OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELLA PROVINCIA DI VICENZA

ANNO 2016

SECONDO MONITORAGGIO

Aprile – Maggio - Giugno

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

L'obiettivo dell'Osservatorio Occupazionale della provincia di Vicenza, giunto ormai **alla sua sesta edizione**, è di **monitorare la situazione economica delle aziende** della provincia di Vicenza e di individuare problematiche ed esigenze occupazionali nei settori commercio, turismo e servizi.

Attraverso **monitoraggi trimestrali** è possibile verificare l'andamento, nel tempo, delle aziende, con lo scopo finale di **verificare i mutamenti** relativamente ad argomenti importanti quali: mansioni, figure professionali, assunzioni, tipologie contrattuali, formazione, strategie contro la crisi, andamento economico e problematiche ad esso collegate.

Conoscere i fabbisogni e le esigenze delle aziende permetterà di individuare alcune linee di sviluppo necessarie per una **migliore programmazione di iniziative volte a supportare la ripresa economica delle aziende stesse.**

La metodologia utilizzata per la realizzazione del progetto, è caratterizzata dai seguenti elementi:

1) realizzazione di un questionario "ad hoc" tarato in modo specifico per i temi di interesse del presente monitoraggio;
2) per una questione di praticità e di maggiore diffusione dell'indagine, dal 2014 la modalità di somministrazione e raccolta dati avviene **esclusivamente "online"**, attraverso una piattaforma telematica accessibile, da parte delle aziende

interessate a partecipare all'indagine, dai siti dell'Ente Bilaterale e della Confcommercio di Vicenza;

3) i dati così raccolti vengono elaborati ed analizzati ed in forma anonima. I risultati vengono poi illustrati in un report trimestrale che descrive, con l'ausilio di grafici e tabelle, quanto emerso dall'indagine;

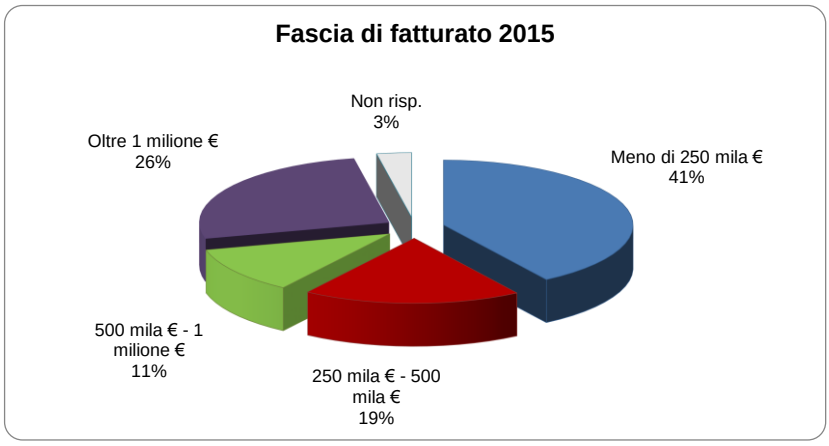
L'ANALISI

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

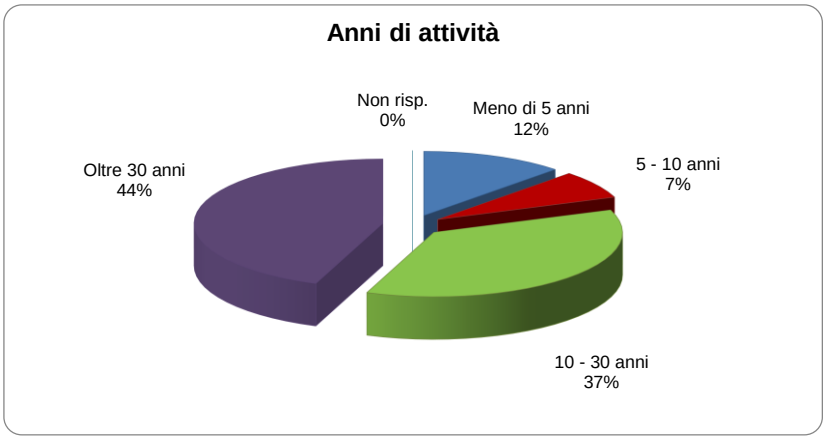
CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

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

Fascia di fatturato: il campione di questo trimestre è costituito prevalentemente da aziende con fatturato inferiore a 250 mila € (il 41%), ma anche da aziende con fatturato superiore a 1 milione di € (26%).



