esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario
PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
VICENZA

OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

Quarto 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

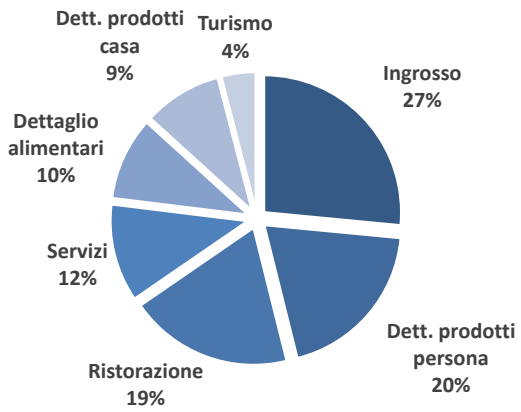
L'ANALISI

Si riportano di seguito le analisi dei dati raccolti a mezzo di 350 questionari (rappresentati attraverso elaborazioni grafiche, tabulari e commenti) **relativi ai principali aspetti economici (parte 1) ed occupazionali (parte 2)** rilevati presso il campione di aziende rispondenti **con riferimento al 31 DICEMBRE 2022 ed al 2022**, nonché del loro **trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti nel corso delle passate rilevazioni).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

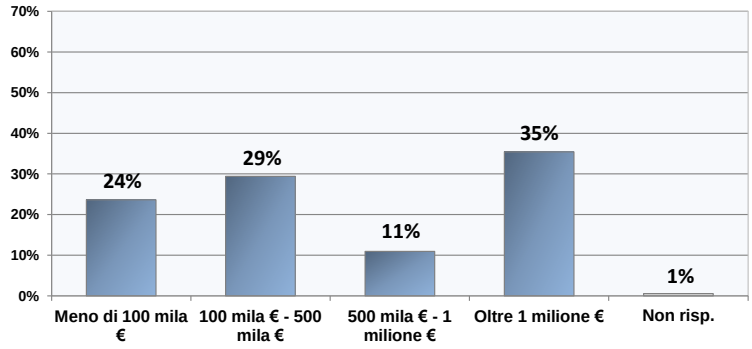
Come prima cosa si osservano le caratteristiche del campione di aziende rispondenti in questa rilevazione, in particolare il settore, la fascia di fatturato 2022 e la classe di dipendenti. La sua composizione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della composizione degli Associati a Confcommercio Vicenza e questo è un requisito fondamentale per l'attendibilità della rilevazione.

SETTORE



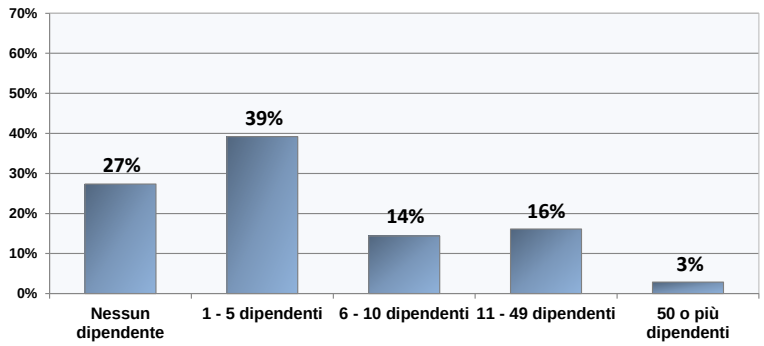
Il campione è costituito **per il 39%** da imprese del **commercio al dettaglio** (per il 20% di prodotti per la persona, per il 10% prodotti alimentari e 9% prodotti per la casa). L'**ingrosso** rappresenta il **27%** delle intervistate, mentre i settori **turismo** e **ristorazione** il **23%**. Infine i **servizi** rappresentano il **12%** delle intervistate.

FASCIA DI FATTURATO - 2022



Il campione è costituito **per il 24%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **40%** 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 31 DICEMBRE 2022



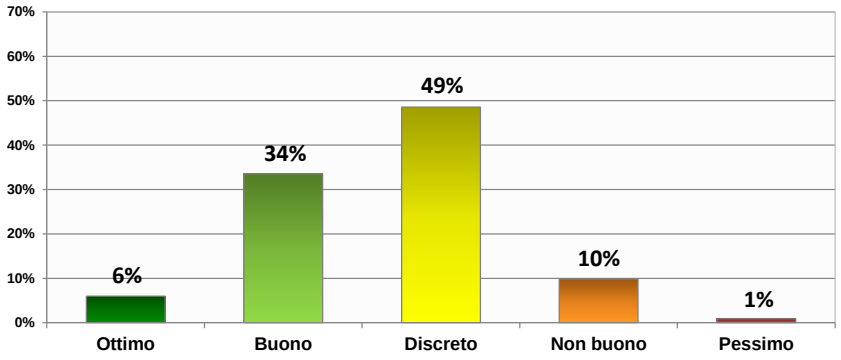
Il **27%** delle intervistate **non ha dipendenti**, mentre le **restanti (73%) hanno almeno un dipendente** (tra queste il 39%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 14% ne ha tra 6 e 10, il 16% tra 11 e 49 e solo il 3% ha 50 dipendenti o oltre).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 2022

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 31 dicembre 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 saldo che sintetizza lo stato di salute (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 31 DICEMBRE 2022



% NON BUONO/PESSIMO

11%

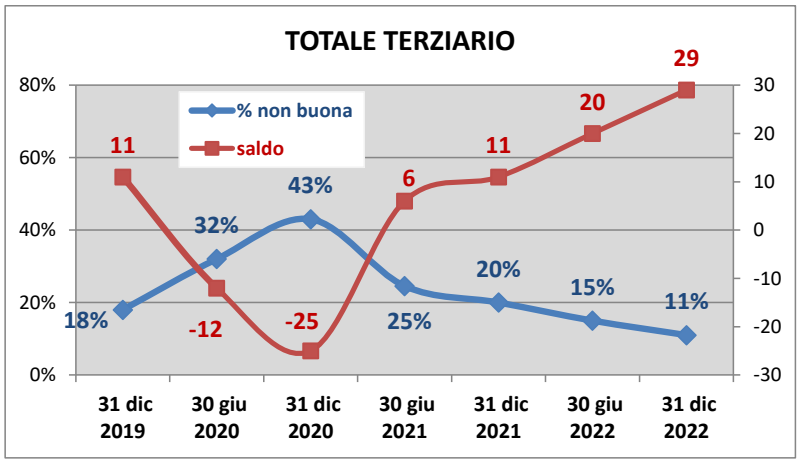
SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+29

Tendenzialmente **positivo lo stato di salute delle aziende intervistate nel corso del 2022**: infatti, al netto della **maggioranza delle aziende** che **lo ritengono discreto** (49%, la metà), **prevale la quota di aziende che lo ritengono positivo** (40% buono o ottimo) rispetto alla quota che **lo ritengono negativo** (11% non buono o pessimo), generando un **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) **positivo** (+29).

STATO DI SALUTE – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA – TOTALE TERZIARIO



Il **saldo dello stato di salute è migliorato nel corso del 2022** (passando da +11 di inizio anno, a +20 di metà anno fino all'attuale +29) proseguendo il trend migliorativo iniziato nel corso del 2021**,** dopo che in pieno covid (a fine 2020) era sceso a -25.

Analogamente **la % di aziende che dichiara uno stato di salute negativo è scesa** rispetto al 20% di inizio anno e al 15% di metà 2022, continuando il **trend migliorativo osservato a partire da fine 2020** (quando era arrivata al 43%).

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	34%	49%	16%	+18
Dettaglio di prodotti per la casa	34%	56%	9%	+25
Dettaglio di alimentari	29%	59%	12%	+17
Servizi	40%	53%	8%	+32
Comm. all'ingrosso	55%	42%	2%	+53
Turismo	36%	36%	29%	+7
Ristorazione	37%	48%	15%	+22
TOTALE	**40%**	**49%**	**11%**	**+29**

Lo **stato di salute** al 31 dicembre 2022 mostra valori positivi in tutti i settori, ma con **criticità nel settore turismo** dove la % di aziende che dichiarano uno stato di salute non buono è quasi il 30% e saldo di poco positivo. Anche **ristorazione, dettaglio alimentari e dettaglio prodotti per la persona** mostrano uno **stato di salute leggermente peggiore** rispetto al dato complessivo del terziario. Situazione **in linea con il dato complessivo del terziario negli altri settori,** mentre il settore ingrosso mostra uno **stato di salute decisamente positivo.**

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	15%	62%	23%	-12
100 mila € - 500 mila €	38%	52%	10%	+18
500 mila € - 1 milione €	35%	60%	5%	+30
Oltre 1 milione €	60%	33%	7%	+53
TOTALE	**40%**	**49%**	**11%**	**+29**

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 decisamente critico tra le aziende piccole** con fatturato sotto i 100 mila € (saldo -12 e il 23% in stato "non buono"), mentre **al crescere della dimensione lo stato di salute migliora**: il saldo è **positivo tra le imprese con fatturato tra 500 mila € ed 1 milione di €** (+30 e solo il 5% in stato critico) **e con fatturato superiore ad 1 milione di €** (saldo +53 e 7% in stato critico).

Stato di salute – per classe dipendenti

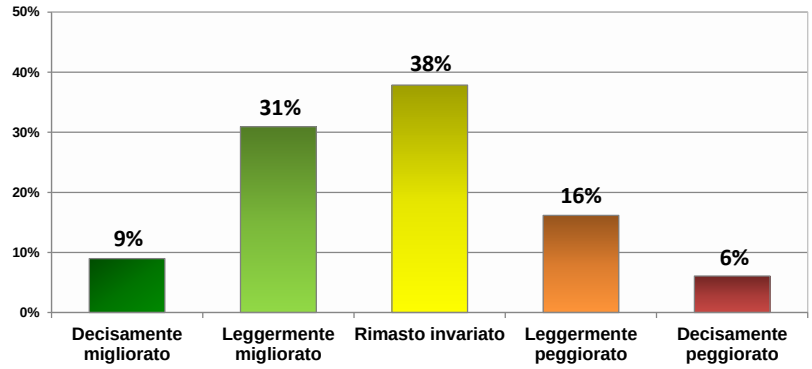
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**21%**	**61%**	**18%**	**+3**
Con dipendenti	**48%**	**44%**	**8%**	**+40**
1 - 5 dipendenti	36%	56%	8%	+28
6 - 10 dipendenti	52%	40%	8%	+44
11 - 49 dipendenti	70%	21%	9%	+61
50 o più dipendenti	70%	30%	0%	+70
TOTALE	**40%**	**49%**	**11%**	**+29**

Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti** si osserva uno **stato di salute critico** (saldo +3 ed il 18% dichiara uno stato di salute non buono), mentre **al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora.**

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL 2022

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

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL 2022



% PEGGIORAMENTO

22%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

+18

In **tendenziale miglioramento lo stato di salute delle aziende intervistate nel corso del 2022**: infatti, al netto del 38% delle aziende che lo ritiene invariato, **prevale la quota di aziende che lo ritengono migliorato** (40%) rispetto alla quota che lo ritengono peggiorato (22%), generando un **saldo positivo** (+18).

Andamento stato di salute – per settore

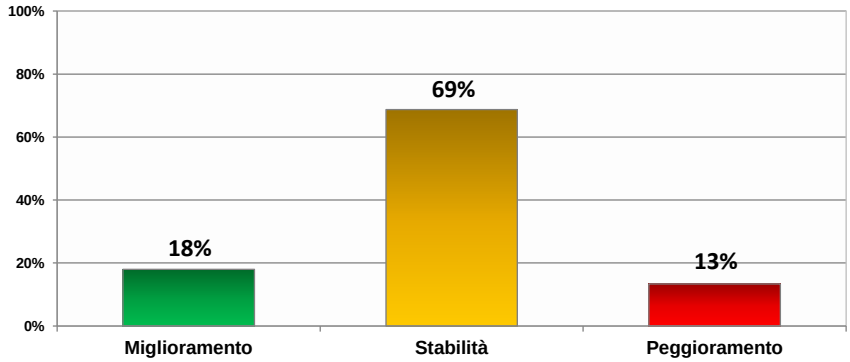
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	22%	42%	36%	-13
Dettaglio di prodotti per la casa	38%	41%	22%	+16
Dettaglio di alimentari	26%	32%	41%	-15
Servizi	50%	38%	13%	+37
Comm. all'ingrosso	41%	45%	14%	+27
Turismo	50%	43%	7%	+43
Ristorazione	55%	25%	19%	+36
TOTALE	**40%**	**38%**	**22%**	**+18**

Il 2022 ha mostrato un **prevalente peggioramento dello stato di salute tra le aziende del dettaglio di prodotti alimentari** e del **dettaglio prodotti per la persona** (saldo negativo e % di aziende che dichiarano di aver assistito ad un peggioramento superiore al 35%). **Prevalente miglioramento nel 2022** (quindi saldo positivo), invece, **negli altri settori, particolarmente nel turismo, ristorazione e nei servizi**.

