OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELLA PROVINCIA DI VICENZA

ANNO 2019

SECONDO MONITORAGGIO

Aprile – Maggio - Giugno

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

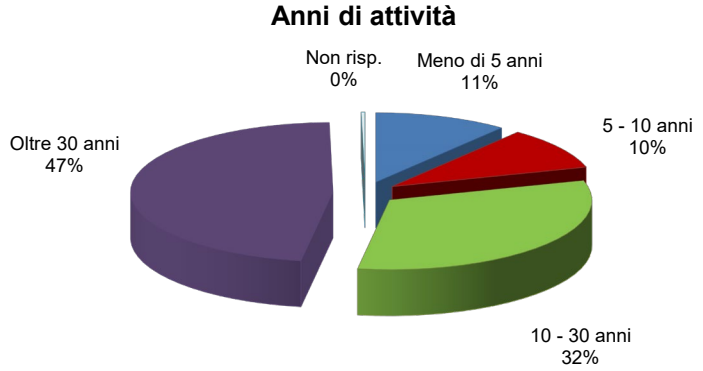
Si riportano di seguito **le analisi dei dati raccolti nel secondo trimestre 2019**, rappresentati attraverso elaborazioni grafiche e relativi commenti delle **principali caratteristiche occupazionali ed economiche rilevate presso il campione di aziende rispondenti** (differenziando i risultati anche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

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

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

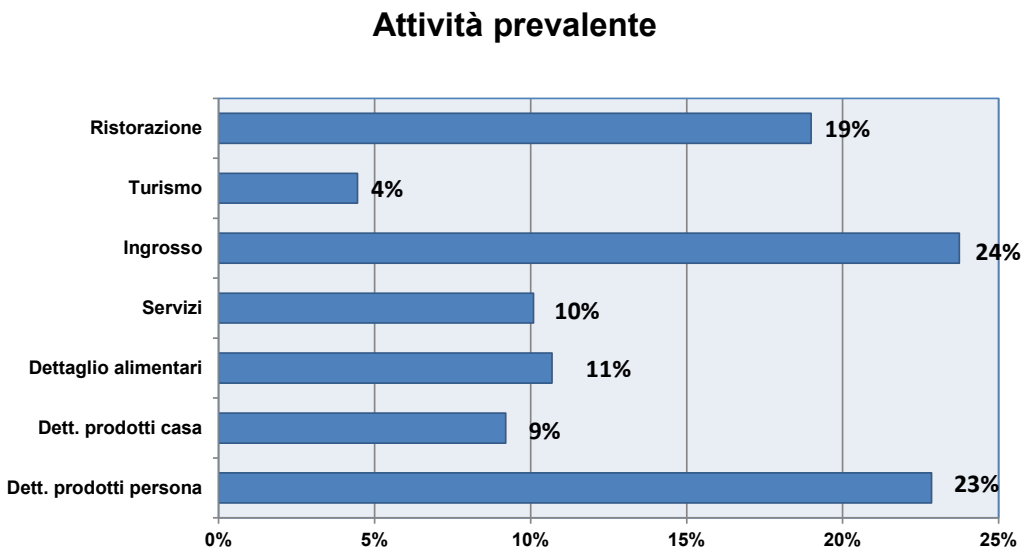
Fascia di fatturato: il campione del trimestre è costituito prevalentemente da aziende considerate "piccole" (ossia con fatturato inferiore a € 250 mila, il 41%). Le rimanenti aziende sono "medie" (ossia con fatturato tra € 250 mila e € 1 milione, il 26%) o "grandi" (ossia con fatturato superiore a 1 milione, il 31%).

Anni attività: la maggioranza delle aziende è in attività da molti anni: il 32% da 10-30 anni e il 47% da oltre 30 anni. Le aziende giovani (in attività da meno di 5 anni) sono appena l'11%.

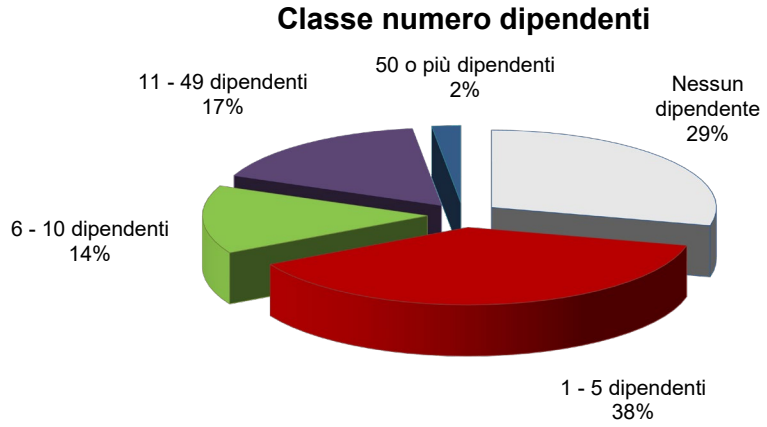


Attività prevalente: il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (43% dei rispondenti) seguito dal commercio all'ingrosso (24%). Seguono ristorazione (19%), servizi (10%) e turismo (4%). Ai fini della presente analisi il commercio al dettaglio, che al suo interno comprende una notevole varietà merceologica, è stato suddiviso in tre settori:

1. commercio al dettaglio di prodotti per la persona (23%);
2. commercio al dettaglio di prodotti per la casa (9%);
3. commercio al dettaglio alimentari (11%).



Numero di dipendenti: il 29% delle aziende rispondenti non ha dipendenti, mentre il restante 71% 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 (88%), nel turismo (87%) e nella ristorazione (81%).

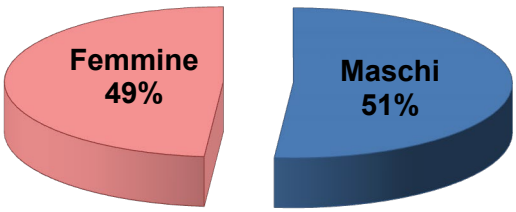
Classe di dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipendente	**52%**	**29%**	**31%**	**38%**	**13%**	**13%**	**19%**
Con dipendenti	**48%**	**71%**	**69%**	**62%**	**88%**	**87%**	**81%**
1 - 5 dipendenti	34%	48%	39%	47%	30%	60%	39%
6 - 10 dipendenti	9%	6%	14%	6%	21%	7%	22%
11 - 49 dipendenti	3%	13%	11%	9%	35%	20%	19%
50 o più dipendenti	3%	3%	6%	0%	1%	0%	2%

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 (51%) e quelli di sesso femminile (49%).

Sesso dei dipendenti



Nei singoli settori si riscontra una prevalenza di dipendenti di sesso femminile, ad eccezione del dettaglio prodotti per la casa (equilibrio) e dell'ingrosso dove c'è una prevalenza di dipendenti di sesso maschile (69%).

Sesso dei dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% Maschi	44%	51%	39%	31%	69%	45%	43%
% Femmine	56%	49%	61%	69%	31%	55%	57%

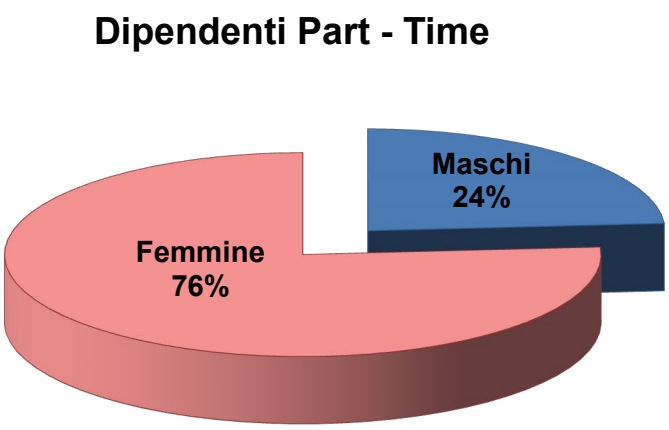
Nel campione il **part-time** costituisce il **31,9% del totale dei dipendenti**, dato in aumento sia rispetto allo stesso trimestre del 2018 (erano il 26,5%) che rispetto al trimestre precedente (23,8%).

Il settore che utilizza di meno questa tipologia contrattuale è storicamente l'ingrosso (14,7%) e il dettaglio alimentare (25,9%), mentre è più frequente nella ristorazione (51,2%).

Percentuale dipendenti part-time per settore

TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristorazione
31,9%	47,1%	28,0%	25,9%	41,3%	14,7%	36,4%	51,2%

Il dato relativo al part-time evidenzia che questa tipologia di contratto riguarda maggiormente le donne (il 76% dei dipendenti part-time è di sesso femminile).



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

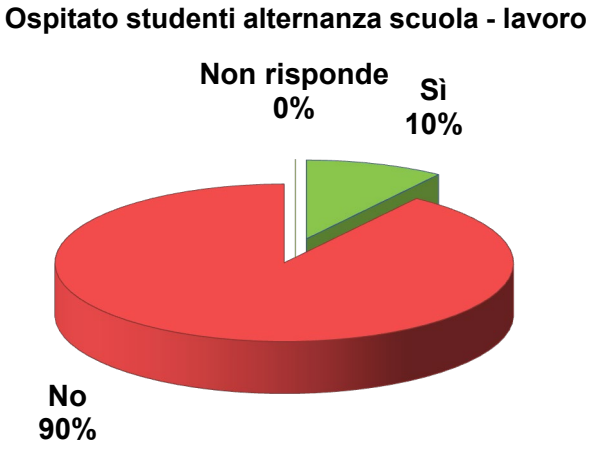
Mediamente ogni azienda ha impiegato 0,1 lavoratori a voucher (come nel secondo trimestre 2018).

Impiego dei voucher per settore

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

ALTERNANZA SCUOLA LAVORO – SECONDO TRIMESTRE 2019

Continua la rilevazione iniziata lo scorso trimestre relativa all'alternanza scuola-lavoro. Come illustrato nel grafico successivo, il 9,8% delle aziende interpellate ha dichiarato di aver **ospitato studenti in alternanza scuola-lavoro** nel trimestre di riferimento.



