

# **OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE** **DELLA PROVINCIA DI VICENZA**

ANNO 2018

## **QUARTO MONITORAGGIO**

Ottobre – Novembre - Dicembre

### **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 quarto 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 da aziende "piccole" (ossia con fatturato inferiore a € 250 mila, il 41%) Le rimanenti aziende sono "medie" (ossia con fatturato tra € 250 mila e € 1 milione, il 28%) o grandi (ossia con fatturato superiore a 1 milione, il 28%).



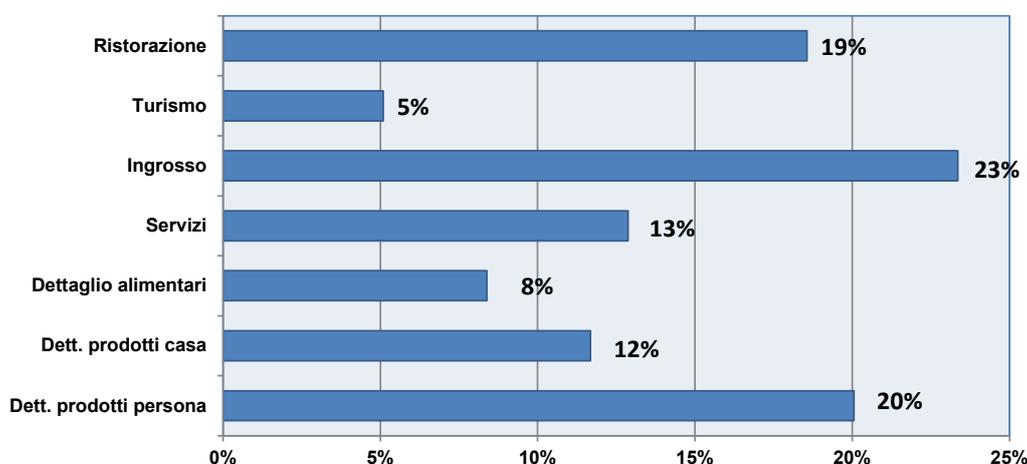
**Anni attività:** la maggioranza delle aziende è in attività da molti anni: il 35% da 10-30 anni e il 46% da oltre 30 anni. Le aziende giovani (in attività da meno di 5 anni) sono appena il 10%.



**Attività prevalente:** il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (40%) seguito dal commercio all'ingrosso con il 25%. Seguono ristorazione (14%), servizi (13%) e turismo (5%). 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:

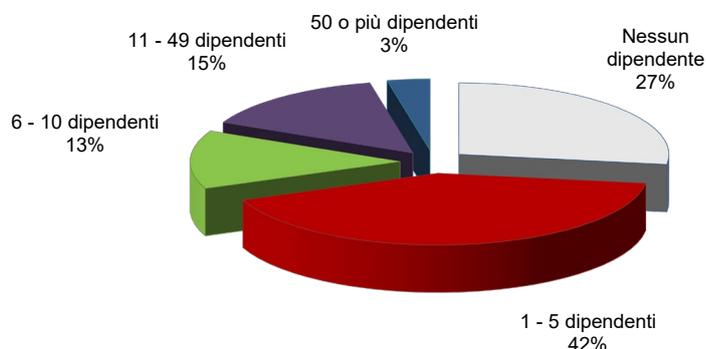
1. commercio al dettaglio di prodotti per la persona (20%);
2. commercio al dettaglio di prodotti per la casa (12%);
3. commercio al dettaglio alimentari (8%).

### Attività prevalente



**Numero di dipendenti:** il 27% delle aziende rispondenti non ha dipendenti, mentre il restante 73% ha almeno un dipendente (tra questi la maggioranza, il 42%, ha tra 1 e 5 dipendenti).

### Classe numero 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%), e nella ristorazione (81%).

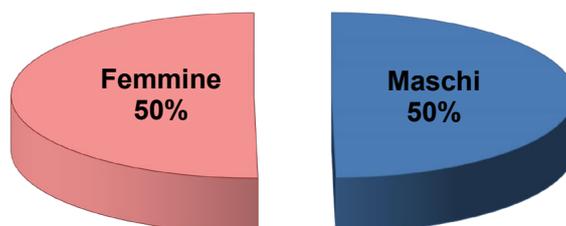
### Classe di dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
<b>Nessun dipendente</b>	<b>45%</b>	<b>26%</b>	<b>32%</b>	<b>47%</b>	<b>6%</b>	<b>29%</b>	<b>19%</b>
<b>Con dipendenti</b>	<b>55%</b>	<b>74%</b>	<b>68%</b>	<b>53%</b>	<b>94%</b>	<b>71%</b>	<b>81%</b>
1 - 5 dipendenti	40%	46%	36%	37%	45%	29%	45%
6 - 10 dipendenti	7%	13%	11%	9%	17%	12%	19%
11 - 49 dipendenti	6%	8%	14%	2%	28%	29%	16%
50 o più dipendenti	1%	8%	7%	5%	4%	0%	0%

### CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI

Per quanto riguarda il **sex** dei dipendenti, rilevato dalla presente indagine, si conferma quanto già registrato nei vari trimestri passati, ossia un equilibrio tra dipendenti di sesso maschile (50%) e quelli di sesso femminile (50%).

### Sex dei dipendenti



Nei singoli settori si riscontra una prevalenza di dipendenti di sesso femminile, ad eccezione dell'ingrosso dove c'è una prevalenza di dipendenti di sesso maschile (71%) e dei servizi, dove c'è equilibrio.

### Sex dei dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
<b>% Maschi</b>	36%	38%	44%	50%	71%	45%	30%
<b>% Femmine</b>	64%	62%	56%	50%	29%	55%	70%

Nel campione il **part-time** costituisce il **25,6% del totale dei dipendenti**, dato in diminuzione rispetto allo stesso trimestre del 2017 (erano il 30,6%) e in diminuzione rispetto anche al trimestre precedente (27,9%).

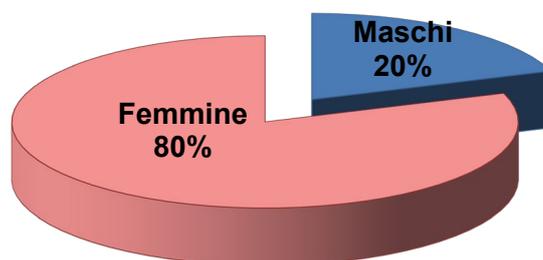
Il settore che utilizza di meno questa tipologia contrattuale è storicamente l'ingrosso (13,2%), e anche il dettaglio alimentare (14%), mentre è più frequente nella ristorazione (48,9%).

#### Percentuale dipendenti part-time per settore

TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristorazione
25,6%	33,5%	33,4%	14,0%	33,0%	13,2%	27,7%	48,9%

Il dato relativo al part-time evidenzia che questa tipologia di contratto riguarda maggiormente le donne (l'80% dei dipendenti part-time è di sesso femminile).

#### Dipendenti Part - Time



Complessivamente appena il 3,3% delle aziende intervistate ha impiegato **lavoratori a voucher** nel trimestre.

Mediamente ogni azienda ha impiegato 0,1 lavoratori a voucher (come nel terzo trimestre 2018) principalmente nel turismo e nella ristorazione.

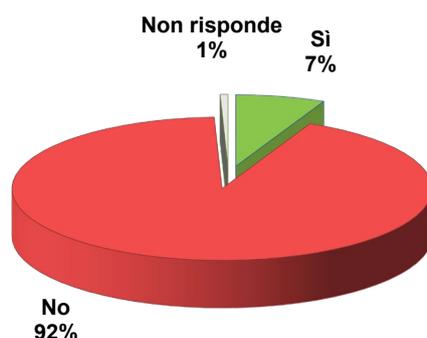
#### Impiego dei voucher per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende	3,3%	1,5%	2,6%	3,6%	2,3%	0,0%	5,9%	9,7%
n. medio lavorat. a voucher impiegati	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,5

## ALTERNANZA SCUOLA LAVORO – QUARTO TRIMESTRE 2018

Continua la rilevazione iniziata con il 2018 relativa all'alternanza scuola-lavoro. Come illustrato nel grafico successivo, il 7% 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 del dettaglio alimentare è quello che, in questo trimestre, ha ospitato studenti in misura maggiore (il 14,3%). Meno frequenti invece negli altri settori.

Alternanza scuola lavoro per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno ospitato studenti	7%	7,5%	10,3%	14,3%	0,0%	2,6%	11,8%	9,7%

Prevalentemente le aziende che hanno ospitato uno studente (il 70% di quelle che hanno ospitato) e per 4 settimane (nel 22%). Nelle tabelle seguenti il dettaglio.

