esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario
PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
VICENZA

OSSERVATORIO
ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

Terzo trimestre 2022

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** vengono **monitorati alcuni indicatori economici ed occupazionali misurati tra le aziende**. Gli indicatori oggetto della rilevazione sono: numero dipendenti (assunzioni e cessazioni) distinti per tipologia di contratto, andamento occupazionale e previsioni, ricerca del personale, formazione, 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 …) settore composto sia da piccole aziende che da aziende più strutturate e legato a beni di primaria necessità
- **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 …) settore eterogeneo per tipologia di prodotti ma legato a merceologie molto spesso considerate essenziali
- **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 …), settore eterogeneo composto solitamente da aziende piccole e relativo a merceologie che spaziano da beni di prima necessità a beni meno essenziali.
- **Commercio all'ingrosso** (di qualsiasi tipologia di prodotti: alimentari, industriali …) settore eterogeneo per merceologia, solitamente composto da aziende medio grandi e strutturate e che rappresenta l'anello a monte della filiera del commercio.
- **Servizi** (alle imprese, alle persone, agenti immobiliari) settore molto eterogeneo composto solitamente da realtà medio-piccole e che spaziano per tipologia di servizio offerto.
- **Turismo** (strutture ricettive alberghiere e complementari, agenzie viaggio, guide turistiche) all'interno del quale si possono riconoscere le strutture ricettive da una parte (imprese grandi e strutturate) ma anche realtà più piccole come le agenzie viaggio
- **Ristorazione** (bar, ristoranti, trattorie …) che comprende sia piccola realtà senza cucina e con pochi addetti, sia attività più strutturate come ristoranti e fast-food

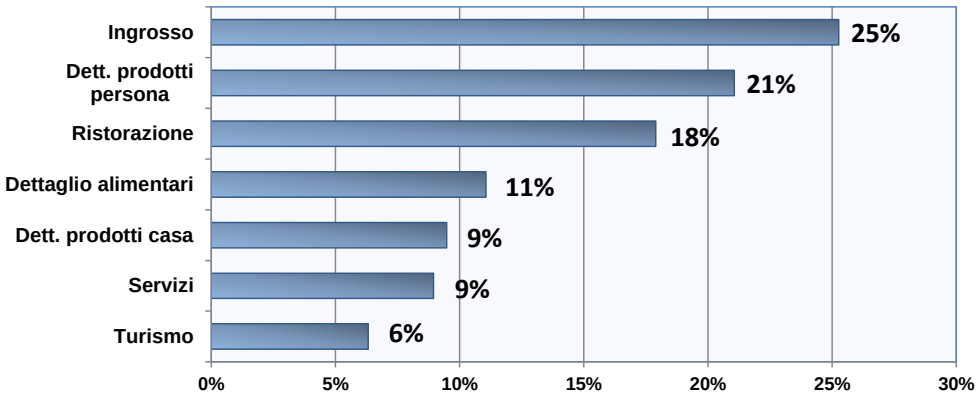
L'ANALISI

Si riportano di seguito le analisi dei dati raccolti a mezzo di 190 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 2022 ed al 3° TRIMESTRE 2022**, 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

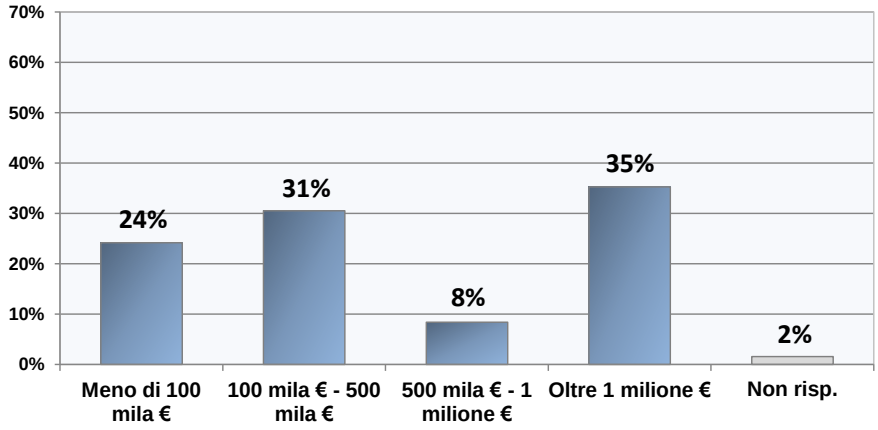
Come prima cosa si osservano le caratteristiche del campione di aziende rispondenti in questa rilevazione, in particolare il settore, la fascia di fatturato 2021 e la classe di dipendenti. La sua composizione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della composizione degli Associati a Confcommercio Vicenza e questo è un requisito fondamentale per l'attendibilità della rilevazione.

SETTORE



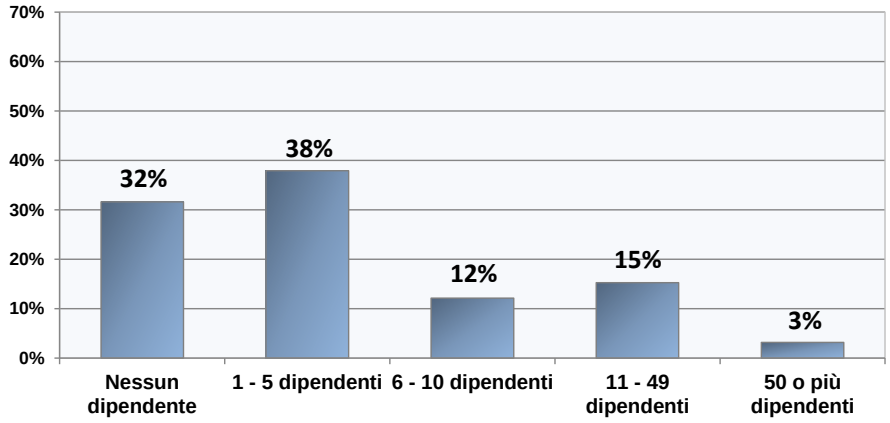
Il campione è costituito **per il 41%** da imprese del **settore dettaglio** (per il 21% dettaglio di prodotti per la persona, per l'11% prodotti alimentari e 9% prodotti per la casa). I settori **turismo** e **ristorazione** coprono il **24% delle intervistate**, così come **l'ingrosso** (25%) mentre i **servizi** rappresentano il 9% delle intervistate.

FASCIA DI FATTURATO - 2021



Il campione è costituito **per il 24%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **39%** da aziende **"medie"** (con fatturato compreso tra 100 mila € e 1 milione €) mentre nel **35%** dei casi il fatturato delle intervistate **supera il milione di €.**

NUMERO DI DIPENDENTI - AL 30 SETTEMBRE 2022



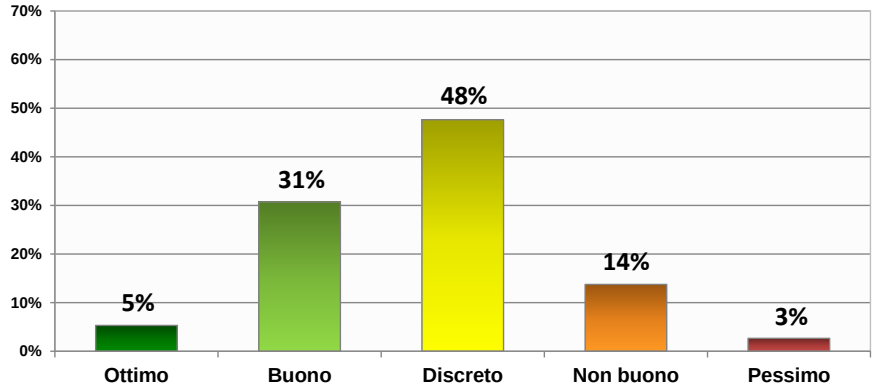
Quasi **una azienda rispondente su tre** (il 32%) **non ha dipendenti**, mentre le **restanti due terzi (68%) hanno almeno un dipendente** (tra questi la maggioranza, il 38%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 12% ne ha tra 6 e 10, il 15% tra 11 e 49 e solo il 3% ha 50 dipendenti o oltre).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 30 SETTEMBRE 2022

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 30 settembre 2022 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 2022



% NON BUONO/PESSIMO

17%

SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+19

Le aziende definiscono il proprio **stato di salute al 30 settembre 2022**:

- in **prevalenza, 48%,** viene definito **"discreto" ;**
- nel **36%** dei casi viene definito positivamente: **"buono"** (31%) **o "ottimo"** (5%)
- nel **17%** viene valutato negativamente: **"non buono"** (14%) o **"pessimo"** (3%)

Il **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) **è positivo** (+19 punti percentuali)**, invariato rispetto a metà 2022** (+20) e **in miglioramento** rispetto al +11 di **inizio 2022,** quando a sua volta era migliorato rispetto a **metà 2021** (era +5) e ancor più rispetto al -25 di fine 2020**.** Il saldo è quindi **ritornato sui livelli pre-covid** (era +15 a fine 2019)**.**

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo 30.09.22
Dettaglio prodotti per la persona	21%	62%	18%	+3
Dettaglio di prodotti per la casa	22%	56%	22%	0
Dettaglio di alimentari	24%	33%	43%	-19
Servizi	47%	41%	12%	+35
Comm. all'ingrosso	58%	40%	2%	+56
Turismo	33%	58%	8%	+25
Ristorazione	32%	47%	21%	+12

Lo **stato di salute** al 30 settembre 2022 evidenzia una **maggiore criticità** nel settore **nel commercio al dettaglio di prodotti alimentari** (saldo negativo -19 e 43% in stato "non buono"). Minori criticità (con saldo **in equilibrio** ma comunque sotto la media del terziario) **nel dettaglio di prodotti non alimentari**, ossia per la persona e per la casa. La **ristorazione** mostra uno stato di salute in **linea con il dato complessivo del terziario** (saldo positivo), mentre lo stato di salute è **particolarmente positivo nei servizi** (+35 e 12% in condizione non buona), nell'**ingrosso** (+56 e solo 2% in condizione non buona) ma anche nel **turismo** (+25 e 8%).

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	13%	61%	26%	-13
100 mila € - 500 mila €	28%	49%	23%	+5
500 mila € - 1 milione €	35%	65%	0%	+35
Oltre 1 milione €	58%	34%	7%	+51

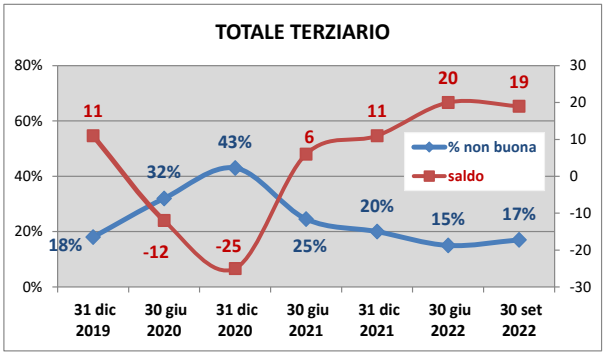
In linea con quanto osservato in passato, si osserva una evidente **correlazione tra stato di salute e dimensione aziendale** (classe di fatturato) rilevando uno **stato di salute critico tra le aziende piccole** (saldo -13 e il 26% in stato "non buono" tra le aziende con fatturato sotto i 100 mila €), mentre **al crescere della dimensione lo stato di salute migliora**: il saldo è **particolarmente positivo tra le imprese con fatturato tra 500 mila € ed 1 milione di €** (+35) **e con fatturato superiore ad 1 milione di €** (+51).

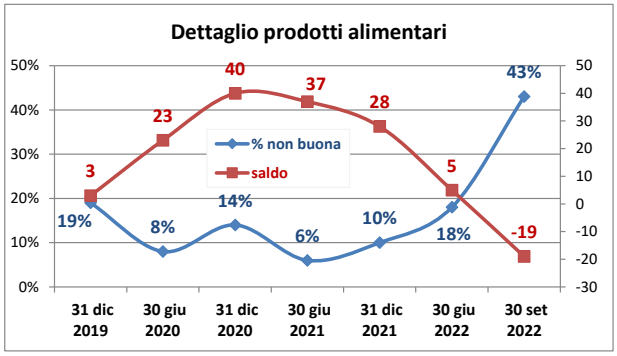
Stato di salute – per classe dipendenti

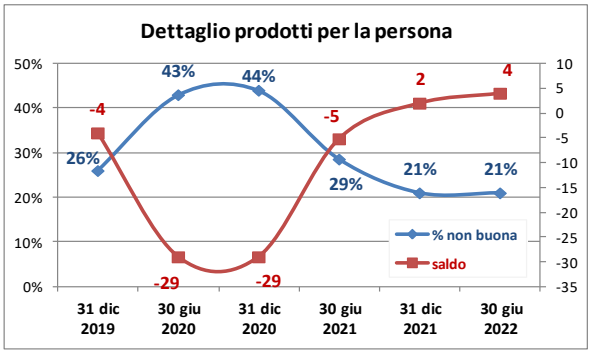
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**17%**	**57%**	**27%**	**-10**
Con dipendenti	**45%**	**44%**	**12%**	**+33**
1 - 5 dipendenti	35%	46%	18%	+17
6 - 10 dipendenti	38%	63%	0%	+38
11 - 49 dipendenti	66%	31%	3%	+62
50 o più dipendenti	83%	0%	17%	+67

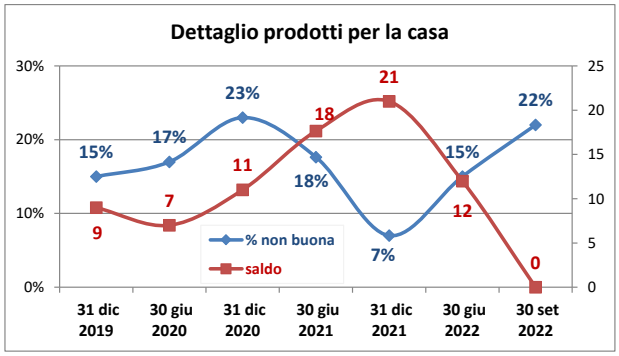
Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti** si osserva uno **stato di salute critico** con **saldo negativo** (-10 ed il 27% dichiara uno stato di salute non buono), **mentre al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora** (+17 fino a 5 dipendenti, +38 tra 6 e 10 dipendenti, +62 tra le aziende con oltre 10 dipendenti).

