

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

ANNO 2019

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 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).

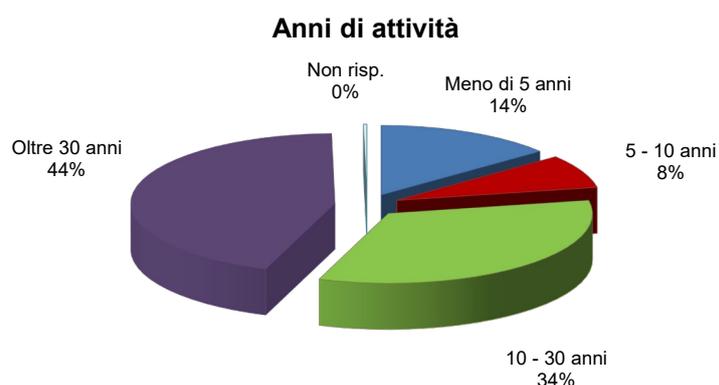
CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

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

Fascia di fatturato: il campione del trimestre è costituito per il 40% da aziende "piccole" (ossia con fatturato inferiore a € 250 mila), per il 29 % da aziende "medie" (ossia con fatturato tra € 250 mila e € 1 milione e per il 30% da aziende "grandi" (ossia con fatturato superiore a 1 milione).



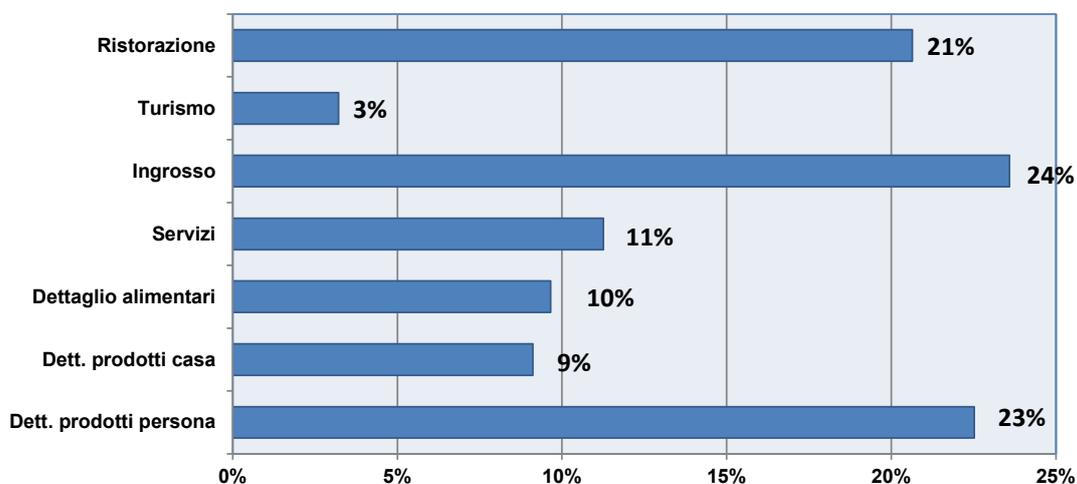
Anni attività: la maggioranza delle aziende è in attività da diversi anni: precisamente il 34% da 10-30 anni e il 44% da oltre 30 anni. Le aziende giovani (in attività da meno di 5 anni) sono appena il 14% del campione.



Attività prevalente: il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (42% dei rispondenti) seguito dal commercio all'ingrosso (24%). Seguono ristorazione (21%), servizi (11%) 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:

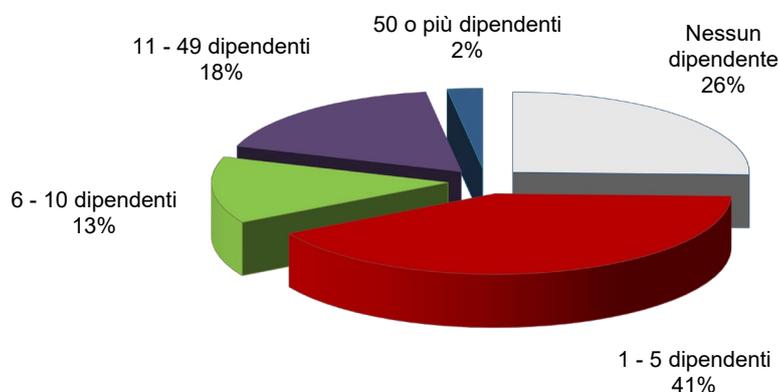
1. commercio al dettaglio di prodotti per la persona (23%);
2. commercio al dettaglio alimentari(10%);
3. commercio al dettaglio per la casa (9%).

Attività prevalente



Numero di dipendenti: il 26% delle aziende rispondenti non ha dipendenti, mentre il restante 74% ha almeno un dipendente (tra questi la maggioranza, il 41%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 13% ne ha tra 6 e 10, il 18% tra 11 e 49).

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 frequenti nel settore dell'ingrosso (91%), nella ristorazione (87%) e nel turismo (83%).

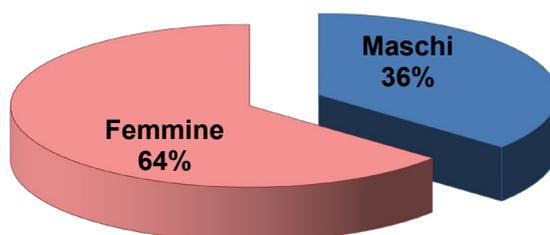
Classe di dipendenti per settore

| | Dettaglio Persona | Dettaglio Casa | Dettaglio Alimentari | Servizi | Ingrosso | Turismo | Ristoraz. |
|--------------------------|-------------------|----------------|----------------------|---------|----------|---------|-----------|
| Nessun dipendente | 48% | 21% | 36% | 36% | 9% | 17% | 13% |
| Con dipendenti | 52% | 79% | 64% | 64% | 91% | 83% | 87% |
| 1 - 5 dipendenti | 45% | 50% | 31% | 48% | 28% | 42% | 49% |
| 6 - 10 dipendenti | 4% | 15% | 11% | 5% | 23% | 17% | 18% |
| 11 - 49 dipendenti | 2% | 12% | 19% | 10% | 35% | 25% | 18% |
| 50 o più dipendenti | 1% | 3% | 3% | 2% | 5% | 0% | 1% |

CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI

Per quanto riguarda il **sexso** dei dipendenti, rilevato dalla presente indagine, si evidenzia una discontinuità con quanto registrato nei vari trimestri passati, ossia un sostanziale maggioranza tra dipendenti di sesso femminile (64%) rispetto a quelli di sesso maschile (36%), mentre fino alle scorse rilevazioni si era osservato un rapporto di sostanziale equilibrio.

Sesso dei dipendenti



In tutti i settori si riscontra una prevalenza di dipendenti femminile, ad eccezione dell'ingrosso (63% maschi) e il dettaglio prodotti per la casa (59% maschi).

Sesso dei dipendenti per settore

| | Dettaglio Persona | Dettaglio Casa | Dettaglio Alimentari | Servizi | Ingrosso | Turismo | Ristoraz. |
|------------------|-------------------|----------------|----------------------|---------|----------|---------|-----------|
| % Maschi | 33% | 59% | 28% | 25% | 63% | 41% | 35% |
| % Femmine | 67% | 41% | 72% | 75% | 37% | 59% | 65% |

Nel campione il **part-time** costituisce il **58,6% del totale dei dipendenti**, dato in forte aumento sia rispetto allo stesso trimestre del 2018 (erano il 25,6%) sia nel trimestre precedente dove i dipendenti con part-time erano il 28,4%.

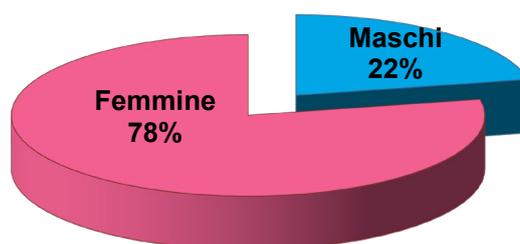
Il settore che ha utilizzato di meno questa tipologia contrattuale in questo trimestre è l'ingrosso (19%).

Percentuale dipendenti part-time per settore

| TOTALE | Dettaglio Persona | Dettaglio Casa | Dettaglio Alimentare | Servizi | Ingrosso | Turismo | Ristorazione |
|--------|-------------------|----------------|----------------------|---------|----------|---------|--------------|
| 58,6% | 42,0% | 26,7% | 33,1% | 83,3% | 19,0% | 37,6% | 51,8% |

Il dato relativo al part-time evidenzia che questa tipologia di contratto riguarda maggiormente le donne (il 78% dei dipendenti part-time è di sesso femminile).

Dipendenti Part - Time



Complessivamente appena il 6,2% 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).

