OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE E RILEVAZIONE SITUAZIONE EMERGENZA DA COVID-19

PRIMO SEMESTRE 2021

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

L'Osservatorio Economico-Occupazionale è uno **strumento di rilevazione** creato da Ente Bilaterale Vicenza con l'obiettivo di **monitorare l'andamento economico ed occupazionale delle aziende del terziario** della provincia.

Attraverso **rilevazioni trimestrali** viene **monitorato l'andamento di alcuni indicatori economici ed occupazionali delle aziende**. Gli indicatori oggetto della rilevazione sono: numero dipendenti (assunzioni e cessazioni) distinti per tipologia di contratto, fabbisogni in termini di tipologie contrattuali, mansioni e caratteristiche dei dipendenti, formazione, strategie attuate contro la crisi, stato di salute, andamento dei fatturati, rapporti con i fornitori, con i clienti e con gli istituti di credito.

Conoscere in tempo reale lo stato di salute, i fabbisogni e le esigenze delle aziende permette di **individuarne i mutamenti ed eventuali criticità** e **programmare, di conseguenza, idonee e mirate iniziative volte a supportare le imprese rappresentate.** La metodologia utilizzata per la realizzazione del progetto, consiste in:

1) realizzazione di un **questionario "ad hoc"** tarato in modo specifico per i temi di interesse ;

2) per una questione maggiore diffusione e fruibilità dell'indagine, dal 2014 la modalità di somministrazione e raccolta dati avviene **esclusivamente "online"**, attraverso una piattaforma telematica accessibile dai siti dell'Ente Bilaterale e della Confcommercio di Vicenza;

3) i dati raccolti vengono elaborati ed analizzati in forma anonima. I risultati vengono poi illustrati nel presente **report periodico** che descrive, con l'ausilio di grafici e tabelle, quanto emerso dall'indagine sia in termini complessivi, sia con specifiche analisi per settore (sono stati individuati sette macro settori), per dimensione aziendale e per classe di dipendenti.

4) I **settori** in cui vengono suddivise le aziende del terziario sono:

- **Commercio al dettaglio di alimentari** (alimentaristi, macellai, panifici, ortofrutta, gastronomie, supermercati e GDO …)
- **Commercio al dettaglio di prodotti per la casa** (casalinghi, arredamento e mobili, fioristi, elettrodomestici, prodotti per l'edilizia, per il giardinaggio e per l'agricoltura …)
- **Commercio al dettaglio di prodotti per la persona** (abbigliamento, calzature, edicole, cartolerie, librerie, sport e tempo libero, ottiche, erboristerie, accessori per veicoli, distributori carburanti, tabacchi, prodotti farmaceutici …)
- **Commercio all'ingrosso** (di qualsiasi tipologia di prodotti: alimentari, industriali …)
- **Servizi** (alle imprese, alle persone, agenti immobiliari)
- **Turismo** (strutture ricettive alberghiere e complementari, agenzie viaggio, guide turistiche)
- **Ristorazione** (bar, ristoranti, trattorie …)

INTEGRAZIONE LEGATA ALLA SITUAZIONE DI EMERGENZA COVID: in questo particolare momento, così come avviene da un anno a questa parte, **l'indagine è stata integrata con domande specifiche per rilevare criticità connesse alle limitazioni imposte dalle normative Covid.**

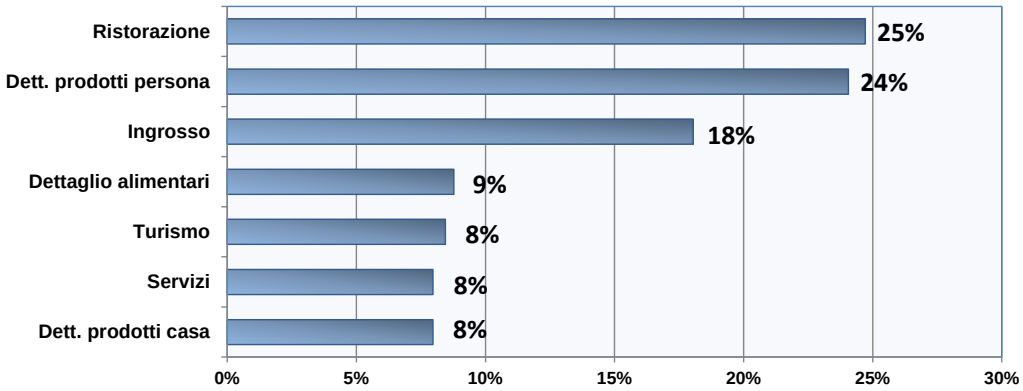
L'ANALISI

Si riportano di seguito le analisi dei dati raccolti a mezzo di 656 questionari (rappresentati attraverso elaborazioni grafiche, tabulari e relativi commenti) **relativi ai principali aspetti economici (parte 1) ed occupazionali (parte 2) rilevati presso il campione di aziende rispondenti** con riferimento al **30 giugno 2021 ed al 1° semestre 2021, nonché del loro trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti dalle ultime rilevazioni per vedere la loro evoluzione rispetto al periodo pre-Covid e durante il periodo di emergenza).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

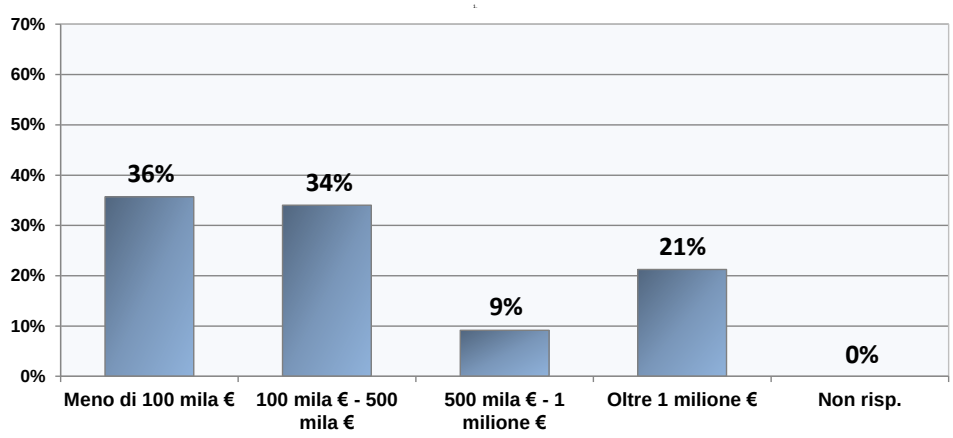
Come prima cosa si osservano le caratteristiche del campione di aziende rispondenti in questa rilevazione, in particolare il settore di appartenenza, la fascia di fatturato 2020 e la classe di dipendenti. La sua composizione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della composizione degli Associati a Confcommercio Vicenza e questo è un requisito fondamentale per l'attendibilità della rilevazione.

SETTORE



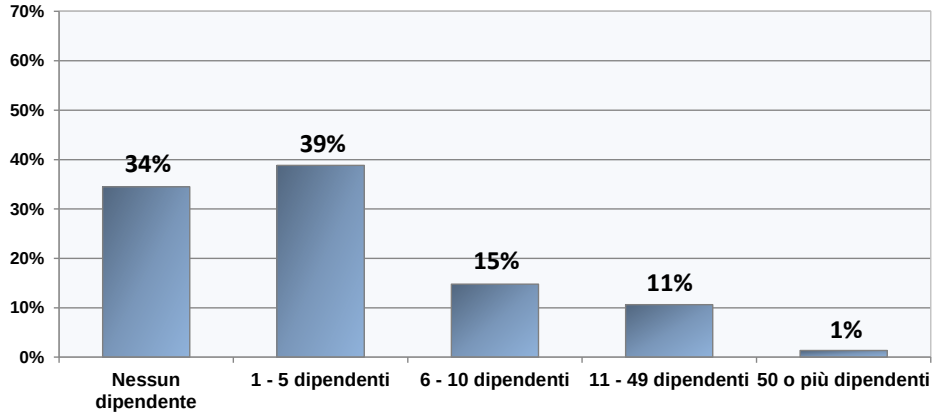
Il campione è costituito **per il 41%** da imprese del **settore dettaglio** (per il 24% dettaglio di prodotti per la persona, per il 9% prodotti alimentari e 8% prodotti per la casa). I settori **turismo** e **ristorazione** coprono il **33% delle intervistate.** A seguire le aziende del settore **ingrosso** (18%) e i **servizi** (8%).

FASCIA DI FATTURATO - 2020



Il campione è costituito **per il 36%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **34%** da aziende **"medie"** (con fatturato compreso tra 100 mila € e 500 mila €**)** mentre nel restante **30%** dei casi il fatturato delle intervistate **supera i 500 mila €.**

NUMERO DI DIPENDENTI - AL 30 GIUGNO 2021



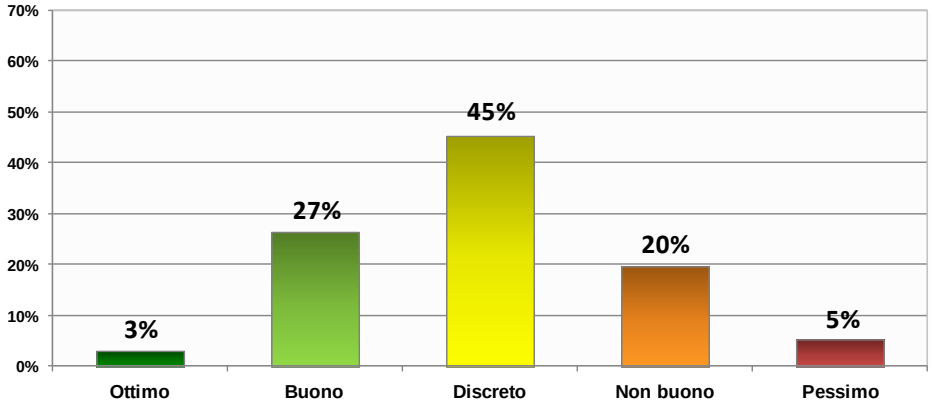
Una azienda rispondente su tre (il 34%) non ha dipendenti, mentre i **restanti due terzi (66%) hanno almeno un dipendente** (tra questi la maggioranza, il 39%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 15% ne ha tra 6 e 10, il 11% tra 11 e 49 e solo l'1% ha 50 dipendenti o oltre). Il **numero medio** di dipendenti per azienda è 5,1**.**

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 30 GIUGNO 2021

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 30 giugno 2021 su una scala a 5 livelli. La differenza tra la % di coloro che rispondono positivamente (buono o ottimo) e coloro che rispondono negativamente (non buono o pessimo) costituisce un indicatore di saldo che sintetizza lo stato di salute complessivo (negativo qualora prevalgano le aziende in condizione non buona, vicino allo 0 in caso di equilibrio, positivo qualora prevalgano le aziende in condizione buona). E' stato poi analizzato il trend di questi indicatori nell'ultimo periodo.

STATO DI SALUTE AL 30 GIUGNO 2021



SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+5

Le aziende definiscono il proprio **stato di salute al 30 giugno 2021**:

- in **prevalenza (45%)** viene definito **"discreto" ;**
- nel **25%** dei casi viene definito **"non buono"** (20%) **o "pessimo"** (5%);
- il **30%** lo considera **"ottimo" o "buono".**

Il **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) **è leggermente positivo** (+5 punti percentuali) ed **in miglioramento rispetto al -25 di fine 2020, riavvicinandosi ai livelli pre-covid** (era +15 a fine 2019)**.**

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	23%	48%	29%	-5
Dettaglio di prodotti per la casa	35%	47%	18%	+17
Dettaglio di alimentari	46%	47%	7%	+39
Servizi	37%	43%	20%	+17
Comm. all'ingrosso	51%	40%	9%	+42
Turismo	11%	45%	44%	-33
Ristorazione	16%	47%	37%	-21

Non tutti i settori mostrano uno stato di salute incoraggiante al 30 giugno 2021: nel **turismo** (saldo -33 e 44% in condizione non buona) e la **ristorazione** (saldo -21 e 37%) infatti **è critico**. Eterogenea la situazione nel dettaglio prodotti per la persona, dove il saldo è in equilibrio a fronte comunque di un 29% di aziende in condizione non buona. **Saldo positivo,** invece, negli altri settori (**alimentari e ingrosso** in particolar modo).

