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

TERZO TRIMESTRE 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.**

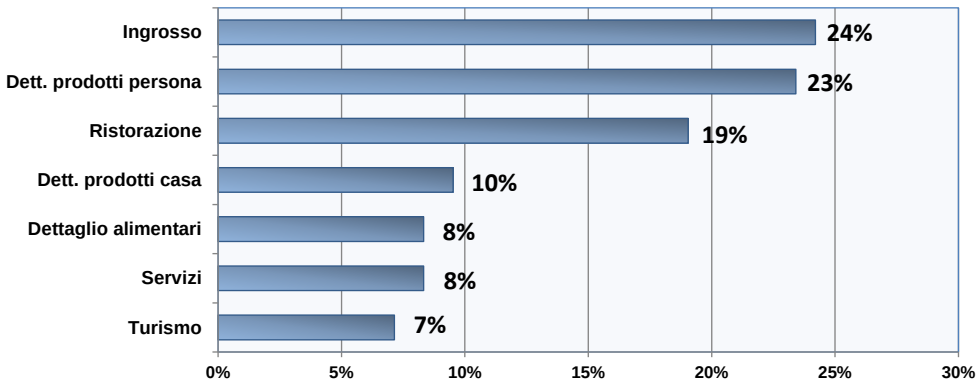
L'ANALISI

Si riportano di seguito le analisi dei dati raccolti a mezzo di 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 settembre 2021 ed al 3° trimestre 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

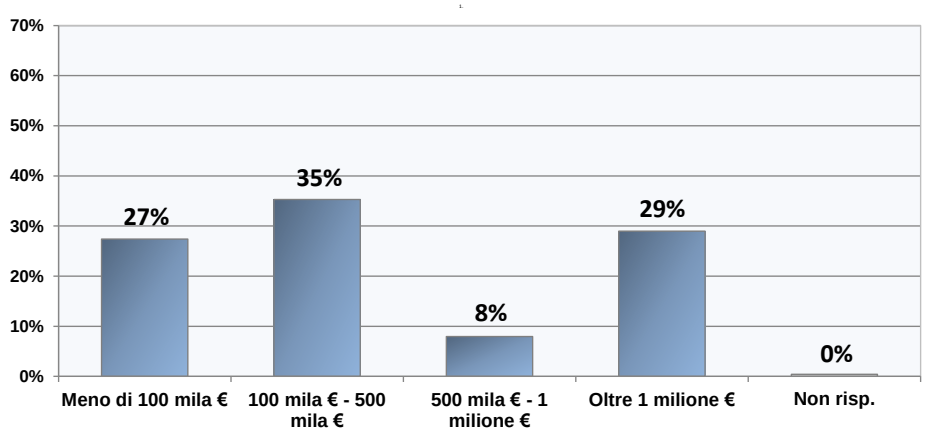
Come prima cosa si osservano le caratteristiche del campione di aziende rispondenti in questa rilevazione, in particolare il settore di appartenenza, la fascia di fatturato 2020 e la classe di dipendenti. La sua composizione conferma quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della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

SETTORE



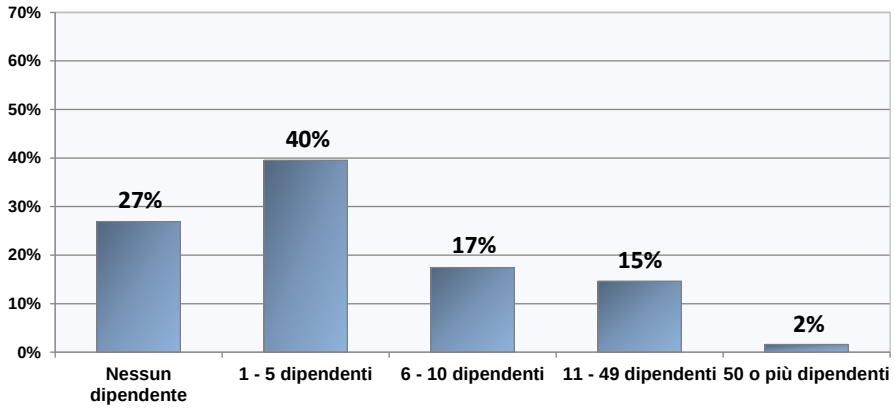
Il campione è costituito **per il 41%** da imprese del **settore dettaglio** (per il 23% dettaglio di prodotti per la persona, per il 10% prodotti per la casa e 8% prodotti alimentari). I settori **turismo** e **ristorazione** coprono il **26% delle intervistate.** A seguire le aziende del settore **ingrosso** (24%) e i **servizi** (8%).

FASCIA DI FATTURATO - 2020



Il campione è costituito **per il 27%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **35%** da aziende **"medie"** (con fatturato compreso tra 100 mila € e 500 mila €) mentre nel restante **37%** dei casi il fatturato delle intervistate **supera i 500 mila €.**

NUMERO DI DIPENDENTI - AL 30 SETTEMBRE 2021



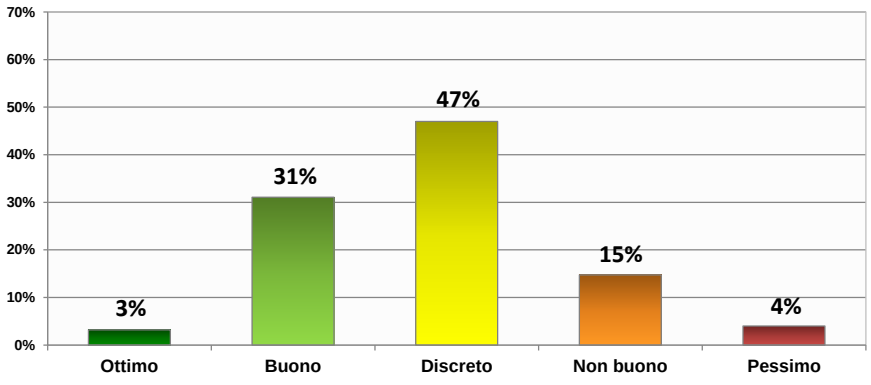
Una azienda rispondente su quattro (il 27%) non ha dipendenti, mentre i **restanti tre quarti (73%) hanno almeno un dipendente** (tra questi la maggioranza, il 40%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 17% ne ha tra 6 e 10, il 15% tra 11 e 49 e solo il 2% ha 50 dipendenti o oltre). Il **numero medio** di dipendenti per azienda è 6,6**.**

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 30 SETTEMBRE 2021

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 30 settembre 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 SETTEMBRE 2021



SALDO
% ottimo/buono - % pessimo/non buono
+15

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

- in **prevalenza (47%)** viene definito **"discreto" ;**
- nel **19%** dei casi viene definito **"non buono"** (15%) **o "pessimo"** (4%);
- il **34%** lo considera **"ottimo" o "buono".**

Il **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) **è positivo** (+15 punti percentuali) ed **in costante miglioramento (**rispetto al -25 di fine 2020 e al +5 di metà 2021**, e tornato 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	24%	59%	17%	+7
Dettaglio di prodotti per la casa	29%	63%	8%	+21
Dettaglio di alimentari	50%	45%	5%	+45
Servizi	24%	48%	29%	-5
Comm. all'ingrosso	56%	31%	13%	+43
Turismo	28%	39%	33%	-6
Ristorazione	23%	45%	32%	-9

Nei settori **turismo** (saldo -6 e 33% in condizione non buona) e **ristorazione** (saldo -9 e 32%), seppur in ripresa rispetto alle ultime rilevazioni, **il saldo è ancora negativo** (prevalenza di aziende in stato di salute non buono su quelle con stato di salute buono), così come nei **servizi** (saldo -5). Eterogenea la situazione nel dettaglio prodotti per la persona, dove il saldo è leggermente positivo (+7). **Saldo decisamente 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%	55%	33%	-22
100 mila € - 500 mila €	30%	49%	22%	+8
500 mila € - 1 milione €	60%	40%	0%	+60
Oltre 1 milione €	56%	38%	5%	+51

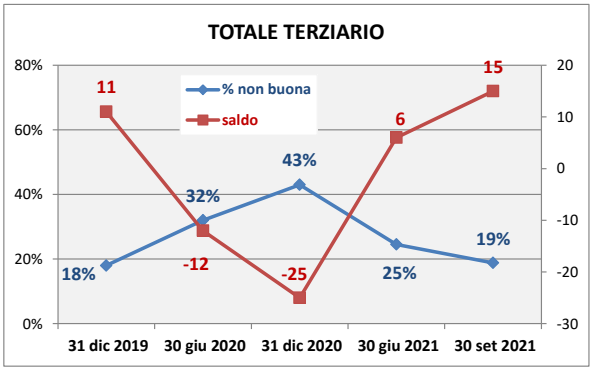
Si osserva una evidente **correlazione tra stato di salute e dimensione aziendale** (classe di fatturato) osservando **stato di salute peggiore tra le aziende piccole** (saldo -22 e il 33% in condizione non buona tra le aziende con fatturato sotto i 100 mila €), mentre **al crescere della dimensione 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 €** (dove non c'è quasi nessun caso di aziende in condizione non buona in queste due fasce di fatturato più elevato).

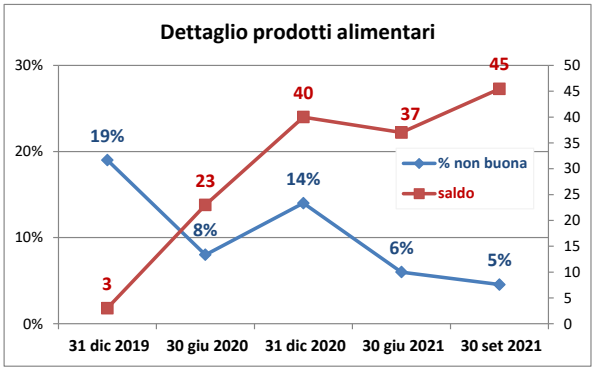
Stato di salute – per classe dipendenti

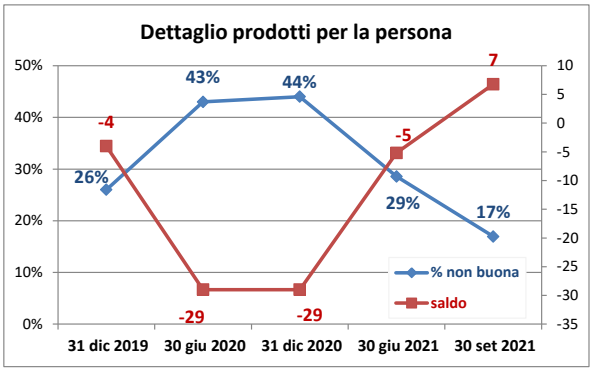
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**19%**	**51%**	**29%**	**-10**
Con dipendenti	**40%**	**45%**	**15%**	**+26**
1 - 5 dipendenti	31%	51%	18%	+13
6 - 10 dipendenti	41%	39%	20%	+20
11 dipendenti o più	59%	41%	0%	+59

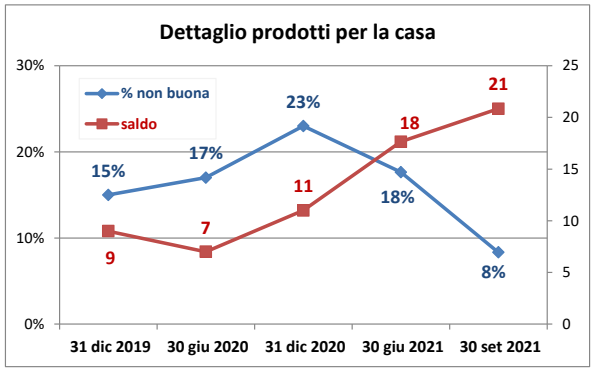
Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti il saldo è negativo** (-10) ed il 29% dichiara uno stato di salute non buono, **mentre tra le aziende con dipendenti** (saldo +26 e 15% in stato di salute non buono) **al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora**.

