OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELLA PROVINCIA DI VICENZA

ANNO 2016

PRIMO MONITORAGGIO

Gennaio – Febbraio - Marzo

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

L'obiettivo dell'Osservatorio Occupazionale della provincia di Vicenza, giunto ormai **alla sua sesta edizione**, 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;

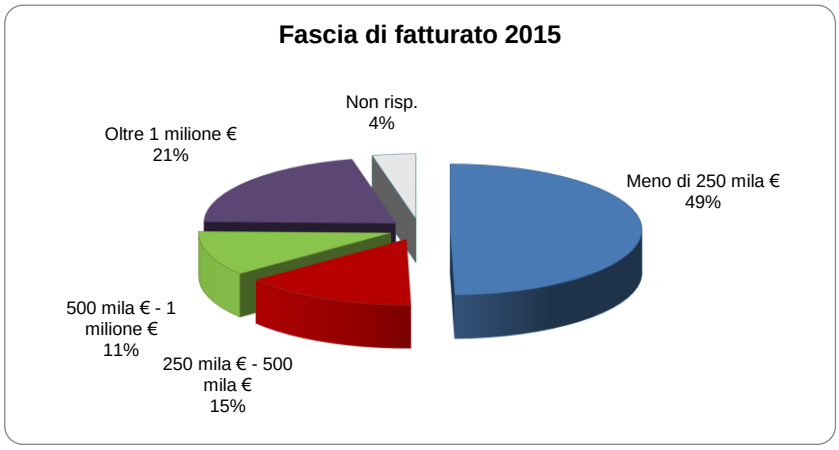
L'ANALISI

Si riportano di seguito i **risultati dei dati raccolti relativi al primo trimestre 2016**, rappresentati da una serie di elaborazioni grafiche e valutazioni che descrivono le **principali caratteristiche economico-occupazionali rilevate presso le aziende intervistate** (differenziate anche per settore).

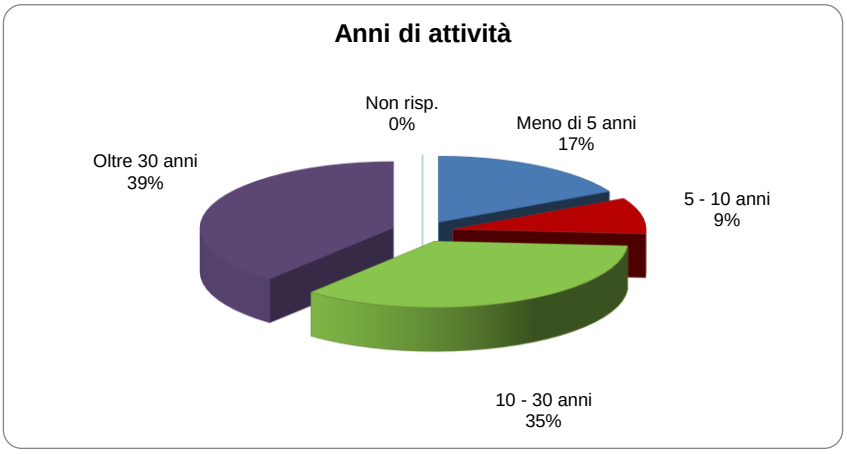
CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

Come prima analisi si descrivono le **caratteristiche del campione** di aziende rispondenti, il quale, come conseguenza della metodologia di campionamento adottata, varia di rilevazione in rilevazione.

Fascia di fatturato: il campione di questo trimestre è costituito prevalentemente da aziende con fatturato inferiore a 250 mila € (il 49%), ma anche da aziende con fatturato superiore a 1 milione di € (21%).



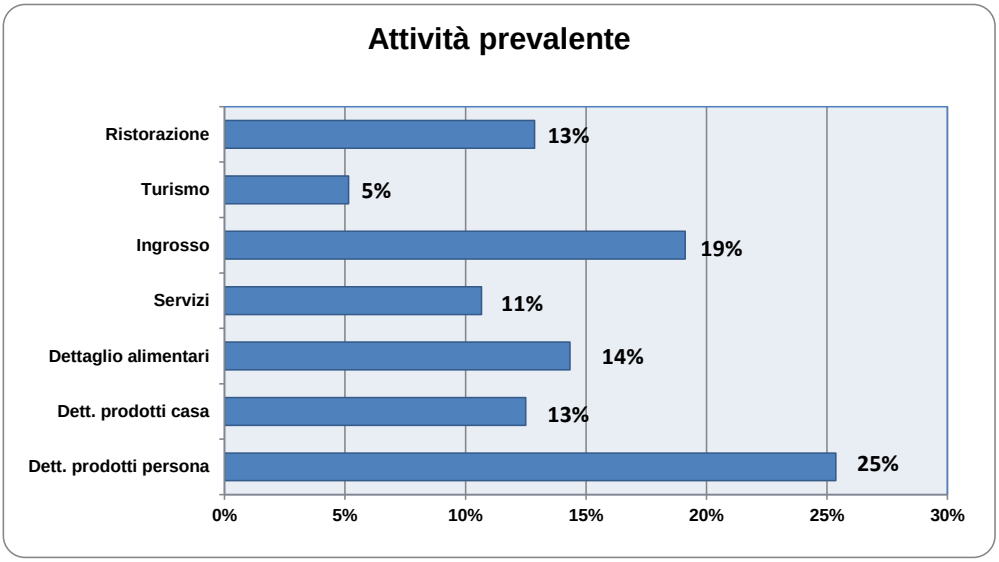
Anni attività: la maggioranza delle aziende è in attività da oltre 30 anni.



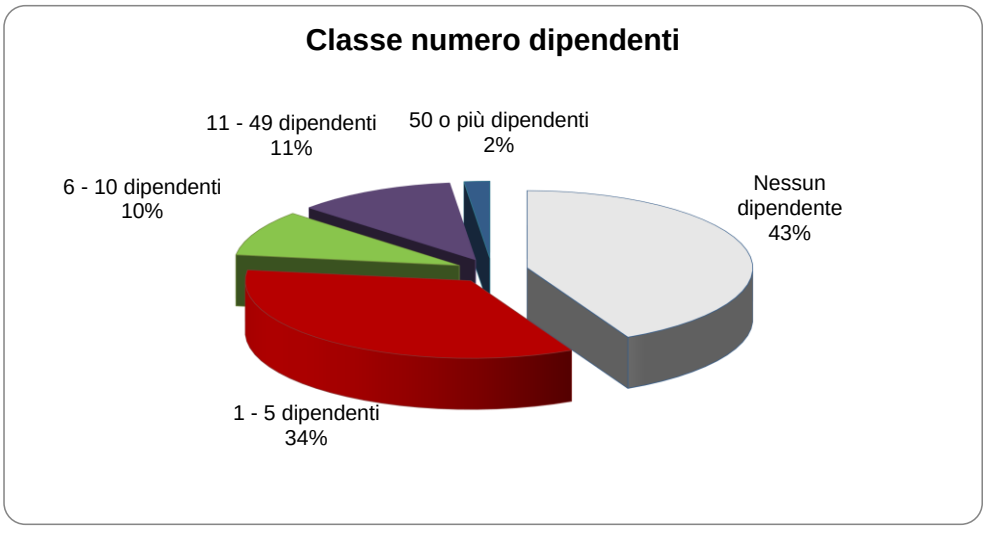
Attività prevalente: il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (52%) seguito dall'ingrosso con il 19%.

Ai fini della presente analisi il settore del commercio al dettaglio, che al suo interno comprende una notevole varietà merceologica, è stato suddiviso in tre macro-settori che maggiormente lo caratterizzano:

1. commercio al dettaglio di prodotti per la persona;
2. commercio al dettaglio di prodotti per la casa;
3. commercio ad dettaglio di prodotti alimentari.



Numero di dipendenti: il 43% delle aziende interpellate non ha dipendenti, mentre il 57% ha almeno un dipendente (la maggioranza con il 34% ha meno di 5 dipendenti).



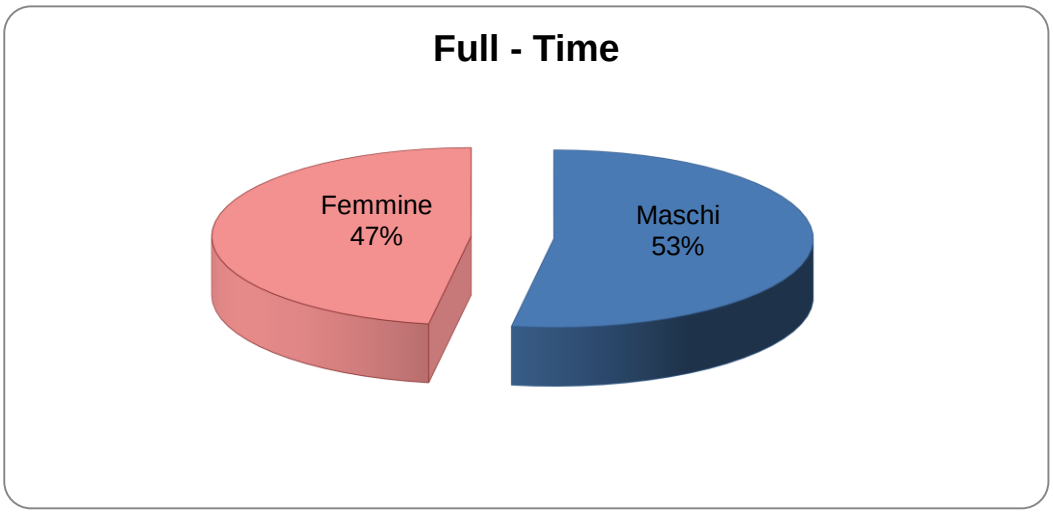
Di seguito si riporta anche la specifica per classe di dipendenti suddivisa per singoli settori che mostra come le aziende con dipendenti siano più diffuse nel settore dell'ingrosso (83%) e del turismo (64%).

Classe di dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	**Dettaglio Casa**	**Dettaglio Alimentari**	**Servizi**	**Ingrosso**	**Turismo**	**Ristoraz.**
Nessun dipendente	**54%**	**38%**	**51%**	**62%**	**17%**	**36%**	**40%**
Con dipendenti	**46%**	**62%**	**49%**	**38%**	**83%**	**64%**	**60%**
1 - 5 dipendenti	35%	44%	36%	24%	29%	43%	37%
6 - 10 dipendenti	7%	9%	8%	10%	13%	7%	11%
11 - 49 dipendenti	4%	3%	5%	3%	37%	14%	9%
50 o più dipendenti	0%	6%	0%	0%	4%	0%	3%

CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI

Per quanto riguarda il **numero dei dipendenti totali**, rilevati dalla presente indagine, si riscontra una maggioranza di dipendenti di sesso maschile (53%) rispetto a quelli di sesso femminile (47%).



Nei singoli settori si riscontra una prevalenza di donne ad eccezione dell'ingrosso dove c'è una prevalenza di uomini.

