OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELLA PROVINCIA DI VICENZA

ANNO 2019

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

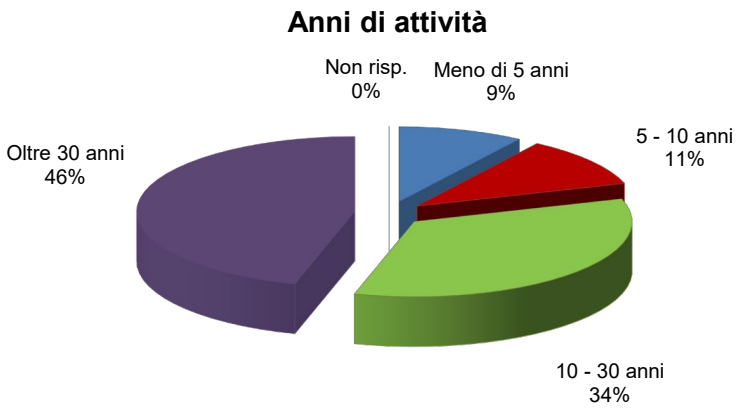
Si riportano di seguito **le analisi dei dati raccolti nel primo trimestre 2019**, rappresentati attraverso elaborazioni grafiche e relativi commenti delle **principali caratteristiche occupazionali ed economiche rilevate presso il campione di aziende rispondenti** (differenziando i risultati anche per settore).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

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

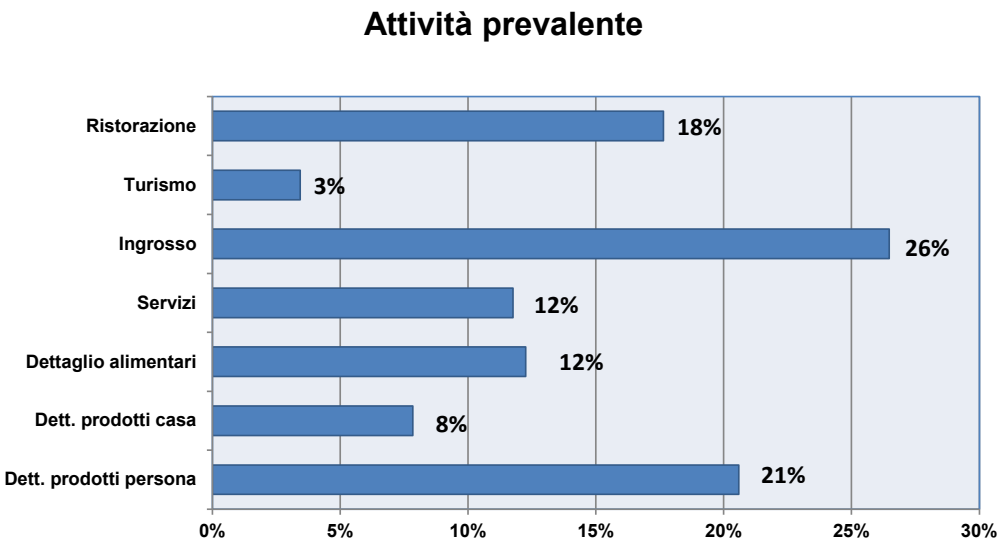
Fascia di fatturato: il campione del trimestre è costituito prevalentemente da aziende "piccole" (ossia con fatturato inferiore a € 250 mila, il 37%) Le rimanenti aziende sono "medie" (ossia con fatturato tra € 250 mila e € 1 milione, il 28%) o grandi (ossia con fatturato superiore a 1 milione, il 32%).

Anni attività: la maggioranza delle aziende è in attività da molti anni: il 34% da 10-30 anni e il 46% da oltre 30 anni. Le aziende giovani (in attività da meno di 5 anni) sono appena il 9%.

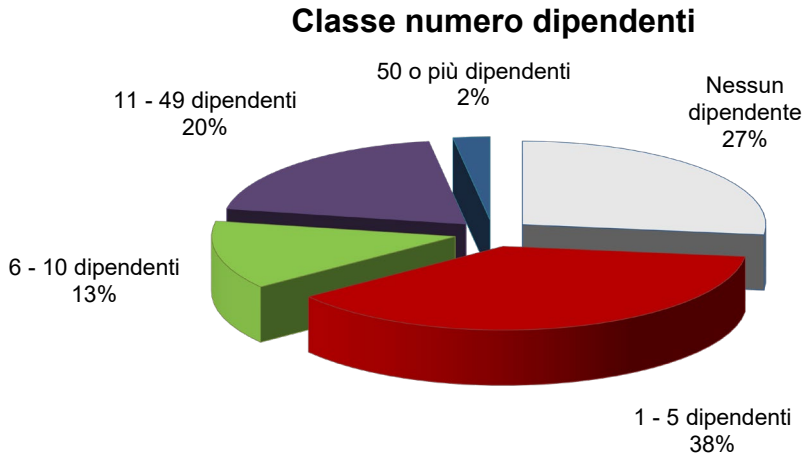


Attività prevalente: il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (41%) seguito dal commercio all'ingrosso con il 26%. Seguono ristorazione (18%), servizi (12%) e turismo (3%). Ai fini della presente analisi il commercio al dettaglio, che al suo interno comprende una notevole varietà merceologica, è stato suddiviso in tre settori che maggiormente lo caratterizzano:

1. commercio al dettaglio di prodotti per la persona (21%);
2. commercio al dettaglio di prodotti per la casa (8%);
3. commercio al dettaglio alimentari (12%).



Numero di dipendenti: il 27% delle aziende rispondenti non ha dipendenti, mentre il restante 73% ha almeno un dipendente (tra questi la maggioranza, il 38%, ha tra 1 e 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%), nella ristorazione e nel dettaglio per la casa (81%).

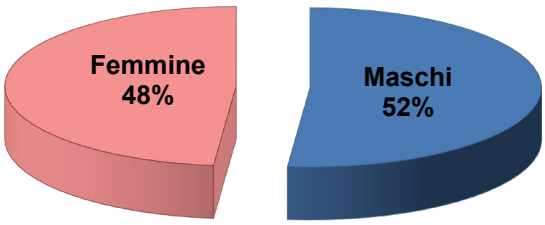
Classe di dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipendente	**55%**	**19%**	**28%**	**42%**	**6%**	**29%**	**19%**
Con dipendenti	**45%**	**81%**	**72%**	**58%**	**94%**	**71%**	**81%**
1 - 5 dipendenti	31%	50%	48%	33%	33%	43%	42%
6 - 10 dipendenti	2%	13%	8%	4%	22%	14%	22%
11 - 49 dipendenti	10%	19%	12%	21%	33%	14%	17%
50 o più dipendenti	2%	0%	4%	0%	6%	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 un sostanziale equilibrio tra dipendenti di sesso maschile (52%) e quelli di sesso femminile (48%).

Sesso 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 (68%) e del turismo e del commercio al dettaglio per la casa, dove c'è equilibrio.

Sesso dei dipendenti per settore

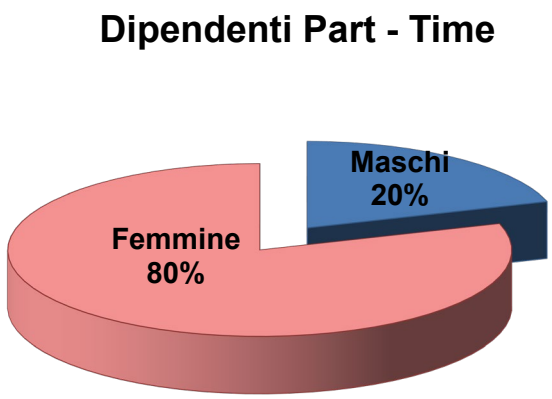
	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% Maschi	46%	50%	29%	39%	68%	50%	39%
% Femmine	54%	50%	71%	61%	32%	50%	61%

Nel campione il **part-time** costituisce il **23,8% del totale dei dipendenti**, dato in aumento rispetto allo stesso trimestre del 2018 (erano il 18%) e in diminuzione rispetto al trimestre precedente (25,6%).
Il settore che utilizza di meno questa tipologia contrattuale è storicamente l'ingrosso (13,3%) e il dettaglio alla persona (19,8%), mentre è più frequente nella ristorazione (41%).

Percentuale dipendenti part-time per settore

TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristorazione
23,8%	19,8%	31,3%	31,2%	36,8%	13,3%	30,0%	41,0%

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).



Complessivamente appena il 2,0% delle aziende intervistate ha impiegato **lavoratori a voucher** nel trimestre.
Mediamente ogni azienda ha impiegato 0,1 lavoratori a voucher (come nel quarto trimestre 2018).

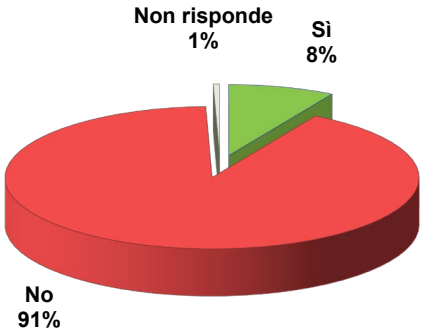
Impiego dei voucher per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende	2,0%	0,0%	6,3%	4,0%	4,2%	0,0%	0,0%	2,8%
n. medio lavorat. a voucher impiegati	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

ALTERNANZA SCUOLA LAVORO – PRIMO TRIMESTRE 2019

Per la prima volta in questo trimestre sono state inserite domande relative all'alternanza scuola-lavoro. Come illustrato nel grafico successivo, l'8% 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 commercio al dettaglio alla persona è quello che, in questo trimestre, ha ospitato studenti in misura maggiore (il 19%). Meno frequenti invece negli altri settori.