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	12%	46%	42%	-30
100 mila € - 500 mila €	30%	48%	22%	+8
500 mila € - 1 milione €	36%	52%	11%	+25
Oltre 1 milione €	56%	37%	7%	+49

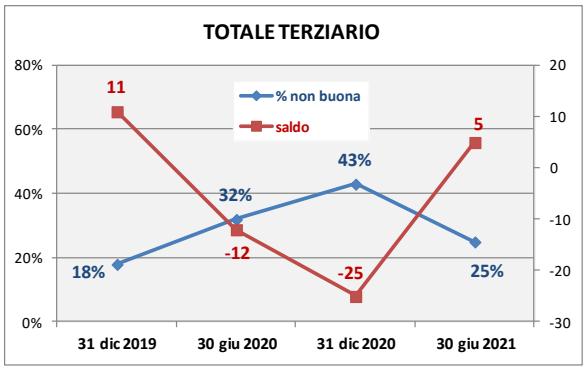
Si osserva una evidente **correlazione tra stato di salute e dimensione aziendale** (classe di fatturato) osservando **stato di salute peggiore tra le aziende piccole** (saldo -30 e il 42% in condizione non buona tra le aziende con fatturato sotto i 100 mila €), mentre **al crescere della dimensione lo stato di salute migliora**: il saldo è in equilibrio per le aziende con fatturato tra 100 mila € e 500 mila €, e via via sempre più positivo per le imprese con fatturato superiore a 500 mila € e ad 1 milione di € (con solo l'11% ed il 7% di aziende in condizione non buona in queste due fasce di fatturato più elevato).

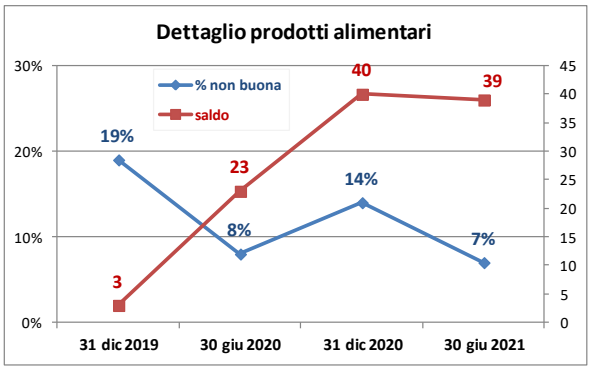
Stato di salute – per classe dipendenti

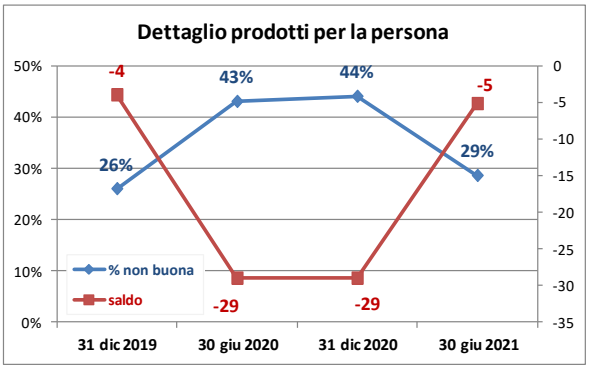
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**15%**	**49%**	**36%**	**-21**
Con dipendenti	**37%**	**43%**	**19%**	**+18**
1 - 5 dipendenti	31%	46%	23%	+8
6 - 10 dipendenti	33%	45%	22%	+11
11 - 49 dipendenti	59%	37%	4%	+55
50 o più dipendenti	86%	14%	0%	+86

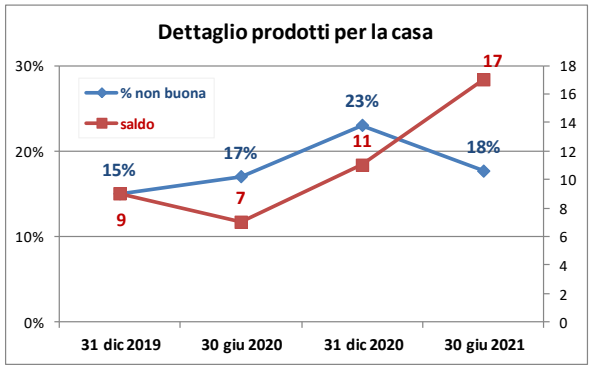
Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti il saldo è negativ**o ed il 36% dichiara uno stato di salute non buono, **mentre tra le aziende con dipendenti al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora** (in generale saldo +18 e 19% in stato di salute non buono).

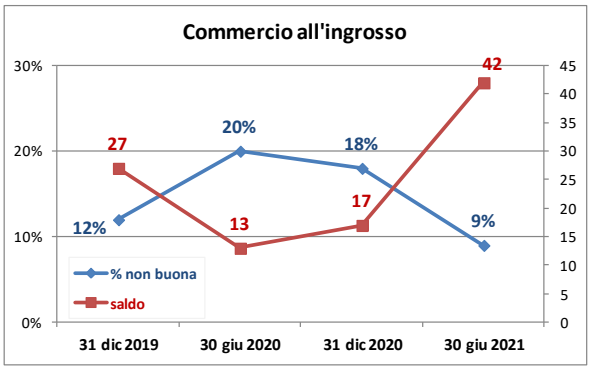
STATO DI SALUTE – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA

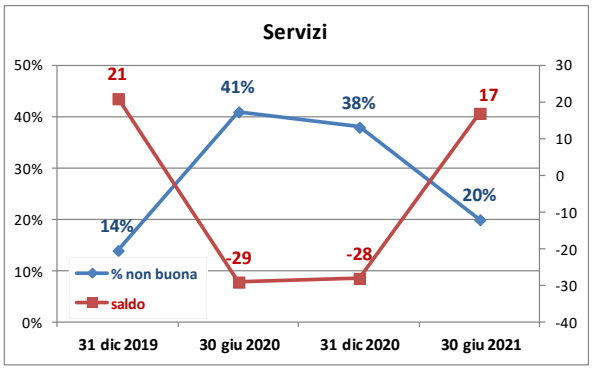


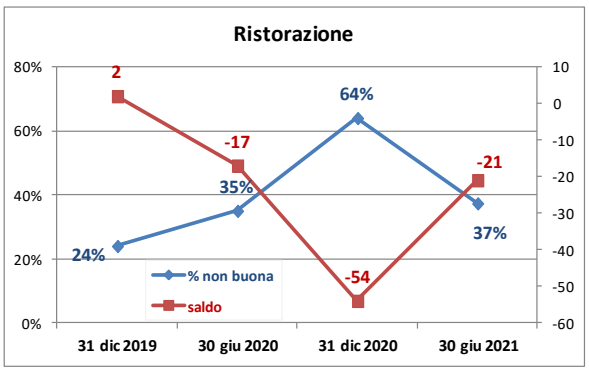


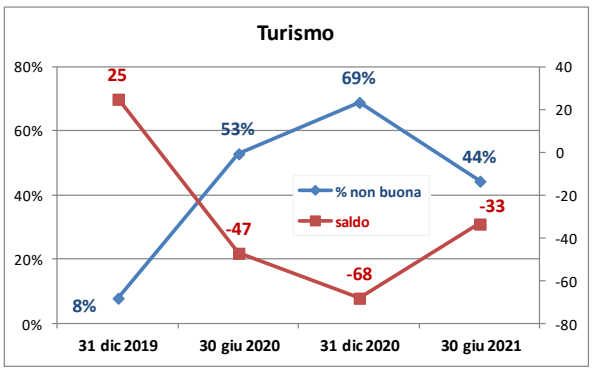












Complessivamente nel terziario lo stato di salute (misurato sia come % aziende in condizione non buona sia come saldo) **aveva fatto segnare** un **trend peggiorativo nel 2020,** con **picco negativo osservato a fine anno** (43% in condizione non buona e saldo -25). **Nei primi sei mesi del 2021 lo stato di salute è, però, migliorato** riportandosi quasi sui livelli pre-covid. Si rilevano, però, dei trend con **specificità settoriali**:

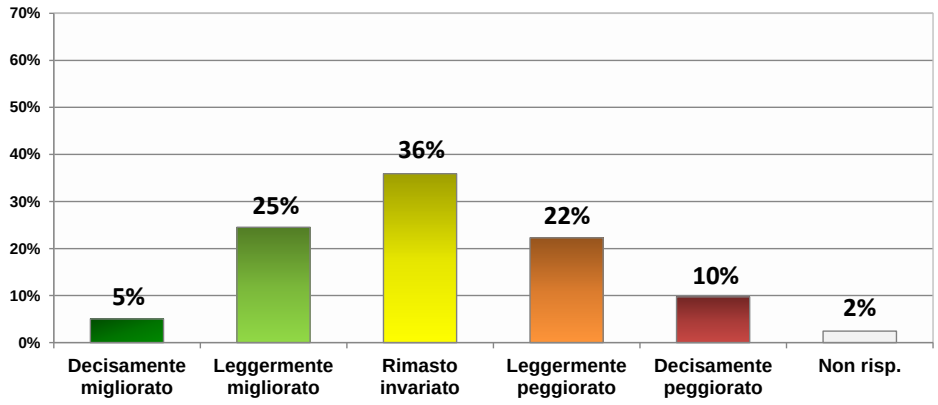
- nella **ristorazione**, e soprattutto **nel turismo** il miglioramento osservato nei primi mesi 2021 **non ha riportato lo stato di salute delle aziende ai valori precovid** e gli **indicatori continuano ad essere critici**.
- nel **dettaglio prodotti persona si è tornati ai livelli, comunque non ottimali, di fine 2019**, fatti di un equilibrio generale del settore ma frutto di trend divergenti all'interno dello stesso; analogo discorso per i **servizi** in cui lo stato di salute è però meno critico.

- nell'**ingrosso** si è tornati addirittura su **livelli di salute migliori rispetto a fine 2019**, dopo un 2020 di peggioramento nel complesso contenuto; anche nel dettaglio **prodotti per la casa** il **peggioramento nel 2020 è stato contenuto**, quasi stabile, e **nei primi mesi 2021 la situazione è migliorata**.
- il **trend è stato migliorativo**, anche nel pieno dell'emergenza, **negli alimentari** ed è continuato anche nei primi mesi 2021.

STATO DI SALUTE – VALUTAZIONE ANDAMENTO PRIMO SEMESTRE 2021

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel primo semestre 2021 su una scala a 5 livelli.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL 1° SEMESTRE 2021



SALDO
(% migliorato - % peggiorato)
-2

C'è **equilibrio tra le aziende che ritengono che nel I° semestre 2021 il loro stato di salute sia peggiorato** (32%) e **le aziende che ritengono che invece sia migliorato** (30%). Nel restante 36% dei casi è rimasto invariato.

Andamento stato di salute – per settore

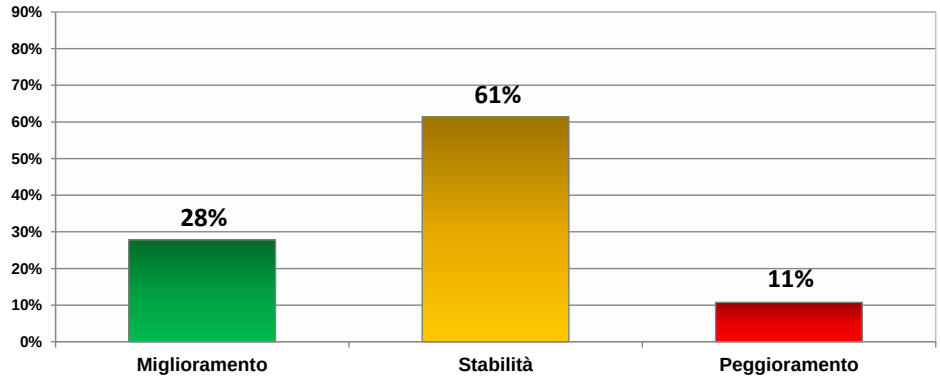
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	26%	45%	29%	-3
Dettaglio di prodotti per la casa	31%	42%	27%	+4
Dettaglio di alimentari	20%	50%	30%	-10
Servizi	37%	41%	22%	+15
Comm. all'ingrosso	46%	35%	19%	+27
Turismo	25%	19%	56%	-31
Ristorazione	24%	33%	43%	-19

Nonostante la % di aziende in condizione 'non buona' sia diminuita rispetto a 6 mesi fa (paragrafo precedente), **le imprese del turismo e ristorazione dichiarano comunque in maniera frequente di avere assistito ad un peggioramento del proprio stato di salute nel corso del I° semestre 2021** (e queste prevalgono sensibilmente su coloro che lo ritengono migliorato). **Anche negli alimentari prevalgono le aziende che lo ritengono peggiorato** mentre **nel dettaglio non alimentare** (persona e casa) si osserva **equilibrio** nella valutazione dell'andamento del semestre. P**ositivo invece la percezione di miglioramento nei servizi e soprattutto nell'ingrosso.**

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il II° semestre 2021

E' stata chiesta alle una previsione sull'andamento del proprio stato di salute nel prossimo semestre (ovvero se prevedono miglioramento, stabilità o peggioramento). La differenza tra % di coloro che prevedono miglioramento e coloro che prevedono peggioramento costituisce un indicatore di "clima di fiducia" che sintetizza il *sentiment* sul futuro (più o meno positivo, neutro o negativo).

PREVISIONE STATO DI SALUTE PER IL SECONDO SEMESTRE 2021



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
+17

La **maggioranza delle imprese** (**61%**, ed in crescita rispetto al 47% di sei mesi fa) **prevede stabilità** del proprio stato di salute **nel secondo semestre 2021**. Le restanti si dividono in una **minoranza di pessimiste** (l'**11%** prevede un peggioramento, quota in netto calo rispetto al 42% di sei mesi fa) e un **numero incoraggiante di ottimiste** (il 28% prevede miglioramento, quota in aumento rispetto al 9% di sei mesi fa).