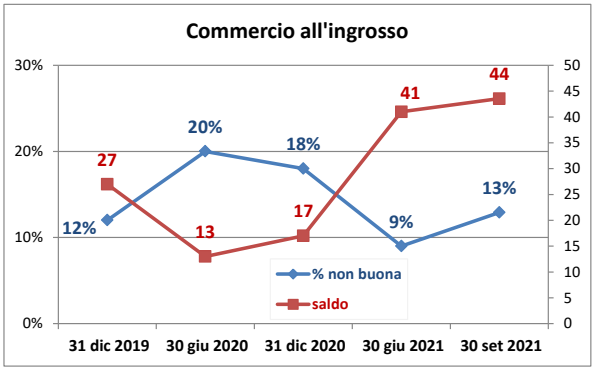
STATO DI SALUTE – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA

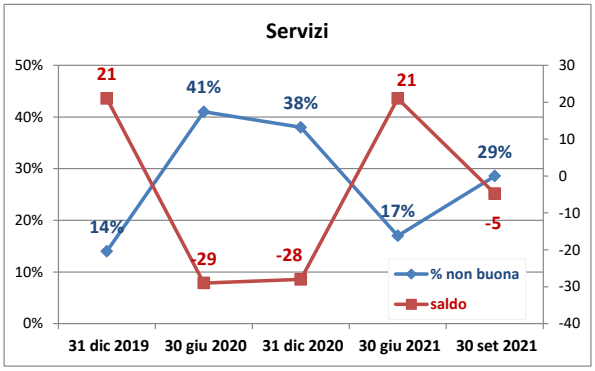


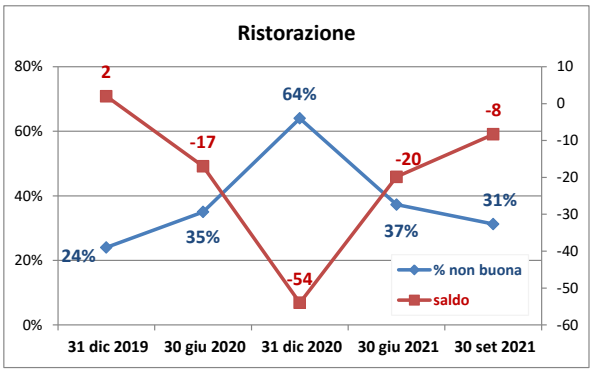


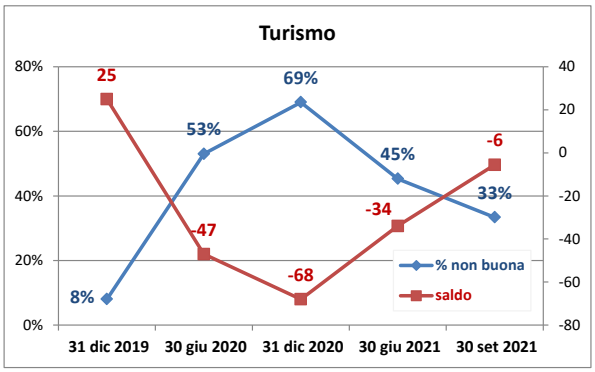












Complessivo terziario: lo stato di salute (misurato sia come % aziende in stato non buono sia come saldo) dopo **il marcato peggioramento registrato nel 2020** (con picco negativo osservato a fine anno quando il 43% delle aziende dichiarava una condizione non buona ed il saldo -25) **nei primi 9 mesi del 2021** si è registrato **un miglioramento dello stato di salute** che è **tornato sui discreti livelli pre-covid**.

Si rilevano trend con **specificità settoriali**:

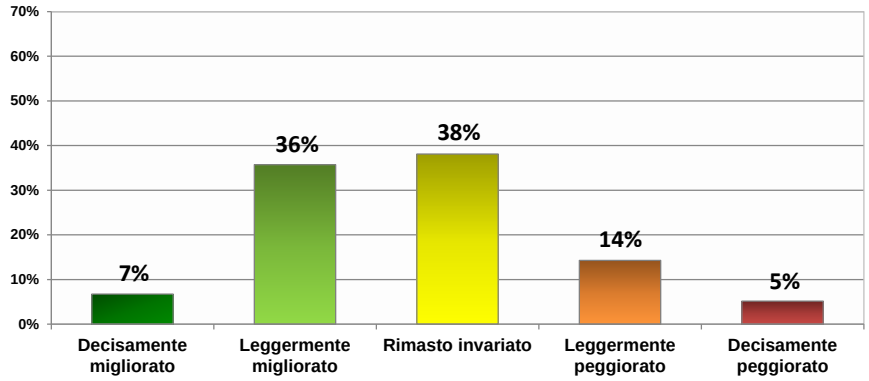
- nella **ristorazione** e **nel turismo il miglioramento** osservato nei primi 6 mesi 2021 è stato confermato nel terzo trimestre 2021, ma **non ha riportato lo stato di salute delle aziende ai valori precovid** e gli **indicatori continuano ad essere critici** (saldo negativo ed una azienda su tre in stato non buono).

- nel **dettaglio di prodotti persona** già **nei primi 6 mesi 2021 lo stato di salute era migliorato,** dopo le difficoltà del 2020, **ed era tornato sui livelli di fine 2019**, indicativi comunque di uno stato di salute che anche prima del Covid era precario. Nel **terzo trimestre** la condizione è andata **oltremodo migliorando**.
- nel settore **servizi** lo stato di salute **nei primi sei mesi 2021 si era ripreso** dopo le criticità del 2020, **ma nel 3° trimestre 2021 si è osservato un passo indietro** ed un peggioramento dello stato di salute del settore.
- nell'**ingrosso** già nei primi 6 mesi del 2021 si era tornati su **livelli di salute addirittura migliori rispetto a fine 2019**, dopo un 2020 di peggioramento contenuto, e nel **terzo trimestre la situazione si è assestata**.
- anche nel dettaglio **prodotti per la casa** il **peggioramento nel 2020 era stato contenuto**, quasi stabile, e **nei primi 6 mesi 2021 la situazione è migliorata**, **continuando a migliorare nel terzo trimestre 2021** e portando il settore su livelli di salute apparentemente migliori rispetto al periodo ante-covid.
- caso particolare negli alimentari dove il **trend era stato migliorativo anche nel corso del 2020, in periodo di emergenza**, ed è **continuato a migliorare anche nei primi 9 mesi del 2021.**

STATO DI SALUTE – VALUTAZIONE ANDAMENTO PRIMI 9 MESI 2021

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nei primi 9 mesi 2021 su una scala a 5 livelli.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEI PRIMI 9 MESI DEL 2021



SALDO
(% migliorato - % peggiorato)
+24

Il saldo (+24) evidenzia un **trend generalmente migliorativo nello stato di salute delle aziende del terziario nei primi 9 mesi del 2021**. Infatti rispetto ad inizio 2021 il 43% ritiene migliorato il proprio stato di salute a fronte di un 19% che invece lo ritiene peggiorato. Le restanti aziende (38%) lo ritengono invariato.

Andamento stato di salute – per settore

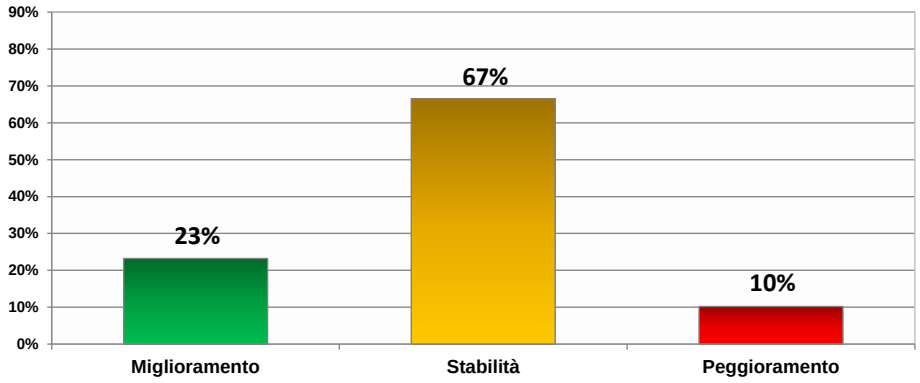
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	36%	47%	17%	+19
Dettaglio di prodotti per la casa	50%	33%	17%	+33
Dettaglio di alimentari	9%	64%	27%	-18
Servizi	52%	24%	24%	+29
Comm. all'ingrosso	48%	36%	16%	+31
Turismo	44%	33%	22%	+22
Ristorazione	53%	27%	20%	+33

In tutti i settori il miglioramento è stato prevalente, quasi in egual misura, ad eccezione dei prodotti alimentari dove invece è stato prevalente il peggioramento rispetto ad inizio anno.

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il prossimo semestre

E' stata chiesta alle una <u>previsione sull'andamento del proprio stato di salute</u> 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 "<u>clima di fiducia</u>" che sintetizza il *sentiment* sul futuro (più o meno positivo, neutro o negativo).

<u>PREVISIONE STATO DI SALUTE PER IL PROSSIMO SEMESTRE</u>



<u>CLIMA DI FIDUCIA</u>

(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)

+13

La **maggioranza delle imprese** (**67%**, ed in crescita rispetto al 61% di tre mesi fa ed al 47% di fine 2020) **prevede stabilità** del proprio stato di salute **nel prossimo semestre**.