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	**9,8%**	7,8%	9,7%	8,3%	11,8%	6,3%	26,7%	12,5%

Prevalentemente le aziende che hanno ospitato uno studente (il 70% di quelle che hanno ospitato) e per 4 settimane (nel 36%). 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	**70%**	83%	33%	67%	75%	100%	25%	75%
2 studenti	**18%**	17%	33%	33%	25%	0%	25%	13%
3 studenti	**6%**	0%	0%	0%	0%	0%	25%	13%
Più di 3 studenti	**6%**	0%	33%	0%	0%	0%	25%	0%
Non risponde	***0%***	*0%*	*0%*	*0%*	*0%*	*0%*	*0%*	*0%*

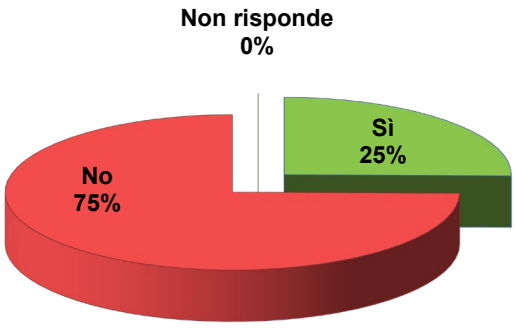
Per quante settimane complessive
(rapportate al numero di dipendenti)

	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%	0,0%
2 settimane	**6%**	0,0%	33,3%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3 settimane	**12%**	16,7%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%
4 settimane	**36%**	50,0%	0,0%	33,3%	25,0%	80,0%	0,0%	37,5%
5 settimane	**6%**	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%
6 settimane	**18%**	16,7%	33,3%	33,3%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%
7 settimane	**0%**	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
8 settimane	**6%**	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	25,0%	0,0%
9 settimane	**0%**	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Più di 9 settimane	**15%**	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	12,5%
Non risponde	**0%**	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

RICERCA PERSONALE – SECONDO TRIMESTRE 2019

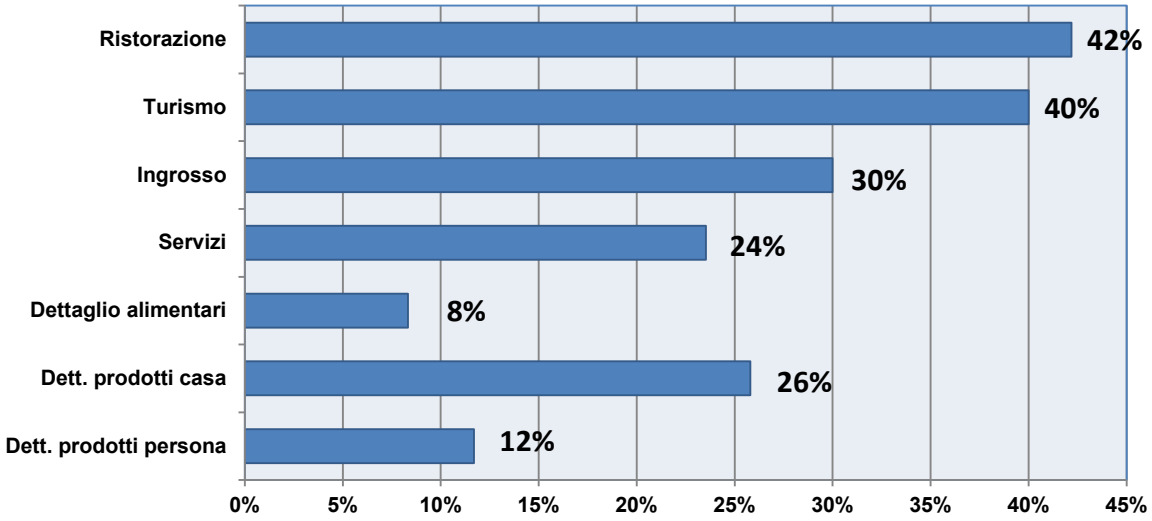
Come illustrato nel grafico successivo, il 25% delle aziende ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato è leggermente inferiore rispetto al trimestre precedente (26% nel primo trimestre 2019) e superiore allo stesso trimestre dell'anno scorso (22% secondo trimestre 2018).

Ricerca di personale



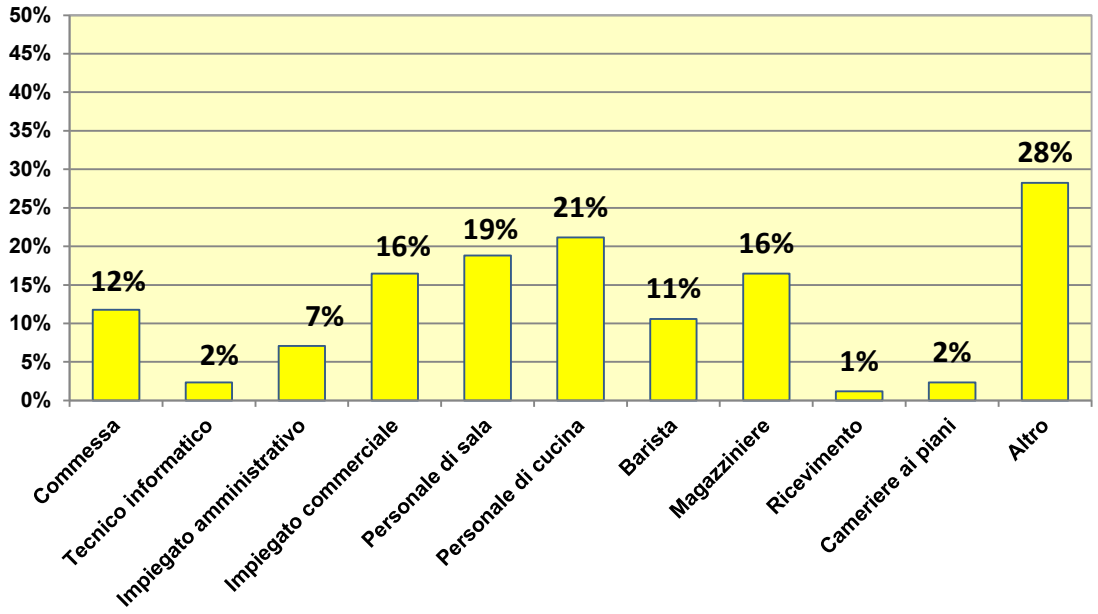
La specifica successiva mostra che il settore della ristorazione in questo secondo trimestre 2019 ha effettuato una maggiore ricerca di personale (il 42%). Seguito dal turismo (40%). Evidentemente per questioni legate alla stagionalità di queste attività. Più contenuta la ricerca negli altri settori.

Ricerca di personale per settore



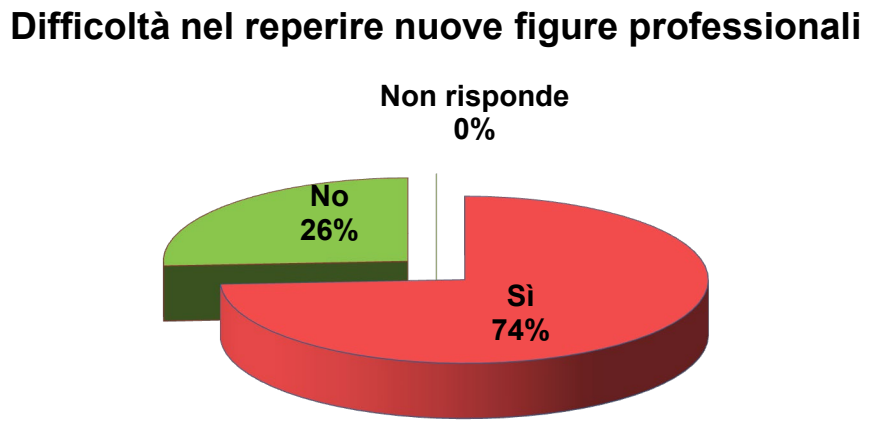
Relativamente alle **figure professionali,** quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state il personale di cucina (21%), il personale di sala (19%), l'impiegato commerciale e il magazziniere (16%), con ovvie specificità settoriali.

Figure professionali cercate

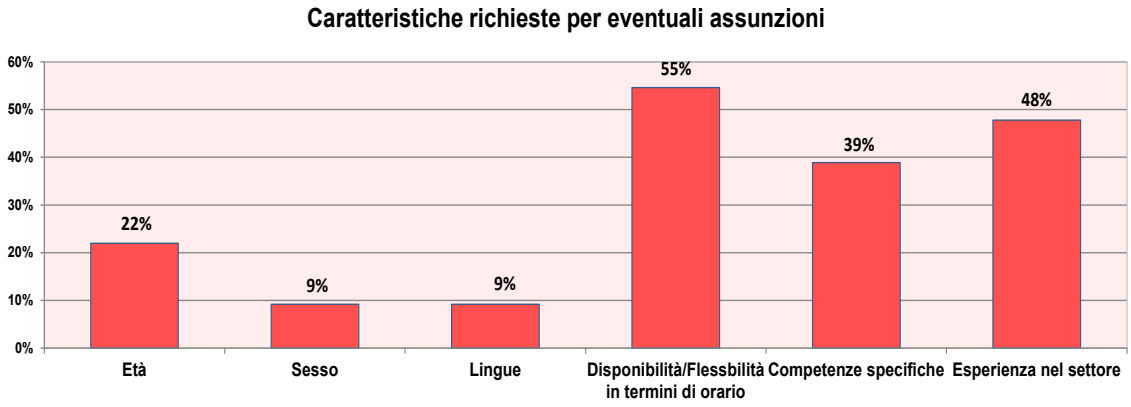


Importante, inoltre, la verifica relativa ad eventuali **difficoltà riscontrate nel reperire nuovo personale** in questo trimestre.

Tra le aziende che hanno cercato personale il 74% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (percentuale in aumento rispetto al passato: era il 59% nel secondo trimestre 2018 ed era al 60% rispetto allo scorso trimestre).