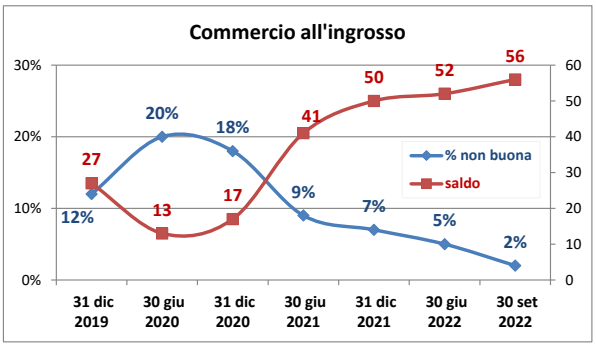
STATO DI SALUTE – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA

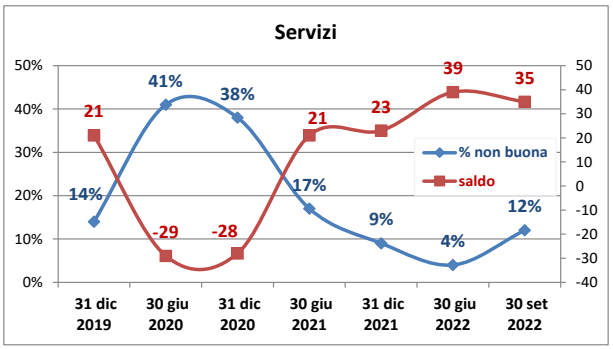


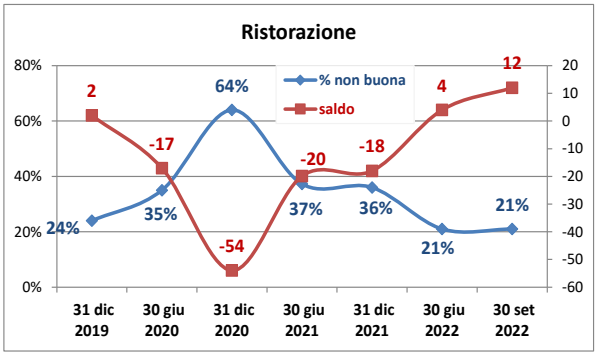


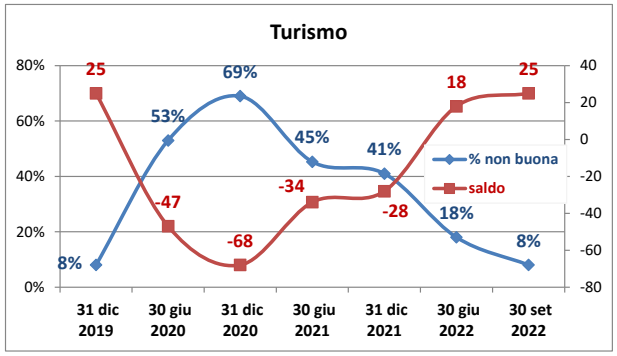












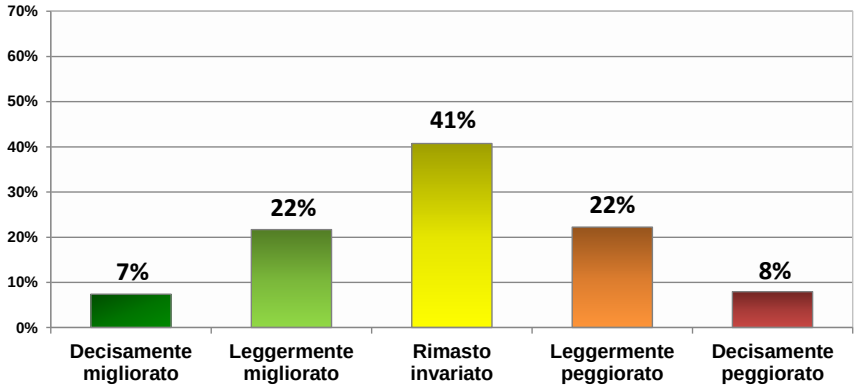
<u>**Complessivamente nel terziario**</u> lo **stato di salute** (misurato come % aziende in stato non buono e come saldo) aveva fatto segnare un **netto trend peggiorativo nel corso del 2020,** con il **picco negativo osservato a fine anno** (43% in condizione non buona e saldo -25). Nei **primi sei mesi del 2021** lo stato di salute è, però, **significativamente migliorato** ed il **miglioramento è continuato fino alla metà del 2022** per poi **stabilizzarsi nel terzo trimestre 2022 su valori analoghi al pre-covid**.

Quasi tutti i settori hanno registrato analogo trend, ciascuno su livelli di salute diversi (l'ingrosso su valori meno critici, turismo e ristorazione più critici) e con trend diversi (nel turismo e ristorazione il miglioramento è avvenuto solo negli ultimi 6 mesi, mentre nei servizi e nell'ingrosso era iniziato già nella prima metà del 2021) **ad eccezione di due settori**: **il commercio al dettaglio prodotti alimentar**i (che aveva beneficiato delle limitazioni imposte nel 2020 e aveva fatto segnare il picco positivo per poi peggiorare fino ad oggi) **e il dettaglio prodotti per la casa** (che aveva contenuto la sofferenza nel 2020, osservato un 2021 positivo, ma un peggioramento nei primi 9 mesi 2022).

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEI PRIMI 9 MESI 2022

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso dei primi 9 mesi del 2022 su una scala a 5 livelli.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEI PRIMI 9 MESI 2022



% PEGGIORAMENTO

30%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

-1

In **tendenziale stabilità lo stato di salute delle aziende intervistate nel corso dei primi 9 mesi del 2022**: infatti, al netto della maggioranza delle aziende (41%) che lo ritiene invariato, **si bilanciano le aziende che lo ritengono peggiorato** (30%) rispetto a quelle che lo ritengono migliorato (29%), generando un **saldo di equilibrio** (-1).

Andamento stato di salute – per settore

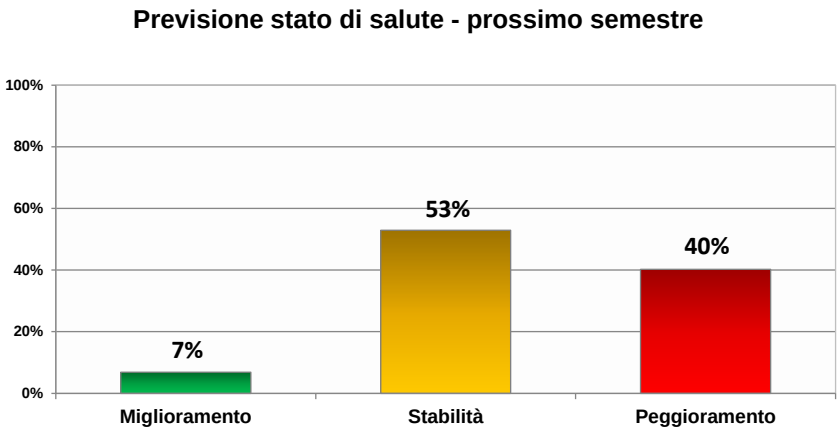
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	18%	51%	31%	-13
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	53%	41%	-35
Dettaglio di alimentari	14%	24%	62%	-48
Servizi	29%	47%	24%	+5
Comm. all'ingrosso	42%	40%	19%	+23
Turismo	50%	33%	17%	+33
Ristorazione	37%	34%	29%	+8

Appare evidente la contrapposizioni di due blocchi settoriali: **il commercio al dettaglio, in particolare alimentare, ha osservato 9 mesi di prevalente peggioramento dello stato di salute** (saldo negativo ed elevato numero di casi di peggioramento dichiarato), **mentre negli altri settori il trend è stato di tendenziale miglioramento** (in particolare nel turismo che però ad inizio 2022 risultava particolarmente penalizzato dall'emergenza covid).

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il semestre ottobre 2022 – marzo 2023

E' stata chiesta alle una previsione sull'andamento del proprio stato di salute nel prossimo semestre (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 prossimo futuro (più o meno positivo, neutro o negativo).

PREVISIONE PROPRIO STATO DI SALUTE PER IL SEMESTRE OTTOBRE 2022 – MARZO 2023



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
-33

Il **clima di fiducia mostra una forte impronta al pessimismo**: infatti, seppur la **maggioranza** delle imprese **prevede stabilità** del proprio stato di salute **nei prossimi sei mesi** (il **53%**). **Le restanti** si dividono in:

- **pessimiste/preoccupate:** il **40%** prevede un peggioramento
- **ottimiste/non preoccupate:** il **7%** prevede miglioramento.

Generando quindi un **clima di fiducia al 30 settembre particolarmente negativo (-33).**

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	5%	41%	54%	-49
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	50%	50%	-50
Dettaglio di alimentari	5%	43%	52%	-47
Servizi	18%	53%	29%	-11
Comm. all'ingrosso	6%	77%	17%	-11
Turismo	17%	33%	50%	-33
Ristorazione	6%	47%	47%	-41

Nessun settore mostra un clima di fiducia positivo. Il **clima di fiducia peggiore** è registrato nei tre settori del **commercio al dettaglio** (-50), ma è **fortemente negativo anche nel turismo e ristorazione**.

Meno pessimismo, ma comunque prevalente, si registra tra le aziende dei **servizi** e dell'**ingrosso.**

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	7%	38%	56%	-49
100 mila € - 500 mila €	5%	44%	51%	-46
500 mila € - 1 milione €	6%	71%	24%	-18
Oltre 1 milione €	9%	67%	24%	-15

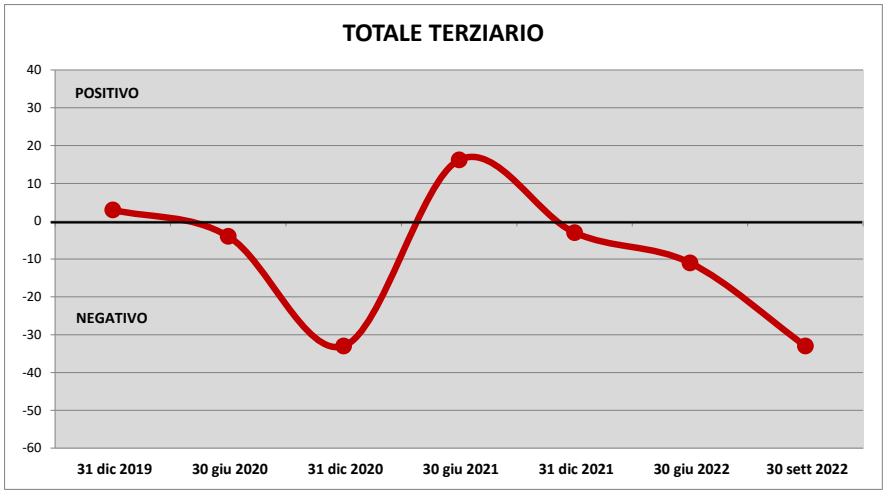
Il clima di fiducia è particolarmente negativo tra le imprese medio-piccole (con fatturato inferiore a 500 mila €). Negativo, ma in maniera più contenuta, tra le imprese con fatturato superiore a 500 mila €.

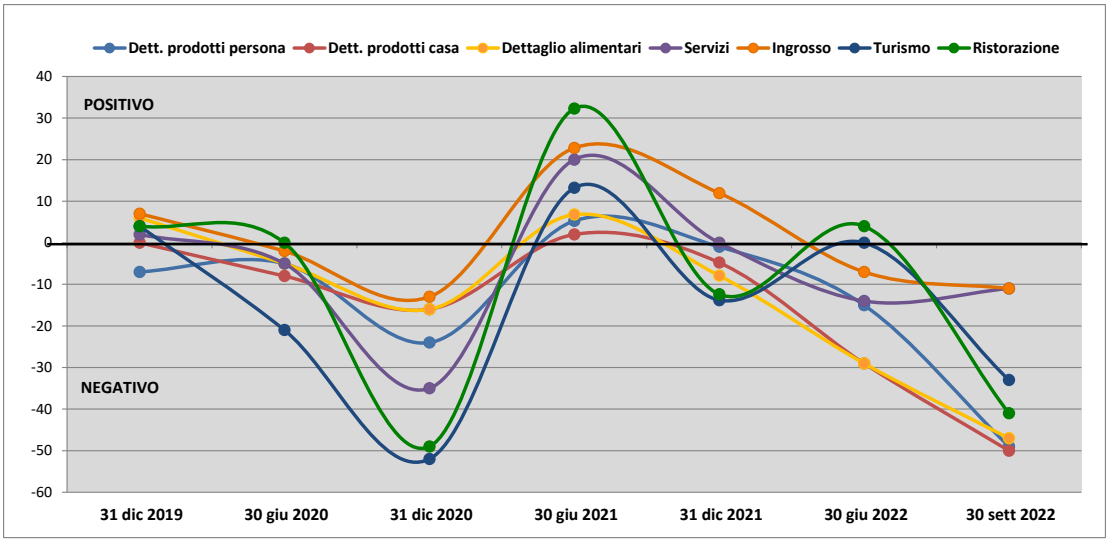
Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	**5%**	**35%**	**60%**	**-55**
Con dipendenti	**8%**	**61%**	**31%**	**-23**
1 - 5 dipendenti	9%	49%	43%	-34
6 - 10 dipendenti	4%	83%	13%	-8
11 - 49 dipendenti	7%	72%	21%	-14
50 o più dipendenti	17%	67%	17%	0

Più pessimiste le aziende senza dipendenti (-55), **rispetto alle aziende con dipendenti** (-23).