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il primo semestre 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 PRIMO SEMESTRE 2023



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
+5

Il **clima di fiducia mostra una forte impronta alla stabilità**: infatti la netta **maggioranza** delle imprese **prevede stabilità** del proprio stato di salute **nei prossimi sei mesi** (il **69%**), mentre **le restanti** si dividono in:

- **ottimiste/non preoccupate:** il **18%** prevede miglioramento.
- **pessimiste/preoccupate:** il **13%** prevede un peggioramento

generando quindi un **clima di fiducia al 31 dicembre 2022 in sostanziale equilibrio (+5).**

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	10%	73%	16%	-6
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	75%	19%	-13
Dettaglio di alimentari	21%	65%	15%	+6
Servizi	33%	53%	15%	+18
Comm. all'ingrosso	12%	76%	12%	+0
Turismo	29%	71%	0%	+29
Ristorazione	27%	63%	10%	+17
TOTALE	**18%**	**69%**	**13%**	**+5**

Il clima di fiducia migliore lo si osserva tra **le aziende del turismo e ristorazione e dei servizi** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quindi saldo positivo). **Negativo**, invece, il clima di fiducia nei settori del **dettaglio di prodotti non alimentari** (per la persona e per la casa).

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	17%	61%	22%	-5
100 mila € - 500 mila €	16%	74%	11%	+5
500 mila € - 1 milione €	21%	63%	16%	+5
Oltre 1 milione €	20%	71%	9%	+11
TOTALE	**18%**	**69%**	**13%**	**+5**

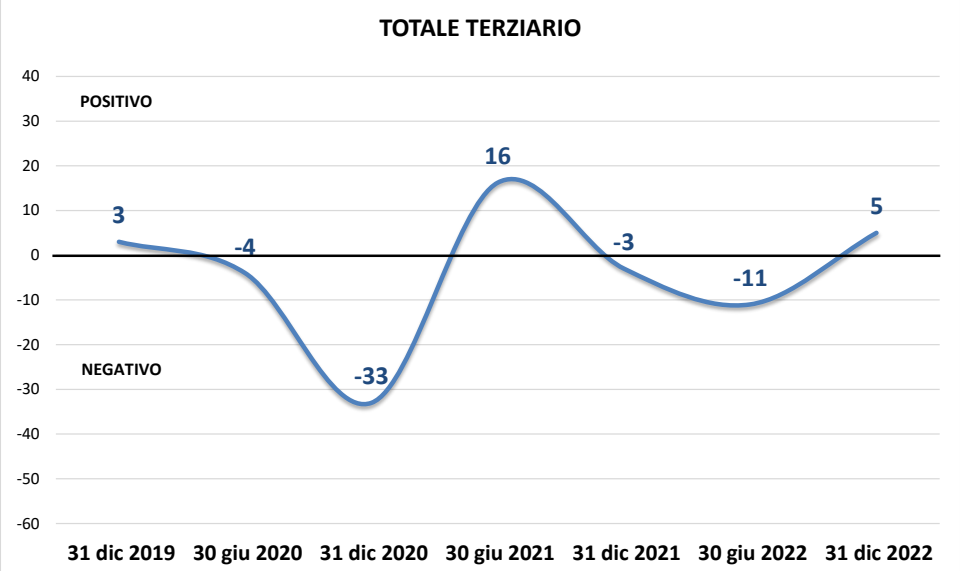
Il clima di fiducia negativo tra le imprese medio-piccole (con fatturato inferiore a 100 mila €), mentre **migliora al crescere della dimensione aziendale.**

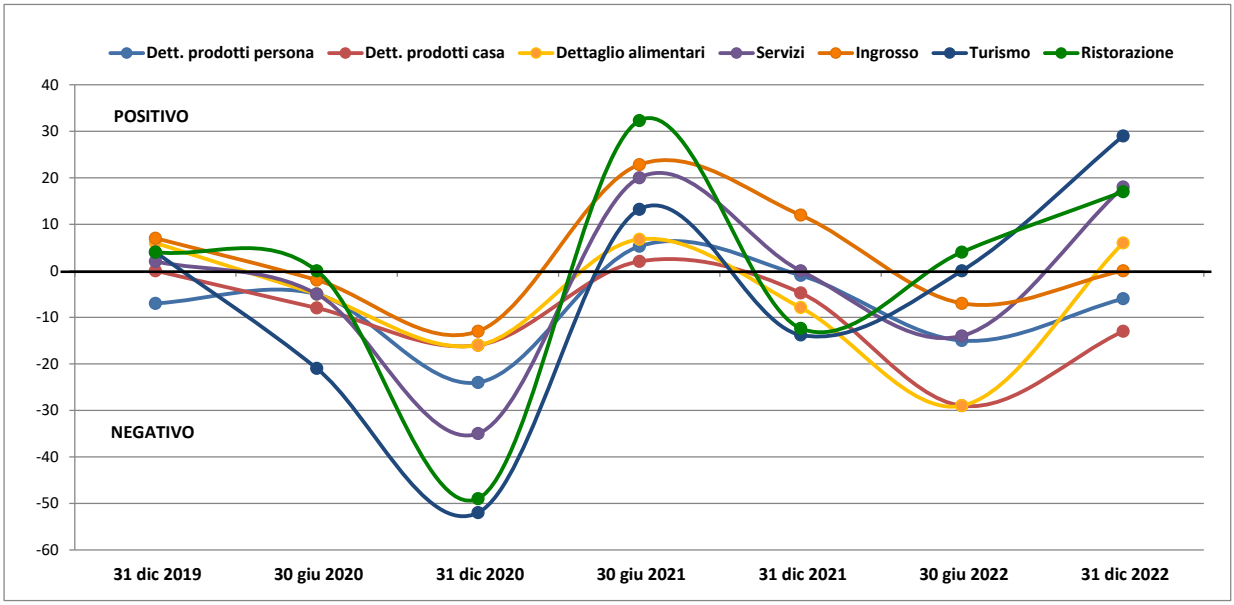
Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	**13%**	**65%**	**22%**	**-9**
Con dipendenti	**20%**	**70%**	**10%**	**+10**
1 - 5 dipendenti	16%	73%	11%	+5
6 - 10 dipendenti	28%	66%	6%	+22
11 o più dipendenti	25%	66%	9%	+16
TOTALE	**18%**	**69%**	**13%**	**+5**

Più pessimiste le aziende senza dipendenti (-9), **rispetto alle aziende con dipendenti** (+10).

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). N**el corso del 2022 il clima di fiducia si è assestato su valori improntati alla stabilità** (dopo un picco negativo a metà 2022).

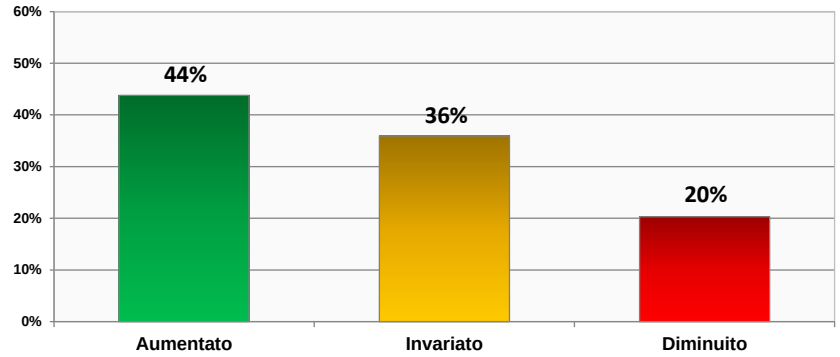
Nel corso del 2022 si è osservato **un peggioramento del clima di fiducia nel dettaglio prodotti per la persona e per la casa, oltre che nell'ingrosso,** mentre **negli altri settori il clima di fiducia è migliorato.**

ANDAMENTO FATTURATI: 2022 –2021

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando il 2022 con il 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

2022 –2021



SALDO
(% CASI AUM - % CASI DIMIN)
+24

VARIAZIONE % MEDIA
+5%

Vengono **confrontati i fatturati del 2022 con il 2021**. Ne risulta una prevalenza di casi di aumento di fatturato:

- il **44% di aziende hanno aumentato il fatturato**
- il **36%** ha **mantenuto invariato il fatturato**
- il **20%** (una su cinque) ha invece **diminuito il fatturato**.

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al +5% mentre **il saldo** (differenza tra la % di aziende che hanno assistito a aumento e % di aziende che hanno assistito a calo) **è positivo (+24)**.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media 2022 -2021
Dettaglio prodotti per la persona	31%	40%	29%	+2	-2,0%
Dettaglio di prodotti per la casa	31%	34%	34%	-3	+2.0%
Dettaglio di alimentari	15%	47%	38%	-23	-4,5%
Servizi	45%	43%	13%	+32	+5,0%
Comm. all'ingrosso	55%	26%	18%	+37	+8,0%
Turismo	43%	50%	7%	+36	+16,0%
Ristorazione	62%	34%	5%	+57	+13,0%
TOTALE	**44%**	**36%**	**20%**	**+24**	**+5,0%**

Il commercio al **dettaglio di alimentari** ha mostrato nel corso del 2022 **segno negativo in termini di andamento dei fatturati**, con una perdita registrata dal 38% delle aziende e mediamente del -4.5%.

Non positivo, ma in maniera più contenuta, **l'andamento anche negli altri due comparti del dettaglio** (prodotti per la persona e per la casa) dove il 2022 ha mostrato **fatturati mediamente invariati** rispetto al 2021, seppur con **frequenti casi di perdite** (30% e oltre).

Positivo, invece, **il segno dei fatturati nel settore servizi, nell'ingrosso** ed in particolar modo nei settori che maggiormente avevano osservato contrazione dei fatturati nel corso del 2021 ovvero **turismo e ristorazione**.