Alternanza scuola lavoro per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno ospitato studenti	**8,3%**	19,0%	6,3%	4,0%	0,0%	3,7%	14,3%	11,1%

Prevalentemente le aziende che hanno ospitato uno studente (il 76% di quelle che hanno ospitato) e per 4 settimane (nel 29%). 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	**76%**	63%	0%	100%	-	100%	100%	100%
2 studenti	**18%**	25%	100%	0%	-	0%	0%	0%
3 studenti	**0%**	0%	0%	0%	-	0%	0%	0%
Più di 3 studenti	**6%**	13%	0%	0%	-	0%	0%	0%
Non risponde	**0%**	0%	0%	0%	-	0%	0%	0%

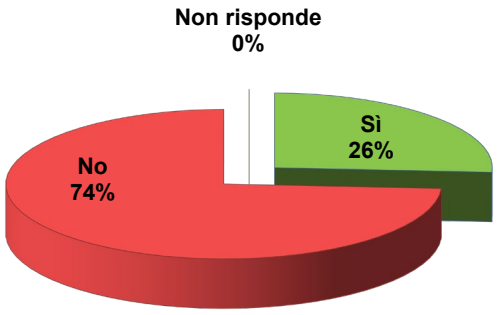
Per quante settimane complessive
(rapportate al numero di dipendenti)

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
1 settimana	**0%**	0,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
2 settimane	**6%**	0,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	25,0%
3 settimane	**12%**	0,0%	0,0%	0,0%	-	50,0%	100,0%	0,0%
4 settimane	**29%**	12,5%	0,0%	100,0%	-	0,0%	0,0%	75,0%
5 settimane	**6%**	12,5%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
6 settimane	**12%**	12,5%	100,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
7 settimane	**0%**	0,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
8 settimane	**12%**	12,5%	0,0%	0,0%	-	50,0%	0,0%	0,0%
9 settimane	**0%**	0,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
Più di 9 settimane	**24%**	50,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%
Non risponde	**0%**	0,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,0%

RICERCA PERSONALE – PRIMO TRIMESTRE 2019

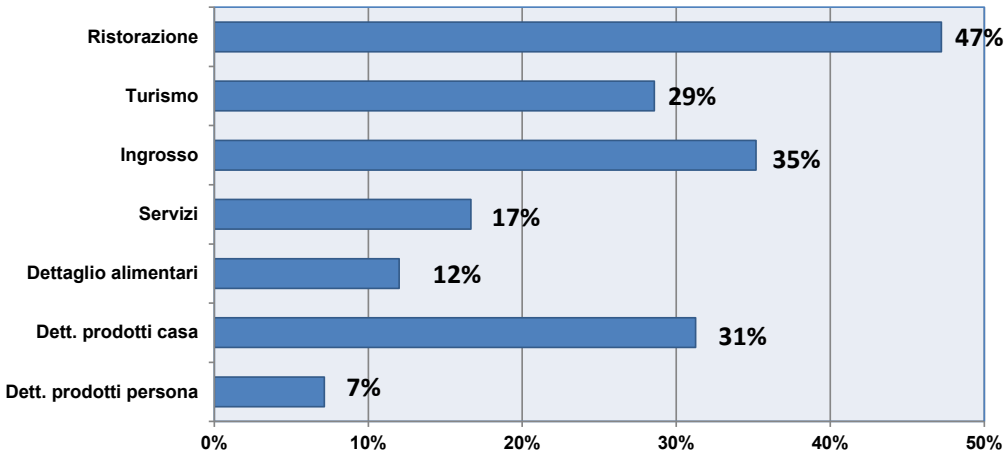
Come illustrato nel grafico successivo, il 26% delle aziende ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato è leggermente superiore rispetto al trimestre precedente (22% nel quarto trimestre 2018) e allo stesso trimestre dell'anno scorso (23% primo trimestre 2018).

Ricerca di personale



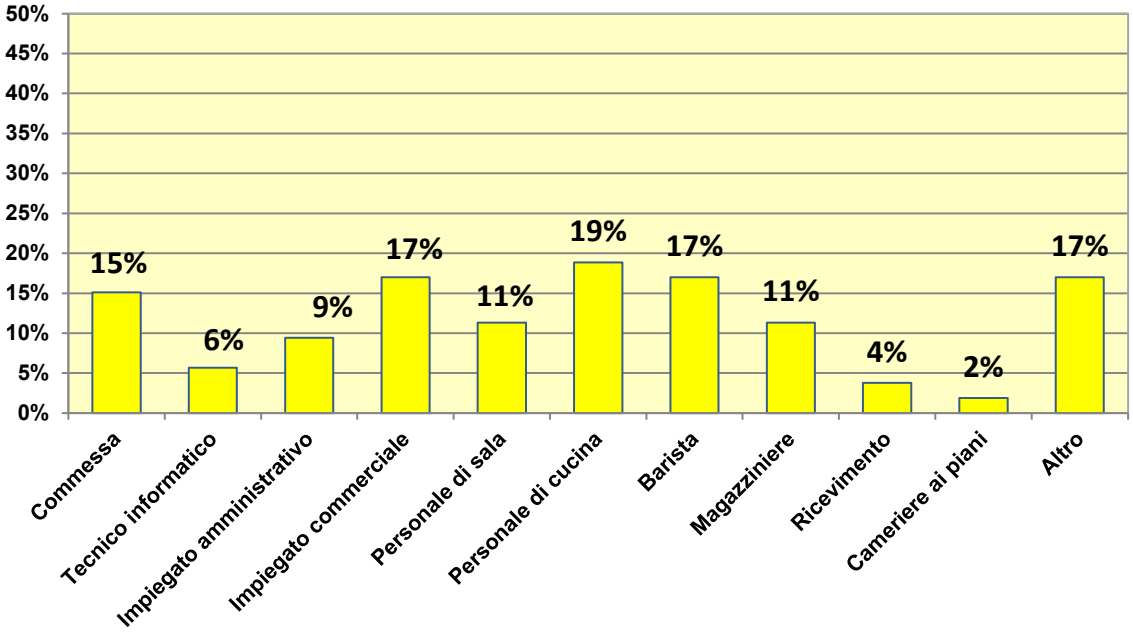
La specifica successiva mostra che il settore della ristorazione in questo primo trimestre 2019 ha effettuato una maggiore ricerca di personale (il 47%). Seguito dall'ingrosso (35%). Evidentemente per questioni legate alla stagionalità di queste attività. Più contenuta la ricerca negli altri settori.

Ricerca di personale per settore



Relativamente alle **figure professionali,** quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state il personale di cucina (19%), il barista e l'impiegato commerciale (17%), con ovvie specificità settoriali.

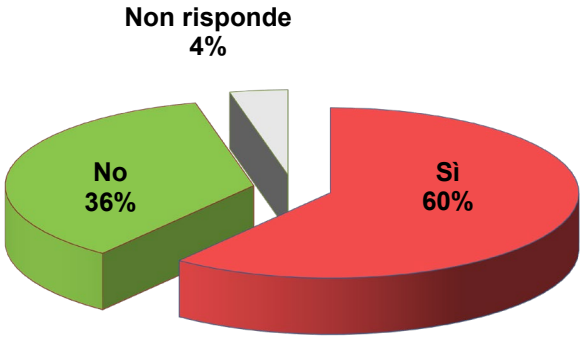
Figure professionali cercate



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

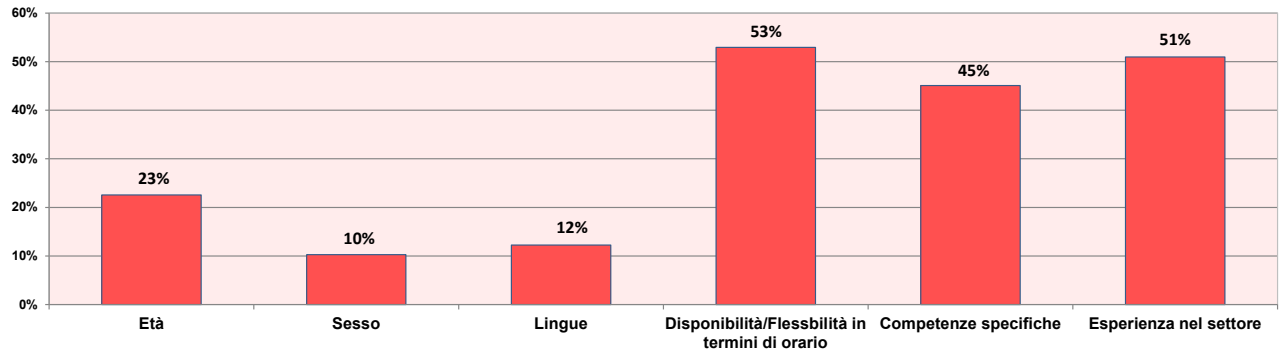
Tra le aziende che hanno cercato personale il 60% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (percentuale in aumento rispetto al passato: era il 45% nel primo trimestre 2018 ma che risulta in diminuzione 67% rispetto allo scorso trimestre).

Difficoltà nel reperire nuove figure professionali



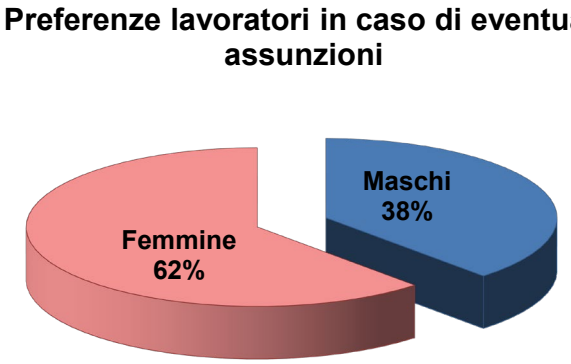
Relativamente a quali **caratteristiche** siano considerate **fondamentali per eventuali nuove assunzioni**, riportiamo di seguito la specifica delle indicazioni rilevate dall'indagine dalla quale si evince che flessibilità e disponibilità in termini di orario continuano ad essere le caratteristiche maggiormente richieste (53%), così come l'esperienza (51%).