CLIMA DI FIDUCIA – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA





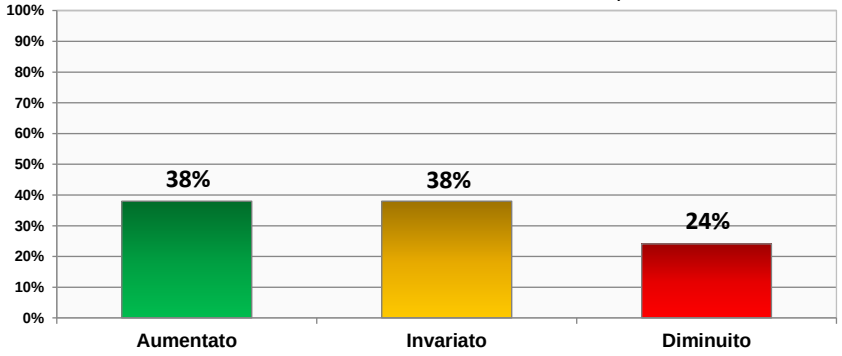
Nel complesso del terziario si è osservato un andamento oscillatorio del clima di fiducia tra il 2020 ed il 2021 (forte pessimismo a fine 2020, ottimismo a metà 2021 ed equilibrio a fine 2021) **ma nei primi 9 mesi del 2022 il clima di fiducia ha continuato la sua discesa iniziata nella seconda metà del 2021 raggiungendo valori fortemente negativi equiparabili a quelli osservati durante il pieno periodo covid**. Nelle specifiche di settore **si osserva un peggioramento dello stato di salute a partire da metà 2021 in tutti i settori**, più contenuto nell'ingrosso e nei servizi.

ANDAMENTO FATTURATI: primi 9 mesi 2022 – primi 9 mesi 2021

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando i primi 9 mesi 2022 con i primi 9 mesi 2021. 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 2022 – primi 9 mesi 2021



SALDO
(% CASI AUM - % CASI DIMIN)
+14

VARIAZIONE % MEDIA
+4%

Vengono **confrontati i fatturati dei primi 9 mesi 2022 con i primi 9 mesi 2021** (periodo di parziali limitazioni legate all'emergenza covid). Ne risultano **andamenti eterogenei in termini di andamento dei fatturati,** con:

- il **38% di aziende hanno aumentato il fatturato**
- il **38%** che ha **mantenuto invariato il fatturato**
- il **24%** che ha **diminuito il fatturato**.

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al +4% mentre **il saldo** (differenza tra la % di aziende che hanno assistito a aumento e % di aziende che hanno assistito a calo) **è positivo (+14)**.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media Primi 9 mesi 2022 -21
Dettaglio prodotti per la persona	21%	54%	26%	-5	-0,6%
Dettaglio di prodotti per la casa	22%	39%	39%	-17	-1,7%
Dettaglio di alimentari	10%	40%	50%	-40	-9,7%
Servizi	38%	38%	25%	+13	+3,4%
Comm. all'ingrosso	60%	21%	19%	+40	+7,6%
Turismo	58%	25%	17%	+42	+22,7%
Ristorazione	46%	46%	9%	+37	+10,3%

I **settori** che nei primi 9 mesi 2022 **hanno osservato una contrazione dei fatturati** (nel confronto con lo stesso periodo del 2021) sono stati quelli del dettaglio: gli **alimentari** (50% di aziende ha ridotto il fatturato, saldo -40 e calo medio del 9.7%), **prodotti per la casa** (39% con riduzione, saldo -17 e calo medio del 1.7%) e, seppur leggermente, i **prodotti per la persona** (26% con riduzione, saldo -5 e calo medio del 0.6%).

Miglioramento medio dei fatturati per gli altri settori: servizi (saldo +13 e +3.4% medio), **ingrosso** (saldo +40 e +7.6% medio), e i due settori più penalizzati nella prima metà del 2022 ovvero **ristorazione** (saldo +37 e +10.3% medio) **e turismo** (saldo +42 e +22.7% medio)**.**

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media Primi 9 mesi 2022-21
Meno di 100 mila €	18%	56%	27%	-9	-0,5%
100 mila € - 500 mila €	32%	41%	27%	+5	+3,4%
500 mila € - 1 milione €	50%	31%	19%	+31	+8,2%
Oltre 1 milione €	54%	25%	21%	+33	+7,3%

In un quadro generale di aumento medio dei fatturati e saldo positivo, **le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) **mostrano segno negativo** (saldo -9 e perdita media dello 0.5%). **Andamento leggermente positivo** tra le aziende **con fatturato compreso tra 100 mila € e 500 mila €,** mentre **l'andamento dei fatturati è stato decisamente positivo per le fasce di fatturato più elevate.**

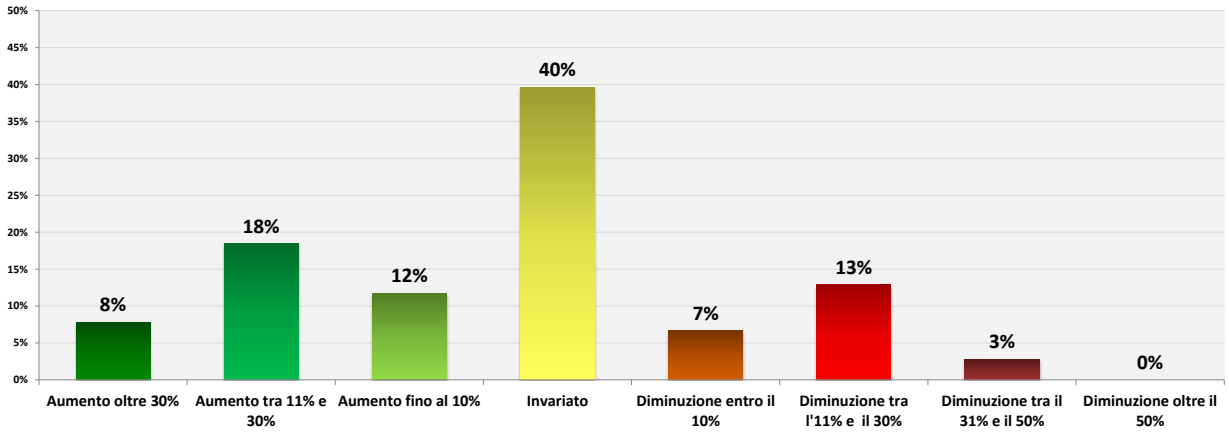
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media Primi 9 mesi 2022 -21
Nessun dipendente	**25%**	**44%**	**31%**	**-5**	**-1,6%**
Almeno un dipendente	**44%**	**35%**	**21%**	**+23**	**+7,0%**
1 - 5 dipendenti	29%	46%	25%	+4	+4,6%
6 - 10 dipendenti	54%	21%	25%	+29	+4,0%
Oltre 10 dipendenti	69%	24%	7%	+60	+14,9%

Le **aziende senza dipendenti** mostrano una **maggior sofferenza nell'andamento dei fatturati** in questo periodo. Infatti tra di esse il 31% ha osservato un calo ed il saldo è negativo (-5) con perdita media di fatturato del -1.6%. **Al crescere della classe di dipendenti migliora**, invece, **la situazione**, registrando un saldo migliore ed un aumento medio dei fatturati.

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

Primi 9 mesi 2022 – Primi 9 mesi 2021



Tra le imprese che forniscono il dato sull'intensità della variazione dei loro fatturati:

- i **casi di calo** registrati sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 7%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 13%** dei casi e **consistenti** (superiori al 30%) **nel 3%** dei casi.
- I **casi di aumento** registrati, invece, sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 12%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 18%** dei casi e **consistenti** (superiori al 30%) **nel 8%** dei casi.

Intensità delle variazioni di fatturato – per settore

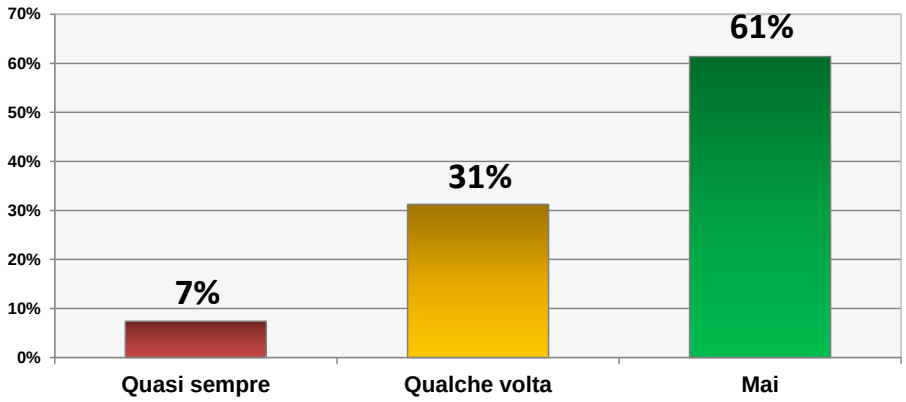
	Aumento marcato	Aumento contenuto		Invariato	Diminuzione contenuta		Diminuzione marcata	
	oltre 30%	tra 11% e 30%	fino al 10%		entro il 10%	tra 11% e 30%	tra 31% e 50%	oltre il 50%
Dettaglio prodotti per la persona	0%	14%	6%	58%	6%	17%	0%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	11%	6%	39%	11%	17%	11%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	6%	6%	44%	0%	39%	6%	0%
Servizi	7%	21%	7%	43%	7%	7%	7%	0%
Comm. all'ingrosso	9%	26%	26%	21%	13%	6%	0%	0%
Turismo	45%	0%	9%	27%	0%	9%	9%	0%
Ristorazione	9%	29%	9%	46%	3%	6%	0%	0%

La tabella conferma le **difficoltà di fatturato del dettaglio. Migliore, o stabile, l'andamento** dei fatturati **negli altri settori.**

RAPPORTI CON I FORNITORI

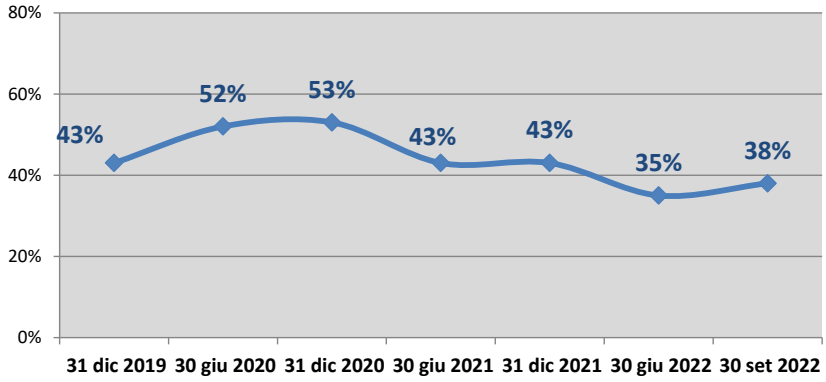
E' stato chiesto alle aziende se hanno difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 30 SETTEMBRE 2022



Il **38% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza **sporadiche** (31%) e **frequenti** solo nel 7% dei casi.

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



Nel corso del **2020 era aumentata**, comprensibilmente, **la quota di aziende in difficoltà a pagare i fornitori** (salita al 53%), ma **nel corso del 2021, e anche nel primo semestre 2022, è diminuita** tornando su livelli anche migliori rispetto al pre-covid. Nel terzo trimestre 2022 è rimasta pressoché invariata.

Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	38%	62%
Dettaglio di prodotti per la casa	33%	67%
Dettaglio di alimentari	62%	38%
Servizi	53%	47%
Comm. all'ingrosso	19%	81%
Turismo	42%	58%
Ristorazione	46%	54%

Rispetto alle **difficoltà dichiarate nel pagare i propri fornitori**, i **settori con difficoltà più frequenti** sono il **dettaglio alimentari** (62%) e i **servizi** (53%). In media con il dato complessivo del terziario sono il dettaglio prodotti per la casa, e per la persona ed il turismo e ristorazione, mentre **difficoltà meno frequenti** vengono segnalate dalle aziende dell'**ingrosso** (19%).

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

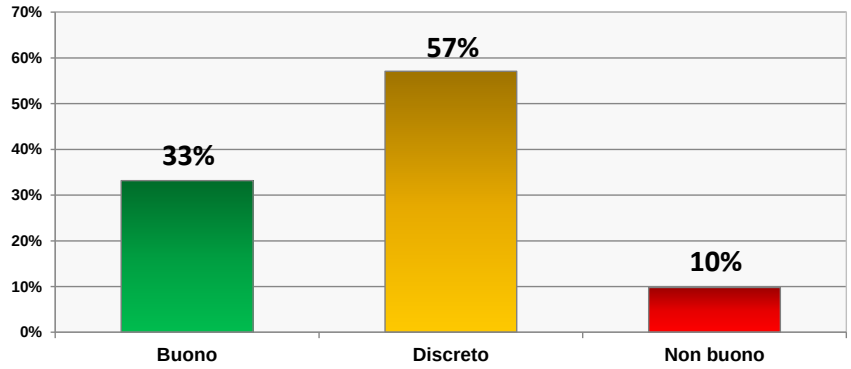
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	61%	39%
100 mila € - 500 mila €	42%	58%
500 mila € - 1 milione €	31%	69%
Oltre 1 milione €	22%	78%

Si osserva **minor difficoltà nel pagare i fornitori al crescere della dimensione aziendale** (sono il 61% 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 nei primi 9 mesi 2022 e sono stati ottenuti.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 30 SETTEMBRE 2022



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 23

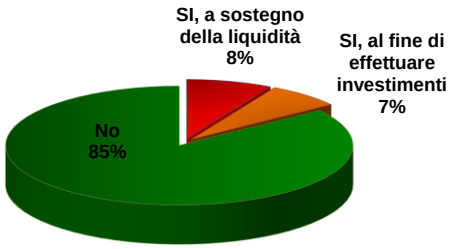
La maggioranza delle aziende (il 57%) **ritiene "discreto" il proprio rapporto con gli istituti di credito**, mentre il **33% lo ritiene "buono"**, ed appena **il 10% non buono**. Il **saldo** quindi **è positivo e pari a +23.**
Questo valore risulta **in linea con quanto osservato ad inizio 2022** (era +23) **ed in miglioramento rispetto a quanto osservato durante il periodo covid** (tra il 2020 e 2021 si attestava tra il +10 ed il +15).