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

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
1 studente	70%	60%	75%	100%	-	100%	0%	67%
2 studenti	22%	0%	25%	0%	-	0%	100%	33%
3 studenti	0%	0%	0%	0%	-	0%	0%	0%
Più di 3 studenti	4%	20%	0%	0%	-	0%	0%	0%
Non risponde	4%	20%	0%	0%	-	0%	0%	0%

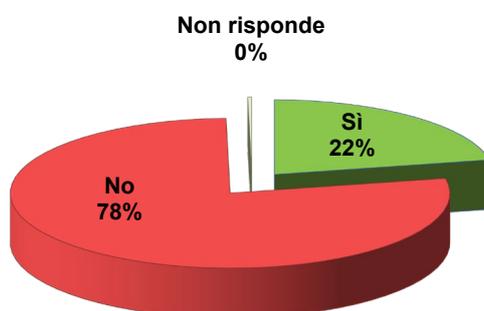
**Per quante settimane complessive  
(rapportate al numero di dipendenti)**

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
1 settimana	4%	20,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
2 settimane	9%	0,0%	0,0%	25,0%	-	0,0%	0,0%	16,7%
3 settimane	9%	0,0%	25,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	16,7%
4 settimane	22%	20,0%	25,0%	25,0%	-	0,0%	0,0%	33,3%
5 settimane	17%	0,0%	25,0%	0,0%	-	50,0%	100,0%	0,0%
6 settimane	9%	20,0%	0,0%	0,0%	-	50,0%	0,0%	0,0%
7 settimane	0%	0,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
8 settimane	9%	0,0%	0,0%	25,0%	-	0,0%	0,0%	16,7%
9 settimane	0%	0,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
Più di 9 settimane	17%	40,0%	0,0%	25,0%	-	0,0%	0,0%	16,7%
Non risponde	4%	0,0%	25,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%

**RICERCA PERSONALE – QUARTO TRIMESTRE 2018**

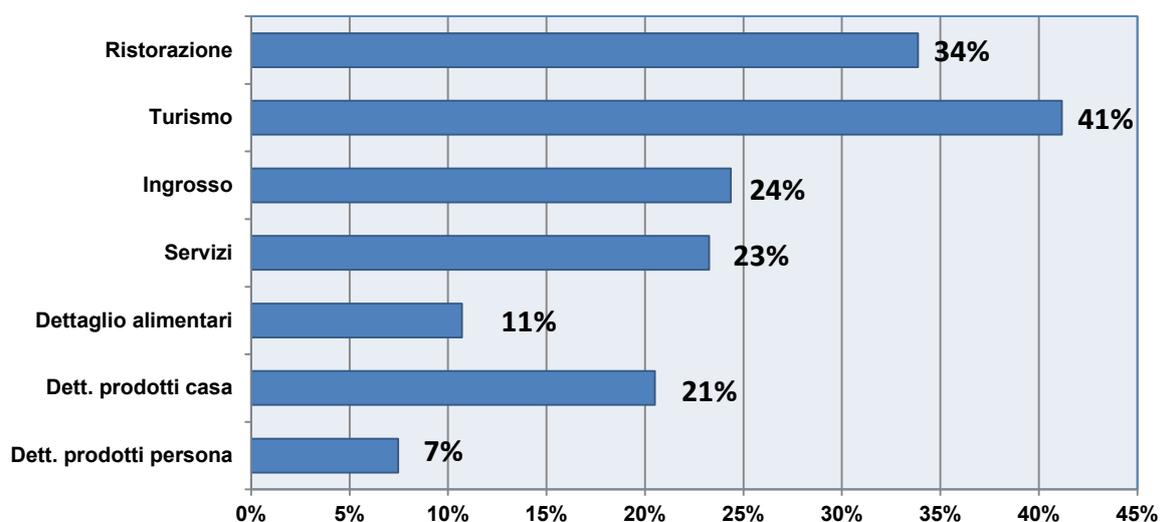
Come illustrato nel grafico successivo, il 22% delle aziende ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato è in linea con il trimestre precedente (21% nel terzo trimestre 2018) e con lo stesso trimestre dell'anno scorso (21% primo trimestre 2017).

**Ricerca di personale**



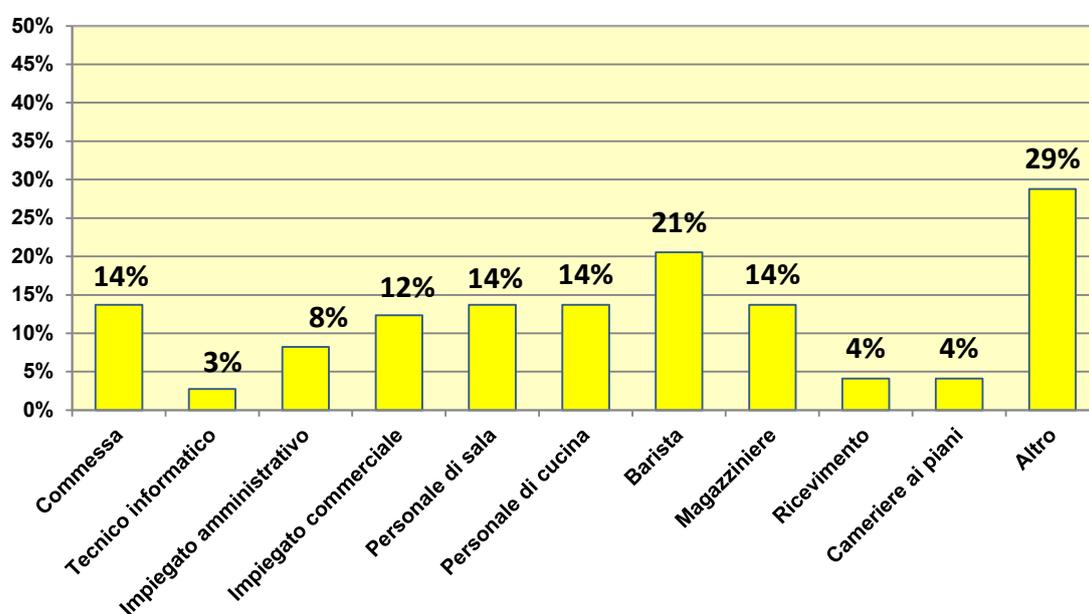
La specifica successiva mostra che il settore del turismo in questo quarto trimestre 2018 ha effettuato una maggiore ricerca di personale (il 41%). Seguito dalla ristorazione (34%). Evidentemente per questioni legate alla stagionalità di queste attività. Più contenuta la ricerca negli altri settori.

## Ricerca di personale per settore



Relativamente alle **figure professionali**, quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state il barista (21%) e il personale di cucina, di sala, magazziniere e commessa (14%), con ovvie specificità settoriali.

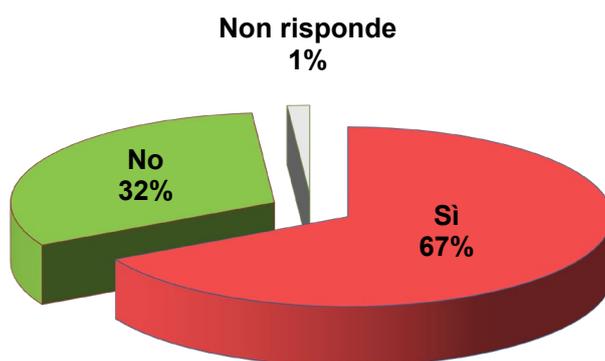
## Figure professionali cercate



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

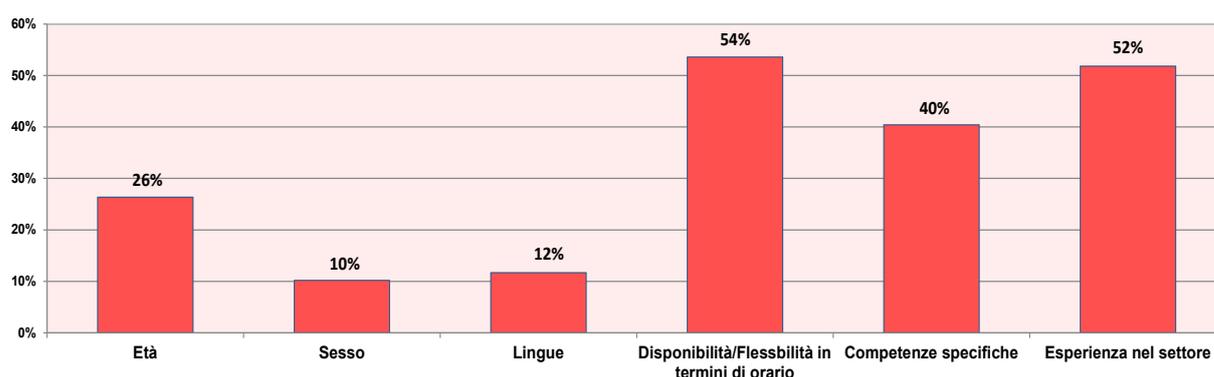
Tra le aziende che hanno cercato personale il 67% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (percentuale in aumento rispetto al passato: era il 58% nel quarto trimestre 2017 e il 57% nello scorso trimestre).