Caratteristiche richieste per eventuali assunzioni

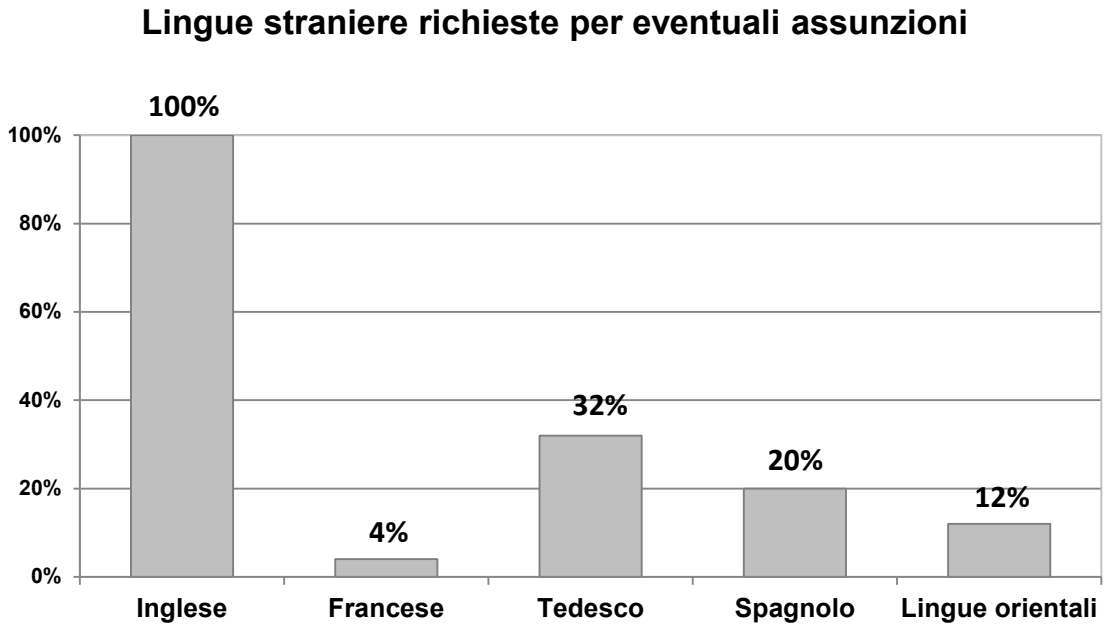


Per quanto riguarda, invece, **altre caratteristiche** ritenute importanti per eventuali nuove assunzioni:

***Sesso**:* appena il 10% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 62% esprime una preferenza nei confronti di lavoratrici femmine.

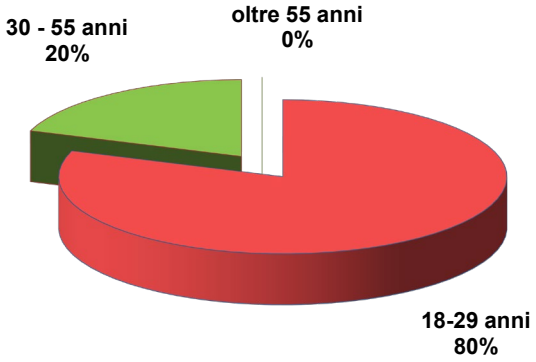


Lingue parlate: il 12% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese con il 100%, seguita dal tedesco con il 32%. Le lingue orientali si attestano attorno al 12%.



Età: il 23% dà importanza alla fascia d'età, e tra queste la grande maggioranza (80%) predilige la fascia dai 18 ai 29 anni e per il rimanente 20% è invece più idonea un'età compresa tra 30 e 55 anni.

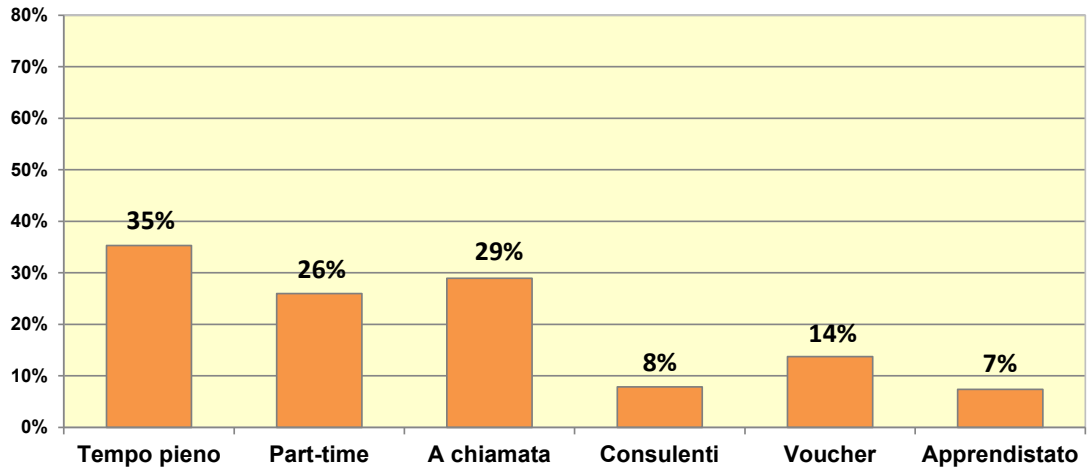
Fascia di età più idonea per eventuali assunzioni



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 quello a chiamata e part-time. Residuali i consulenti, i voucher (solo il 14%) 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	36,1%
Tempo indeterminato	61,1%

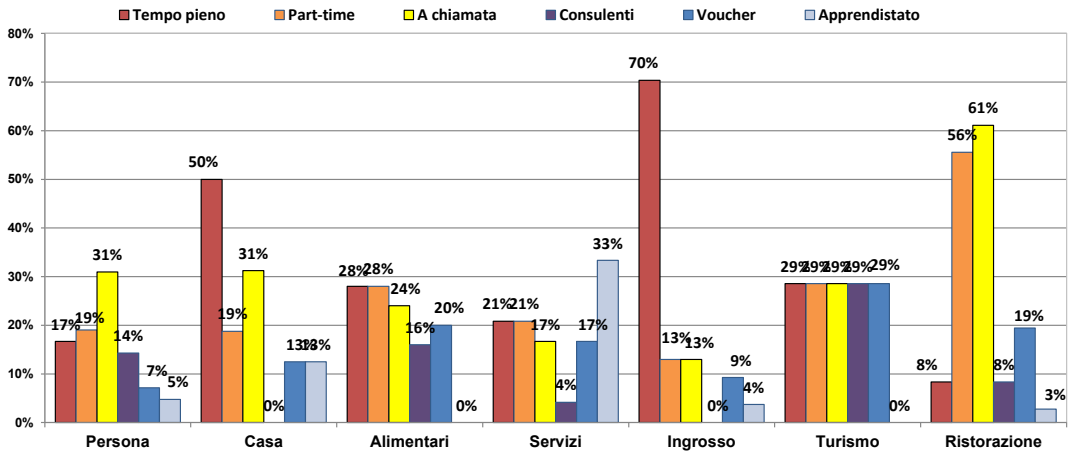
Per quanto riguarda invece il contratto part-time c'è una preponderanza di gradimento per il tempo determinato.

Specifica part time

Tempo determinato	69,8%
Tempo indeterminato	28,3%

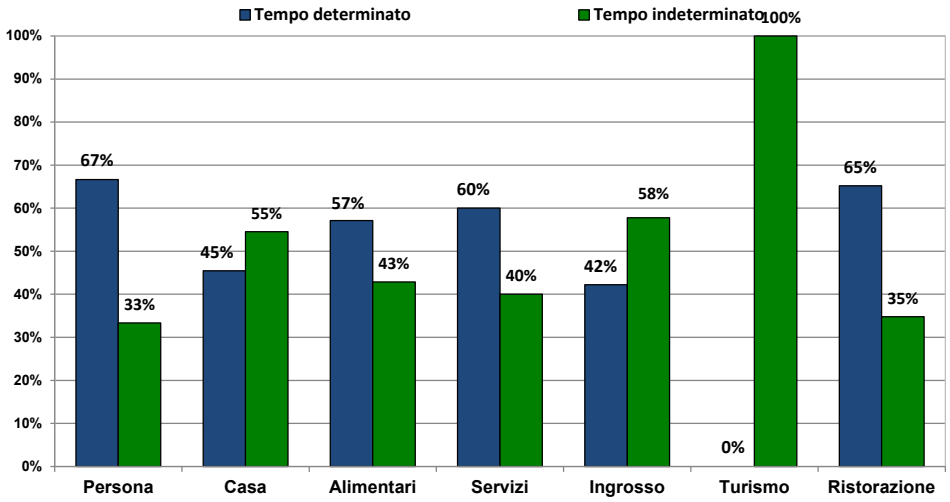
Nella specifica **per singolo settore**, appare evidente che la situazione cambia in base alle differenti esigenze settoriali. Ad esempio la ristorazione predilige di gran lunga il lavoro a chiamata e part-time, mentre l'ingrosso predilige il tempo pieno.

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 della ristorazione e della persona, mentre nel turismo è più gradito il tempo indeterminato.