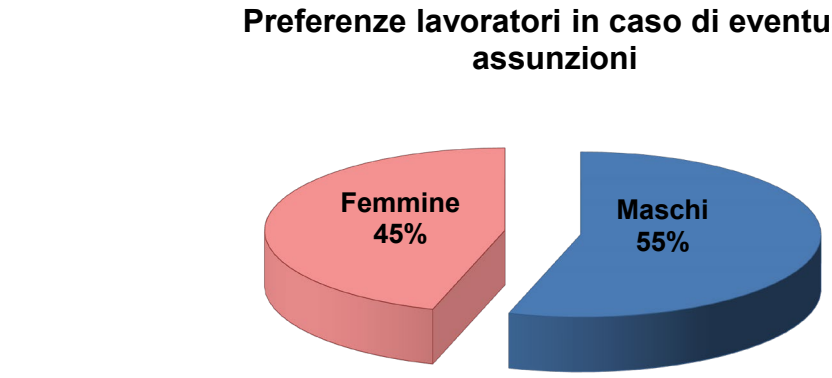


Relativamente a quali **caratteristiche** siano considerate **fondamentali per eventuali nuove assunzioni**, riportiamo di seguito la specifica delle indicazioni rilevate dall'indagine dalla quale si evince che flessibilità e disponibilità in termini di orario continuano ad essere le caratteristiche maggiormente richieste (55%), così come l'esperienza (48%).

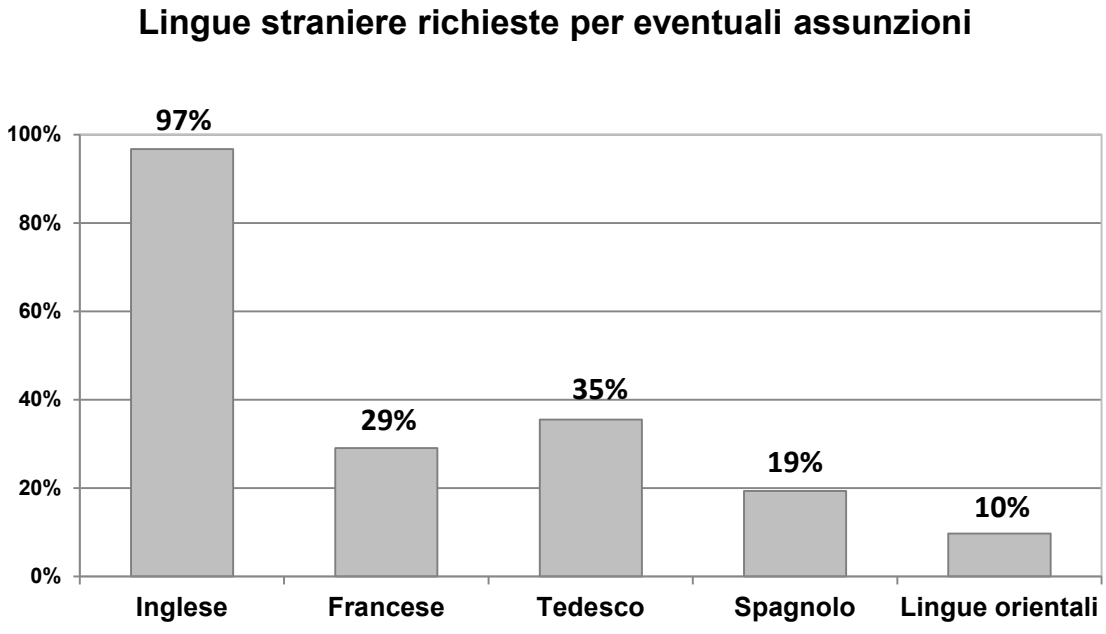


Per quanto riguarda, invece, **altre caratteristiche** ritenute importanti per eventuali nuove assunzioni:

***Sesso**:* appena il 9% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 55% esprime una preferenza nei confronti di lavoratori maschi.

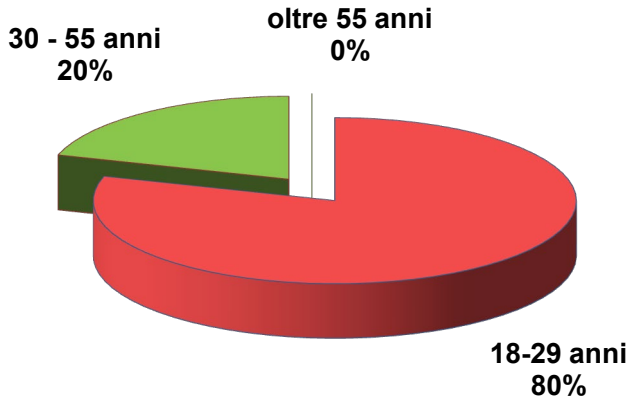


Lingue parlate: il 9% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese con il 97%, seguita dal tedesco con il 35%. Le lingue orientali si attestano attorno al 10%.



Età: il 22% 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.

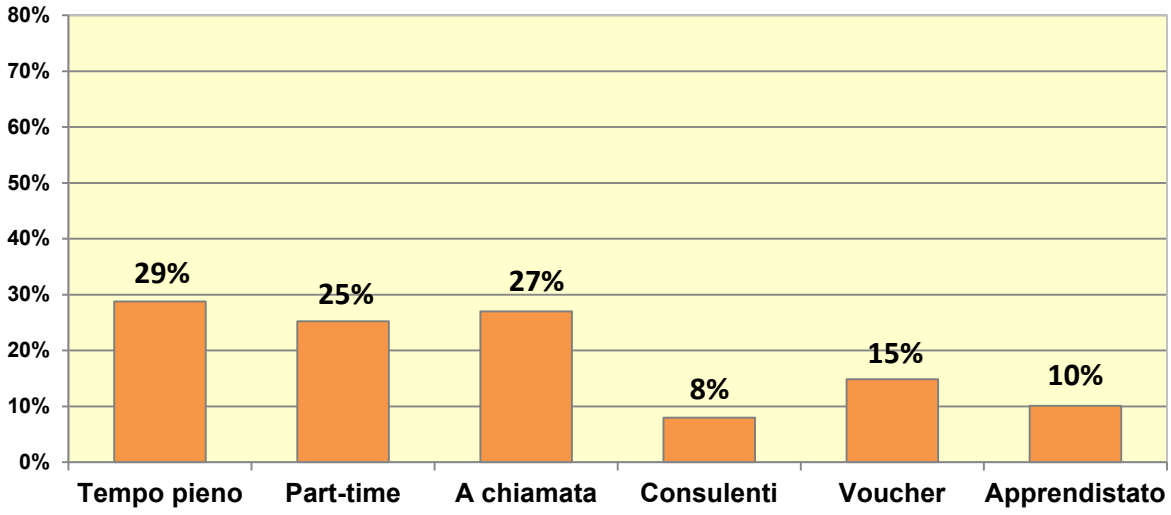
Fascia di età più idonea per eventuali assunzioni



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 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

Tempo determinato	40,2%
Tempo indeterminato	60,8%

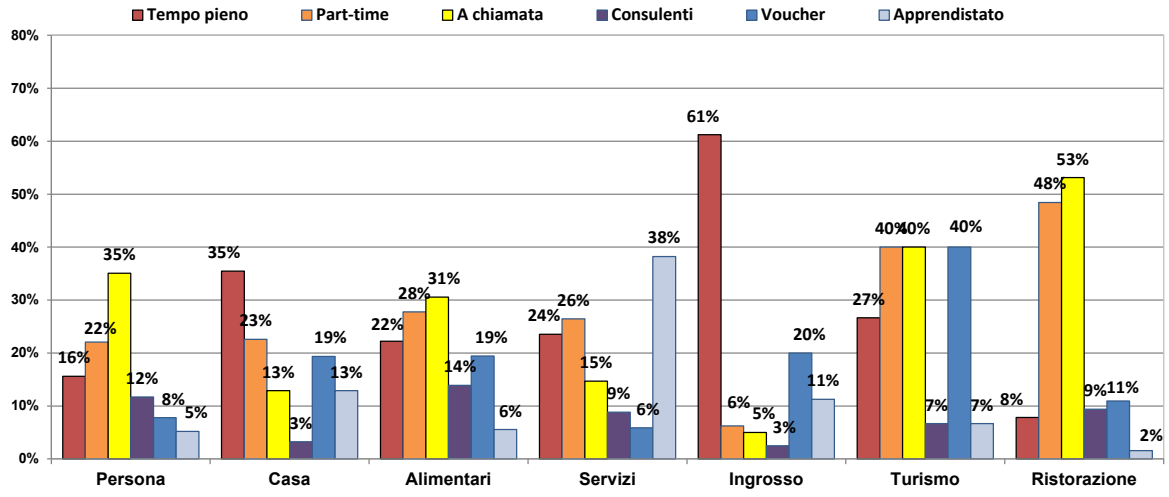
Per quanto riguarda invece il contratto part-time c'è una preponderanza di gradimento per il tempo determinato.

Specifica part time

Tempo determinato	63,5%
Tempo indeterminato	37,6%

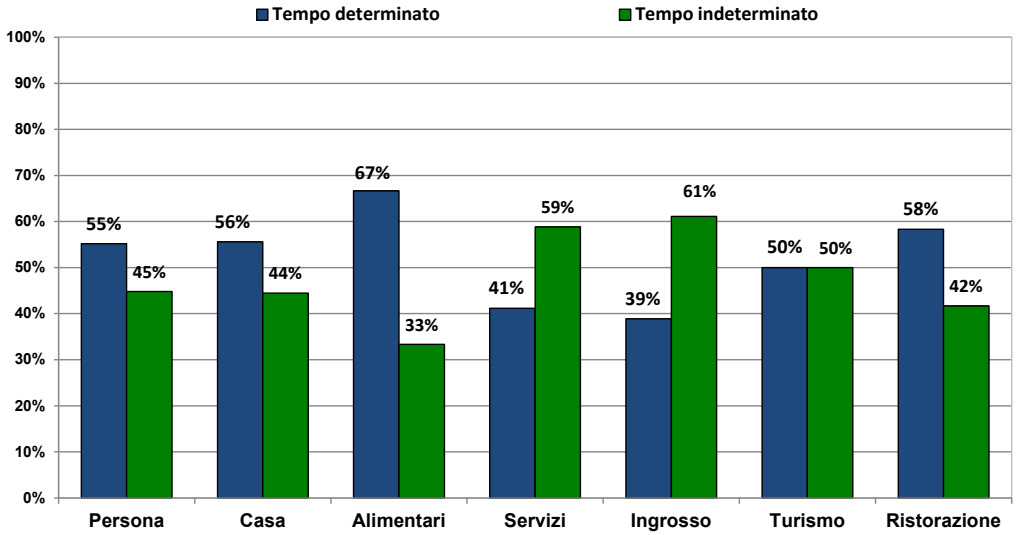
Nella specifica **per singolo settore**, appare evidente che la situazione cambia in base alle differenti esigenze settoriali. Ad esempio la ristorazione predilige il lavoro a chiamata e il part-time, mentre l'ingrosso predilige il tempo pieno. Significativo anche la preferenza di apprendisti manifestata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

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni



Il tempo determinato è preferito nel settore degli alimentari e della ristorazione, mentre nell'ingrosso e nei servizi è più gradito il tempo indeterminato.