Sesso dei dipendenti per settore

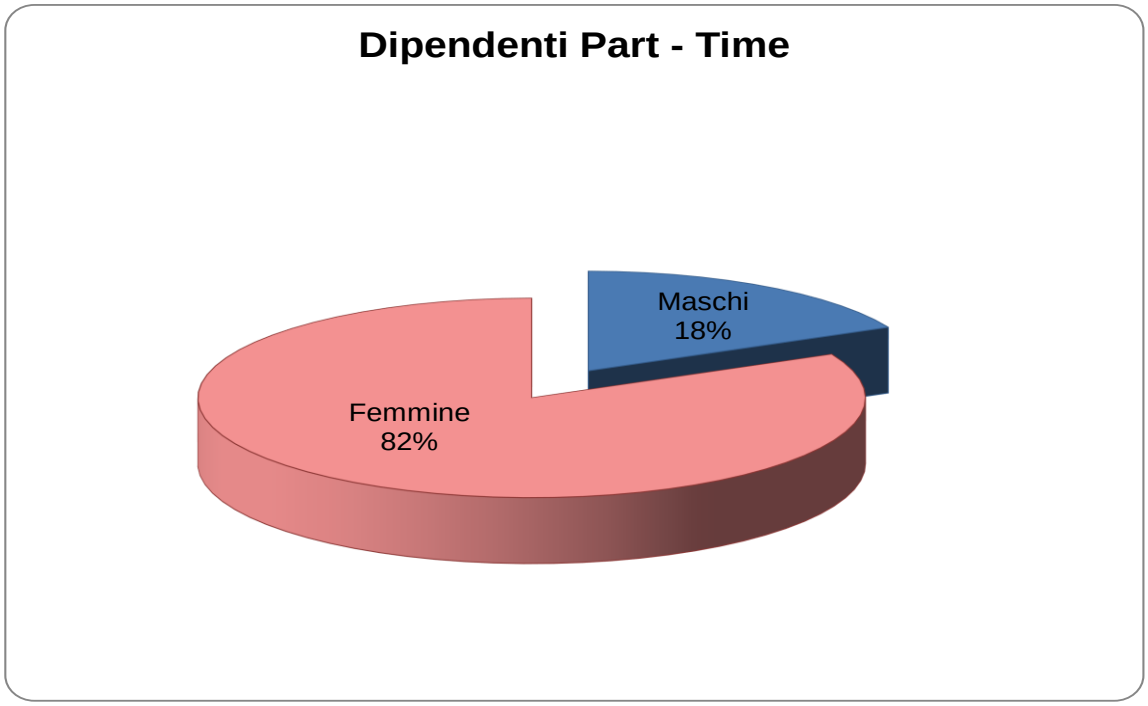
	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% Maschi	44%	48%	29%	33%	73%	41%	26%
% Femmine	56%	52%	71%	67%	27%	59%	74%

Nel campione il **part-time** costituisce il **28,9% del totale dei dipendenti**, dato in calo rispetto al trimestre precedente (34%).
I settori che utilizzano di meno questa tipologia contrattuale sono l'ingrosso e i servizi, mentre la ristorazione spicca con il 58,6%.

Percentuale dipendenti part-time per settore

TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristorazione
28,9%	25,9%	34,8%	48,4%	21,8%	16,2%	24,7%	58,6%

Il dato relativo al part-time evidenzia che questa tipologia di contratto riguarda maggiormente le donne (l'82% dei dipendenti part-time è di sesso femminile).



Complessivamente il **18,4% delle aziende intervistate ha impiegato lavoratori a voucher** nel trimestre. **Tale percentuale è maggiore nei settori del turismo (50%) e della ristorazione (43%).**

Mediamente ogni azienda ha impiegato 0,4 lavoratori a voucher.

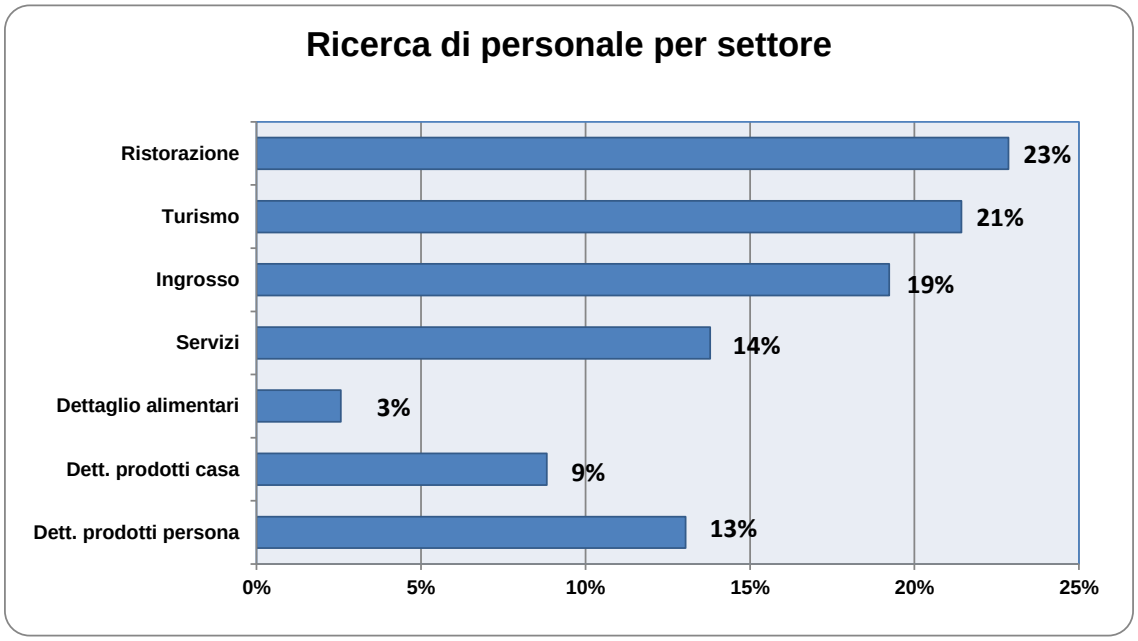
Impiego dei voucher per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende	**18,4%**	13,0%	14,7%	20,5%	3,4%	9,6%	50,0%	42,9%
n. medio lavoratori a voucher impiegati	**0,4**	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	1,9	1,3

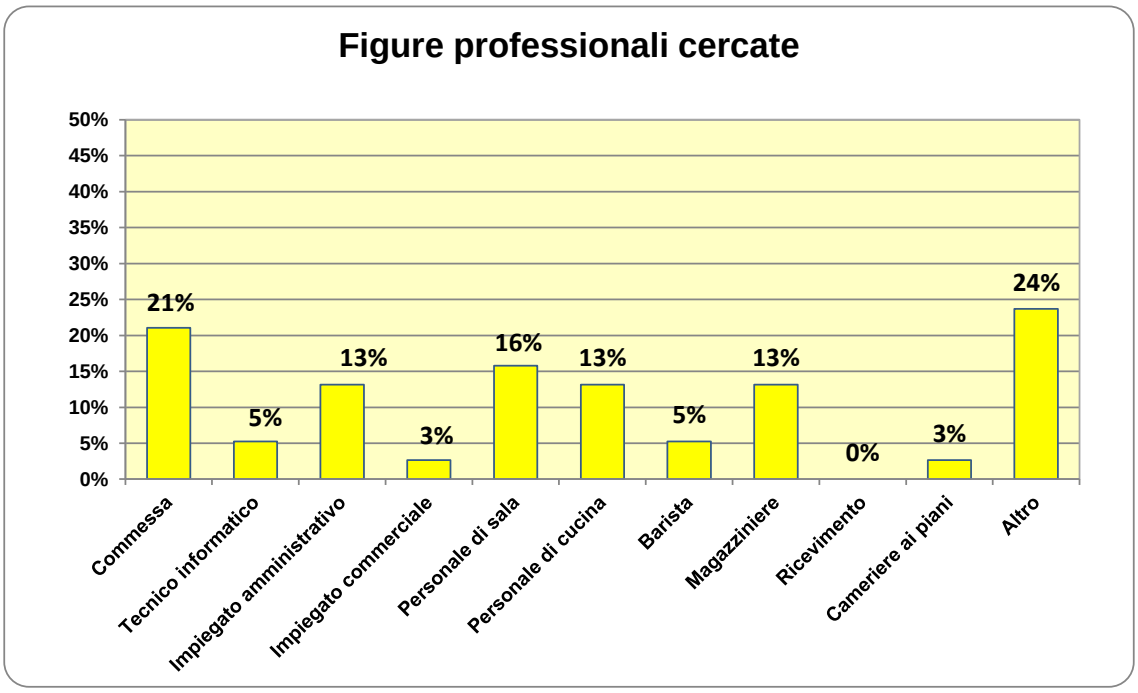
RICERCA PERSONALE – PRIMO TRIMESTRE 2016

Come illustrato nel grafico successivo, il 14% delle aziende interpellate ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato è in calo in quanto nel trimestre precedente (quarto trimestre 2015) aveva cercato personale il 18% delle aziende, mentre nello stesso trimestre dell'anno scorso (primo trimestre 2015) il 19%.

La specifica successiva mostra che i settori della ristorazione e del turismo sono quelli che in questo trimestre hanno effettuato una maggiore ricerca di personale (rispettivamente il 23% ristorazione e 21% il turismo).

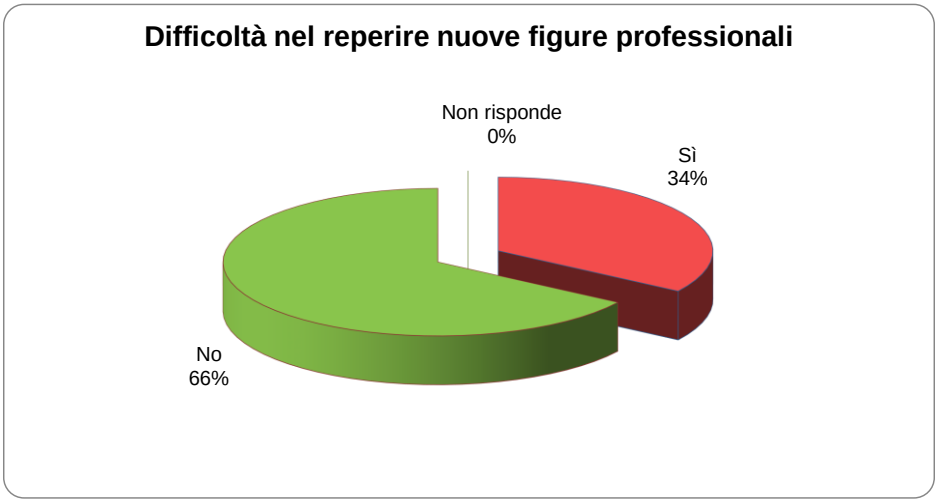


Relativamente alle **figure professionali,** quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state le commesse (dal 21%), il personale di sala (con il 16%), magazzinieri e personale di cucina (con il 13%), con ovvie specificità settoriali.

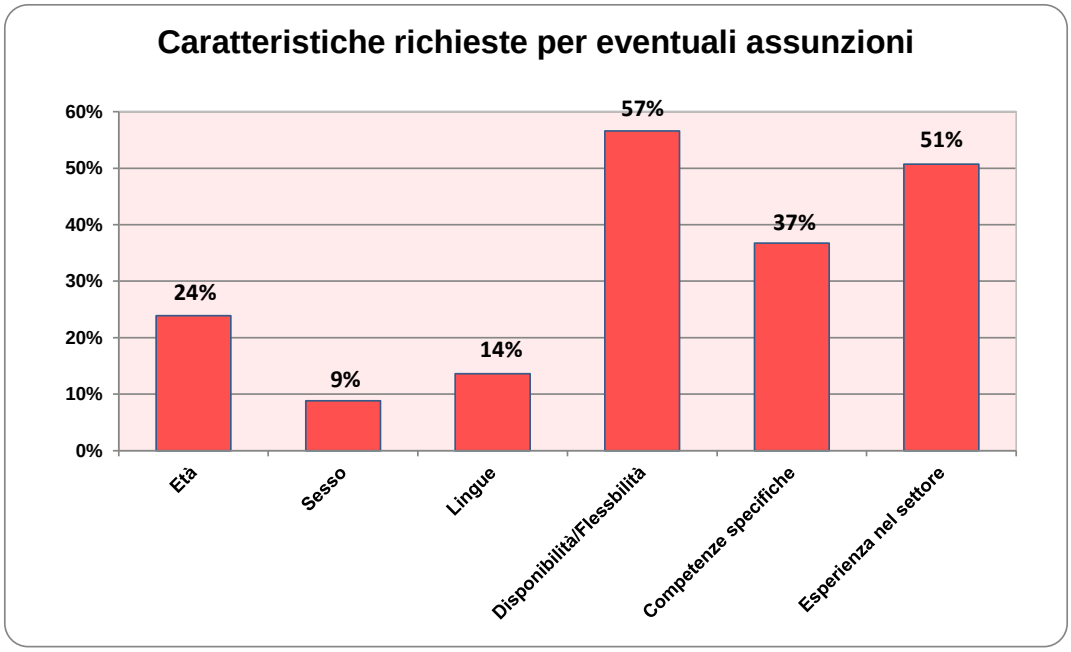


Importante, inoltre, la verifica relativa ad eventuali **difficoltà riscontrate nel reperire nuovo personale** in questo trimestre.