### 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 (54%), così come l'esperienza (52%).

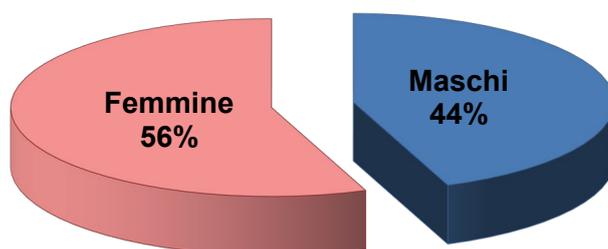
### Caratteristiche richieste per eventuali assunzioni



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

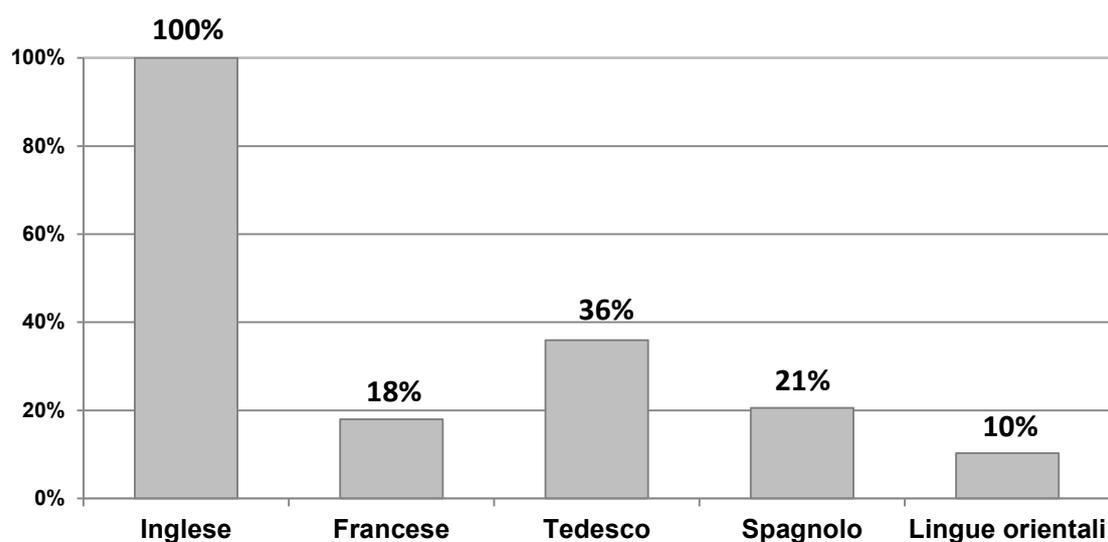
**Sesso:** appena il 10% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 56% esprime una preferenza nei confronti di lavoratrici femmine.

### Preferenze lavoratori in caso di eventuali assunzioni



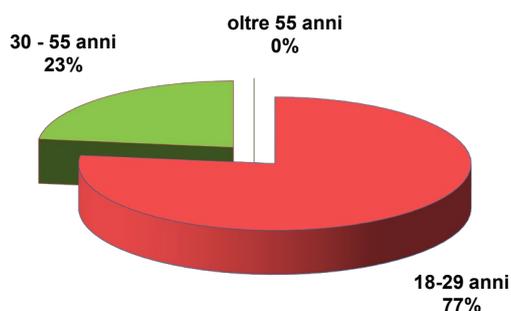
**Lingue parlate:** il 12% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese con il 100%, seguita dal tedesco con il 36%. Le lingue orientali si attestano attorno al 10%.

### Lingue straniere richieste per eventuali assunzioni



**Età:** il 26% dà importanza alla fascia d'età, e tra queste la grande maggioranza (77%) predilige la fascia dai 18 ai 29 anni e per il rimanente 23% è invece più idonea un'età compresa tra 30 e 55 anni.

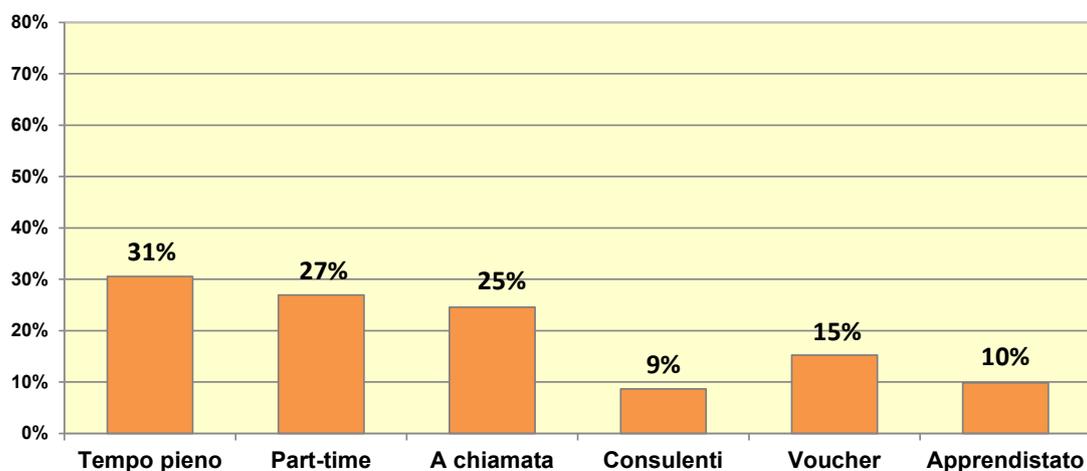
Fascia di età più idonea per eventuali assunzioni



### 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. Residuali i consulenti, i voucher (solo il 15%) 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

<b>Tempo determinato</b>	38,2%
<b>Tempo indeterminato</b>	61,8%

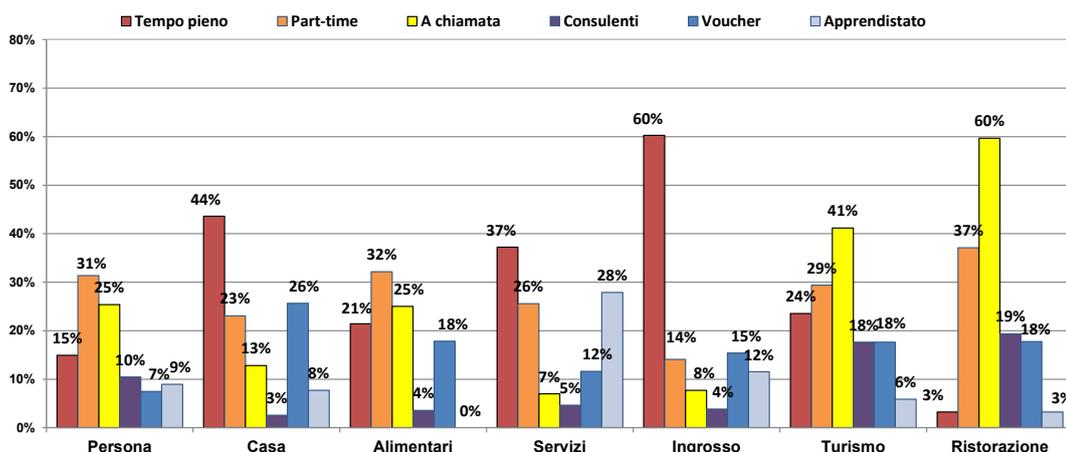
Per quanto riguarda invece il contratto part-time c'è una preponderanza di gradimento per il tempo determinato.

### Specifica part time

<b>Tempo determinato</b>	64,4%
<b>Tempo indeterminato</b>	34,4%

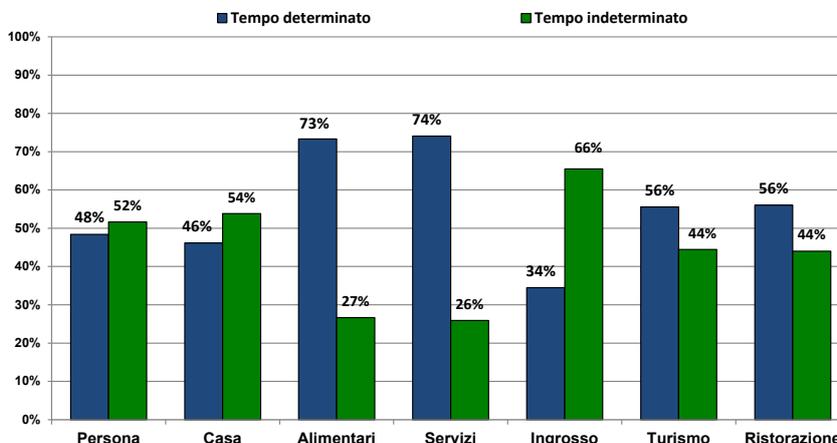
Nella specifica **per singolo settore**, appare evidente che la situazione cambia in base alle differenti esigenze settoriali. Ad esempio la ristorazione e il turismo prediligono di gran lunga il lavoro a chiamata e part-time, mentre l'ingrosso predilige il tempo pieno.

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 settore alimentare e dei servizi, mentre nell'ingrosso è più gradito il tempo indeterminato.

