formazione per settore

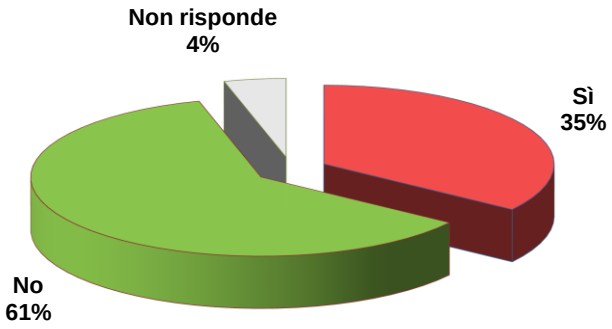
	Obblig.	Profess.	Entrambe
Dettaglio prodotti per la persona	14%	86%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	33%	50%	17%
Dettaglio di alimentari	75%	0%	25%
Servizi	50%	33%	17%
Comm. all'ingrosso	57%	29%	14%
Turismo	0%	50%	50%
Ristorazione	80%	20%	0%

Il numero di ore per singola azienda è di 27 ore per la formazione obbligatoria e 38 ore per quella professionalizzante.

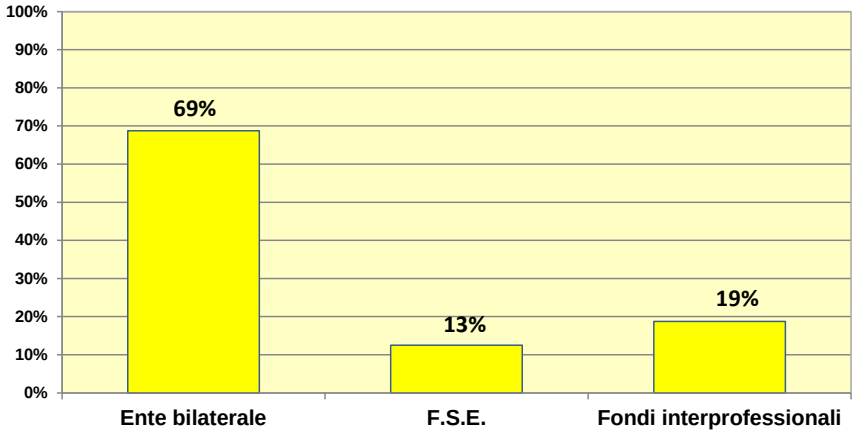
Corsi finanziati. I corsi finanziati (il 35% delle ditte con dipendenti che hanno effettuato formazione dichiara di averne usufruito - dato in netta diminuzione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) sono prevalentemente quelli dell'Ente Bilaterale (67%), dato in linea rispetto al trimestre precedente (69%). E meno frequenti FSE e Fondo interprofessioanle.

Usufruito di corsi finanziati

tra le aziende che hanno effettuato formazione



Tipologia di corsi finanziati

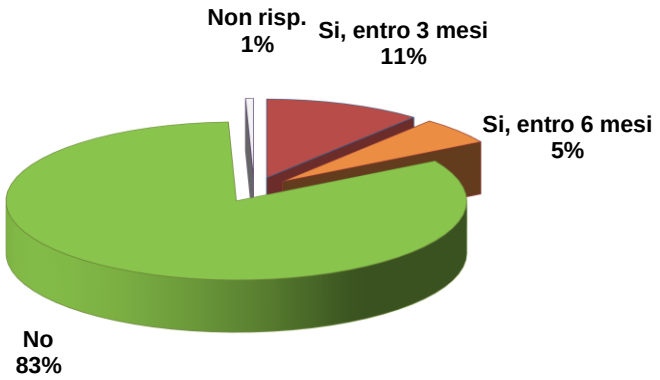


INTENZIONI FUTURE

Infine si ritiene di interesse percepire le intenzioni future delle aziende sotto il profilo occupazionale e pertanto si è chiesto loro se avessero **intenzione di aumentare** (a tutte le aziende) **o diminuire** (limitatamente alle ditte con dipendenti) **il numero di dipendenti** nei prossimi 3-6 mesi.