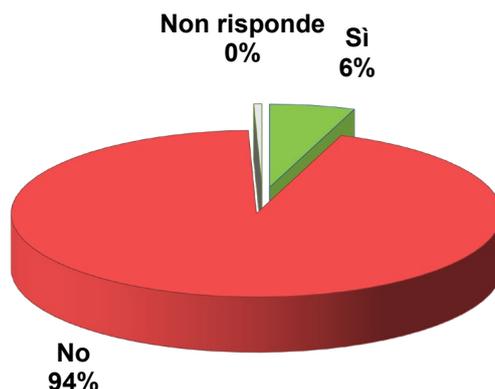
Impiego dei voucher per settore

| | TOTALE | Dettaglio Persona | Dettaglio Casa | Dettaglio Alimentare | Servizi | Ingrosso | Turismo | Ristoraz. |
|---------------------------------------|--------|-------------------|----------------|----------------------|---------|----------|---------|-----------|
| % aziende | 6,2% | 8,3% | 5,9% | 5,6% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 13,0% |
| n. medio lavorat. a voucher impiegati | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,3 |

ALTERNANZA SCUOLA LAVORO – QUARTO TRIMESTRE 2019

Continua la rilevazione iniziata lo scorso trimestre relativa all'alternanza scuola-lavoro. Come illustrato nel grafico successivo, il 6% 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 commercio al dettaglio prodotti per la casa (11,8%) e alimentari (11,1%) sono i settori che, in questo trimestre, hanno ospitato studenti in misura maggiore. 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 | 6,0% | 6,0% | 11,8% | 11,1% | 4,8% | 0,0% | 8,3% | 6,5% |

Prevalentemente le aziende hanno ospitato uno studente (il 71% di quelle che hanno ospitato) e per più di 9 settimane (nel 29% dei casi). 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 | 71% | 100% | 75% | 50% | 100% | - | 100% | 40% |
| 2 studenti | 29% | 0% | 25% | 50% | 0% | - | 0% | 60% |
| 3 studenti | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | - | 0% | 0% |
| Più di 3 studenti | 0% | 0% | 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 | Ingresso | Turismo | Ristoraz. |
|---------------------|--------|----------------------|-------------------|-------------------------|---------|----------|---------|-----------|
| 1 settimana | 5% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | - | 0,0% | 0,0% |
| 2 settimane | 10% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | - | 0,0% | 20,0% |
| 3 settimane | 5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | - | 0,0% | 20,0% |
| 4 settimane | 19% | 20,0% | 25,0% | 25,0% | 0,0% | - | 100,0% | 0,0% |
| 5 settimane | 0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | - | 0,0% | 0,0% |
| 6 settimane | 5% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | - | 0,0% | 0,0% |
| 7 settimane | 10% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | - | 0,0% | 0,0% |
| 8 settimane | 5% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | - | 0,0% | 0,0% |
| 9 settimane | 5% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | - | 0,0% | 0,0% |
| Più di 9 settimane | 29% | 20,0% | 50,0% | 25,0% | 50,0% | - | 0,0% | 40,0% |
| <i>Non risponde</i> | 10% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | - | 0,0% | 20,0% |

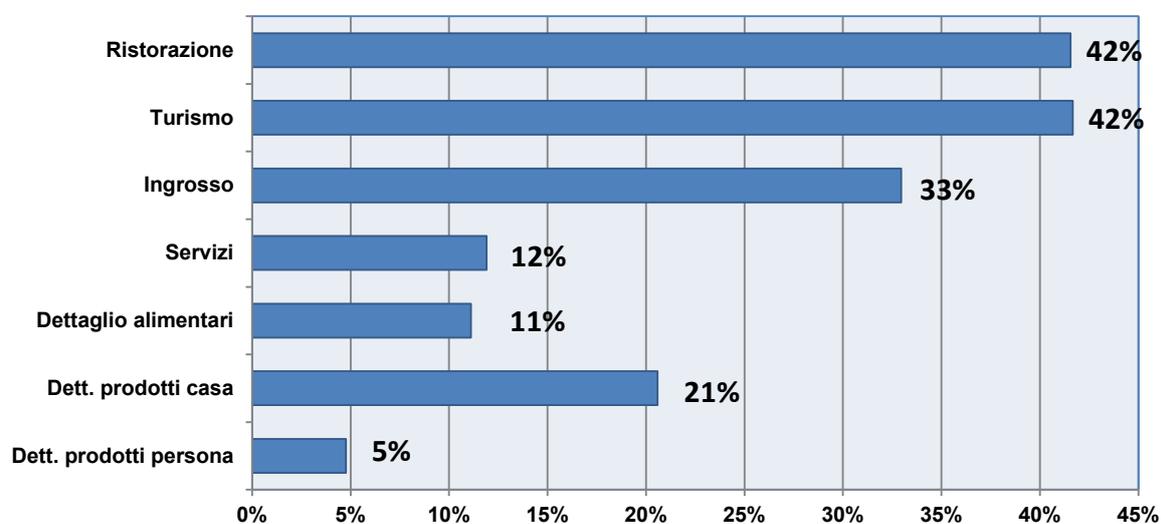
RICERCA PERSONALE – QUARTO TRIMESTRE 2019

Come illustrato nel grafico successivo, il 23% delle aziende ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato è leggermente superiore rispetto al trimestre precedente (20% nel terzo trimestre 2019) e in linea con lo stesso trimestre dell'anno scorso (22% quarto trimestre 2018).



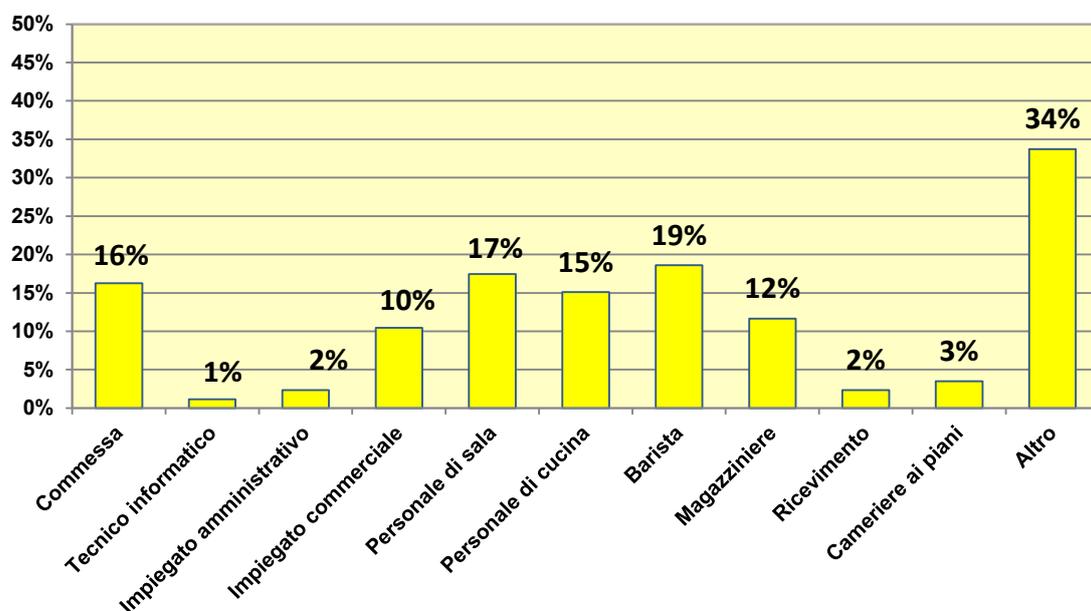
La specifica successiva mostra che il settore del turismo e della ristorazione in questo quarto trimestre 2019 ha effettuato una maggiore ricerca di personale (il 42%), evidentemente per questioni legate alla stagionalità di queste attività, seguite dal commercio all'ingrosso (33%). Più contenuta la ricerca negli altri settori.

Ricerca di personale per settore



Relativamente alle **figure professionali**, quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state quelle del barista (19%), il personale di sala (17%) e la commessa (16%), con ovvie specificità settoriali.

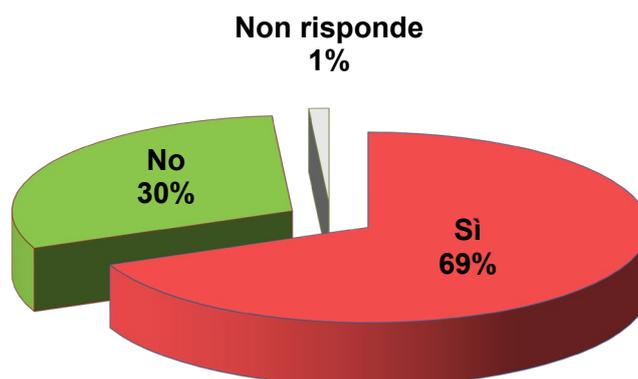
Figure professionali cercate



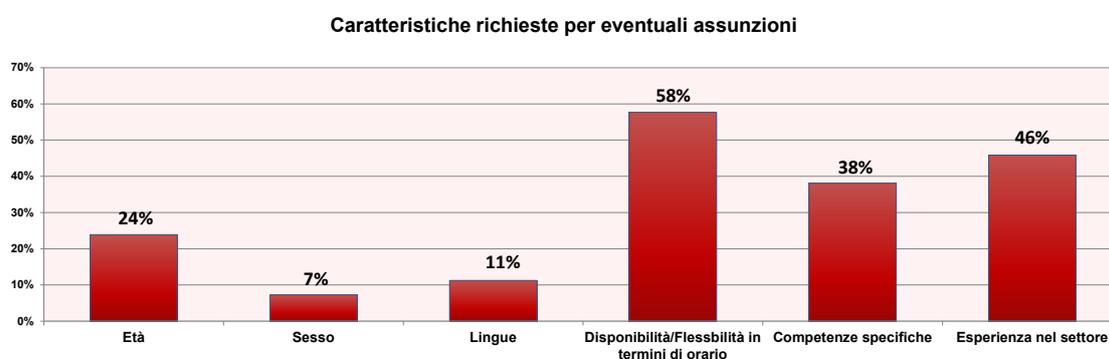
Importante, inoltre, la verifica relativa ad eventuali **difficoltà riscontrate nel reperire nuovo personale** in questo trimestre.

Tra le aziende che hanno cercato personale il 69% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (percentuale in linea rispetto al quarto trimestre 2018 quando era il 67% e con lo scorso trimestre quando era 68%).