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni

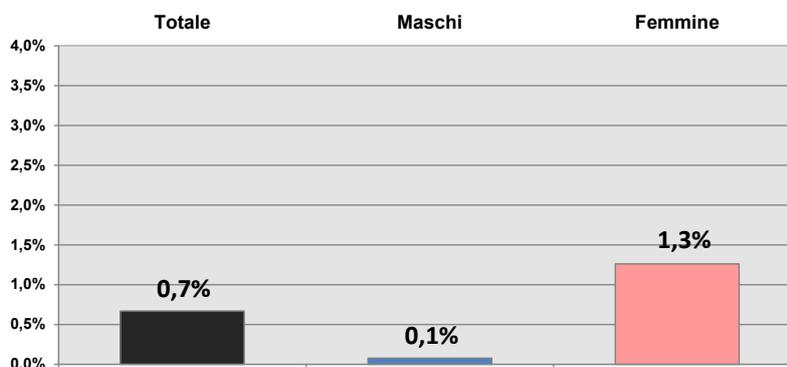


## ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO IV° TRIMESTRE 2018

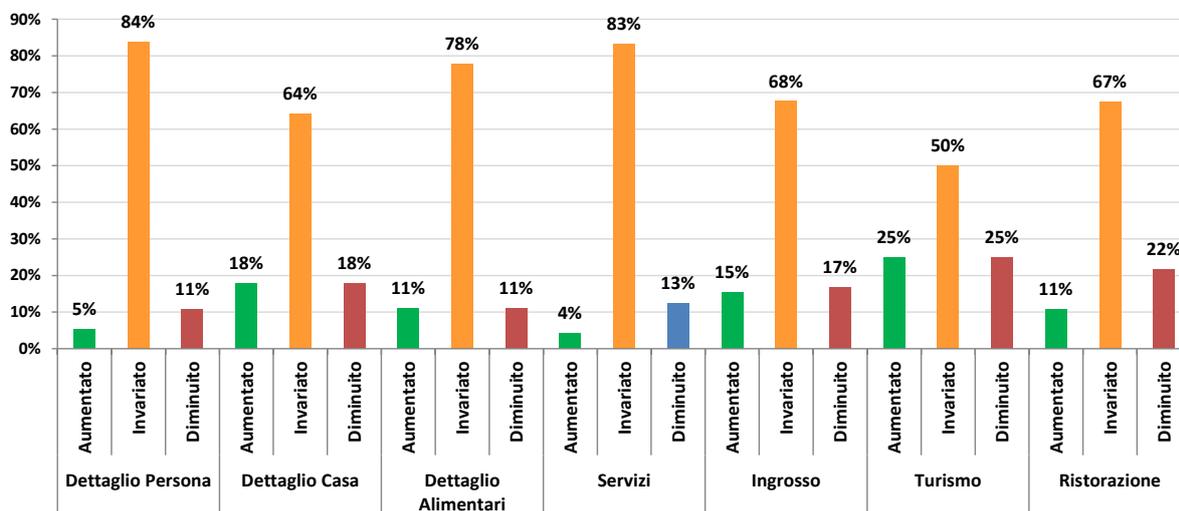
Nel presente capitolo si è ritenuto opportuno verificare **l'andamento delle assunzioni e delle cessazioni di rapporti di lavoro** dichiarate dalle aziende intervistate con riferimento al **quarto trimestre 2018**, e osservare quali figure sono state maggiormente interessate sia dalle assunzioni che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

**Variazione del numero di dipendenti.** La variazione percentuale del numero di dipendenti nel trimestre è stata positiva (+0,7%), tra i maschi +0,1% e tra le femmine +1,3%. Questa diminuzione si contrappone a quanto osservato nel precedente trimestre (-0,7%).

Variazione % numero di dipendenti nel trimestre



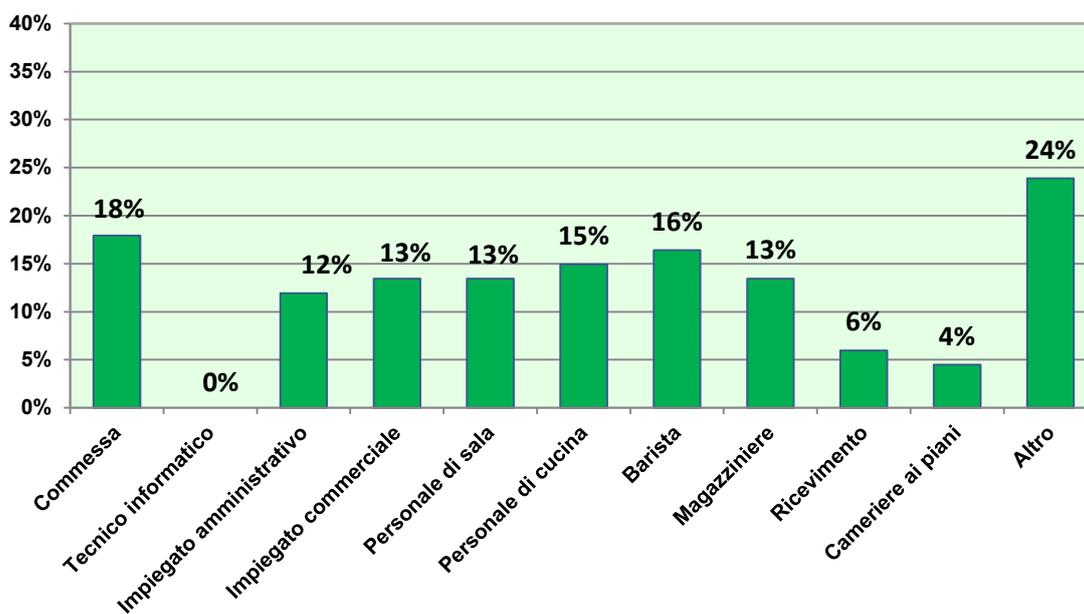
La specifica dei settori ci mostra notevoli differenze nei vari settori circa l'andamento dei dipendenti. In tutti i settori è prevalente la stabilità, mentre i casi di diminuzione sono stati più frequenti nel turismo e ristorazione. Buona la quota di aumenti nella stessa ristorazione (25%), nel dettaglio per la casa (18%) e nell'ingrosso (15%).



Relativamente alle **figure professionali assunte** dalle aziende nel trimestre e a lavoro spiccano la commessa (18%) seguita dal personale di cucina (15%) e barista (16%).

### Figure assunte nel trimestre

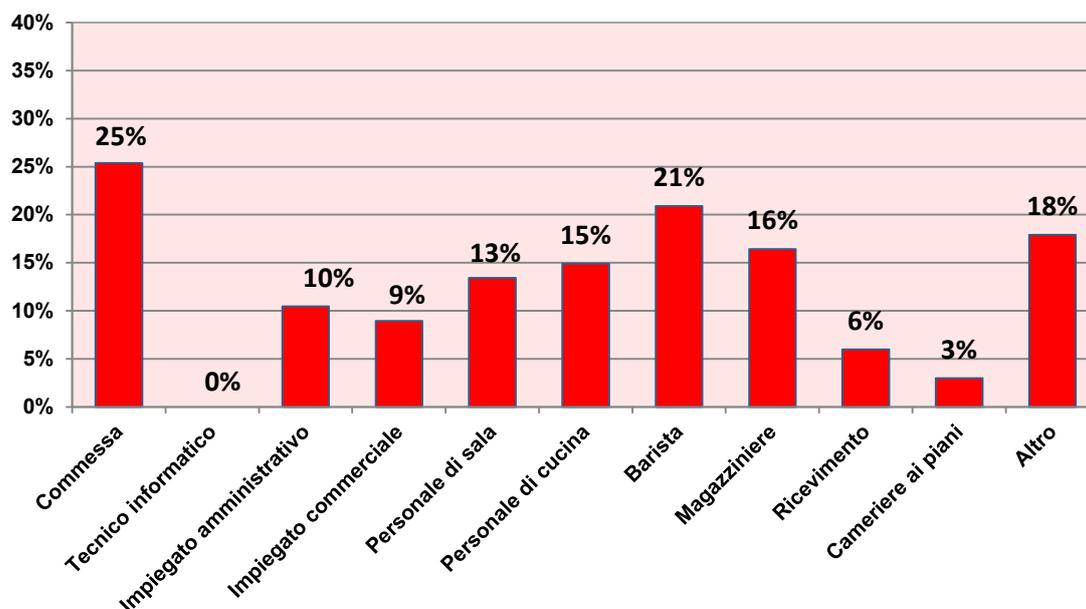
% tra le aziende che hanno effettuato assunzioni



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), il barista (21%) e il magazziniere (16%).