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni

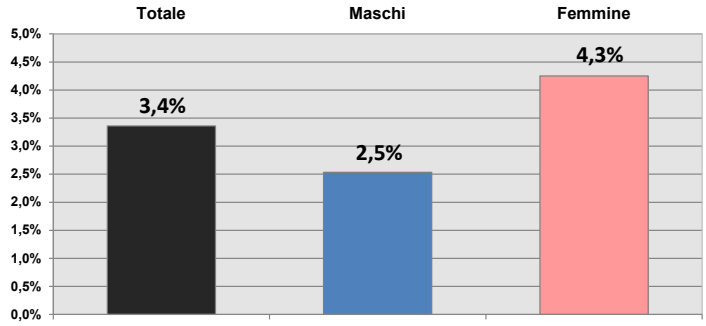


ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO I° TRIMESTRE 2019

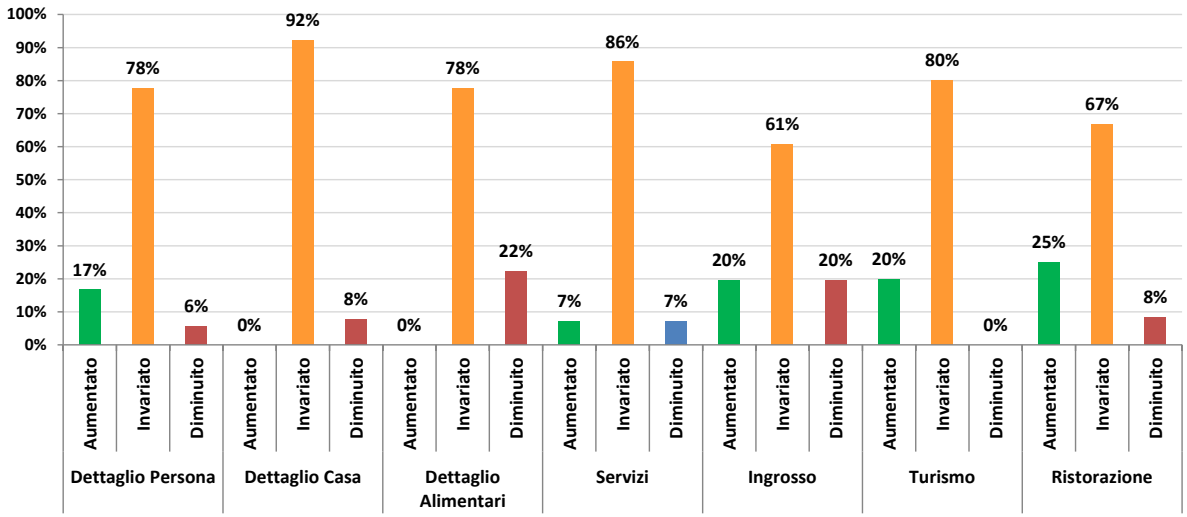
Nel presente capitolo si è ritenuto opportuno verificare **l'andamento delle assunzioni e delle cessazioni di rapporti di lavoro** dichiarate dalle aziende intervistate con riferimento al **primo trimestre 2019**, e osservare quali figure sono state maggiormente interessate sia dalle assunzioni che dalle cessazioni.

Variazione del numero di dipendenti. La variazione percentuale del numero di dipendenti nel trimestre è stata positiva (+3,4%), tra i maschi +2,5% e tra le femmine +4,3%. Questo cospicuo aumento fa seguito a quanto osservato nel precedente trimestre (+0,7%).

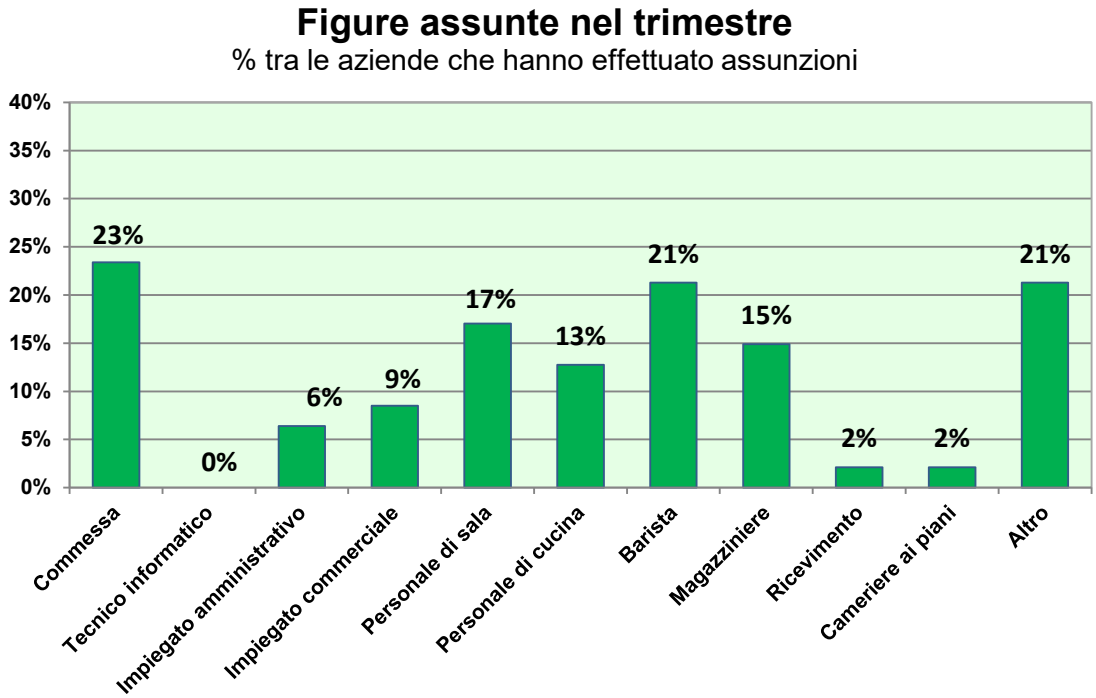
Variazione % numero di dipendenti nel trimestre



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 dettaglio alimentare e ristorazione e ingrosso. Buona la quota di aumenti nella stessa ristorazione (25%), nel turismo e dell'ingrosso (20%).



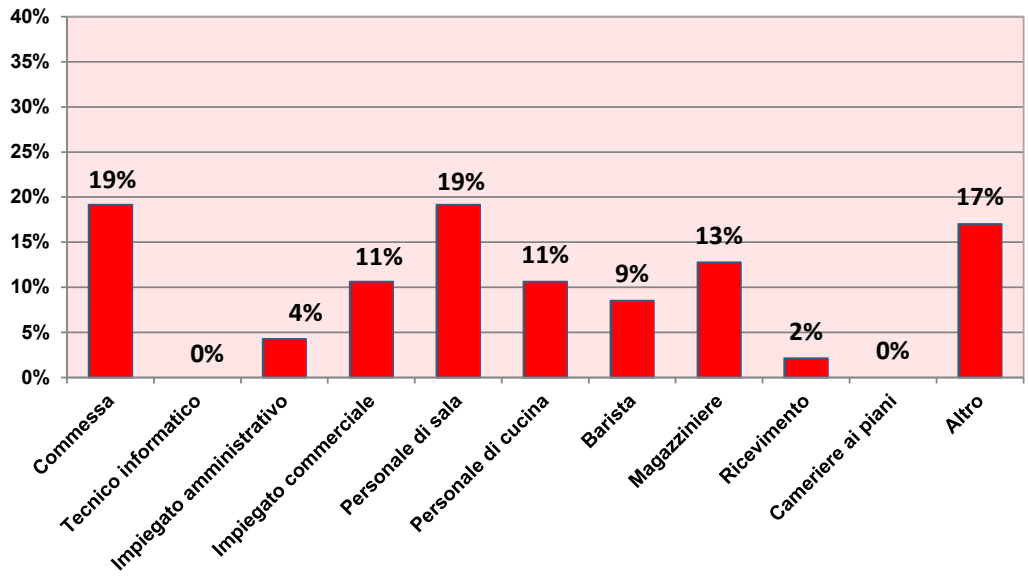
Relativamente alle **figure professionali assunte** dalle aziende nel trimestre e a lavoro spiccano la commessa (23%) seguita dal barista (21%) e personale di sala (17%).



Relativamente alle **figure professionali il cui rapporto di lavoro con l'azienda è cessato** nel trimestre spiccano la commessa e il personale di sala (nel 19% delle aziende che hanno cessato rapporti), il magazziniere (13%), l'impiegato commerciale e il personale di cucina (11%).

Figure oggetto di cessazione rapporto nel trim.

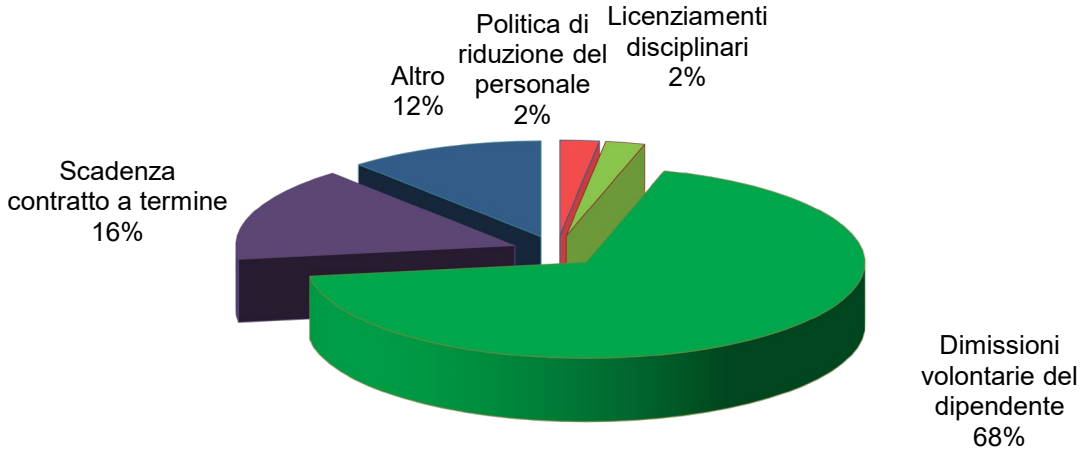
% tra le aziende che hanno avuto cessazioni



Motivi delle cessazioni di rapporto con dipendenti. I motivi alla base delle cessazioni in questo trimestre sono principalmente legate a dimissioni volontarie del dipendente (68%). Nel 16% dei casi sono dovute a scadenza contratto, mentre nel 4% per questioni disciplinari e di politica aziendale.