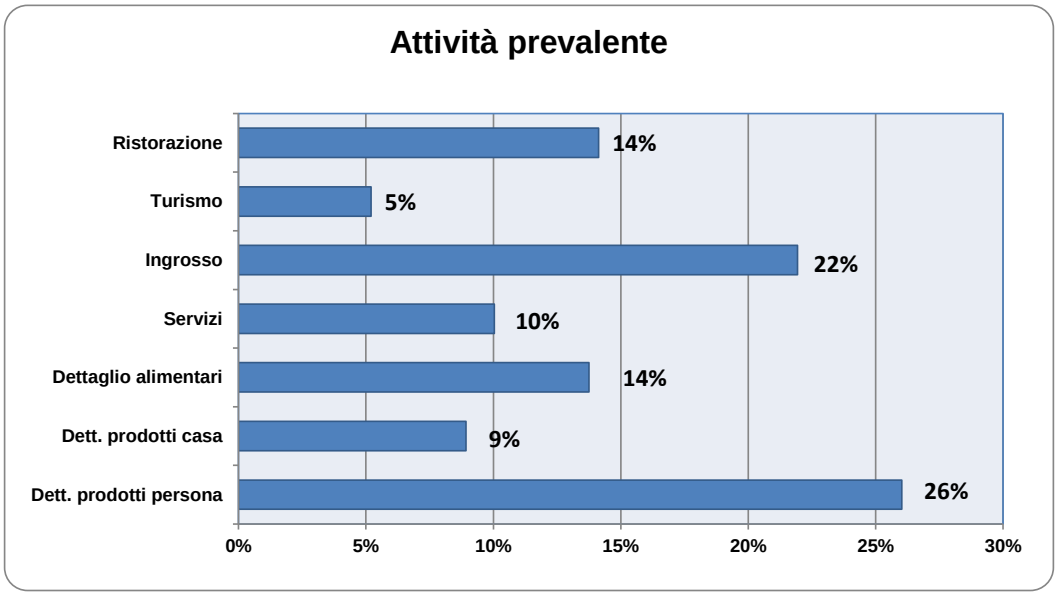
Anni attività: la maggioranza delle aziende è in attività da oltre 30 anni.



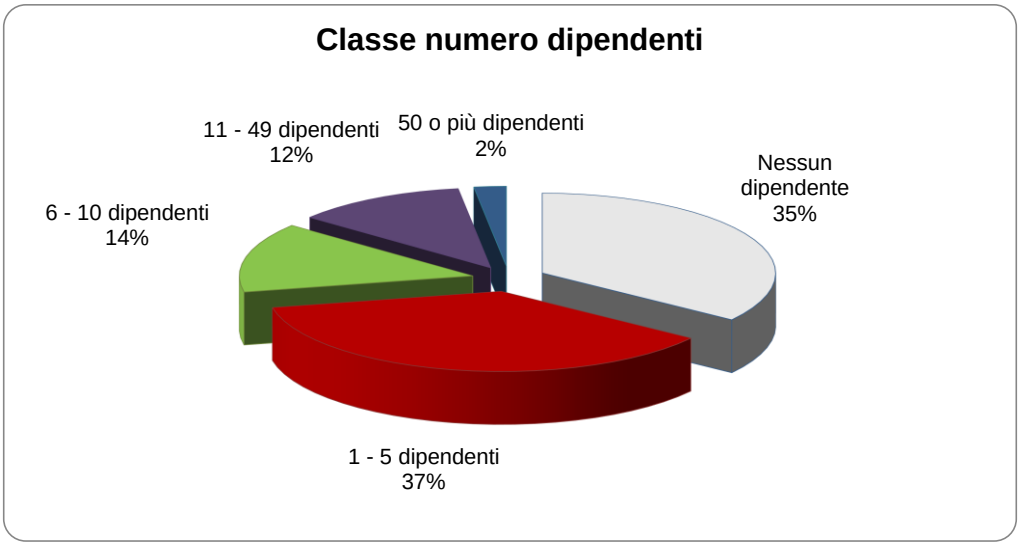
Attività prevalente: il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (49%) seguito dall'ingrosso con il 22%.