Le restanti si dividono in una **minoranza di pessimiste** (il **10%** prevede un peggioramento, quota in linea con la rilevazione di tre mesi fa, ma in netto calo rispetto al 42% a fine 2020) e un **numero incoraggiante di ottimiste** (**il 23%** prevede miglioramento, seppur in lieve calo rispetto al 28% di tre mesi fa, ma in netto in aumento rispetto al 9% di fine 2020).

Il **clima di fiducia al 30 settembre** pertanto **è positivo (+13),** in lieve calo rispetto al +17 del 30 giugno, ma 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.

<u>Previsioni stato di salute – per settore</u>

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	24%	66%	10%	+14
Dettaglio di prodotti per la casa	13%	79%	8%	+4
Dettaglio di alimentari	9%	91%	0%	+9
Servizi	33%	52%	14%	+19
Comm. all'ingrosso	31%	60%	10%	+21
Turismo	22%	67%	11%	+11
Ristorazione	23%	63%	15%	+8

Il clima di fiducia per il prossimo semestre di **quasi tutti i settori** è **in linea con il dato complessivo del terziario.** Sono **leggermente più ottimiste le aziende del settore servizi e dell'ingrosso, mentre sono leggermente più caute le aziende del dettaglio prodotti per la casa.**

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima fiducia
Meno di 100 mila €	16%	66%	19%	-3
100 mila € - 500 mila €	26%	65%	9%	+17
500 mila € - 1 milione €	38%	57%	5%	+33
Oltre 1 milione €	23%	72%	5%	+18

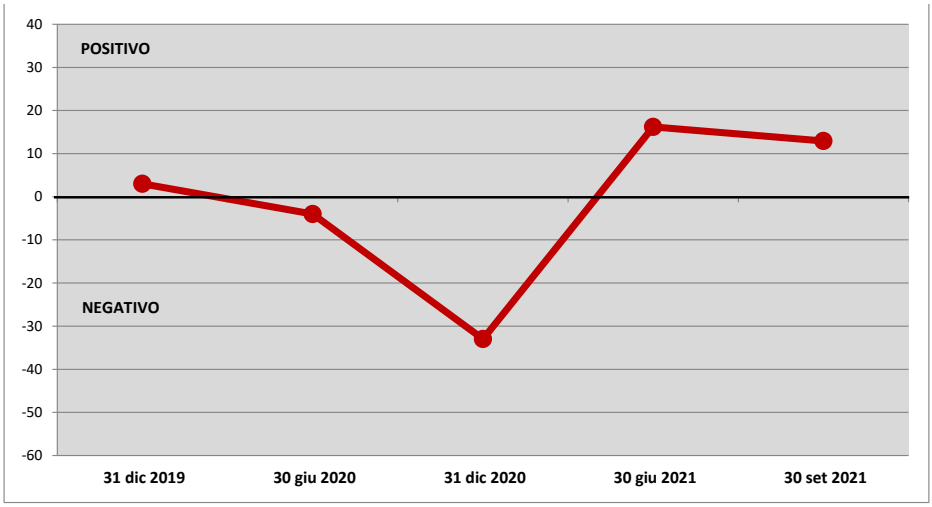
Le **aziende più piccole** (fatturato < 100 mila €) mostrano un **clima di fiducia leggermente negativo o al più in equilibrio** (tanti ottimisti quanti pessimisti), mentre all'aumentare del fatturato il clima di fiducia migliora.

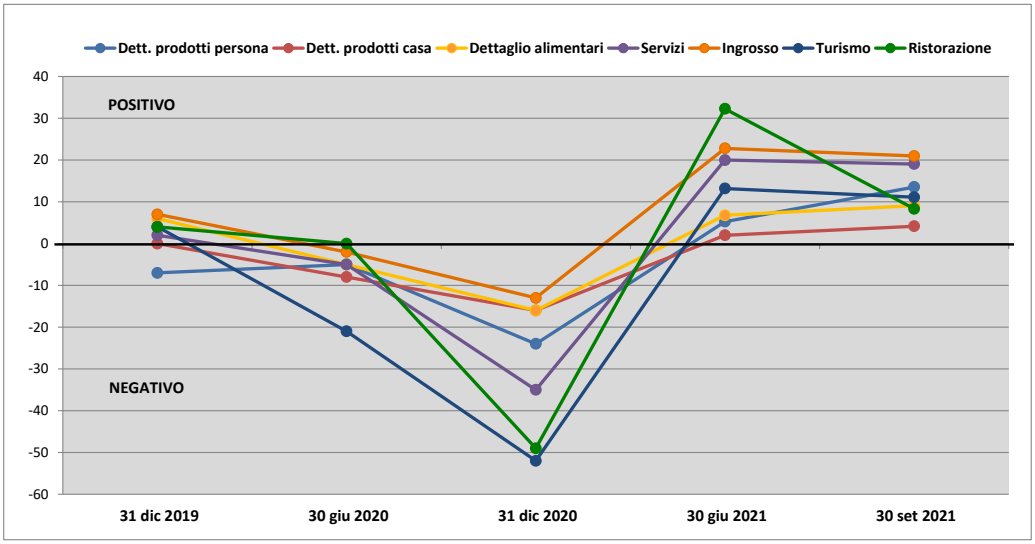
Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima fiducia
Nessun dipendente	**14%**	**68%**	**17%**	**-3**
Con dipendenti	**27%**	**65%**	**8%**	**+19**
1 - 5 dipendenti	26%	66%	8%	+18
6 - 10 dipendenti	29%	60%	11%	+18
11 dipendenti e più	22%	76%	3%	+19

Analogamente si osserva un **clima di fiducia peggiore** (in equilibrio/leggermente negativo), t**ra le aziende senza dipendenti**, mentre è positivo tra le aziende con dipendenti (analogo per tutte le classi di dipendenti).

CLIMA DI FIDUCIA – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA





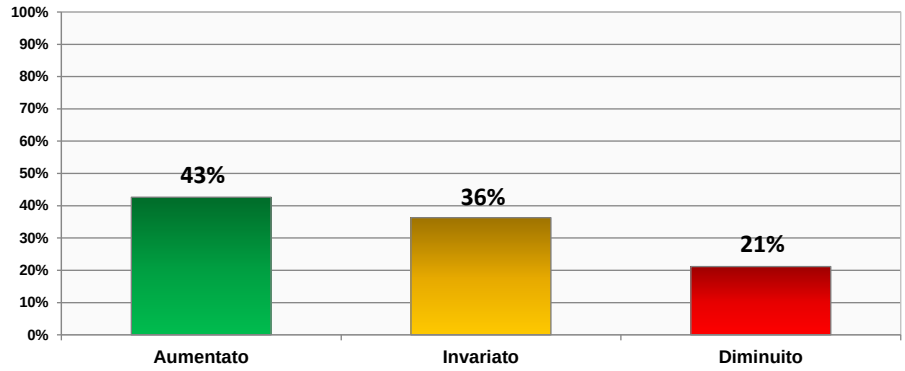
Il clima di fiducia **complessivamente nel terziario** ha osservato un **calo tra la fine del 2019** (quando la pandemia non era ancora iniziata) **e la fine del 2020**. Tale crollo è stato **particolarmente marcato nella seconda metà del 2020**. **Nei primi sei mesi del 2021,** però, **la fiducia era tornata ad aumentare in tutti i settori**, passando da negativa a positiva. Il **terzo trimestre 2021** ha visto un **assestamento del clima di fiducia**, eccezion fatta per il settore ristorazione dove è leggermente peggiorato, rispetto al boom osservato nel primo semestre 2021, rimanendo comunque positivo.

ANDAMENTO FATTURATI primi 9 mesi 2021 – primi 9 mesi 2020

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando i primi 9 mesi 2021 con lo stesso periodo 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

Primi 9 mesi 2021 – primi 9 mesi 2020



SALDO

(% CASI AUM - % CASI DIMIN)

+22

VARIAZIONE MEDIA

I° sem 2021-I° sem 2020

+ 3%

Per quanto sia complicato valutare il risultato derivante da un confronto di fatturati tra i primi 9 mesi del 2021 e analogo periodo 2020 (infatti i due periodi sono stati interessati da diverse dinamiche legate alle restrizioni e alle riaperture) si procede con un confronto. Ed **emergono andamenti eterogenei in termini di variazione dei fatturati** in questo confronto caratterizzato comunque da **prevalente segno positivo**: infatti, per il **43%** delle aziende i fatturati **sono aumentati**, per il 36% sono rimasti invariati e per il **21% sono calati**. **Mediamente** le aziende hanno dichiarato una **ripresa 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 positivo**.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media Primi 9 mesi 21 / 20
Dettaglio prodotti per la persona	33%	46%	21%	+12	+4,1%
Dettaglio di prodotti per la casa	63%	21%	17%	+46	+7,3%
Dettaglio di alimentari	14%	45%	41%	-27	-4,1%
Servizi	43%	43%	14%	+29	+1,4%
Comm. all'ingrosso	66%	21%	13%	+53	+15,6%
Turismo	47%	24%	29%	+18	+18,9%
Ristorazione	27%	49%	24%	+2	-0,2%

Il miglioramento di fatturato più marcato (nel confronto con i primi 9 mesi del 2020) si è registrato nel **turismo** (+18,9% medio, però **con un saldo positivo ma contenuto** ad evidenziare una fetta di aziende che comunque hanno diminuito il fatturato) e l'**ingrosso** (+15.6% medio e saldo positivo pari a +53)**. Positivo** anche l'andamento nei **prodotti per la casa** (+7,3% e saldo molto positivo). Più **contenuto il miglioramento** nel **dettaglio prodotti per la persona** e nei **servizi** (+1,4% quindi intensità non elevata, ma frequenza di casi con aumento del fatturato abbastanza consistente) mentre la r**istorazione** ha mostrato finora **un andamento 2021 in linea con i primi 9 mesi del 2020** i quali non erano stati particolarmente positivi.

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % media fatt. I° sem 21 – I° sem 20
Meno di 100 mila €	25%	44%	31%	-6	-8,1%
100 mila € - 500 mila €	37%	44%	20%	+17	+2,8%
500 mila € - 1 milione €	41%	45%	14%	+27	+3,5%
Oltre 1 milione €	67%	17%	16%	+51	+13,2%

Si osserva una **evidente correlazione tra l'andamento dei fatturati e la classe di fatturato**. Le **aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) hanno mostrato **sofferenza in termini di fatturato** (con una perdita media dell'8% ed un saldo negativo), mentre le **aziende più grandi** e strutturate hanno mostrato un **andamento dei fatturati migliore** (segno positivo e crescente con l'aumentare della fascia di fatturato sia per il saldo che per la variazione media).