Rapporto con le banche – per settore

	Buono	Discreto	Non buono	Saldo (% buono - % non buono)
Dettaglio prodotti per la persona	36%	50%	14%	+22
Dettaglio di prodotti per la casa	11%	67%	22%	-11
Dettaglio di alimentari	33%	48%	19%	+14
Servizi	44%	44%	13%	+31
Comm. all'ingrosso	48%	50%	2%	+46
Turismo	25%	75%	0%	+25
Ristorazione	20%	74%	6%	+14

Il settore **del dettaglio prodotti per la casa** è l'unico ad evidenziare **criticità nei rapporti con le banche** (prevalgono i casi di rapporti non buono sui casi di rapporto buono) mentre negli altri settori il saldo è positivo ovunque, particolarmente tra le aziende dell'ingrosso.

RICHIESTA PRESTITI BANCARI – primi 9 mesi 2022



Il **15%** delle aziende intervistate è **ricorsa a prestiti bancari nei primi 9 mesi del 2022:** di queste **l'8% per ottenere sostegno alla propria liquidità** ed il **7% per effettuare investimenti.**

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	5%	3%	92%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	11%	83%
Dettaglio di alimentari	14%	10%	76%
Servizi	13%	0%	88%
Comm. all'ingrosso	9%	11%	80%
Turismo	8%	17%	75%
Ristorazione	6%	3%	91%

Il ricorso al credito nel corso nei primi 9 mesi del 2022 è stato **leggermente più marcato tra le imprese del settore turismo** (25%) **e degli alimentari** (24%), e **più contenute nel dettaglio prodotti per la persona** (8%).

Prestiti – per classe di fatturato

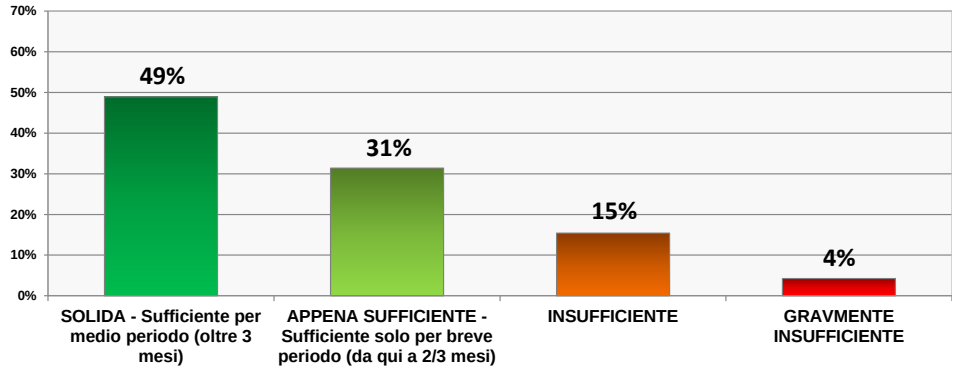
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	5%	3%	92%
100 mila € - 500 mila €	6%	11%	83%
500 mila € - 1 milione €	14%	10%	76%
Oltre 1 milione €	13%	0%	87%

Le **aziende piccole** (sotto i 100 mila € di fatturato) mostrano un **ricorso al credito più contenuto** (appena l'8%) rispetto alle aziende con fatturato superiore.

LIQUIDITA' al 30 settembre 2022

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di <u>valutare il proprio livello di liquidità al 30 settembre 2022</u> per capire se è solida, appena sufficiente o insufficiente. Si è costruito un saldo (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) per avere un'immagine di sintesi.

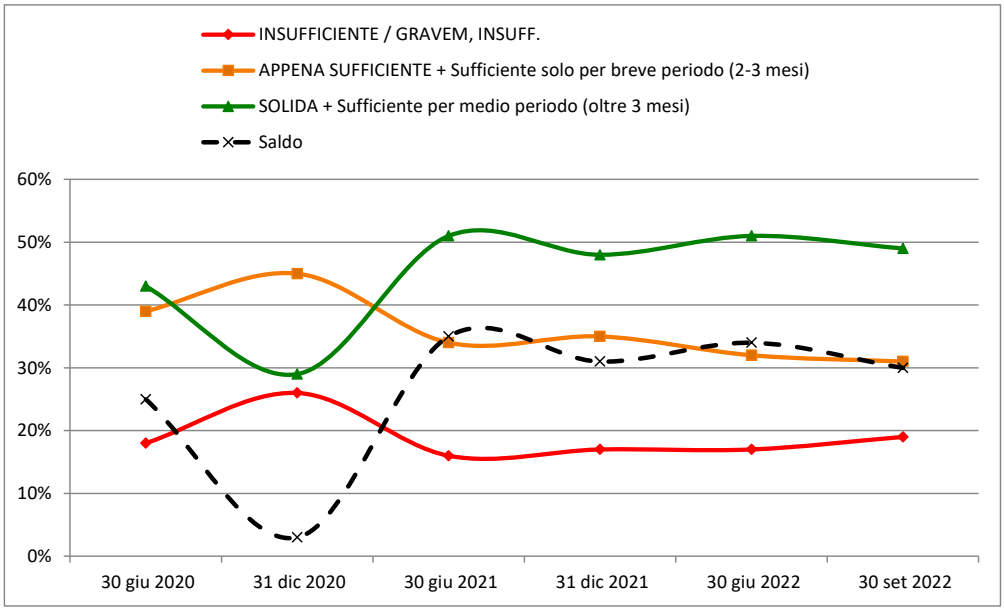
<u>VALUTAZIONE DEL LIVELLO DI LIQUIDITA'</u>



<u>SALDO</u>
(% CASI SOLIDA- % CASI INSUF/GRAV. INSUF)
+ 30

Al **30 settembre 2022** la **maggioranza** delle aziende (**49%**) ritiene **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi) **il proprio livello di liquidità.** Il **31%** mostra **qualche criticità** in quanto lo ritiene **sufficiente solo per un breve periodo** (2-3 mesi). Il **19%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (4% gravemente). Il **saldo** (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) **è +30.**

<u>LIQUIDITA' – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA</u>



La liquidità ha registrato il **<u>picco critico a fine 2020</u>,** quando solo il 29% la riteneva solida mentre le altre la ritenevano appena sufficiente (45%) o insufficiente/gravemente insufficiente (26%).

<u>Nel corso del 2021</u> la situazione è andata migliorando e la % di aziende con liquidità solida è cresciuta al 50%, e quella con liquidità appena sufficiente scesa al 34% e insufficiente/gravemente insufficiente al 17%.

<u>Nel corso dei primi 9 mesi 2022</u> la situazione è rimasta pressoché inalterata su livelli non critici.

Il **saldo** in conseguenza di queste modifiche ha raggiunto il **picco negativo a fine 2020 per poi migliorare.**

Livello di liquidità – per settore

	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	47%	34%	16%	3%	18%	+29
Dettaglio di prodotti per la casa	50%	28%	11%	11%	22%	+28
Dettaglio di alimentari	14%	24%	43%	19%	62%	-48
Servizi	65%	29%	6%	0%	6%	+59
Comm. all'ingrosso	70%	26%	4%	0%	4%	+66
Turismo	58%	33%	8%	0%	8%	+50
Ristorazione	31%	43%	23%	3%	26%	+6

Il **livello di liquidità più critico** lo segnala decisamente il **commercio al dettaglio di prodotti alimentari** (insufficiente per il 62% e saldo -48). **Leggermente critica** la liquidità **nella ristorazione** (insufficiente per il 26% e saldo +6). In linea con il dato complessivo del terziario il dettaglio di prodotti non alimentari, mentre la **liquidità è decisamente solida nel turismo, nell'ingrosso e nei servizi**.

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

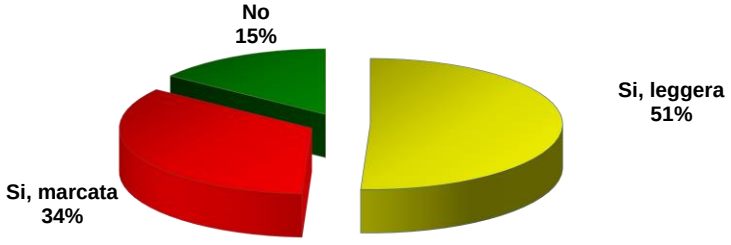
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Meno di 100 mila €	39%	33%	20%	9%	29%	+10
100 mila € - 500 mila €	32%	42%	25%	2%	27%	+30
500 mila € - 1 milione €	56%	31%	6%	6%	12%	+50
Oltre 1 milione €	70%	21%	6%	3%	9%	+67

Si osserva una spaccatura in termini di liquidità: **tra aziende medio piccole** (fatturato inferiore a 500 mila €) **la liquidità è più critica** (il 27-29% la ritiene insufficiente), **rispetto alle aziende con fatturato superiore a 500 mila €** (dove circa il 10% la ritiene insufficiente)**.**

DIFFICOLTA' DELLA CLIENTELA

E' stato chiesto alle aziende se stanno osservando sintomi di difficoltà nella clientela (leggeri, marcati o assenti) e se rispetto a 3 mesi fa (30 giugno 2022) queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine è stato chiesto di confrontare il numero medio di clienti che attualmente frequenta l'attività con quello di un anno fa (30 settembre 2021).

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



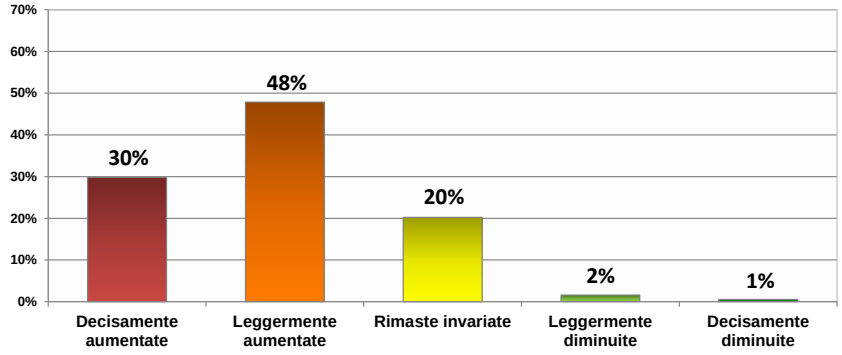
La **maggioranza delle aziende** (85%) vede, al 30 settembre 2022, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 51% dei casi leggera, nel 34% dei casi marcata). Situazione invariata rispetto a 3 mesi fa e rispetto ad inizio anno.

Difficoltà economiche dei clienti – per settore

	Si, leggera	Si,marcata	No
Dettaglio prodotti per la persona	50%	42%	8%
Dettaglio di prodotti per la casa	47%	41%	12%
Dettaglio di alimentari	43%	57%	0%
Servizi	65%	24%	12%
Comm. all'ingrosso	53%	23%	23%
Turismo	42%	42%	17%
Ristorazione	51%	26%	23%

Le **difficoltà tra i clienti** risultano frequenti in tutti i settori, ma **più frequenti tra i clienti delle aziende del commercio al dettaglio** (90% e oltre) e nei **servizi** (88%), e **più contenute nell'ingrosso** (77%) e nella **ristorazione** (77%). In media negli altri settori.

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – RISPETTO A 3 MESI FA



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 75

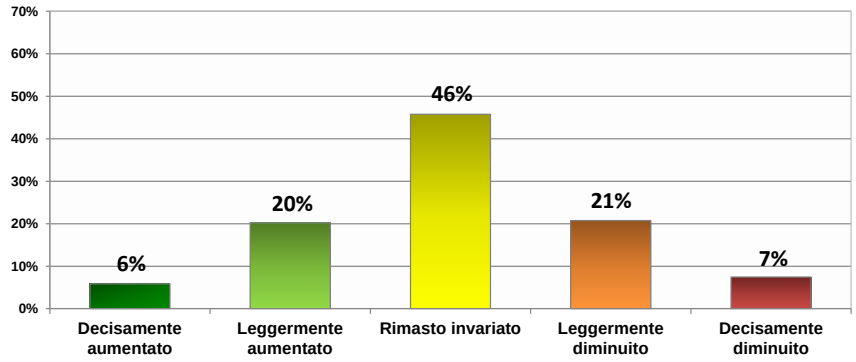
E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate negli ultimi tre mesi**: questo è avvenuto secondo il **78% delle aziende** (nel 48% in maniera leggera, nel 30% marcata). Per il **20%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo per il 3% sono diminuite. **Continua la tendenza che si era manifestata** con analoghe frequenze anche nei primi 6 mesi 2022.

Andamento difficoltà economiche dei clienti rispetto a 3 mesi fa – per settore

	Decisamente aumentate	Leggermente aumentate	Rimaste invariate	Leggermente diminuite	Decisamente diminuite	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	34%	53%	13%	0%	0%	-87
Dettaglio di prodotti per la casa	28%	50%	11%	6%	6%	-67
Dettaglio di alimentari	48%	52%	0%	0%	0%	-100
Servizi	29%	35%	35%	0%	0%	-65
Comm. all'ingrosso	15%	57%	28%	0%	0%	-72
Turismo	42%	33%	17%	8%	0%	-67
Ristorazione	31%	37%	29%	3%	0%	-66

In tutti i settori prevalgono i casi di aumento delle difficoltà dei clienti negli ultimi 3 mesi rispetto ai casi di diminuzione (saldo negativo). Questo peggioramento nelle difficoltà dei clienti è **più frequente nel commercio al dettaglio di alimentari e prodotti per la persona**. Sempre **negativo il saldo, ma meno intenso, negli altri settori**.