Il **clima di fiducia al 30 giugno** pertanto **è positivo (+17)** e **in miglioramento rispetto al -33 registrato a fine 2020. In tal senso il clima di fiducia attuale** sembra essere addirittura **migliore rispetto al +3 registrato a fine 2019 prima del Covid** (forse come contro bilanciamento psicologico dopo le difficoltà affrontate).

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	20%	64%	15%	+5
Dettaglio di prodotti per la casa	12%	78%	10%	+2
Dettaglio di alimentari	15%	76%	8%	+7
Servizi	28%	64%	8%	+20
Comm. all'ingrosso	30%	64%	6%	+24
Turismo	31%	52%	17%	+14
Ristorazione	41%	50%	9%	+32

Il clima di fiducia per il prossimo semestre è **particolarmente positivo** tra le imprese del **settore ristorazione** e nell'**ingrosso** (+32 e +24)**. Positivo** anche **nei servizi (+20)** e nel **turismo (+14 ma con 17% di pessimisti).** Più contenuto, quasi in equilibrio, nei tre comparti del dettaglio.

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima fiducia
Meno di 100 mila €	27%	57%	16%	+11
100 mila € - 500 mila €	29%	62%	9%	+20
500 mila € - 1 milione €	37%	57%	7%	+30
Oltre 1 milione €	23%	73%	5%	+18

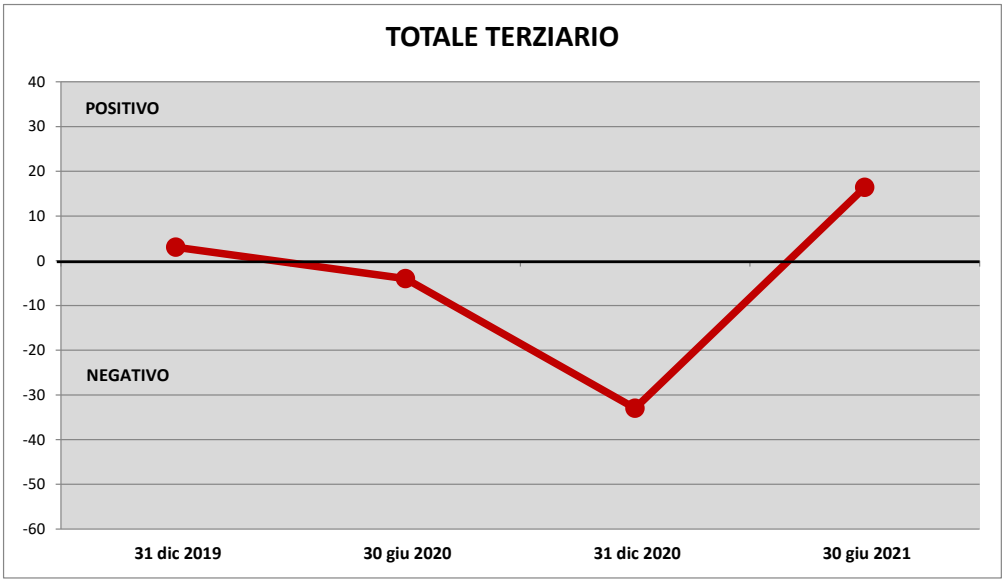
Le **aziende più piccole** mostrano un **clima di fiducia** positivo, ma **leggermente peggiore** di quelle più grandi.

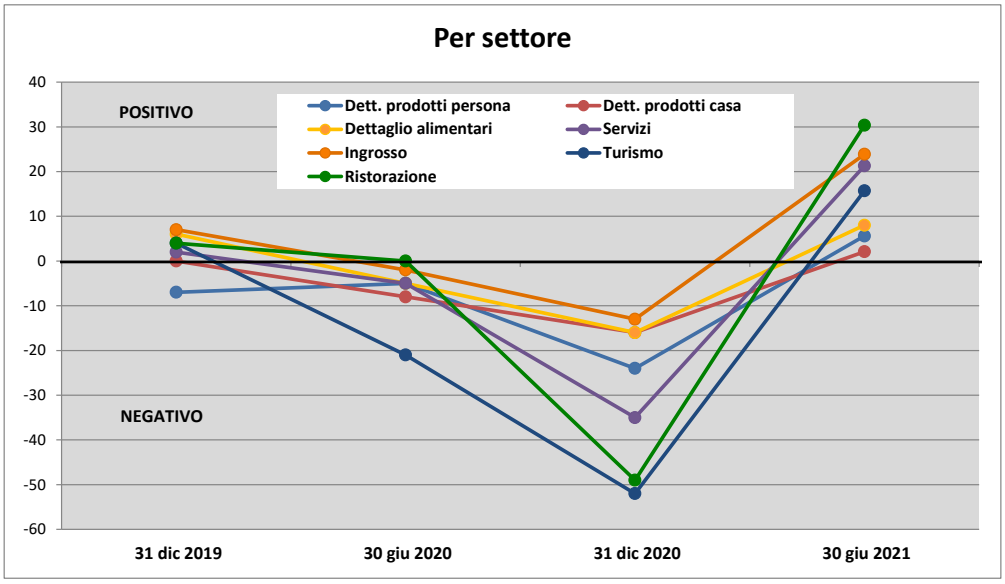
Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima fiducia
Nessun dipendente	**25%**	**61%**	**14%**	**+10**
Con dipendenti	**29%**	**62%**	**9%**	**+20**
1 - 5 dipendenti	27%	61%	11%	+16
6 - 10 dipendenti	34%	59%	7%	+28
11 - 49 dipendenti	28%	67%	5%	+23
50 o più dipendenti	43%	57%	0%	+43

Non si rileva una significativa correlazione tra clima di fiducia e classe di dipendenti.

CLIMA DI FIDUCIA – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA





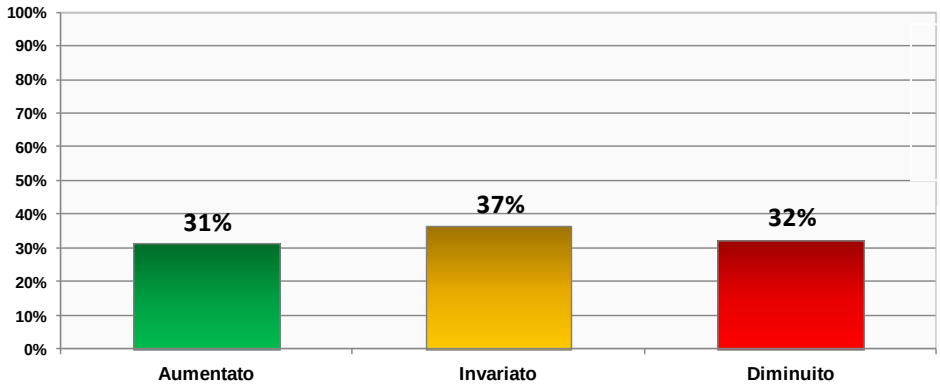
Il clima di fiducia **complessivamente nel terziario** ha osservato un **calo tra la fine del 2019** (quando la pandemia non era ancora iniziata) **e la fine del 2020**: il crollo del clima di fiducia è stato **particolarmente marcato nella seconda metà del 2020**. **Nei primi sei mesi del 2021,** però, **la fiducia sembra aumentare** in tutti i settori, passando da negativa a positiva. In particolare il settore **ristorazione** è passato da essere il più pessimista ad essere il più ottimista. Significativo anche il **guadagno di ottimismo nel turismo**, mentre **l'oscillazione è stata più contenuta negli altri settori**, tutti però passati da segno negativo a segno positivo.

ANDAMENTO FATTURATI primo semestre 2021 – primo semestre 2020

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando il I° semestre 2021 con il I° semestre 2020. Viene chiesto alle aziende se il loro fatturato è aumentato, invariato o diminuito, e costruito un saldo (% az. che hanno aumentato - % az. che hanno diminuito) per avere un indicatore di sintesi dello status. Si chiede inoltre, alle aziende, l'intensità in termini percentuali dell' aumento/diminuzione di fatturato, calcolando un valore medio della variazione % di fatturato.

ANDAMENTO DEL FATTURATO

I° semestre 2021 – I° semestre 2020



SALDO

(% CASI AUM - % CASI DIMIN)

-1

VARIAZIONE MEDIA

I° sem 2021-I° sem 2020

- 3,4%

Per quanto sia **complicato valutare il risultato derivante da un confronto di fatturati tra I° semestre 2021 e I° semestre 2020** (infatti i due periodi sono stati interessati da diverse dinamiche legate alle restrizioni) si procede con un confronto. E risulta che **le aziende si sono comportate in maniera eterogenea** in termini di variazione dei fatturati e che non per tutti il I° semestre 2021 è stato un semestre di ripresa dopo le criticità del 2020, infatti**: circa un terzo ha osservato un calo** dei fatturati, **circa un terzo ha assistito ad aumenti** e **poco più di un terzo ad un fatturato invariato.**

Mediamente le aziende hanno dichiarato una **perdita del fatturato del 3%** ed **il saldo** (differenza tra la % di aziende che hanno assistito ad un aumento e % di aziende che hanno assistito ad un calo) **è in equilibrio**. In tal senso la situazione era decisamente più critica un anno fa, ma il confronto era con il 2019.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media I° sem 21 – I° sem 20
Dettaglio prodotti per la persona	31%	46%	23%	+8	-0,3%
Dettaglio di prodotti per la casa	38%	38%	24%	+14	+2,2%
Dettaglio di alimentari	10%	40%	50%	-40	-9,7%
Servizi	43%	26%	32%	+11	-1,0%
Comm. all'ingrosso	61%	27%	12%	+49	+12,2%
Turismo	21%	25%	55%	-34	-18,3%
Ristorazione	16%	40%	44%	-28	-13,4%

I settori che hanno **maggiormente sofferto nel primo semestre 2021** (rispetto ad un già critico I° semestre 2020) sono stati decisamente **il turismo** (saldo -34 e perdita media del 18%) **e la ristorazione** (saldo -28 e perdita media del 13%)**.** Anche **il dettaglio alimentari** segnale una **perdita rispetto al primo semestre 2020** (-10% medio), **ma quello era stato un periodo particolarmente favorevole** per il settore**. Stabilità dei fatturati,** nel **dettaglio prodotti per la casa,** per **la persona e** nei **servizi. Aumento dei fatturati** invece **nell'ingrosso** (oltre il +12% medio e saldo positivo).

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % media fatt. I° sem 21 – I° sem 20
Meno di 100 mila €	17%	39%	44%	-27	-12,2%
100 mila € - 500 mila €	27%	40%	33%	-6	-5,5%
500 mila € - 1 milione €	48%	31%	21%	+26	+5,9%
Oltre 1 milione €	54%	29%	17%	+37	+9,5%

Si osserva una **maggior sofferenza**, in termini di calo fatturato, tra le **aziende piccole** (-12% medio e saldo particolarmente negativo tra le aziende con **meno di 100€ di fatturato**). **Perdita dei fatturati** (più contenuta) anche **per le imprese con fatturato tra 100 mila € e 500 mila** € mentre nelle imprese con **fatturato superiore a 500 mila €** (principalmente appartengono all'ingrosso) i **fatturati sono aumentati.**

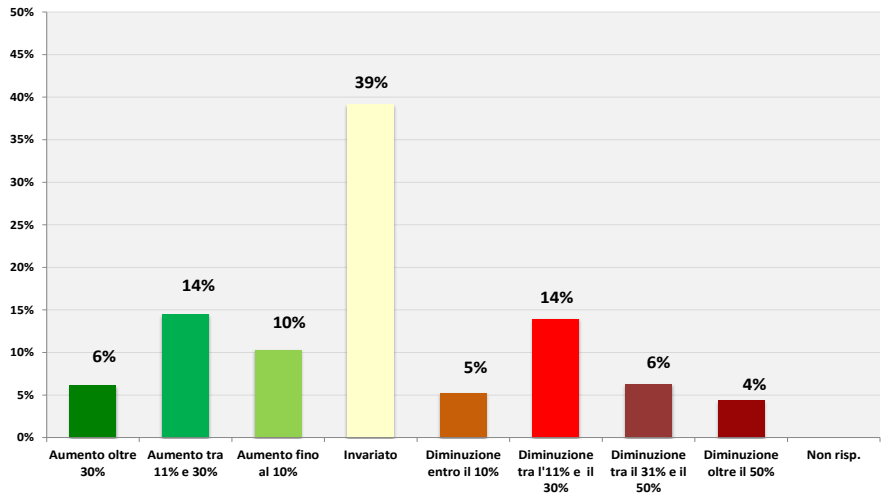
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. I° sem 21 – I° sem 20
Nessun dipendente	**18%**	**43%**	**40%**	**-22**	**-9,3%**
Almeno un dipendente	**39%**	**33%**	**28%**	**+11**	**+0,2%**
1 - 5 dipendenti	33%	36%	30%	+3	-3,1%
6 - 10 dipendenti	37%	32%	31%	+6	-1,7%
11 - 49 dipendenti	56%	28%	16%	+41	+12,6%
50 o più dipendenti	88%	0%	13%	+75	+21,2%

Si osserva una **correlazione tra andamento dei fatturati e classe dipendenti**. Infatti le **aziende senza dipendenti** segnalano una **perdita prevalente dei fatturati** (-9% e saldo -22), mentre tra le **aziende con almeno un dipendenti si osserva stabilità** dei fatturati: più nel dettaglio al loro interno si osserva **leggera perdita per le imprese con pochi dipendenti** e segno positivo per le imprese più strutturate.