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media 2022-2021
Meno di 100 mila €	19%	58%	23%	-4	-1,5%
100 mila € - 500 mila €	43%	37%	20%	+23	+5,5%
500 mila € - 1 milione €	42%	32%	26%	+18	+5,0%
Oltre 1 milione €	61%	22%	17%	+53	+8,3%
TOTALE	**44%**	**36%**	**20%**	**+24**	**+5,0%**

In un quadro generale di aumento medio dei fatturati e saldo positivo, **le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) **mostrano una prevalente stabilità e segno medio negativo** (saldo -4 e perdita media dell'1,5%). **Segno medio positivo,** seppur con un 20-25% casi di calo di fatturato, tra le aziende **con fatturato compreso tra 100 mila € e 1 milione €** (aumento medio +5% e saldo di circa +20,)**,** mentre **l'andamento dei fatturati è stato decisamente positivo tra le aziende con fatturato superiore a 1 milione.**

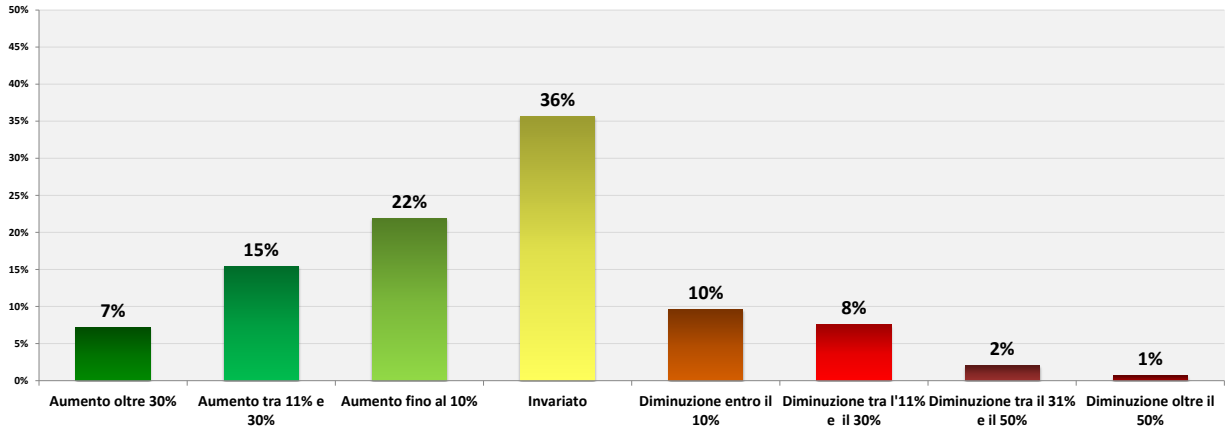
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media 2022 -2021
Nessun dipendente	**19%**	**53%**	**28%**	**-9**	**-2,0%**
Almeno un dipendente	**53%**	**29%**	**18%**	**+35**	**+7,0%**
1 - 5 dipendenti	44%	39%	18%	+26	+5,0%
6 - 10 dipendenti	60%	22%	18%	+42	+7,0%
Oltre 10 dipendenti	64%	16%	20%	+44	+12,0%
TOTALE	**44%**	**36%**	**20%**	**+24**	**+5,0%**

Le **aziende senza dipendenti** hanno mostrato una **maggior sofferenza nell'andamento dei fatturati**. Infatti tra di esse il 28% ha osservato una diminuzione con un saldo negativo (-9) e perdita media di fatturato del -2%. **Al crescere della classe di dipendenti migliora**, invece, **l'andamento**, con una prevalenza di casi di aumento su quelli di diminuzione (e quindi saldo positivo) e variazione media dei fatturati positiva.

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

2022-2021



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

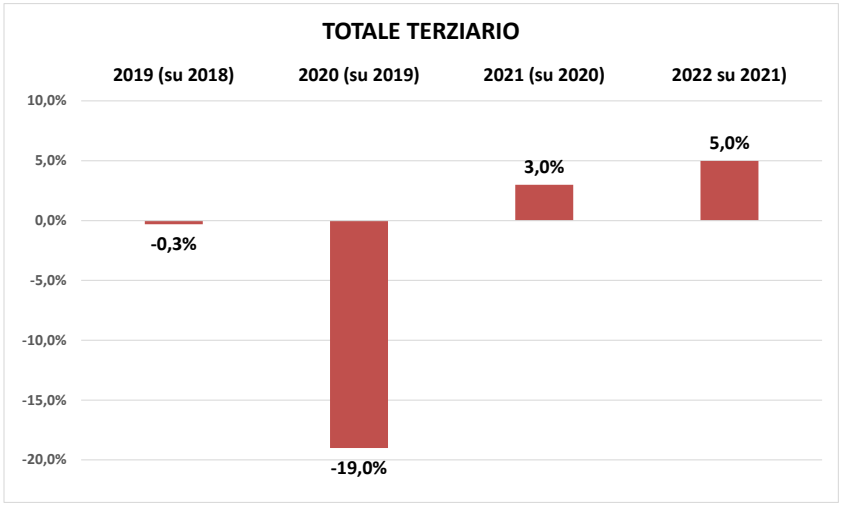
- i **casi di calo** registrati sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 10%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 8%** dei casi, e **consistenti** (superiori al 30%) **solo nel 3%** dei casi.
- I **casi di aumento** registrati, invece, sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 22%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 15%** dei casi e **consistenti** (superiori al 30%) **nel 7%** dei casi.

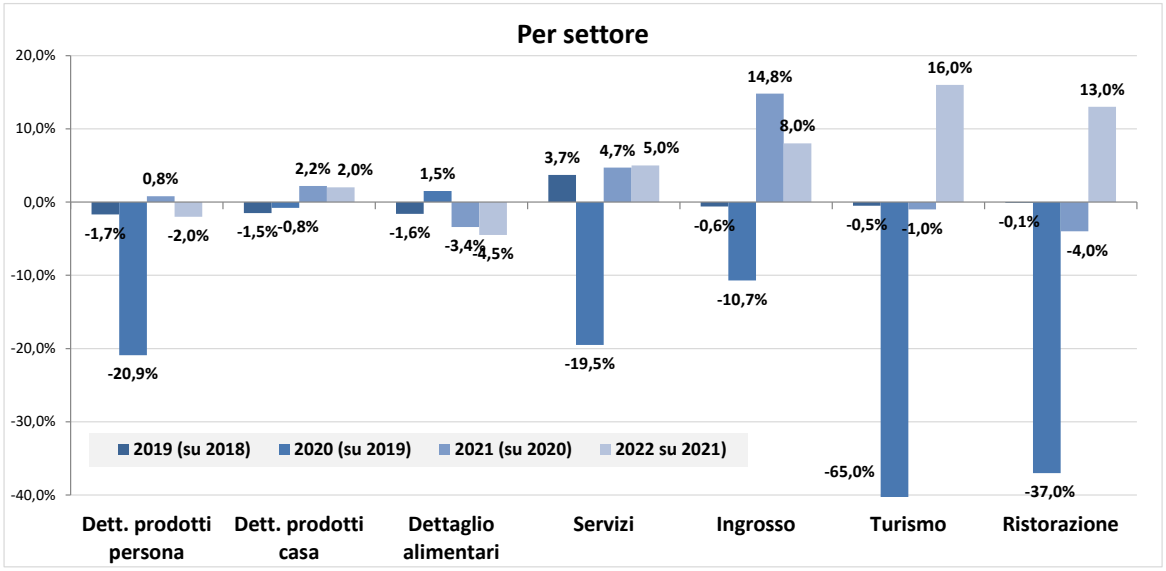
Intensità delle variazioni di fatturato – per settore

	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%	4%	25%	40%	15%	12%	3%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	10%	0%	23%	35%	16%	10%	6%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	3%	13%	50%	19%	13%	3%	0%
Servizi	5%	21%	18%	44%	3%	5%	5%	0%
Comm. all'ingrosso	7%	23%	26%	27%	11%	5%	0%	1%
Turismo	21%	14%	7%	50%	0%	7%	0%	0%
Ristorazione	13%	29%	19%	35%	2%	2%	0%	2%
TOTALE	**7%**	**15%**	**22%**	**36%**	**10%**	**8%**	**2%**	**1%**

La tabella conferma le **difficoltà di fatturato del dettaglio. Migliore, o stabile, l'andamento** dei fatturati **negli altri settori, in particolar modo casi frequenti di ripresa marcata nel turismo e ristorazione.**

ANDAMENTO FATTURATI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA





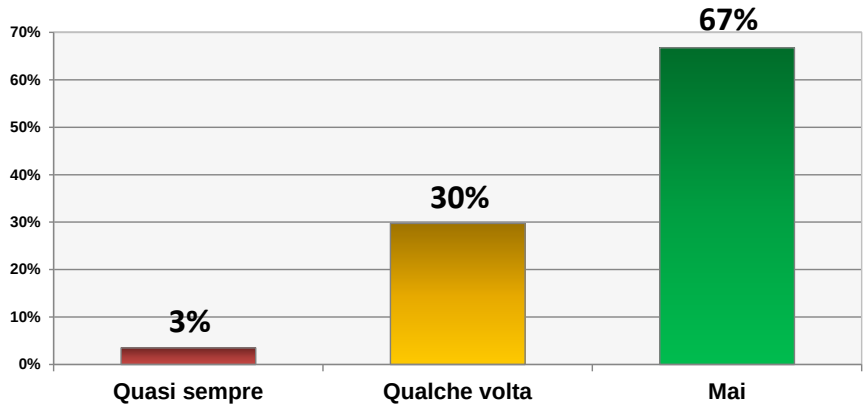
L'andamento dei fatturati negli ultimi anni ha mostrato, complessivamente nel terziario, **la contrazione osservata nel 2020 rispetto al 2019** (causa covid) e una **lieve ripresa nel 2021 e nel 2022** (ma non tale da compensare le perdite del 2020).

Ripresa più marcata, ma osservata solo nel 2022, **per i settori turismo e ristorazione** che maggiormente avevano sofferto nel 2020, mentre **l'ingrosso,** e in misura più contenuta anche **i servizi, avevano fatto segnare la ripresa già nel 2021 e confermata nel 2022**. Il settore commercio al **dettaglio di prodotti per la persona**, invece, **non ha recuperato le perdite del 2020** mostrando negli ultimi 2 anni valori pressoché stabili di fatturato, mentre il **dettaglio di prodotti per la casa è il settore che nel periodo ha fatto osservare meno scostamenti** (sia negativi in tempi di covid, che positivi negli anni successivi). Il **dettaglio alimentari,** infine, dopo un 2020 di fatturati in aumento, favoriti dall'assenza di grosse limitazioni all'esercizio dell'attività nel periodo covid, hanno osservato un 2021 e 2022 di perdite sotto il profilo die fatturati

RAPPORTI CON I FORNITORI

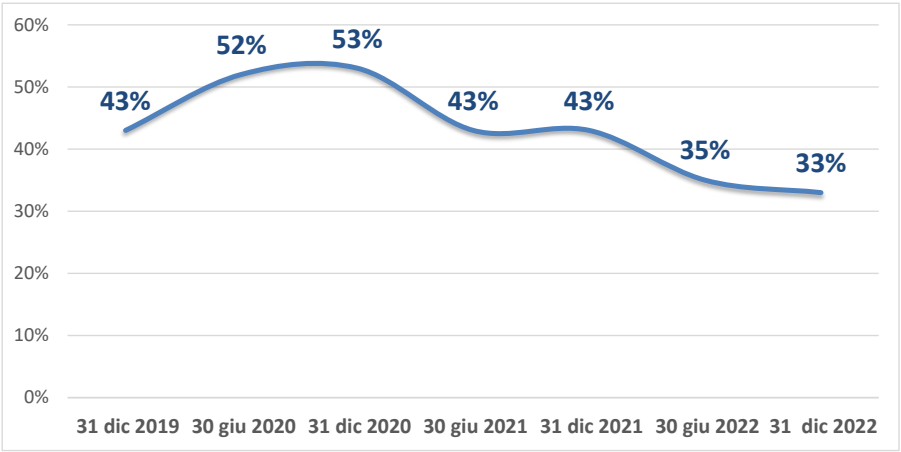
E' stato chiesto alle aziende se hanno <u>difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori</u>

<u>DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 31 DICEMBRE 2022</u>



Il **33% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza **sporadiche** (30%) e **frequenti** solo nel 3% dei casi.

<u>DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA</u>



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 2022, è diminuita** tornando su livelli anche migliori rispetto al pre-covid.

Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	36%	64%
Dettaglio di prodotti per la casa	23%	77%
Dettaglio di alimentari	50%	50%
Servizi	38%	62%
Comm. all'ingrosso	20%	80%
Turismo	29%	71%
Ristorazione	45%	55%
TOTALE	**33%**	**67%**

Le **difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori** vengono mostrate dalle imprese del **dettaglio alimentari** (50%, una impresa su due) e dalle imprese della **ristorazione** (45%), mentre negli altri settori questa difficoltà risulta in linea con il complessivo del terziario, o inferiore.