NUMERO MEDIO DI CLIENTI – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% aumentato- % diminuito)
- 2

La maggioranza delle aziende ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** che i**l numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia rimasto invariato** (il 46%) mentre, tra le restanti aziende, nel **28% dei casi** è **diminuito** (nel 21% dei casi leggermente diminuito, nel 7% decisamente diminuito) mentre nel **26%** è **aumentato** (20% leggermente e 6% decisamente).

Andamento numero medio di clienti rispetto a 12 mesi fa – per settore

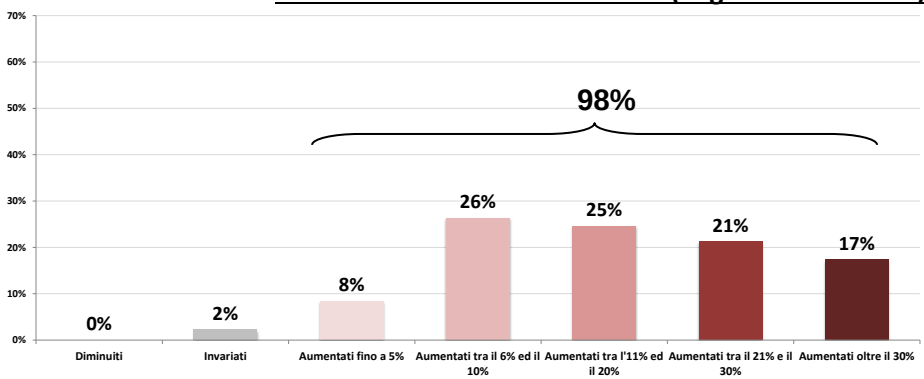
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	0%	24%	45%	26%	5%	-8
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	11%	44%	28%	11%	-22
Dettaglio di alimentari	0%	10%	43%	24%	24%	-38
Servizi	6%	12%	53%	24%	6%	-12
Comm. all'ingrosso	2%	32%	51%	13%	2%	+19
Turismo	42%	17%	25%	17%	0%	+42
Ristorazione	9%	17%	46%	20%	9%	-3

Prevalgono i casi di diminuzione del numero medio di clienti (saldo negativo) **in tutto il commercio al dettaglio, in particolare di prodotti alimentari** con frequentissimi casi di diminuzione (48%). **Sostanziale equilibrio negli altri settori**, mentre nell'**ingrosso** e soprattutto **nel turismo si è osservato un prevalente aumento del numero medio di clienti**.

INFLAZIONE – ULTIMI 12 MESI

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato negli ultimi 12 mesi 2022, se hanno applicato un aumento dei prezzi nello stesso periodo e se intendono farlo nel corso dell'ultimo trimestre 2022.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI (negli ultimi 12 mesi)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 24%

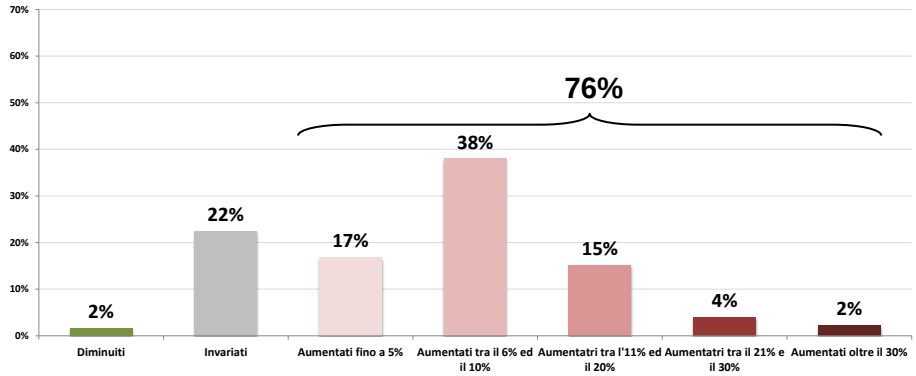
L'aumento medio dei costi è stato **del +24%,** ed è stato **osservato dalla totalità delle aziende (98%)**: solo nell'**8%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (meno del 5%), nel **26%** di **intensità media** (tra il 6% ed il 10%), nel **46% marcata** (tra il 10% ed il 30%) e **nel 17% molto marcata** (superiore al 30%).

Aumento dei costi aziendali – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati fino a 5%	Aumentati tra 6% e 10%	Aumentati tra 11% e 20%	Aumentati tra 21% e 30%	Aumentati oltre il 30%	Variaz. %
Dettaglio prodotti per la persona	0%	0%	23%	26%	29%	14%	9%	**+19%**
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	0%	11%	22%	39%	22%	6%	**+18%**
Dettaglio di alimentari	0%	0%	0%	11%	21%	32%	37%	**+38%**
Servizi	0%	19%	0%	44%	19%	6%	13%	**+16%**
Comm. all'ingrosso	0%	2%	9%	38%	24%	16%	11%	**+19%**
Turismo	0%	0%	0%	25%	8%	50%	17%	**+31%**
Ristorazione	0%	0%	3%	15%	24%	26%	32%	**+35%**

L'aumento medio dei costi aziendali è stato **più marcato tra le imprese del dettaglio alimentari** (+38% medio) ma anche tra le imprese della **ristorazione** (+35%) e **turismo** (+31). **Nei rimanenti settori** l'aumento mediamente si attesta attorno al **+18%.**

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI (negli ultimi 12 mesi)



VARIAZIONE % MEDIA

+ 9.2%

Solo il 22% delle intervistate **ha mantenuto invariati i prezzi** nel corso dell'ultimo anno, mentre **i tre quarti (76%) hanno applicato un aumento:** nel **17%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (inferiore al 5%), nel **38%** di **intensità media** (tra 6% e 10%) e nel **21% marcata** (oltre il 10%).

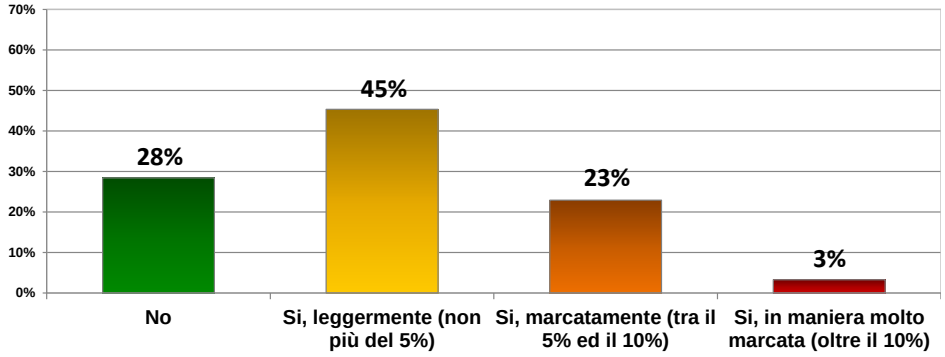
Aumento dei prezzi applicati – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati	Aumentati fino a 5%	Aumentati tra 6% e 10%	Aumentati tra 11% e 20%	Aumentati tra 21% e 30%	Aumentati oltre il 30%	Var. %
Dettaglio prodotti per la persona	**0%**	**26%**	**74%**	26%	37%	11%	0%	0%	**+7%**
Dettaglio di prodotti per la casa	**0%**	**6%**	**94%**	19%	25%	31%	19%	0%	**+14%**
Dettaglio di alimentari	**0%**	**0%**	**100%**	11%	53%	26%	5%	5%	**+15%**
Servizi	**0%**	**69%**	**31%**	13%	13%	0%	6%	0%	**+4%**
Comm. all'ingrosso	**6%**	**11%**	**83%**	9%	45%	19%	4%	6%	**+11%**
Turismo	**0%**	**42%**	**58%**	0%	50%	8%	0%	0%	**+6%**
Ristorazione	**0%**	**26%**	**74%**	29%	35%	9%	0%	0%	**+6%**

La **quota di aziende** che hanno applicato un **aumento prezzi** negli ultimi 12 mesi è **maggiore nel dettaglio alimentari** (la totalità), è **prodotti per la casa** (94%). E' invece **più contenuta nei servizi** (31%) e nel **turismo** (58%). **L'aumento medio dei prezzi applicati** nel semestre varia dal +**4% dei servizi** e del **turismo** al **+14% del dettaglio prodotti per la casa e il +15% del dettaglio alimentari.**

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI

nell'ultimo trimestre 2022



La **maggioranza** delle aziende (**72%**) **prevede di aumentare i prezzi nel corso dell'ultimo trimestre 2022:** nel 45% dei casi prevedono un aumento leggero (inferiore al 5%) e nel 26% più marcato.

Previsione di aumentare i prezzi – per settore

	NO	SI	Si leggermente	Si marcatamente	Si in maniera molto marcata
Dettaglio prodotti per la persona	**30%**	**70%**	49%	19%	2%
Dettaglio di prodotti per la casa	**18%**	**82%**	41%	29%	12%
Dettaglio di alimentari	**14%**	**86%**	33%	48%	5%
Servizi	**59%**	**41%**	29%	6%	6%
Comm. all'ingrosso	**33%**	**67%**	50%	17%	0%
Turismo	**17%**	**83%**	42%	42%	0%
Ristorazione	**24%**	**76%**	55%	18%	3%

La **previsione di aumentare i prezzi** nel prossimo trimestre è **più frequente nel dettaglio prodotti alimentari** (86% delle aziende lo prevede), nei **prodotti per la casa** (82%) e nel **turismo** (83%), mentre è **meno frequente nei servizi** (41%).

PREOCCUPAZIONI

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

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
L'effetto dell'inflazione sta mettendo a rischio la sopravvivenza mia azienda	**51%**	45%	50%	62%	24%	44%	42%	80%
Le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della mia attività	**32%**	38%	22%	33%	35%	17%	42%	46%
Temo nuovi lockdown nei prossimi mesi	**24%**	18%	33%	29%	18%	19%	25%	34%

Il **51%** delle intervistate **ritiene che l'effetto dell'inflazione sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti sta mettendo a rischio la sopravvivenza dell'azienda.** Questa percentuale è decisamente aumentata rispetto a tre mesi fa quanto erano il 36%.

Il dato più alto si registra nella ristorazione (80%), ma anche nel commercio al dettaglio di alimentari (62%), mentre è più contenuto negli altri settori, in particolare i servizi.

Il **32%** **teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è **in aumento rispetto alla situazione di tre mesi fa** (quando erano scese al 22%, dopo il livello critico osservato in pieno covid quando erano salite al 37%). Dato particolarmente **elevato nel turismo** (42%) e **nella ristorazione** (46%).

Il **24%** **teme nuovi lock-down nei prossimi mesi** (dato in linea con quanto osservato tre mesi fa): preoccupazione **più marcata nella ristorazione,** ma anche **nel dettaglio alimentari**.

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 30 SETTEMBRE 2022

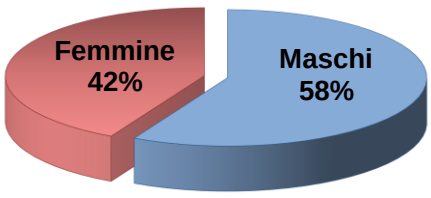
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**32%**	**53%**	**33%**	**33%**	**53%**	**8%**	**25%**	**29%**
Almeno un dip.	**68%**	**48%**	**67%**	**67%**	**47%**	**92%**	**75%**	**71%**
1–5 dipend.	**38%**	33%	39%	48%	35%	29%	50%	46%
6–10 dipend.	**12%**	5%	17%	5%	0%	23%	8%	17%
11–49 dipend.	**15%**	3%	11%	10%	12%	35%	17%	9%
50 o + dipend.	**3%**	8%	0%	5%	0%	4%	0%	0%

Il settore in cui le **aziende con dipendenti** sono **più frequenti è l'ingrosso** (dove il 92% ha almeno un dipendente). **Elevata quota di aziende con dipendenti anche** nel **turismo** (75%) e nella **ristorazione** (71%), ma anche **nel dettaglio alimentare** (67%), **e dei prodotti per la casa** (67%), mentre **sono meno frequenti** le **aziende con dipendenti** nei **servizi** (47%) e **nel dettaglio prodotti per la persona** (48%).

% Dipendenti per sesso



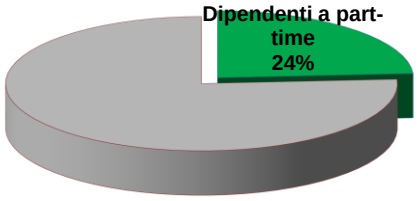
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**58%**	65%	45%	23%	73%	69%	44%	35%
% femmine	**42%**	35%	55%	77%	27%	31%	56%	65%

Si osserva un **una leggera prevalenza di dipendenti di sesso maschile** (58% rispetto a 42%). La **quota di dipendenti femmine è prevalente** nei settori **dettaglio alimentari** (77%) nel **turismo e ristorazione** (56% e 65%) e nel **dettaglio prodotti per la casa** (55%), mentre si osserva una **prevalenza di maschi** nei **servizi** (73%) **nell'ingrosso** (69%) e nei **prodotti per la persona** (65%).