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

I° semestre 2021 – I° semestre 2020



Tra le imprese che segnalano l'entità della variazione dei loro fatturati rispetto al I° semestre 2020

- **la maggioranza dei casi di perdita** sono stati **di intensità comprese tra l'11% ed il 30%** (nel 14% del totale aziende che hanno fornito questo dato), mentre **nel 10% si è trattato di perdite di intensità marcata** (superiore al 30%) e **nel 5% di perdite contenute** (sotto il 10%).
- i **casi di aumento** registrati, invece, sono stati **prevalentemente di intensità fino al 10%** (10% dei casi) o tra **l'11% ed il 30%** (14%) e **nel 6% l'aumento è stato superiore al 30%.**

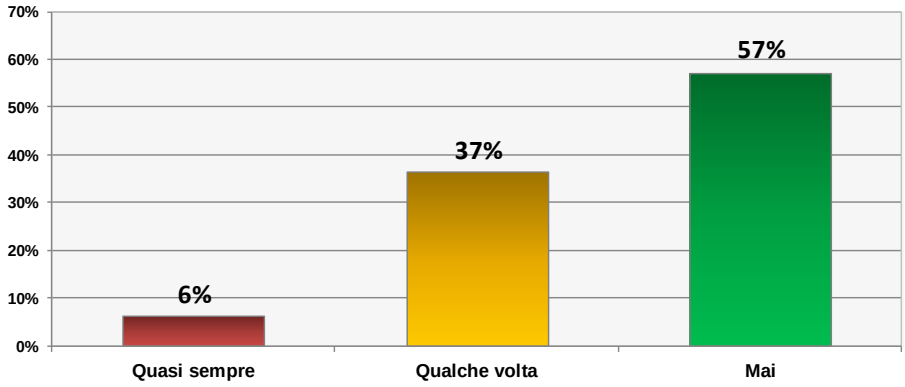
	Aumento oltre 30%	Aumento tra 11% e 30%	Aumento fino al 10%	Invariato	Diminuzione entro il 10%	Diminuzione tra l'11% e il 30%	Diminuzione tra il 31% e il 50%	Diminuzione oltre il 50%
Dettaglio prodotti per la persona	3%	13%	13%	49%	7%	12%	3%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	9%	19%	12%	44%	7%	16%	2%	2%
Dettaglio di alimentari	2%	2%	9%	47%	16%	18%	11%	0%
Servizi	7%	21%	7%	26%	5%	7%	5%	5%
Comm. all'ingrosso	16%	29%	16%	28%	6%	3%	5%	0%
Turismo	4%	8%	6%	27%	2%	17%	8%	19%
Ristorazione	2%	8%	5%	44%	1%	25%	11%	9%

La tabella conferma le **difficoltà dei settori turismo e ristorazione**, nei quali **frequenti sono state le perdite di fatturato di intensità marcata**. **In sofferenza anche gli alimentari**, mentre le **perdite e i guadagni si equilibrano nel dettaglio prodotti per la persona** e **prodotti per la casa** (dove si registrano cluster di aumenti consistenti e cluster di perdite mediamente marcate). Infine **i servizi e ancor più l'ingrosso segnalano pochi casi di preoccupanti perdite** e numerosi casi di guadagno.

RAPPORTI CON I FORNITORI

E' stato chiesto alle aziende se hanno difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori e se, nel primo semestre 2021, questi hanno concesso dilazioni o agevolazioni di pagamento straordinarie.

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 30 GIUGNO 2021



Il **43% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza sporadiche (37%) e solo nel 6% frequenti. **La % di aziende in difficoltà con i fornitori è diminuita rispetto a sei mesi fa** (erano il 56% a fine 2020) senza però tornare **al valore osservato prima del covid** (erano il 38% a fine 2019).

Difficolta nel pagare i fornitori – per settore

	Quasi sempre	Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	6%	40%	55%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	27%	73%
Dettaglio di alimentari	6%	27%	67%
Servizi	7%	33%	60%
Comm. all'ingrosso	2%	25%	74%
Turismo	16%	33%	51%
Ristorazione	9%	51%	40%

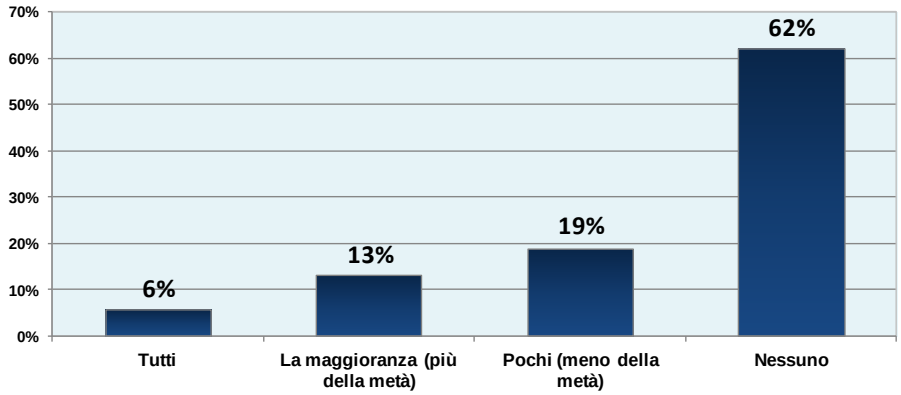
La frequenza dei casi di difficoltà con i fornitori è **più marcata tra le aziende del settore turismo** (49%) e **soprattutto ristorazione** (60%), e più contenuta negli altri settori, in particolare gli alimentari (33%), il dettaglio prodotti per la casa (27%) e l'ingrosso (27%).

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

	Quasi sempre	Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	10%	42%	48%
100 mila € - 500 mila €	7%	41%	52%
500 mila € - 1 milione €	2%	39%	59%
Oltre 1 milione €	1%	19%	80%

Si osserva **minor difficoltà nel pagare i fornitori al crescere della dimensione aziendale** (sono il 52% tra le aziende con fatturato fino a 100 mila € mentre sono il 20% tra le aziende con fatturato oltre 1 milione).

I FORNITORI HANNO CONCESSO DILAZIONI/AGEVOLAZIONI STRAORDINARIE NEL I° SEMESTRE 2021



Le aziende hanno osservato raramente (6%) un appoggio da parte di tutti i propri fornitori nel concedere loro agevolazioni o dilazioni nel I° semestre 2021, mentre il 13% delle aziende ha ricevuto tale appoggio da parte di una maggioranza dei fornitori. **Più frequentemente l'appoggio da parte dei fornitori è stato scarso** (19%) **o addirittura nullo** (62%). In tal senso si è attenuato l'aiuto dei fornitori rispetto a quanto osservato nel 2020 (quando i casi in cui era stato ricevuto aiuto erano stati leggermente più frequenti).

Dilazioni/agevolazioni dai fornitori – per settore

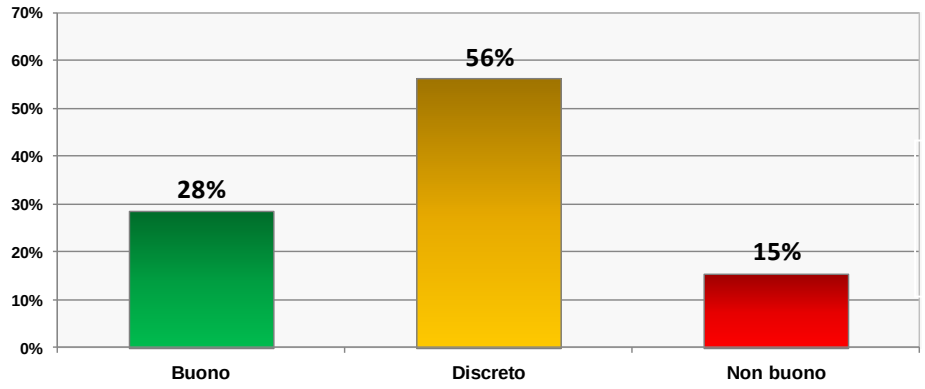
	Tutti o la maggioranza	Pochi o Nessuno
Dettaglio prodotti per la persona	23%	77%
Dettaglio di prodotti per la casa	10%	90%
Dettaglio di alimentari	12%	88%
Servizi	14%	86%
Comm. all'ingrosso	4%	96%
Turismo	22%	78%
Ristorazione	32%	68%

I **settori prodotti per la persona, turismo e soprattuto ristorazione sono quelli che più spesso hanno visto i fornitori andare incontro alle aziende**. L'**ingrosso è**, invece, **il settore che meno frequentemente ha ricevuto appoggio da parte dei propri fornitori**. Questo indicatore non necessariamente misura il grado di collaboratività dei fornitori, in alcuni settori le aziende potrebbero non aver avuto criticità tali da chiedere aiuto ai fornitori.

CREDITO E RAPPORTI CON LE BANCHE

E' stato chiesto alle aziende di valutare il loro rapporto con gli istituti di credito (su scala "buono", "discreto", "non buono"), calcolando il saldo (% aziende che lo giudicano buono - % che lo giudica non buono). Si è chiesto anche se hanno fatto richiesta di prestiti a sostegno della liquidità e ottenuti.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 30 GIUGNO 2021



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 13

La maggioranza delle aziende (il 56%) **ritiene discreto il proprio rapporto con gli istituti di credito**, mentre il **28% lo ritiene buono**, ed il **15% non buono**. Il **saldo** quindi **è positivo e pari a +13**.

Questo valore era pari a +10 a fine 2020 e +17 a fine 2019 e, pertanto il **rapporto con gli istituti di credito non sembra essersi deteriorato particolarmente nel periodo di emergenza Covid.**

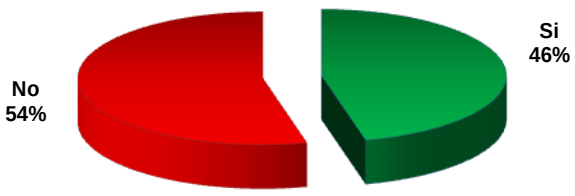
Rapporto con le banche – per settore

	Buono	Discreto	Non buono	Saldo (% buono - % non buono)
Dettaglio prodotti per la persona	25%	62%	13%	+13
Dettaglio di prodotti per la casa	22%	60%	18%	+4
Dettaglio di alimentari	21%	63%	17%	+4
Servizi	35%	47%	19%	+16
Comm. all'ingrosso	37%	56%	6%	+31
Turismo	33%	50%	17%	+17
Ristorazione	26%	51%	22%	+4

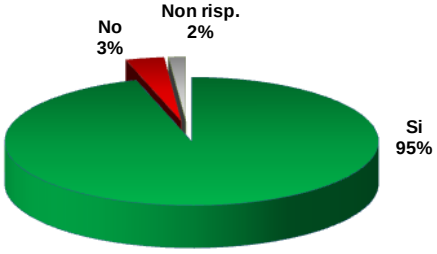
Il settore che mostra **un migliore rapporto con le banche è l'ingrosso** (+31).Il saldo risulta **buono anche nel turismo, nei servizi e nei prodotti per la persona** mentre risulta **più basso** (quasi in equilibrio) nei **prodotti per la casa, negli alimentari e nella ristorazione**.

PRESTITI BANCARI PER SOSTENERE LA LIQUIDITA' NEL I° SEMESTRE 2021

Ha fatto richiesta?



Li ha ottenuti?



Sono **ricorse a prestiti bancari per sostenere la propria liquidità nel I° semestre 2021 quasi una azienda su due (46%)** delle aziende intervistate. Tra queste **il 95% segnala esito positivo** e solo il 3% negativo.

Prestiti – per settore

	Richiesti	Ottenuti
Dettaglio prodotti per la persona	51%	95%
Dettaglio di prodotti per la casa	41%	100%
Dettaglio di alimentari	22%	100%
Servizi	35%	100%
Comm. all'ingrosso	45%	96%
Turismo	47%	91%
Ristorazione	56%	96%

Il settore ricorso **al credito più frequentemente nel I° semestre 2021** è stato decisamente la **ristorazione** (56% delle aziende intervistate), mentre meno **frequente è risultato essere nei servizi** (35%) e soprattutto negli **alimentari** (22%)**.** Pur non rilevando criticità particolari, la quota successo delle richieste è leggermente più contenuta nel turismo (91%).