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

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



Numero di dipendenti: il 35% delle aziende interpellate non ha dipendenti, mentre il 65% ha almeno un dipendente (la maggioranza con il 37% ha meno di 5 dipendenti).



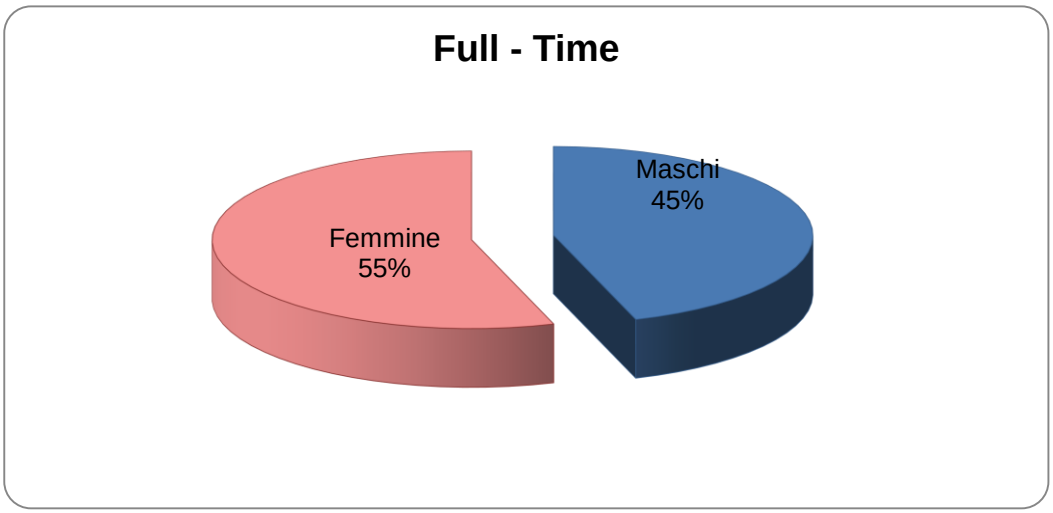
Di seguito si riporta anche la specifica per classe di dipendenti suddivisa per singoli settori che mostra come le aziende con dipendenti siano più diffuse nel settore dell'ingrosso (92%) e della ristorazione (74%).

Classe di dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	**Dettaglio Casa**	**Dettaglio Alimentari**	**Servizi**	**Ingrosso**	**Turismo**	**Ristoraz.**
Nessun dipendente	**53%**	**33%**	**49%**	**41%**	**8%**	**36%**	**26%**
Con dipendenti	**47%**	**67%**	**51%**	**59%**	**92%**	**64%**	**74%**
1 - 5 dipendenti	33%	29%	35%	30%	36%	43%	55%
6 - 10 dipendenti	9%	21%	14%	11%	24%	7%	11%
11 - 49 dipendenti	6%	8%	3%	11%	31%	14%	5%
50 o più dipendenti	0%	8%	0%	7%	2%	0%	3%

CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI

Per quanto riguarda il **numero dei dipendenti totali**, rilevati dalla presente indagine, si riscontra una maggioranza di dipendenti di sesso femminile (55%) rispetto a quelli di sesso maschile (45%).