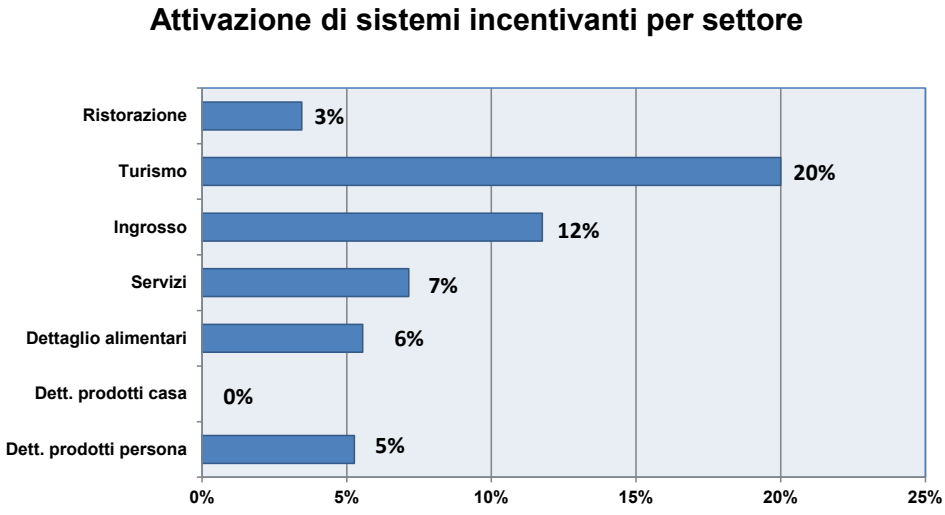
Motivo delle cessazioni dei rapporti di lavoro nel trimestre

% tra le aziende che hanno avuto cessazioni



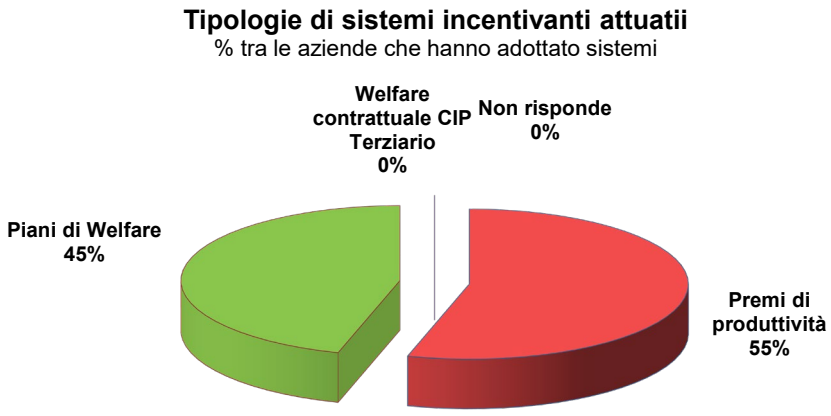
Appena il 7% delle ditte interpellate con dipendenti dichiara di aver attivato **sistemi incentivanti a favore dei dipendenti** nel trimestre.

La specifica **per singolo settore** mostra una frequenza maggiore nel turismo.



Le **tipologie di sistemi incentivanti** più adottate sono i "premi di produttività" (adottati dal 55% delle aziende che hanno attivato sistemi incentivanti)

.



Tra le aziende che hanno adottato incentivi **la % di lavoratori interessati** è pari al 69%

% 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%**	98%	-	100%	100%	67%	35%	60%

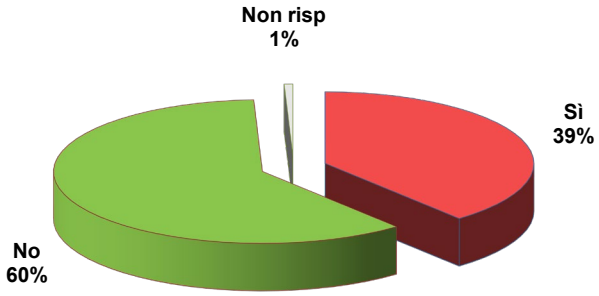
FORMAZIONE

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

Il 39% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta in aumento rispetto al trimestre precedente e allo stesso periodo dello scorso anno (35%).

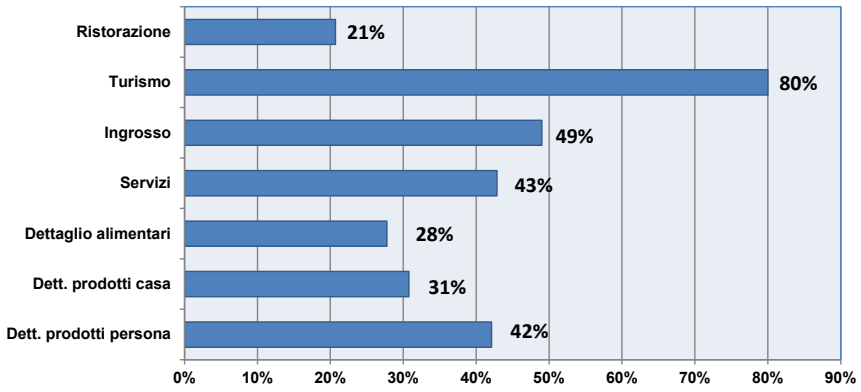
Formazione dipendenti nel trimestre

tra le aziende con dipendenti

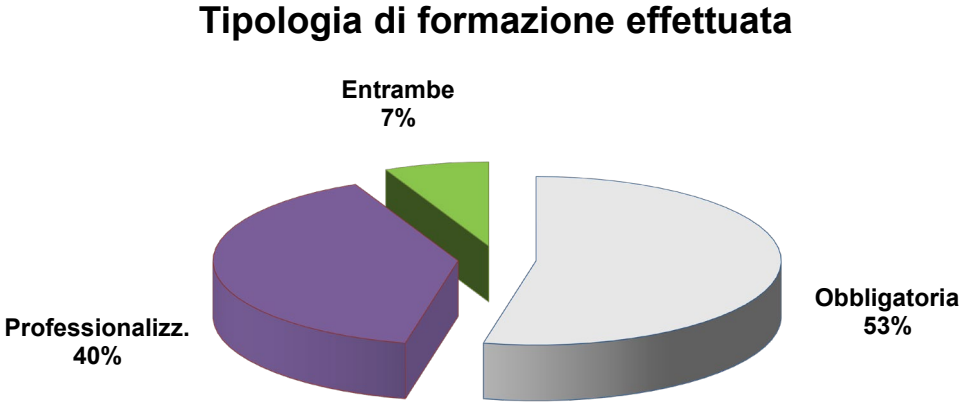


I settori che hanno maggiormente investito nella formazione in questo trimestre sono il turismo (80%) e l'ingrosso (49%).

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 53% dei casi, professionalizzante nel 40% ed entrambe nel 7%. Rispetto al passato è aumentata la % di coloro che svolgono formazione professionalizzante o entrambe combinate.



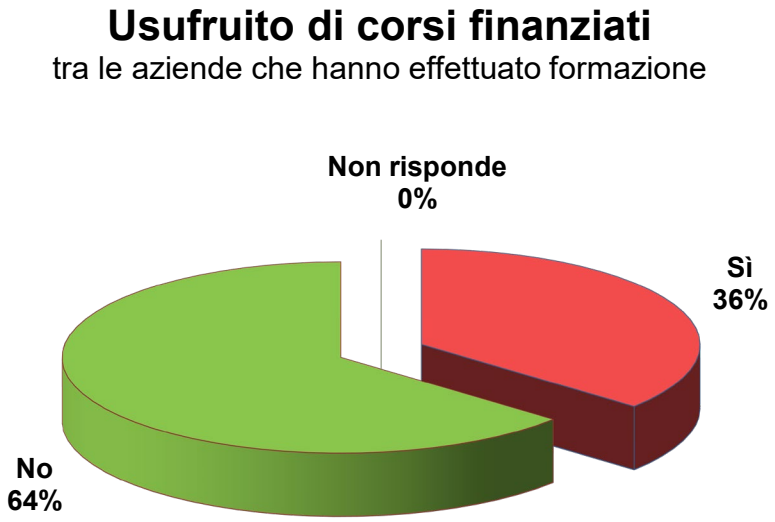
La specifica per singoli settori ci mostra come vi siano, a tale proposito, esigenze differenti. La professionalizzante è maggiore nei servizi, dettaglio per la persona, mentre l'obbligatoria nella ristorazione, nel dettaglio alimentare e nell'ingrosso.