### Figure oggetto di cessazione rapporto nel trim.

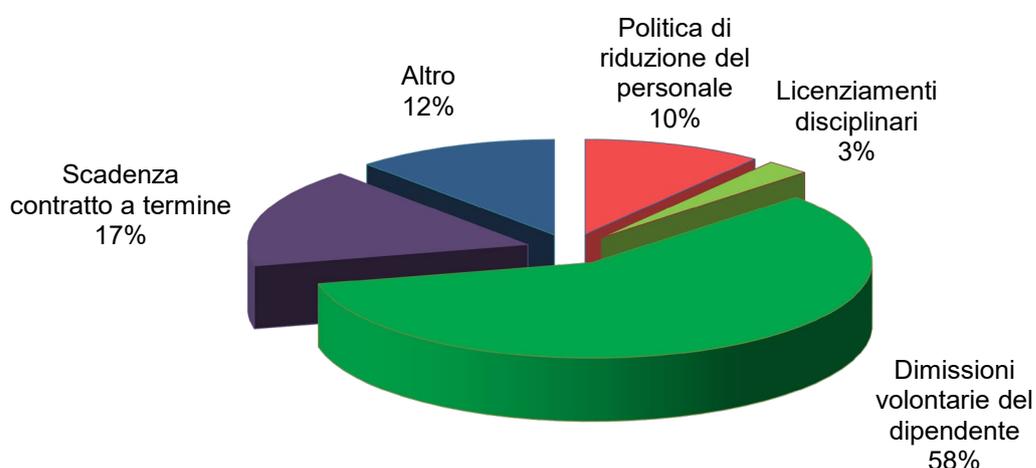
% tra le aziende che hanno avuto cessazioni



**Motivi delle cessazioni di rapporto con dipendenti.** I motivi alla base delle cessazioni in questo trimestre sono principalmente legate a dimissioni volontarie del dipendente (58%). Nel 17% dei casi sono dovute a scadenza contratto, mentre nel 13% per questioni disciplinari e di politica aziendale.

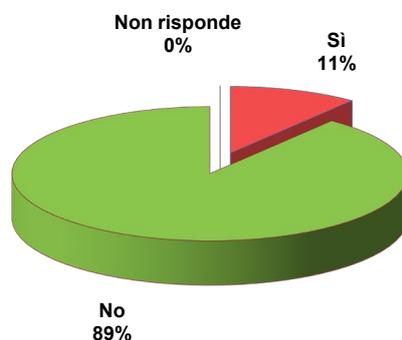
### Motivo delle cessazioni dei rapporti di lavoro nel trimestre

% tra le aziende che hanno avuto cessazioni



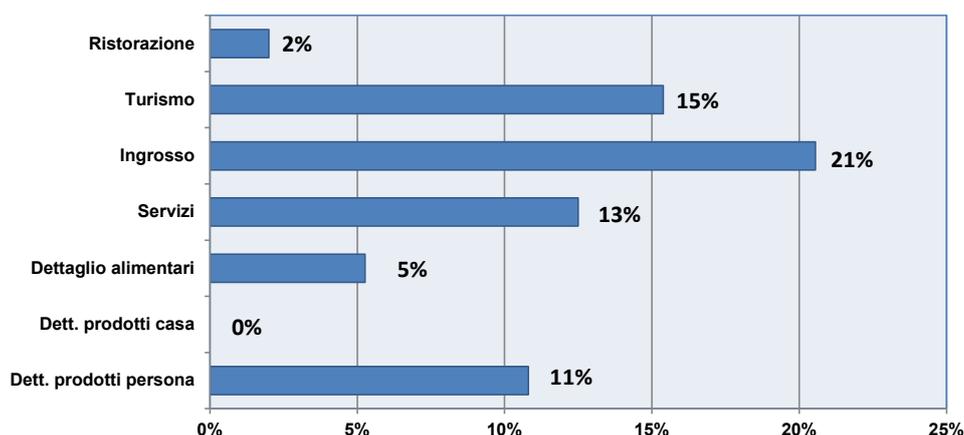
Appena il 11% delle ditte interpellate con dipendenti dichiara di aver attivato **sistemi incentivanti a favore dei dipendenti** nel trimestre.

**Attivazione di sistemi incentivanti**  
tra le aziende con dipendenti



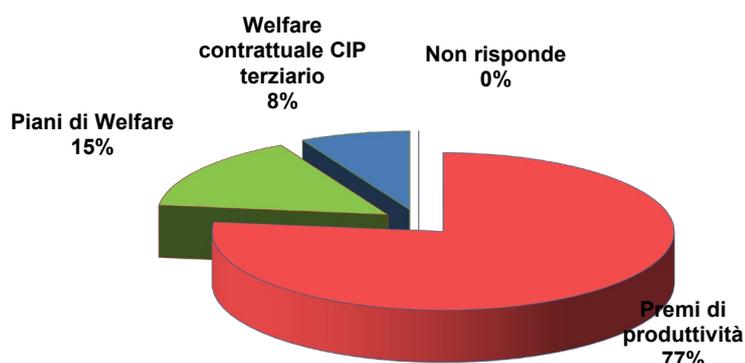
La specifica **per singolo settore** mostra una frequenza maggiore nell'ingrosso.

**Attivazione di sistemi incentivanti per settore**



Le **tipologie di sistemi incentivanti** più adottate sono i "premi di produttività" (adottati dal 77% delle aziende che hanno attivato sistemi incentivanti)

**Tipologie di sistemi incentivanti attuati**  
% tra le aziende che hanno adottato sistemi



Tra le aziende che hanno adottato incentivi **la % di lavoratori interessati** è pari al 62%

**% lavoratori oggetto di incentivi**  
(tra le aziende che hanno adottato incentivi)

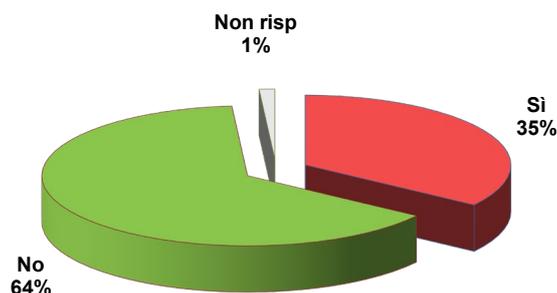
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% lavoratori oggetto di incentivi	62%	63%	-	100%	60%	62%	71%	15%

**FORMAZIONE**

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

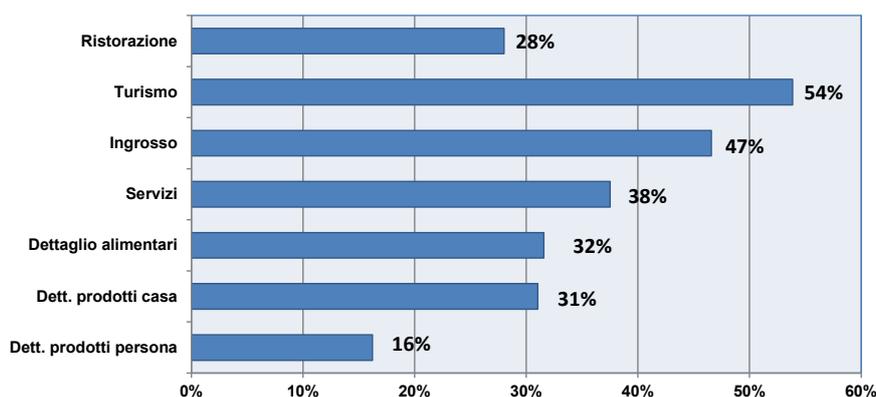
Il 35% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta altalenante nel tempo variando tra il 20% e il 35% di trimestre in trimestre.

**Formazione dipendenti nel trimestre**  
tra le aziende con dipendenti



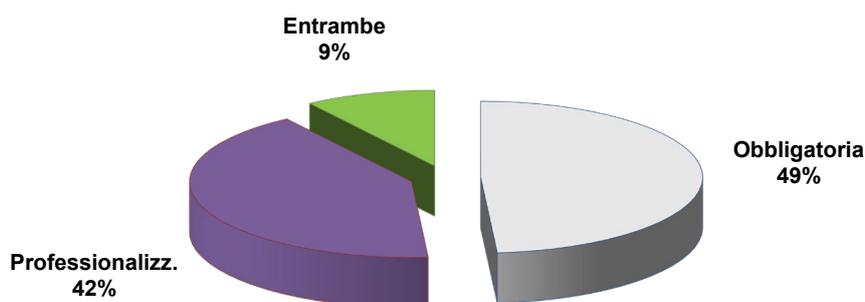
I settori che hanno maggiormente investito nella formazione in questo trimestre sono il turismo (54%) e l'ingrosso (47%).

**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 49% dei casi, professionalizzante nel 42% ed entrambe nel 9%. 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 nei servizi, dettaglio per la casa e la persona, mentre l'obbligatoria nel dettaglio alimentare, nell'ingrosso e nel turismo.