Difficoltà nel reperire nuove figure professionali



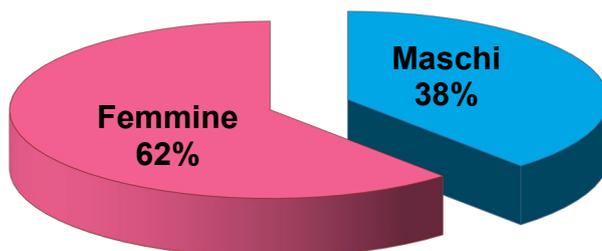
Relativamente a quali **caratteristiche** siano considerate **fondamentali per eventuali nuove assunzioni**, riportiamo di seguito la specifica delle indicazioni rilevate dall'indagine dalla quale si evince che flessibilità e disponibilità in termini di orario continuano ad essere le caratteristiche maggiormente richieste (58%), così come l'esperienza (46%).



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

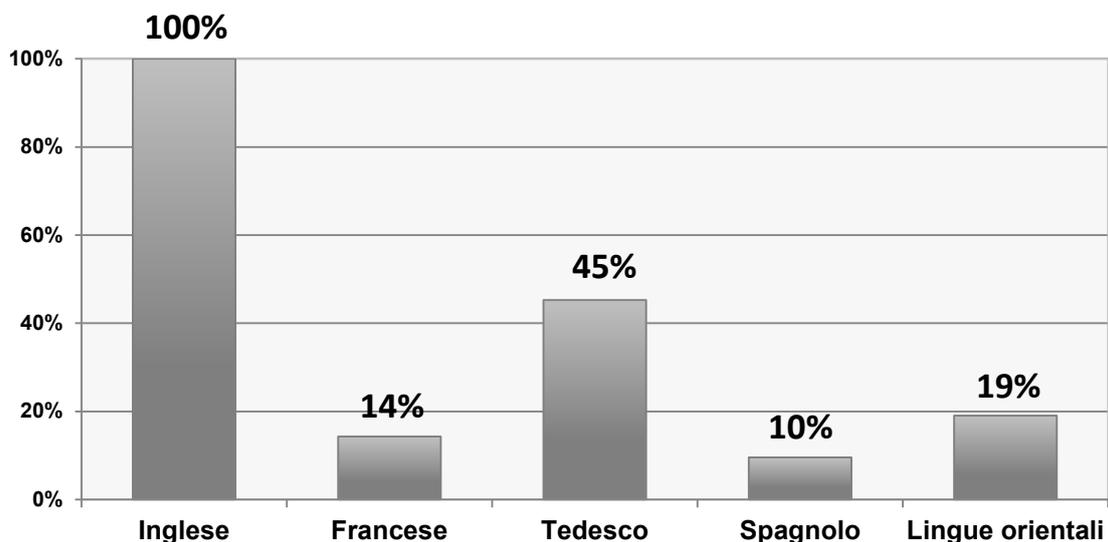
Sesso: appena il 7% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 62% esprime una preferenza nei confronti di lavoratrici.

Preferenze lavoratori in caso di eventuali assunzioni



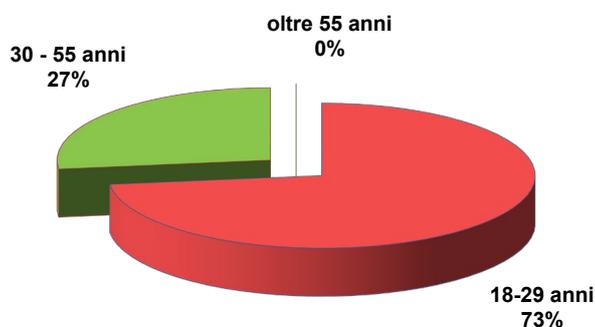
Lingue parlate: l'11% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese (100%), seguita dal tedesco con il 45%. Le lingue orientali si attestano attorno al 19%.

Lingue straniere richieste per eventuali assunzioni



Età: il 24% dà importanza alla fascia d'età, e tra queste la grande maggioranza (73%) predilige la fascia dai 18 ai 29 anni, per il 27% è invece più idonea un'età compresa tra 30 e 55 anni, non si ritiene più idonea un'età oltre 55 anni.

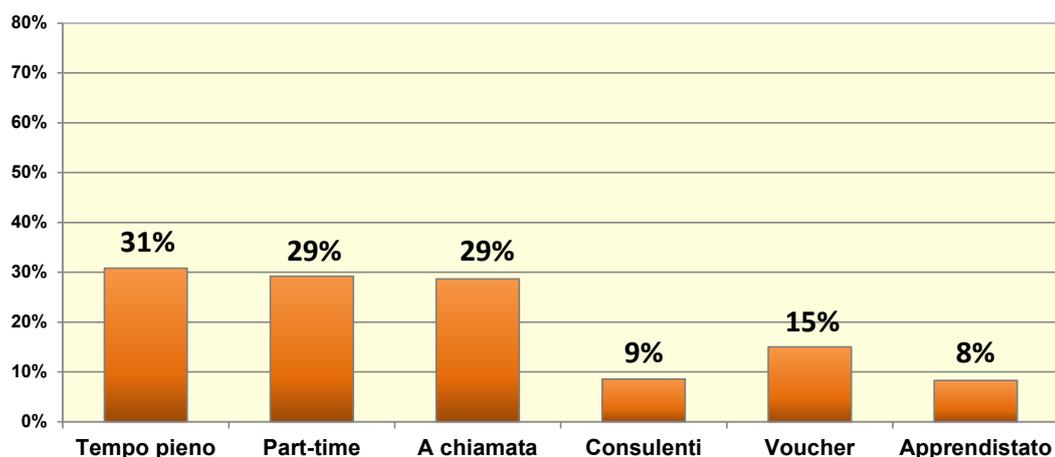
Fascia di età più idonea per eventuali assunzioni



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, quasi con la medesima percentuale, 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 | 33,0% |
| Tempo indeterminato | 64,3% |

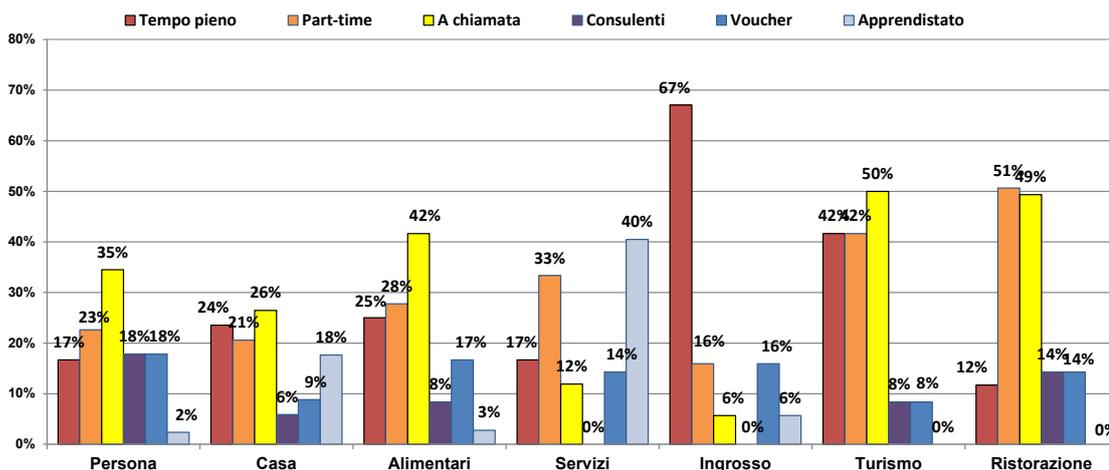
Per quanto riguarda invece il contratto part-time c'è una preponderanza di gradimento per il tempo determinato.

Specifica part time

| | |
|----------------------------|-------|
| Tempo determinato | 61,5% |
| Tempo indeterminato | 37,6% |

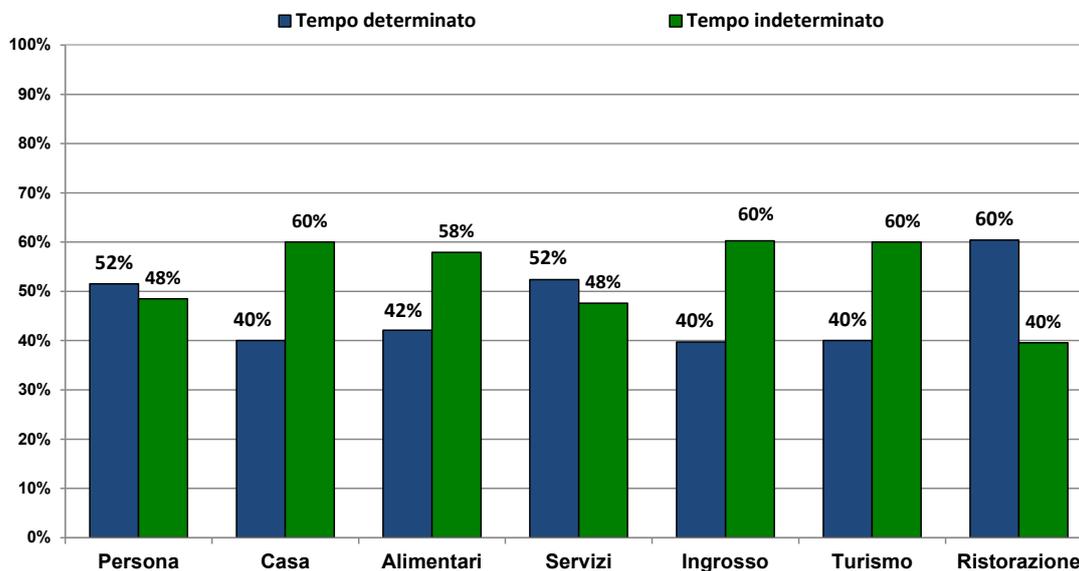
Nella specifica **per singolo settore**, appare evidente che la situazione cambia in base alle differenti esigenze settoriali. Ad esempio nella ristorazione si predilige il lavoro a chiamata e il part-time, mentre l'ingrosso predilige il tempo pieno. Significativo anche la preferenza di apprendisti manifestata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

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni



Il tempo determinato è preferito nel settore della ristorazione, mentre nel turismo, nell'ingrosso e nel dettaglio per la casa è più gradito il tempo indeterminato.