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni

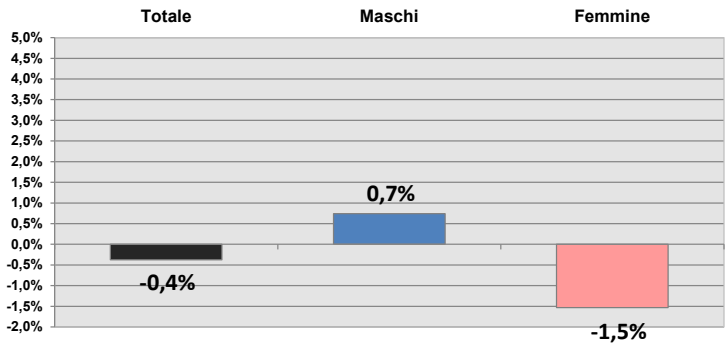


ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO II° TRIMESTRE 2019

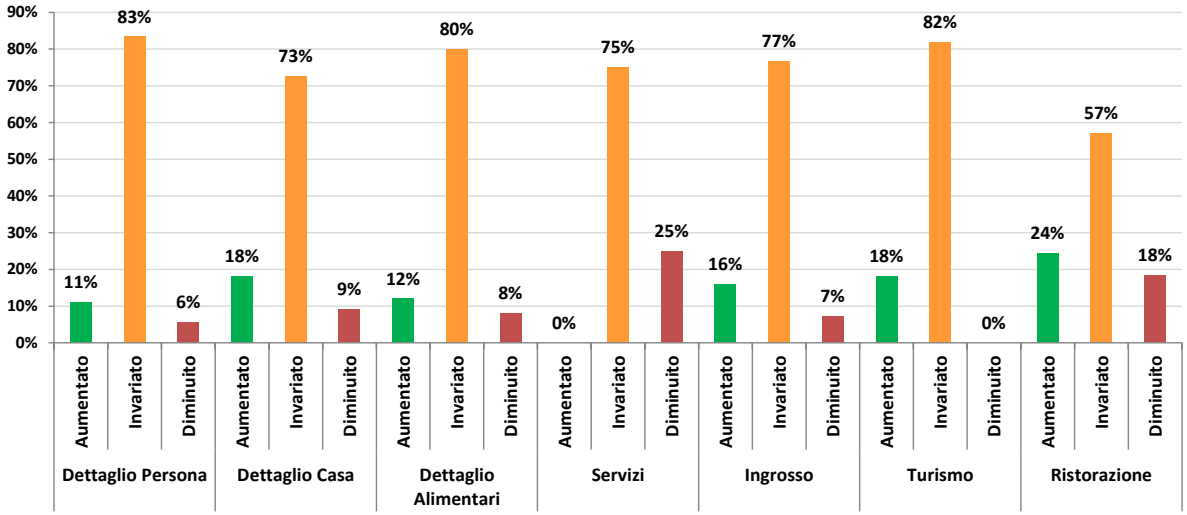
Nel presente capitolo si è ritenuto opportuno verificare **l'andamento delle assunzioni e delle cessazioni di rapporti di lavoro** dichiarate dalle aziende intervistate con riferimento al **secondo trimestre 2019**, e osservare quali figure sono state maggiormente interessate sia dalle assunzioni che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

Variazione del numero di dipendenti. La variazione percentuale del numero di dipendenti nel trimestre è stata negativa (-0,4%), tra i maschi +0,7% e tra le femmine -1,5%. Nel precedente trimestre si era osservato un +0,7%.

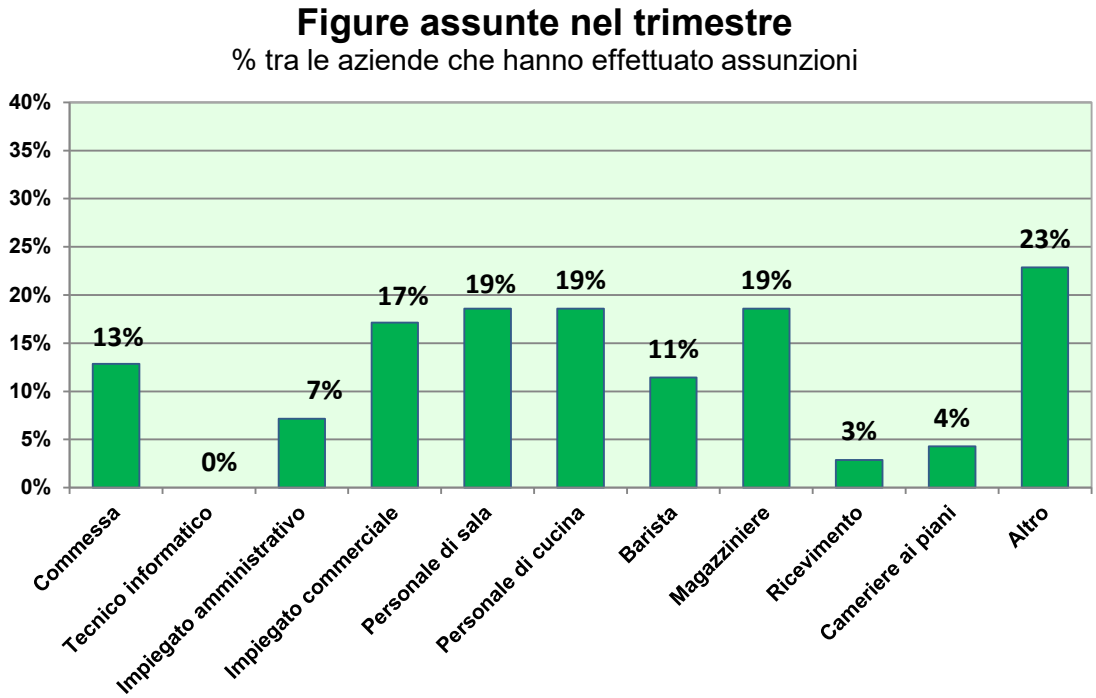
Variazione % numero di dipendenti nel trimestre



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 nei servizi e nella ristorazione. Buona la quota di aumenti nella stessa ristorazione (24%), nel turismo e dettaglio casa (18%).

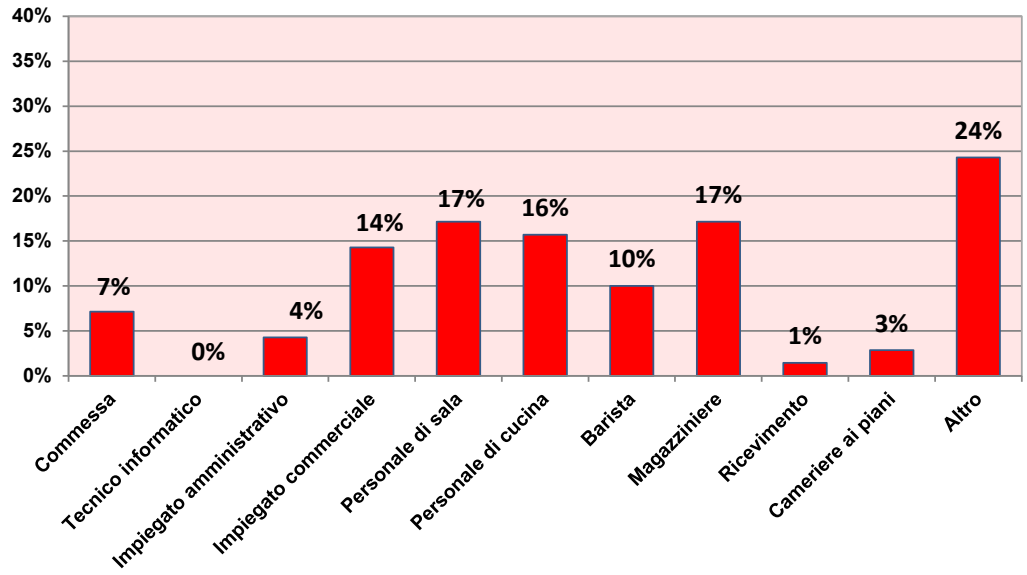


Relativamente alle **figure professionali assunte** dalle aziende nel trimestre, spiccano il personale di cucina, di sala e magazziniere (19%) seguite dall'impiegato commerciale (17%).



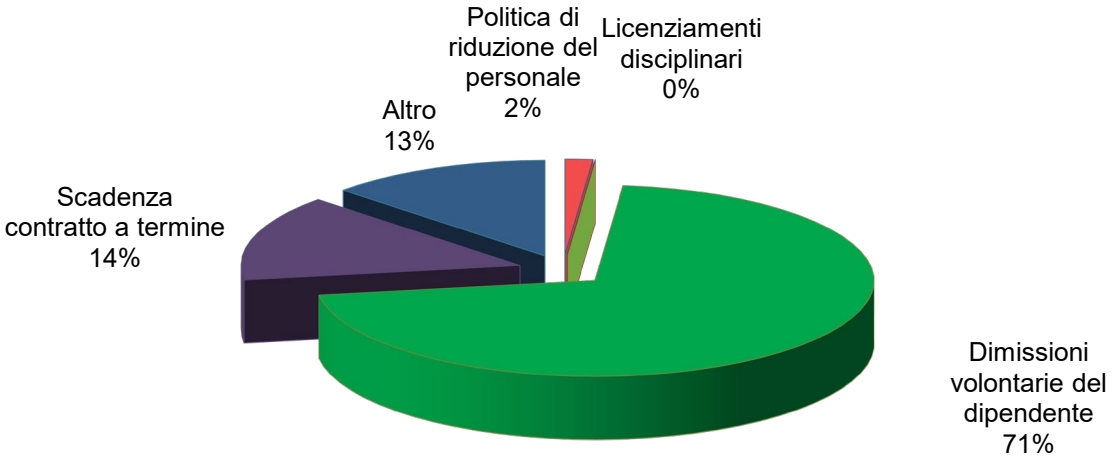
Relativamente alle **figure professionali il cui rapporto di lavoro con l'azienda è cessato** nel trimestre spiccano la commessa e il personale di sala e magazziniere (nel 17% delle aziende che hanno cessato rapporti), il personale di cucina (16%) e l'impiegato commerciale (14%).