Tra le aziende che hanno cercato personale il 34% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (in leggero aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, quando erano il 32% quelli che dichiaravano difficoltà).

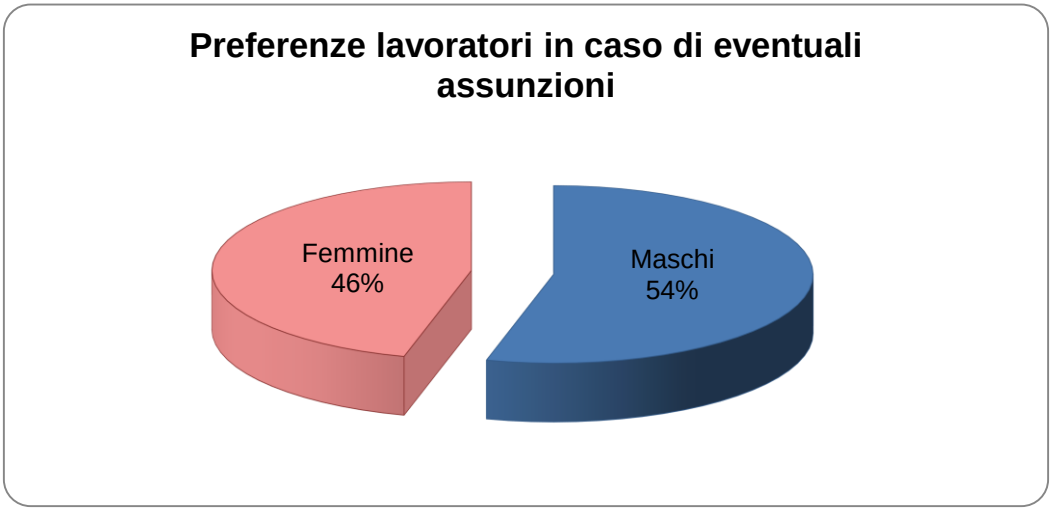


Relativamente a quali **caratteristiche** siano considerate **fondamentali per eventuali nuove assunzioni**, riportiamo di seguito la specifica delle indicazioni rilevate dall'indagine dalla quale si evince che flessibilità e disponibilità continuano ad essere le caratteristiche maggiormente richieste (57%), così come l'esperienza (51%) dato in aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (41%).

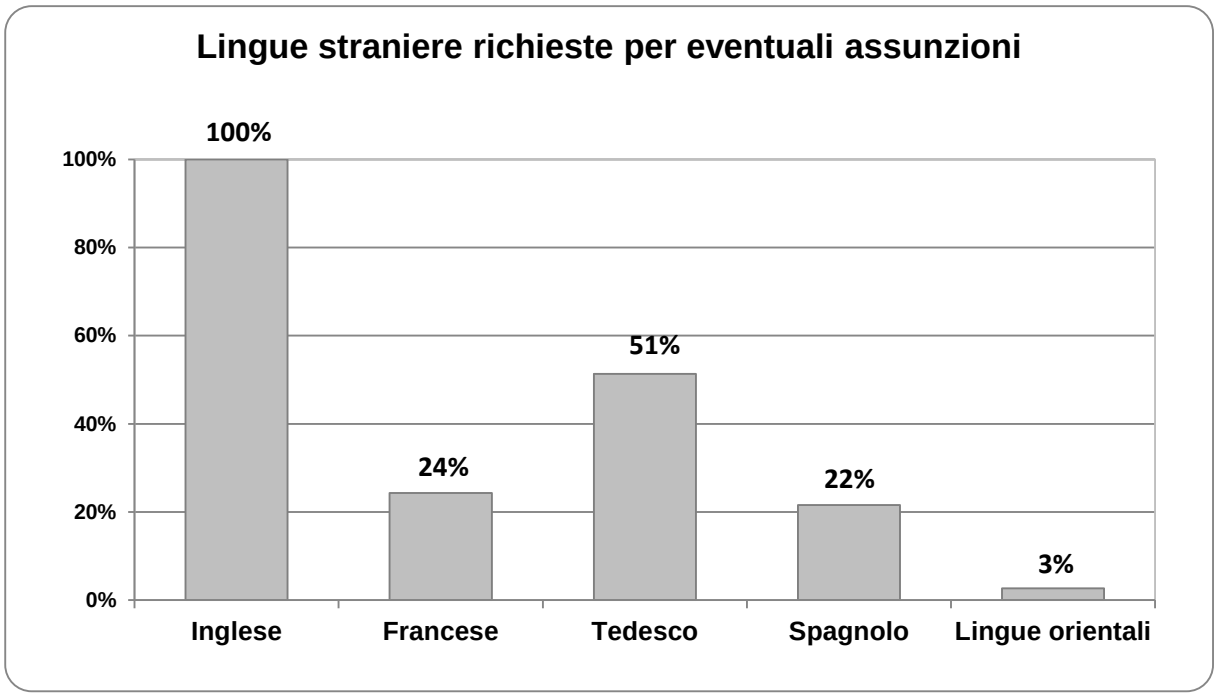


Per quanto riguarda, invece, **altre caratteristiche** ritenute importanti per eventuali nuove assunzioni:

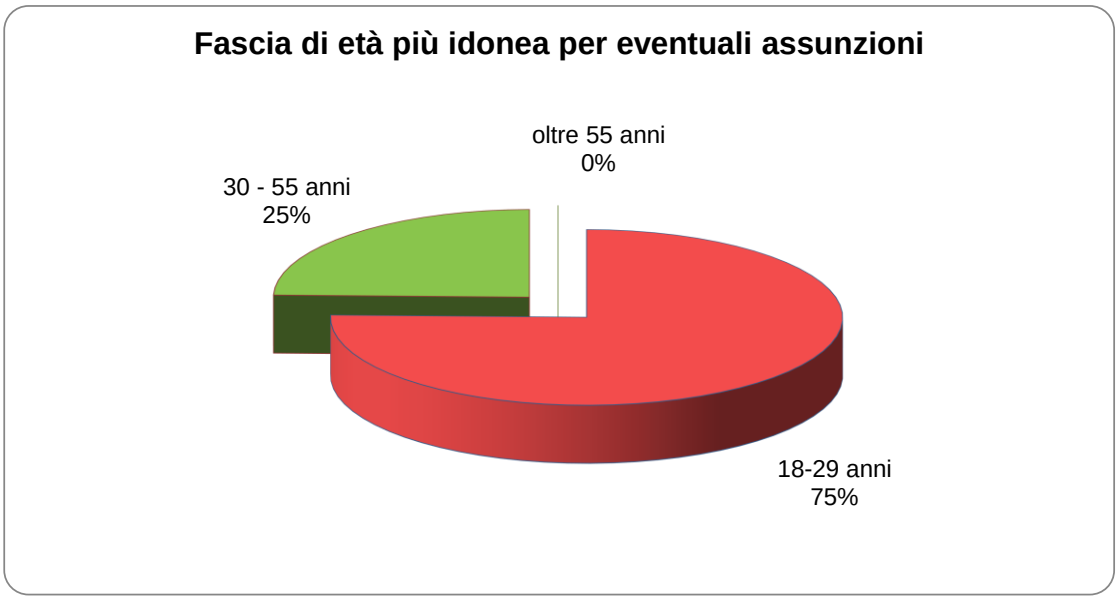
Sesso: il 9% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 54% esprime una preferenza nei confronti di lavoratori maschi.



Lingue parlate: il 14% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese con il 100%, seguita dal tedesco con il 51%.

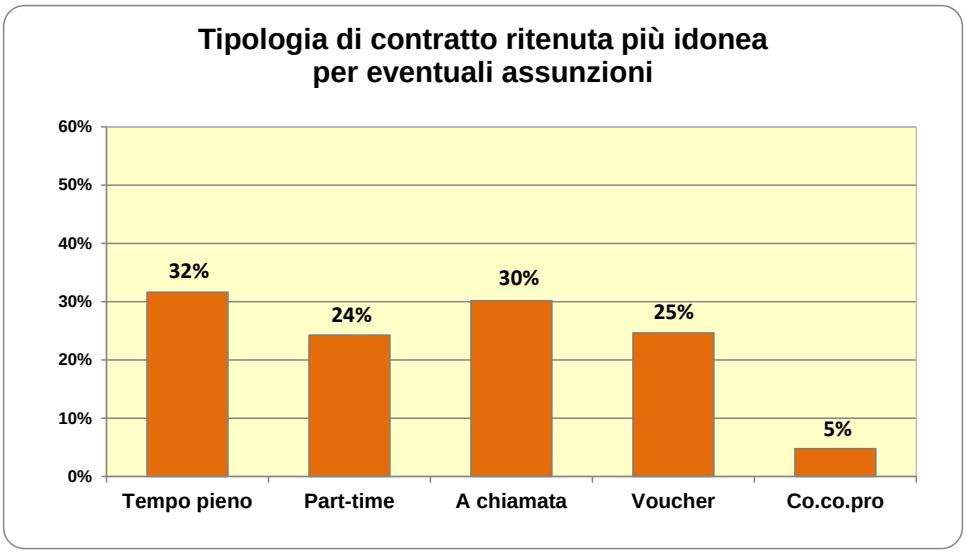


Età: il 24% da' importanza alla fascia d'età, e tra queste la maggior parte (75%) predilige la fascia dai 18 ai 29 anni.



TIPOLOGIA DI CONTRATTO RITENUTA PIU' IDONEA

Per quanto riguarda la **tipologia di contratto più idonea** alle esigenze delle ditte interpellate, non risulta in questo trimestre una preferenza per un contratto ad altri. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è diminuita la preferenza per il contratto a chiamata. In leggero aumento i contratti a tempo pieno rispetto al quarto trimestre 2015.