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

Sesso dei dipendenti per settore

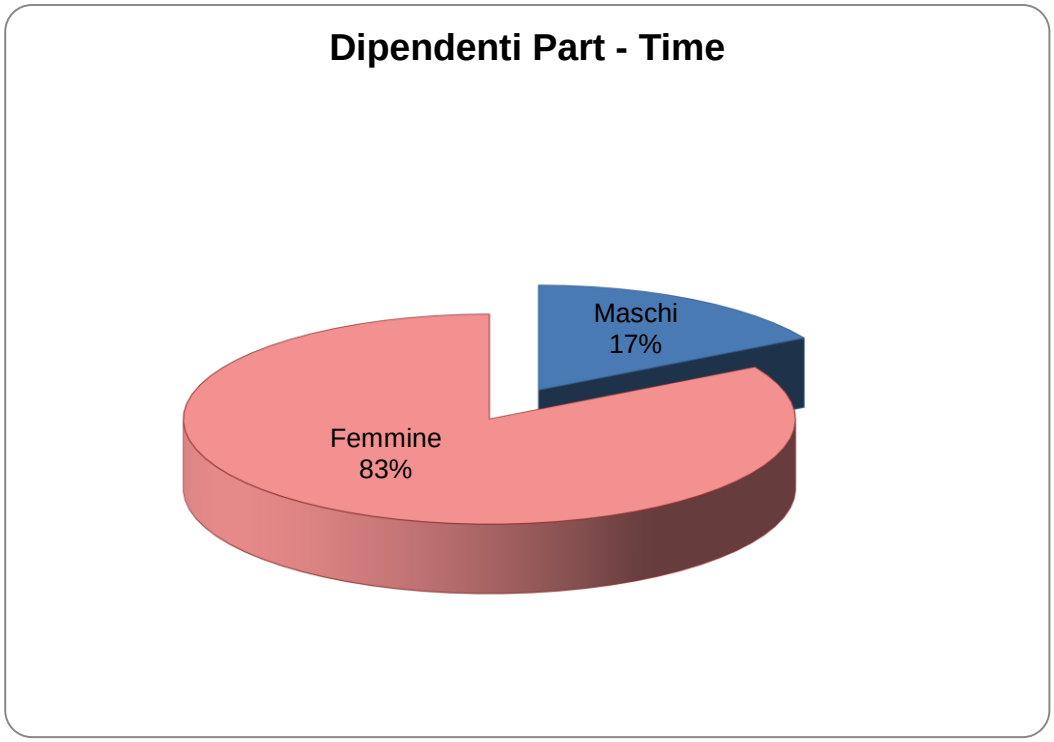
	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% Maschi	45%	42%	28%	27%	66%	47%	37%
% Femmine	55%	58%	72%	73%	34%	53%	63%

Nel campione il **part-time** costituisce il **16,7% del totale dei dipendenti**, dato in calo rispetto al trimestre precedente (28,9%).
I settori che utilizzano di meno questa tipologia contrattuale sono il commercio al dettaglio per la persona e l'ingrosso, mentre la ristorazione spicca con il 34,2%.

Percentuale dipendenti part-time per settore

TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristorazione
16,7%	10,0%	16,7%	16,2%	14,8%	11,9%	28,6%	34,2%

Il dato relativo al part-time evidenzia che questa tipologia di contratto riguarda maggiormente le donne (l'83% dei dipendenti part-time è di sesso femminile).



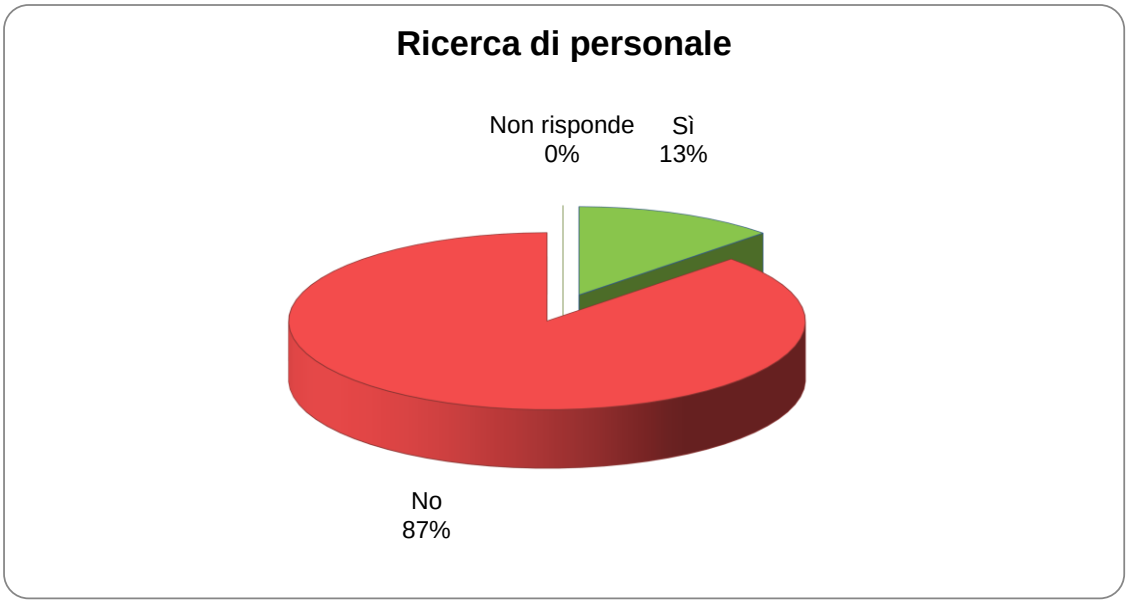
Complessivamente il **16,7% delle aziende intervistate ha impiegato lavoratori a voucher** nel trimestre. **Tale percentuale è maggiore nei settori della ristorazione (34,2%) e del turismo (28,6%).**
Mediamente ogni azienda ha impiegato 0,6 lavoratori a voucher.