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

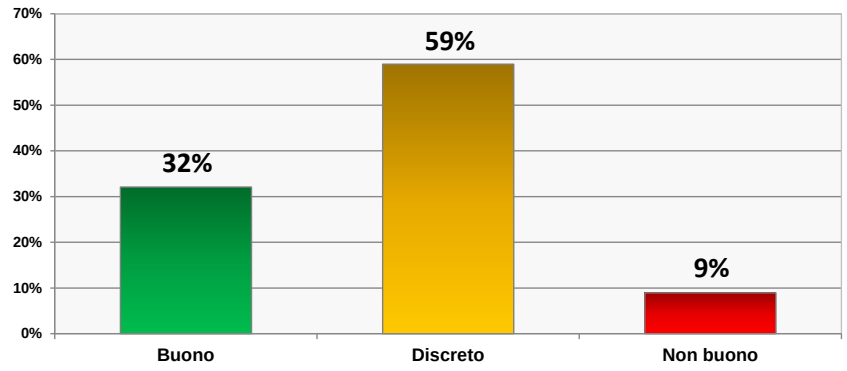
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	48%	52%
100 mila € - 500 mila €	39%	61%
500 mila € - 1 milione €	42%	58%
Oltre 1 milione €	16%	78%
TOTALE	**33%**	**67%**

Si osserva una **difficoltà nel pagare i propri fornitori più contenuta tra le aziende più grandi** (fatturato superiore a 1 milione) rispetto alle aziende con fatturato più basso.

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 nel corso del 2022.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 31 DICEMBRE 2022



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

La maggioranza delle aziende (il 59%) **ritiene "discreto" il proprio rapporto con gli istituti di credito**, mentre il **32% lo ritiene "buono"**, ed appena **il 9% 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	29%	62%	9%	+20
Dettaglio di prodotti per la casa	32%	54%	14%	+18
Dettaglio di alimentari	16%	75%	9%	+7
Servizi	33%	64%	3%	+30
Comm. all'ingrosso	47%	49%	5%	+42
Turismo	29%	57%	14%	+15
Ristorazione	24%	61%	15%	+9
TOTALE	**32%**	**59%**	**9%**	**+23**

L'**ingrosso** (+42) e i **servizi** (+30) **mostrano un rapporto con gli istituti di credito migliore**. **Qualche criticità** invece osservata nel **turismo** e nella **ristorazione** e nel **dettaglio prodotti per la casa** (15% rapporto non buono)

RICHIESTA PRESTITI BANCARI –2022

Il **20%** (una su cinque) è **ricorsa a prestiti nel 2022:** il **13% per sostegno alla liquidità** ed i**l 7% per investimenti.**

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	17%	6%	77%
Dettaglio di prodotti per la casa	7%	10%	83%
Dettaglio di alimentari	18%	12%	70%
Servizi	8%	13%	79%
Comm. all'ingrosso	13%	7%	80%
Turismo	5%	5%	90%
Ristorazione	13%	3%	84%
TOTALE	**13%**	**7%**	**80%**

Il ricorso al credito nel corso del 2022 è stato **meno frequente tra le imprese del settore turismo** (10%) **e più frequente tra le imprese del dettaglio alimentari** (30%). In media negli altri settori.

Prestiti – per classe di fatturato

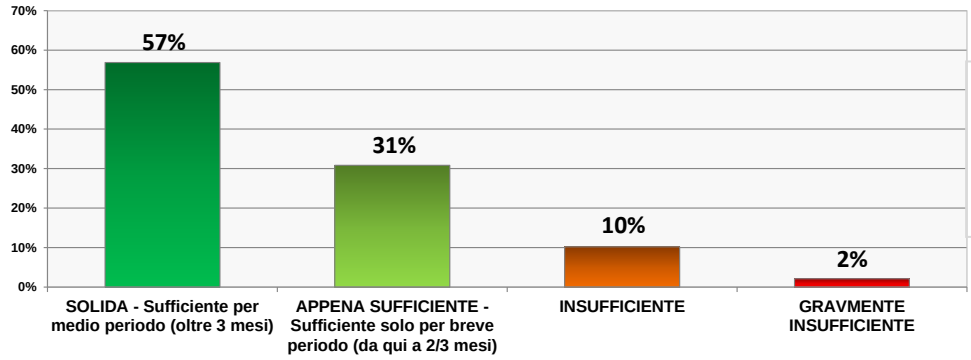
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	6%	5%	89%
100 mila € - 500 mila €	15%	4%	81%
500 mila € - 1 milione €	14%	5%	81%
Oltre 1 milione €	15%	12%	74%
TOTALE	**13%**	**7%**	**80%**

Le **aziende piccole** (sotto i 100 mila € di fatturato) mostrano un **ricorso al credito più contenuto** (appena l'11%) rispetto alle aziende con fatturato superiore (fino al 27% tra le aziende con fatturato superiore a 1 milione).

LIQUIDITA' al 31 dicembre 2022

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di <u>valutare il proprio livello di liquidità al 31 dicembre 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)
+ 45

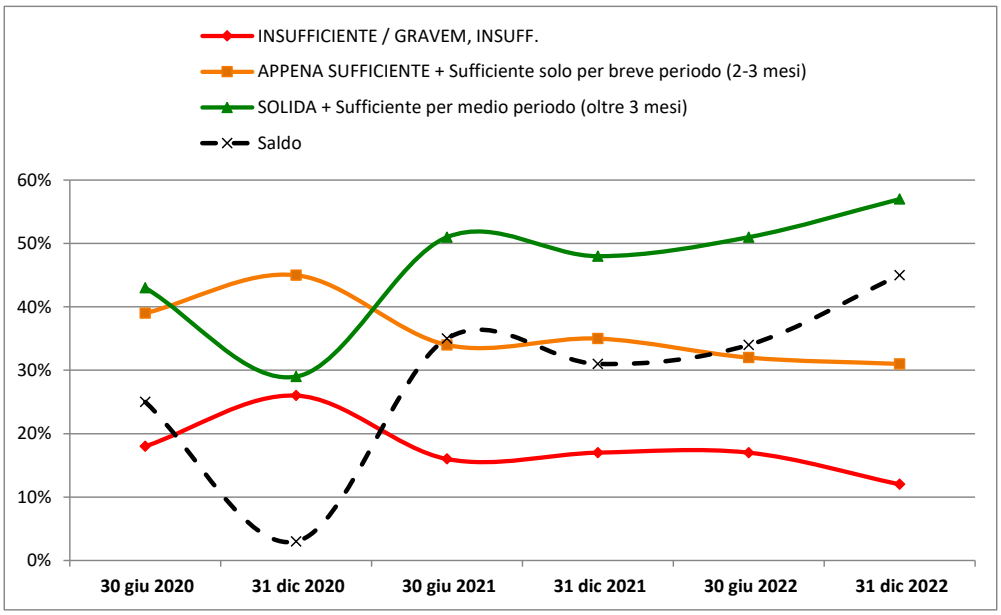
Al **31 dicembre 2022** la **maggioranza** delle aziende (**57%**) ritiene **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi) **il proprio livello di liquidità.**

Il **31%** mostra **qualche criticità** in quanto lo ritiene **sufficiente solo per un breve periodo** (2-3 mesi).

Il **12%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (2% 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 del 2022</u> la situazione è ulteriormente migliorata (la % di aziende che la ritengono insufficiente è scesa al 12%, mentre quelle che la considerano solida è salita al 57%.

Il **saldo** in conseguenza di questi andamenti 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	56%	29%	15%	0%	15%	+41
Dettaglio di prodotti per la casa	67%	27%	0%	7%	7%	+60
Dettaglio di alimentari	41%	38%	22%	0%	22%	+19
Servizi	61%	32%	3%	5%	8%	+53
Comm. all'ingrosso	68%	30%	2%	0%	2%	+66
Turismo	50%	36%	14%	0%	14%	+36
Ristorazione	45%	31%	19%	5%	23%	+21
TOTALE	**57%**	**31%**	**10%**	**2%**	**12%**	**+45**

Il **livello di liquidità più critico** lo segnala decisamente il **commercio al dettaglio di prodotti alimentari** (insufficiente per il 22% e saldo +19) e **la ristorazione** (insufficiente per il 23% e saldo +21). In linea con il dato complessivo del terziario gli altri settori, mentre la **liquidità è decisamente solida nell'ingrosso**.

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

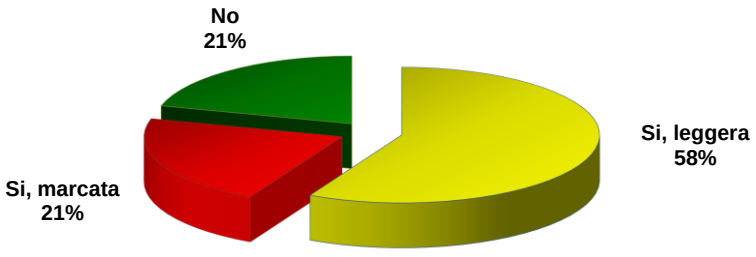
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Meno di 100 mila €	35%	41%	19%	5%	24%	+11
100 mila € - 500 mila €	60%	27%	10%	3%	13%	+47
500 mila € - 1 milione €	38%	54%	8%	0%	8%	+30
Oltre 1 milione €	75%	20%	5%	0%	5%	+70
TOTALE	**57%**	**31%**	**10%**	**2%**	**12%**	**+45**

Situazione di **liquidità più critica tra aziende piccole** (fatturato fino a 100 mila €) dove il 24% la ritiene insufficiente, **rispetto alle aziende con fatturato oltre i 500 mila €** (dove solo il 5-8% 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 nel corso del 2022 queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine è stato chiesto di confrontare il numero medio di clienti che ad oggi frequenta l'attività rispetto ad un anno fa (31 dic 2021).

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



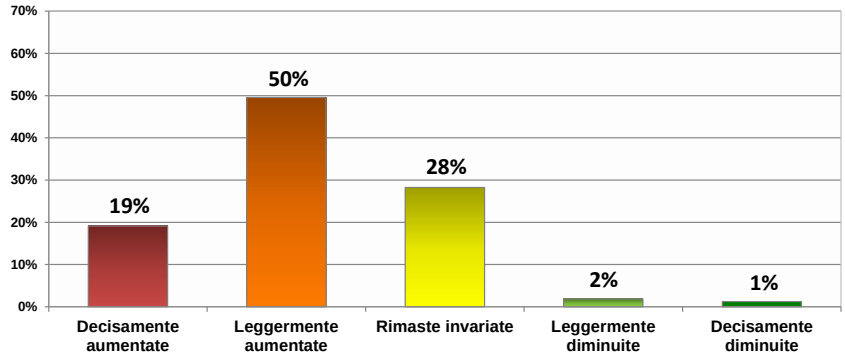
La **maggioranza delle aziende** (79%) vede, al 31 dicembre 2022, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 58% dei casi leggera, nel 21% dei casi marcata). **Questa quota è leggermente diminuita, su valori comunque preoccupanti**, sia rispetto a metà 2022, sia rispetto ad inizio anno quando sfiorava il 90%.

Difficoltà economiche dei clienti – per settore

	Si, leggera	Si,marcata	No
Dettaglio prodotti per la persona	57%	30%	13%
Dettaglio di prodotti per la casa	52%	31%	17%
Dettaglio di alimentari	69%	19%	13%
Servizi	63%	18%	18%
Comm. all'ingrosso	55%	15%	30%
Turismo	64%	7%	29%
Ristorazione	55%	25%	20%
TOTALE	**58%**	**21%**	**21%**

Le **difficoltà tra i clienti** risultano frequenti in tutti i settori, ma **più frequenti tra i clienti delle aziende del commercio al dettaglio di prodotti per la persona e alimentari** (quasi 90%), e **più contenute nell'ingrosso** e nel **turismo** (70%). In media negli altri settori.

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 66

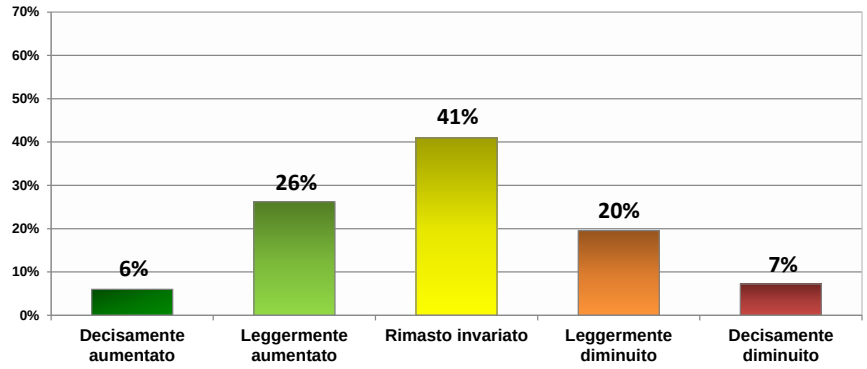
E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del 2022**: questo è avvenuto secondo il **69% delle aziende** (nel 50% in maniera leggera, nel 19% marcata). Per il **28%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo per il 3% sono diminuite. **Continua la tendenza che si era manifestata** con analoghe frequenze anche nei primi 6 mesi 2022.