DIPENDENTI A PART-TIME

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a part-time tra le aziende al 30 settembre 2022.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 30 SETTEMBRE 2022



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**24%**	13%	56%	29%	61%	13%	20%	60%

Il part-time rappresenta il 24% (un quarto) dei contratti in essere al 30 settembre 2022 (dato in linea con le ultime osservazioni). Il settore che **utilizza maggiormente il part-time** è la **ristorazione** (60%), mentre **il ricorso al part-time è più contenuto nell'ingrosso** (13%) e nel **dettaglio prodotti per la persona** (13%).

Dipendenti a part-time per sesso

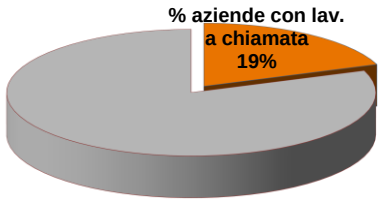
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**10%**	2%	28%	12%	64%	2%	13%	47%
% part-time tra le femmine	**43%**	34%	79%	34%	52%	38%	26%	68%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 43% dei dipendenti di sesso femminile è part-time) mentre **tra i maschi è utilizzato in solo nel 10% dei contratti**. Nella tabella le specificità settoriali.

DIPENDENTI A CHIAMATA

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

DIPENDENTI A CHIAMATA - AL 30 SETTEMBRE 2022



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con lav. a chiamata	**19%**	13%	6%	10%	12%	4%	42%	57%

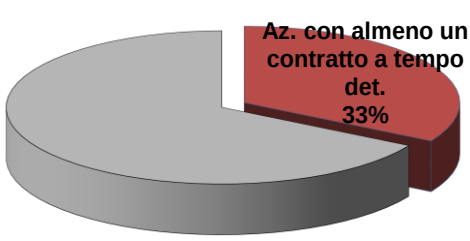
Il 19% delle aziende (dato in linea con il 17% registrato a metà 2022, e con il 21% registrato a fine 2021) presenta **almeno un contratto a chiamata.** Questo contratto è **più diffuso e più numeroso tra le aziende della ristorazione** (il 57% lo adotta) e nel **turismo** (72%), mentre è decisamente **più contenuto negli altri settori**.

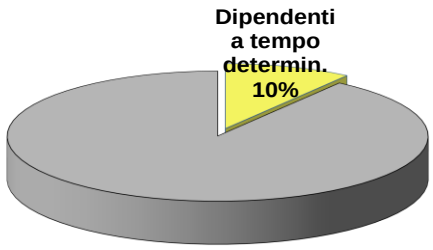
CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO

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 terzo trimestre 2022.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 30 SETTEMBRE 2022

tra le aziende con dipendenti





	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con contratti t. det.	**33%**	37%	8%	29%	44%	25%	44%	52%
% contratti a tempo det.	**10%**	8%	6%	9%	34%	5%	11%	26%

Tra le aziende con dipendenti, **il 33% presenta almeno un contratto a tempo determinato** (circa un terzo, dato in linea con il 35% osservato a fine 2021 e a fine 2020) e questi costituiscono una **quota pari al 10% dei contratti in essere** tra le aziende con dipendenti (parametro leggermente inferiore alle quote osservate in passato quando erano il 12-14%). Il **tempo determinato** è **più diffuso tra le aziende della ristorazione** (il 52% delle aziende lo adotta per un 26% dei contratti), e del **turismo** (44% delle aziende per l'11% dei contratti in essere), e nei **servizi** (44% per il 34% dei contratti in essere), mentre è **meno diffuso negli altri settori**.

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 3° TRIMESTRE 2022

tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

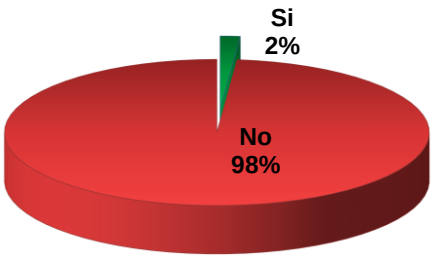
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	**59%**	29%	0%	75%	75%	9%	200%	69%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**50%**	29%	0%	50%	50%	73%	100%	31%

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **59% ne ha cessato almeno uno nel terzo trimestre 2022** mentre **il 50% ne ha prorogato almeno uno nello stesso periodo.**

AMMORTIZZATORI SOCIALI – TERZO TRIMESTRE 2022

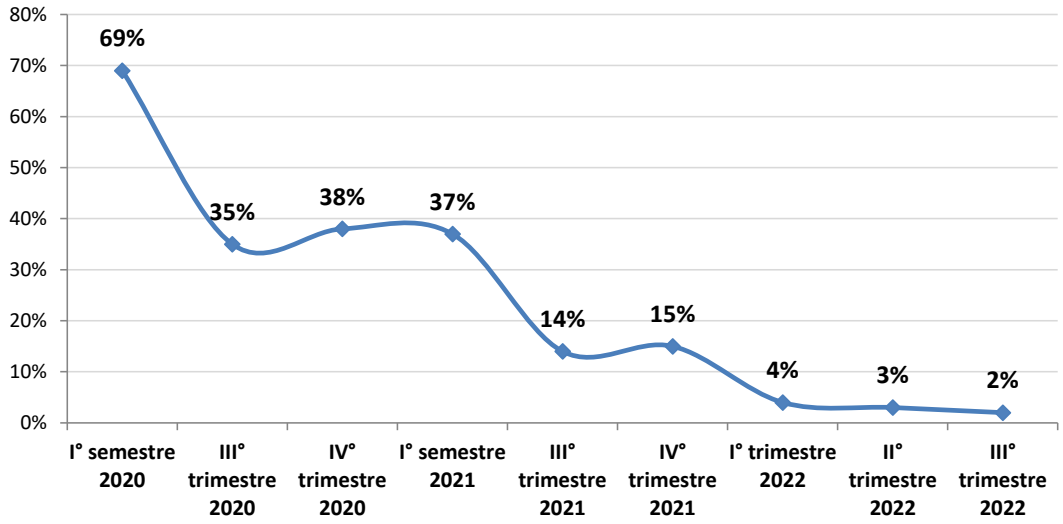
Di seguito si analizza il ricorso ad ammortizzatori sociali nel 3° trimestre 2022 e nel periodo di emergenza.

% AZIENDE CHE HANNO ATTIVATO AMMORTIZZATORI - 3° TRIMESTRE 2022



Il ricorso agli ammortizzatori sociali nel corso del terzo trimestre 2022 si è praticamente annullato, in tutti i settori**: appena il 2% vi è ricorso.**

RICORSO AGLI AMMORTIZZATORI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA

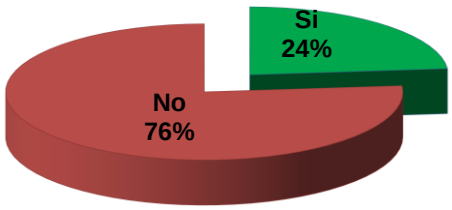


Il ricorso agli ammortizzatori **si è azzerato nel nei primi 9 mesi del 2022,** dopo che era stato **decisamente marcato nel primo semestre 2020** (70%) per poi **assestarsi su valori più contenuti** (35-40%) **nella seconda metà 2020 e prima metà 2021** e **calando ancora** (al 15%) **nella seconda metà 2021**.

RICERCA DEL PERSONALE

Nel presente capitolo viene analizzata la ricerca di personale da parte delle aziende intervistate nel corso del terzo trimestre 2022 e viene chiesto a chi si sono rivolte, se hanno riscontrato difficoltà nel reperirlo, se sono alla ricerca di personale e quali figure cercano

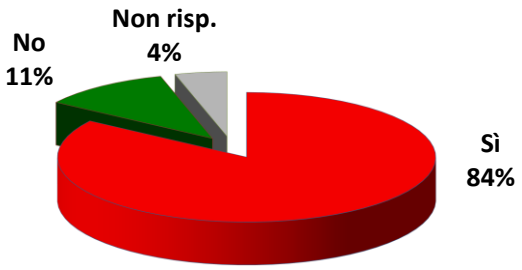
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL 3° TRIMESTRE 2022



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**24%**	**18%**	**6%**	**10%**	**24%**	**27%**	**50%**	**34%**
% ricerca tra aziende con dip.	31%	32%	8%	14%	38%	30%	67%	40%
% ricerca tra aziende senza dip.	7%	5%	0%	0%	11%	0%	0%	20%

Il **24% delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del 3° trimestre 2022** (in lieve calo rispetto al 32% osservato nel secondo trimestre, ma in linea con il 26% registrato nel I° trimestre 2022 quando erano rimaste costanti rispetto al 24% del quarto trimestre 2021 e al 27% nel primo semestre 2021 ed al 29% del terzo trimestre 2021). Questa percentuale è del 31% tra aziende con dipendenti, e solo del 7% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** sono stati decisamente i **settori turismo** (50%) e **ristorazione** (34%), mentre **la ricerca è stata meno frequente nel commercio al dettaglio alimentari** e di **prodotti per la casa**.

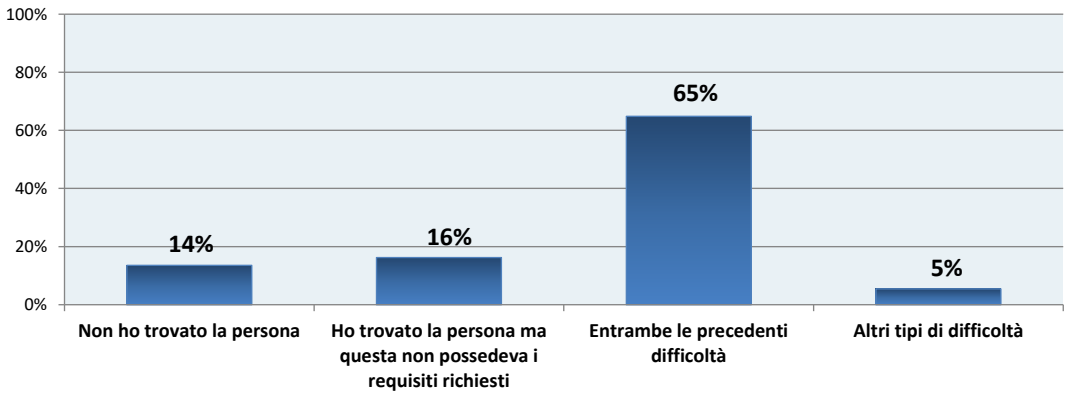
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	**84%**	57%	100%	100%	100%	77%	100%	92%

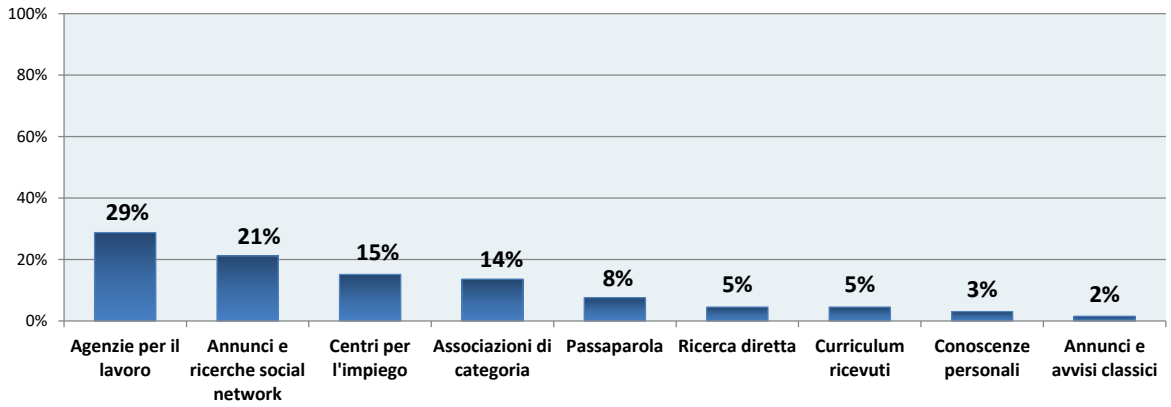
L'**84**% delle aziende che hanno cercato personale dichiarano di aver riscontrato difficoltà (in aumento rispetto al 77% del secondo trimestre e il 74% nel primo trimestre 2022, mentre erano l'81% nell'ultimo trimestre 2021). Percentuale **elevata in tutti i settori**.

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



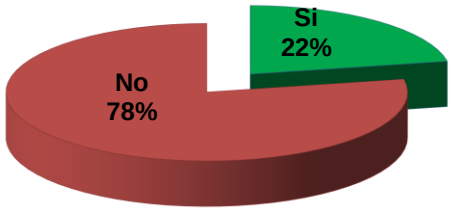
Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona nel 79% dei casi**, e in misura analoga la **mancanza dei requisiti nei candidati (segnalata dall'81% degli intervistati).** Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà.

A CHI SI E' RIVOLTO



Le imprese che hanno cercato personale si sono rivolte **per il 29% ad agenzie per il lavoro**, per il **21% ad annunci internet o social network**, per il **15% a centri per l'impiego,** per il **14% ad associazioni di categoria** e in via meno frequente con altri metodi riportati nel grafico.

% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE

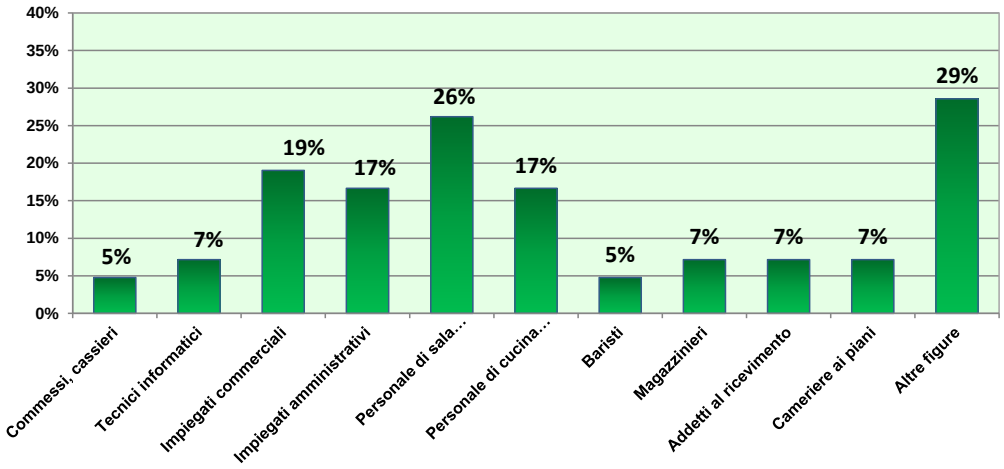


	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**22%**	15%	6%	14%	24%	21%	50%	34%
% ricerca tra aziende con dip.	**29%**	26%	8%	21%	38%	23%	67%	40%
% ricerca tra aziende senza dip.	**7%**	5%	0%	0%	11%	0%	0%	20%

Il **22% delle aziende dichiara di essere alla ricerca di personale, attualmente o per il prossimo trimestre** (questi sono composti per il 69% da imprese che avevano cercato personale anche nel primo trimestre 2022 e per il 31% da imprese che iniziano a cercarlo ora). Questa percentuale è del 29% tra aziende con dipendenti, e solo del 7% tra le aziende senza dipendenti.

Più attivi attualmente **nella ricerca** sono i **settori turismo** (50%) e **ristorazione** (34%).

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE – tra le aziende che cercano personale



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Personale di sala (camerieri)	**26%**	0%	0%	0%	0%	0%	50%	67%
Impiegati commerciali	**19%**	50%	0%	0%	0%	40%	17%	0%
Impiegati amministrativi	**17%**	17%	0%	0%	75%	20%	17%	0%
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	**17%**	0%	0%	0%	25%	0%	17%	42%
Tecnici informatici	**7%**	0%	0%	0%	25%	20%	0%	0%
Magazzinieri	**7%**	17%	0%	0%	0%	20%	0%	0%
Addetti al ricevimento	**7%**	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%
Cameriere ai piani	**7%**	0%	0%	0%	0%	0%	33%	8%
Commessi, cassieri	**5%**	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Baristi	**5%**	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17%
Altre figure	**29%**	17%	100%	100%	0%	60%	0%	8%

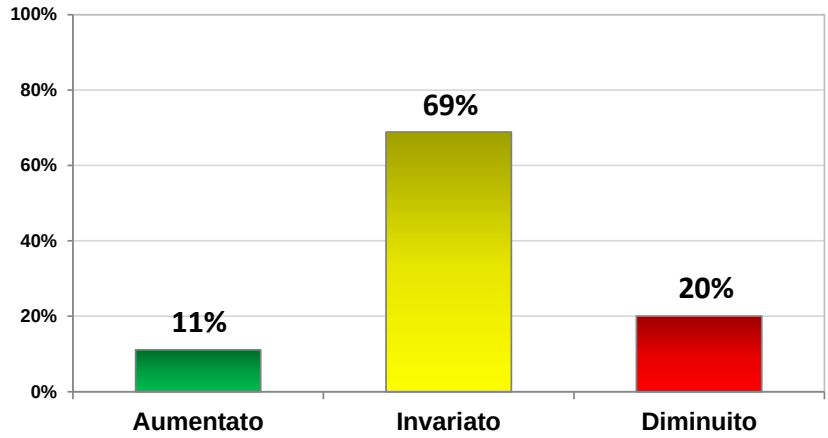
Le figure professionali maggiormente ricercate sono il **personale di sala** (cercate dal 50% delle imprese del turismo e dal 67% della ristorazione che stanno cercando personale), **impiegati commerciali** (cercate dal 50% delle imprese dettaglio per la persona e dal 40% della ristorazione che stanno cercando personale), **impiegati amministrativi e personale di cucina** e così via con specificità settoriali.

ANDAMENTO DIPENDENTI - 3° TRIMESTRE 2022

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel 3° trimestre 2022.

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 3° TRIMESTRE 2022

Tra aziende con almeno un dipendente



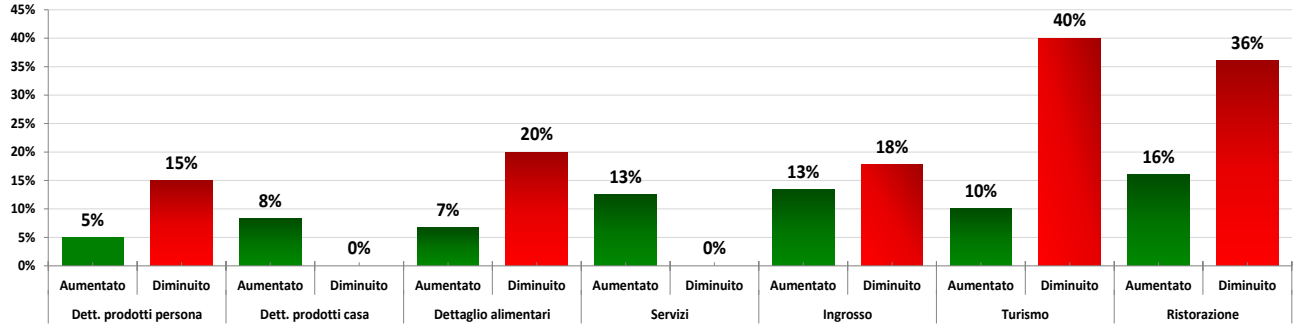
SALDO

% aumentato - % diminuito

-9

Il terzo trimestre 2022 è stato **un periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti** (il 69% delle aziende con dipendenti ha mantenuto **invariato il numero di dipendenti**, percentuali analoghe a quanto osservato nel primo e secondo trimestre). **Nella restante minoranza delle aziende si osserva un lieve prevalere dei casi di diminuzione (20%) rispetto ai casi di aumento (11%)**. In tal senso il **saldo** (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) **è negativo (-9) dopo che era stato positivo (+7) nel secondo trimestre e prima ancora in equilibrio (0) nel primo trimestre 2022**.

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 3° TRIMESTRE 2022 – PER SETTORE



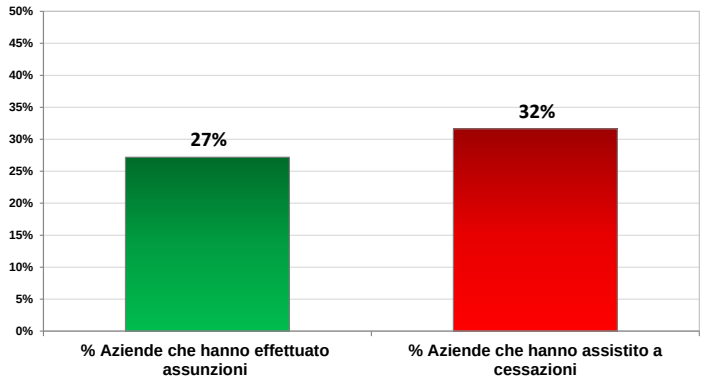
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 3° trimestre con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osservano **come tutti i settori, ad eccezione del dettaglio di prodotti per la casa e servizi, sono prevalsi i casi di diminuzione**: in particolar modo nel **turismo** (saldo -30) e nella **ristorazione** (-20). A seguire il **dettaglio alimentari** (-13), pr**odotti per la persona** (-10) e **ingrosso** (-5).

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 3° TRIMESTRE 2022

Si analizza <u>la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel 3° trimestre 2022</u>.

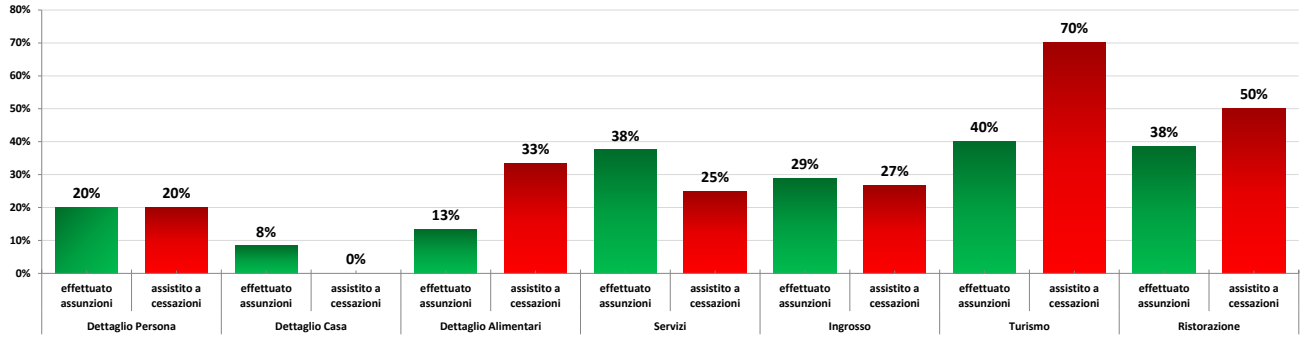
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 3° TRIMESTRE 2022

tra aziende con almeno un dipendente



Il 27% delle aziende con dipendenti **ha effettuato almeno una assunzione** nel 3° trimestre 2022 (erano state il 35% nel secondo trimestre e 22% nel primo trimestre), mentre il **32%** hanno **assistito ad almeno una cessazione** di rapporti di lavoro nel periodo (rispetto al 30% del secondo trimestre e 25% del primo trimestre).

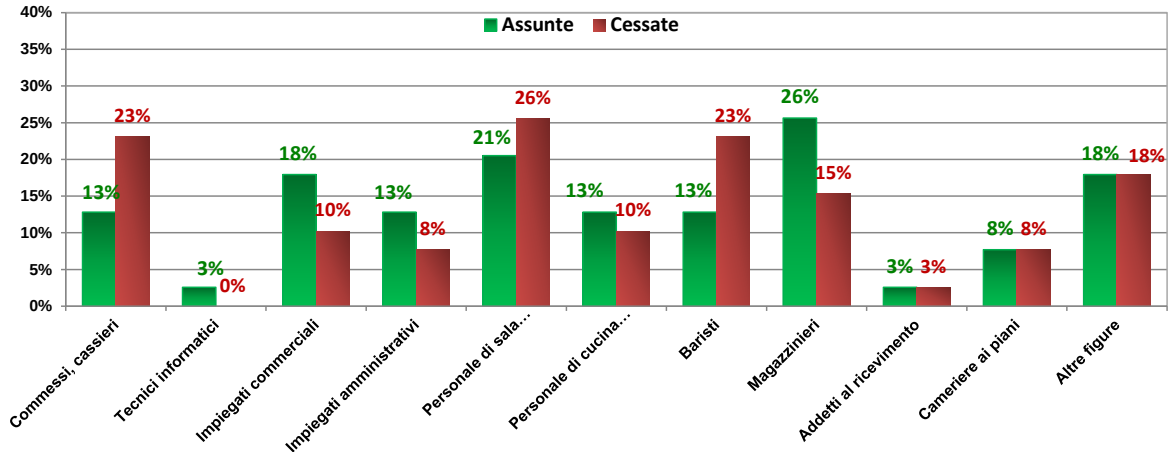
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 3° TRIMESTRE 2022 - PER SETTORE



Si è osservato un **sostanziale prevalenza di aziende che hanno assistito a cessazioni rispetto a quelle che hanno assistito ad assunzioni** nel **turismo** (74% vs 40%)**, nella ristorazione** (50% vs 38%) e negli **alimentari** (33% vs 13%).

FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 3° TRIMESTRE 2022

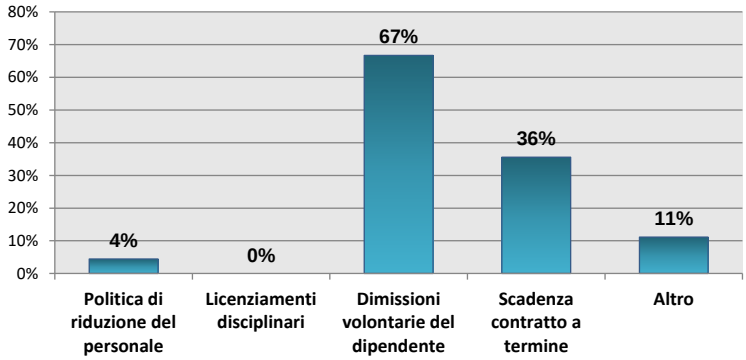
% di aziende che le ha assunte/cessate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il **turnover per figura professionale** si vede una **prevalenza della frequenza di ingresso** (rispetto a quella di uscita) tra i **magazzinieri** e gli **impiegati** (amministrativi e commerciali), mentre **la frequenza di uscita è prevalente** tra i **baristi, il personale di sala ed i commessi**. Equilibrio nella altre figure.

MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – 3° TRIMESTRE 2022

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



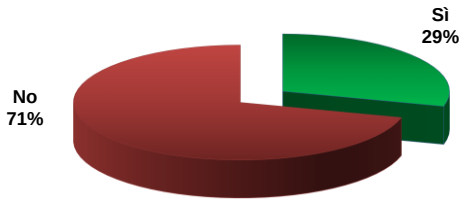
I **motivi alla base delle cessazioni** osservate nel trimestre sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 67% delle aziende con cessazioni, in lieve aumento rispetto alle rilevazioni passate) e **scadenza dei contratti a termine** (36%, in linea con il passato). Solo nel 4% è stata una scelta dell'azienda.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si intende verificare se le intervistate hanno, nel 3° trimestre 2022, fatto formazione dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 3° TRIMESTRE 2022

tra le aziende con dipendenti



Formazione dipendenti – per settore

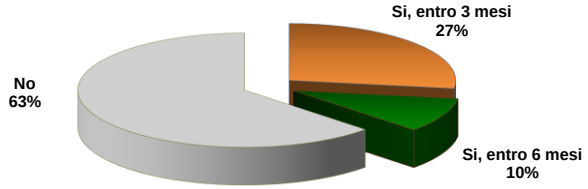
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	**29%**	25%	50%	7%	63%	33%	44%	8%

Il **29%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel 3° trimestre 2022** (in calo rispetto a quanto osservato nei primi due trimestri del 2022). **Più attivi** nella formazione il **turismo, i servizi e il dettaglio di prodotti per la casa.**

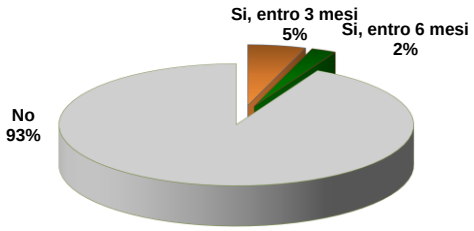
PREVISIONI OCCUPAZIONALI – da qui a sei mesi

Si ritiene di interesse capire le previsioni future delle aziende sotto il profilo occupazionale, e pertanto, si è chiesto alle aziende con dipendenti se avessero previsione di assumere o licenziare nei prossimi 6 mesi.