Prestiti – per classe di fatturato

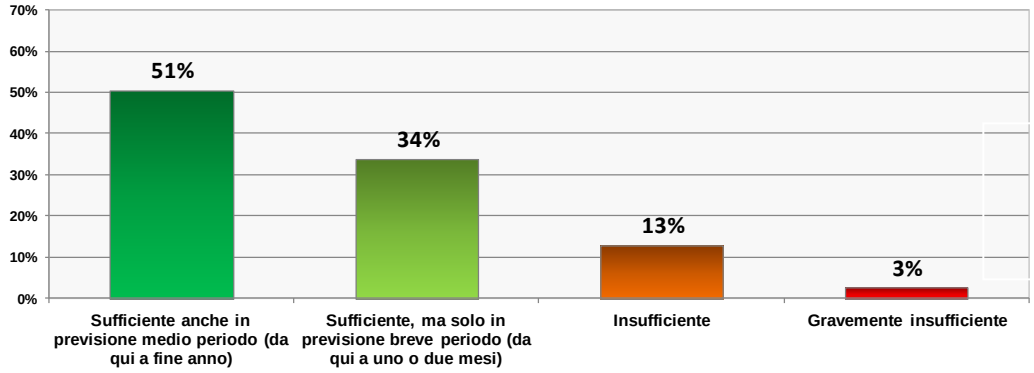
	Richiesti	Ottenuti
Meno di 100 mila €	35%	97%
100 mila € - 500 mila €	57%	97%
500 mila € - 1 milione €	56%	87%
Oltre 1 milione €	42%	98%

Sono ricorse al credito leggermente meno frequentemente le aziende piccole (sotto i 100 mila € di fatturato) e le più grandi (sopra 1 milione di €) e più frequentemente le aziende con fatturato medio.

LIQUIDITA' al 30 giugno 2021

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di valutare il proprio livello di liquidità al 30 giugno 2021 per capire se è sufficiente (a breve o medio termine) o meno. Si è costruito un saldo (% che considerano sufficiente la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) per avere un'immagine di sintesi.

VALUTAZIONE DEL LIVELLO DI LIQUIDITA'



SALDO
(% CASI SUFF - % CASI INSUF)
+ 69

La maggioranza delle aziende (**85%**) **ritiene sufficiente il proprio livello di liquidità al 30 giugno 2021** e di queste: il 51% lo ritiene sufficiente da qui a fine anno, il 34% solo per un breve periodo (1-2 mesi).

Il 16%, invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (3% gravemente insufficiente). Queste aziende erano il 25% a fine 2020 e pertanto **nei primi 6 mesi 2021 la % di aziende con liquidata critica si è ridotta.**

Il saldo (% sufficienti - % insufficienti) **è positivo** e **in miglioramento rispetto a fine 2020 (+46).**

Livello di liquidità – per settore

	Sufficiente anche nel medio periodo	Sufficiente ma solo nel breve periodo	Insufficiente	Gravemente insufficiente	Saldo 30.06	Saldo 31.12
Dettaglio prodotti per la persona	53%	33%	12%	2%	+72	+56
Dettaglio di prodotti per la casa	60%	28%	9%	4%	+74	+69
Dettaglio di alimentari	61%	27%	12%	0%	+76	+86
Servizi	56%	27%	18%	0%	+64	+47
Comm. all'ingrosso	68%	26%	6%	1%	+87	+85
Turismo	36%	34%	24%	6%	+40	+52
Ristorazione	31%	49%	15%	5%	+59	+8

Il **livello di liquidità più critico lo segnala decisamente il settore turismo** (30% di casi critici e saldo +40 e in peggioramento rispetto al livello osservato a fine 2020) **seguito dal settore ristorazione** (20% di casi critici e saldo +59 ma in ripresa rispetto a 6 mesi fa). **Meno preoccupante la situazione negli altri settori**, alcuni in miglioramento rispetto a 6 anni fa (prodotti per la persona, per la casa, servizi) altri in peggioramento (alimentari) altri invariati (ingrosso).

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

	Sufficiente anche nel medio periodo	Sufficiente ma solo nel breve periodo	Insufficiente	Gravemente insufficiente	Saldo 30.06
Meno di 100 mila €	36%	39%	20%	5%	+49
100 mila € - 500 mila €	49%	37%	12%	2%	+71
500 mila € - 1 milione €	60%	31%	9%	0%	+82
Oltre 1 milione €	74%	22%	4%	0%	+92

Si osserva un **livello di liquidità proporzionale alla dimensione aziendale.** Esso infatti è **meno critico tra le aziende con fatturato superiore ad 1 milione di €** (solo il 4% lo ritiene insufficiente ed il saldo è +92) e **peggiora con il diminuire della dimensione aziendale**: infatti è più critico nelle aziende con fatturato inferiore a 100 mila € (25% insufficienti e saldo +49).

Livello di liquidità – per classe dipendenti

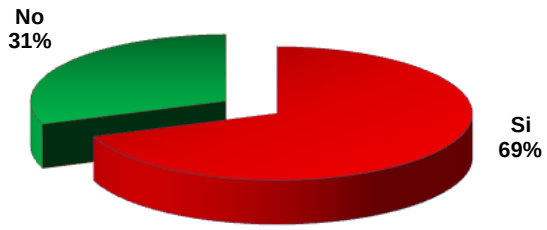
	Sufficiente anche nel medio periodo	Sufficiente ma solo nel breve periodo	Insufficiente	Gravemente insufficiente	Saldo 30.06
Nessun dipendente	**55%**	**29%**	**6%**	**10%**	**+69**
Almeno un dipendente	**68%**	**19%**	**4%**	**9%**	**+74**
1 - 5 dipendenti	67%	21%	5%	7%	+76
6 - 10 dipendenti	65%	19%	5%	12%	+67
11 - 49 dipendenti	77%	15%	0%	8%	+85
50 o più dipendenti	67%	0%	0%	33%	+33

Non sembra esserci una evidente correlazione tra il livello di liquidità e il numero di dipendenti delle imprese intervistate.

COMPORTAMENTI DELLA CLIENTELA

E' stato chiesto alle aziende se stanno osservando sintomi di difficoltà nella clientela. E' stato anche chiesto se il numero di clienti rispetto ad un anno fa (30 giugno 2020) è aumentato, diminuito o rimasto invariato.

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



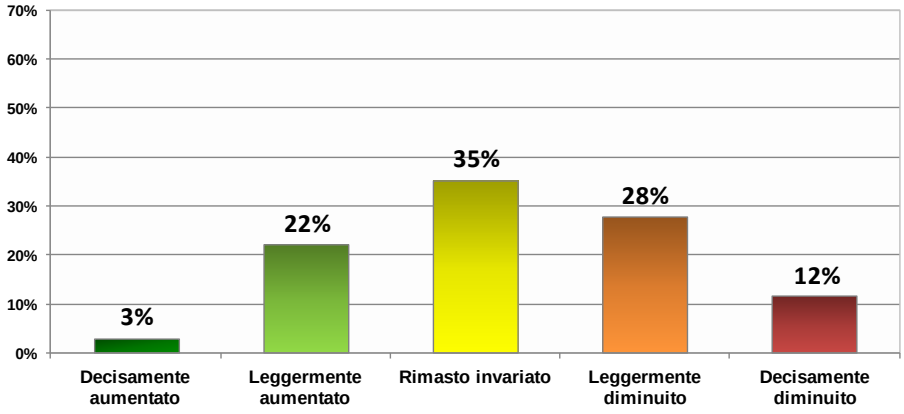
Come era prevedibile **la maggioranza delle aziende (69%) vede tra i propri clienti sintomi di difficoltà** (in leggero calo rispetto all'80% registrato a fine 2020).

Difficoltà economiche – per settore

	Si
Dettaglio prodotti per la persona	76%
Dettaglio di prodotti per la casa	57%
Dettaglio di alimentari	71%
Servizi	73%
Comm. all'ingrosso	59%
Turismo	73%
Ristorazione	72%

Le difficoltà appaiono più frequenti tra i clienti del commercio al dettaglio per la persona (76%) e in generale sono ugualmente frequenti in tutti i settori gli altri settori ad eccezione dell'i**ngrosso** (59%) e del **dettaglio prodotti per la casa** (57%) dove appaiono **leggermente meno frequenti.**

ANDAMENTO DELLA CLIENTELA RISPETTO AD UN ANNO FA



SALDO
(% CASI AUMENTO - % CASI DIMINUZ.)
- 15

La maggioranza delle aziende (il **40%**) ritiene che **rispetto ad un anno fa** (30 giugno 2020) **il numero di clienti sia diminuito** (nel 28% leggermente e nel 12% decisamente diminuito).

Nel **35% dei casi**, invece, la clientela è **rimasta invariata** rispetto ad un anno fa e nel restante **25%** (una su quattro) **è aumentata**.

Il **saldo** (% casi aumento - % casi diminuzione) è quindi **negativo, pari a -15.**

Andamento della clientela – per settore

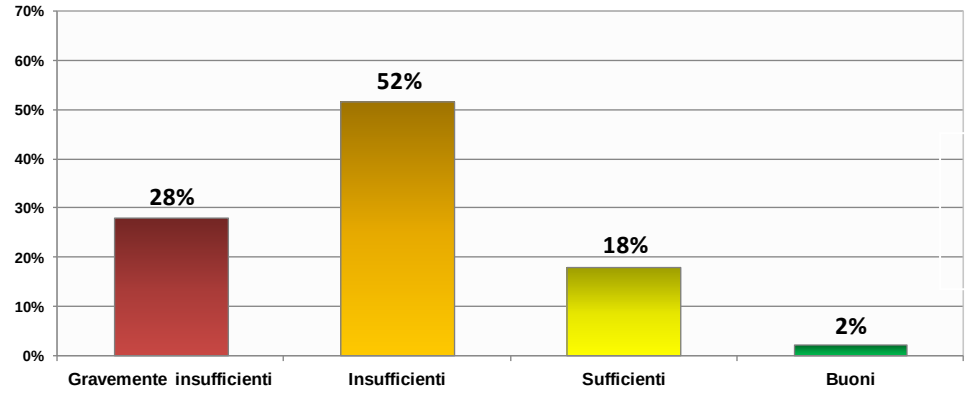
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo (% aum - % dim)
Dettaglio prodotti per la persona	3%	19%	36%	29%	12%	-19
Dettaglio di prodotti per la casa	4%	33%	39%	18%	6%	12
Dettaglio di alimentari	4%	16%	39%	33%	8%	-20
Servizi	7%	36%	33%	20%	4%	18
Comm. all'ingrosso	2%	29%	47%	21%	1%	9
Turismo	4%	15%	17%	25%	40%	-46
Ristorazione	1%	17%	29%	37%	16%	-35

Il **calo dei clienti** è stato **più frequente nel turismo e ristorazione** (rispettivamente 75% e 53% e saldo negativo) ma anche nel **dettaglio di prodotti per la persona** (41%), e **negli alimentari** (41%) mentre nei settori **servizi, prodotti per la casa ed ingrosso** sono **prevalsi i casi di aumento della clientela**, più frequenti rispetto a i casi di diminuzione.

VALUTAZIONE AIUTI RICEVUTI NEL PRIMO SEMESTRE 2021

E' stato chiesto alle aziende di valutare gli aiuti ricevuti dalle istituzioni nel primo semestre 2021 classificandole su una scala a 4 livelli di giudizio. Anche in questo caso è stato poi costruito un saldo (% di coloro che le ritengono "sufficienti" o "buone" - % di coloro che le ritengono "insufficienti" o "gravemente insufficienti") al fine di avere un indicatore sintetico di questo aspetto.

VALUTAZIONE AIUTI DELLE ISTITUZIONI



SALDO
(% CASI SUFF - % CASI INSUF)
-60

La maggioranza delle aziende ritiene insufficienti gli aiuti ricevuti dalle istituzioni per fronteggiare le conseguenze dell'emergenza Covid nel corso del primo semestre 2021:

- il **28%** li ritiene **"gravemente insufficienti"** (erano il 44% a valutare così gli aiuti ricevuti nel 2020)
- il **52%** li ritiene **"insufficienti**" (erano il 41% a valutare così gli aiuti ricevuti nel 2020)

In totale **sono quindi l'80%** (rispetto all'85% relativo al 2020) mentre il 18% li ritiene "sufficienti" e il 2% li ritiene "buoni".

Il **saldo tra sufficienti/buoni ed insufficienti/gravemente insufficienti è quindi pesantemente negativo**, pari a **-60** (era -71 a fine 2020 in relazione agli aiuti ricevuti nell'anno)

Valutazione aiuti ricevuti – per settore

	Gravemente insufficienti	Insufficienti	Sufficienti	Buoni	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	28%	53%	18%	1%	-61
Dettaglio di prodotti per la casa	18%	59%	16%	6%	-55
Dettaglio di alimentari	19%	60%	17%	5%	-57
Servizi	16%	64%	18%	2%	-59
Comm. all'ingrosso	15%	50%	34%	1%	-30
Turismo	45%	41%	12%	2%	-71
Ristorazione	41%	48%	9%	1%	-79

I settori **turismo e soprattutto la ristorazione sono i più critici rispetto agli aiuti ricevuti** (saldo pesantemente negativo, quasi -80 nella ristorazione) mentre **meno critico è l'ingrosso** (saldo -30). In media con il dato complessivo del terziario gli altri settori.