Figure oggetto di cessazione rapporto nel trim.
% tra le aziende che hanno avuto cessazioni



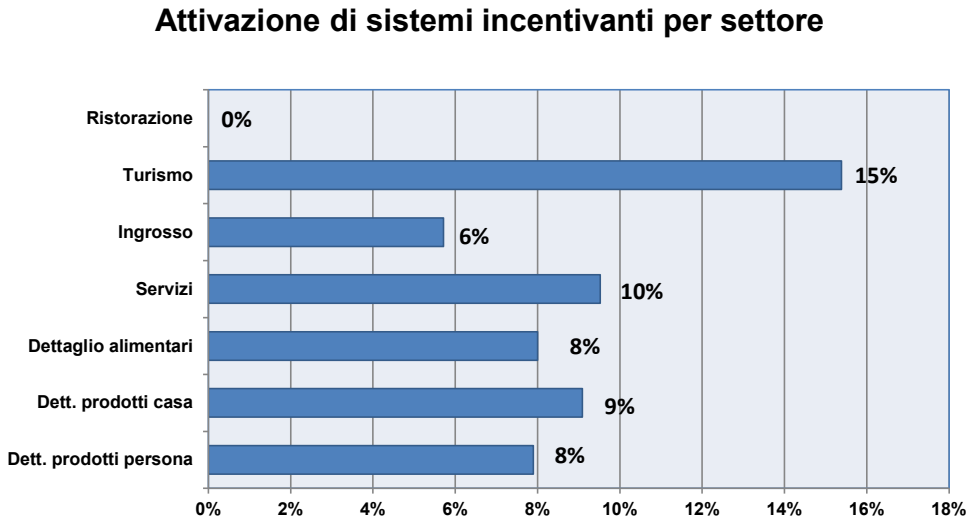
Motivi delle cessazioni di rapporto con dipendenti. I motivi alla base delle cessazioni in questo trimestre sono principalmente legate a dimissioni volontarie del dipendente (71%). Nel 14% dei casi sono dovute a scadenza contratto, mentre nel 2% per questioni disciplinari e di politica aziendale.

Motivo delle cessazioni dei rapporti di lavoro nel trimestre
% tra le aziende che hanno avuto cessazioni

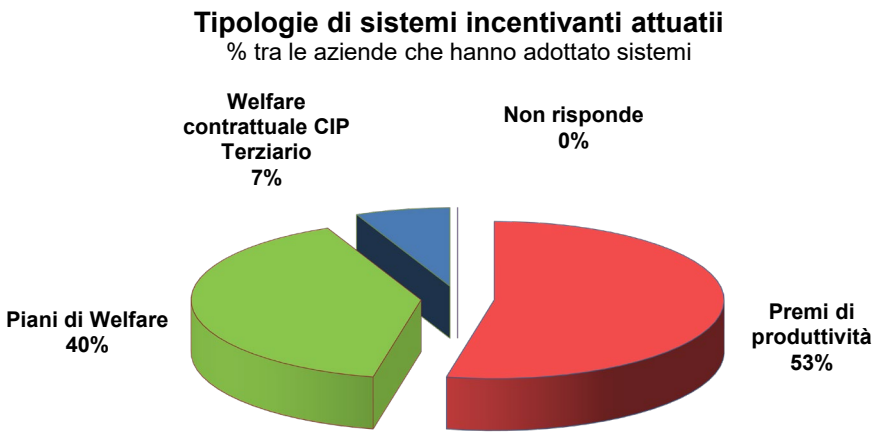


Appena il 6% delle ditte interpellate con dipendenti dichiara di aver attivato **sistemi incentivanti a favore dei dipendenti** nel trimestre.

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 53% 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	**71%**	91%	92%	54%	91%	74%	40%	-

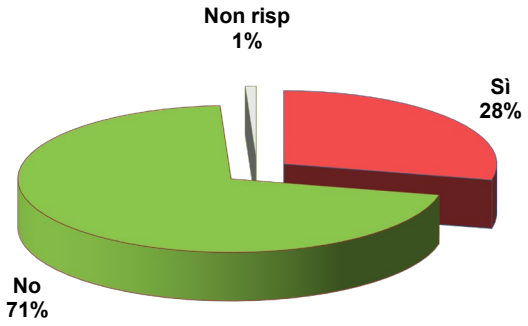
FORMAZIONE

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

Il 28% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta in diminuzione rispetto al trimestre precedente e allo stesso periodo dello scorso anno (39%).

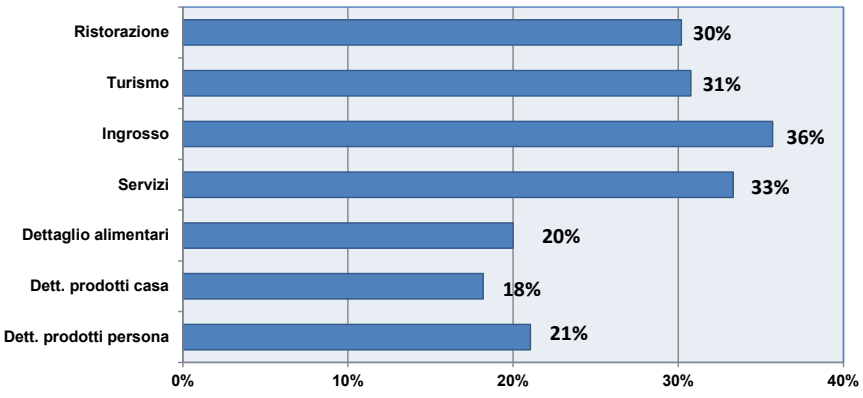
Formazione dipendenti nel trimestre

tra le aziende con dipendenti

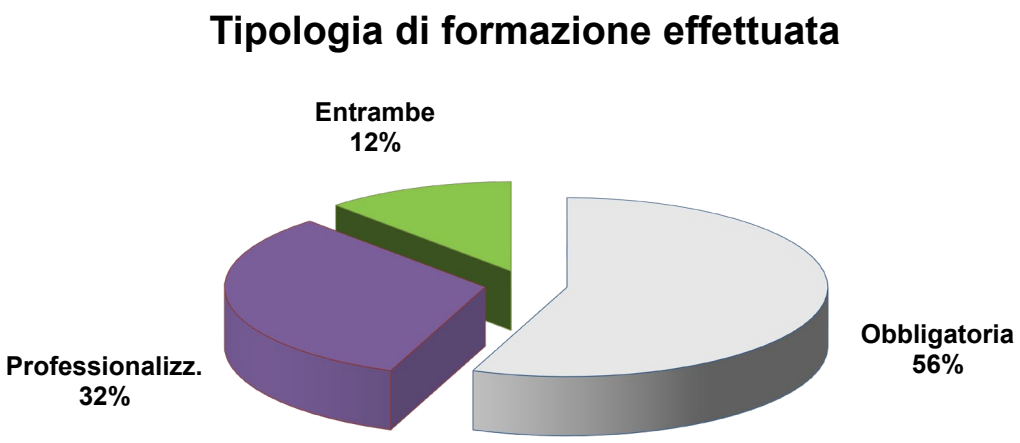


I settori che hanno maggiormente investito nella formazione in questo trimestre sono l'ingrosso (36%), i servizi (33%), la ristorazione e il turismo (30%-31%).

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 56% dei casi, professionalizzante nel 32% ed entrambe nel 12%. Rispetto al passato è aumentata la % di coloro che svolgono formazione professionalizzante o entrambe combinate.



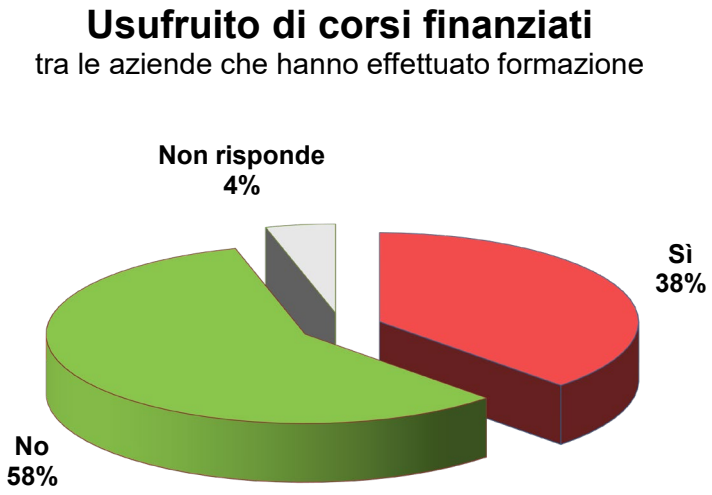
La specifica per singoli settori ci mostra come vi siano, a tale proposito, esigenze differenti. La professionalizzante è maggiore nei servizi, dettaglio per la persona, mentre l'obbligatoria nella ristorazione, nel dettaglio alimentare e nell'ingrosso.