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

Specifica tempo pieno

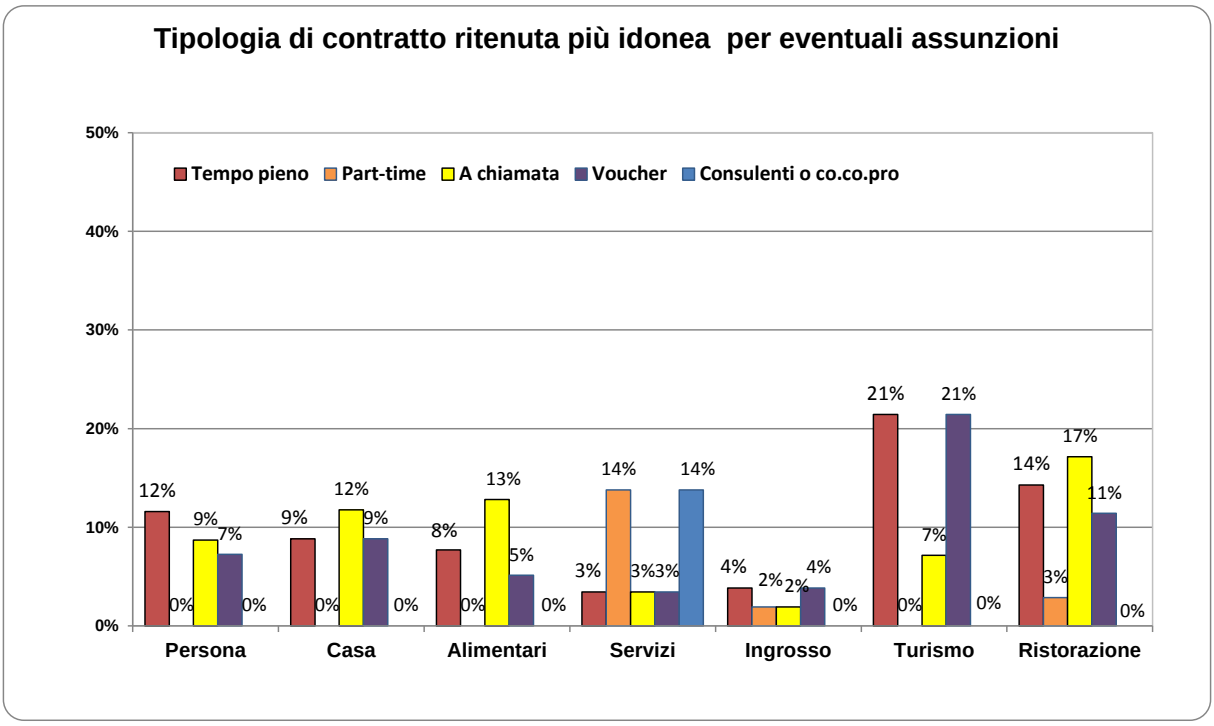
Tempo indeterminato	48,8%
Tempo determinato	30,2
Apprendisti	20,9%

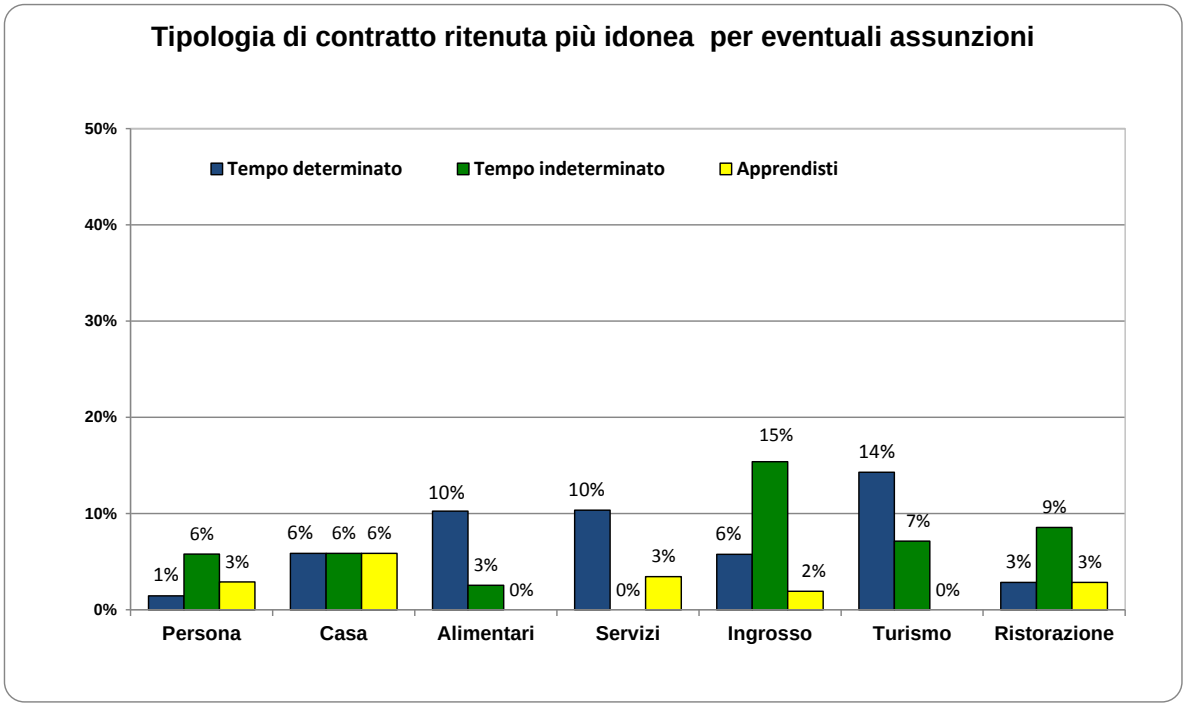
Per quanto riguarda invece il contratto part-time c'è una preponderanza di gradimento per il tempo determinato.

Specifica part time

Tempo determinato	45,5%
Tempo indeterminato	34,8%
Apprendisti	19,7%

Nella specifica **per singolo settore**, appare evidente che la situazione cambia in base alle differenti esigenze. Il settore del turismo mostra una preferenza dettata dalla tipologia di lavoro con il contratto voucher (21%) o a tempo pieno (21%), mentre la ristorazione mostra una preferenza per il lavoro a chiamata (17%), nel commercio all'ingrosso si predilige il rapporto a tempo indeterminato.

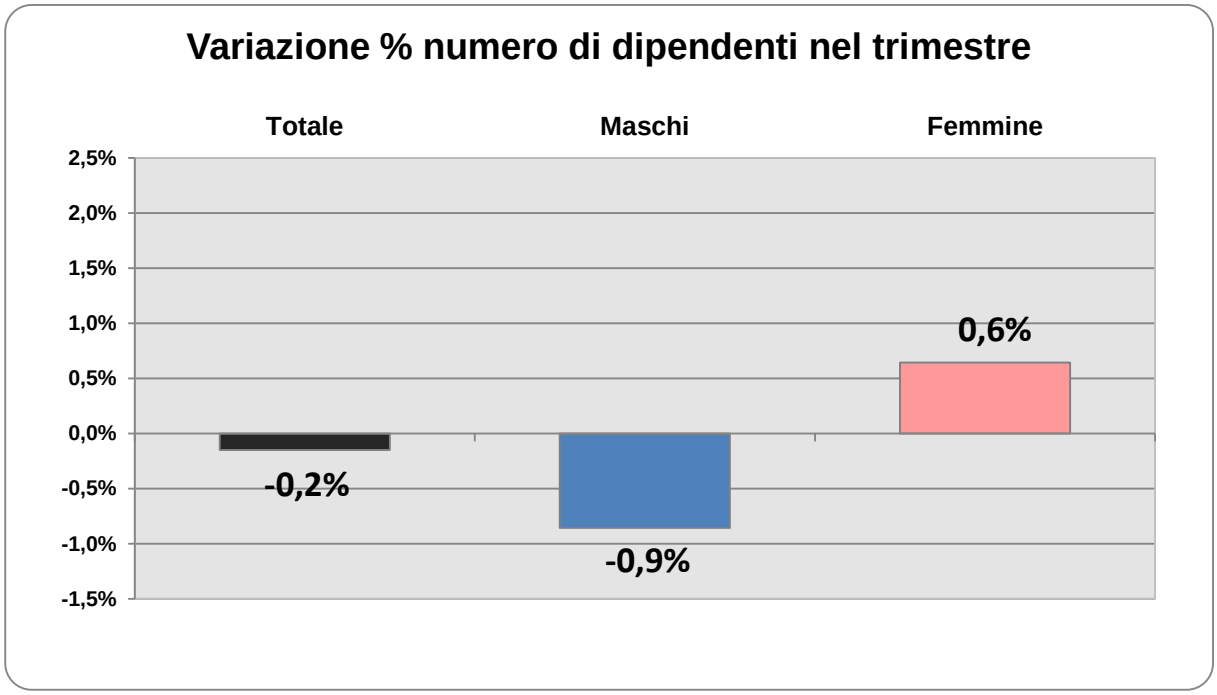




ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO
I° TRIMESTRE 2016

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 2016**, nonché osservarle 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 di -0,2% (tra i maschi -0,9 e tra le femmine +0,6%). Nel trimestre precedente (ultimo trimestre 2015) la variazione era stata del +1,4% mentre nello stesso periodo dell'anno scorso (primo trimestre 2015) era stata del +0,6%.



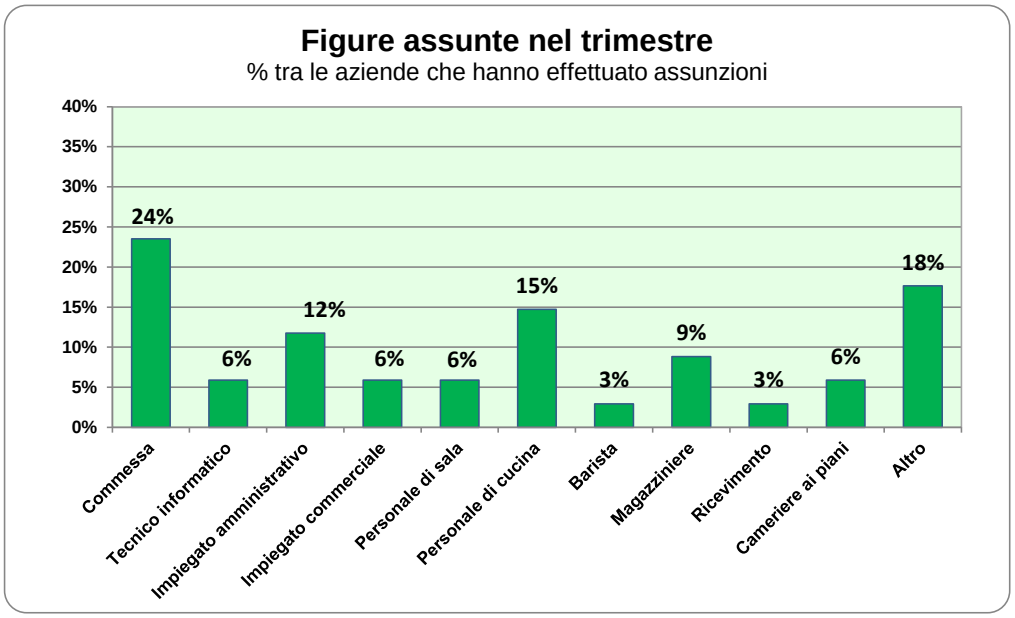
La specifica dei settori ci mostra notevoli differenze nei vari settori. Ha diminuito il numero di dipendenti in maniera più marcata il settore del turismo (per evidenti questioni di stagionalità del lavoro).