PREOCCUPAZIONI E RIFLESSIONI

E' stato chiesto alle aziende se condividono o meno alcune preoccupazioni e riflessioni.

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Sono soddisfatto della campagna vaccinale e degli effetti che sta portando	**44%**	44%	57%	56%	44%	51%	42%	31%
Le prossime scadenze fiscali e contributive metteranno a rischio la sopravvivenza della mia attività	**18%**	21%	8%	17%	15%	5%	16%	28%
Temo nuovi lock-down nel periodo autunnale	**65%**	66%	69%	47%	52%	61%	76%	73%
Se ci saranno nuovi lock-down la sopravvivenza della mia attività è a forte rischio	**17%**	22%	18%	16%	19%	13%	9%	16%
A causa delle restrizioni previste nei periodi di lock-down ho sviluppato sistemi di comunicazione e marketing digitali (sito web, social media, e-mail marketing …)	**32%**	32%	16%	8%	29%	18%	45%	51%

Fiducia nella campagna vaccinale: il **44%** delle aziende **è soddisfatto della campagna vaccinale e degli effetti che sta portando** (era il 50% ad aver mostrato fiducia nella campagna vaccinale nelle interviste di fine 2020). Dato più basso si registra nella ristorazione (31%) e più alto nel dettaglio casa (57%) alimentari (56%).

Timore per le prossime scadenze fiscali: il **18%** delle aziende **teme che le prossime scadenze fiscali mineranno la sopravvivenza della propria attività** (in calo rispetto a sei mesi fa, quando erano il 37% a manifestare questa preoccupazione)**.** Dato particolarmente **elevato nella ristorazione** (28%) e più contenuto negli altri settori e minimo nell'ingrosso e nel dettaglio prodotti per la casa.

Teme nuovi lock-down nel periodo autunnale: una quota elevata di aziende (il **65**%) **teme nuovi lock-down in autunno.** Preoccupazione più elevata nel turismo e ristorazione (75%) e più bassa negli alimentari.

Propria sopravvivenza a rischio se ci saranno nuovi lock down: il **17%** delle aziende intervistate **vede la propria sopravvivenza a rischio in caso di nuovi lock-down in autunno. Particolarmente preoccupante il dato nel dettaglio prodotti per la persona (22%)** e in media negli altri settori.

Sviluppo di nuovi sistemi di comunicazione e marketing: il **32%** delle intervistate **dichiara di aver sviluppato nuovi sistemi di comunicazione e marketing** (web, social media…) a causa delle restrizioni. Dato **particolarmente elevato nel turismo** (45%) **e ristorazione** (51%) e più contenuto negli altri settori.

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 30 GIUGNO 2021

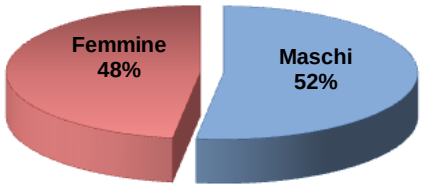
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**34%**	**54%**	**39%**	**41%**	**47%**	**10%**	**31%**	**27%**
Almeno un dip.	**66%**	**46%**	**61%**	**59%**	**53%**	**90%**	**69%**	**73%**
1–5 dipend.	39%	36%	37%	48%	31%	34%	33%	49%
6–10 dipend.	15%	7%	12%	7%	14%	23%	17%	19%
11–49 dipend.	10%	3%	10%	2%	6%	31%	19%	4%
50 o + dipend.	1%	0%	2%	2%	2%	3%	0%	1%
N° medio dip.	**5,1**	1,8	4,3	3,5	3,8	11,6	5,3	4,5

Le aziende con dipendenti sono più frequenti nel settore ingrosso (il 90% ha almeno un dipendente e oltre 11 dipendenti medi). **Meno frequenti**, invece, le **aziende con dipendenti nel dettaglio prodotti per la persona** (46% e 1,8 dipendenti medi).

% Dipendenti per sesso



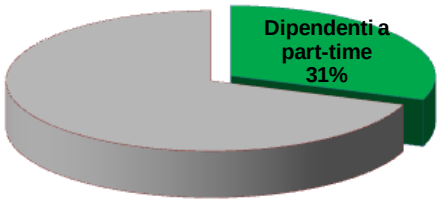
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**52%**	33%	51%	32%	34%	72%	40%	40%
% femmine	**48%**	67%	49%	68%	66%	28%	60%	60%

Come già osservato in passato, nel complesso si osserva un **sostanziale equilibrio tra dipendenti di sesso femminile e maschile**. La **quota di dipendenti femmine è prevalente** nei settori dettaglio prodotti per persona 67%, dettaglio alimentari 68%, , servizi 66%, ristorazione 60% e turismo 60%, mentre c'è **equilibrio tra i generi nel dettaglio prodotti per la casa** e una netta **prevalenza di maschi solo nell'ingrosso** (72%).

DIPENDENTI A PART-TIME

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a part-time tra le aziende al 30 giugno 2021.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 30 GIUGNO 2021



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**31%**	45%	36%	43%	55%	13%	23%	50%

Il part-time rappresenta il 31% del totale contratti in essere al 30 giugno (dato in linea con fine 2020 e fine 2019). I settori che **utilizzano maggiormente questo contratto sono i servizi** (55% e in aumento rispetto a 6 mesi fa) e **la ristorazione** (50% e invariato rispetto a 6 mesi fa). Frequente anche nel dettaglio prodotti per la persona (45%) e nell'alimentare (43%), mentre **lo utilizza meno frequentemente l'ingrosso** (13%).

Dipendenti a part-time per sesso

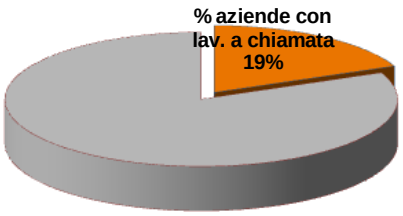
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**13%**	17%	19%	24%	28%	3%	11%	35%
% part-time tra le femmine	**51%**	59%	54%	52%	69%	38%	30%	59%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 51% dei dipendenti di sesso femminile è part-time, erano il 48% sei mesi fa) mentre **tra i maschi è utilizzato in solo il 13% dei contratti** (il 17% sei mesi fa).

DIPENDENTI A CHIAMATA

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a chiamata attivi tra le aziende intervistate.

DIPENDENTI A CHIAMATA - AL 30 GIUGNO 2021



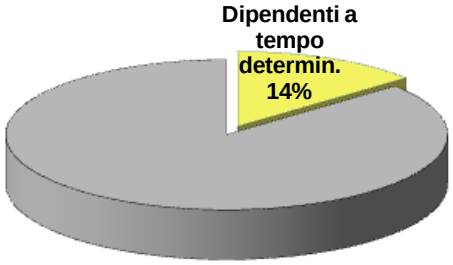
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con lav. a chiamata	**19%**	8%	16%	11%	6%	8%	21%	43%
n. medio lav. chiam. (tra aziende con contratti a chiam.)	**3,0**	1,7	1,4	3,0	1,7	2,3	2,6	3,7

Il 19% delle aziende presenta **almeno un contratto a chiamata** (tra queste il numero medio di 3 dipendenti per azienda). Questo contratto è **più diffuso tra le aziende della ristorazione** (il 43% lo adotta) **e più numeroso** (3,7 dipendenti per azienda tra quelle che lo utilizzano) mentre è più contenuto negli altri settori

DIPENDENTI A TEMPO DETERMINATO

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a tempo determinato attivi tra le aziende intervistate e il loro andamento (proroghe e/o cessazioni) nel primo semestre 2021.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 30 GIUGNO 2021
tra le aziende con dipendenti



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con contratti t. det.	**35%**	22%	13%	41%	27%	30%	44%	51%
% contratti a tempo det.	**14%**	8%	3%	50%	5%	4%	7%	16%

Tra le aziende con dipendenti, **il 35%** (circa un terzo, dato in linea con il 35% osservato a fine 2020) presenta **almeno un contratto a tempo determinato** e questi costituiscono una **quota pari al 14% dei contratti in essere** tra le aziende con dipendenti (anche questo parametro in linea con il 12% di fine 2020).
Il tempo determinato è **più diffuso tra le aziende della ristorazione** (il 51% delle aziende lo adotta per una quota di contratti pari al 16%), **del turismo** (44% delle aziende ma solo il 7% dei contratti) e degli **alimentari** (41% delle aziende e 50% dei contratti). Meno marcato il ricorso a questo contratto negli altri settori.

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 1° SEMESTRE 2021
tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	**11%**	6%	4%	6%	4%	12%	17%	20%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**51%**	33%	75%	38%	57%	47%	56%	54%

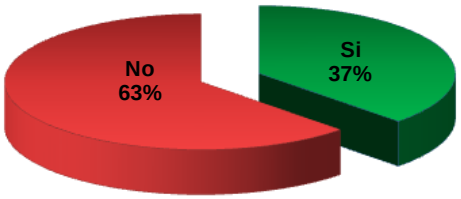
Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, l'**11% ne ha cessato almeno uno nel primo semestre 2021** (erano state il 48% nel primo semestre 2020 e nel confronto il fenomeno della cessazione sembra aver rallentato)**.** I **settori che più frequentemente hanno cessato** questo tipo di contratto sono stati i**l turismo** (17% delle aziende che ne avevano almeno uno in essere), e la **ristorazione** (20%).

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato i**l 51% (la metà) ne ha prorogato almeno uno nel corso del primo semestre 2021** (erano state il 44% nel primo semestre 2020). Il **dettaglio prodotti per la casa il settore che ha prorogato più spesso questi contratti** (75% delle aziende con almeno un contratto). Il settore **alimentare e il dettaglio prodotti per la persona** invece **in maniera più contenuta**.

AMMORTIZZATORI SOCIALI – PRIMO SEMESTRE 2021

Nel presente capitolo si analizza il ricorso agli ammortizzatori sociali nel primo semestre 2021 (complessivamente e per settore). È stato chiesto alle aziende se hanno attivato ammortizzatori nel periodo, per quante settimane, per quanti lavoratori e quale tipo di ammortizzatori.

% AZIENDE CHE HANNO ATTIVATO AMMORTIZZATORI - 1° SEMESTRE 2021



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. che hanno attivato ammortiz I° SEMESTRE 2021	**37%**	40%	23%	9%	19%	13%	78%	61%

Complessivamente **nel 1° semestre 2021** il **37% delle aziende con dipendenti ha attivato ammortizzatori sociali**. Ossia con frequenza in linea con il 3° e 4° trimestre 2020 e più contenuta rispetto al primo semestre 2020 (erano il 69%). **Turismo e ristorazione,** come già in passato, sono stati i **settori più attivi** (78% e 61% di aziende che li hanno attivati). Quota **media nel dettaglio di prodotti per la persona** (40%) e decisamente **più ridotta negli altri settori** (che invece nel I° semestre 2020 avevano segnato un ricorso più frequente).

PER QUANTI LAVORATORI SONO STATI ATTIVATI GLI AMMORTIZZATORI

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% lavoratori (su tot. aziende)	**21%**	29%	17%	3%	16%	6%	62%	38%
% lavoratori (su aziende che li hanno attivati)	**66%**	58%	40%	40%	90%	78%	75%	66%

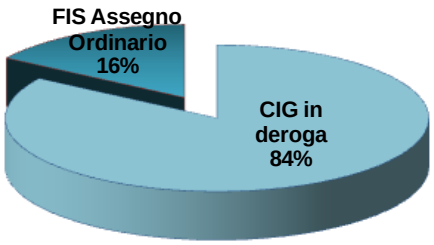
Nel primo semestre 2021 gli **ammortizzatori sono stati attivati per il 21% dei lavoratori se si considera la totalità delle aziende** (che sale al 66% se si considerano solo le aziende che li hanno attivati). **Turismo e ristorazione** sono stati i settori che avendo più spesso attivato ammortizzatori **contano le quote più elevate di lavoratori interessati sul totale lavoratori.** Invece, **analizzando solo le aziende che li hanno attivati,** la quota di lavoratori interessati **è elevata anche nei servizi e nell'ingrosso**.

PER QUANTE SETTIMANE SONO STATI ATTIVATI AMMORTIZZATORI - 1° SEMESTRE 2021

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Fino a 8 settimane	**46%**	80%	71%	33%	25%	33%	27%	44%
Tra 9 e 16 settimane	**25%**	10%	0%	33%	0%	33%	23%	33%
Tra 16 e 24 settimane	**29%**	10%	29%	33%	75%	33%	50%	23%
Media settimane	**6,2**	4,1	5,9	4,3	1,0	6,5	4,6	8,2

Il 46% delle aziende che ha attivato ammortizzatori, e che ne hanno fornito la durata, lo ha fatto per un **numero di settimane uguale o inferiore a 8**. Il 25% per un periodo compreso tra 9 e 16 settimane e il 29% per un periodo tra 16 e 24 settimane. La **durata media** è quindi di **6,2 settimane per azienda nel semestre**. Tra le aziende che hanno attivato ammortizzatori, la **durata media più lunga si è registrata nella ristorazione** (8,2 settimane) mentre è stata più contenuta negli altri settori.