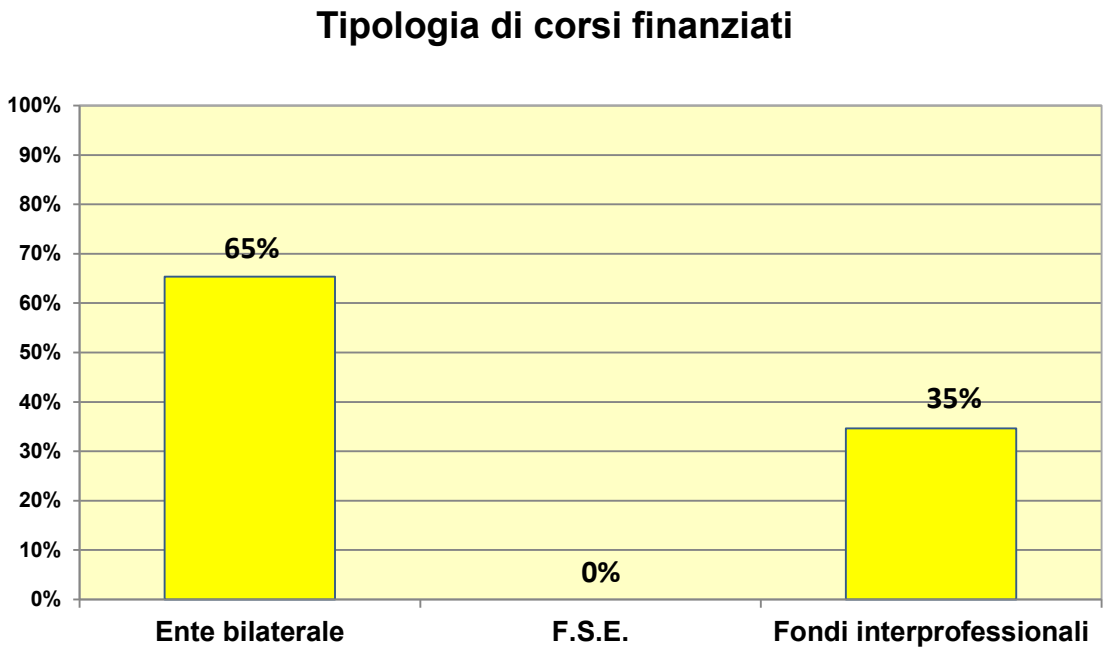
Tipologia di formazione per settore

	Obblig.	Profess.	Entrambe
Dettaglio prodotti per la persona	38%	63%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	50%	50%	0%
Dettaglio di alimentari	60%	0%	40%
Servizi	43%	43%	14%
Comm. all'ingrosso	60%	28%	8%
Turismo	25%	50%	25%
Ristorazione	69%	19%	13%

Il numero di ore per singola azienda con dipendenti è di 21,1 ore per la formazione obbligatoria e 30,7 ore per quella professionalizzante.

Corsi finanziati. I corsi finanziati (il 38% 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 (65%), dato in aumento rispetto al trimestre precedente (64%). In aumento anche quelli con fondi interprofessionali (35%) rispetto al trimestre precedente (10%), e infine i corsi FSE.



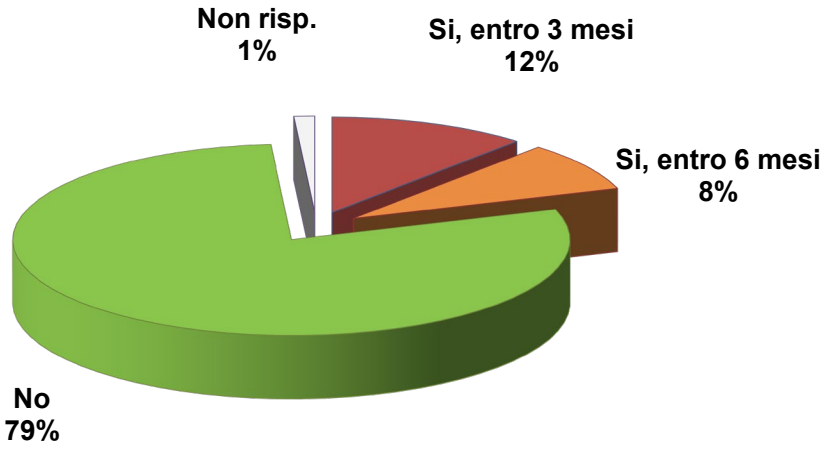


INTENZIONI FUTURE

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 il 12% delle aziende interpellate ha intenzione di aumentare il personale nei prossimi 3 mesi, e un ulteriore 8% nei successivi 3 mesi. Con riferimento al prossimo trimestre tale intenzione risulta più marcata tra le aziende della ristorazione (16%), nei servizi e nel commercio all'ingrosso (15%).

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	6%	92%	1%
Dettaglio di prodotti per la casa	10%	90%	0%
Dettaglio di alimentari	6%	94%	0%
Servizi	15%	85%	0%
Comm. all'ingrosso	15%	84%	1%
Turismo	13%	73%	13%
Ristorazione	16%	84%	0%

Intenzione di ridurre il numero di dipendenti: il 6% delle aziende con dipendenti (dato in linea con lo stesso trimestre del 2018), ha intenzione di effettuare riduzioni di personale nel prossimo trimestre, e il 5% nel trimestre successivo.

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

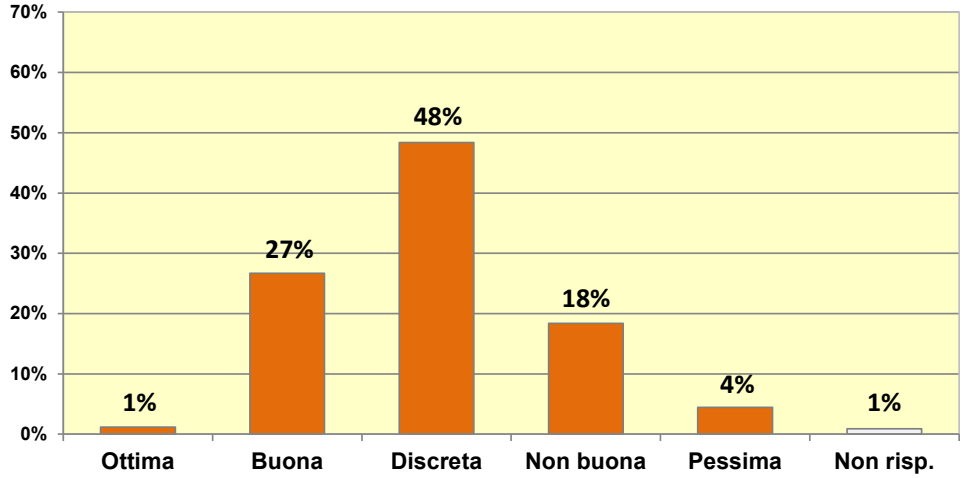
	SI	NO	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	8%	92%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	100%	0%
Dettaglio di alimentari	4%	96%	0%
Servizi	5%	95%	0%
Comm. all'ingrosso	4%	93%	3%
Turismo	8%	85%	8%
Ristorazione	8%	88%	4%

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 giugno 2019 viene definita "discreta" dal 48% delle ditte interpellate, "buona o ottima" dal 28% mentre il 22% 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 +10 al 31 marzo 2019 e a +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 (34%)
- quelle con fatturato medio o basso (39%)
- quelle senza dipendenti (44%).

Situazione economica per settore

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	0%	16%	49%	29%	5%	1%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	29%	48%	16%	3%	3%
Dettaglio di alimentari	0%	36%	39%	25%	0%	0%
Servizi	0%	29%	47%	18%	6%	0%
Comm. all'ingrosso	3%	34%	53%	9%	3%	0%
Turismo	7%	33%	40%	13%	0%	7%
Ristorazione	2%	22%	50%	17%	9%	0%

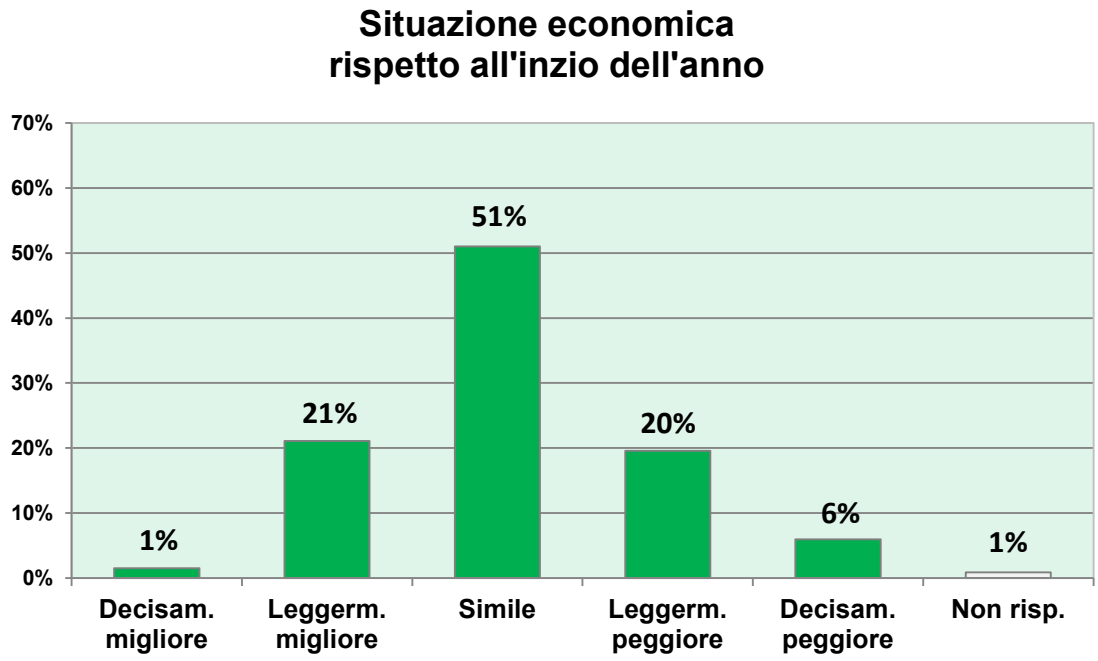
Situazione economica per fascia di fatturato

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Meno di 250 mila €	0%	17%	42%	31%	8%	1%
250 mila €-500 mila €	2%	30%	58%	6%	4%	0%
500 mila €-1 milione €	3%	35%	44%	15%	3%	0%
oltre 1 milione €	2%	37%	51%	11%	0%	0%