Intenzione di aumentare il numero di dipendenti: come appare dal grafico successivo l'11% delle aziende interpellate ha intenzione di aumentare il personale nei prossimi 3 mesi, e un ulteriore 5% nei successivi 3 mesi. Con riferimento al prossimo trimestre tale intenzione risulta più marcata tra le aziende dell'ingrosso e dei servizi (16%) e della ristorazione (14%).

Intenzione di aumentare il personale in futuro



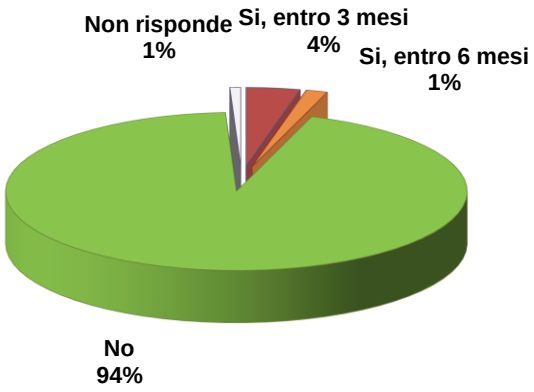
Intenzioni di aumentare il personale per settore – prossimo trimestre

	SI	NO	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	5%	95%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	11%	89%	0%
Dettaglio di alimentari	5%	95%	0%
Servizi	16%	84%	0%
Comm. all'ingrosso	16%	82%	2%
Turismo	10%	90%	0%
Ristorazione	14%	86%	0%

Intenzione di ridurre il numero di dipendenti: il 4% delle aziende con dipendenti (dato linea sia con lo stesso trimestre del 2017 sia con il trimestre precedente, il quarto del 2017), ha intenzione di effettuare riduzioni di personale nel prossimo trimestre, soprattutto nel turismo (attività stagionali).

Intenzione di ridurre il personale in futuro

tra le aziende con dipendenti



Intenzione di ridurre il n. dipendenti nel prossimo trimestre – per settore

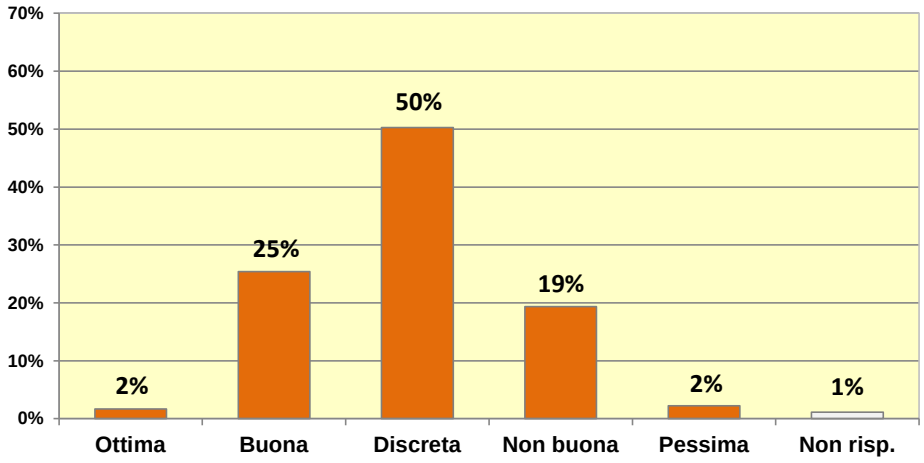
	SI	NO	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	9%	91%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	100%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	100%	0%
Servizi	9%	91%	0%
Comm. all'ingrosso	0%	98%	2%
Turismo	13%	88%	0%
Ristorazione	6%	94%	0%

ANDAMENTO ECONOMICO

Allo scopo di avere un quadro ancora più completo delle problematiche e delle esigenze delle aziende del terziario si è ritenuto utile inserire, a partire dall'Osservatorio del 2014 anche un'ulteriore analisi relativa all'andamento economico.