TIPOLOGIE DI AMMORTIZZATORI ATTIVATI - 1° SEMESTRE 2021



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
CIG in deroga	**84%**	93%	57%	67%	80%	77%	71%	91%
FIS Assegno Ord.	**16%**	7%	43%	33%	20%	23%	29%	9%

Tra le aziende che hanno attivato ammortizzatori, **l'84% ha attivato CIG in Deroga e il 16% hanno attivato il FIS** secondo le specificità settoriali riportate in tabella**.** Questo dato è **analogo al dato di fine 2020.**

AMMORTIZZATORI SOCIALI – PREVISIONE II° SEMESTRE 2021

Nel presente capitolo si analizzano le previsioni delle aziende in materia di ammortizzatori sociali. È stato chiesto alle aziende con dipendenti se prevedono di attivare ammortizzatori nel secondo semestre 2021.

% AZIENDE CHE PREVEDONO DI ATTIVARE AMMORTIZZATORI NEL II° SEMESTRE 2021

Tra le aziende con almeno un dipendente

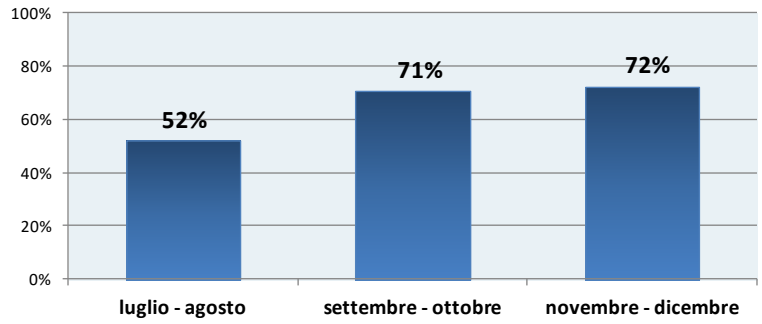
(**47%** se si considerano solo le aziende che hanno attivato ammortizzatori nel I° semestre)

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% su tot. aziende con dip.	**20%**	15%	10%	6%	19%	10%	56%	26%
% su tot. aziende che li hanno attivati nel I° semestre	**47%**	30%	43%	67%	90%	69%	68%	37%

Tra le aziende con almeno un dipendente, **il 20% prevede (o teme) di attivare ammortizzatori nel II° semestre 2021** (percentuale pari al 47% se si considerano solo le aziende che hanno attivato ammortizzatori nel I° semestre e non tutte le aziende con dipendenti) ed è **più elevata nel turismo** (56% delle aziende con dipendenti) seguito a distanza dalla **ristorazione** (26%), e **più contenuta negli altri settori**, mentre è **minima negli alimentari**.

IN QUALE PERIODO PREVEDONO DI ATTIVARE AMMORTIZZATORI

(più risposte possibili)



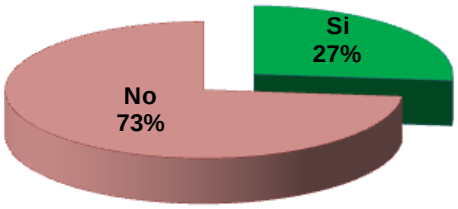
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
luglio - agosto	**52%**	70%	67%	80%	40%	70%	55%	34%
settembre – ottobre	**71%**	80%	80%	80%	80%	80%	70%	59%
novembre - dicembre	**72%**	70%	33%	40%	80%	50%	90%	69%

Il periodo **settembre – dicembre è il periodo in cui**, tra le aziende che prevedono di ricorrere agli ammortizzatori sociali in futuro, **si concentrerebbero le attivazioni** degli ammortizzatori (per il 70% di loro).

RICERCA DI PERSONALE NEL I° SEMESTRE 2021

Nel presente capitolo viene analizzata la ricerca di personale da parte delle aziende intervistate nel corso del primo semestre 2021 e viene chiesto se si sono riscontrate difficoltà nel reperirlo.

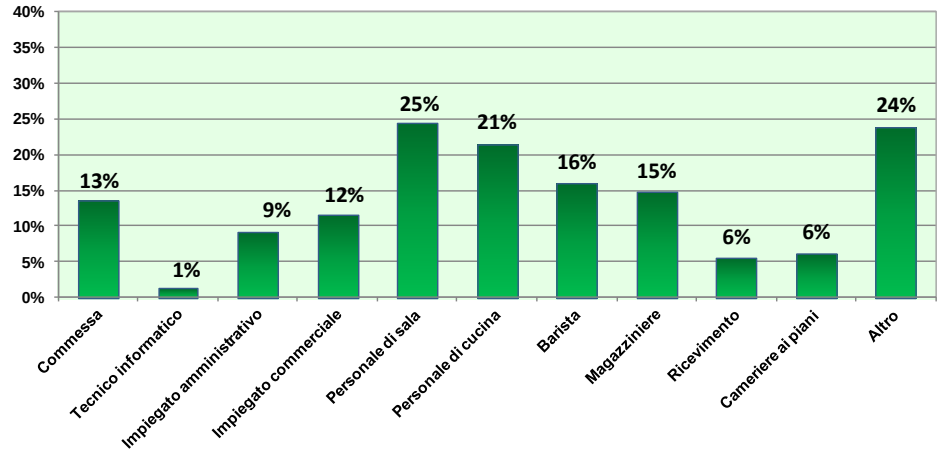
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL I° SEMESTRE 2021



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca sul totale aziende	**27%**	9%	24%	11%	20%	39%	37%	39%
% ricerca tra aziende con dip.	**37%**	18%	37%	16%	35%	42%	53%	48%
% ricerca tra aziende senza dip.	**6%**	1%	5%	5%	4%	9%	0%	17%

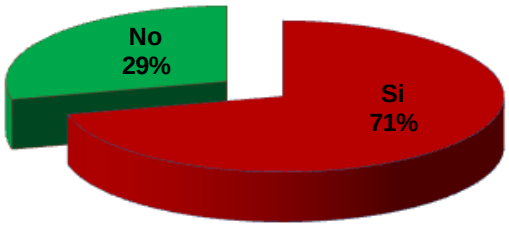
Il **27% delle aziende complessive dichiara di aver cercato personale nel corso del primo semestre 2021**: questa percentuale è del 37% tra aziende con dipendenti, e del 6% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi** in tal senso sono sembrati essere i **settori ingrosso** (39%) **ristorazione** (39%) e **turismo** (37%).

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE NEL PRIMO SEMESTRE 2021



Le figure più ricercate sono il personale di sala e di cucina, ma barista, magazziniere e commessa, con specificità settoriali.

DIFFICOLTA' NEL REPERIRE FIGURE PROFESSIONALI



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella ricerca	**71%**	54%	50%	90%	80%	51%	84%	85%

I settori che più **frequentemente segnalano difficoltà nel reperire figure professionali è l'alimentare** (90%), il **turismo e la ristorazione** (85%) e i **servizi** (80%). Più contenuti i casi di difficoltà negli altri settori.

Difficoltà per figura

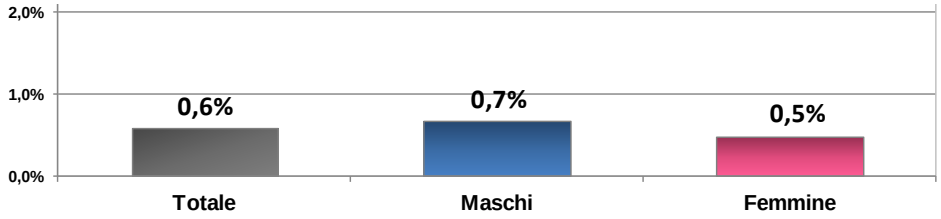
	% aziende in difficoltà
Commessa	59%
Tecnico informatico	50%
Impiegato amministr.	40%
Impiegato commerc.	58%
Personale di sala	90%
Personale di cucina	97%
Barista	88%
Magazziniere	54%
Ricevimento	90%
Cameriere ai piani	90%
Altro	81%

Le **difficoltà più frequenti vengono segnalate nel reperire figure tipiche delle attività di ristorazione e ricettive.**

ANDAMENTO DIPENDENTI - I° SEMESTRE 2021

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel I° semestre 2021.

VARIAZIONE DEL NUMERO DI DIPENDENTI

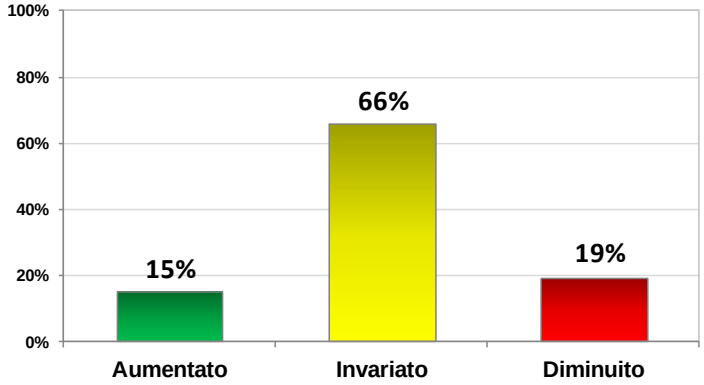


	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Variaz % num. Dip.	**+0,6%**	-3,5%	+1,9%	-1,7%	+3,7%	+2,0%	+0,5%	-2,5%

Nel I° semestre 2021 **il numero dipendenti,** nel campione**, è rimasto stabile** (+0,6% totale e +0,7% dipendenti di sesso maschile e +0,5% femminile). Il **segno è stato negativo** nel **dettaglio prodotti persona, alimentari e ristorazione**, **stabile nel turismo** e **positivo nel dettaglio prodotti casa, ingrosso e servizi.**

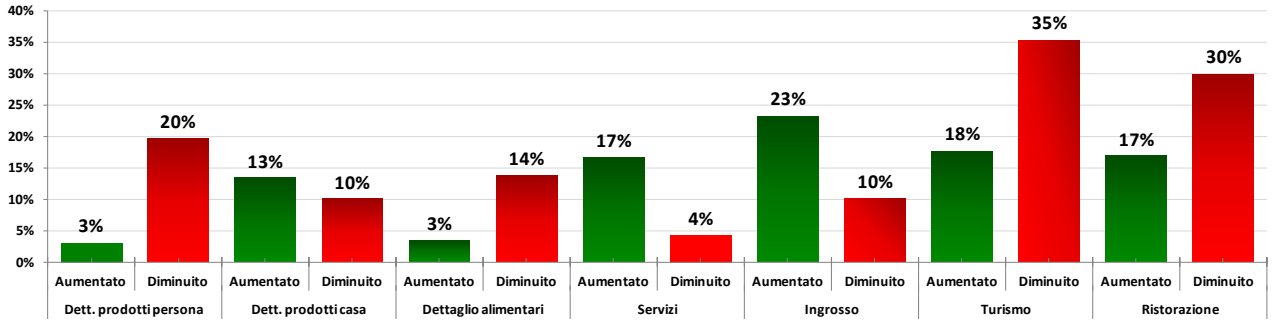
ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2021

Tra aziende con almeno un dipendente



Il 15% delle aziende con almeno un dipendente **ha aumentato il numero di dipendenti** nel corso del I° semestre 2021, mentre sono **leggermente prevalsi i casi di diminuzione (19%)**. Rimasto **invariato nel 66% dei casi** (due aziende su tre).

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2021 – PER SETTORE



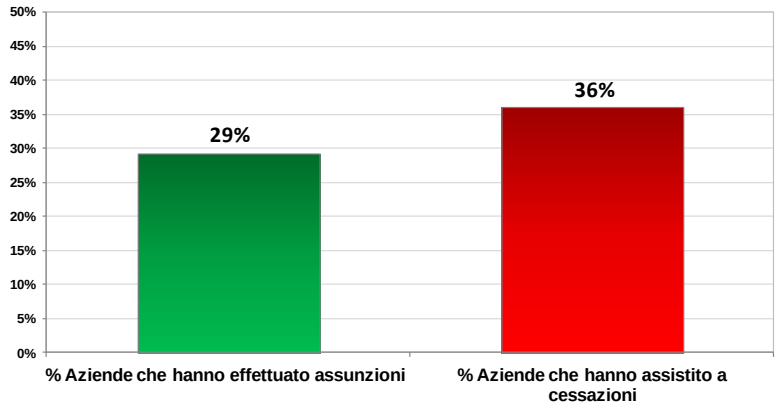
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel semestre con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osservano **settori in cui sono prevalsi i casi di diminuzione** (turismo, ristorazione, prodotti persona e alimentari), **settori in cui le due tendenze si sono equilibrate** (prodotti casa) e **settori con prevalenti casi di aumento** (servizi e ingrosso).

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - I° SEMESTRE 2021

Nel presente capitolo si analizza l'andamento delle assunzioni e delle cessazioni di rapporti di lavoro dichiarate dalle aziende intervistate con riferimento al primo semestre 2021.