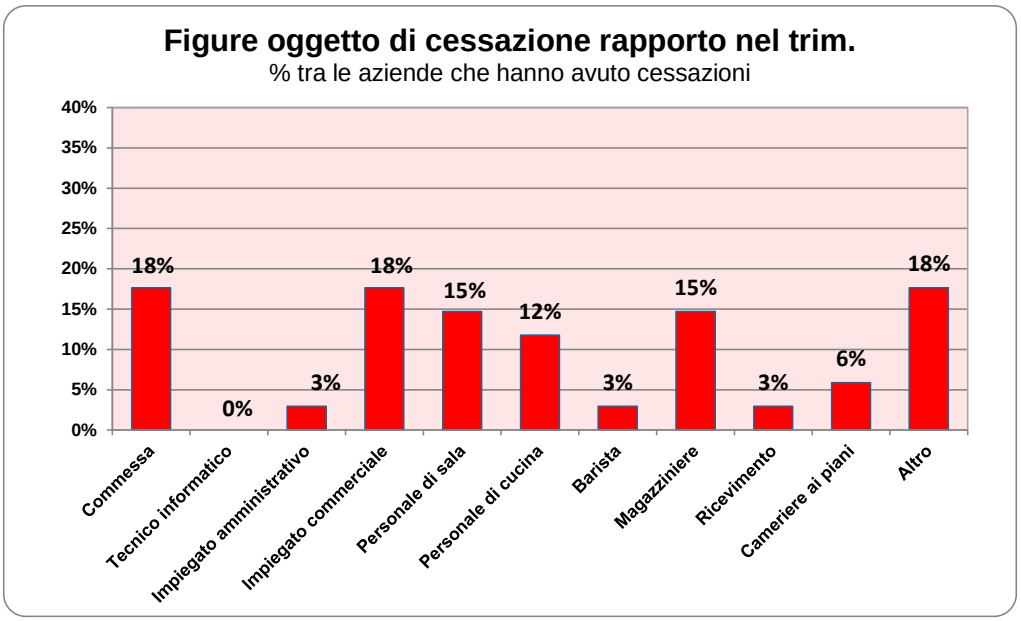
Variazione di personale tra le aziende con dipendenti per settore

Dettaglio Persona	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	7,1%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	85,7%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	7,1%
Dettaglio Casa	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	10,0%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	75,0%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	15,0%
Dettaglio Alimentare	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	5,3%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	84,2%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	10,5%
Servizi	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	10,0%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	90,0%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	0,0%
Ingrosso	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	9,1%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	70,5%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	20,5%
Turismo	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	11,1%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	44,4%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	44,4%
Ristorazione	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	15,8%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	68,4%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	15,8%

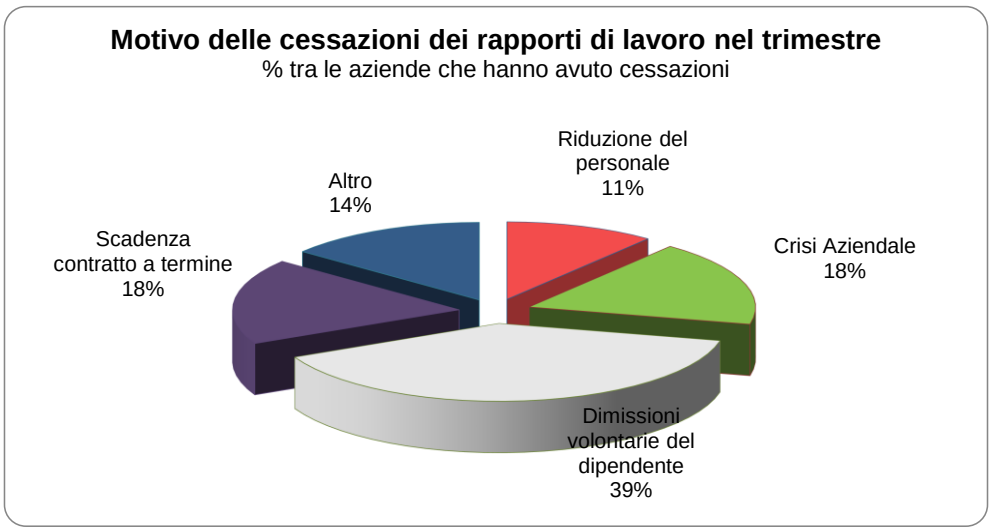
Relativamente alle **figure professionali** maggiormente ricercate dalle aziende nel trimestre e a quelle per le quali è cessato il rapporto di lavoro spicca:

- tra le figure maggiormente assunte sono le commesse (dal 24%) e il personale di cucina (15%);
- al contempo le figure maggiormente oggetto di cessazione del rapporto risultano le commesse (18%) e l'impiegato commerciale (18%).





Motivi delle cessazioni di rapporto con dipendenti. I motivi alla base delle cessazioni in questo trimestre sono di varia natura. Tra le cause più frequenti ci sono le dimissioni volontarie del dipendente e la scadenza del contratto a termine.



Il 2% delle ditte interpellate con dipendenti dichiara di aver attivato particolari **procedure per far fronte alla crisi economica**, come appare dal seguente grafico (invariato rispetto al 2% rilevato nel quarto trimestre 2015).

Di seguito si mostra il ricorso a procedure per singolo settore:

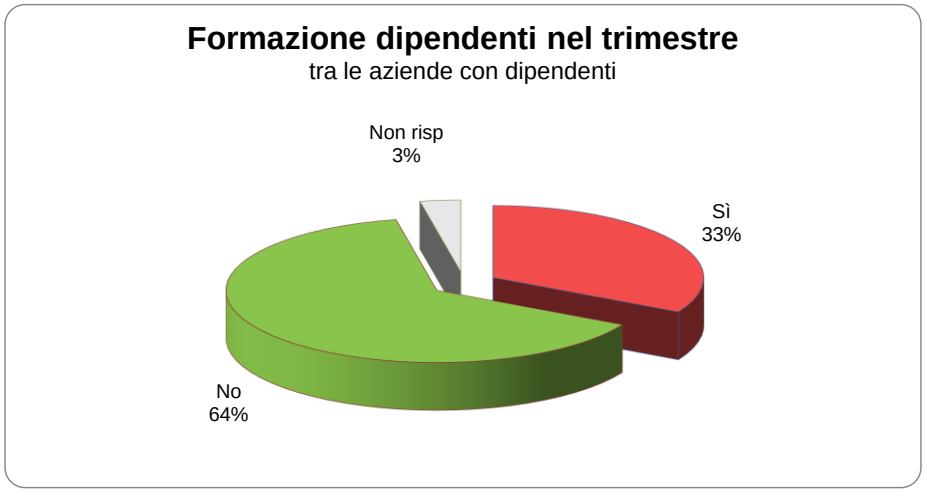
Utilizzo delle procedure per settori

	SI	NO
Dettaglio prodotti per la persona	3%	97%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	100%
Dettaglio di alimentari	0%	95%
Servizi	9%	91%
Comm. all'ingrosso	2%	95%
Turismo	0%	100%
Ristorazione	0%	95%

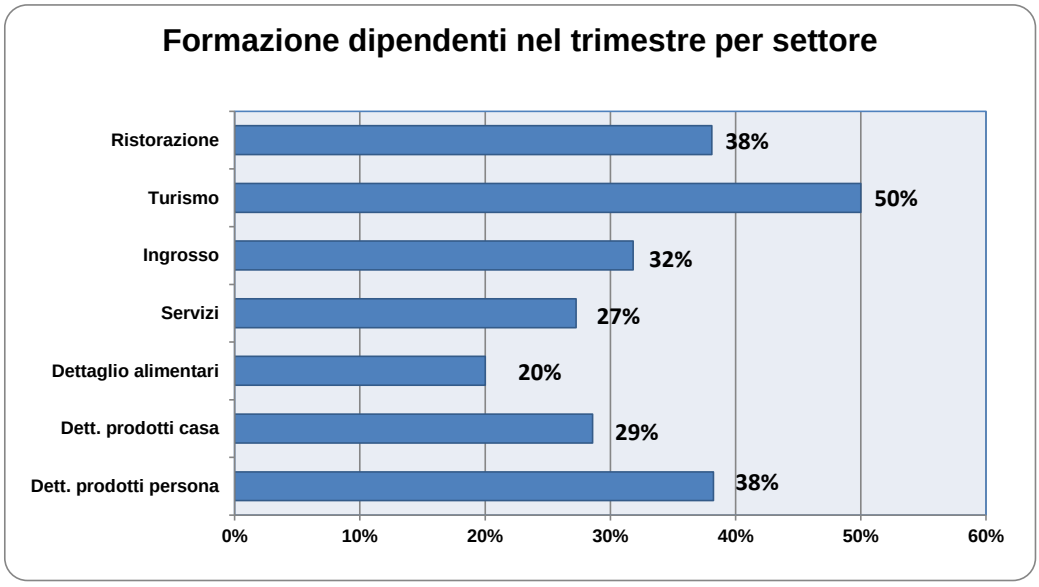
La totalità delle Ditte con dipendenti che hanno attuato procedure sono ricorse alla Cassa Integrazione in Deroga (CIG).

FORMAZIONE

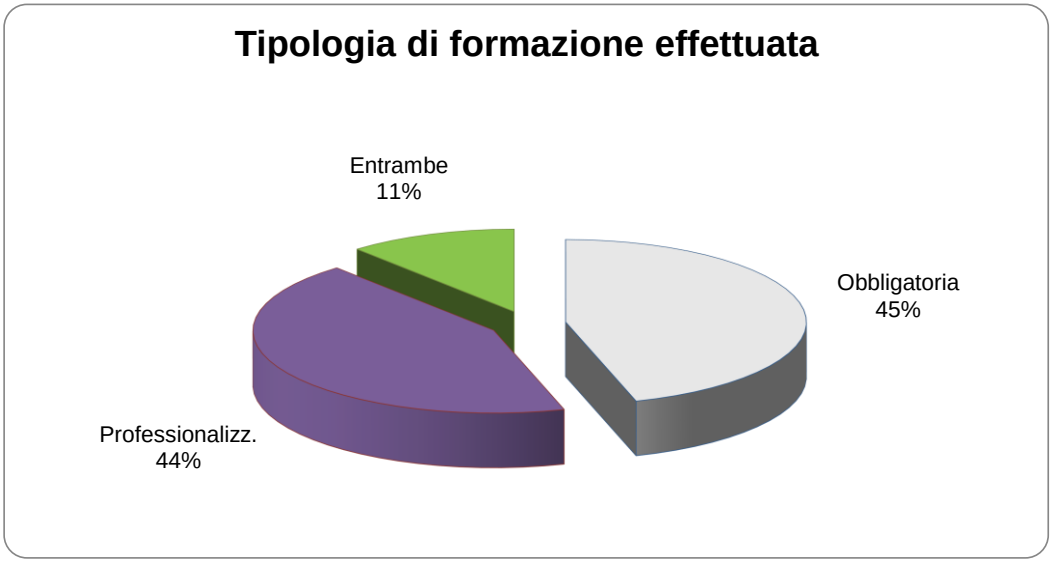
Si è ritenuto di interesse verificare se le aziende intervistate avessero, in questo trimestre, effettuato **formazione dei propri dipendenti** e di che tipo. Il 33% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta in aumento rispetto al trimestre precedente (24%).



I settori che hanno maggiormente investito nella formazione in questo trimestre sono quelli del turismo, della ristorazione e del commercio al dettaglio di prodotti per la persona.



Tipologia di formazione. Per quanto riguarda la tipologia di formazione effettuata, le aziende con dipendenti interpellate hanno risposto come evidenziato nel seguente grafico. Rispetto allo stesso periodo del 2015, rimane invariata la ripartizione tra la formazione obbligatoria e quella professionalizzante.