Situazione economica. La situazione economica al 30 marzo 2018 viene definita dalle ditte interpellate discreta dal 50%, buona o ottima dal 27% mentre il 21% la ritiene non buona o pessima. Il saldo tra buona/ottima e non buona/pessima è quindi pari a +6 punti percentuali (era pari a +1 al 30 marzo 2017 e +7 a fine 2017).

Situazione economica a fine trimestre



I settori con la più alta % di aziende in condizione non buona/pessima sono:

- settori del dettaglio prodotti per la persona (38%) e della ristorazione (27%)
- quelle con fatturato basso (41%)
- quelle senza dipendenti (43%).

Situazione economica per settore

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	0%	12%	51%	33%	5%	*0%*
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	22%	56%	17%	6%	*0%*
Dettaglio di alimentari	0%	32%	47%	21%	0%	*0%*
Servizi	5%	16%	63%	11%	0%	*5%*
Comm. all'ingrosso	4%	44%	40%	10%	2%	*0%*
Turismo	0%	50%	30%	10%	0%	*10%*
Ristorazione	0%	5%	68%	27%	0%	*0%*

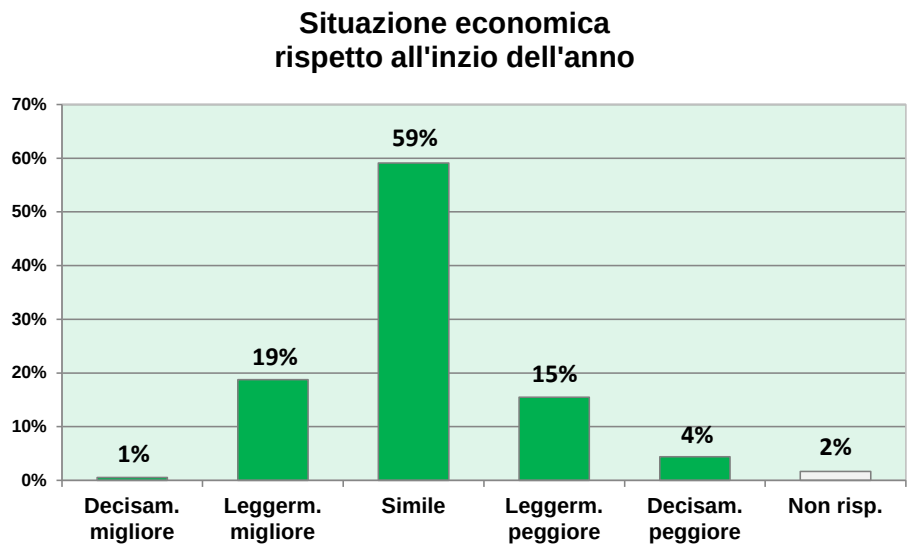
Situazione economica per fascia di fatturato

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Meno di 250 mila €	1%	9%	45%	37%	4%	*3%*
250 mila €-500 mila €	4%	33%	59%	4%	0%	*0%*
500 mila €-1 milione €	0%	22%	67%	11%	0%	*0%*
oltre 1 milione €	2%	40%	49%	9%	0%	*0%*

Situazione economica per numero dipendenti

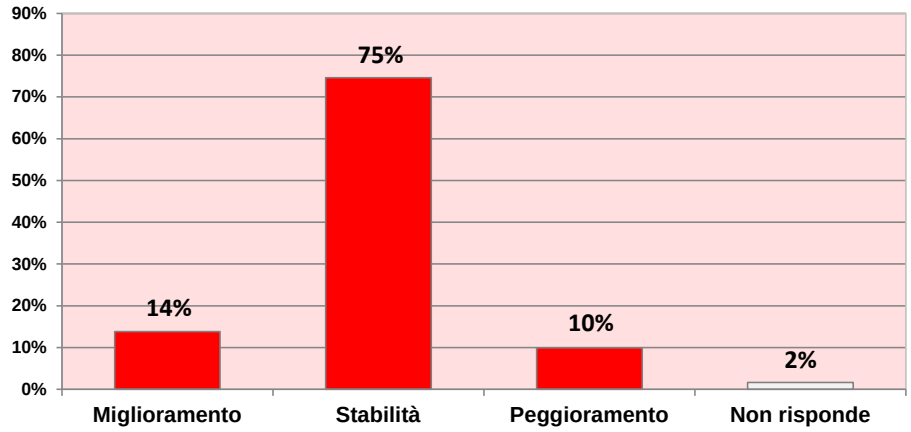
	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Nessun dipendente	**4%**	**10%**	**41%**	**39%**	**4%**	***2%***
Con dipendenti	**1%**	**31%**	**54%**	**12%**	**2%**	***1%***
1 - 5 dipendenti	0%	25%	55%	15%	3%	*1%*
6 - 10 dipendenti	0%	22%	63%	15%	0%	*0%*
11 - 49 dipendenti	3%	47%	43%	7%	0%	*0%*
50 o più dipendenti	0%	50%	50%	0%	0%	*0%*