Andamento difficoltà economiche dei clienti rispetto a 12 mesi fa – per settore

	Decisamente aumentate	Leggermente aumentate	Rimaste invariate	Leggermente diminuite	Decisamente diminuite	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	24%	52%	22%	0%	1%	-75
Dettaglio di prodotti per la casa	29%	39%	32%	0%	0%	-68
Dettaglio di alimentari	13%	69%	19%	0%	0%	-81
Servizi	18%	47%	29%	5%	0%	-61
Comm. all'ingrosso	17%	44%	36%	1%	1%	-59
Turismo	7%	43%	43%	7%	0%	-43
Ristorazione	19%	52%	23%	3%	3%	-65
TOTALE	**19%**	**50%**	**28%**	**2%**	**1%**	**-66**

In tutti i settori prevalgono nettamente i casi di aumento delle difficoltà dei clienti negli ultimi 12 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)
+5

La maggioranza delle aziende ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** il **numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia rimasto invariato** (il 41%) mentre, tra le restanti aziende, nel **27% dei casi** è **diminuito** (nel 20% dei casi leggermente, nel 7% decisamente) mentre nel **32%** è **aumentato** (26% leggermente e 6% decisamente).

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

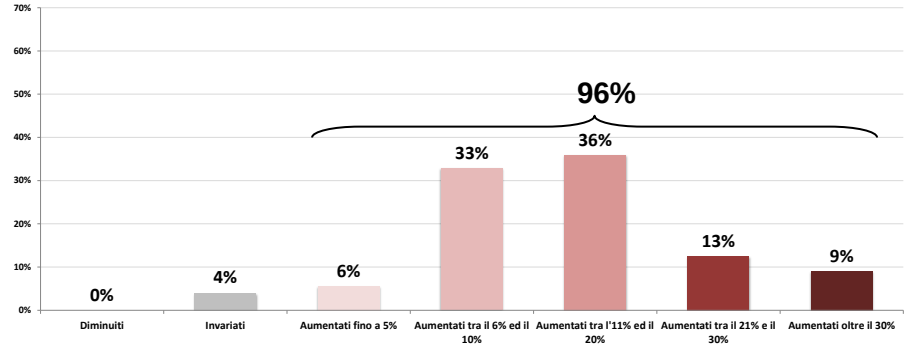
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	3%	24%	43%	16%	13%	-3
Dettaglio di prodotti per la casa	7%	10%	38%	34%	10%	-28
Dettaglio di alimentari	3%	13%	31%	50%	3%	-38
Servizi	8%	24%	53%	8%	8%	+16
Comm. all'ingrosso	1%	27%	51%	17%	4%	+7
Turismo	21%	50%	21%	7%	0%	+64
Ristorazione	13%	38%	29%	14%	6%	+30
TOTALE	**6%**	**26%**	**41%**	**20%**	**7%**	**+5**

I **cali di clientela più frequenti si sono registrati nel dettaglio alimentari** (saldo tra casi di aumento e casi di calo pari a -38) e nel **dettaglio prodotti per la casa** (-28). **Equilibrio negli altri settori**, mentre **nella ristorazione** e **nel turismo si è osservato un prevalente aumento del numero medio di clienti** rispetto a 12 mesi fa.

INFLAZIONE – ULTIMI 12 MESI

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato negli ultimi 12 mesi, se hanno applicato un aumento dei prezzi nello stesso periodo e se intendono farlo nel corso del primo semestre 2023.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI (nel 2022)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 18%

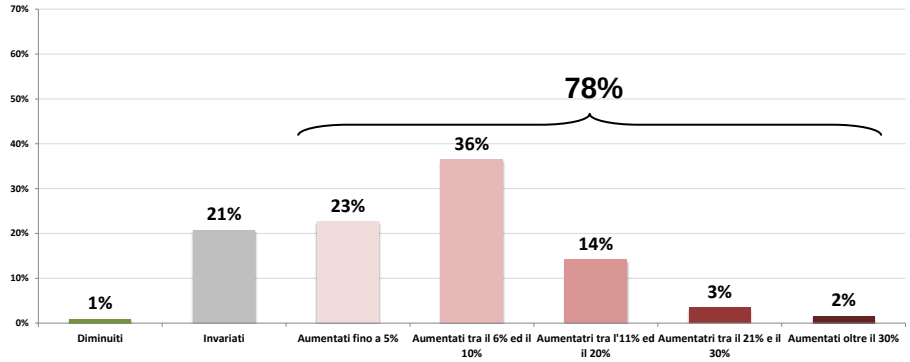
L'aumento medio dei costi nel 2022 è stato **del +18%,** ed è stato **osservato dalla totalità delle aziende (96%)**: solo nel **6%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (meno del 5%), nel **33%** di **intensità media** (tra il 6% ed il 10%), nel **36% marcata** (tra il 10% ed il 30%) e **nel 22% 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%	2%	3%	40%	35%	10%	10%	+18%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	0%	4%	44%	41%	7%	4%	+15%
Dettaglio di alimentari	0%	0%	3%	26%	39%	26%	6%	+20%
Servizi	0%	8%	8%	35%	35%	11%	3%	+14%
Comm. all'ingrosso	0%	8%	9%	35%	35%	5%	8%	+15%
Turismo	0%	8%	0%	38%	23%	31%	0%	+18%
Ristorazione	0%	2%	5%	19%	38%	19%	19%	+24%
TOTALE	**0%**	**4%**	**6%**	**33%**	**36%**	**13%**	**9%**	**+18%**

Gli aumenti dei costi aziendali **risultano più frequentemente di intensità elevata** (oltre il 20%) tra le aziende della **ristorazione** (38% rispetto al 22% complessivo del terziario), degli **alimentari** (32%) e **del turismo** (31%).

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI (nel 2022)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 8%

Solo il 21% delle intervistate **ha mantenuto invariati i prezzi** nel corso dell'ultimo anno, mentre oltre **tre quarti (78%) hanno applicato un aumento:** nel **23%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (inferiore al 5%), nel **36%** di **intensità media** (tra 6% e 10%) e nel **19% marcata** (oltre il 10%).

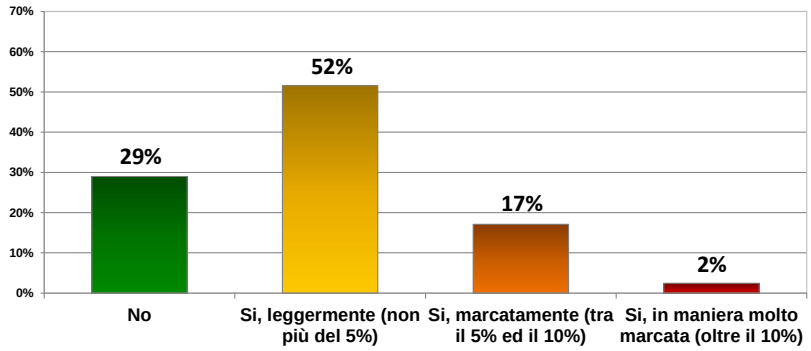
Aumento dei prezzi applicati – per settore

	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%**	**27%**	**73%**	25%	39%	5%	3%	0%	**+7%**
Dettaglio di prodotti per la casa	**0%**	**11%**	**89%**	22%	33%	22%	7%	4%	**+12%**
Dettaglio di alimentari	**0%**	**0%**	**100%**	32%	45%	23%	0%	0%	**+10%**
Servizi	**0%**	**51%**	**49%**	22%	16%	8%	0%	3%	**+4%**
Comm. all'ingrosso	**3%**	**16%**	**81%**	16%	38%	18%	7%	2%	**+10%**
Turismo	**0%**	**31%**	**69%**	23%	31%	15%	0%	0%	**+6%**
Ristorazione	**0%**	**16%**	**84%**	25%	43%	13%	2%	2%	**+9%**
TOTALE	**1%**	**21%**	**78%**	**23%**	**36%**	**14%**	**3%**	**2%**	**+8%**

La **quota di aziende** che hanno applicato un **aumento prezzi** nel 2022 è **maggiore nel dettaglio alimentari** (la totalità). Meno frequente, ma comunque consistente, l'aumento dei prezzi negli altri settori. Il turismo e i servizi risultano il settore che meno frequentemente ha aumentato i prezzi applicati (rispettivamente 69% e 49% dei casi).

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI

nel primo semestre 2023



La **maggioranza** delle aziende (**71%**) **prevede di aumentare i prezzi nel corso del primo semestre 2023:** nel 52% dei casi prevedono un aumento leggero (inferiore al 5%) e nel 19% 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	**22%**	**78%**	54%	21%	3%
Dettaglio di prodotti per la casa	**33%**	**67%**	50%	13%	3%
Dettaglio di alimentari	**13%**	**87%**	56%	25%	6%
Servizi	**50%**	**50%**	39%	8%	3%
Comm. all'ingrosso	**33%**	**67%**	49%	17%	1%
Turismo	**29%**	**71%**	50%	21%	0%
Ristorazione	**24%**	**76%**	59%	16%	2%
TOTALE	**29%**	**71%**	**52%**	**17%**	**2%**

La **previsione di aumentare i prezzi nel primo semestre 2023** è **più frequente nel dettaglio prodotti alimentari** (87% delle aziende lo prevede) mentre è **in media con il dato complessivo negli altri settori**.

INVESTIMENTI FUTURI

E' stato chiesto alle aziende quali saranno gli investimenti programmati per i prossimi due o tre anni.

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Prevede investimenti	**84%**	87%	72%	82%	85%	87%	81%	87%

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Acquisto di attrezzature, macchinari, veicoli	**33%**	13%	25%	29%	28%	45%	21%	46%
Opere Edili e murarie	**21%**	24%	19%	9%	38%	16%	14%	22%
Digitalizzazione / innovazione tecnologica	**18%**	28%	19%	29%	8%	7%	14%	25%
Consulenze / servizi	**18%**	21%	19%	24%	28%	20%	0%	10%
Promozione, marketing, internazionalizzazione	**17%**	15%	22%	12%	23%	21%	14%	13%
Risparmio Energetico	**10%**	7%	9%	6%	10%	14%	7%	9%
Formazione	**7%**	4%	13%	0%	3%	12%	36%	3%

L'84% di tutte le aziende intervistate **ha in programma investimenti nel prossimo futuro** (2 o 3 anni) **senza evidenti differenze settoriali e secondo** le **tipologie di investimento** rappresentate nella tabella.

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	**43%**	47%	31%	50%	40%	30%	48%	61%
Le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravviv. mia attività	**25%**	26%	16%	24%	30%	13%	36%	40%
Temo un ritorno del covid nei prossimi mesi	**12%**	10%	13%	3%	10%	12%	16%	12%

Il **43%** 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 leggermente aumentata rispetto a metà 2022 quando erano il 36%. Il dato più alto si registra nella ristorazione (61%) e negli alimentari (50%).

Il **32%** **teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è **rimasto in linea rispetto alle rilevazioni sia di inizio 2022 che di metà 2022** (in pieno covid quando erano salite al 37%). Dato particolarmente **elevato nel turismo** (36%) e **nella ristorazione** (40%).

Il **12%** **teme nuovi lock-down nei prossimi mesi** (dato in netta diminuzione rispetto a 6 mesi fa quando erano il 42%) senza particolari differenze settoriali.