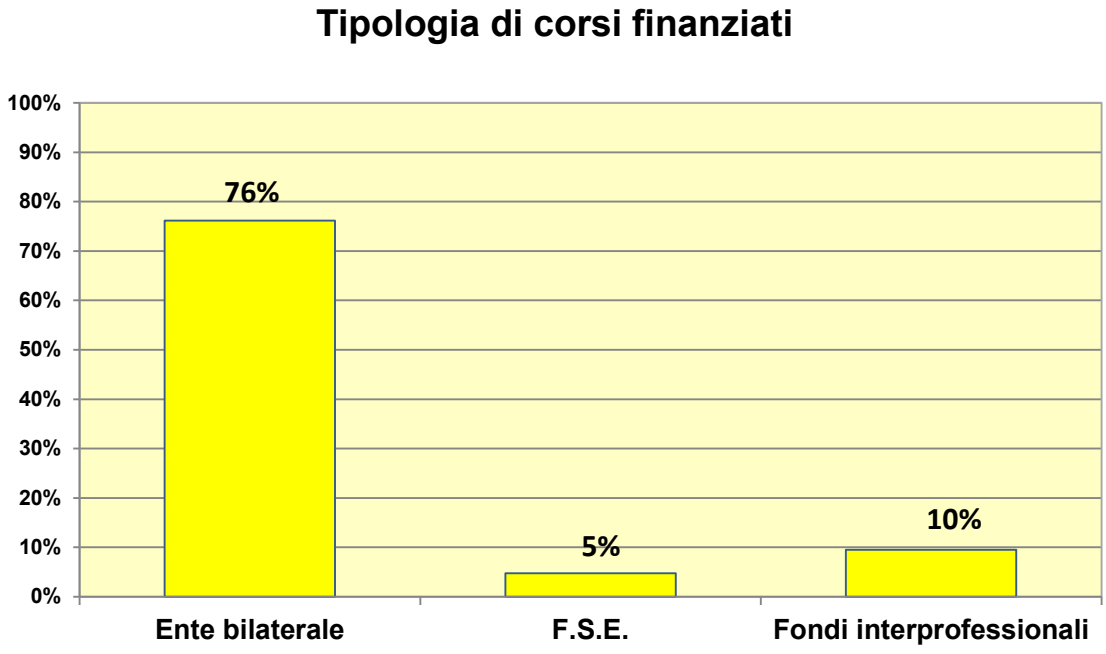
Tipologia di formazione per settore

	Obblig.	Profess.	Entrambe
Dettaglio prodotti per la persona	38%	63%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	50%	50%	0%
Dettaglio di alimentari	60%	40%	0%
Servizi	33%	67%	0%
Comm. all'ingrosso	60%	28%	12%
Turismo	25%	50%	25%
Ristorazione	83%	17%	0%

Il numero di ore per singola azienda con dipendenti è di 20,1 ore per la formazione obbligatoria e 27,1 ore per quella professionalizzante.

Corsi finanziati. I corsi finanziati (il 36% 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 (76%), dato in aumento rispetto al trimestre precedente (73%). In diminuzione quelli con fondi interprofessionali (10%) rispetto al trimestre precedente (24%), e infine i corsi FSE.



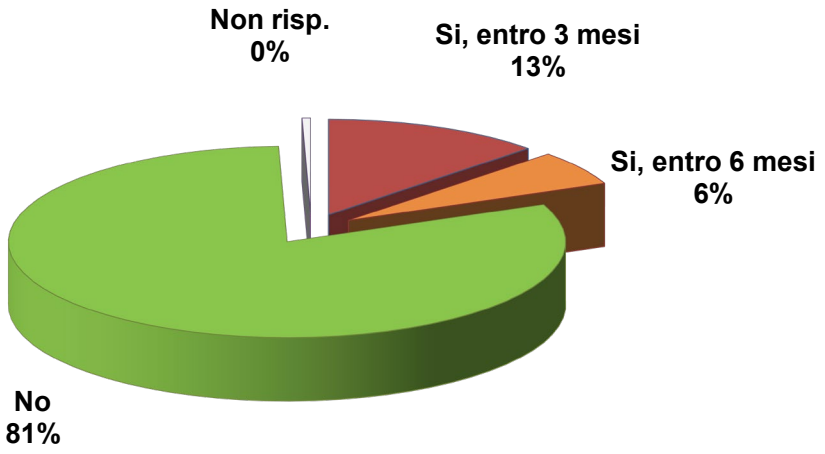


INTENZIONI FUTURE

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 il13% 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, del dettaglio di prodotti per la casa (25%) e del commercio all'ingrosso (19%).

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	2%	98%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	25%	75%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	100%	0%
Servizi	4%	96%	0%
Comm. all'ingrosso	19%	80%	2%
Turismo	14%	86%	0%
Ristorazione	25%	75%	0%

Intenzione di ridurre il numero di dipendenti: appena il 2% delle aziende con dipendenti (dato inferiore allo stesso trimestre del 2018), ha intenzione di effettuare riduzioni di personale nel prossimo trimestre, e l'1% nel trimestre successivo.

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

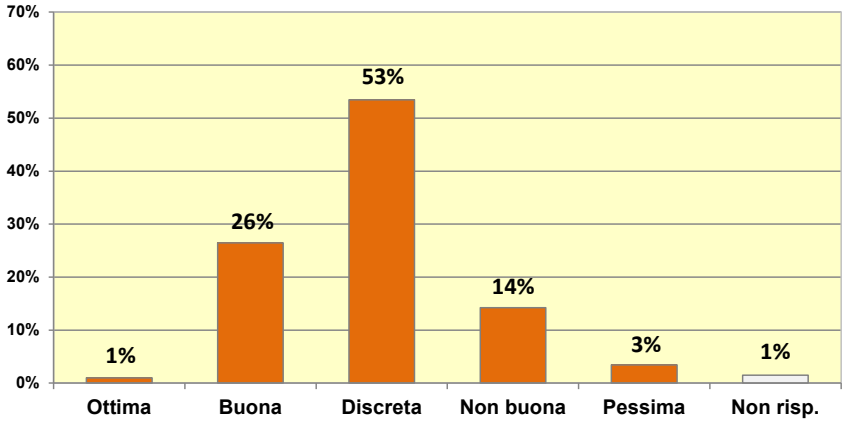
	SI	NO	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	5%	95%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	100%	0%
Dettaglio di alimentari	6%	94%	0%
Servizi	7%	93%	0%
Comm. all'ingrosso	0%	100%	0%
Turismo	0%	100%	0%
Ristorazione	0%	100%	0%

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 31 marzo 2019 viene definita dalle ditte interpellate discreta dal 53%, buona o ottima dal 27% mentre il 17% la ritiene non buona o pessima. Il saldo tra buona/ottima e non buona/pessima è quindi pari a +10 punti percentuali (era pari a +6 al 31 dicembre 2017 e +8 al 31 dicembre 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 (31%)
- quelle con fatturato medio o basso (29%)
- quelle senza dipendenti (36%).

Situazione economica per settore

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	0%	12%	57%	26%	5%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	25%	50%	13%	6%	6%
Dettaglio di alimentari	0%	20%	64%	16%	0%	0%
Servizi	0%	17%	79%	4%	0%	0%
Comm. all'ingrosso	4%	44%	41%	7%	4%	0%
Turismo	0%	29%	71%	0%	0%	0%
Ristorazione	0%	28%	42%	19%	6%	6%

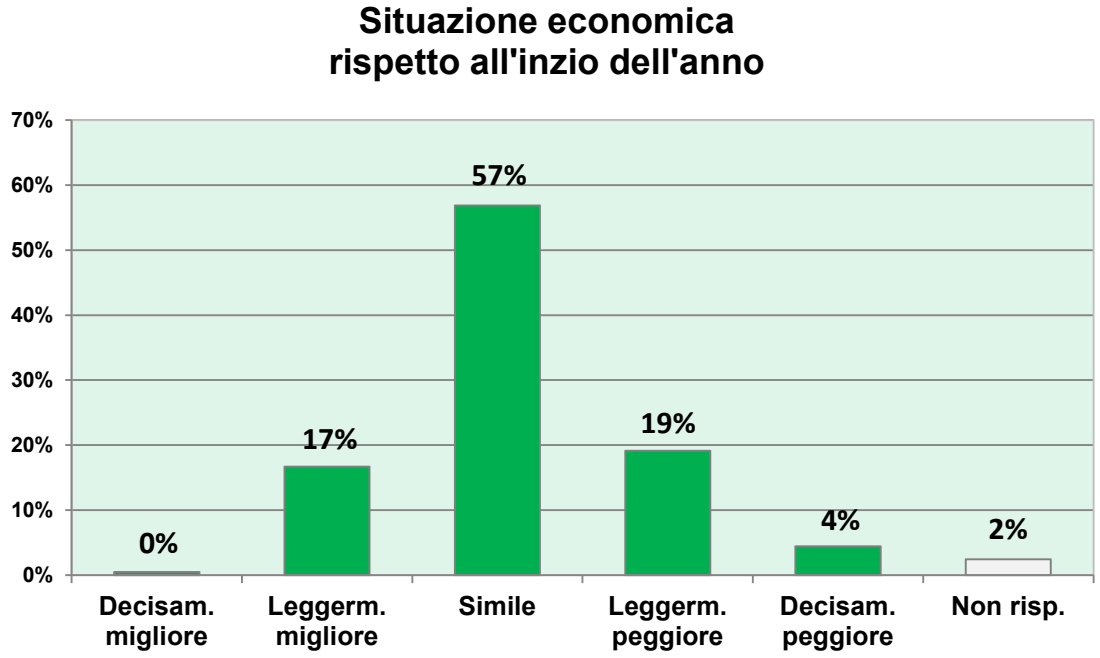
Situazione economica per fascia di fatturato

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Meno di 250 mila €	0%	11%	58%	21%	8%	3%
250 mila €-500 mila €	0%	29%	60%	11%	0%	0%
500 mila €-1 milione €	4%	39%	39%	17%	0%	0%
oltre 1 milione €	2%	42%	49%	6%	2%	0%