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni

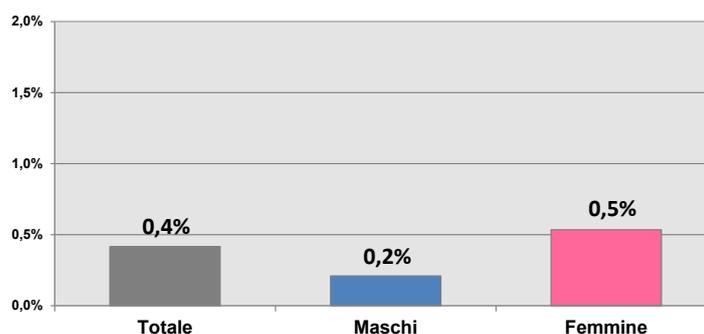


ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO IV° TRIMESTRE 2019

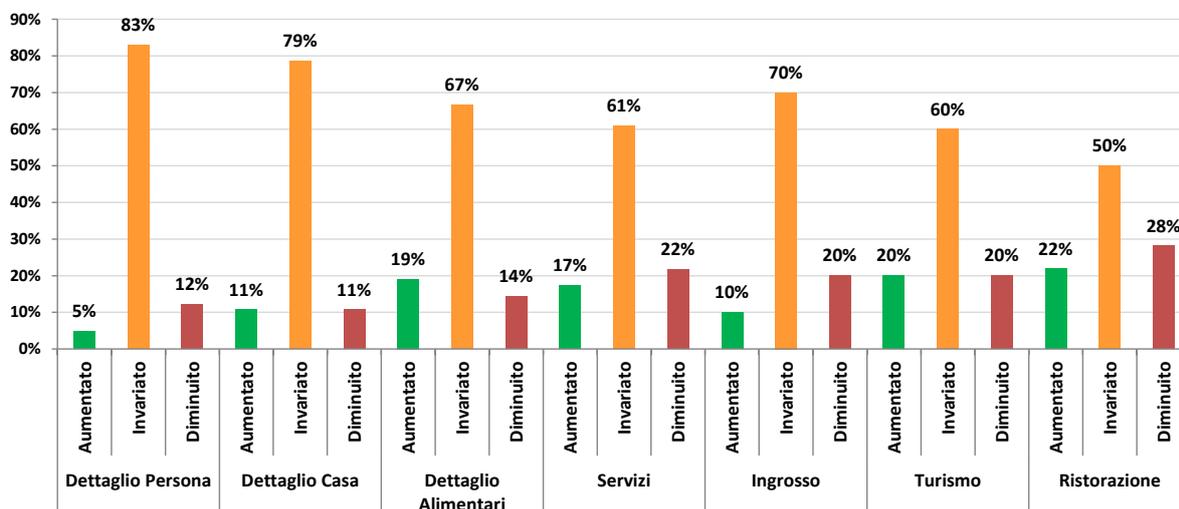
Nel presente capitolo si è ritenuto opportuno verificare **l'andamento delle assunzioni e delle cessazioni di rapporti di lavoro** dichiarate dalle aziende intervistate con riferimento al **quarto trimestre 2019**, e osservare quali figure sono state maggiormente interessate sia dalle assunzioni che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

Variazione del numero di dipendenti. La variazione percentuale del numero di dipendenti nel trimestre è stata positiva (+0,4%), percentuale stabile tra i maschi e tra le femmine. Nel precedente trimestre si era osservato un +0,6%.

Variazione % numero di dipendenti nel trimestre

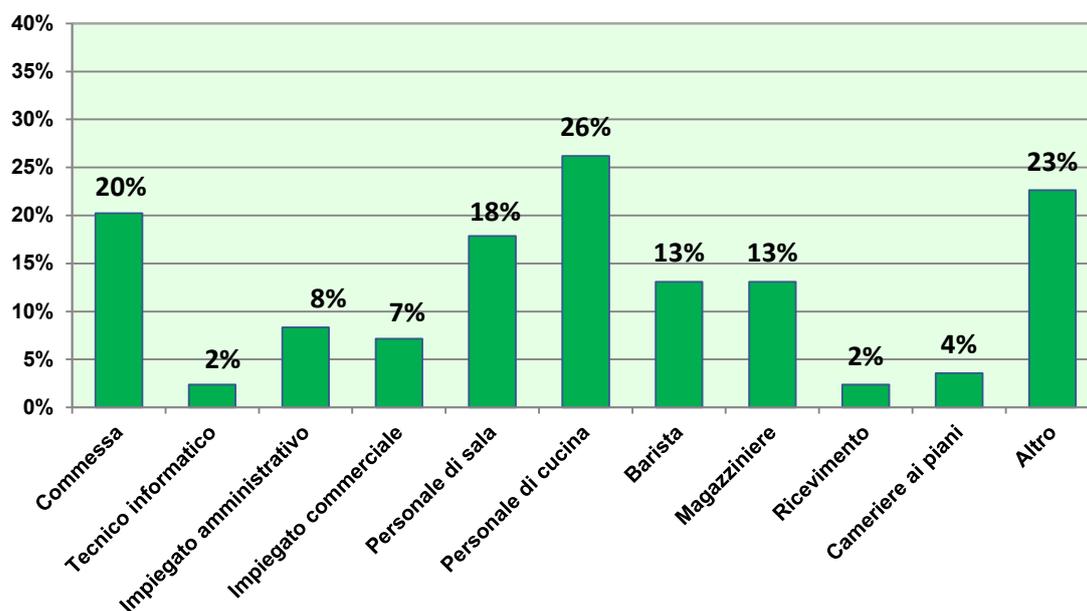


La specifica dei settori ci mostra notevoli differenze nei vari settori circa l'andamento dei dipendenti. In tutti i settori è prevalente la stabilità, mentre i casi di diminuzione sono stati più frequenti nei servizi e nella ristorazione. Buona la quota di aumenti nella stessa ristorazione (22%), nel turismo (20%) e dettaglio alimentare (19%).



Relativamente alle **figure professionali assunte** dalle aziende nel trimestre, spiccano il personale di cucina (26%) e commessa (20%) seguite dal personale di sala (18%), barista e magazziniere (13%), cameriere ai piani (4%), e ricevimento (2%).

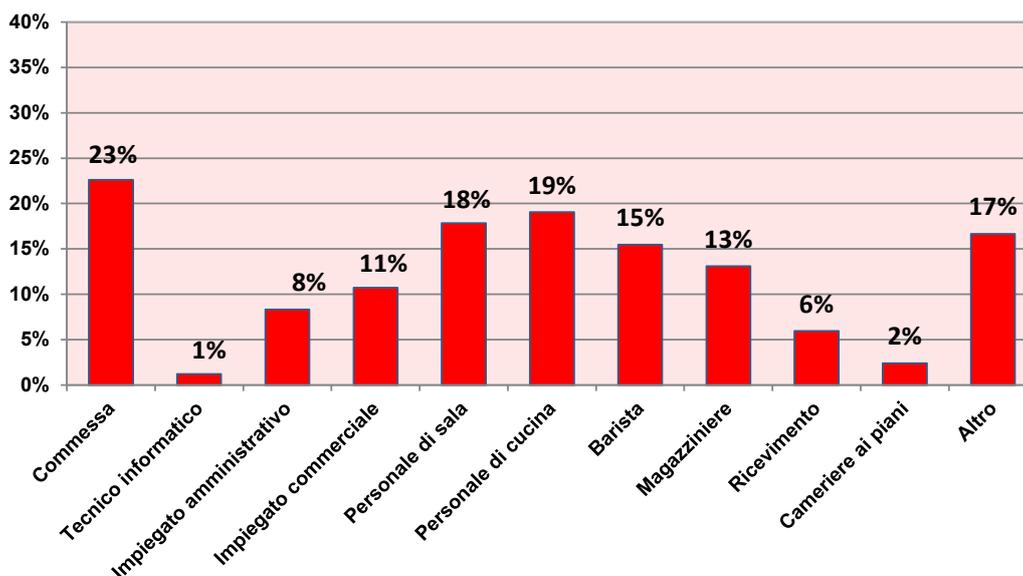
Figure assunte nel trimestre
% tra le aziende che hanno effettuato assunzioni



Relativamente alle **figure professionali il cui rapporto di lavoro con l'azienda è cessato** nel trimestre spiccano la commessa (23%), il personale di cucina (19%) delle aziende che hanno cessato rapporti, il personale di sala (18%) e barista (15%).

Figure oggetto di cessazione rapporto nel trim.