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE 2022

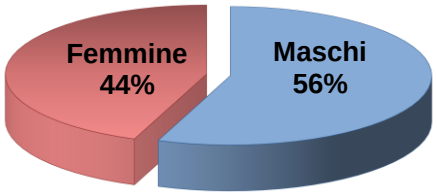
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**27%**	**47%**	**25%**	**38%**	**45%**	**5%**	**29%**	**22%**
Almeno un dip.	**73%**	**53%**	**75%**	**62%**	**55%**	**95%**	**71%**	**78%**
1–5 dipend.	**39%**	37%	44%	32%	35%	35%	43%	51%
6–10 dipend.	**14%**	6%	16%	6%	10%	26%	7%	15%
11–49 dipend.	**16%**	9%	16%	18%	10%	29%	21%	7%
50 o + dipend.	**3%**	1%	0%	6%	0%	4%	0%	4%

Il settore in cui le **aziende con dipendenti** sono **più frequenti è l'ingrosso** (dove il 95% ha almeno un dipendente). **Elevata quota di aziende con dipendenti anche** nella **ristorazione** (78%) e nel **turismo** (75%) e nel dettaglio prodotti per la casa (75%), mentre **sono meno frequenti** le **aziende con dipendenti** nei **servizi** (55%) e **nel dettaglio prodotti per la persona** (53%).

% Dipendenti per sesso



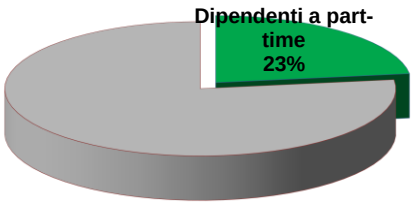
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**56%**	44%	49%	53%	40%	69%	40%	45%
% femmine	**44%**	56%	51%	47%	60%	31%	60%	55%

Si osserva un **una leggera prevalenza di dipendenti di sesso maschile** (56%). La **quota di dipendenti femmine è comunque prevalente** in quasi tutti i settori ad eccezione dell'ingrosso.

DIPENDENTI A PART-TIME

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a part-time tra le aziende al 31 dicembre 2022.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 31 DICEMBRE 2022



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**23%**	29%	30%	18%	24%	13%	26%	44%

Il part-time rappresenta il 23% (circa un quarto) dei contratti in essere al 31 dicembre 2022 (dato in linea con le ultime osservazioni). Il settore che **utilizza maggiormente il part-time** è la **ristorazione** (44%), mentre **il ricorso al part-time è più contenuto nell'ingrosso** (13%).

Dipendenti a part-time per sesso

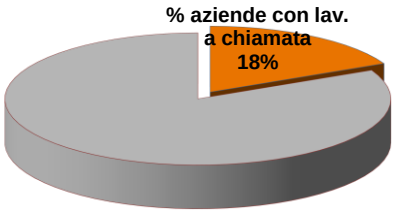
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	8%	7%	17%	5%	8%	3%	12%	29%
% part-time tra le femmine	41%	46%	43%	33%	35%	35%	35%	56%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 41% dei dipendenti di sesso femminile è part-time) mentre **tra i maschi è utilizzato in solo nel 8% 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 31 DICEMBRE 2022



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con lav. a chiamata	**18%**	13%	16%	12%	3%	12%	34%	45%

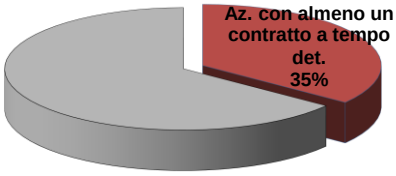
Il 18% delle aziende (dato in linea con il 17% registrato a metà 2022, e con il 21% registrato a fine 2021) presenta **almeno un contratto a chiamata.** Questo contratto è **più diffuso e più numeroso tra le aziende della ristorazione** (il 45% lo adotta) e nel **turismo** (34%), mentre è decisamente **più contenuto negli altri settori**.

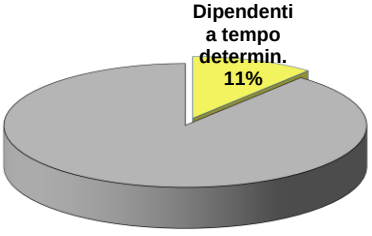
CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a tempo determinato attivi tra le aziende intervistate al 31 dicembre 2022 e il loro andamento (proroghe e/o cessazioni) nel quarto trimestre 2022.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 31 DICEMBRE 2022

tra le aziende con dipendenti





	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con contratti t. det.	**35%**	14%	21%	42%	59%	24%	60%	54%
% contratti a tempo det.	**11%**	4%	4%	5%	16%	4%	13%	36%

Tra le aziende con dipendenti, il 35% 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 11% 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 54% delle aziende lo adotta per un 36% dei contratti), e del **turismo** (60% delle aziende per il 13% dei contratti in essere), e nei **servizi** (59% per il 16% dei contratti in essere), mentre è **meno diffuso negli altri settori**.

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 4° TRIMESTRE 2022

tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

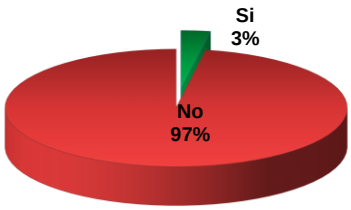
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	**54%**	80%	63%	38%	31%	29%	29%	52%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**44%**	20%	80%	64%	23%	43%	50%	43%

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **54% ne ha cessato almeno uno nel terzo trimestre 2022** mentre **il 44% ne ha prorogato almeno uno nello stesso periodo.**

AMMORTIZZATORI SOCIALI – QUARTO TRIMESTRE 2022

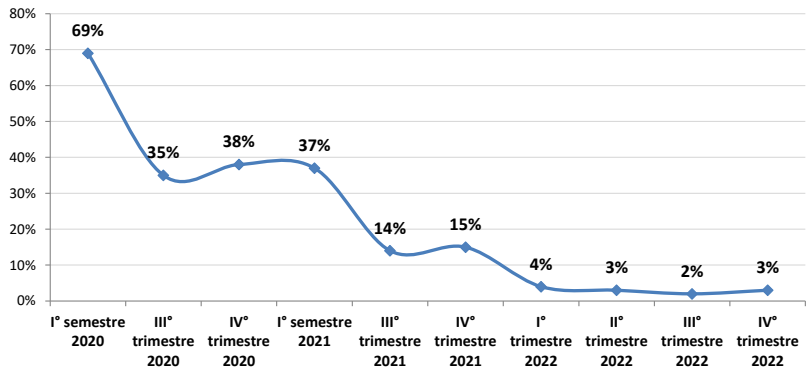
Di seguito si analizza il ricorso ad ammortizzatori sociali nel 4° trimestre 2022 e nel periodo di emergenza.

% AZIENDE CHE HANNO ATTIVATO AMMORTIZZATORI - 4° TRIMESTRE 2022



Il ricorso agli ammortizzatori sociali nel corso del quarto trimestre 2022 si è praticamente annullato, in tutti i settori**: appena il 3% vi è ricorso.**

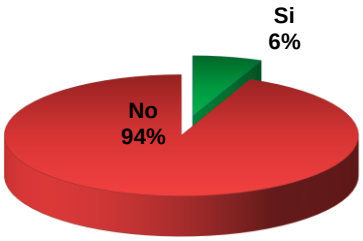
RICORSO AGLI AMMORTIZZATORI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



Il ricorso agli ammortizzatori **si è azzerato nel corso 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**.

% AZIENDE CHE PREVEDONO DI ATTIVARE AMMORTIZZATORI NEL I° SEMESTRE 2023

tra le aziende con almeno un dipendente



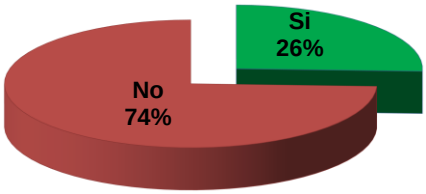
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% su tot. aziende con dip.	**6%**	8%	4%	5%	9%	3%	10%	10%

Tra le aziende con dipendenti, **il 6% prevede (o teme) di attivare ammortizzatori nel I° semestre 2023**. E' **leggermente più elevata nel turismo** (10% delle aziende con dipendenti).

RICERCA DEL PERSONALE

Nel presente capitolo viene analizzata la ricerca di personale da parte delle aziende intervistate nel corso del quarto 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

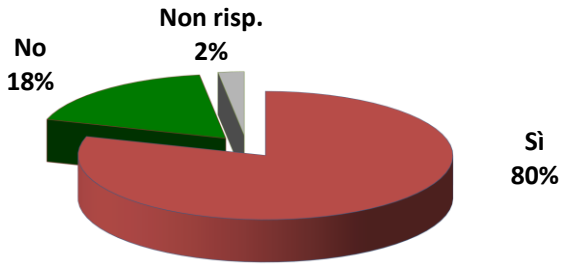
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL 4° TRIMESTRE 2022



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**26%**	**13%**	**25%**	**24%**	**25%**	**24%**	**50%**	**37%**
% ricerca tra aziende con dip.	34%	25%	33%	33%	45%	25%	60%	46%
% ricerca tra aziende senza dip.	3%	0%	0%	8%	0%	0%	25%	7%

Il **26% delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del 4° trimestre 2022** (il linea con le osservazioni degli anni scorsi, sempre compresa tra il 25% e il 30%). Questa percentuale è del 34% tra aziende con dipendenti, e solo del 3% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** sono stati decisamente i **settori turismo** (50%) e **ristorazione** (37%), mentre **la ricerca è stata meno frequente negli altri settori.**

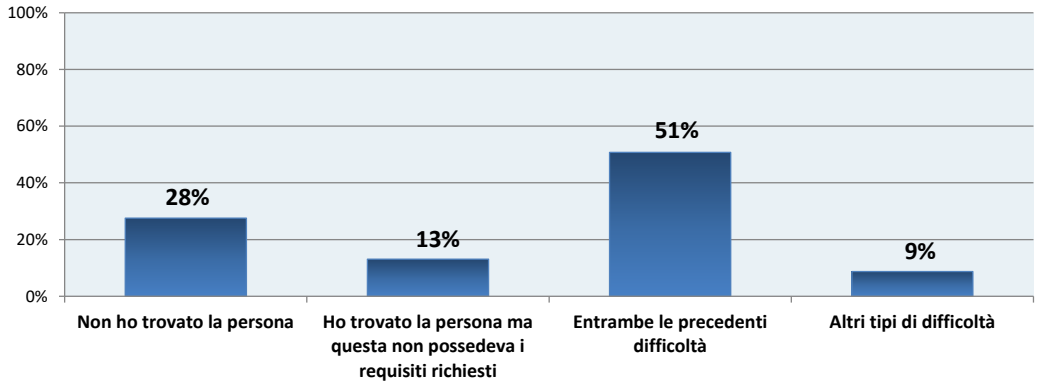
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	**80%**	56%	88%	63%	50%	91%	86%	92%

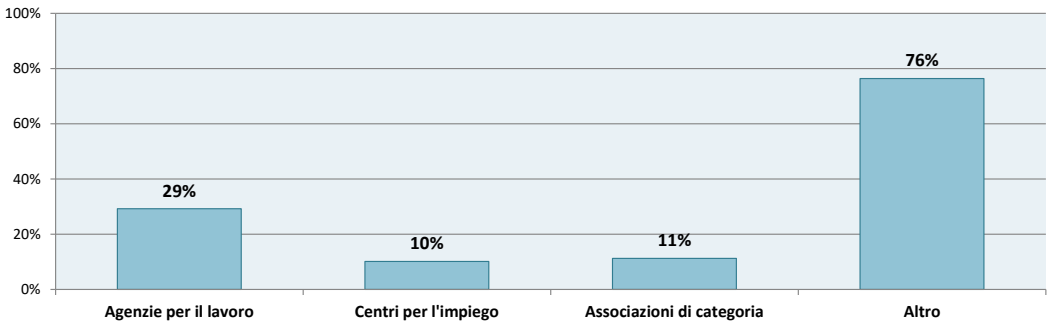
L'**80**% delle aziende che hanno cercato personale dichiarano di aver riscontrato difficoltà (in linea con le osservazioni dei singoli trimestri dell'ultimo anno). Percentuale **elevata in tutti i settori**, ad eccezione dei servizi (50%), dettaglio prodotti per la persona (56%) e dettaglio alimentare (63%).