Situazione economica rispetto ad inizio anno. Nei primi tre mesi dell'anno le aziende ritengono che la propria situazione economica sia prevalentemente rimasta invariata (il 59%). In equilibrio le restanti aziende tra coloro che la ritengono peggiorata (19%), e coloro che la ritengono migliorata (20%).



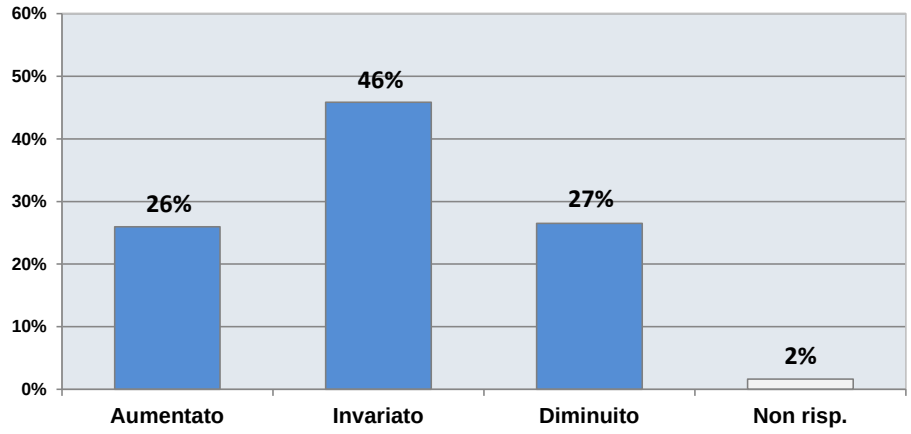
Previsioni per i prossimi 6 mesi. Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 75%), il 14% prevede un miglioramento e il 10% un peggioramento (saldo quindi positivo).

Previsione propria situazione economica nei prossimi 6 mesi



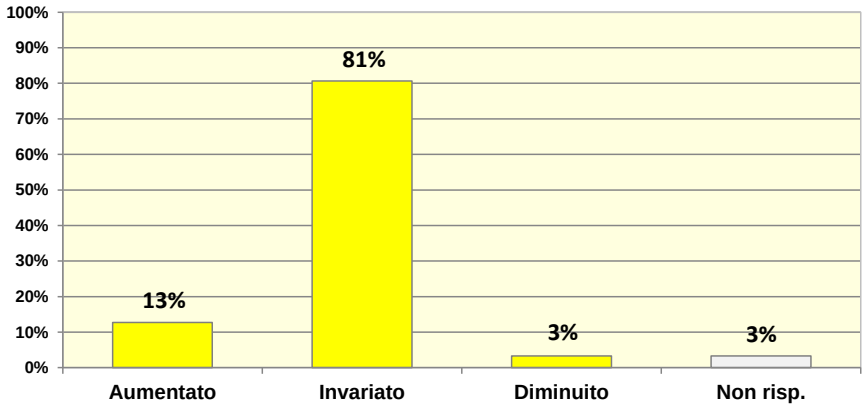
Andamento dei fatturati. Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno prevalentemente dichiarato che nei primi tre mesi del 2018, rispetto allo stesso periodo del 2017, il loro fatturato è rimasto invariato (nel 46%) mentre si equilibrano i casi in cui è diminuito (27%) con quelli in cui è aumentato (26%). La variazione media dei fatturati è comunque leggermente negativa (-1,5%).