PREVISIONE DI ASSUMERE NEL PROSSIMO SEMESTRE
tra le aziende con dipendenti



PREVISIONE DI LICENZIARE NEL PROSSIMO SEMESTRE
tra le aziende con dipendenti



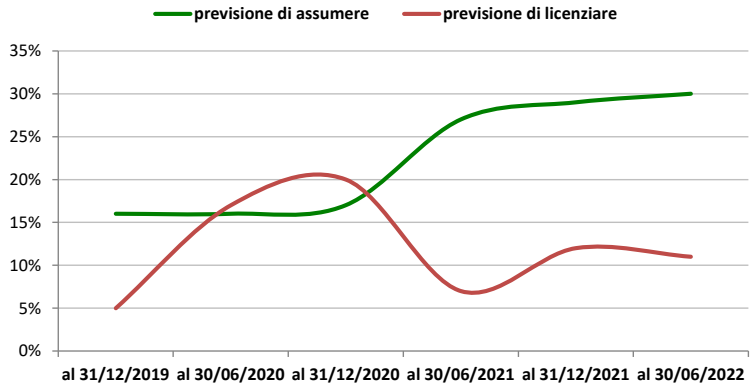
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
prevede di assumere nei prossimi 6 mesi	**37%**	42%	17%	29%	50%	32%	78%	40%
prevede di licenziare nei prossimi 6 mesi	**7%**	16%	0%	14%	13%	7%	0%	4%

Una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 37%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, **una quota inferiore** (7% delle aziende con dipendenti) **prevede di licenziare.**

La **previsione è positiva** (quota di aziende che prevedono di assunzioni preponderante sulla quota di aziende che prevedono licenziamenti) **in tutti i settori**.

PREVISIONI DI ASSUMERE E LICENZIARE NEL SEMESTRE SUCCESSIVO – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



La **propensione ad assumere** (con riferimento ai sei mesi successivi la rilevazione) è rimasta **invariata nel corso del 2020,** per poi **risalire nel 2021 e rimanere costante nei primi 9 mesi del 2022.**

La **propensione a licenziare** ha osservato un **picco massimo a fine 2020** (superando la propensione ad assumere), per poi **ridimensionarsi su valori attorno al 10% per tutto il 2021 e per i primi 9 mesi 2022.**

FINE REPORT

SINTESI

STATO DI SALUTE AL 30 SETTEMBRE 2022

E' stato chiesto alle aziende intervistate di giudicare il proprio stato di salute su una scala di cinque livelli (ottimo – buono – discreto – non buono - pessimo).

Il **17%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di trovarsi in uno **stato di salute critico**, ovvero valutato come "non buono" o "pessimo". Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **buono/ottimo** (36%) o **discreto** (48%).

Lo stato di salute **dopo il picco negativo registrato a fine 2020** (quando erano il 43% in condizione non buona) **è migliorato decisamente** nei sei mesi successivi e **al 31 dicembre 2021 era già ritornato ai livelli di salute pre-covid** e **nei primi 9 mesi del 2022 è rimasto costante**.

I settori nei quali la **percentuale di aziende con stato di salute critico è maggiore** sono attualmente **i settori del dettaglio** (in particolare il comparto alimentare dove le aziende in stato di salute critico sono il 43%). Lo stato di salute migliore si registra, invece, nell'**ingrosso** e nei **servizi,** ma anche nel **turismo.** Situazione intermedia nella **ristorazione.**

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEI PRIMI 9 MESI DEL 2022

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso dei primi 9 mesi 2022 su una scala a 5 livelli (decisamente migliorato – leggermente migliorato – rimasto invariato – leggermente peggiorato – decisamente peggiorato).

Il **30%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **peggioramento del proprio stato di salute** (leggero o marcato) **nel corso dei primi 9 mesi del 2022** (erano il 28% nei primi 6 mesi e pertanto il terzo trimestre può essere considerato di stabilità).

Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **migliorato** (**29%**) o **rimasto invariato** (41%).

I settori nei quali **i casi di peggioramento sono stati più frequenti** sono stati **i settori del dettaglio** (in particolare il comparto alimentare dove il 62% delle aziende dichiara un peggioramento), mentre **l'ingrosso** ed il **turismo** risultano aver osservato più frequentemente un miglioramento. Più equilibrio nei servizi e nella ristorazione.

ANDAMENTO FATTURATI: PRIMI 9 MESI 2022 RISPETTO A PRIMI 9 MESI 2021

E' stato chiesto alle aziende l'andamento dei fatturati nel primi 9 mesi del 2022 rispetto allo stesso periodo 2021 (aumentato – invariato – diminuito) e la variazione %.

Il **24%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **calo del proprio fatturato rispetto allo stesso periodo del 2021.** Il fatturato è, invece, **aumentato nel 38%** dei casi mentre è **rimasto invariato** nel **38**%. Come risultato di queste tendenze si è osservato un aumento medio del 4%.

Hanno osservato una **contrazione dei fatturati i settori del dettaglio**: **alimentari** (50% casi di riduzione, e calo medio del -9.7%), **prodotti per la casa** (39% con peggioramento, e calo medio del -1.7%). **Miglioramento dei fatturati nei servizi** (+3.4% medio), **ingrosso** (+7.6% medio) , e in particolar modo **turismo** (+22.7% medio) e **ristorazione** (+10.3% medio), ossia i settori più penalizzati nelle prima parte del 2021.

DIFFICOLTÀ A PAGARE I FORNITORI

E' stato chiesto alle aziende intervistate di giudicare le proprie difficoltà a pagare i fornitori su una scala di tre livelli (quasi sempre – qualche volta - mai).

Il **38%** (una quota non trascurabile) delle aziende del terziario intervistate dichiara di avere **difficoltà nel pagare i fornitori** (quasi sempre o qualche volta).

Questa percentuale è rimasta in linea con quella osservata a metà 2022 quando era **leggermente diminuita rispetto a fine 2021 e decisamente diminuita rispetto al picco negativo di 53% osservato a fine 2020**. Questo indicatore è tornato, quindi, sui livelli pre-covid, o migliori.

I settori con **difficoltà più frequenti** il **dettaglio alimentari** (62%) e i **servizi** (53%) mentre **difficoltà meno frequenti** tra le aziende dell'**ingrosso** (19%).

CLIMA DI FIDUCIA

E' stata chiesta alle una previsione sull'andamento del proprio stato di salute nel prossimo semestre (ovvero se prevedono miglioramento, stabilità o peggioramento).

Il clima di fiducia mostra una **forte impronta al pessimismo**: infatti, seppur la **maggioranza delle imprese prevede stabilità** del proprio stato di salute nei prossimi sei mesi (il 53%), le restanti si dividono in **40% di pessimiste che prevedono un peggioramento** e solo **7% di ottimiste che prevedono miglioramento**.

Questo "clima di fiducia" (differenza tra "ottimisti" e "pessimisti") **è andato peggiorando** dopo il picco positivo osservato a metà 2021 ed **in particolar modo nel terzo trimestre 2022**.

Nessun settore mostra un clima di fiducia positivo. Il clima di fiducia **peggiore è registrato nei tre settori del commercio al dettaglio (-50),** ma è **fortemente negativo anche nel turismo e ristorazione.** Meno pessimismo, ma comunque prevalente, si registra tra le aziende dei servizi e dell'ingrosso.

PREVISIONI OCCUPAZIONALI

E' stato chiesto alle aziende con dipendenti se avessero in previsione di assumere o licenziare nel corso dei sei mesi successivi.

Una **quota consistente di aziende** con dipendenti intervistate (**il 37%**) p**revede di assumere nei prossimi 6 mesi** in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, **nello stesso periodo**, una **quota inferiore** (7% delle aziende con dipendenti) **prevede di licenziare.**

La previsione è positiva (quota di aziende che prevedono di assunzioni preponderante sulla quota di aziende che prevedono licenziamenti) in tutti i settori.

LIQUIDITÀ

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio livello di liquidità al 30 settembre 2022 su una scala a quattro livelli (sufficiente in un medio periodo ossia per oltre 3 mesi – sufficiente solo nel breve periodo ossia per due o tre mesi – insufficiente – gravemente insufficiente)

Il **19%** delle aziende **ritiene "insufficiente" o "gravemente insufficiente" il proprio livello di liquidità.** Delle rimanenti aziende il 31% lo ritiene "sufficiente ma solo per un breve periodo", il 49% "sufficiente anche nel medio periodo".

Queste percentuali **non hanno osservato significative variazioni rispetto alla situazione rilevata al 31 dicembre 2021.** La quota di aziende con "liquidità insufficiente" dopo il picco del 26% a fine 2020 si è abbassata fino al 17% attuale. Volendo considerare come critica anche la quota di aziende con "liquidità sufficiente solo per un breve periodo" la quota di aziende con liquidità critica dopo il picco 70% a fine 2020 è passata al 50% attuale.

Il **livello di liquidità più critico lo segnala decisamente il dettaglio prodotti alimentari** (62% di casi critici e saldo -48). I settori che **mostrano meno criticità in assoluto sono i servizi, l'ingrosso** e il **turismo.**

DIFFICOLTA' DELLA CLIENTELA

E' stato chiesto alle aziende se stanno osservando sintomi di difficoltà nella clientela (leggeri, marcati o assenti) e se rispetto a 3 mesi fa (30 giugno 2022) queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine è stato chiesto di confrontare il numero medio di clienti che attualmente frequenta l'attività con quello di un anno fa (30 settembre 2021).

La **maggioranza delle aziende** (85%) vede, al 30 settembre 2022, **sintomi di difficoltà tra i propri clienti** (nel 51% dei casi leggera, nel 34% dei casi marcata). Le **difficoltà tra i clienti** risultano frequenti in tutti i settori, ma **più frequenti tra i clienti delle aziende del commercio al dettaglio** (90% e oltre) e **più contenute nell'ingrosso e nella ristorazione**.

E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate negli ultimi 3 mesi**: questo è avvenuto secondo il **78% delle aziende** (nel 48% in maniera leggera, nel 30% marcata). Per il **20%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate** rispetto a 3 mesi fa, e solo per il 3% sono diminuite. **In tutti i settori prevalgono i casi di aumento delle difficoltà dei clienti negli ultimi 3 mesi rispetto ai casi di diminuzione** (saldo negativo) ma il peggioramento nelle difficoltà dei clienti è **più frequente nei settori del commercio al dettaglio.**

La maggioranza delle aziende ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** che i**l numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia rimasto invariato** (il 46%) mentre, tra le restanti aziende, nel **28% dei casi** è **diminuito** (nel 21% dei casi leggermente diminuito, nel 7% decisamente diminuito) mentre nel **26%** è **aumentato** (20% leggermente e 6% decisamente).

INFLAZIONE

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato negli ultimi 12 mesi e se parallelamente hanno applicato un aumento dei prezzi e se intendono farlo nel corso dell'ultimo trimestre 2022.

L'**aumento medio dei costi aziendali** in tutto il terziario è stato pari al **+24%,** ed è stato **osservato un aumento dal 98% delle intervistate**. **L'aumento medio dei costi aziendali** è stato **più marcato tra le imprese del dettaglio alimentari** (+38% medio) ma anche tra le imprese della **ristorazione** (+35%) e **turismo** (+31). **Nei rimanenti settori** l'aumento mediamente si attesta attorno al **+18%.**

L'**aumento medio dei prezzi applicati** nello stesso periodo in tutto il terziario è stato pari al **+9,2%** ed è stato attuato dal **76% delle aziende** intervistate. La quota di aziende che hanno applicato un aumento prezzi è **più marcata** negli **alimentari** (la totalità), e **prodotti per la casa** (94%).

Il 72% prevede di aumentare i prezzi nel corso dell'ultimo trimestre 2022. Più frequente questa previsione nel **dettaglio di prodotti alimentari** (86% delle aziende lo prevedono), nei **prodotti per la casa** (82%) e nel **turismo** (83%), mentre è meno frequente nei servizi (41%).

PREOCCUPAZIONI

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

Il **51% delle intervistate** ritiene che l**'effetto dell'inflazione sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti sta mettendo a rischio la sopravvivenza dell'azienda**. Questa percentuale è decisamente **aumentata rispetto a tre mesi** fa quanto erano il 36%. Il dato più alto si registra nella ristorazione (80%), ma anche nel commercio al dettaglio di alimentari (62%), mentre è più contenuto negli altri settori, in particolare i servizi.

Il **32% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è in **aumento rispetto alla situazione di tre mesi fa** (quando erano scese al 22%, dopo il livello critico osservato in pieno covid quando erano salite al 37%). Dato particolarmente elevato nel turismo (42%) e nella ristorazione (46%).

Il **24% teme nuovi lock-down nei prossimi mesi** (dato in linea con quanto osservato tre mesi fa): preoccupazione più marcata nella ristorazione, ma anche nel dettaglio alimentari.