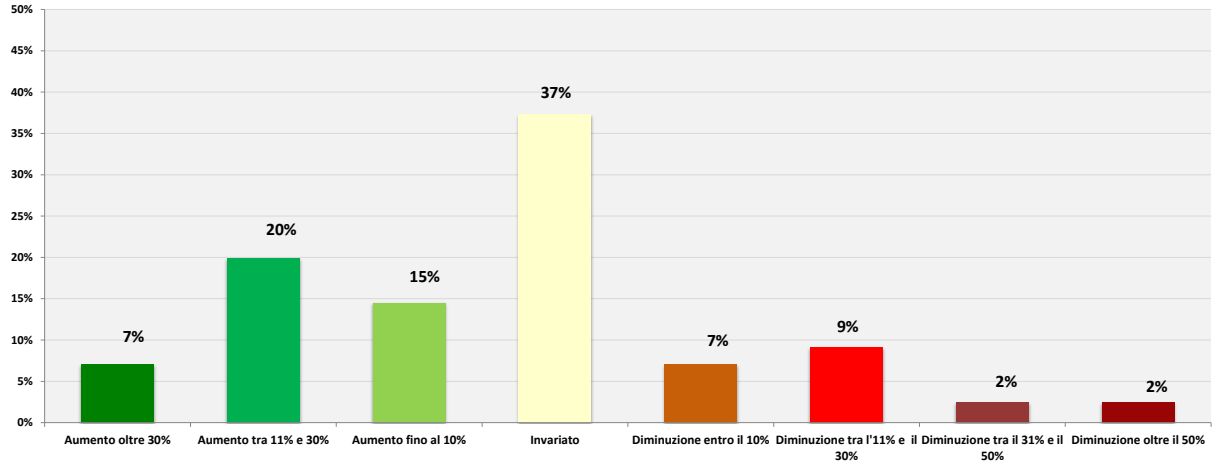
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. I° sem 21 – I° sem 20
Nessun dipendente	**24%**	**48%**	**28%**	**-4**	**-4,4%**
Almeno un dipendente	**49%**	**32%**	**18%**	**+31**	**+5,6%**
1 - 5 dipendenti	45%	34%	21%	+23	+3,0%
6 - 10 dipendenti	43%	39%	17%	+26	+4,8%
11 dipendenti e più	65%	22%	14%	+51	+12,3%

Analogamente si osserva co**rrelazione tra l'andamento dei fatturati ed il numero di dipendenti.** La aziende **senza dipendenti** hanno osservato una **leggera perdita di fatturato** nel periodo in esame (-4,4% medio e saldo -4) mentre tra le **aziende con dipendenti** il **segno è stato positivo** (+5.6% e saldo +31).

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

Primi 9 mesi 2021 – primi 9 mesi 2020



Tra le imprese che segnalano l'entità della variazione dei loro fatturati rispetto ai primi 9 mesi 2020:

- **tra i casi di perdita** le diminuzioni sono **state prevalentemente di intensità inferiore al 10%** (nel 7% dei casi) **o compresa tra il -11% ed il -30%** (nel 9%) e solo nel 4% dei casi di intensità superiore
- **tra i casi di aumento** questi sono **stati prevalentemente di intensità compresa tra l'11 ed il 30**% (nel 20% dei casi), mentre nel 15% si è trattati **di intensità più contenuta** (inferiore al 10%).

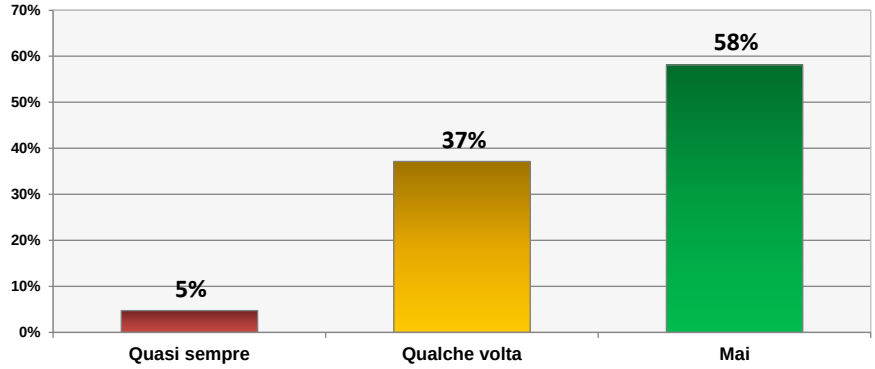
	Aumento oltre 30%	Aumento tra 11% e 30%	Aumento fino al 10%	Invariato	Diminuzione entro il 10%	Diminuzione tra l'11% e il 30%	Diminuzione tra il 31% e il 50%	Diminuzione oltre il 50%
Dettaglio prodotti per la persona	2%	14%	16%	46%	9%	9%	4%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	4%	26%	30%	22%	9%	4%	4%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	5%	5%	48%	29%	14%	0%	0%
Servizi	5%	29%	10%	43%	0%	5%	0%	10%
Comm. all'ingrosso	21%	24%	21%	21%	5%	7%	0%	2%
Turismo	7%	20%	20%	27%	0%	7%	7%	13%
Ristorazione	2%	21%	2%	51%	2%	15%	4%	2%

La tabella mostra come **i casi di perdite più marcate si sono registrate nel turismo**, seppur compensate da frequenti casi di ripresa dei fatturati di intensità marcata. Nella ristorazione è evidente una situazione di equilibrio tra i casi e le intensità di aumento dei fatturati e quelli di calo. Positivo l'andamento nell'ingrosso e nel dettaglio di prodotti per la casa mentre nessuna criticità (ma nemmeno segnali incoraggianti) si sono registrati nei prodotti per la persona. Nei servizi si registrano casi di perdite marcate, ma anche casi di concreti recuperi. Infine, tendenzialmente e prevalentemente negativo (con perdite mai sopra il -30%) l'andamento degli alimentari.

RAPPORTI CON I FORNITORI

E' stato chiesto alle aziende se hanno difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori al 30 settembre 2021.

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 30 SETTEMBRE 2021



Il **42% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza sporadiche (37%) e solo nel 5% frequenti. Questa percentuale è **rimasta in linea con la situazione di 3 mesi fa** (30 giugno 2021) quando era **diminuita rispetto alla situazione di inizio 2021** (erano il 56%) 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	2%	42%	56%
Dettaglio di prodotti per la casa	4%	33%	63%
Dettaglio di alimentari	0%	36%	64%
Servizi	19%	19%	62%
Comm. all'ingrosso	3%	24%	73%
Turismo	11%	39%	50%
Ristorazione	4%	57%	38%

La frequenza dei casi di difficoltà con i fornitori è **molto marcata tra le aziende del settore ristorazione** (61%) e **più contenuta negli altri settori, in particolare nell'ingrosso** (dove vale appena il 27%)

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

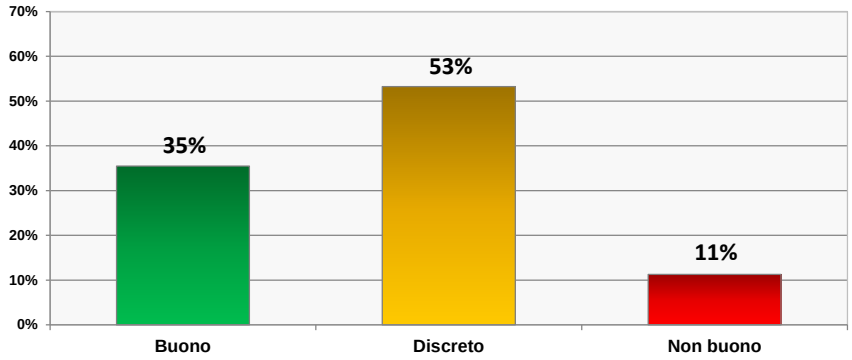
	Quasi sempre	Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	12%	51%	38%
100 mila € - 500 mila €	2%	44%	54%
500 mila € - 1 milione €	0%	27%	73%
Oltre 1 milione €	3%	19%	78%

Si osserva **minor difficoltà nel pagare i fornitori al crescere della dimensione aziendale** (sono il 63% tra le aziende con fatturato fino a 100 mila € mentre sono il 22% tra le aziende con fatturato oltre 1 milione).

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 SETTEMBRE 2021



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 24

La maggioranza delle aziende (il 53%) **ritiene discreto il proprio rapporto con gli istituti di credito**, mentre il **35% lo ritiene buono**, e l'**11% non buono**. Il **saldo** quindi **decisamente positivo** (+24)
Era pari a +13 a metà 2021, e +10 ad inizio anno, pertanto **negli ultimi mesi sembra essere di molto migliorato il rapporto delle aziende con gli istituti di credito** ristabilendo i livelli pre-covid.

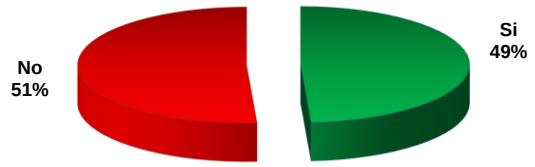
Rapporto con le banche – per settore

	Buono	Discreto	Non buono	Saldo (% buono - % non buono)
Dettaglio prodotti per la persona	34%	57%	9%	+25
Dettaglio di prodotti per la casa	26%	57%	17%	+9
Dettaglio di alimentari	27%	50%	23%	+5
Servizi	24%	57%	19%	+5
Comm. all'ingrosso	53%	44%	3%	+50
Turismo	39%	56%	6%	+33
Ristorazione	26%	60%	15%	+11

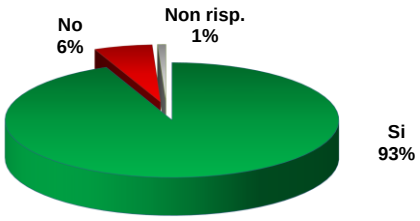
Il settore che mostra **un migliore rapporto con le banche è l'ingrosso** (+50 e in miglioramento negli ultimi 3 mesi). Il saldo risulta **positivo anche nel turismo, nei prodotti per la persona** mentre risulta **più basso** nei **prodotti per la casa,** nei **servizi,** negli **alimentari** e nella **ristorazione**.

PRESTITI BANCARI PER SOSTENERE LA LIQUIDITA' DALL'INIZIO DELL'EMERGENZA

Ha fatto richiesta?