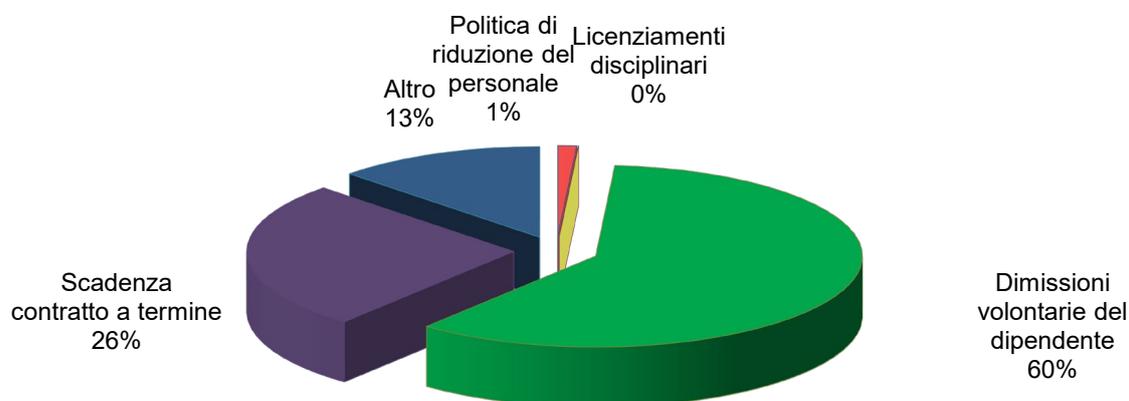
% tra le aziende che hanno avuto cessazioni



Motivi delle cessazioni di rapporto con dipendenti. I motivi alla base delle cessazioni in questo trimestre sono principalmente legate a dimissioni volontarie del dipendente (60%). Nel 26% dei casi sono dovute a scadenza contratto, mentre solo nel 1% per questioni di politica aziendale.

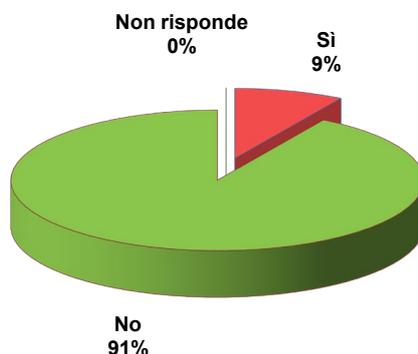
Motivo delle cessazioni dei rapporti di lavoro nel trimestre

% tra le aziende che hanno avuto cessazioni



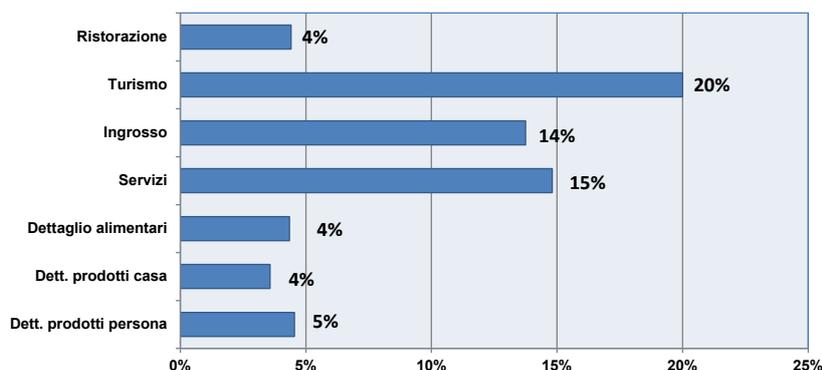
Appena il 9% delle ditte interpellate con dipendenti dichiara di aver attivato **sistemi incentivanti a favore dei dipendenti** nel trimestre.

Attivazione di sistemi incentivanti
tra le aziende con dipendenti



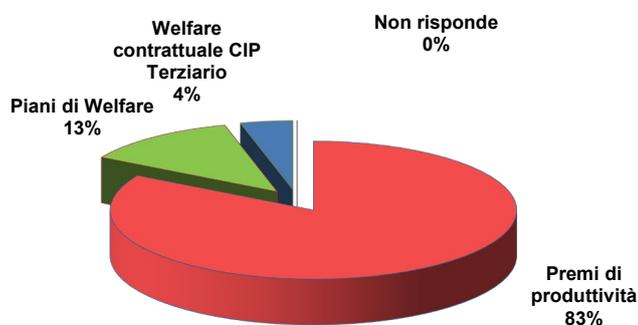
La specifica **per singolo settore** mostra una frequenza maggiore nel turismo.

Attivazione di sistemi incentivanti per settore



Le **tipologie di sistemi incentivanti** più adottate sono i "premi di produttività" (adottati dal 83% 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 42%

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

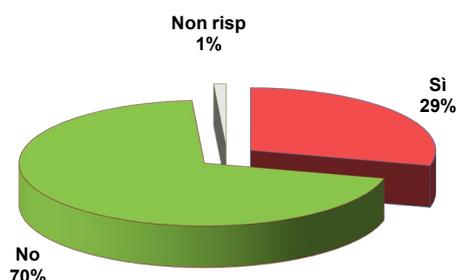
| | TOTALE | Dettaglio Persona | Dettaglio Casa | Dettaglio Alimentare | Servizi | Ingrosso | Turismo | Ristoraz. |
|-----------------------------------|--------|-------------------|----------------|----------------------|---------|----------|---------|-----------|
| % lavoratori oggetto di incentivi | 42% | 100% | 30% | 10% | 91% | 89% | 27% | 22% |

FORMAZIONE

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

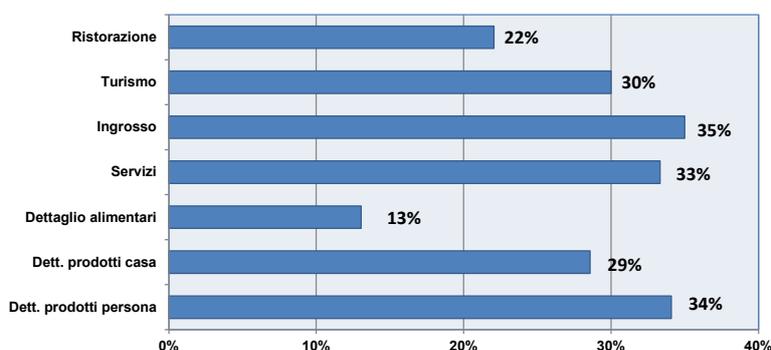
Il 29% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta in aumento rispetto al trimestre precedente (25%) e in diminuzione rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (35%).

Formazione dipendenti nel trimestre
tra le aziende con dipendenti



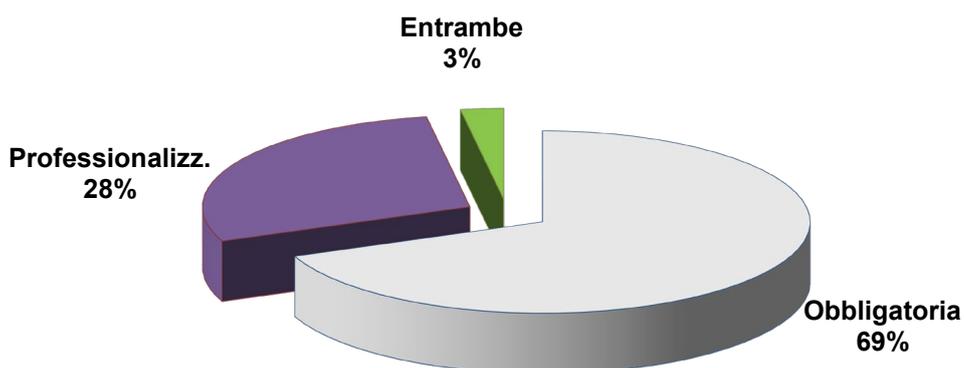
I settori che hanno maggiormente investito nella formazione in questo trimestre sono l'ingrosso (35%), il dettaglio prodotti per la persona (34%), i servizi (33%) e il turismo (30%).

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 69% dei casi, professionalizzante nel 28% ed entrambe nel 3%. Rispetto al passato è aumentata la % di coloro che svolgono formazione professionalizzante o entrambe combinate.

Tipologia di formazione effettuata



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

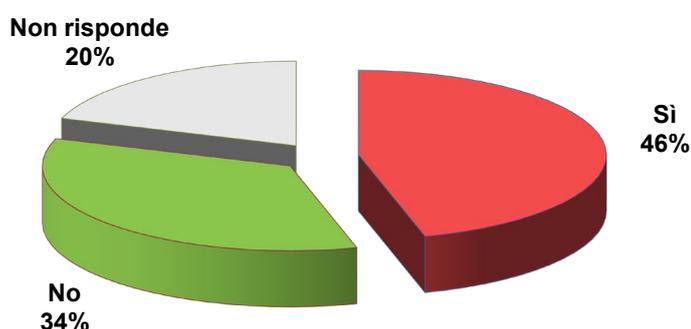
Tipologia di formazione per settore

| | Obblig. | Profess. | Entrambe |
|-----------------------------------|---------|----------|----------|
| Dettaglio prodotti per la persona | 60% | 40% | 0% |
| Dettaglio di prodotti per la casa | 63% | 25% | 13% |
| Dettaglio di alimentari | 67% | 33% | 0% |
| Servizi | 33% | 44% | 22% |
| Comm. all'ingrosso | 79% | 14% | 7% |
| Turismo | 33% | 67% | 0% |
| Ristorazione | 73% | 20% | 7% |