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



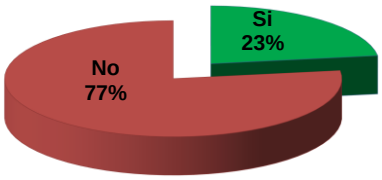
Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona nel 79% dei casi**, e la **mancanza dei requisiti nei candidati (segnalata da 64% degli intervistati).** Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà.

A CHI SI E' RIVOLTO



Le imprese che hanno cercato personale si sono rivolte **per il 29% ad agenzie per il lavoro**, per il 10% a centri per l'impiego e per l'11% ad Associazioni di categoria. La grande maggioranza ha scelto altri sistemi tra i quali prevalgono gli annunci (principalmente on-line, su social), il passaparola e le conoscenze personali.

% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE

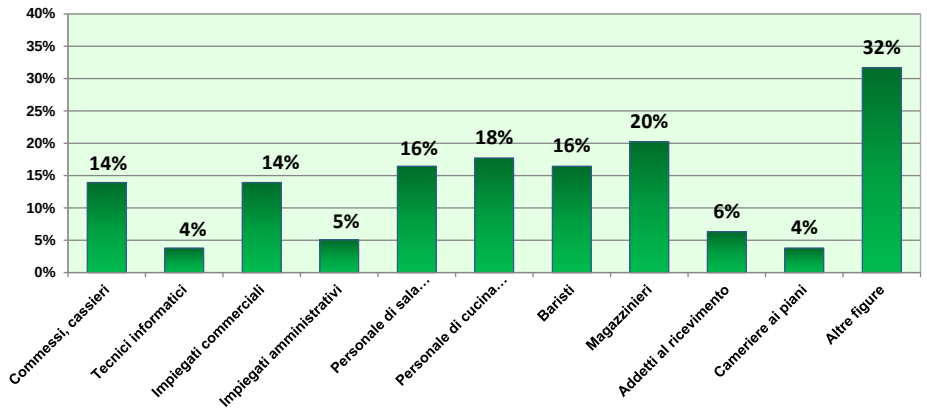


	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**23%**	7%	28%	12%	23%	24%	43%	36%
% ricerca tra aziende con dip.	**29%**	14%	38%	14%	32%	25%	50%	42%
% ricerca tra aziende senza dip.	**6%**	0%	0%	8%	11%	0%	25%	13%

Il **23% 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 nell'ultimo 2022). Questa percentuale è del 29% tra aziende con dipendenti, e solo del 6% tra le aziende senza dipendenti.

Più attivi attualmente **nella ricerca** sono i **settori turismo** (43%) e **ristorazione** (36%).

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE – tra le aziende che cercano personale



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Commessi, cassieri	**14%**	20%	56%	55%	0%	0%	0%	8%
Tecnici informatici	**4%**	0%	0%	25%	22%	0%	0%	0%
Impiegati commerciali	**14%**	40%	11%	25%	11%	27%	0%	0%
Impiegati amministrat.	**5%**	0%	0%	0%	11%	9%	17%	0%
Personale di sala (camerieri)	**16%**	0%	0%	0%	0%	0%	57%	38%
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	**18%**	0%	0%	0%	0%	0%	50%	46%
Baristi	**16%**	0%	0%	0%	11%	0%	17%	46%
Magazzinieri	**20%**	20%	33%	25%	0%	45%	0%	4%
Addetti al ricevimento	**6%**	0%	0%	0%	0%	0%	47%	4%
Cameriere ai piani	**4%**	0%	0%	0%	0%	0%	17%	8%
Altre figure	**32%**	40%	33%	50%	56%	36%	0%	21%

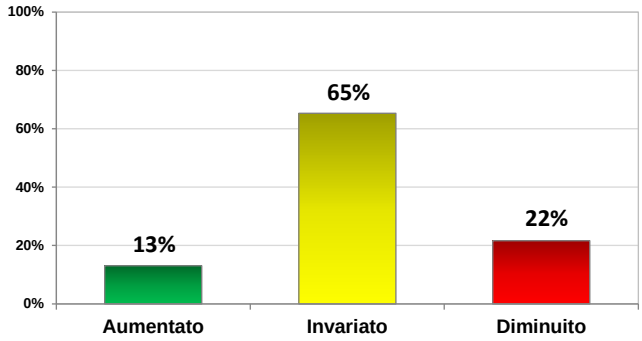
Le figure professionali maggiormente ricercate sono il **personale di sala** (cercate dal 57% delle imprese del turismo e dal 38% della ristorazione che stanno cercando personale), **personale di cucina** (cercate dal 50% delle imprese del turismo e dal 46% della ristorazione), **addetti al ricevimento** (cercate dal 47% delle imprese del turismo), **impiegati commerciali** (cercate dal 40% delle imprese dettaglio per la persona), **magazzinieri** (45% delle imprese dell'ingrosso), **commessi e cassieri** (cercati dal 55% delle imprese del dettaglio alimentare e di prodotti per la casa).

ANDAMENTO DIPENDENTI - 4° TRIMESTRE 2022

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel 4° trimestre 2022.

VARIAZIONE NUMERO DI DIPENDENTI NEL 4° TRIMESTRE 2022

Tra aziende con almeno un dipendente



SALDO

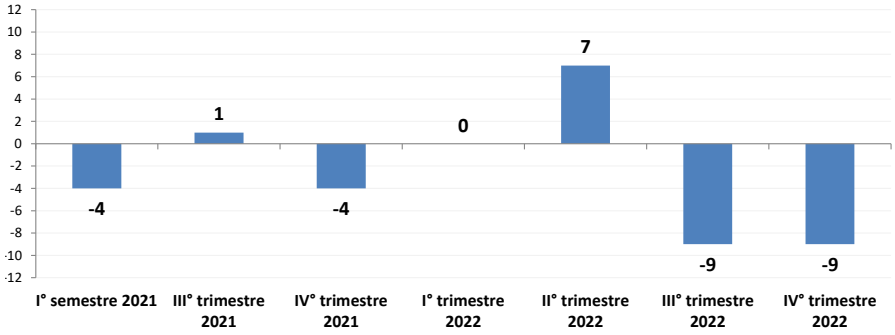
% aumentato - % diminuito

-9

Il quarto trimestre 2022 è stato **un periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti** (il 65% delle aziende con dipendenti ha mantenuto **invariato il numero di dipendenti**, percentuali analoghe a quanto osservato nel primo, secondo e terzo trimestre 2022). **Nella restante minoranza delle aziende si osserva un lieve prevalere dei casi di diminuzione (22%) rispetto ai casi di aumento (13%)**.

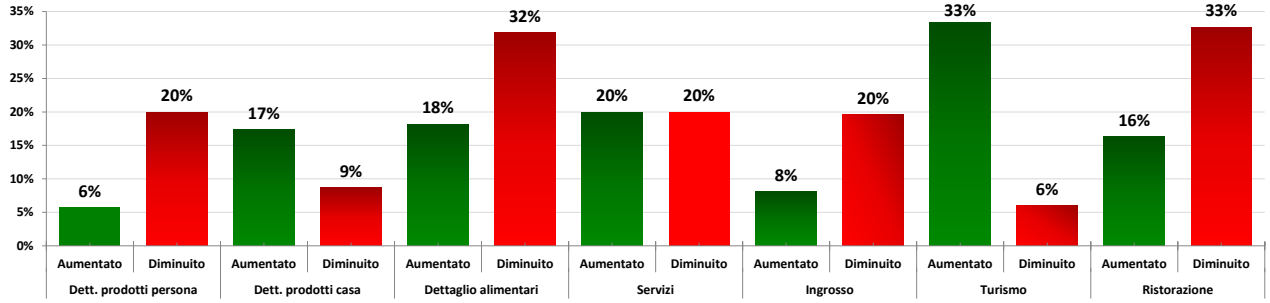
TREND DEL SALDO

differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione



Il **saldo** (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) **è negativo (-9)** dopo che **era stato identico nel terzo trimestre (-9), positivo (+7) nel 2° trimestre e prima ancora in equilibrio (0) nel 1° trimestre 2022**.

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 4° TRIMESTRE 2022 – PER SETTORE



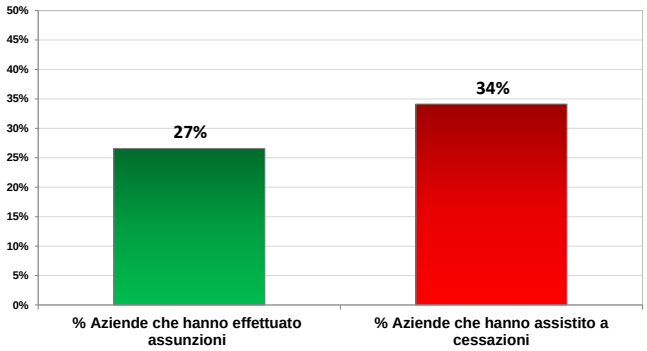
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 4° trimestre con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osservano **come tutti i settori, ad eccezione del dettaglio del turismo, dei prodotti per la casa e servizi, sono prevalsi i casi di diminuzione**: in particolar modo nella **ristorazione** (-17). A seguire il **dettaglio alimentari** (-14), **prodotti per la persona** (-14) e **ingrosso** (-12).

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 4° TRIMESTRE 2022

Si analizza <u>la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel 4° trimestre 2022</u>.

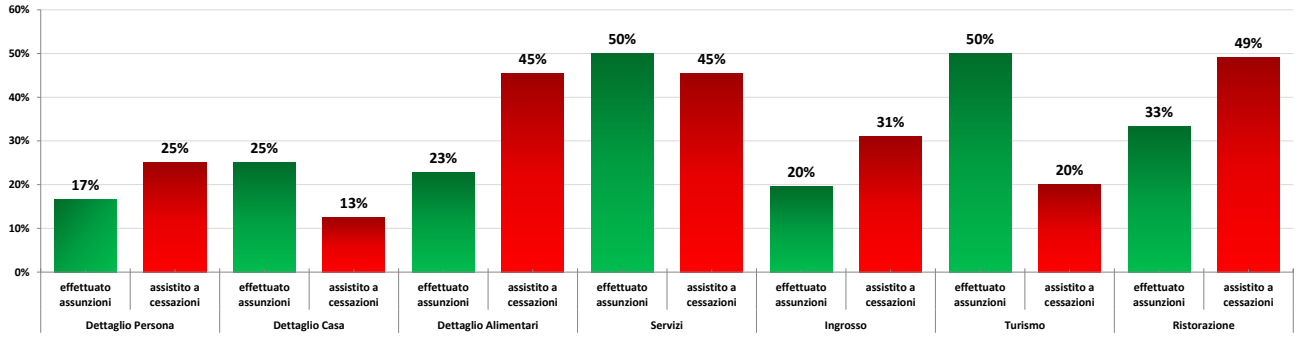
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 4° TRIMESTRE 2022

tra aziende con almeno un dipendente



Il 27% delle aziende con dipendenti **ha effettuato almeno una assunzione** nel 4° trimestre 2022 (erano state il 27% anche nel terzo trimestre, il 35% nel secondo trimestre e 22% nel primo trimestre), mentre il **34%** hanno **assistito ad almeno una cessazione** di rapporti di lavoro nel periodo (rispetto al 32% del terzo trimestre, al 30% del secondo trimestre e 25% del primo trimestre).