Li ha ottenuti?



Dall'inizio dell'emergenza sono **ricorse a prestiti bancari per sostenere la propria liquidità una azienda su due (51%)** delle aziende intervistate. Tra queste **il 93% segnala esito positivo** e solo il 6% negativo.

Prestiti – per settore

	Richiesti	Ottenuti
Dettaglio prodotti per la persona	57%	91%
Dettaglio di prodotti per la casa	50%	83%
Dettaglio di alimentari	14%	98%
Servizi	38%	95%
Comm. all'ingrosso	45%	96%
Turismo	39%	95%
Ristorazione	69%	94%

Il settore ricorso **al credito più frequentemente** è stato decisamente la **ristorazione** (69% delle aziende intervistate), mentre meno **frequente è risultato** negli **alimentari** (14%)**.** Pur non rilevando criticità particolari, la quota successo delle richieste è leggermente più contenuta nel dettaglio di prodotti per la casa.

Prestiti – per classe di fatturato

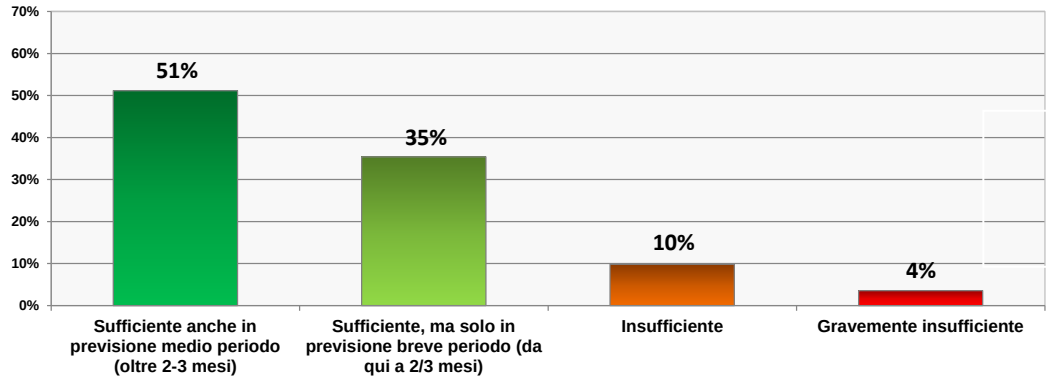
	Richiesti	Ottenuti
Meno di 100 mila €	42%	86%
100 mila € - 500 mila €	65%	98%
500 mila € - 1 milione €	50%	91%
Oltre 1 milione €	37%	93%

Si osserva una quota di ricorso al credito più ridotta (37%) tra le aziende con fatturato superiore ad 1 milione. **Percentuale di successo leggermente più contenuta tra le aziende piccole** (sotto i 100 mila e di fatturato).

LIQUIDITA' al 30 settembre 2021

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di <u>valutare il proprio livello di liquidità al 30 settembre 2021</u> 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.

<u>VALUTAZIONE DEL LIVELLO DI LIQUIDITA'</u>



<u>SALDO</u>
(% CASI SUFF - % CASI INSUF)
+ 72

La maggioranza delle aziende (**86%**) **ritiene sufficiente il proprio livello di liquidità al 30 settembre 2021:** di queste il 51% lo ritiene sufficiente anche in un medio periodo, il 35% solo per un breve periodo (2-3 mesi).

Il **14%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (di queste il 4% gravemente).

Il saldo (% sufficiente - % insufficiente) **è positivo**, invariato rispetto al +69 osservato a metà 2021 ed in miglioramento rispetto ad inizio anno (era +46).

Il livello di liquidità è migliorato nei primi 9 mesi 2021: il saldo è migliorato e la % di aziende con liquidità insufficiente si è ridotta (erano il 25% a inizio anno).

<u>Livello di liquidità – per settore</u>

	Sufficiente anche nel medio periodo	Sufficiente ma solo nel breve periodo	Insufficiente	Gravemente insufficiente	Saldo 30.09.21	Saldo 31.12.20
Dettaglio prodotti per la persona	41%	39%	19%	2%	+59	+56
Dettaglio di prodotti per la casa	63%	25%	8%	4%	+75	+69
Dettaglio di alimentari	73%	23%	5%	0%	+91	+86
Servizi	57%	24%	5%	14%	+62	+47
Comm. all'ingrosso	71%	21%	6%	2%	+84	+85
Turismo	44%	39%	11%	6%	+67	+52
Ristorazione	25%	63%	8%	4%	+75	+8

Il **livello di liquidità più critico** lo segnalano i settori **prodotti per la persona** (dove il 21% delle aziende dichiara una liquidità insufficiente) ed i **servizi** (19%)**.** A seguire **il settore turismo** (17%) e gli altri settori. La **liquidità migliore** la segnalano il **dettaglio alimentari e l'ingrosso** (dove appena il 5% e l'8% delle aziende dichiara liquidità insufficiente).

In quasi tutti i settori il livello di liquidità al 30 settembre 2021 è migliorato rispetto a quello osservato ad inizio anno, ad eccezione dei prodotti per la persona (dove è rimasto inchiodato sui valori non ottimali registrati in piena emergenza) e degli alimentari e dell'ingrosso (dove era già sufficientemente buono ad inizio anno).

Livello di liquidità – per classe di fatturato

	Sufficiente anche nel medio periodo	Sufficiente ma solo nel breve periodo	Insufficiente	Gravemente insufficiente	Saldo 30.09
Meno di 100 mila €	32%	35%	25%	9%	+33
100 mila € - 500 mila €	43%	48%	6%	3%	+82
500 mila € - 1 milione €	55%	45%	0%	0%	+100
Oltre 1 milione €	80%	18%	3%	0%	+95

Il **livello di liquidità è correlato alla dimensione aziendale:** è **decisamente critico tra le aziende piccole** (con fatturato fino a 100 mila €) che mostrano il **34%** (una su tre) di aziende con **liquidità insufficiente,** rispetto al 9% tra le aziende medie e meno del 3% tra le aziende grandi. Analogamente i saldi risultano crescenti e quindi migliorano al crescere della classe di fatturato.

Livello di liquidità – per classe dipendenti

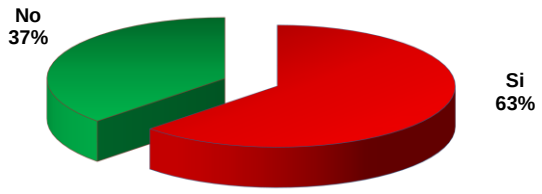
	Sufficiente anche nel medio periodo	Sufficiente ma solo nel breve periodo	Insufficiente	Gravemente insufficiente	Saldo 30.09
Nessun dipendente	**53%**	**32%**	**13%**	**3%**	**+68**
Almeno un dipendente	**78%**	**15%**	**5%**	**2%**	**+86**
1 - 5 dipendenti	75%	19%	5%	2%	+86
6 - 10 dipendenti	86%	9%	5%	0%	+91
11 dipendenti ed oltre	100%	0%	0%	0%	+100

Il livello di liquidità è **leggermente più critico tra le aziende senza dipendenti** (saldo +68 e 16% lo ritengono insufficiente) rispetto alle aziende con dipendenti (+86 e 7% che lo ritengono insufficiente).

COMPORTAMENTI DELLA CLIENTELA

E' stato chiesto alle aziende se stanno osservando sintomi di difficoltà nella clientela. E' stato anche chiesto se il" volume" di clienti rispetto ad un anno fa (30.09. 2020) è aumentato, diminuito o invariato.

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



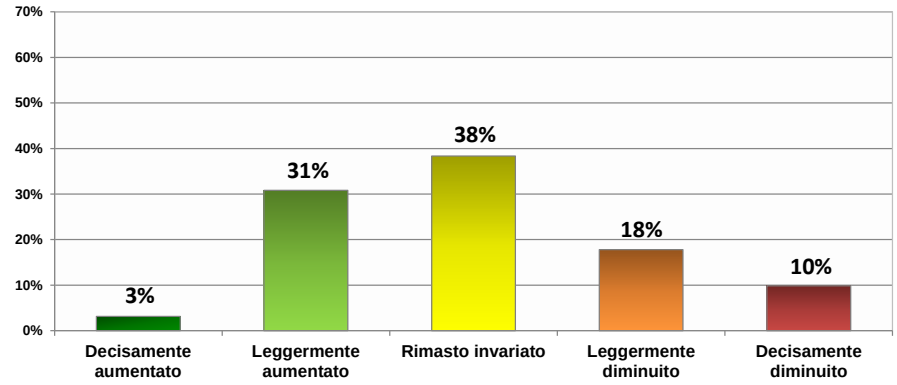
Come era prevedibile **la maggioranza delle aziende 63% vede tra i propri clienti sintomi di difficoltà** (in leggero calo rispetto all'80% registrato a fine 2020 e al 69% di metà 2021).

Difficoltà economiche – per settore

	Si
Dettaglio prodotti per la persona	81%
Dettaglio di prodotti per la casa	46%
Dettaglio di alimentari	59%
Servizi	76%
Comm. all'ingrosso	52%
Turismo	50%
Ristorazione	67%

Come in passato, le difficoltà appaiono **più frequenti** tra i clienti del commercio al **dettaglio per la persona** (81%) mentre nell'**ingrosso** (52%), nel **dettaglio prodotti per la casa** (46%) e in questa rilevazione anche nel **turismo** (50%) risultano **meno frequenti.**

ANDAMENTO DELLA CLIENTELA RISPETTO AD UN ANNO FA



SALDO
(% CASI AUMENTO - % CASI DIMINUZ.)
+6

La maggioranza delle aziende (il **38%**) ritiene che **rispetto ad un anno fa** (30 settembre 2020) **il numero di clienti sia rimasto invariato,** mentre **nel 34% dei casi è aumentato** e **nel 28% è diminuito** (nel 18% leggermente e nel 10% decisamente diminuito).

Il **saldo** (% casi aumento - % casi diminuzione) è quindi **leggermente positivo (+6)** dopo che a metà 2021 era stato negativo, pari a -15.