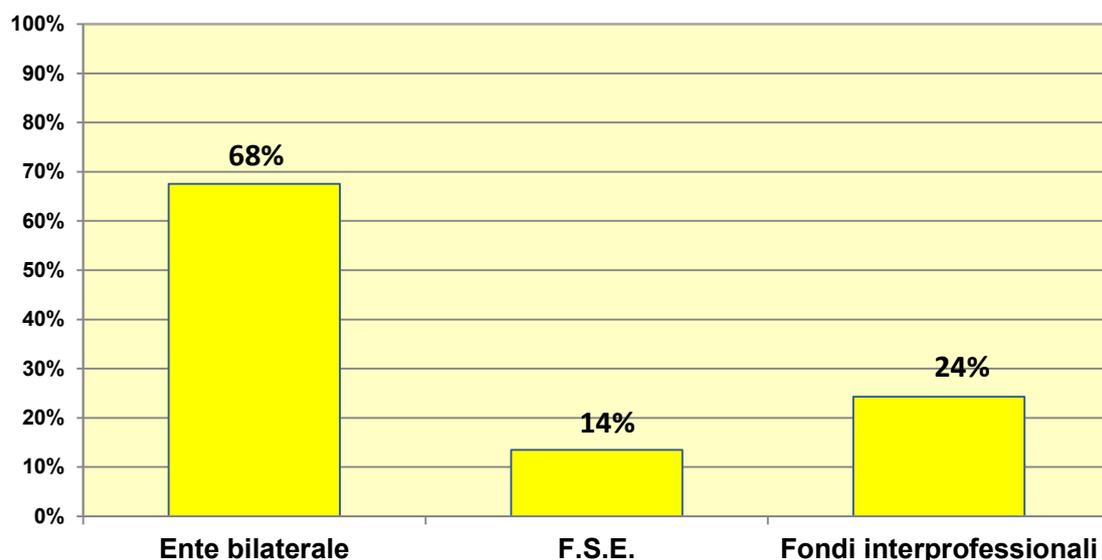
Il numero di ore per singola azienda con dipendenti è di **51,2** ore per la formazione obbligatoria e **1,8** ore per quella professionalizzante.

Corsi finanziati. I corsi finanziati (il 46% 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 (68%), dato in diminuzione rispetto al trimestre precedente (75%). In linea con quelli con fondi interprofessionali (24%) rispetto al trimestre precedente (25%), e infine i corsi FSE (14%).

Usufruito di corsi finanziati tra le aziende che hanno effettuato formazione



Tipologia di corsi finanziati

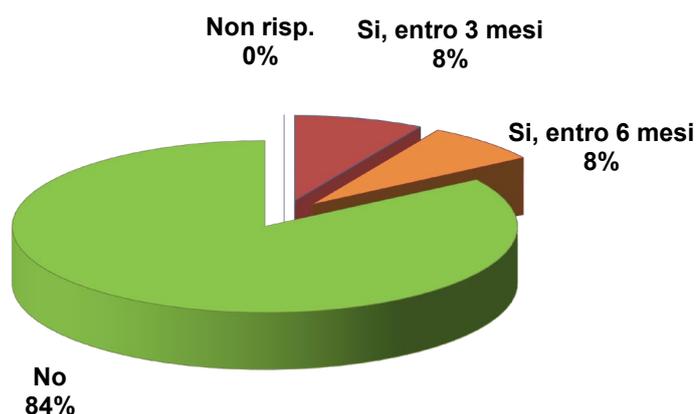


INTENZIONI FUTURE

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 il 8% 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 del commercio all'ingrosso (13%) e nel dettaglio per la casa (9%).

Intenzione di aumentare il personale in futuro

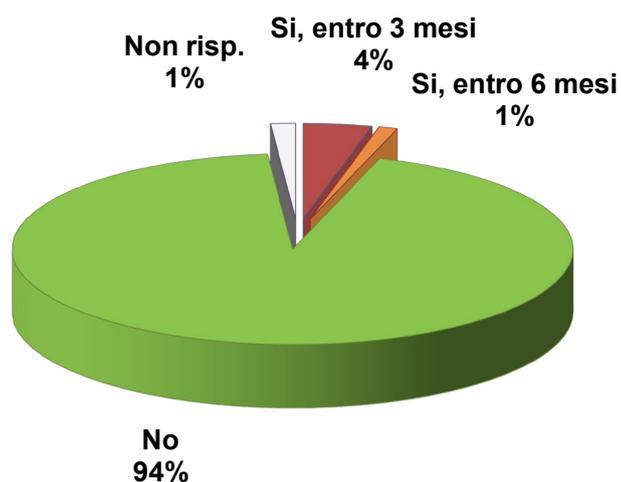


Intenzioni di aumentare il personale per settore – prossimo trimestre

| | SI | NO | N.r |
|-----------------------------------|-----------|-----------|------------|
| Dettaglio prodotti per la persona | 7% | 93% | 0% |
| Dettaglio di prodotti per la casa | 9% | 91% | 0% |
| Dettaglio di alimentari | 6% | 94% | 0% |
| Servizi | 5% | 95% | 0% |
| Comm. all'ingrosso | 13% | 88% | 0% |
| Turismo | 8% | 92% | 0% |
| Ristorazione | 8% | 92% | 0% |

Intenzione di ridurre il numero di dipendenti: il 4% delle aziende con dipendenti (dato in linea con lo stesso trimestre del 2018), ha intenzione di effettuare riduzioni di personale nel prossimo trimestre, e l'1% 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

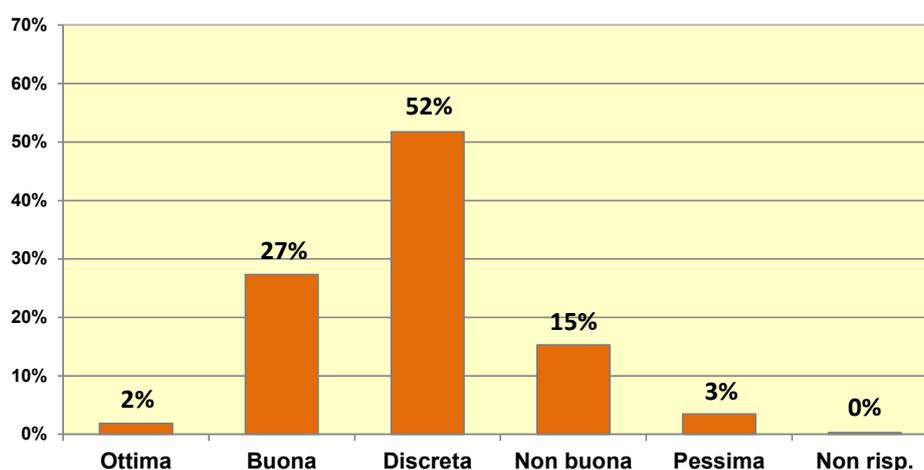
| | SI | NO | N.r |
|-----------------------------------|-----|------|-----|
| Dettaglio prodotti per la persona | 7% | 93% | 0% |
| Dettaglio di prodotti per la casa | 0% | 100% | 0% |
| Dettaglio di alimentari | 0% | 100% | 0% |
| Servizi | 0% | 100% | 0% |
| Comm. all'ingrosso | 1% | 96% | 3% |
| Turismo | 10% | 90% | 0% |
| Ristorazione | 9% | 88% | 3% |

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 2019 viene definita "discreta" dal 52% delle ditte interpellate, "buona o ottima" dal 29% mentre il 18% la ritiene "non buona o pessima". Il saldo tra buona/ottima e non buona/pessima è quindi pari a +11 punti percentuali (era pari a +5 al 30 settembre 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 (26%)
- quelle con fatturato medio o basso (29%)
- quelle senza dipendenti (32%).

Situazione economica per settore

| | Ottima | Buona | Discreta | Non buona | Pessima | N.r |
|-----------------------------------|--------|-------|----------|-----------|---------|-----|
| Dettaglio prodotti per la persona | 1% | 21% | 50% | 19% | 7% | 1% |
| Dettaglio di prodotti per la casa | 0% | 24% | 62% | 9% | 6% | 0% |
| Dettaglio di alimentari | 0% | 22% | 58% | 19% | 0% | 0% |
| Servizi | 2% | 33% | 50% | 14% | 0% | 0% |
| Comm. all'ingrosso | 3% | 36% | 48% | 10% | 2% | 0% |
| Turismo | 0% | 33% | 58% | 0% | 8% | 0% |
| Ristorazione | 3% | 23% | 51% | 21% | 3% | 0% |

Situazione economica per fascia di fatturato

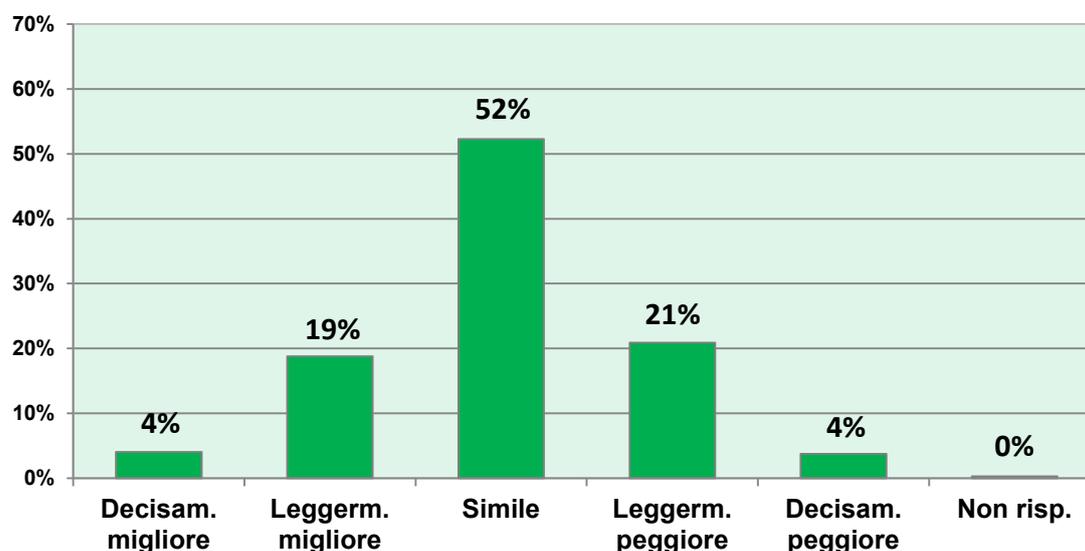
| | Ottima | Buona | Discreta | Non buona | Pessima | N.r |
|------------------------|--------|-------|----------|-----------|---------|-----|
| Meno di 250 mila € | 0% | 18% | 52% | 22% | 7% | 1% |
| 250 mila €-500 mila € | 3% | 26% | 54% | 13% | 3% | 0% |
| 500 mila €-1 milione € | 3% | 30% | 60% | 8% | 0% | 0% |
| oltre 1 milione € | 4% | 40% | 46% | 11% | 0% | 0% |