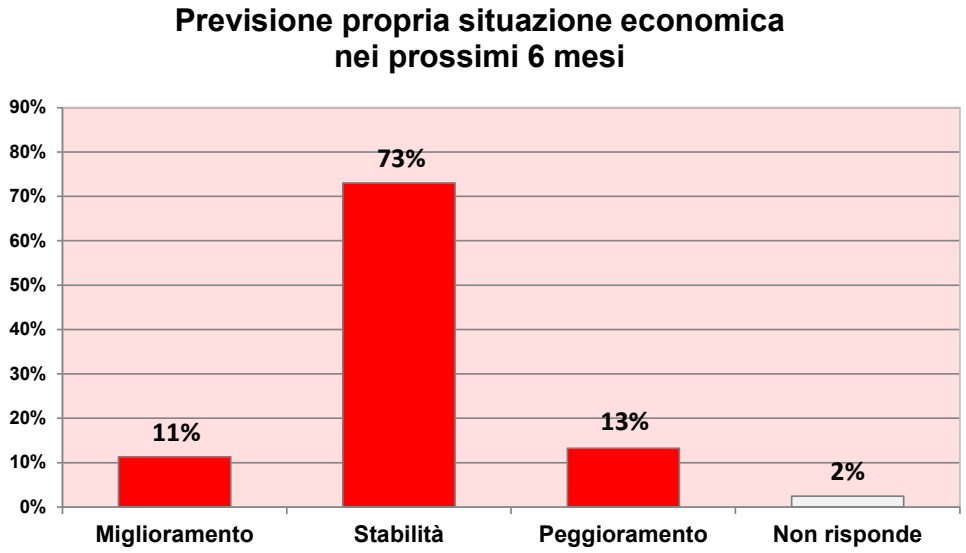
Situazione economica per numero dipendenti

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Nessun dipendente	**0%**	**9%**	**55%**	**27%**	**9%**	**0%**
Con dipendenti	**1%**	**33%**	**53%**	**9%**	**1%**	**2%**
1 - 5 dipendenti	1%	30%	55%	10%	1%	3%
6 - 10 dipendenti	0%	33%	56%	11%	0%	0%
11 - 49 dipendenti	3%	35%	50%	8%	3%	3%
50 o più dipendenti	0%	60%	40%	0%	0%	0%

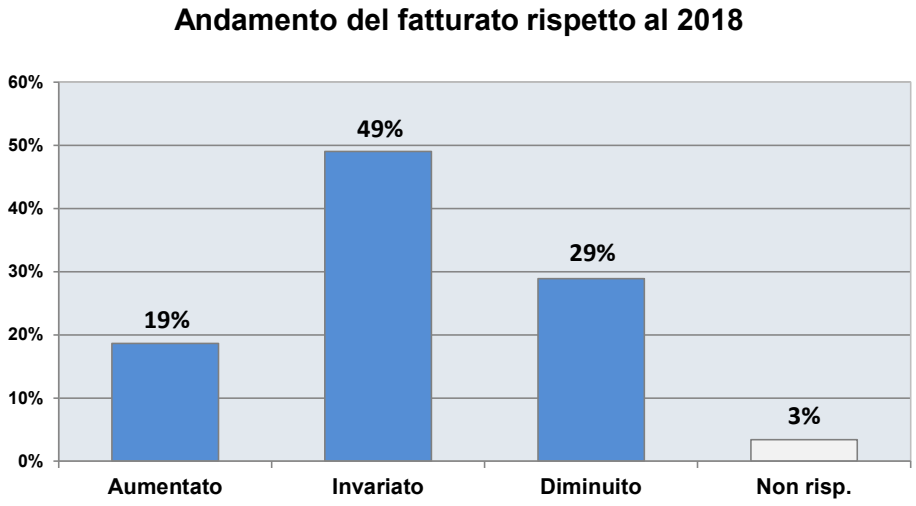
Situazione economica rispetto ad inizio anno. Nei primi tre mesi dell'anno le aziende ritengono che la propria situazione economica sia prevalentemente rimasta invariata (il 57%). In lieve diminuzione le aziende che la ritengono migliorata (17%) rispetto a coloro che la ritengono peggiorata (23%).



Previsioni per i prossimi 6 mesi. Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 73%), l'11% prevede un miglioramento e il 13% un peggioramento.

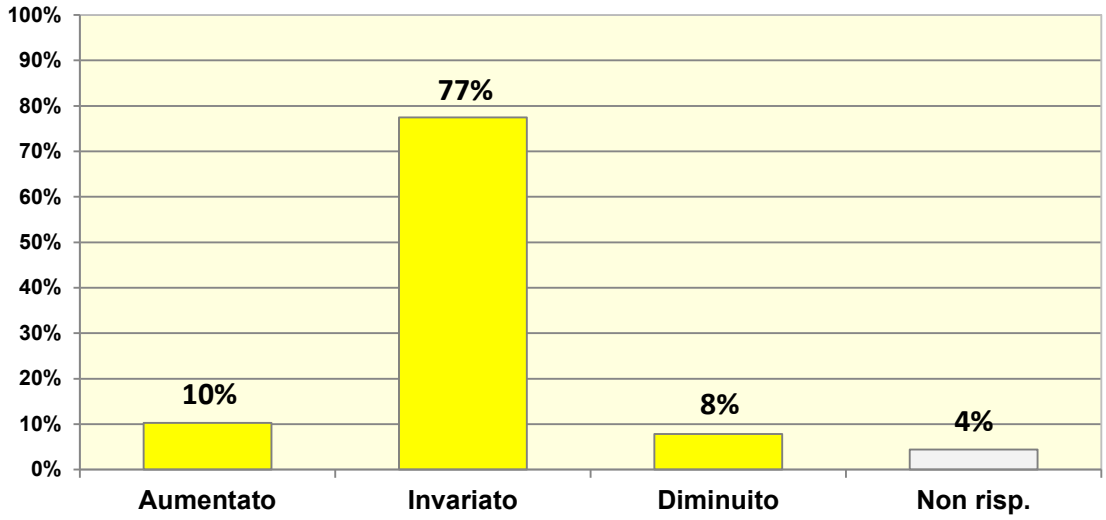


Andamento dei fatturati. Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno prevalentemente dichiarato che nei primi tre mesi del 2019, rispetto allo stesso periodo del 2018, il loro fatturato è rimasto invariato (nel 49%) mentre è diminuito nel 29% dei casi e aumentato nel 19%. La variazione media dei fatturati è comunque negativa (-2,6%).

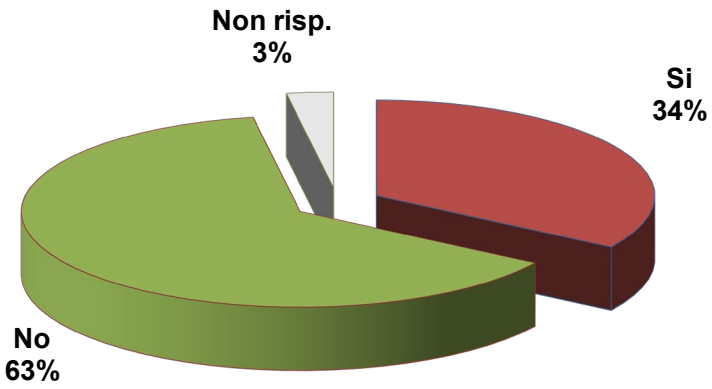


Prezzi e ordini. Nei primi tre mesi del 2019 le aziende hanno mantenuto invariati i prezzi applicati alla clientela e, nel 34% dei casi hanno ridotto gli ordini.

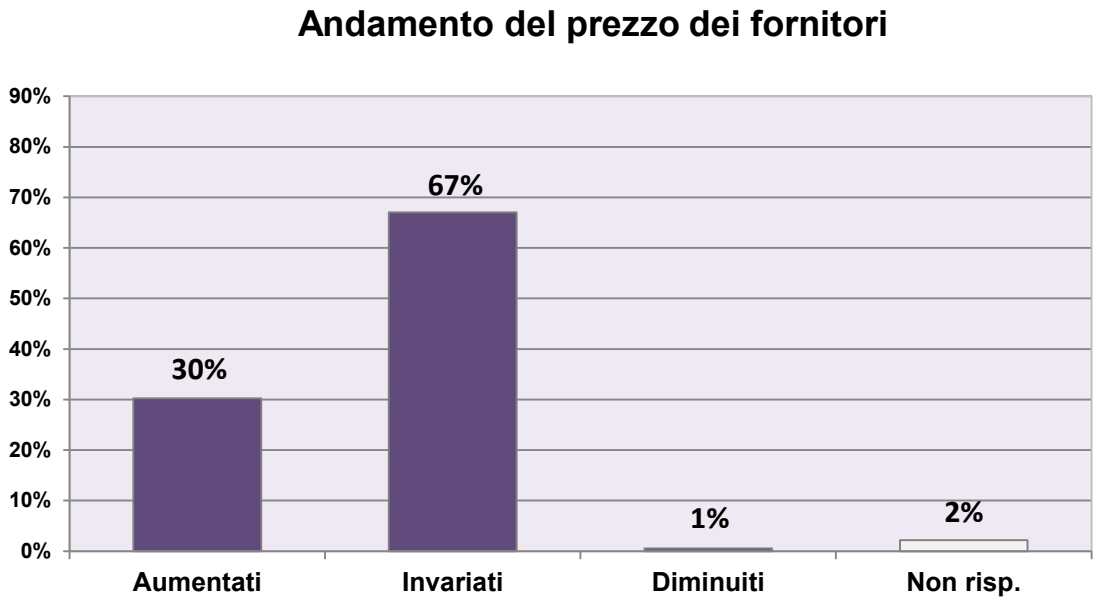
Andamento del ricarico dei prezzi applicati