Impiego dei voucher per settore

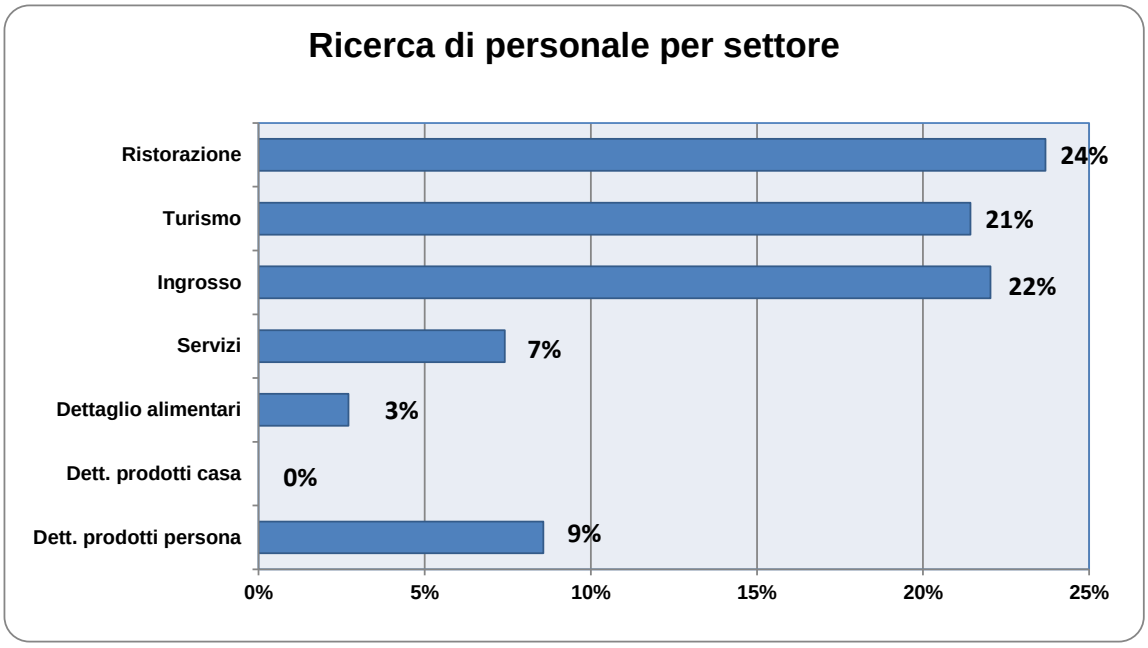
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende	**16,7%**	10,0%	16,7%	16,2%	14,8%	11,9%	28,6%	34,2%
n. medio lavoratori a voucher impiegati	**0,6**	0,2	0,3	0,2	1,0	0,6	1,1	1,3