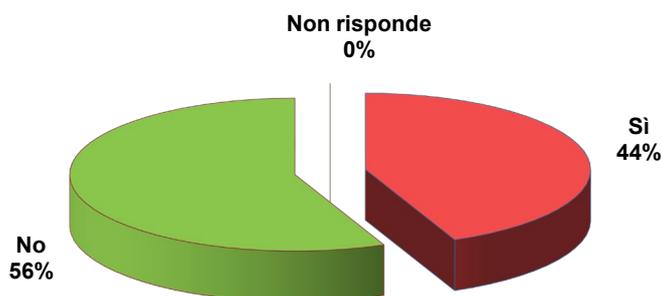
### Tipologia di formazione per settore

	Obblig.	Profess.	Entrambe
Dettaglio prodotti per la persona	33%	67%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	33%	67%	0%
Dettaglio di alimentari	67%	33%	0%
Servizi	11%	78%	11%
Comm. all'ingrosso	59%	29%	12%
Turismo	57%	14%	14%
Ristorazione	50%	36%	14%

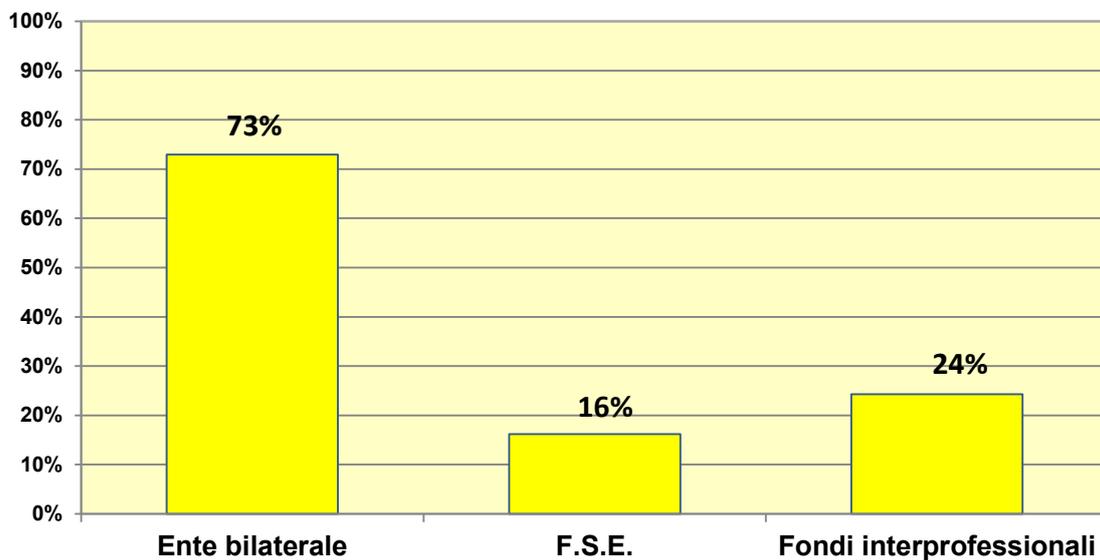
Il numero di ore per singola azienda con dipendenti è di 32,3 ore per la formazione obbligatoria e 22,7 ore per quella professionalizzante.

**Corsi finanziati.** I corsi finanziati (il 44% delle ditte con dipendenti che hanno effettuato formazione dichiara di averne usufruito – dato in linea con lo stesso periodo dell’anno precedente) sono prevalentemente quelli dell’Ente Bilaterale (73%), dato in diminuzione rispetto al trimestre precedente (75%). In diminuzione quelli con fondi interprofessionali (24%) rispetto al trimestre precedente (33%), e infine i corsi FSE.

**Usufruito di corsi finanziati**  
tra le aziende che hanno effettuato formazione



**Tipologia di corsi finanziati**

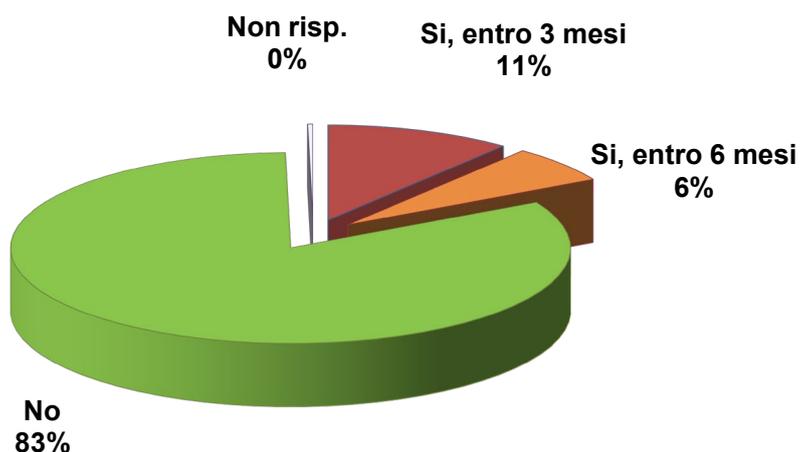


## INTENZIONI FUTURE

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 6% nei successivi 3 mesi. Con riferimento al prossimo trimestre tale intenzione risulta più marcata tra le aziende della ristorazione (21%) e del turismo (18%).

### Intenzione di aumentare il personale in futuro

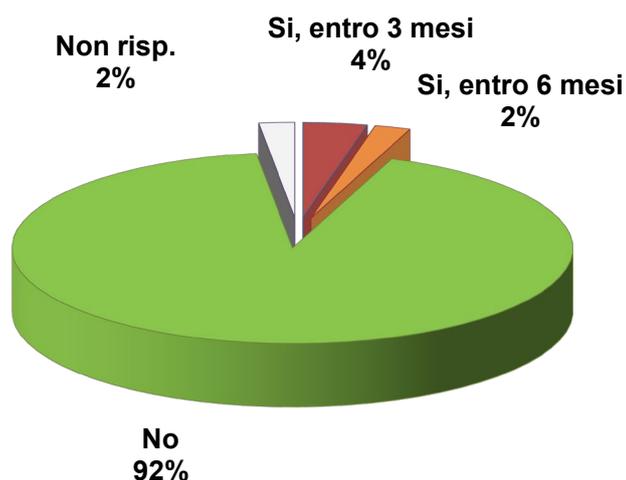


### Intenzioni di aumentare il personale per settore – prossimo trimestre

	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>N.r</b>
Dettaglio prodotti per la persona	1%	97%	1%
Dettaglio di prodotti per la casa	5%	95%	0%
Dettaglio di alimentari	7%	93%	0%
Servizi	12%	88%	0%
Comm. all'ingrosso	13%	87%	0%
Turismo	18%	82%	0%
Ristorazione	21%	79%	0%

**Intenzione di ridurre il numero di dipendenti:** appena il 4% delle aziende con dipendenti (dato inferiore allo stesso trimestre del 2017), ha intenzione di effettuare riduzioni di personale nel prossimo trimestre, e il 2% nel trimestre successivo.

### Intenzione di ridurre il personale in futuro tra le aziende con dipendenti



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

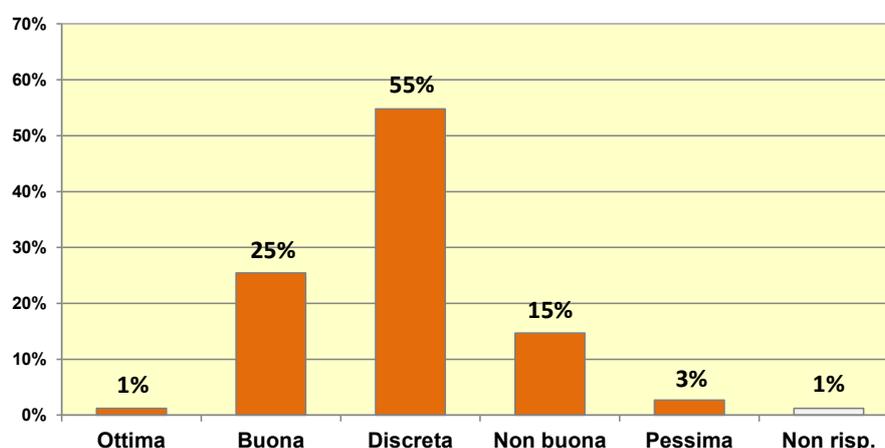
	SI	NO	N.r
Dettaglio prodotti per la persona	8%	89%	3%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	100%	0%
Dettaglio di alimentari	16%	84%	0%
Servizi	0%	100%	0%
Comm. all'ingrosso	0%	100%	0%
Turismo	8%	83%	8%
Ristorazione	4%	90%	6%

## 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 31 dicembre 2018 viene definita dalle ditte interpellate discreta dal 55%, buona o ottima dal 26% mentre il 18% la ritiene non buona o pessima. Il saldo tra buona/ottima e non buona/pessima è quindi pari a +8 punti percentuali (era pari a +7 al 31 dicembre 2017 e +8 al 30 settembre 2018).

### 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 (34%)
- quelle con fatturato medio o basso (25%)
- quelle senza dipendenti (26%).