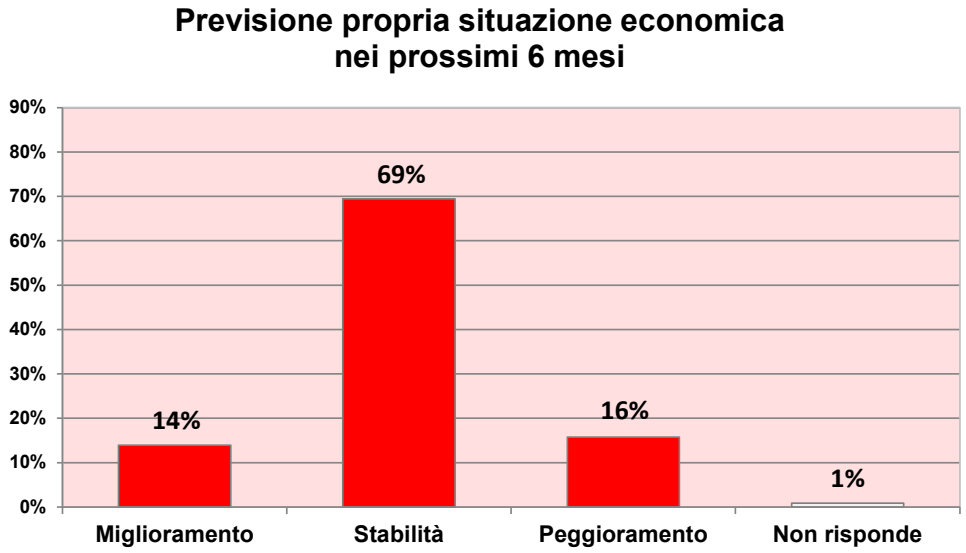
Situazione economica per numero dipendenti

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Nessun dipendente	**1%**	**9%**	**43%**	**34%**	**10%**	**2%**
Con dipendenti	**1%**	**34%**	**50%**	**12%**	**2%**	**0%**
1 - 5 dipendenti	0%	30%	49%	17%	3%	1%
6 - 10 dipendenti	0%	38%	50%	10%	2%	0%
11 - 49 dipendenti	5%	38%	55%	2%	0%	0%
50 o più dipendenti	0%	43%	43%	14%	0%	0%

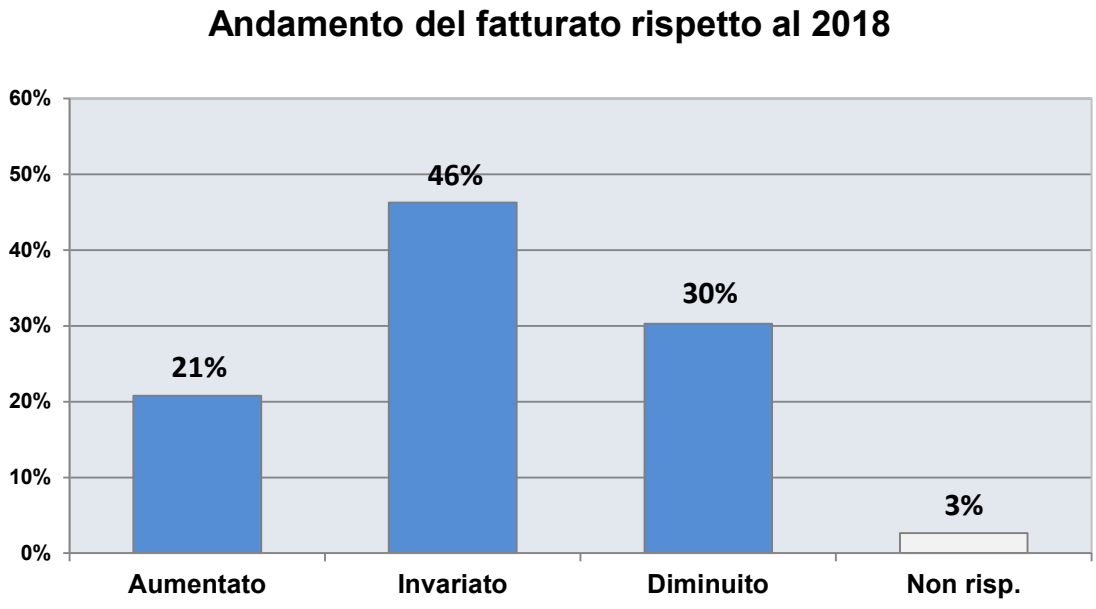
Situazione economica rispetto ad inizio anno. Nei primi sei mesi dell'anno le aziende ritengono che la propria situazione economica sia prevalentemente rimasta invariata (il 51%). In lieve aumento le aziende che la ritengono migliorata (22%) mentre coloro che la ritengono peggiorata sono il (26%).



Previsioni per i prossimi 6 mesi. Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 69%), l'14% prevede un miglioramento e il 16% un peggioramento.

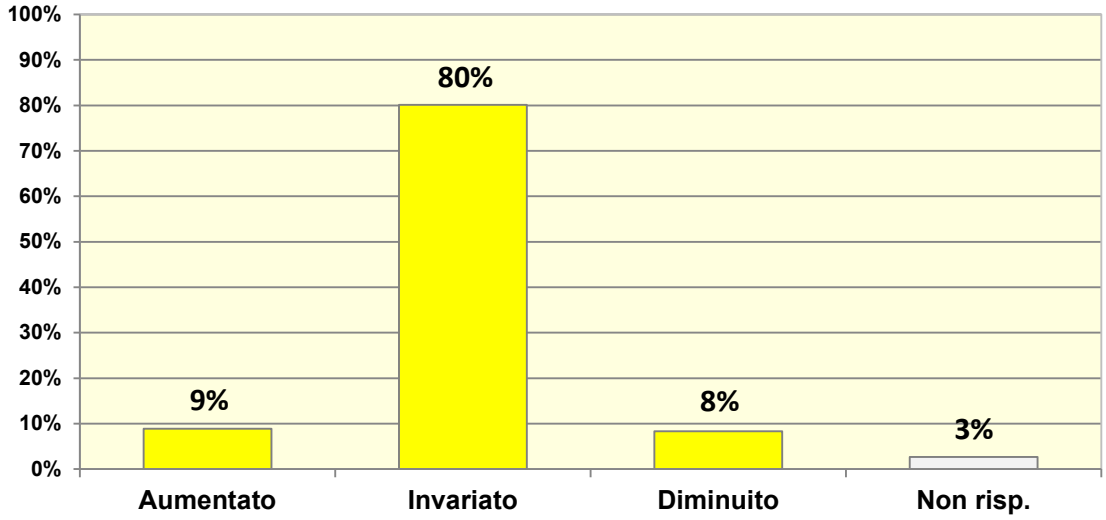


Andamento dei fatturati. Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno prevalentemente dichiarato che nei primi sei mesi del 2019, rispetto allo stesso periodo del 2018, il loro fatturato è rimasto invariato (nel 46%) mentre è diminuito nel 30% dei casi e aumentato nel 21%. La variazione media dei fatturati è comunque negativa (-1,3%).

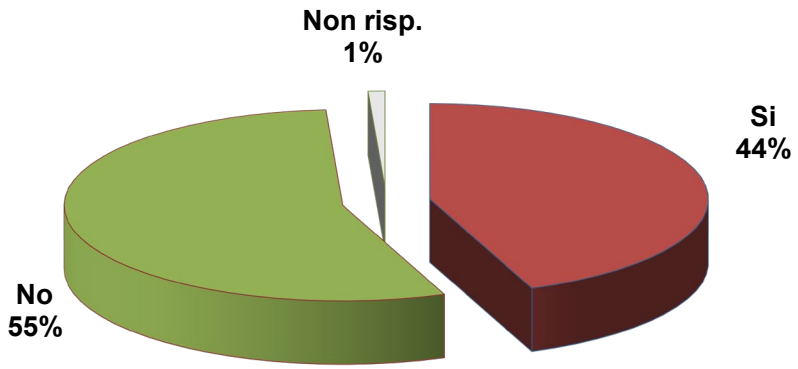


Prezzi e ordini. Nei primi sei mesi del 2019 le aziende hanno mantenuto invariati i prezzi applicati alla clientela e, nel 44% dei casi hanno ridotto gli ordini.

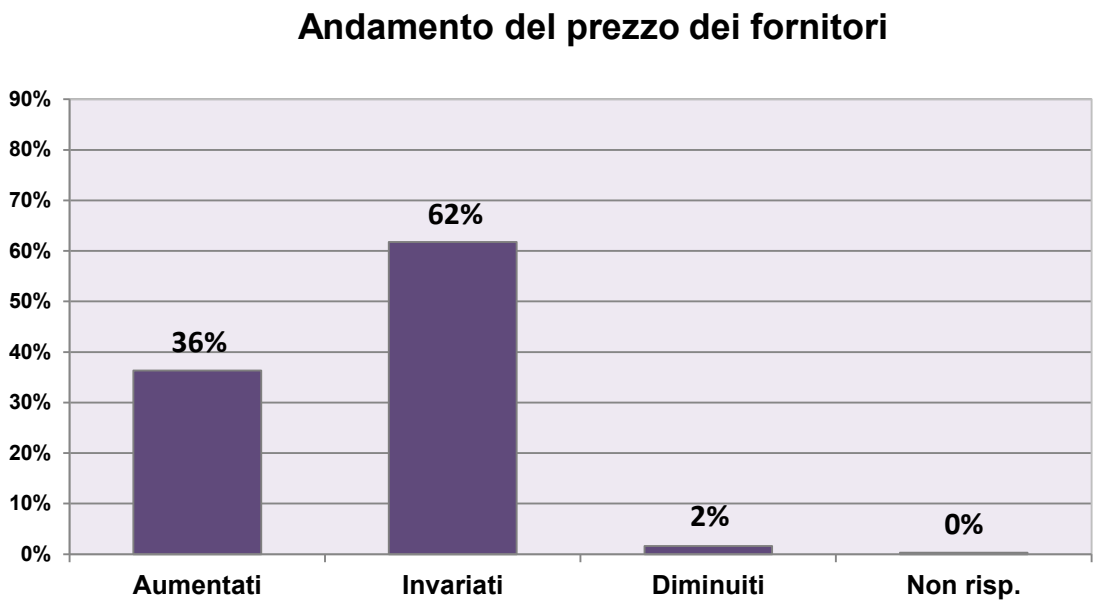
Andamento del ricarico dei prezzi applicati