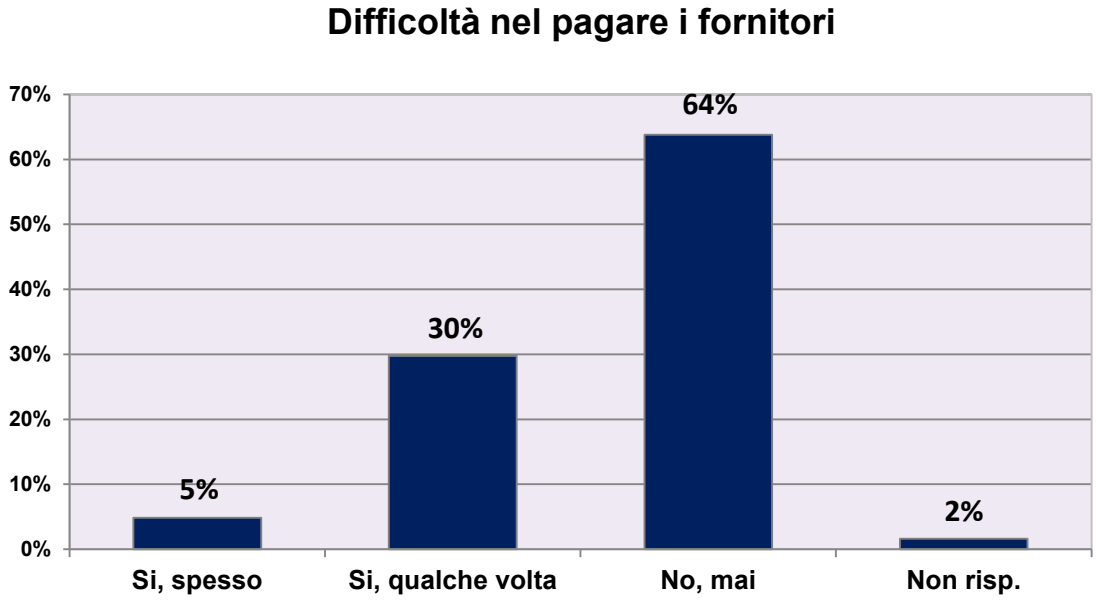


Politica di riduzione degli ordini

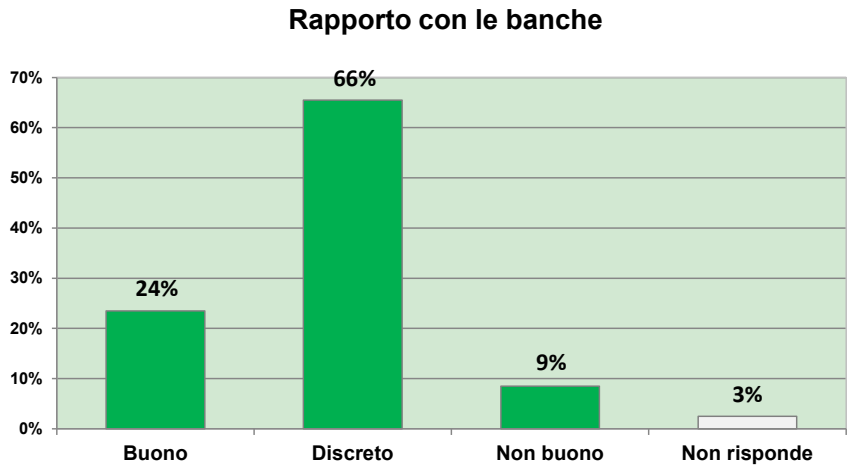


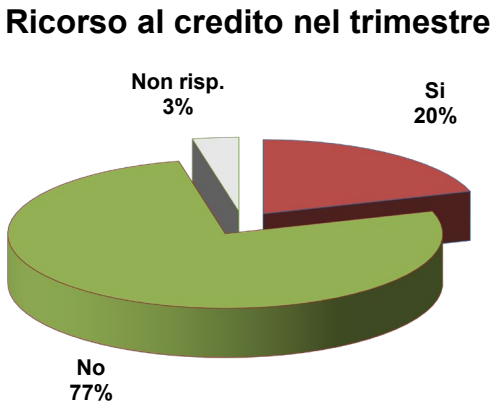
Fornitori. Per quanto riguarda i fornitori, il 30% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori siano aumentati nei primi tre mesi dell'anno (nel restante 67% dei casi sono rimasti invariati). La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 35% (percentuale rimasta invariata nell'ultimo anno).





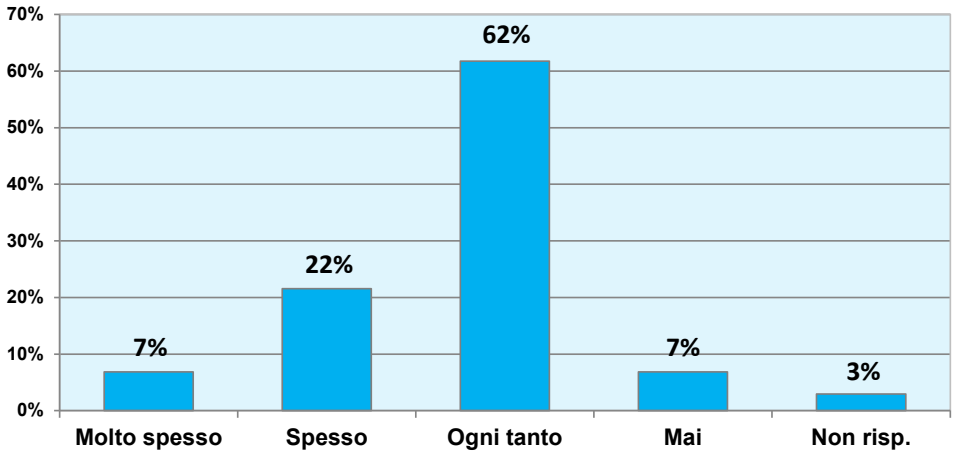
Ricorso al credito. Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 66% ha un discreto rapporto, il 24% buono ed il 9% non buono. Il 20% delle intervistate è ricorso al credito nel trimestre (leggermente superiore con il 18% osservato un anno fa) e di questi il 29% ha rilevato negli Istituti di credito dei comportamenti ostacolanti (percentuale diminuita rispetto allo stesso periodo di un anno fa 52%).





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 62% e negli altri casi più frequenti).

Difficoltà economica osservata tra la clientela

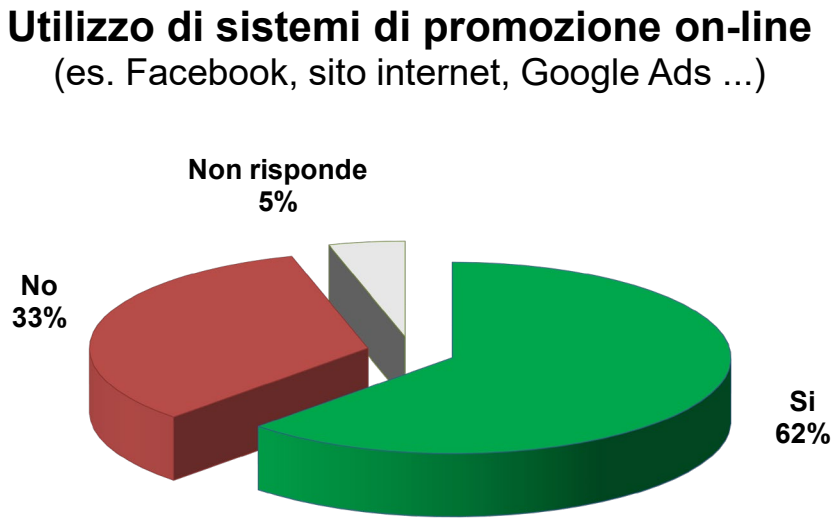


Strategie attuate: infine si è voluto indagare su quali strategie stanno attuando le aziende interpellate per far fronte all'attuale periodo di difficoltà economica. Ne è emerso che le modalità maggiormente utilizzate sono, per questo trimestre, l'aumento dei servizi, l'offerta di nuovi prodotti e la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

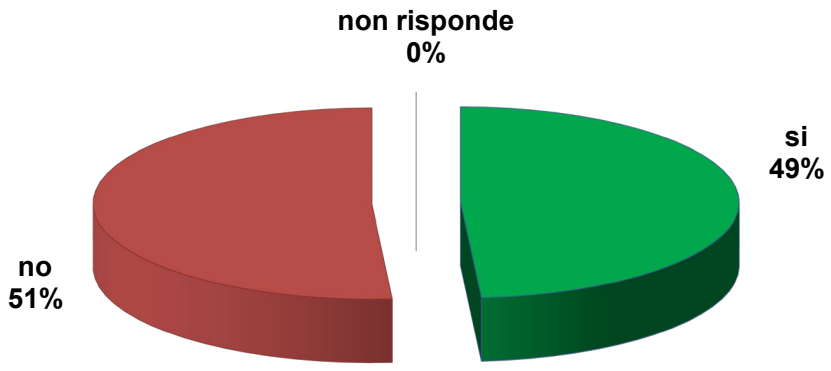
Strategie attuate

Aumento dei servizi offerti alla clientela	46,6
Offerta di nuovi prodotti	43,1
Fidelizzazione della clientela abituale	41,7
Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria	33,8
Applicazione di sconti / riduzione dei prezzi applicati	27,9
Rinnovo dei locali	19,1
Investimento nella formazione del titolare/personale	19,1
Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri	5,9
Diversificazione dei propri orari di apertura rispetto al passato	3,4
Altro	2,0

<u>Utilizzo di sistemi di promozione on-line:</u> il 62% delle aziende intervistate utilizza sistemi di promozione on-line (es. Facebook, sito internet …). I settori più attivi in tal senso sono il turismo (85,7%), i servizi (70,8%) e il dettaglio alla persona (69,0%).



% aziende che utilizzano sistemi di promozione on line

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Utilizzo promozione online	**62,3%**	69,0%	68,8%	56,0%	70,8%	55,6%	85,7%	55,6%

Nel 49% dei casi questi sistemi sono **<u>a pagamento</u>**.