### Situazione economica per settore

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
Dettaglio prodotti per la persona	0%	6%	58%	30%	4%	1%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	23%	62%	8%	8%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	29%	57%	14%	0%	0%
Servizi	0%	37%	51%	12%	0%	0%
Comm. all'ingrosso	4%	36%	53%	5%	1%	1%
Turismo	0%	35%	47%	12%	0%	6%
Ristorazione	2%	23%	53%	18%	3%	2%

### Situazione economica per fascia di fatturato

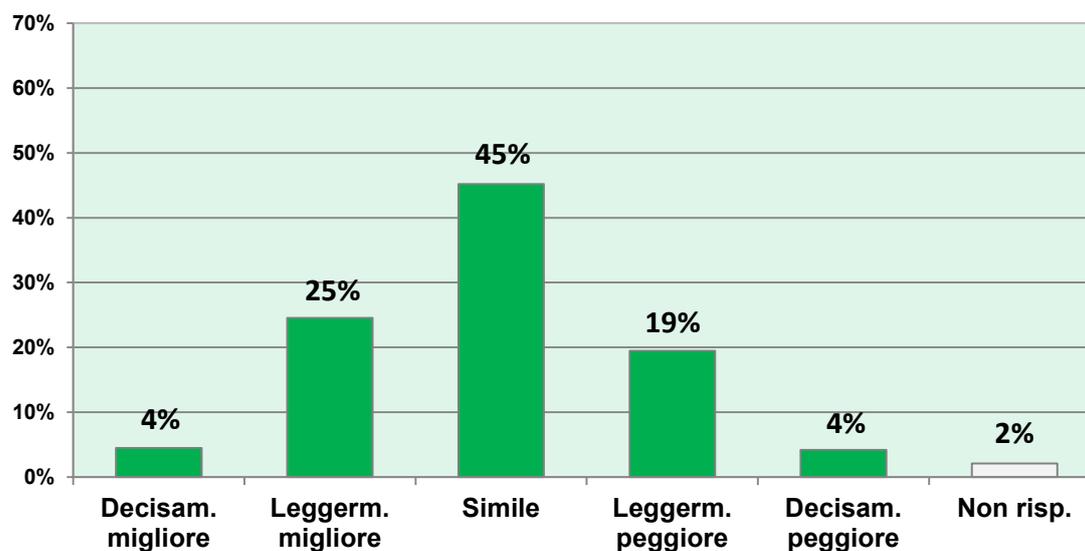
	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
Meno di 250 mila €	0%	18%	55%	20%	5%	2%
250 mila €-500 mila €	0%	20%	66%	13%	2%	0%
500 mila €-1 milione €	6%	30%	39%	24%	0%	0%
oltre 1 milione €	2%	40%	51%	5%	1%	0%

### Situazione economica per numero dipendenti

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
<b>Nessun dipendente</b>	<b>0%</b>	<b>13%</b>	<b>58%</b>	<b>22%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>
<b>Con dipendenti</b>	<b>2%</b>	<b>30%</b>	<b>53%</b>	<b>12%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>
1 - 5 dipendenti	1%	24%	58%	14%	2%	1%
6 - 10 dipendenti	2%	32%	50%	11%	5%	0%
11 - 49 dipendenti	4%	41%	49%	4%	0%	2%
50 o più dipendenti	0%	45%	27%	27%	0%	0%

**Situazione economica rispetto ad inizio anno.** Nei dodici mesi dell'anno le aziende ritengono che la propria situazione economica sia prevalentemente rimasta invariata (il 45%). In lieve prevalenza le aziende che la ritengono migliorata (29%) rispetto a coloro che la ritengono peggiorata (23%).

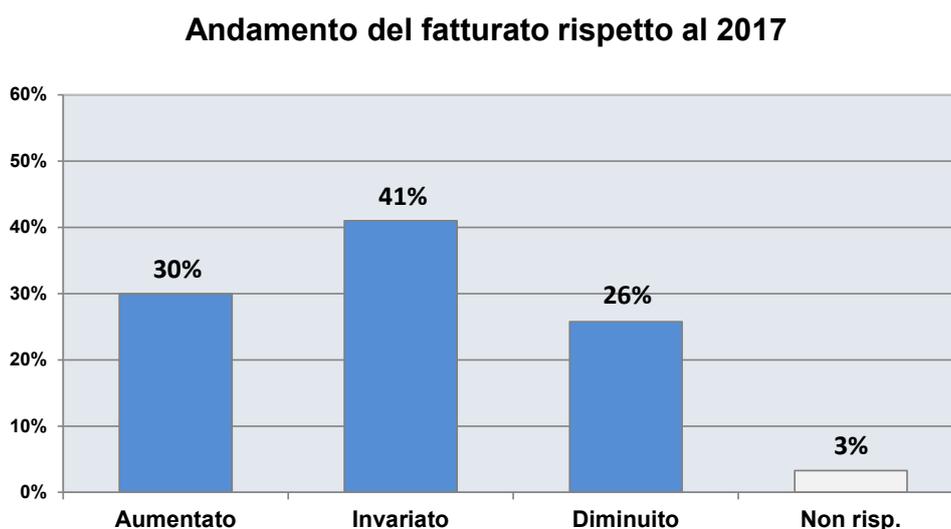
### Situazione economica rispetto all'inizio dell'anno



**Previsioni per i prossimi 6 mesi.** Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 70%), il 14% prevede un miglioramento e il 14% un peggioramento.

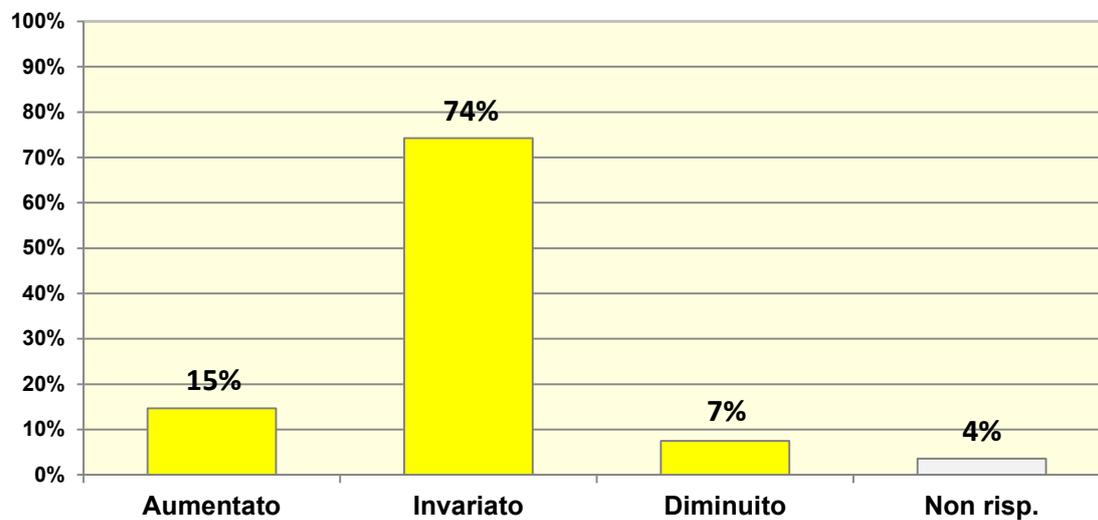


**Andamento dei fatturati.** Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno prevalentemente dichiarato che nei dodici mesi del 2018, rispetto allo stesso periodo del 2017, il loro fatturato è rimasto invariato (nel 41%) mentre è diminuito nel 26% dei casi e aumentato nel 30%. La variazione media dei fatturati è comunque leggermente positiva (+0,2%).

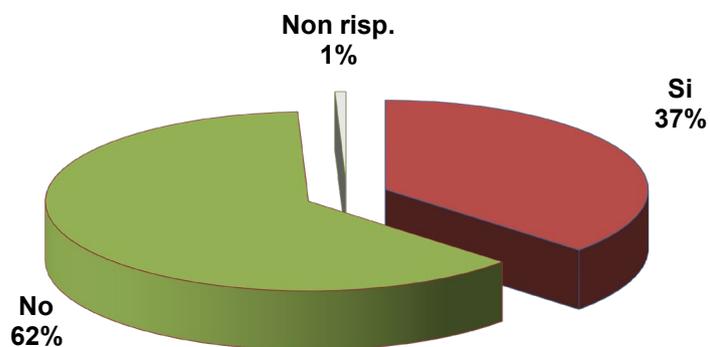


**Prezzi e ordini.** Nei dodici mesi del 2018 le aziende hanno mantenuto invariati i prezzi applicati alla clientela e nel 37% dei casi hanno ridotto gli ordini.