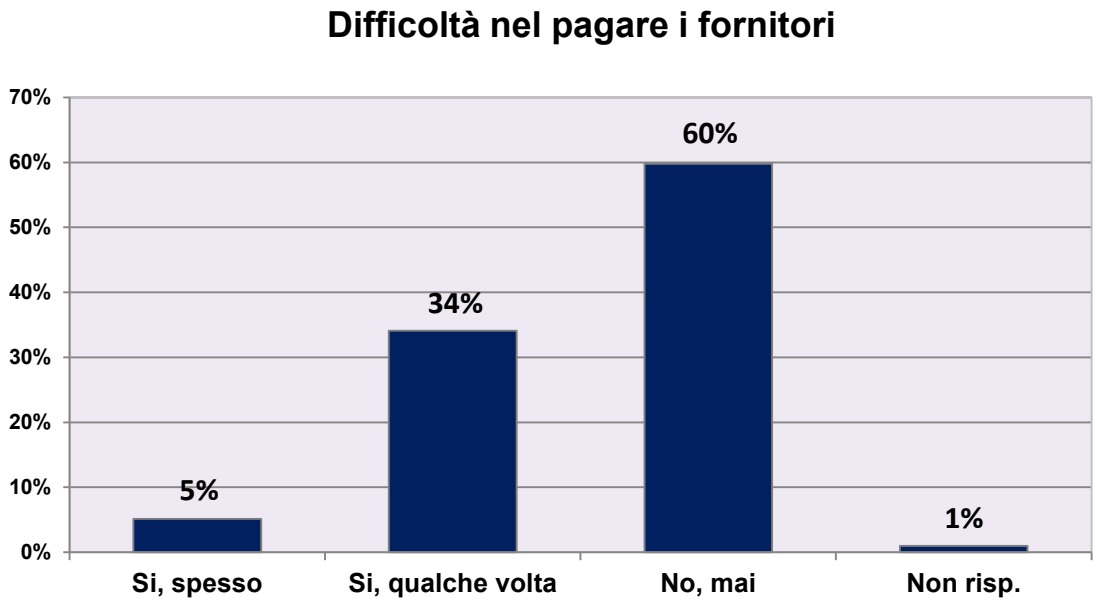


Politica di riduzione degli ordini



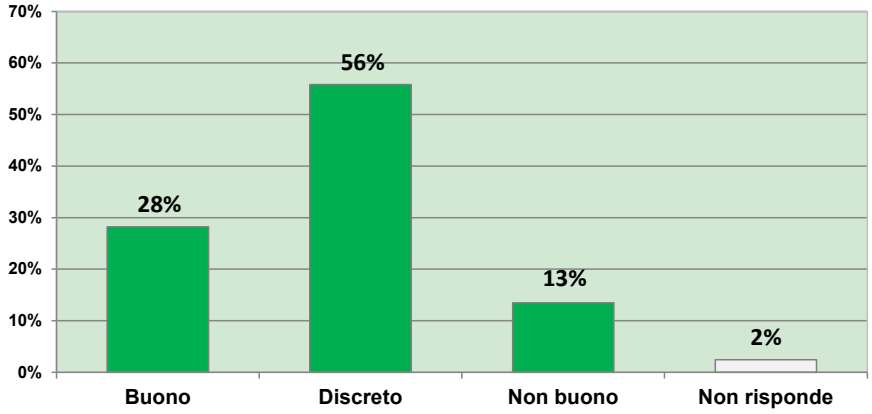
Fornitori. Per quanto riguarda i fornitori, il 36% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori siano aumentati nei primi sei mesi dell'anno (nel restante 62% dei casi sono rimasti invariati). La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 39% (percentuale rimasta invariata nell'ultimo anno).



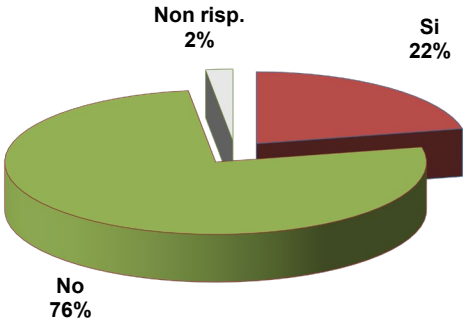


Ricorso al credito. Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 56% ha un discreto rapporto, il 28% buono ed il 13% non buono. Il 22% delle intervistate è ricorso al credito nel trimestre (leggermente inferiore con il 24% osservato un anno fa) e di questi il 26% ha rilevato negli Istituti di credito dei comportamenti ostacolanti (percentuale diminuita rispetto allo stesso periodo di un anno fa 32%).

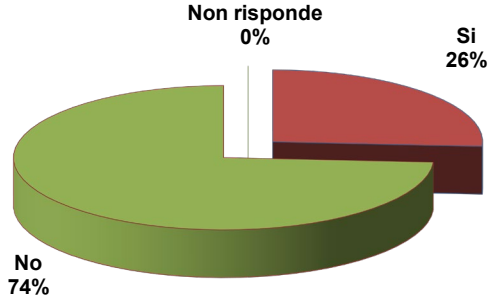
Rapporto con le banche



Ricorso al credito nel trimestre

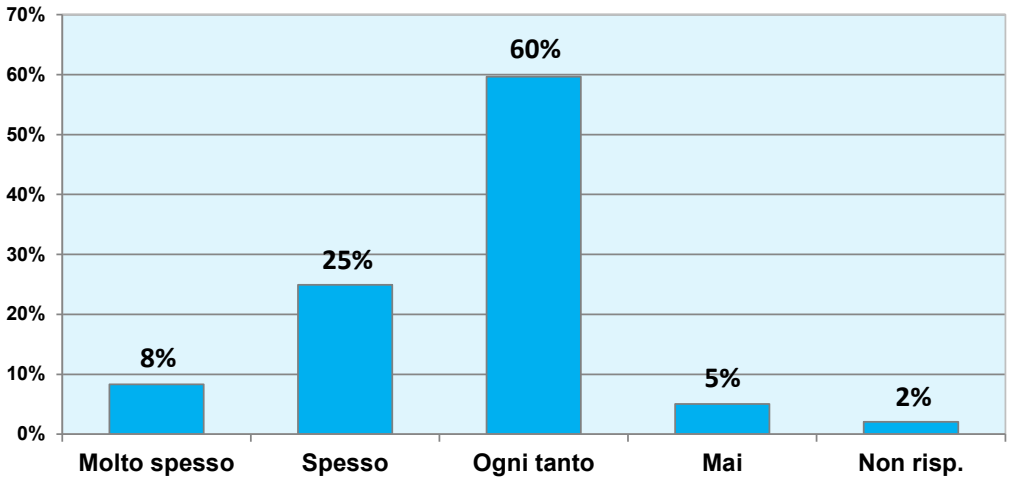


Assistito a comportamenti ostacolanti
tra le aziende ricorse al credito



Difficoltà della clientela: nel 93% dei casi le aziende che hanno risposto al questionario hanno rilevato alcuni comportamenti della loro clientela che possono essere sintomo di difficoltà economica quali ad esempio la richiesta di sconti (sporadici nel 60% e negli altri casi più frequenti).

Difficoltà economica osservata tra la clientela



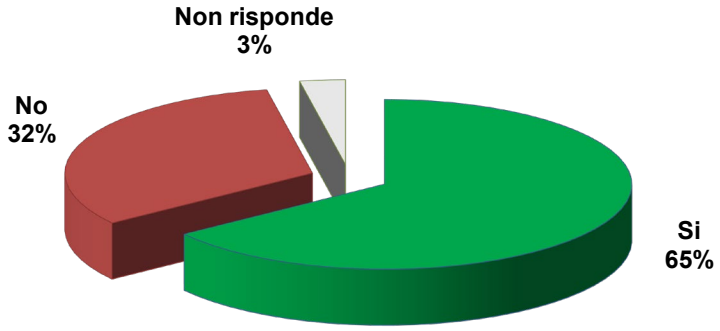
Strategie attuate: infine si è voluto indagare su quali strategie stanno attuando le aziende interpellate per far fronte all'attuale periodo di difficoltà economica. Ne è emerso che le modalità maggiormente utilizzate sono, per questo trimestre, l'aumento dei servizi, l'offerta di nuovi prodotti e la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

Strategie attuate

Fidelizzazione della clientela abituale	47,5%
Offerta di nuovi prodotti	45,1%
Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria	39,5%
Aumento dei servizi offerti alla clientela	39,5%
Applicazione di sconti / riduzione dei prezzi applicati	26,4%
Rinnovo dei locali	24,9%
Investimento nella formazione del titolare/personale	16,9%
Diversificazione dei propri orari di apertura rispetto al passato	8,0%
Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri	3,3%
Altro	1,5%

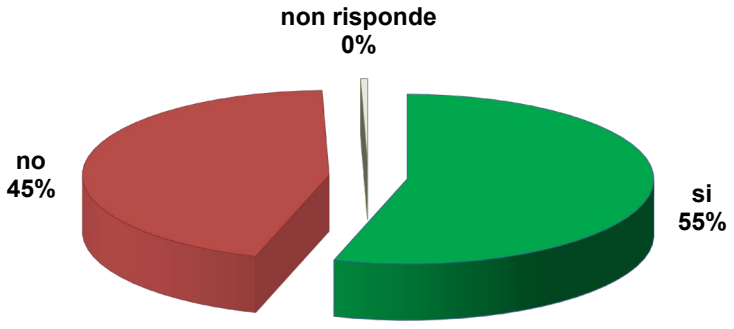
Utilizzo di sistemi di promozione on-line: il 65% delle aziende intervistate utilizza sistemi di promozione on-line (es. Facebook, sito internet …). I settori più attivi in tal senso sono il turismo (93,3%), i servizi (79,4%) e il dettaglio per la casa (71,0%).

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	**65,0%**	64,9%	71,0%	41,7%	79,4%	58,8%	93,3%	68,8%

Nel 55% dei casi questi sistemi sono **a pagamento**.

Sistemi di promozione on line a pagamento