Situazione economica per numero dipendenti

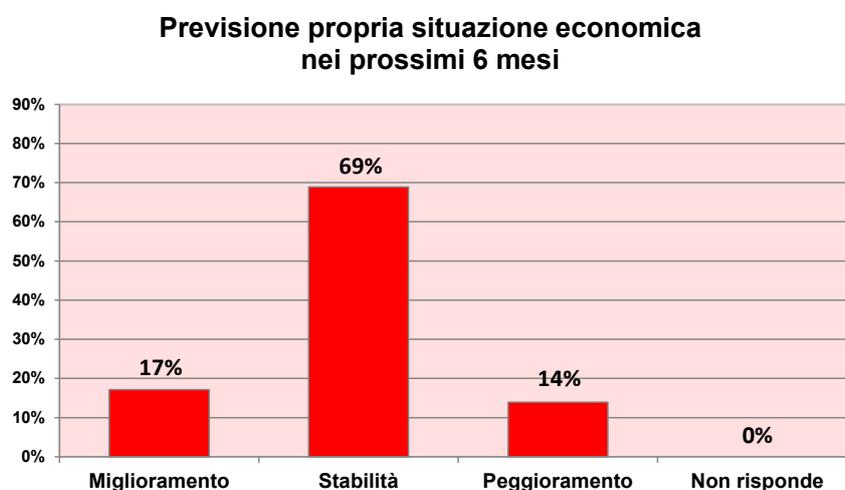
| | Ottima | Buona | Discreta | Non buona | Pessima | N.r |
|--------------------------|-----------|------------|------------|------------|-----------|-----------|
| Nessun dipendente | 1% | 16% | 51% | 26% | 6% | 0% |
| Con dipendenti | 2% | 31% | 52% | 12% | 3% | 0% |
| 1 - 5 dipendenti | 1% | 28% | 52% | 14% | 5% | 1% |
| 6 - 10 dipendenti | 2% | 20% | 66% | 12% | 0% | 0% |
| 11 - 49 dipendenti | 5% | 45% | 45% | 6% | 0% | 0% |
| 50 o più dipendenti | 11% | 56% | 33% | 0% | 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 52%). In lieve aumento le aziende che la ritengono migliorata (23%) mentre coloro che la ritengono peggiorata sono il (24%).

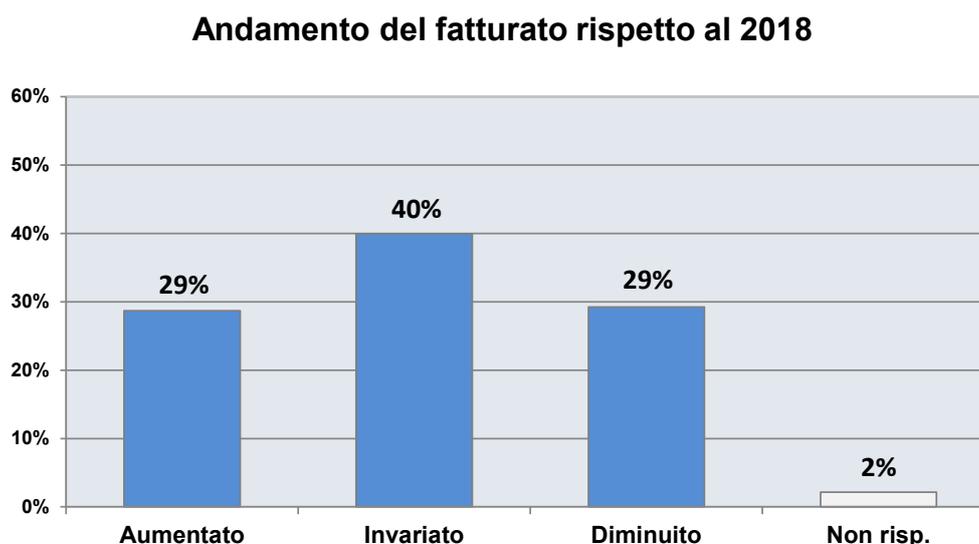
Situazione economica rispetto all'inizio dell'anno



Previsioni per i prossimi 6 mesi. Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 69%), l'17% prevede un miglioramento e il 14% un peggioramento.

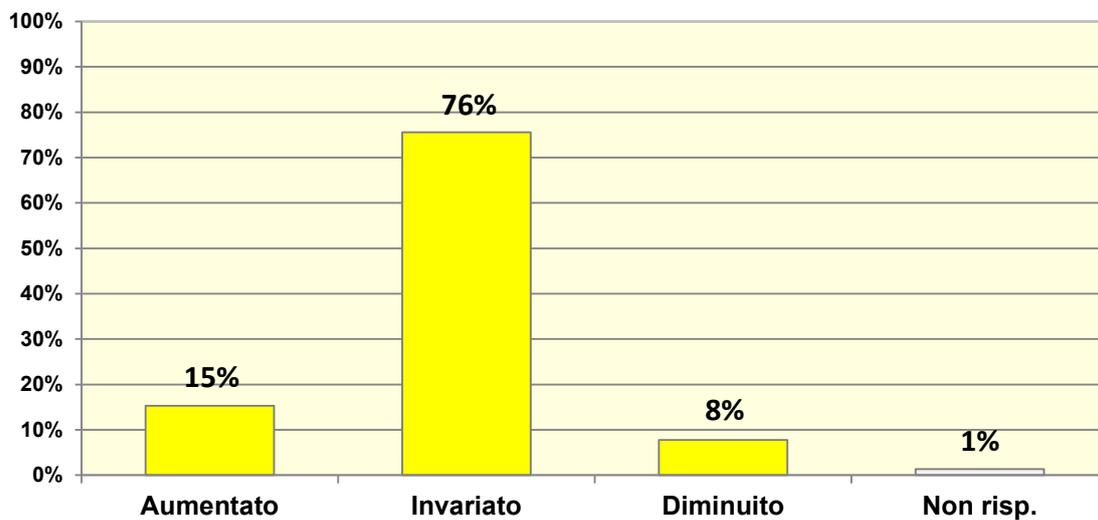


Andamento dei fatturati. Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno prevalentemente dichiarato che nei dodici mesi del 2019, rispetto allo stesso periodo del 2018, il loro fatturato è rimasto invariato (nel 40%) mentre si bilanciano i casi in cui è diminuito (29%) e i casi in cui è aumentato (29%). La variazione media dei fatturati è comunque leggermente negativa (-0,3%).

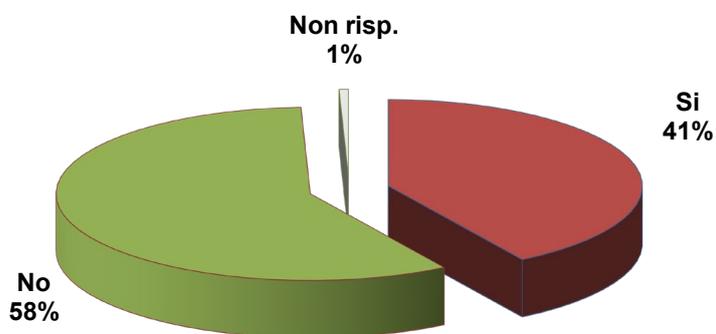


Prezzi e ordini. Nel trimestre le aziende hanno mantenuto invariati i prezzi applicati alla clientela e, nel 41% dei casi hanno ridotto gli ordini.