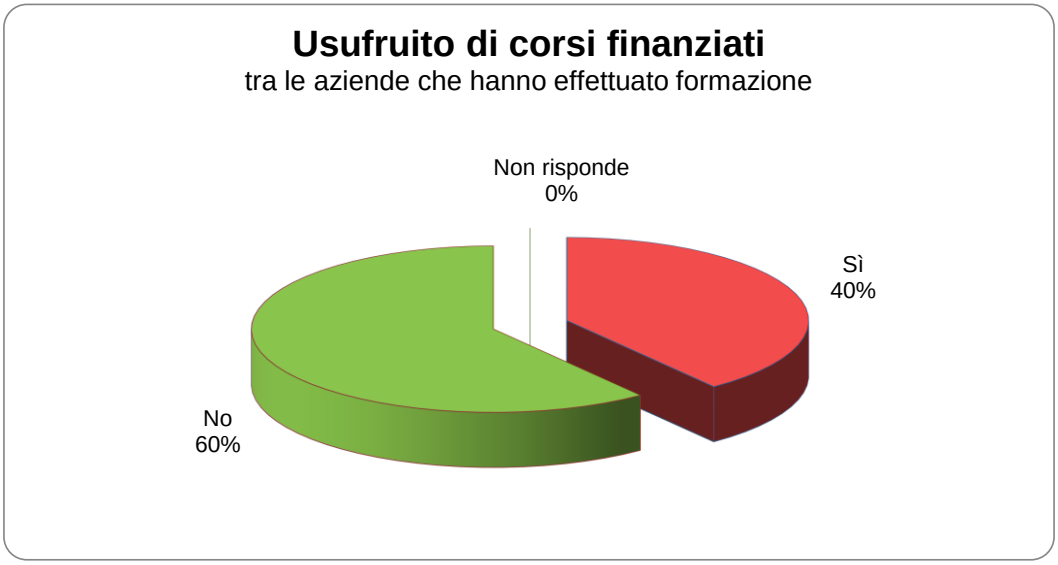
La specifica per singoli settori ci mostra come vi siano, a tale proposito, esigenze differenti.

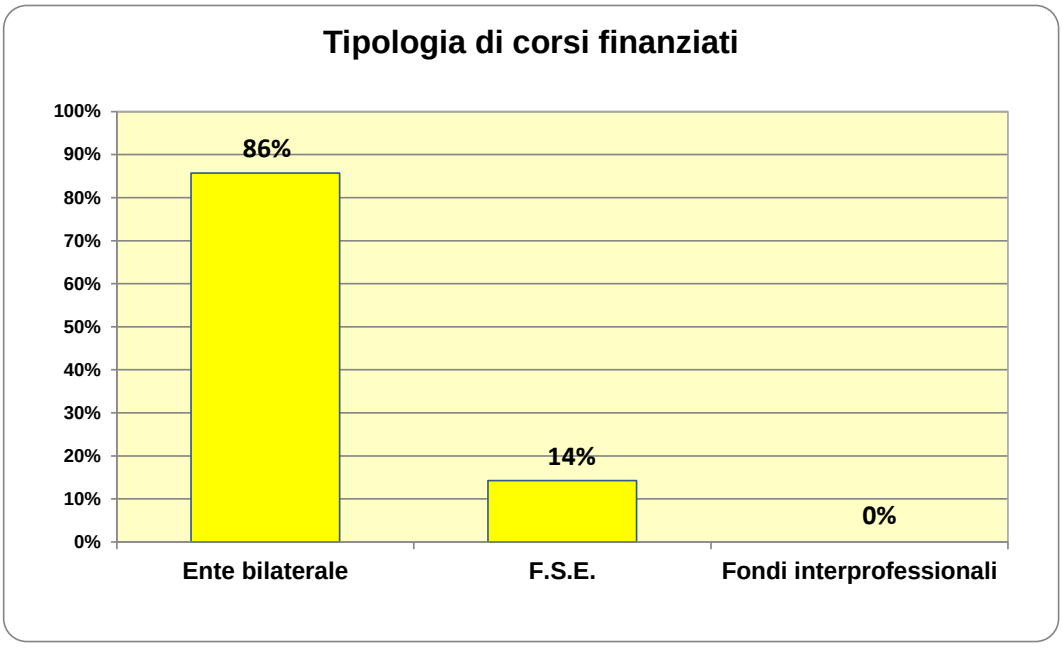
Tipologia di formazione per settore

	Obblig.	Profess.	Entrambe
Dettaglio prodotti per la persona	54%	38%	8%
Dettaglio di prodotti per la casa	17%	67%	17%
Dettaglio di alimentari	75%	25%	0%
Servizi	33%	67%	0%
Comm. all'ingrosso	50%	36%	14%
Turismo	20%	80%	0%
Ristorazione	50%	25%	25%

Il numero di ore per singola azienda è di 26,9 ore per la formazione obbligatoria e 27,5 ore per quella professionalizzante.

Corsi finanziati. I corsi finanziati (il 40% delle ditte con dipendenti che hanno effettuato formazione dichiara di averne usufruito - dato in aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), sono prevalentemente quelli dell'Ente Bilaterale (85,7%) dato in aumento rispetto al trimestre precedente. In aumento anche rispetto al trimestre precedente i corsi finanziati dal Fondo Sociale Europeo che sono passati dal 12% al 14%.

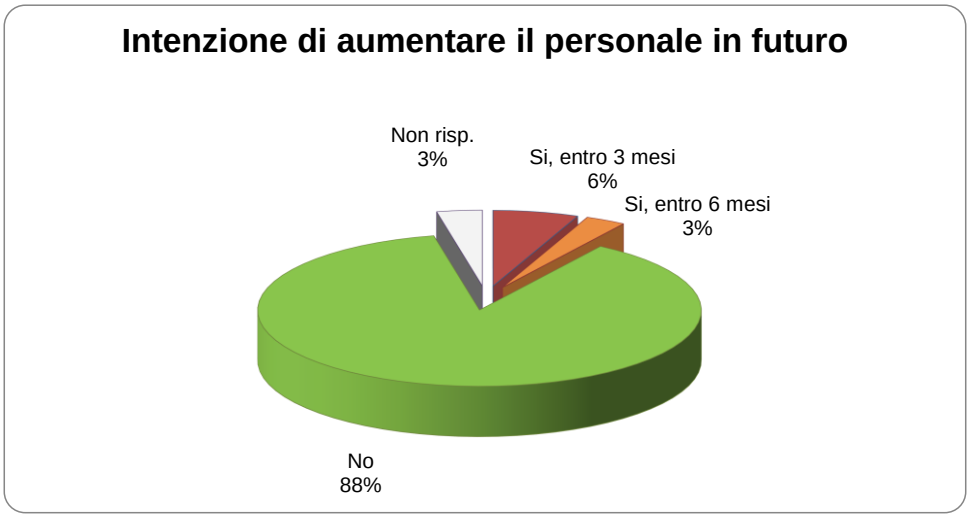




INTENZIONI FUTURE

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.

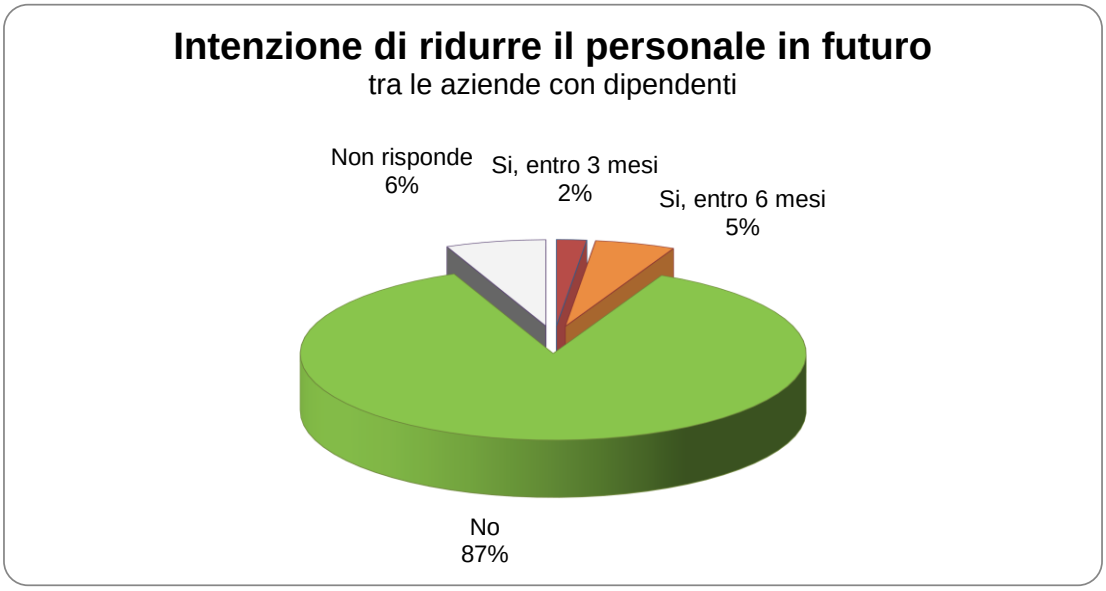
Intenzione di aumentare il numero di dipendenti: come appare dal grafico successivo il 6% delle aziende interpellate ha intenzione di aumentare il personale nei prossimi 3 mesi, in maniera più marcata tra le aziende del settore del turismo (43%).



Intenzioni di nuove assunzioni per settore – prossimo trimestre

	SI	NO	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	6%	91%	3%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	97%	3%
Dettaglio di alimentari	3%	95%	3%
Servizi	0%	100%	0%
Comm. all'ingrosso	8%	88%	4%
Turismo	43%	50%	7%
Ristorazione	6%	89%	6%

Intenzione di ridurre il numero di dipendenti: il 2% delle aziende con dipendenti (dato in diminuzione rispetto al trimestre precedente), ha intenzione di effettuare riduzioni di personale nel prossimo trimestre, soprattutto nel settore al dettaglio di alimentari e della ristorazione.



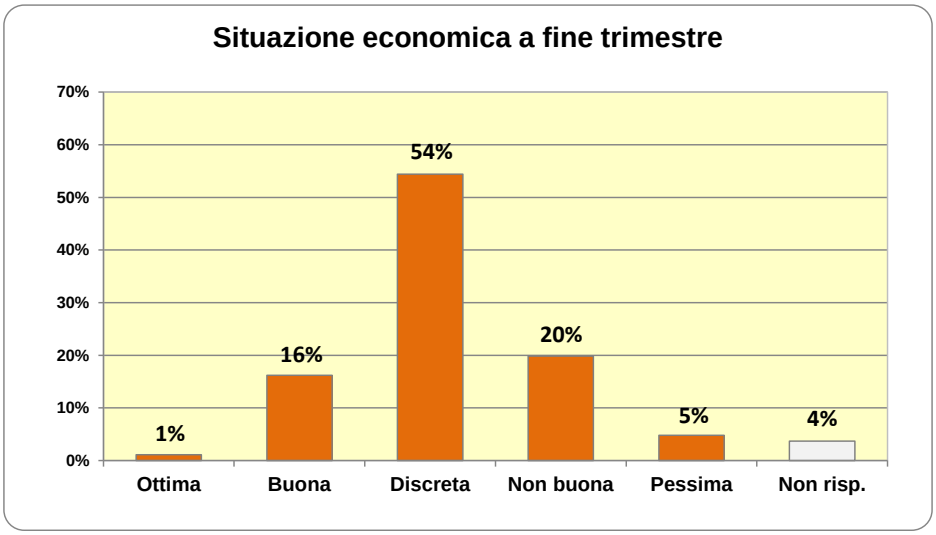
Intenzione di riduzione il personale per settore

	SI	NO	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	0%	97%	3%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	95%	5%
Dettaglio di alimentari	5%	89%	5%
Servizi	0%	100%	0%
Comm. all'ingrosso	2%	86%	12%
Turismo	0%	89%	11%
Ristorazione	5%	90%	5%

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 del primo trimestre di quest'anno viene definita dalle ditte interpellate in generale discreta (dal 54%), buona (dal 16%) mentre il 25% la ritiene non buona o pessima.



I settori che mostrano la più alta percentuale di aziende in condizione non buona o pessima sono:

- quelle dei settori dei prodotti per la persona 35%, per la casa e la ristorazione 32%
- quelle con fatturato basso (35%)
- quelle senza dipendenti (37%).