Andamento della clientela – per settore

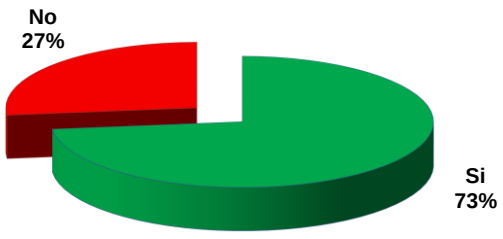
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo (% aum - % dim)
Dettaglio prodotti per la persona	2%	31%	38%	19%	10%	+3
Dettaglio di prodotti per la casa	8%	25%	42%	21%	4%	+8
Dettaglio di alimentari	0%	14%	50%	27%	9%	-23
Servizi	0%	43%	38%	0%	19%	+24
Comm. all'ingrosso	3%	34%	47%	13%	3%	+21
Turismo	11%	50%	17%	0%	22%	+39
Ristorazione	2%	23%	31%	31%	13%	-19

Nel confronto con il 30 settembre dell'anno scorso **si osserva un andamento dei clienti differenti per settori**. I settori **alimentari e ristorazione** hanno osservato un **prevalente calo della clientela**. I settori **servizi, ingrosso** e soprattutto il **turismo** un **marcato aumento**. Equilibrato l'andamento dei clienti nel dettaglio di generi non alimentari (persona e casa).

VALUTAZIONE SUL GREEN PASS

E' stato chiesto se le aziende ritengono che l'introduzione del green pass riuscirà ad evitare altri lockdown.

IL GREEN PASS COME STRUMENTO PER EVITARE NUOVI LOCK-DOWN



Tre aziende su quattro ritengono che **il green pass riuscirà ad evitare nuovi lockdown.**

Valutazione – per settore

	Si
Dettaglio prodotti per la persona	77%
Dettaglio di prodotti per la casa	75%
Dettaglio di alimentari	86%
Servizi	67%
Comm. all'ingrosso	75%
Turismo	67%
Ristorazione	63%

Tutti i settori mostrano un **analoga percentuale di aziende che ritengono che il green pass riuscirà ad evitare nuovi lockdown,** con queste eccezioni: più caute le aziende delle ristorazione (dove appena il 63% afferma ciò) mentre più ottimiste le aziende degli alimentari (86%)

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 30 SETTEMBRE 2021

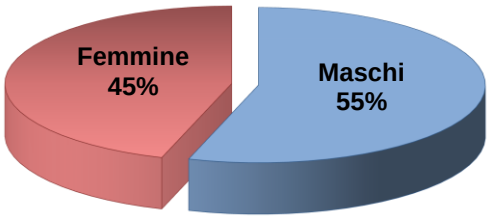
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**27%**	**46%**	**46%**	**23%**	**38%**	**5%**	**26%**	**20%**
Almeno un dip.	**66%**	**54%**	**54%**	**77%**	**62%**	**95%**	**74%**	**82%**
1–5 dipend.	39%	36%	33%	45%	43%	31%	32%	57%
6–10 dipend.	18%	10%	8%	23%	14%	26%	26%	18%
Oltre 11 dip.	16%	8%	13%	9%	5%	39%	16%	6%
N° medio dip.	**6,6**	2,9	3,1	4,7	3,0	14,0	6,9	4,0

Le aziende con dipendenti sono più frequenti nel settore ingrosso (il 95% ha almeno un dipendente e 14 dipendenti medi). **Meno frequenti**, invece, le **aziende con dipendenti** nel **dettaglio prodotti per la persona** (54% e 2,9 dipendenti medi).

% Dipendenti per sesso



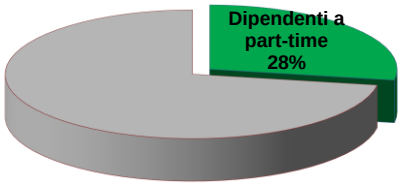
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**55%**	38%	41%	36%	49%	70%	48%	36%
% femmine	**45%**	62%	59%	64%	51%	30%	52%	64%

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 alimentari 64%, ristorazione (64%), prodotti per persona (62%) mentre c'è una netta **prevalenza di maschi solo nell'ingrosso** (70%).

DIPENDENTI A PART-TIME

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

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 30 SETTEMBRE 2021



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**28%**	38%	35%	31%	35%	11%	27%	51%

Il part-time rappresenta il 28% del totale contratti in essere al 30 settembre (dato in linea le rilevazioni dell'ultimo anno). Il settori che **utilizza maggiormente questo contratto é la ristorazione** (51%). Meno frequente nel dettaglio prodotti non alimentari e nei servizi, mentre **lo utilizza ancor meno frequentemente l'ingrosso** (11%).

Dipendenti a part-time per sesso

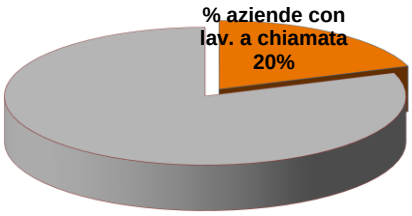
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**10%**	11%	13%	19%	32%	2%	16%	33%
% part-time tra le femmine	**48%**	55%	77%	38%	38%	33%	38%	61%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 48% dei dipendenti di sesso femminile è part-time, erano il 48% anche ad inizio 2021) mentre **tra i maschi è utilizzato solo nel 10% dei contratti** .

DIPENDENTI A CHIAMATA

Nel presente capitolo si analizza la presenza di contratti a chiamata attivi tra le aziende intervistate.

DIPENDENTI A CHIAMATA - AL 30 SETTEMBRE 2021



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con lav. a chiamata	**20%**	10%	13%	23%	14%	8%	21%	51%
n. medio lav. chiam. (tra aziende con contratti a chiam.)	2,7	1,5	1,0	1,6	3,3	2,0	1,0	3,6

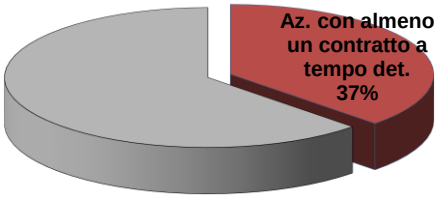
Il 20% delle aziende presenta **almeno un contratto a chiamata** (tra queste il numero medio di 2,7 dipendenti per azienda). Questo contratto è **decisamente più diffuso tra le aziende della ristorazione** (il 51% lo adotta) mentre è più contenuto negli altri settori.

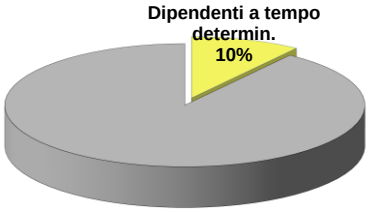
DIPENDENTI A TEMPO DETERMINATO

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

<u>CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 30 SETTEMBRE 2021</u>

tra le aziende con dipendenti





	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con contratti t. det.	**37%**	38%	31%	35%	23%	27%	64%	54%
% contratti a tempo det.	**10%**	12%	2%	8%	8%	5%	32%	29%

Tra le aziende con dipendenti, **il 37%** (circa un terzo, dato in linea con il 35% osservato sia a fine 2020 che a metà 2021) presenta **almeno un contratto a tempo determinato** e questi costituiscono una **quota pari al 10% dei contratti in essere** tra le aziende con dipendenti (anche questo parametro in linea con il 12% di fine 2020 ed il 10% di metà 2021).

Il tempo determinato è **più diffuso tra le aziende del turismo** (il 64% delle aziende lo adotta per una quota di contratti pari al 32%) e **della ristorazione** (54% delle aziende e 29% dei contratti). Meno marcato il ricorso a questo contratto negli altri settori.

<u>CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 3° TRIMESTRE 2021</u>

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.	**10%**	3%	4%	29%	14%	10%	37%	17%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**50%**	25%	75%	33%	67%	50%	67%	62%

<u>Cessazioni.</u> Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **10% ne ha cessato almeno uno nel terzo trimestre 2021** (confermando un rallentamento della tendenza a cessare questo tipo di contratti che si era registrato nel primo semestre 2020, rallentamento già osservato nei primi 6 mesi del 2021)**.**

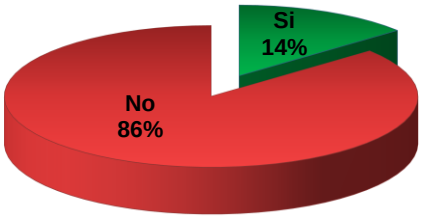
I **settori che più frequentemente hanno cessato** questo tipo di contratto sono stati i**l turismo** (37% delle aziende che ne avevano almeno uno in essere), il dettaglio **alimentare** (29%) e la **ristorazione** (17%).

<u>Proroghe.</u> Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato i**l 50% (la metà) ne ha prorogato almeno uno nel corso del primo semestre 2021** (erano state il 51% anche nel primo semestre 2021). Il **dettaglio prodotti per la casa il settore che ha prorogato più spesso questi contratti** (75% delle aziende con almeno un contratto) così come **i servizi** (67%) ed il **turismo** (67%). Il settore **alimentare e il dettaglio prodotti per la persona** invece **in maniera più contenuta**.

AMMORTIZZATORI SOCIALI – TERZO TRIMESTRE 2021

Nel presente capitolo si analizza il ricorso agli ammortizzatori sociali nel terzo trimestre 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 - TERZO TRIMESTRE 2021



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. che hanno attivato ammortiz	**14%**	19%	8%	0%	31%	7%	36%	15%

Complessivamente **nel terzo trimestre 2021** il **14%** delle aziende **con dipendenti ha attivato ammortizzatori sociali** (erano state il 37% nel primo semestre 2021 e analoga quota si era registrata anche nel 3° e 4° trimestre 2020). Il settore **turismo è stato** il settore **più attivo** (36% di aziende li ha attivati in calo rispetto al passato, ma quota ancora consistente soprattutto se paragonata agli altri settori dove invece si è di molto ridotta). **Quota importante** di ricorso agli ammortizzatori **anche nei servizi** (31%) mentre è **più ridotta negli altri settori**.

PER QUANTI LAVORATORI SONO STATI ATTIVATI GLI AMMORTIZZATORI

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% lavoratori (su tot. aziende)	**8%**	5%	4%	0%	13%	4%	41%	8%
% lavoratori (su aziende che li hanno attivati)	**71%**	73%	100%	-	47%	78%	72%	70%

Nel terzo trimestre 2021 gli **ammortizzatori sono stati attivati per l'8% dei lavoratori se si considera la totalità delle aziende** (che sale al 71% se si considerano solo le aziende che li hanno attivati). La percentuale di lavoratori interessati è **in calo rispetto a quanto osservato nel primo semestre 2021** quando erano il 21% di tutti i dipendenti delle intervistate.

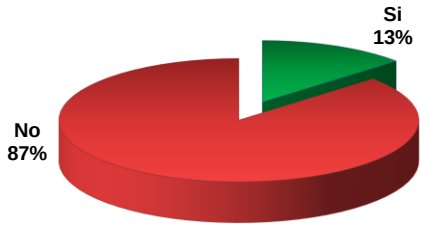
Il turismo, come accaduto in passato, è il settore che avendo più spesso attivato ammortizzatori **contano le quote più elevate di lavoratori interessati sul totale lavoratori.**

AMMORTIZZATORI SOCIALI – PREVISIONE QUARTO TRIMESTRE 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 quarto trimestre 2021.