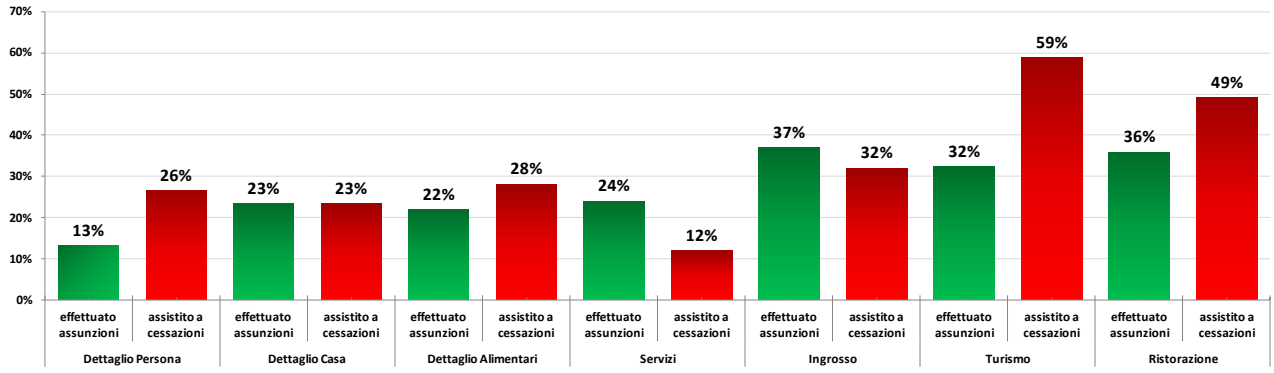
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL I° SEMESTRE 2021

Tra aziende con almeno un dipendente



Il 29% delle aziende con almeno un dipendente **ha effettuato almeno una assunzione** nel 1° semestre 2021 (erano state il 25% nel primo semestre 2020), **mentre in misura più frequente** (il **36%**) le aziende hanno **assistito ad almeno una cessazione di rapporti di lavoro nello stesso periodo.**

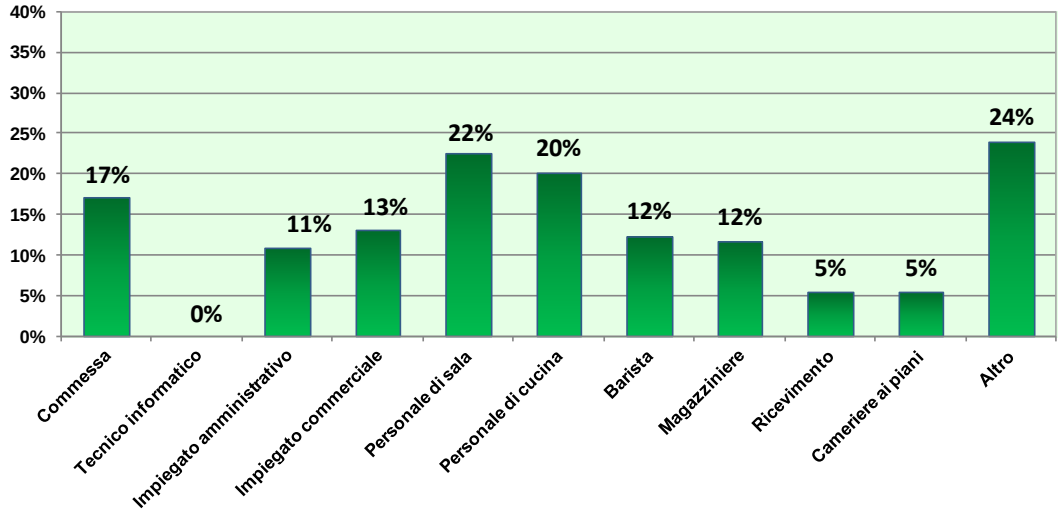
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO - PER SETTORE

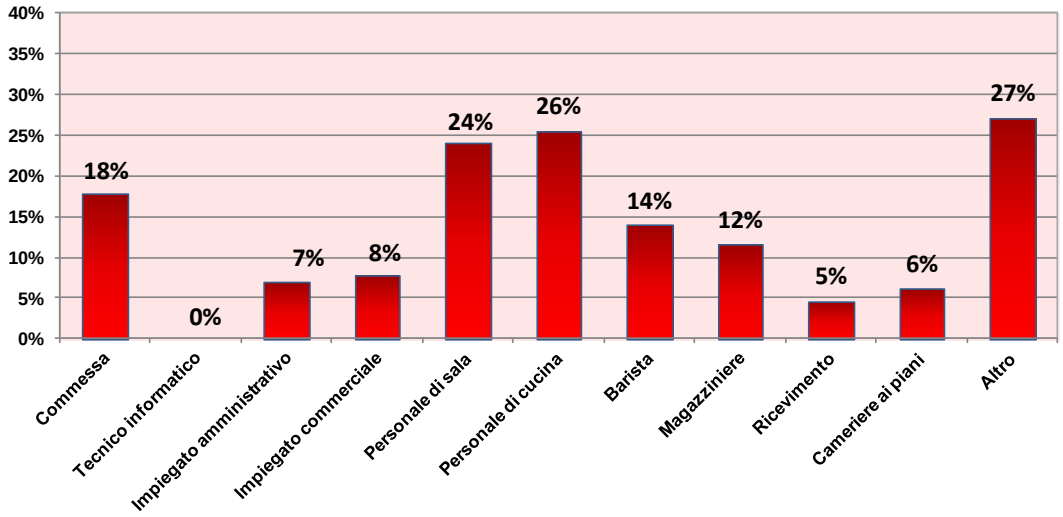


Tra i settori emergono alcune differenze circa la **propensione ad assumere o cessare rapporti di lavoro** da parte delle aziende con dipendenti **nel corso del I° semestre**.

Il **turismo e la ristorazione** sono i settori che **più spesso ha assistito a cessazioni** (il 59% e 49% delle aziende con dipendenti)**,** e di contro non sono corrisposte analoghe frequenze ad assumere. **Prevalenza di cessazioni anche** nel dettaglio **prodotti per la persona** e negli **alimentari.** Nel dettaglio **prodotti per la casa**, invece, si osserva **maggior equilibrio** tra casi di assunzione e casi di cessazione, mentre nell'i**ngrosso**, e più nettamente nei **servizi prevalgono i casi di assunzione**.

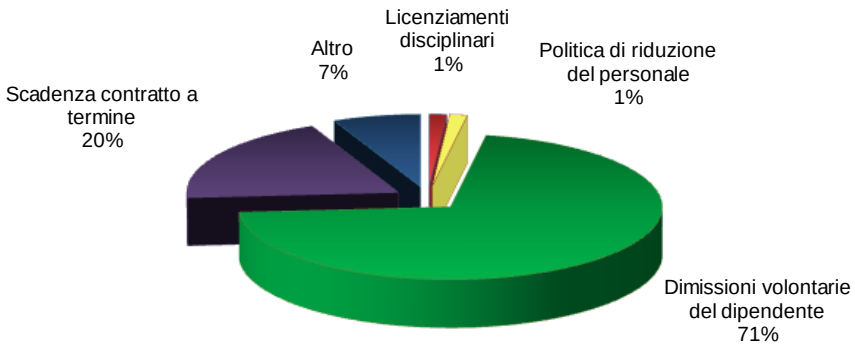
FIGURE ASSUNTE E FIGURE CESSATE NEL I° SEMESTRE 2021





MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – I° SEMESTRE 2021

% tra aziende che hanno avuto cessazioni



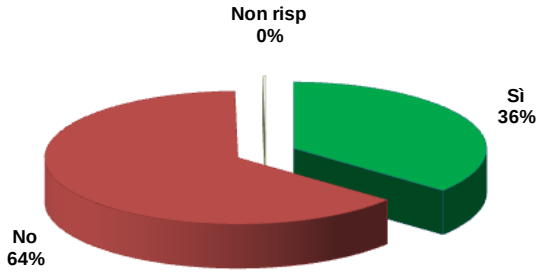
I **motivi alla base delle cessazioni** osservate in questo semestre sono **principalmente legate a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 71% delle aziende con cessazioni) e **scadenza dei contratti a termine** (20%). Quasi nulli i licenziamenti a causa delle normative che li hanno bloccati per tutto il semestre.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si è ritenuto di interesse verificare se le aziende intervistate avessero, nel primo semestre 2021, effettuato formazione a favore dei propri dipendenti e se avessero sperimentato, in questo periodo la formazione a distanza (FAD).

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL I° SEMESTRE 2021

(tra le aziende con dipendenti)



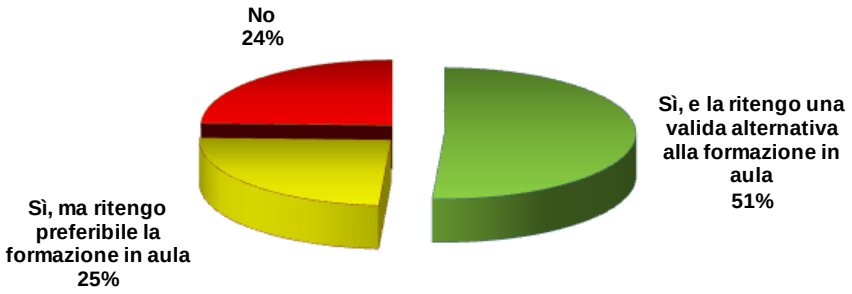
Formazione dipendenti – per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. che hanno effettuato formazione	**36%**	20%	40%	22%	62%	57%	47%	21%

Nel complesso il **36% di aziende con dipendenti** (oltre un terzo) **ha effettuato formazione del personale nel primo semestre 2021** (in misura superiore al 28% del primo semestre 2020 e aumentata anche rispetto alle rilevazioni 2019). I **settori che hanno maggiormente effettuato formazione** sono stati i **servizi** (62%) e l'**ingrosso** (57%) entrambi **storicamente più attivi** nel fare formazione. **Attivo anche il turismo** (47%), mentre ristorazione, alimentari e prodotti per la persona hanno più raramente effettuato formazione.

FORMAZIONE A DISTANZA

(tra le aziende che hanno effettuato formazione)



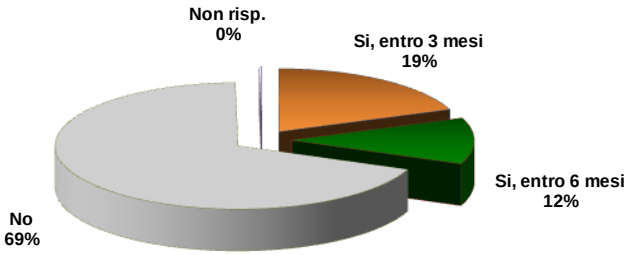
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Si, e la ritengo valida alternativa	**51%**	58%	42%	72%	69%	47%	47%	58%
Si, ma preferisco formaz. in aula	**25%**	21%	42%	14%	25%	25%	24%	21%
TOTALE	**76%**	79%	84%	86%	94%	72%	71%	79%

La formazione a distanza **è stata adottata dal 76% delle aziende** tra quelle che hanno fatto formazione nel semestre (più frequente nei servizi, nel dettaglio). E' **ritenuta una valida alternativa alla formazione in aula dal 51%** (quindi da due terzi delle aziende che l'hanno sperimentata) e in egual misura in quasi tutti i settori.

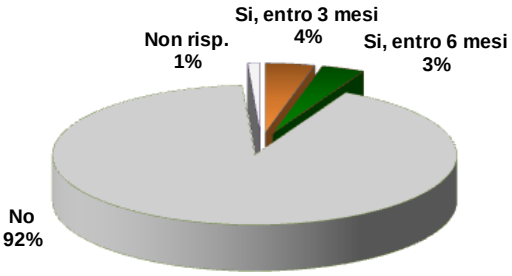
PREVISIONI OCCUPAZIONALI – secondo semestre 2021

Infine si ritiene di interesse percepire le previsioni future delle aziende sotto il profilo occupazionale, e pertanto, si è chiesto alle aziende con dipendenti se avessero in previsione di assumere o licenziare nel secondo semestre 2021.

PREVISIONE DI ASSUMERE NEL II° SEMESTRE 2021
(tra le aziende con dipendenti)



PREVISIONE DI LICENZIARE NEL II° SEMESTRE 2021
(tra le aziende con dipendenti)



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% che prevede di assumere nel II° semestre 2021	**27%**	16%	33%	22%	31%	26%	39%	44%

Una quota **consistente di aziende con dipendenti intervistate** (il **27%**) **prevede di assumere nel corso del secondo semestre 2021.** Questa percentuale è **più elevata nel settore ristorazione** (44%) **e turismo** (39%), ma **anche nei prodotti per la casa** (33%) e nei **servizi** (31%) e più contenuta negli altri settori, in particolare nel dettaglio persona (il 16%).

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% che prevede di licenziare nel II° semestre 2021	**7%**	7%	7%	6%	4%	1%	25%	9%

Una quota inferiore rispetto a coloro che prevedono assunzioni, ossia **il 7% delle aziende con dipendenti, prevede invece di licenziare nel corso del secondo semestre 2021.** Questa percentuale è **più elevata nel turismo** e **molto contenuta negli altri settori** in particolare **servizi ed ingrosso.**