### Andamento del ricarico dei prezzi applicati

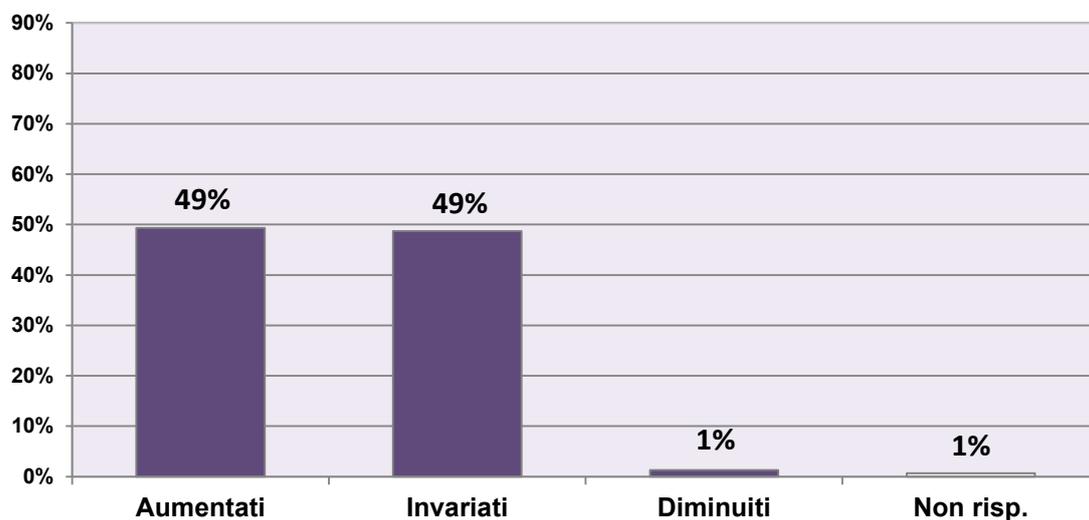


### Politica di riduzione degli ordini

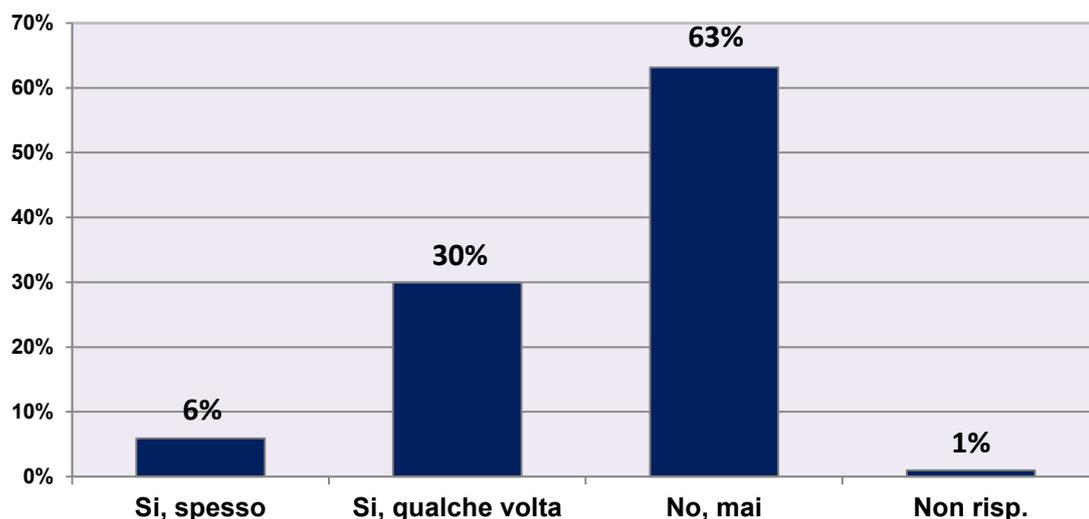


**Fornitori.** Per quanto riguarda i fornitori, il 49% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori siano aumentati nei dodici mesi dell'anno (nel restante 49% dei casi sono rimasti invariati). La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 36% (percentuale rimasta invariata nell'ultimo anno).

### Andamento del prezzo dei fornitori

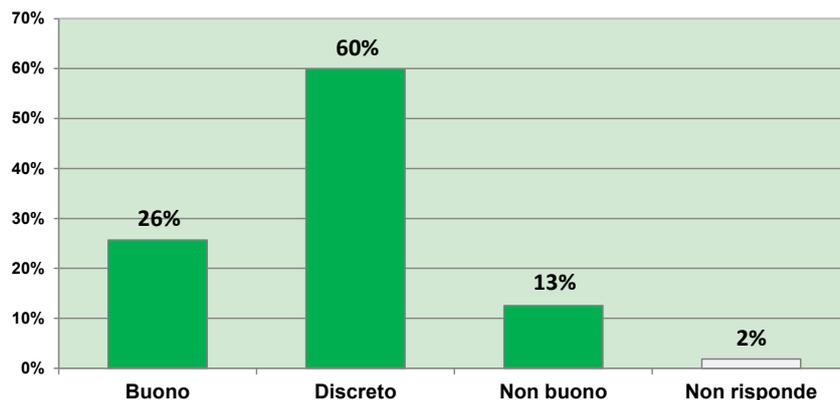


### Difficoltà nel pagare i fornitori

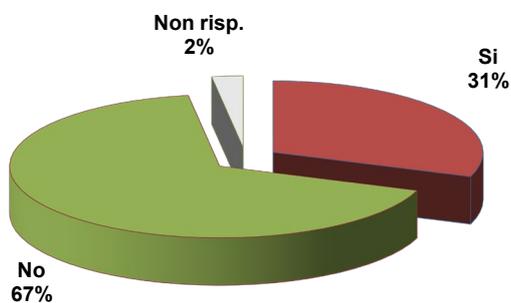


**Ricorso al credito.** Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 60% ha un discreto rapporto, il 26% buono ed il 13% non buono. Il 31% delle intervistate è ricorso al credito nel trimestre (inferiore con il 36% osservato un anno fa) e di questi il 26% ha rilevato negli Istituti di credito dei comportamenti ostacolanti (percentuale anche questa diminuita rispetto allo stesso periodo di un anno fa 33%).

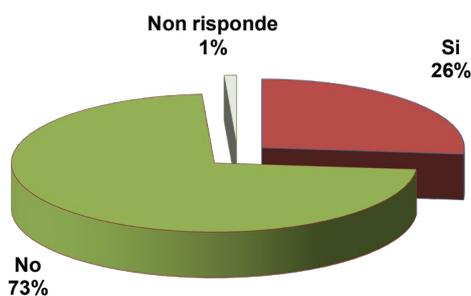
**Rapporto con le banche**



**Ricorso al credito nel trimestre**

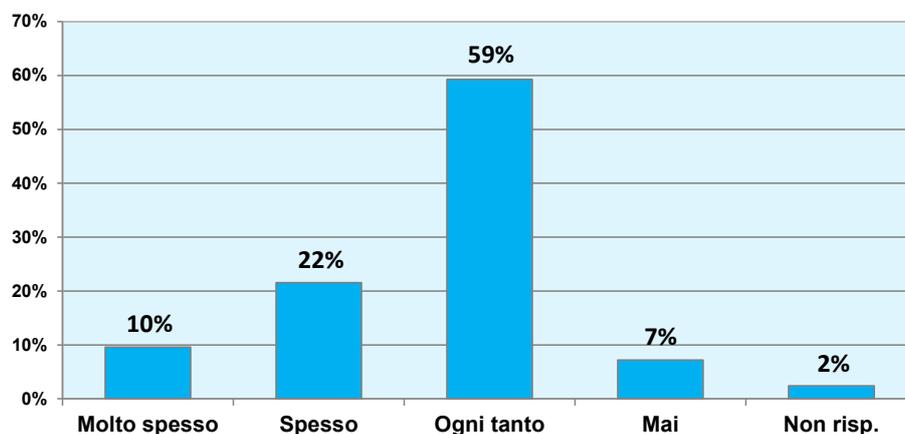


**Assistito a comportamenti ostacolanti tra le aziende ricorse al credito**



**Difficoltà della clientela:** le aziende che hanno risposto al questionario hanno rilevato alcuni comportamenti della loro clientela nel 91% dei casi che possono essere sintomo di difficoltà economica quali ad esempio la richiesta di sconti (sporadici nel 59% e negli altri casi più frequenti).

#### Difficoltà economica osservata tra la clientela



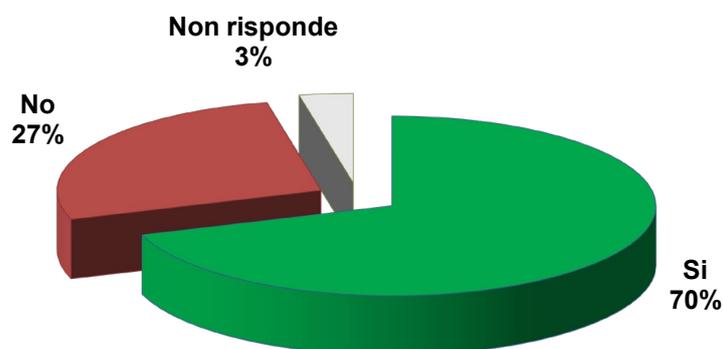
**Strategie attuate:** infine si è voluto indagare su quali strategie stanno attuando le aziende interpellate per far fronte all'attuale periodo di difficoltà economica. Ne è emerso che le modalità maggiormente utilizzate sono, per questo trimestre, la fidelizzazione, l'offerta di nuovi prodotti e l'aumento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

#### Strategie attuate

Fidelizzazione della clientela abituale	48,5%
Offerta di nuovi prodotti	46,4%
Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria	41,9%
Aumento dei servizi offerti alla clientela	41,3%
Applicazione di sconti / riduzione dei prezzi applicati	29,9%
Rinnovo dei locali	25,1%
Investimento nella formazione del titolare/personale	20,4%
Diversificazione dei propri orari di apertura rispetto al passato	8,7%
Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri	6,3%
Altro	2,7%

**Utilizzo di sistemi di promozione on-line:** il 70% delle aziende intervistate utilizza sistemi di promozione on-line (es. Facebook, sito internet ...). I settori più attivi in tal senso sono il turismo (88,2%), il dettaglio per la casa (76,9%) e la ristorazione (74,2%).

### 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	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
Utilizzo promozione online	69,8%	73,1%	76,9%	60,7%	69,8%	59,0%	88,2%	74,2%

Nel 49% dei casi questi sistemi sono **a pagamento**.

### Sistemi di promozione on line a pagamento