% AZIENDE CHE PREVEDONO DI ATTIVARE AMMORTIZZATORI NEL 4° TRIMESTRE 2021

Tra le aziende con almeno un dipendente



(**69%** se si considerano solo le aziende che hanno attivato ammortizzatori nel terzo trimestre)

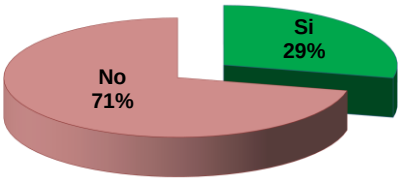
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% su tot. aziende con dip.	**13%**	15%	8%	0%	23%	8%	29%	18%
% su aziende che li ha attivati nel 3° trim.	**69%**	83%	100%	-	75%	75%	60%	50%

Tra le aziende con almeno un dipendente, **il 13% prevede di attivare ammortizzatori nel 4° trimestre 2021** (pari al 69% se si considerano solo le aziende che hanno già attivato ammortizzatori nel terzo trimestre) ed è **più elevata nel turismo** (29% delle aziende con dipendenti) seguito a distanza dalla **ristorazione** (18%), e **più contenuta negli altri settori**, mentre è **minima negli alimentari**.

RICERCA DI PERSONALE NEL TERZO TRIMESTRE 2021

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

% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL TERZO TRIMESTRE 2021

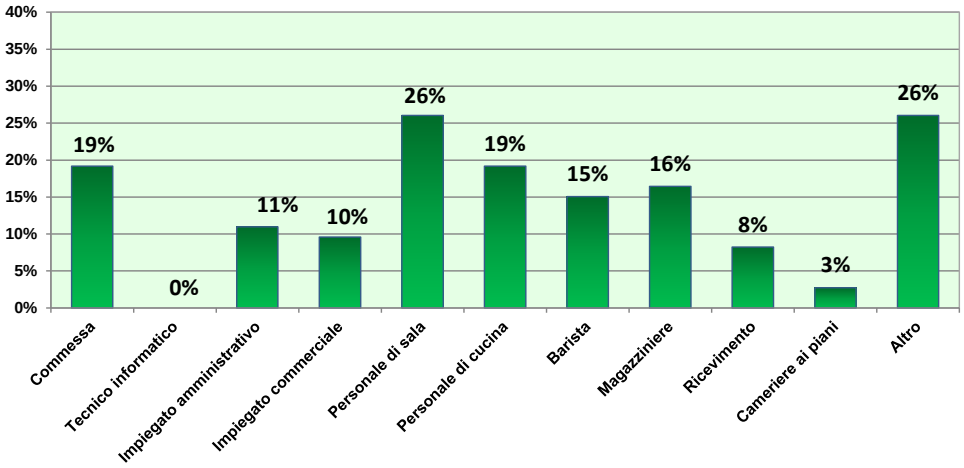


	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca sul totale aziende	**29%**	**17%**	**17%**	**27%**	**14%**	**32%**	**47%**	**43%**
% ricerca tra aziende con dip.	37%	31%	31%	29%	23%	34%	57%	51%
% ricerca tra aziende senza dip.	4%	0%	0%	20%	0%	0%	20%	10%

Il **29%** delle aziende complessive **dichiara di aver cercato personale nel corso del terzo trimestre 2021 (dato in linea con il 27% osservato nel primo semestre)** : questa percentuale è del 37% tra aziende con dipendenti, e del 4% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi** in tal senso sono sembrati essere i **settori turismo** (47% e **ristorazione** (43%) dove la propensione a ricercare dipendenti in leggero aumento rispetto al primo semestre, **seguiti dall'ingrosso** (32%) leggermente inferiore rispetto al primo semestre. P**iù contenuta, ma in**

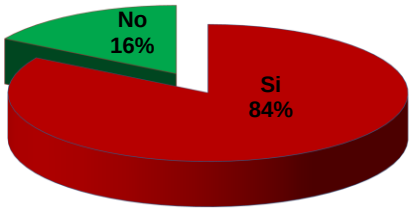
aumento rispetto al primo semestre nell'**alimentare** (era l'11% ora è il 27%) e **nei prodotti per la persona** (dal 9% al 17%), mentre è **in calo nei servizi** (dal 20% al 14%) e **nei prodotti per la casa** (dal 24% al 17%).

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE NEL TERZO TRIMESTRE 2021



Le figure più ricercate sono il personale di sala e di cucina e la 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	**84%**	70%	50%	83%	100%	70%	95%	96%

L'84% delle aziende dichiara di aver avuto difficoltà nel reperire tali figure (in aumento rispetto al 71% segnalato nel primo semestre 2021). Con frequenza elevata e pressoché identica in quasi tutti i settori ma più marcata nei settori turismo e ristorazione.

Difficoltà per figura

	% 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	100%
Cameriere ai piani	90%
Altro	74%

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

ANDAMENTO DIPENDENTI - TERZO TRIMESTRE 2021

In questo capitolo si analizza l'andamento dipendenti tra le intervistate nel corso del terzo trimestre 2021.

VARIAZIONE DEL NUMERO DI DIPENDENTI

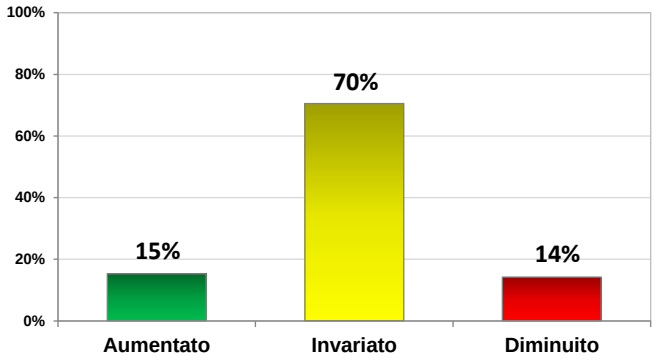
+0,8%

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Variaz % num. Dip.	**+0,8%**	+2,4%	+1,4%	-2,8%	-6,0%	+1,0%	+0,8%	-0,5%

Nel terzo trimestre 2021 **il numero dipendenti,** nel campione**, è rimasto pressoché stabile** (+0,8%). Il **segno è stato negativo** nei **servizi** e nel **dettaglio prodotti alimentari e ristorazione**. **Stabilità negli altri settori e** leggermente positivo il segno nel dettaglio non alimentare (dettaglio persona e casa).

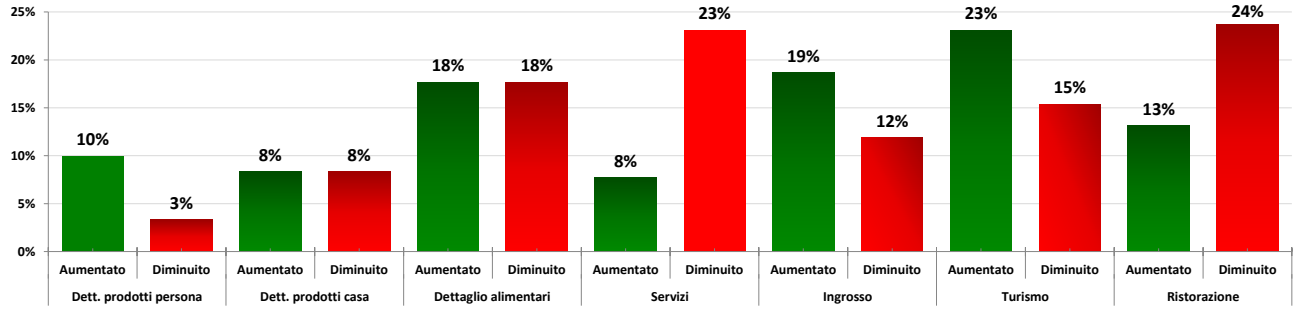
ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL TERZO TRIMESTRE 2021

Tra aziende con almeno un dipendente



Il **15% delle aziende** con almeno un dipendente **ha aumentato il numero di dipendenti** nel corso del terzo trimestre 2021, e **in misura analoga il 14% ha diminuito il numero dei dipendenti**. Rimasto **invariato nel 70% dei casi.**

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL TERZO TRIMESTRE 2021 – PER SETTORE



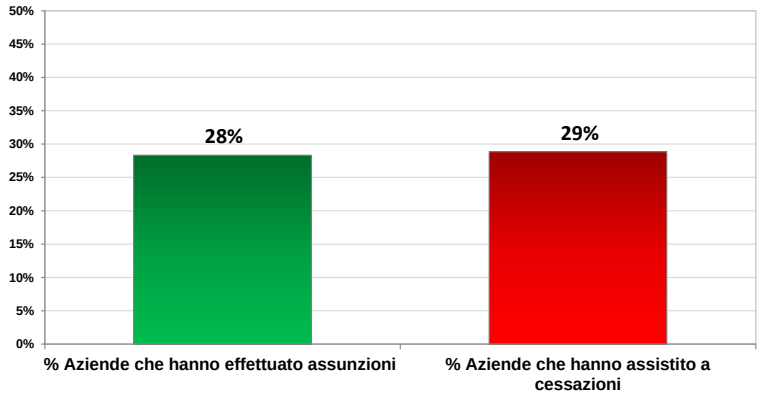
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel terzo trimestre con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osservano **settori in cui sono prevalsi i casi di diminuzione** (ristorazione e servizi), **settori in cui le due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

ASSUNZIONI E CESSAZIONI – TERZO TRIMESTRE 2021

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

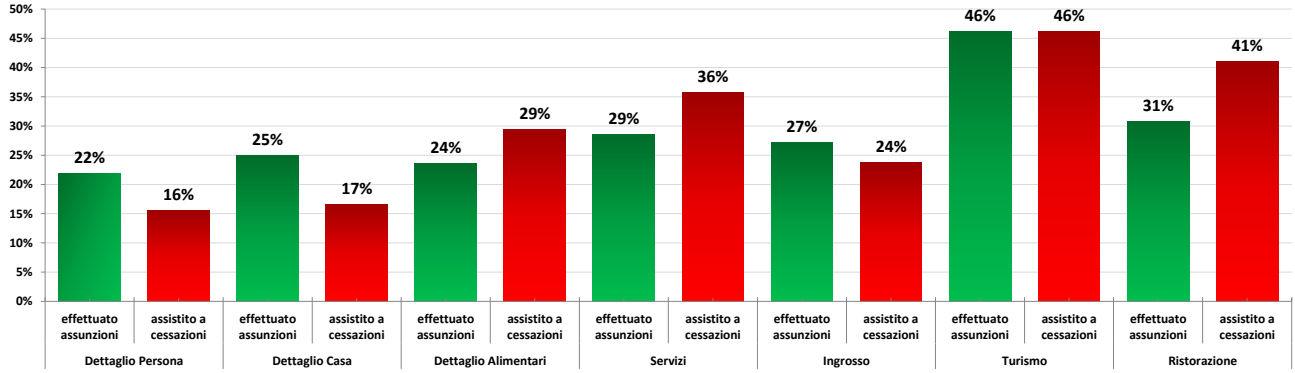
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL TERZO TRIMESTRE 2021

Tra aziende con almeno un dipendente



Il **28%** delle aziende con almeno un dipendente **ha effettuato almeno una assunzione** nel 3° trimestre 2021 (erano state il 29% nel primo semestre 2021), ed **in misura analoga** (il **29%**) le aziende hanno **assistito ad almeno una cessazione di rapporti di lavoro nello stesso periodo** (era stato il 36% nel primo semestre 2021).