Andamento del fatturato rispetto al 2017

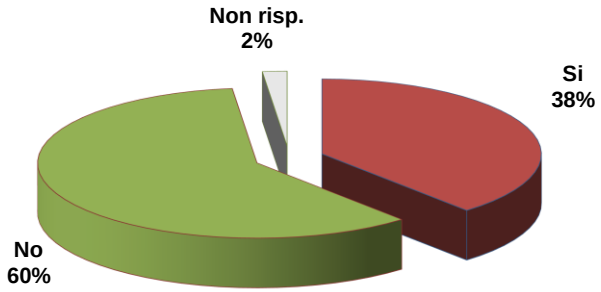


Prezzi e ordini. Nel trimestre le aziende hanno mantenuto invariati i prezzi applicati alla clientela e nel 38% dei casi hanno ridotto gli ordini.

Andamento del ricarico dei prezzi applicati

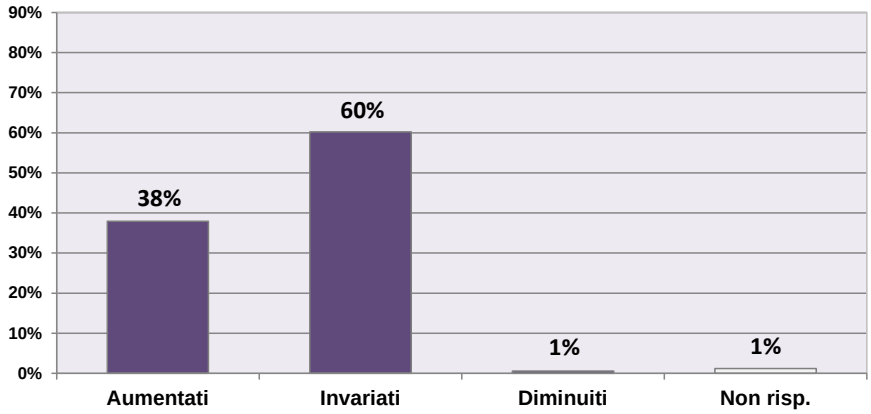


Politica di riduzione degli ordini

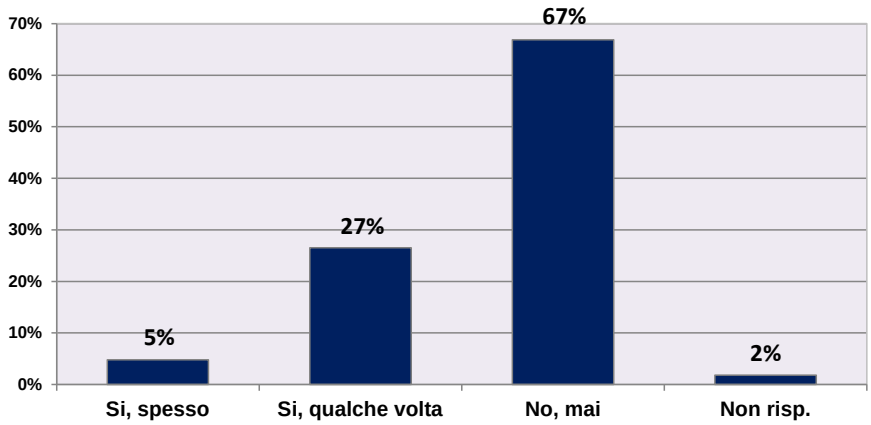


Fornitori. Per quanto riguarda i fornitori, il 38% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori siano aumentati nei primi 3 mesi dell'anno (nel restante 60% dei casi sono rimasti invariati). La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 33% (percentuale rimasta invariata nell'ultimo anno).