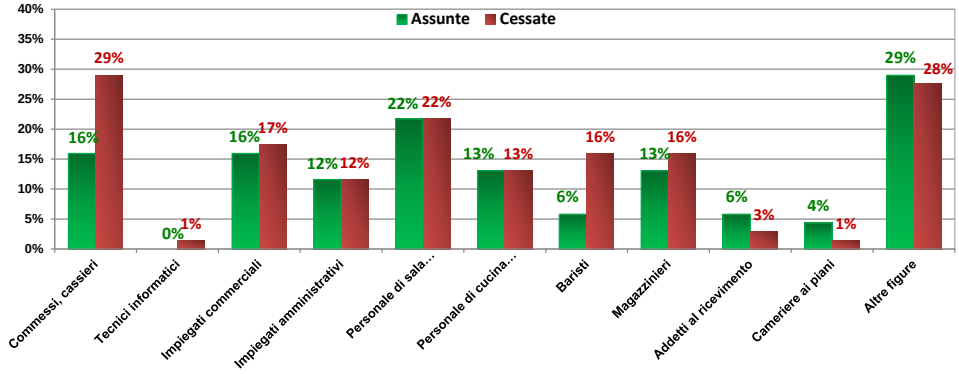
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 4° TRIMESTRE 2022 - PER SETTORE



Si è osservato un **sostanziale prevalenza di aziende che hanno assistito a cessazioni rispetto a quelle che hanno effettuato assunzioni nei seguenti settori: ristorazione** (49% vs 33%), ingrosso (31% vs 20%), **dettaglio alimentari** (45% vs 23%) e leggermente nel **dettaglio prodotti per la persona** (25% vs 13%).

FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 4° TRIMESTRE 2022

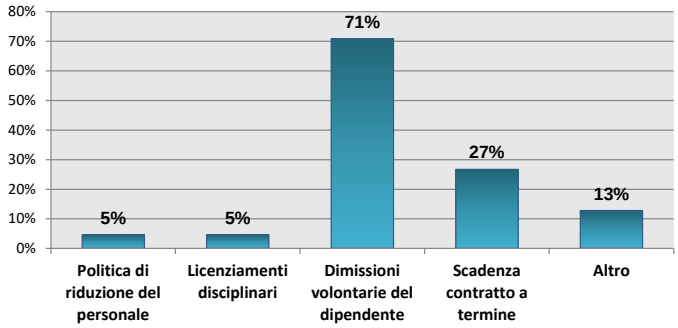
% di aziende che le ha assunte/cessate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il **turnover per figura professionale** si vede **equilibrio tra la frequenza di ingresso** (rispetto a quella di uscita) **in quasi tutte le figure**, tranne i **commessi/cassieri e i baristi** dove **prevalgono le frequenze di uscita rispetto a quelle di ingresso**.

MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – 4° TRIMESTRE 2022

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



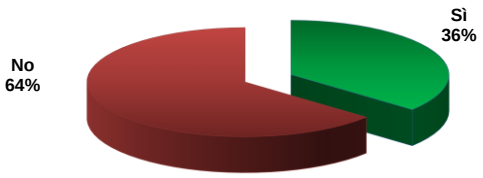
I **motivi delle cessazioni** osservate sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 71% delle aziende con cessazioni, in lieve aumento rispetto alle rilevazioni passate) e **scadenza dei contratti a termine** (27%, in linea calo rispetto al passato). Solo nel 10% è stata una scelta dell'azienda.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si intende verificare se le intervistate hanno, nel 4° trimestre 2022, fatto formazione dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 4° TRIMESTRE 2022

tra le aziende con dipendenti



Formazione dipendenti – per settore

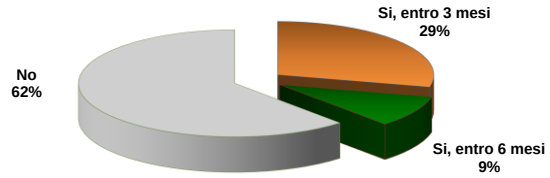
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	**36%**	17%	42%	32%	50%	45%	30%	28%

Il **36%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel 3° trimestre 2022** (il linea con il primo e secondo trimestre, mentre nel terzo trimestre era leggermente calata al 29%). **Più attivi** nella formazione l'**ingrosso** e i **servizi.**

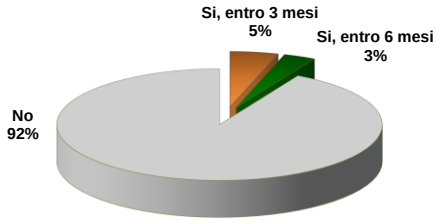
PREVISIONI OCCUPAZIONALI – da qui a sei mesi

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



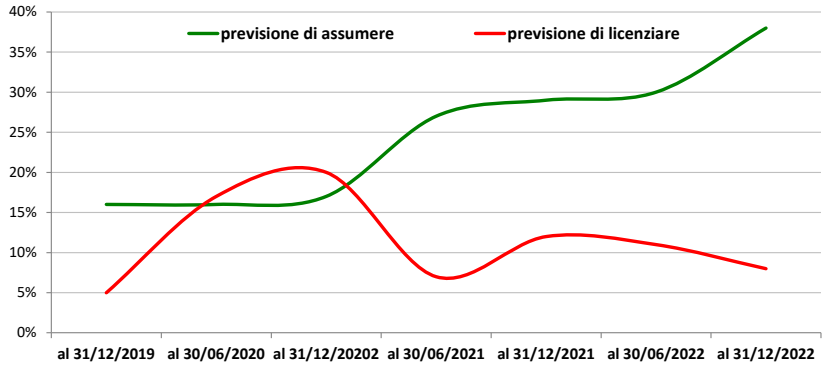
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
prevede di assumere nei prossimi 6 mesi	**38%**	17%	30%	24%	32%	36%	35%	50%
prevede di licenziare nei prossimi 6 mesi	**8%**	8%	8%	10%	14%	3%	4%	13%

Una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 38%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, **una quota inferiore** (8% 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 nella prima metà del 2021.** E' rimasta costante fino a metà 2022, e nella seconda metà è cresciuta ulteriormente come mai osservato in passato.

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 2022.**

FINE REPORT

SINTESI

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 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).

L'11% 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** (40%) o **discreto** (49%).

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 **nel corso del 2022 è andato ancora migliorando**.

Lo stato di salute al 31 dicembre 2022 mostra **valori positivi in tutti i settori**, ma **con criticità nel settore turismo** (dove la % di aziende che dichiarano uno stato di salute non buono è quasi il 30% e saldo di poco positivo). Anche **ristorazione, dettaglio alimentari e dettaglio prodotti per la persona** mostrano uno **stato di salute leggermente peggiore rispetto al dato complessivo del terziario.**

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL 2022

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

Il **22%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **peggioramento del proprio stato di salute** (leggero o marcato) **nel corso del 2022** (erano il 28% nei primi 6 mesi del 2022 e pertanto la seconda metà dell'anno può essere considerata migliorativa).

Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **migliorato** (**40%**) o **rimasto invariato** (38%).

Il 2022 ha mostrato un **prevalente peggioramento dello stato di salute** tra le aziende del **dettaglio di prodotti alimentari** e del **dettaglio prodotti per la persona** (saldo negativo e % di aziende che dichiarano di aver assistito ad un peggioramento superiore al 35%). Prevalente **miglioramento nel 2022** (quindi saldo positivo) invece **negli altri settori**, particolarmente nel turismo e ristorazione e nei servizi..

ANDAMENTO FATTURATI: 2022 RISPETTO A 2021

E' stato chiesto alle aziende l'andamento dei fatturati nel 2022 rispetto al 2021 (aumentato – invariato – diminuito) e la variazione %.

Il **20%** 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 44%** dei casi mentre è **rimasto invariato** nel **36**%. Come risultato di queste tendenze si è osservato un aumento medio del 5%.

Hanno osservato una **contrazione dei fatturati i settori del dettaglio**: **alimentari** (38% casi di riduzione, e calo medio del -4.5%). Mediamente stabile l'andamento anche negli altri due comparti del dettaglio (prodotti per la persona e per la casa) dove il 2022 ha mostrato fatturati mediamente invariati rispetto al 2021, seppur con frequenti casi di perdite (30% e oltre). **Positivo**, invece, il **segno dei fatturati nel settore servizi**, **nell'ingrosso** ed in particolar modo nei settori che maggiormente avevano osservato contrazione dei fatturati nel corso del 2021 ovvero **turismo e ristorazione**.

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 **33%** 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** (50%) **e ristorazione** (45%) mentre **difficoltà meno frequenti** tra le aziende dell'**ingrosso** (20%).

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 alla stabilità**: infatti la **maggioranza delle imprese prevede stabilità** del proprio stato di salute nei prossimi sei mesi (il 69%) mentre le restanti si dividono in **18% di ottimiste che prevedono un miglioramento** e **13% di pessimiste che prevedono peggioramento**.

Questo "clima di fiducia" (differenza tra "ottimisti" e "pessimisti") **è andato peggiorando** dopo il picco positivo osservato a metà 2021 assestandosi fino a fine 2022 **su valori di equilibrio**

Il **clima di fiducia migliore** lo si osserva tra le aziende del **turismo e ristorazione** e dei **servizi** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quindi saldo positivo). **Negativo**, invece, il clima di fiducia nei settori del **dettaglio di prodotti non alimentari** (per la persona e per la casa).

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 **38%**) **prevede di assumere nei prossimi 6 mesi**, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, **nello stesso periodo, una quota inferiore** (8% 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 31 dicembre 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 **12%** 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 57% lo ritiene solido ovvero "sufficiente anche nel medio periodo".

Queste percentuali **hanno osservato un lieve miglioramento, verso un livello di liquidità "solida", 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 12% attuale.

Il **livello di liquidità più critico lo segnala decisamente il dettaglio prodotti alimentari** (22% di casi critici e saldo +19). Il settore che **mostra meno criticità in assoluto è l'ingrosso.**

DIFFICOLTA' DELLA CLIENTELA

E' stato chiesto alle aziende se stanno osservando sintomi di difficoltà nella clientela (leggeri, marcati o assenti) e se nel corso del 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 .

La **maggioranza delle aziende** (79%) vede, al 31 dicembre 2022, **sintomi di difficoltà tra i propri clienti** (nel 58% dei casi leggera, nel 21% 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 di prodotti per la persona e di alimentari (quasi il 90%) e **più contenute nell'ingrosso e nel turismo.**

E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate negli ultimi 12 mesi**: questo è avvenuto secondo il **69% delle aziende** (nel 50% in maniera leggera, nel 19% marcata). Per il **28%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate** rispetto a 12 mesi fa, e solo per il 3% sono diminuite. **In tutti i settori prevalgono i casi di aumento delle difficoltà dei clienti ispetto ai casi di diminuzione** (saldo negativo) ma il peggioramento nelle difficoltà dei clienti è **più frequente nei settori del commercio al dettaglio di alimentari e prodotti per la persona.**

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 41%) mentre, tra le restanti aziende, nel **27% dei casi** è **diminuito** (nel 20% dei casi leggermente diminuito, nel 7% decisamente diminuito) mentre nel **32%** è **aumentato** (26% leggermente e 6% decisamente).

INFLAZIONE

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato nel corso del 2022 e se parallelamente hanno applicato un aumento dei prezzi e se intendono farlo nel corso del primo semestre 2023.

L'**aumento medio dei costi aziendali** in tutto il terziario è stato pari al **+18%,** ed è stato **osservato un aumento dal 96% delle intervistate**. Gli aumenti dei costi aziendali risultano **più frequentemente di intensità elevata** (oltre il 20%) **tra le aziende della ristorazione** (38% rispetto al 22% complessivo del terziario), **degli alimentari** (32%) e **del turismo** (31%).

L'**aumento medio dei prezzi applicati** nello stesso periodo in tutto il terziario è stato pari al **+8%** ed è stato attuato dal **78% delle aziende** intervistate. La quota di aziende che hanno applicato un aumento prezzi è **più marcata** negli **alimentari** (la totalità).

Il 71% prevede di aumentare i prezzi nel corso dell'ultimo trimestre 2022. Più frequente questa previsione nel **dettaglio di prodotti alimentari** (87% delle aziende lo prevedono).

PREOCCUPAZIONI

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

Il **43%** 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 **leggermente aumentata rispetto a metà 2022** quando erano il 36%. Il dato più alto si registra nella ristorazione (61%) e negli alimentari (50%).

Il **32**% **teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività**: questo dato è rimasto **in linea rispetto alle rilevazioni sia di inizio 2022 che di metà 2022** (in pieno covid quando erano salite al 37%). Dato particolarmente elevato nel turismo (36%) e nella ristorazione (40%).

Il **12% teme nuovi lock-down** nei prossimi mesi (dato in netta diminuzione rispetto a 6 mesi fa quando erano il 42%) senza particolari differenze settoriali.