Andamento del ricarico dei prezzi applicati

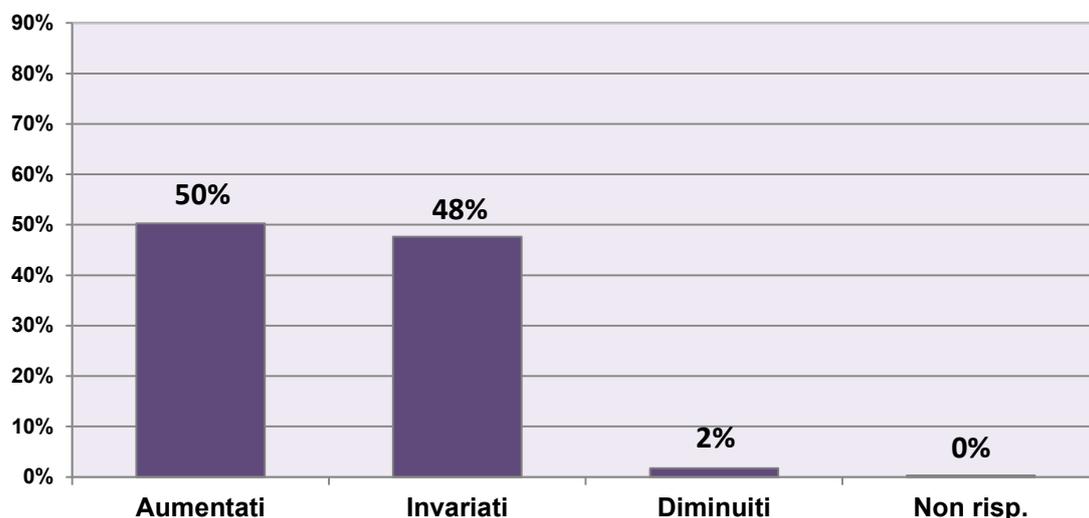


Politica di riduzione degli ordini

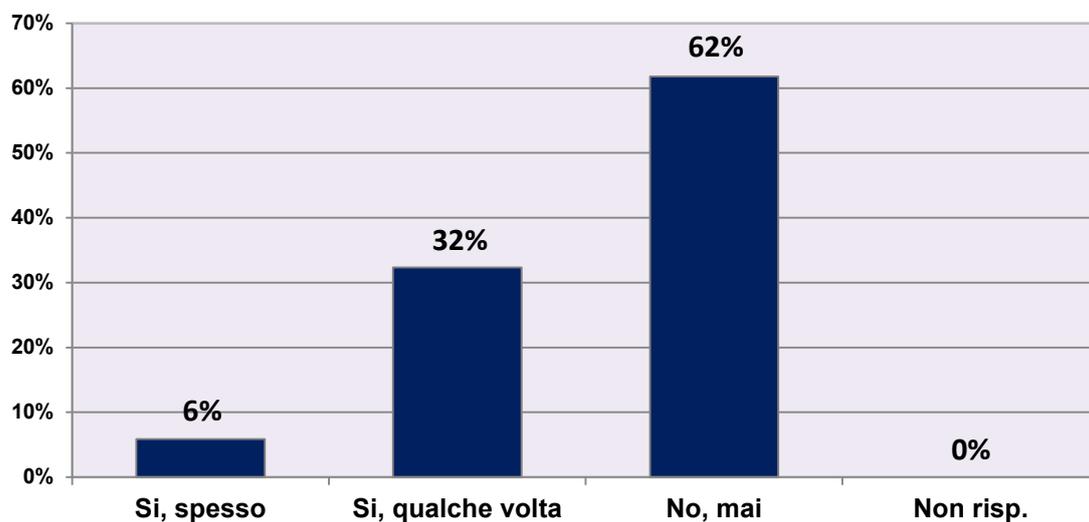


Fornitori. Per quanto riguarda i fornitori, il 50% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori siano aumentati nei dodici mesi dell'anno (nel restante 48% dei casi sono rimasti invariati). La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 38% (percentuale rimasta invariata nell'ultimo anno).

Andamento del prezzo dei fornitori

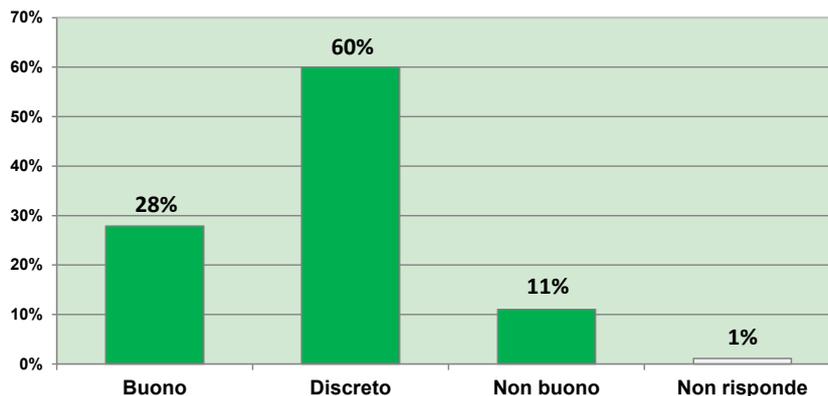


Difficoltà nel pagare i fornitori

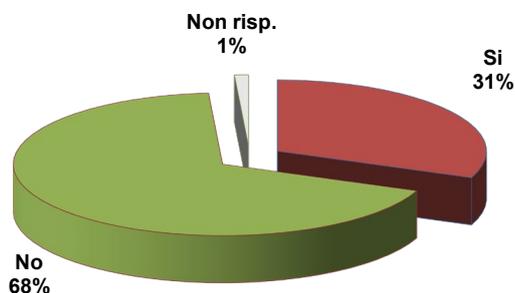


Ricorso al credito. Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 60% ha un discreto rapporto, il 28% buono ed l'11% non buono. Il 31% delle intervistate è ricorso al credito nel trimestre (stessa percentuale riscontrata un anno fa 31%) e di questi il 32% ha rilevato negli Istituti di credito dei comportamenti ostacolanti (percentuale aumentata rispetto allo stesso periodo di un anno fa 26%).

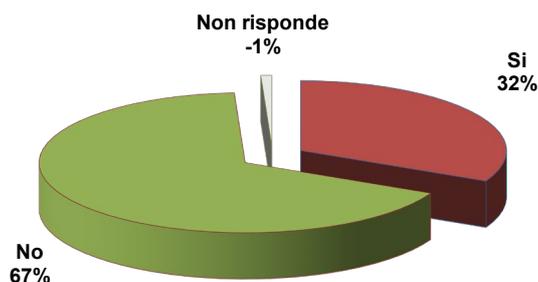
Rapporto con le banche



Ricorso al credito nel trimestre

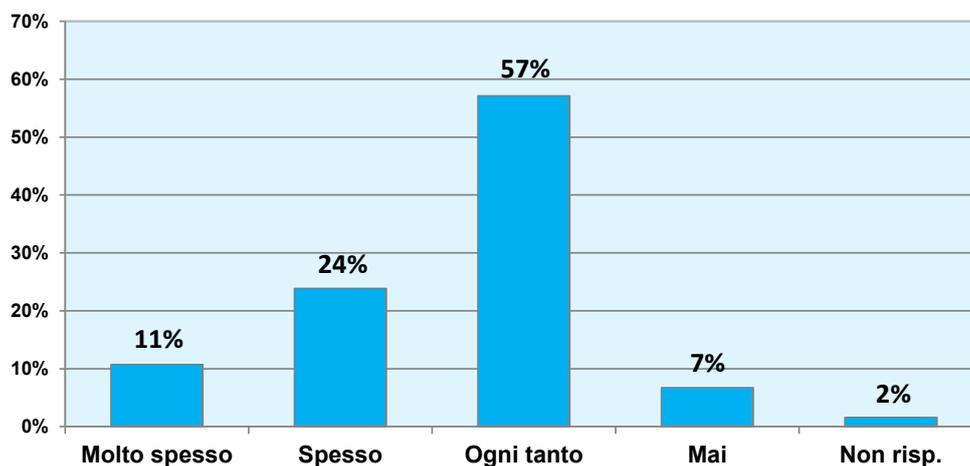


Assistito a comportamenti ostacolanti tra le aziende ricorse al credito



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 57% e negli altri casi più frequenti).

Difficoltà economica osservata tra la clientela



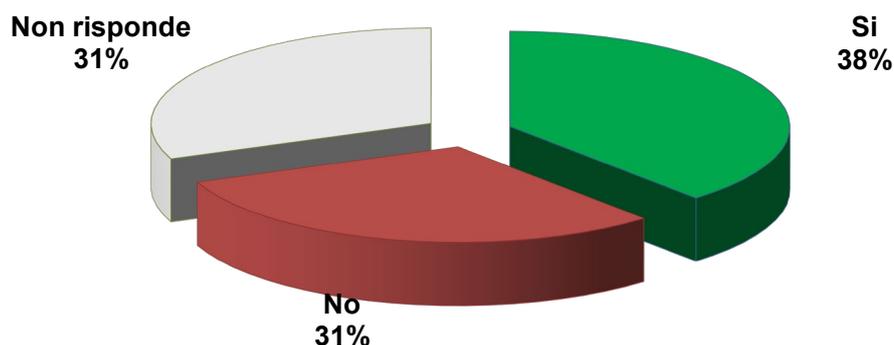
Strategie attuate: infine si è voluto indagare su quali strategie stanno attuando le aziende interpellate per far fronte all'attuale periodo di difficoltà economica. Ne è emerso che le modalità maggiormente utilizzate sono, per questo trimestre, l'aumento dei servizi, l'offerta di nuovi prodotti e la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

Strategie attuate

| | |
|--|-------|
| 1. Fidelizzazione della clientela abituale | 48,0% |
| 2. Offerta di nuovi prodotti | 46,4% |
| 3. Aumento dei servizi offerti alla clientela | 42,4% |
| 4. Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria | 35,9% |
| 5. Applicazione di sconti / riduzione dei prezzi applicati | 27,3% |
| 6. Rinnovo dei locali | 26,5% |
| 7. Investimento nella formazione del titolare/personale | 17,7% |
| 8. Diversificazione dei propri orari di apertura rispetto al passato | 6,2% |
| 9. Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri | 4,8% |
| 10. Altro | 2,1% |

Utilizzo di sistemi di promozione on-line: il 67,3% delle aziende intervistate utilizza sistemi di promozione on-line (es. Facebook, sito internet ...). I settori più attivi in tal senso sono il turismo (91,7%), il dettaglio per la persona (75,9%), la ristorazione il 74%.

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 | 67,3% | 75,0% | 67,6% | 55,6% | 73,8% | 52,3% | 91,7% | 74,0% |