Situazione economica per settore

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	1%	10%	52%	28%	7%	1%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	9%	56%	26%	6%	3%
Dettaglio di alimentari	0%	15%	59%	15%	10%	0%
Servizi	0%	24%	59%	14%	0%	3%
Comm. all'ingrosso	0%	29%	56%	8%	2%	6%
Turismo	0%	21%	57%	14%	0%	7%
Ristorazione	6%	9%	46%	29%	3%	9%

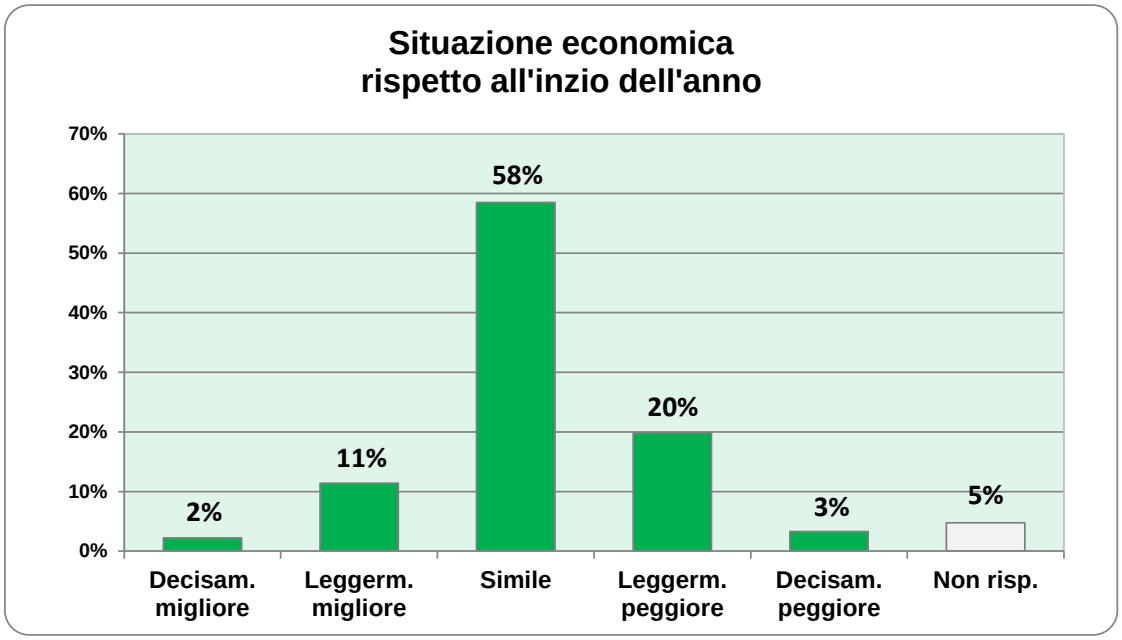
Situazione economica per fascia di fatturato

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Meno di 250 mila €	0%	10%	52%	28%	7%	2%
250 mila €-500 mila €	3%	18%	63%	13%	3%	3%
500 mila €-1 milione €	3%	17%	50%	13%	7%	10%
oltre 1 milione €	2%	28%	61%	7%	0%	2%

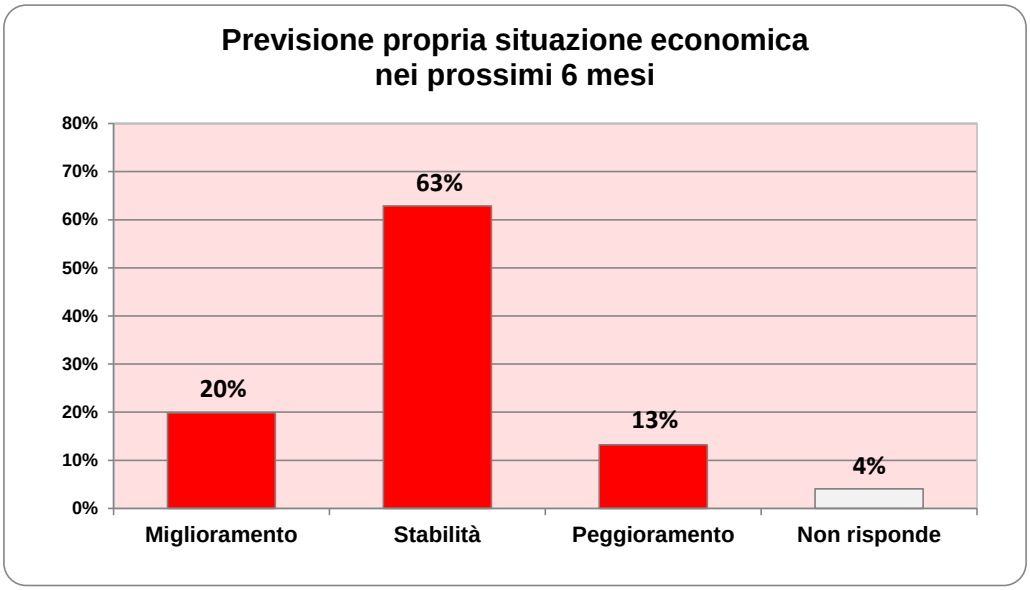
Situazione economica per numero dipendenti

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Nessun dipendente	**0%**	**11%**	**47%**	**28%**	**9%**	**4%**
Con dipendenti	**2%**	**20%**	**60%**	**13%**	**2%**	**3%**
1 - 5 dipendenti	1%	19%	61%	14%	3%	2%
6 - 10 dipendenti	0%	15%	69%	15%	0%	0%
11 - 49 dipendenti	6%	19%	55%	10%	0%	10%
50 o più dipendenti	0%	60%	20%	20%	0%	0%

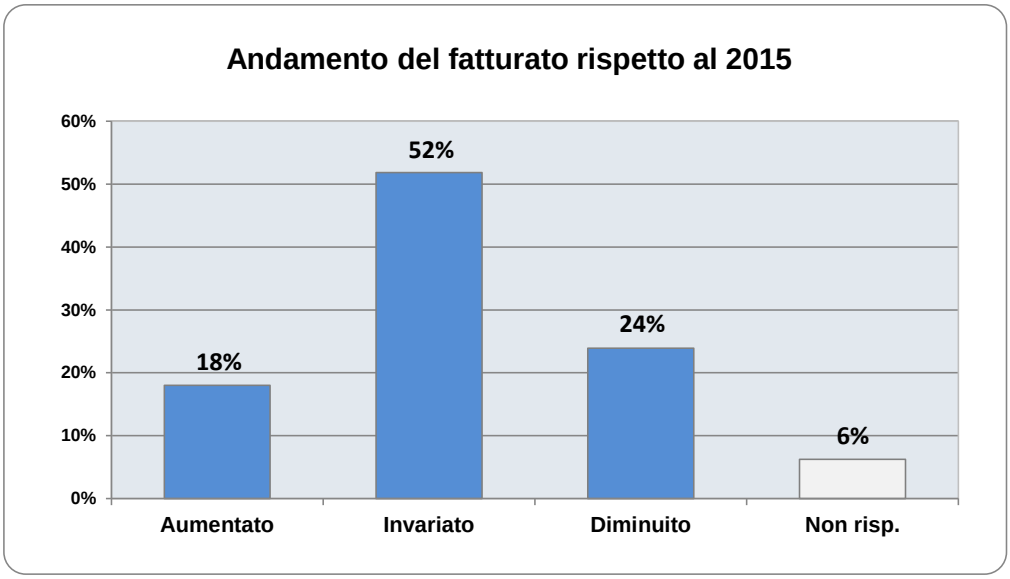
Situazione economica rispetto ad inizio anno. Nei primi tre mesi dell'anno le aziende ritengono che la propria situazione economica sia prevalentemente rimasta invariata (il 58%), anche se al contempo per il 23% è peggiorata (leggermente o decisamente).



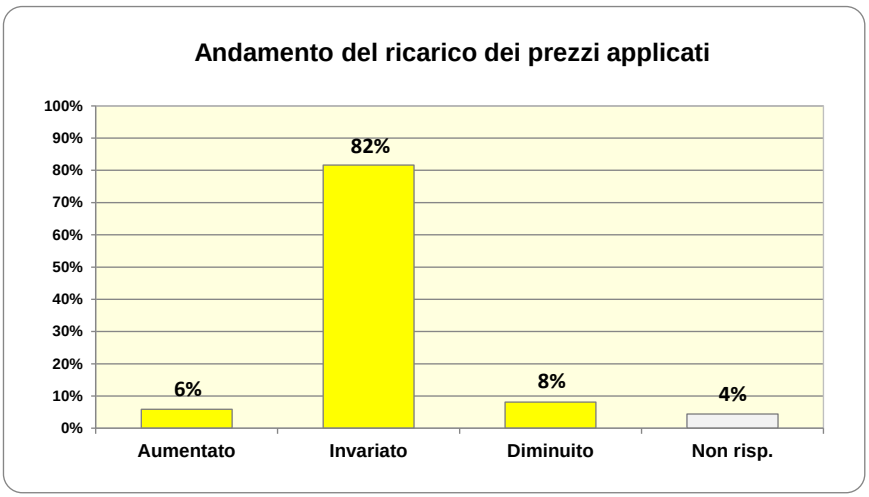
Previsioni per i prossimi 6 mesi. Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 63%) e solo il 13% prevede un peggioramento.

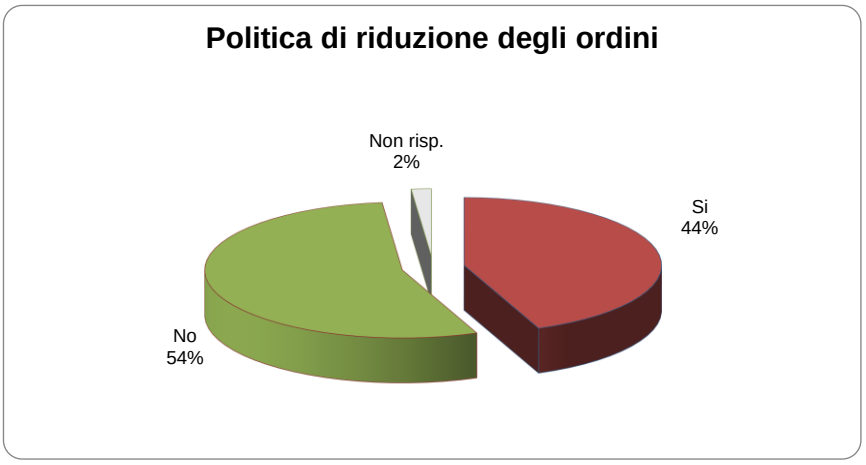


Andamento dei fatturati. Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno dichiarato che nei primi 3 mesi del 2016, rispetto allo stesso periodo del 2015, il fatturato è diminuito (nel 24% dei casi) o è rimasto invariato (nel 52%). La variazione media dei fatturati è stata del -1,4%.