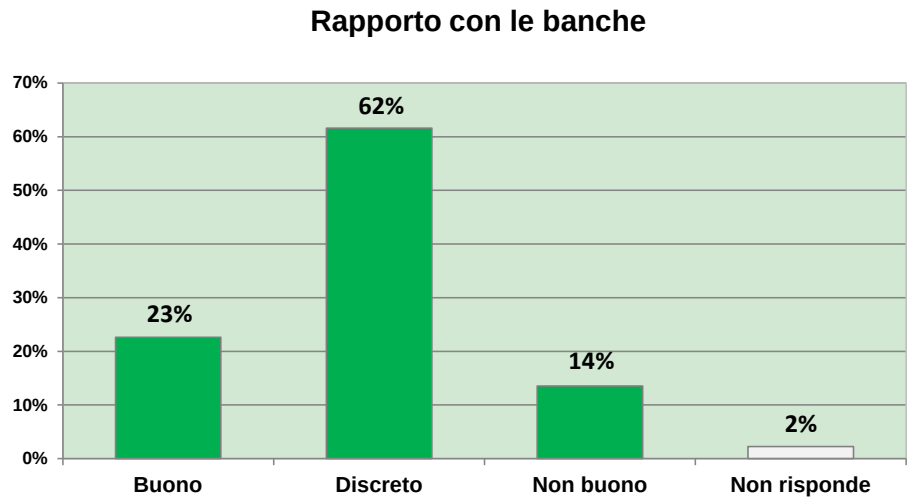
Andamento del prezzo dei fornitori

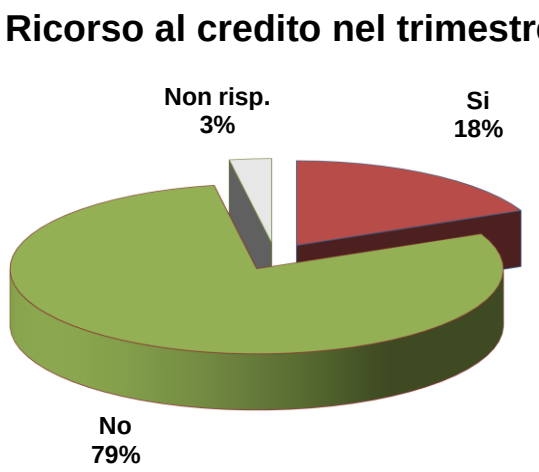


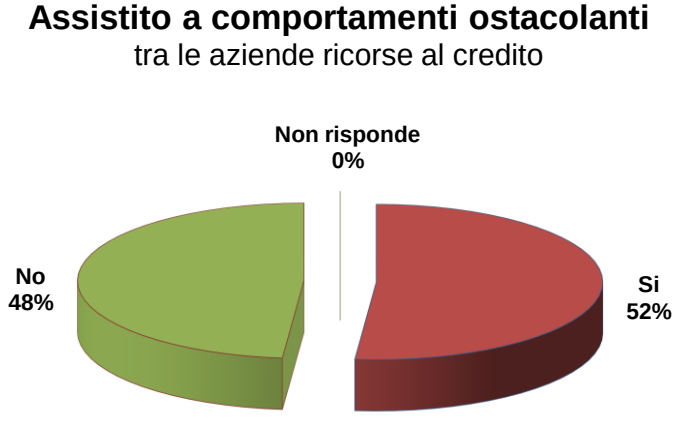
Difficoltà nel pagare i fornitori



Ricorso al credito. Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 62% ha un discreto rapporto, il 23% buono ed il 14% non buono. Il 18% delle intervistate è ricorso al credito nel trimestre (in linea con il 20% osservato un anno fa) e di questi il 52% ha rilevato negli Istituti di credito dei comportamenti ostacolanti (percentuale raddoppiata rispetto allo stesso periodo di un anno fa).