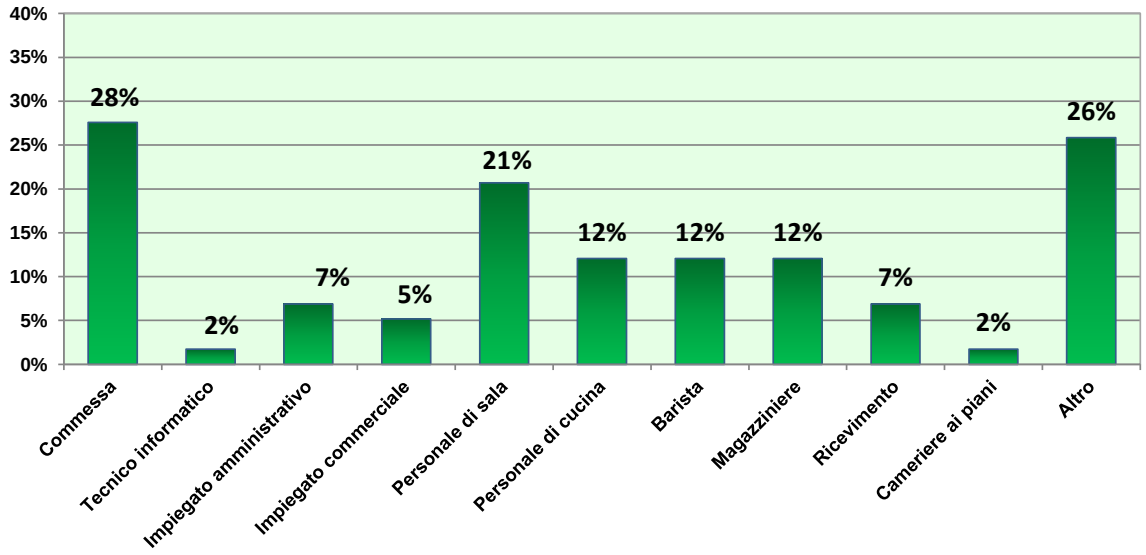
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO - PER SETTORE

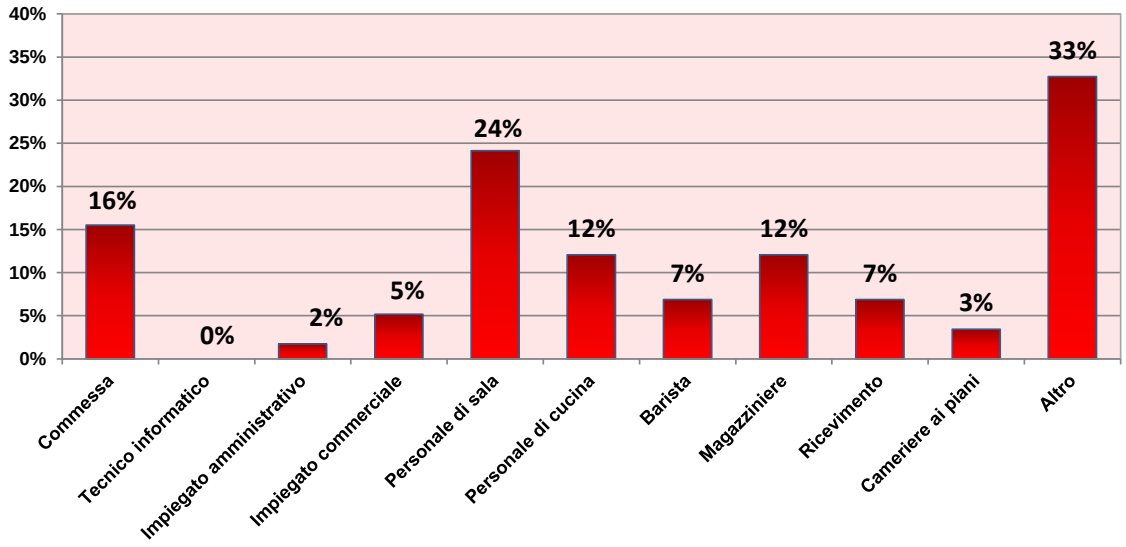


Tra i settori, nel corso del terzo trimestre, sono emerse alcune differenze nella **propensione ad assumere o cessare rapporti di lavoro**.

- Nella **ristorazione,** ma anche nei **servizi** sono stati **prevalenti i casi di cessazioni** (il 41% e 49% delle aziende con dipendenti) non sono corrisposti da analoghe tendenze ad assumere.
- **Frequenti le cessazioni** anche **nel turismo** (46%) **ma compensate** da altrettanti casi di assunzioni.
- **Leggera prevalenza di cessazioni anche negli alimentari** (29% rispetto a 24%)
- **Prevalgono i casi di assunzione**, invece, nel **dettaglio prodotti per la persona** e per **la casa.**
- **Equilibrio**, infine, nell'**ingrosso.**

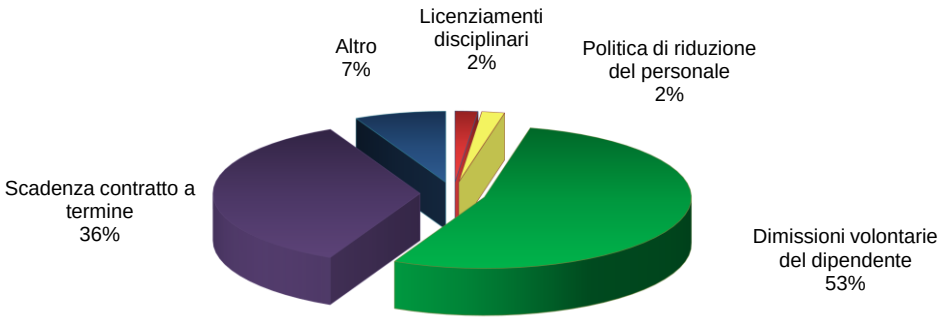
FIGURE ASSUNTE E FIGURE CESSATE NEL TERZO TRIMESTRE 2021





MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – TERZO TRIMESTRE 2021

% tra aziende che hanno avuto cessazioni

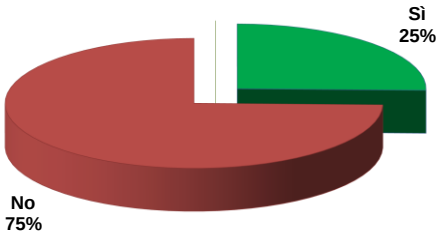


I **motivi alla base delle cessazioni** osservate in questo semestre sono **principalmente legate a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 53 delle aziende con cessazioni) e **scadenza dei contratti a termine** (36%). Quasi nulli i licenziamenti a causa delle normative che li hanno bloccati per quasi tutto il periodo.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si è ritenuto di interesse verificare se le aziende intervistate avessero, nel terzo trimestre 2021, effettuato formazione a favore dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL I° SEMESTRE 2021
(tra le aziende con dipendenti)



Formazione dipendenti – per settore

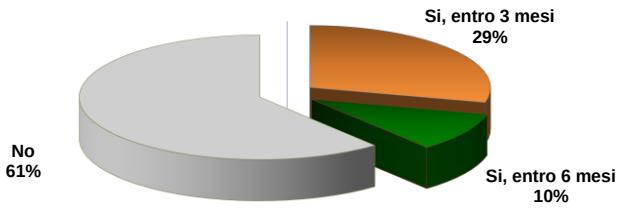
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. che hanno effettuato formazione	**25%**	19%	15%	29%	50%	37%	14%	15%

Nel complesso il **25% di aziende con dipendenti** (una su quattro) **ha effettuato formazione del personale nel terzo trimestre 2021** . I **settori che hanno maggiormente effettuato formazione** sono stati i **servizi** (50%) e l'**ingrosso** (37%) entrambi **storicamente più attivi** nel fare formazione.

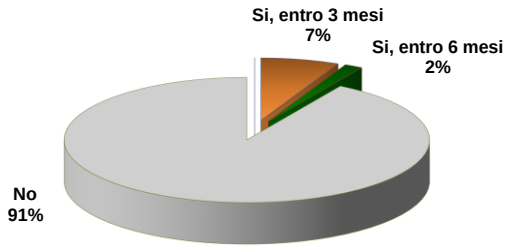
PREVISIONI OCCUPAZIONALI – prossimo semestre

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 prossimo semestre (ultimo trimestre 2021 – primo trimestre 2022).

PREVISIONE DI ASSUMERE PROSSIMO SEMESTRE
(tra le aziende con dipendenti)



PREVISIONE DI LICENZIARE PROSSIMO SEMESTRE
(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	**39%**	25%	31%	35%	31%	42%	64%	46%

Una quota **consistente di aziende con dipendenti intervistate** (il **39%**) **prevede di assumere nel corso del prossimo semestre** (stagione invernale)**.** Questa percentuale è **più elevata nel settore turismo** (64%) **e ristorazione** (46%), ma **anche nell'ingrosso** (42%)

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% che prevede di licenziare nel II° semestre 2021	**9**%	9%	0%	12%	15%	5%	7%	13%

Una quota inferiore rispetto a coloro che prevedono assunzioni, ossia **il 9% delle aziende con dipendenti, prevede invece di licenziare nel corso del prossimo semestre.** Questa percentuale è **più elevata tra le aziende dei servizi** (15%) **e del dettaglio alimentare** (12%)