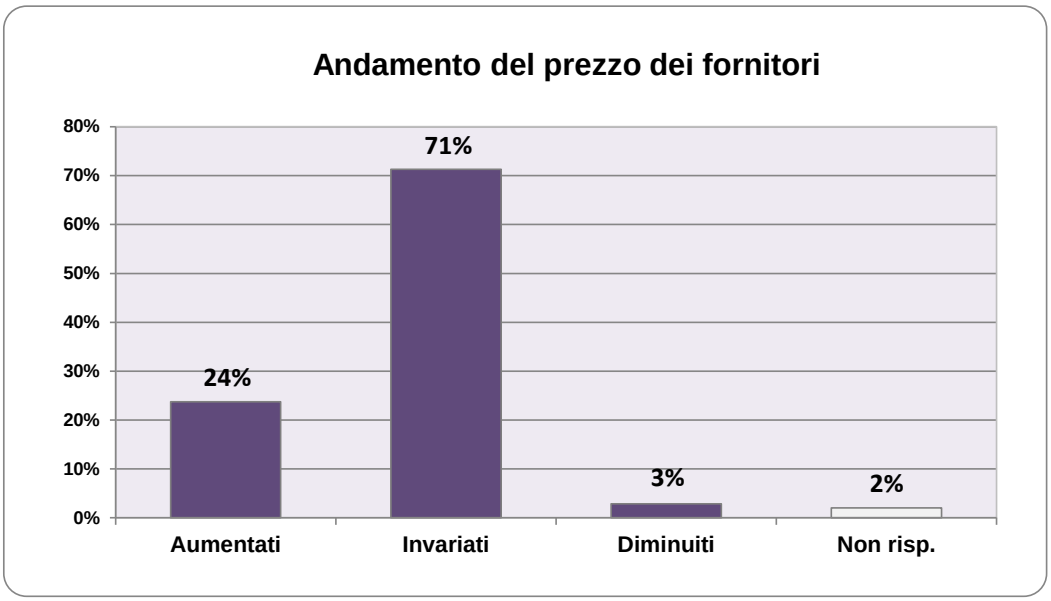
Prezzi e ordini. Tuttavia nei primi tre mesi dell'anno si è preferito ricorrere ad una politica di riduzione degli ordini piuttosto che ricaricare i prezzi, come appare nei due grafici successivi.

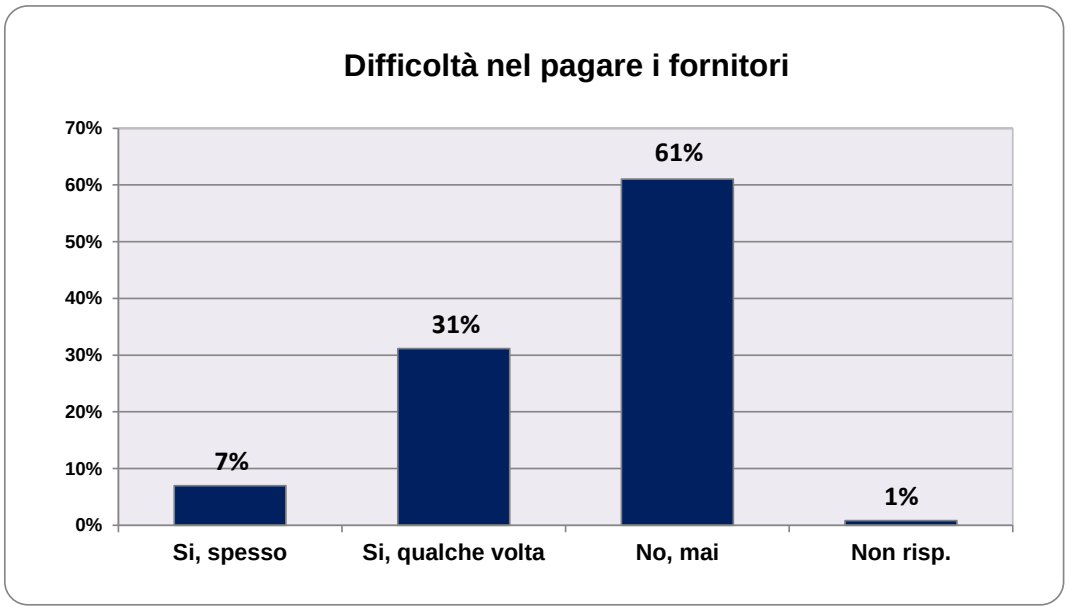




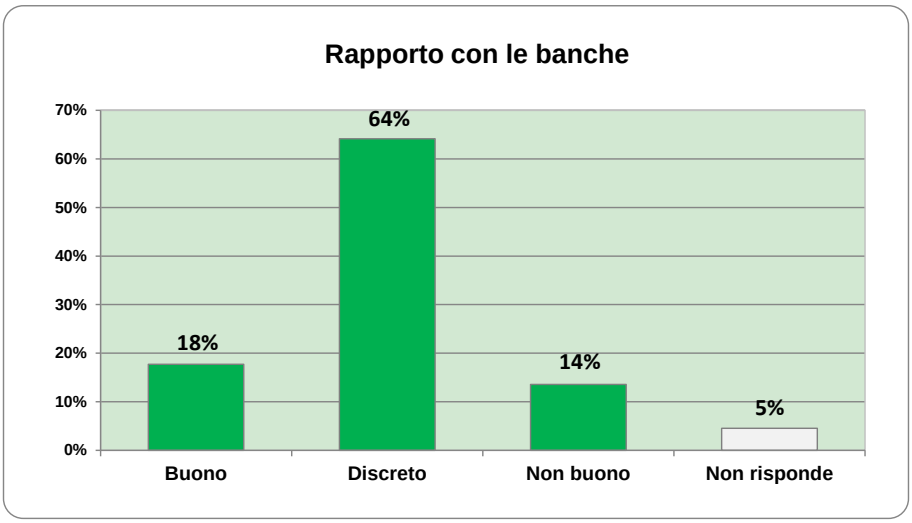
Fornitori. Per quanto riguarda i fornitori, il 71% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori sono rimasti invariati rispetto ad inizio dell'anno, mentre il 24% sostiene che si è verificato un aumento.

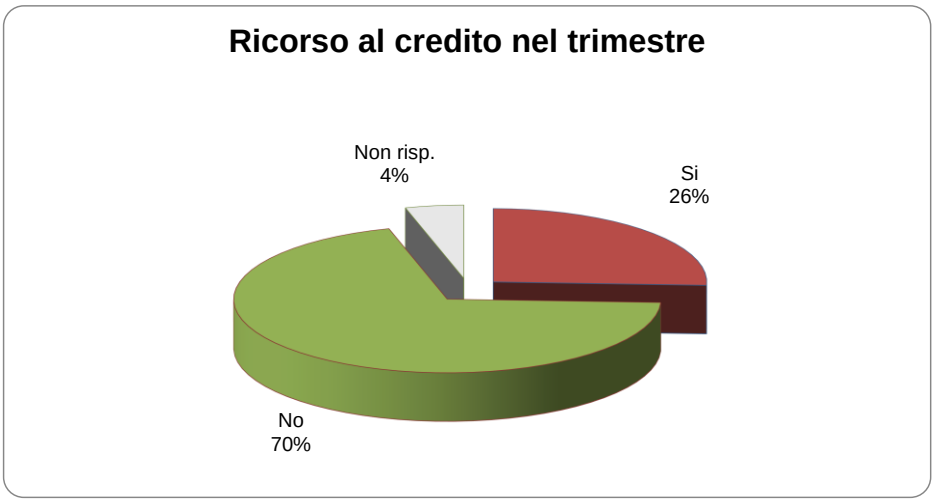
La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 38% (in diminuzione sia rispetto al primo trimestre 2015 sia al quarto trimestre 2015 quando erano il 43%).

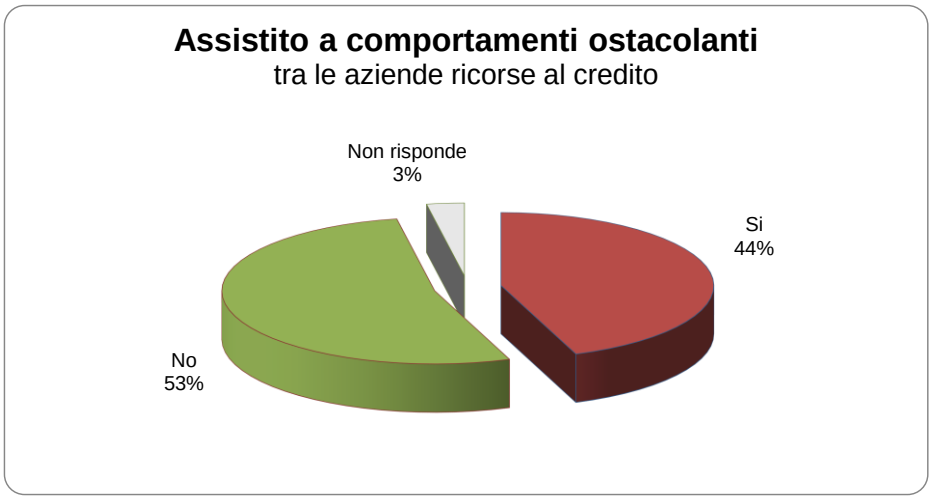




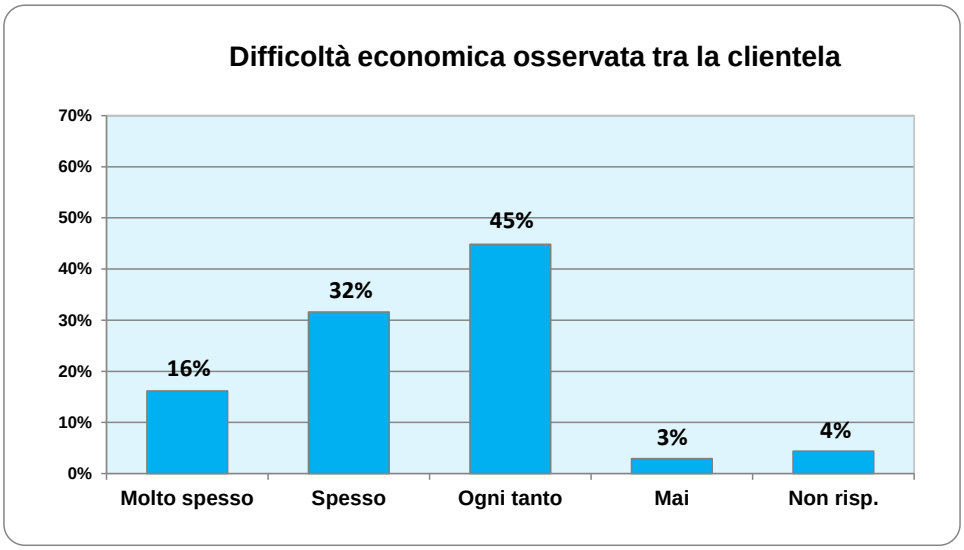
Ricorso al credito. Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 64% ha un buon rapporto. Il 26% è ricorso al credito e di questi il 44% ha rilevato negli Istituti di credito dei comportamenti ostacolanti.


Rapporto con le banche
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
18%
64%
14%
5%
Buono
Discreto
Non buono
Non risponde


Ricorso al credito nel trimestre
Non risp.
4%
Si
26%
No
70%


Assistito a comportamenti ostacolanti
tra le aziende ricorse al credito
Non risponde
3%
Si
44%
No
53%

Difficoltà della clientela: le aziende che hanno risposto al questionario hanno inoltre rilevato alcuni comportamenti della loro clientela che possono essere sintomo di difficoltà economica quali ad esempio richiesta di sconti, difficoltà nel pagare.



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'utilizzo di Social Network o altre tecnologie per promuovere l'attività, l'offerta di nuovi prodotti e l'aumento dei servizi offerti alla clientela.

Strategie attuate

Utilizzo di Social Network o altre tecnologie per promuovere l'attività	54,4%
Offerta nuovi prodotti	47,4%
Aumento dei servizi offerti alla clientela	38,2%
Fidelizzazione della clientela abituale	37,1%
Applicazione di sconti/riduzione dei prezzi applicati	34,6%
Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria	29,4%
Investimento nella formazione del titolare/personale	23,5%
Rinnovo dei locali	22,1%
Diversificazione dei propri orari di apertura rispetto al passato	8,8%
Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri	4,8%
Altro	2,2%