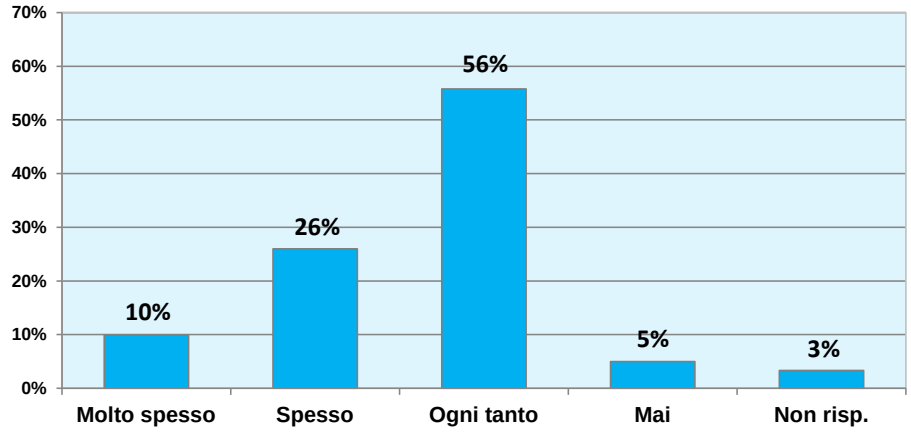






Difficoltà della clientela: le aziende che hanno risposto al questionario hanno rilevato alcuni comportamenti della loro clientela nel 92% dei casi (sporadici nel 56% e negli altri casi più frequenti).

Difficoltà economica osservata tra la clientela



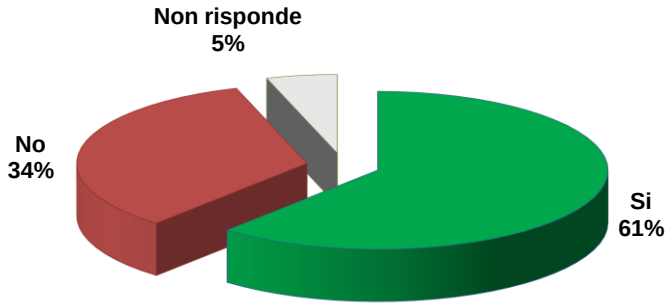
Strategie attuate: infine si è voluto indagare su quali strategie stanno attuando le aziende interpellate per far fronte all'attuale periodo di difficoltà economica. Ne è emerso che le modalità maggiormente utilizzate sono, per questo trimestre, la fidelizzazione, l'offerta di nuovi prodotti e l'aumento dei servizi (tutti attuati da quasi una azienda su due).

Strategie attuate

Fidelizzazione della clientela abituale	**48%**
Offerta di nuovi prodotti	**47%**
Aumento dei servizi offerti alla clientela	**45%**
Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria	**32%**
Applicazione di sconti / riduzione dei prezzi applicati	**28%**
Rinnovo dei locali	**19%**
Investimento nella formazione del titolare/personale	**16%**
Diversificazione dei proprio orari di apertura rispetto al passato	**7%**
Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri	**4%**
Altro	**1%**

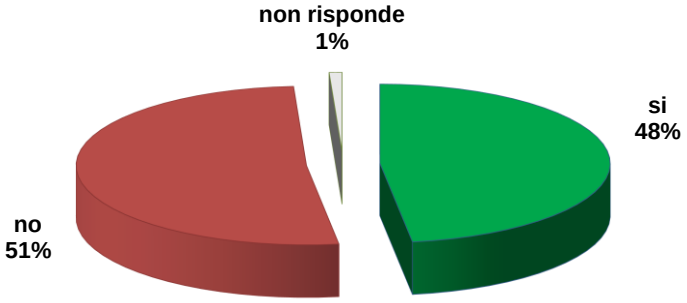
Utilizzo di sistemi di promozione on-line: il 61% delle aziende intervistate utilizza sistemi di promozione on-line (es. Facebook, sito internet …). I settori più attivi in tal senso sono il turismo, la ristorazione ed i servizi (valori attorno all'80%).

Utilizzo di sistemi di promozione on-line
(es. Facebook, sito internet, Google Ads ...)



% aziende che utilizzano sistemi di promozione on line

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Utilizzo promozione online	**61%**	63%	67%	47%	79%	44%	80%	82%

Nel 48% dei casi questi sistemi sono **a pagamento**.

Sistemi di promozione on line a pagamento