RICERCA PERSONALE – SECONDO TRIMESTRE 2016

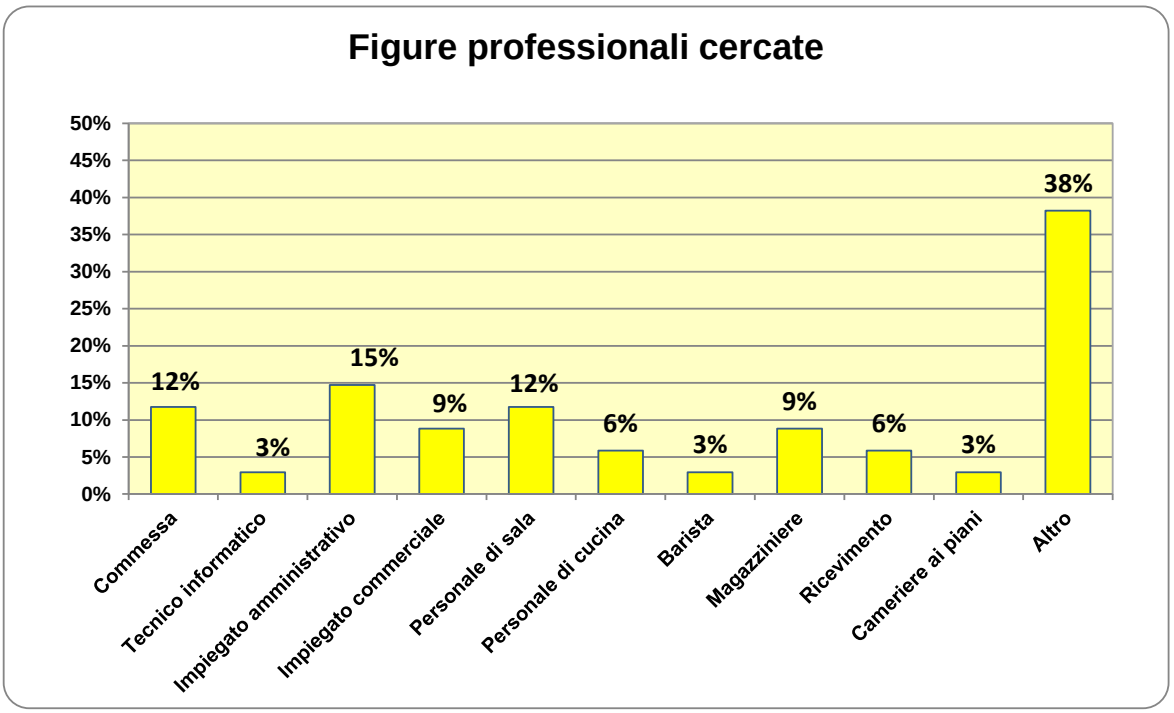
Come illustrato nel grafico successivo, il 13% delle aziende interpellate ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato è in calo in quanto nel trimestre precedente (primo trimestre 2016) aveva cercato personale il 14% delle aziende, mentre nello stesso trimestre dell'anno scorso (secondo trimestre 2016) il 16%.



La specifica successiva mostra che i settori della ristorazione e del turismo sono quelli che in questo trimestre hanno effettuato una maggiore ricerca di personale (rispettivamente il 24% ristorazione e 22% l'ingrosso).

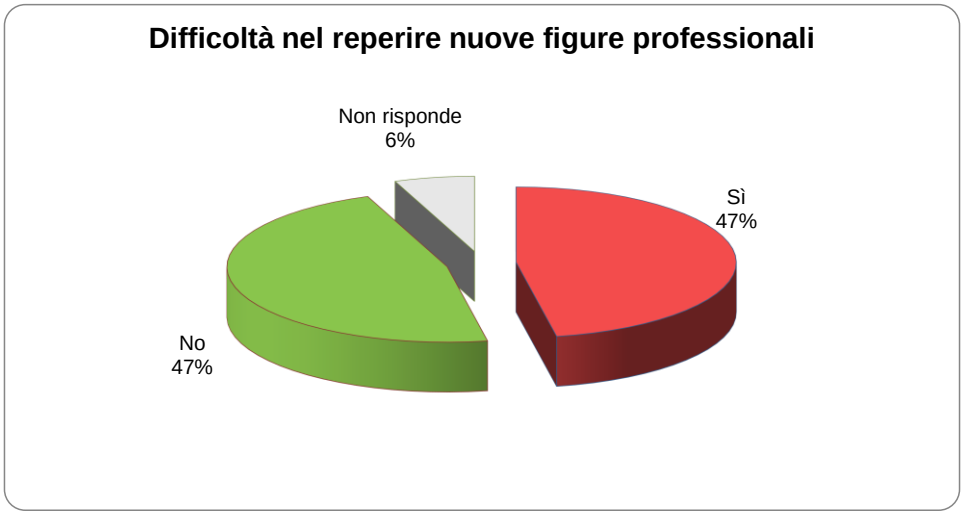


Relativamente alle **figure professionali,** quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state l'impiegato amministrativo (dal 15%), il personale di sala e commesse (con il 12%), magazzinieri e impiegato amministrativo (con il 9%), con ovvie specificità settoriali.

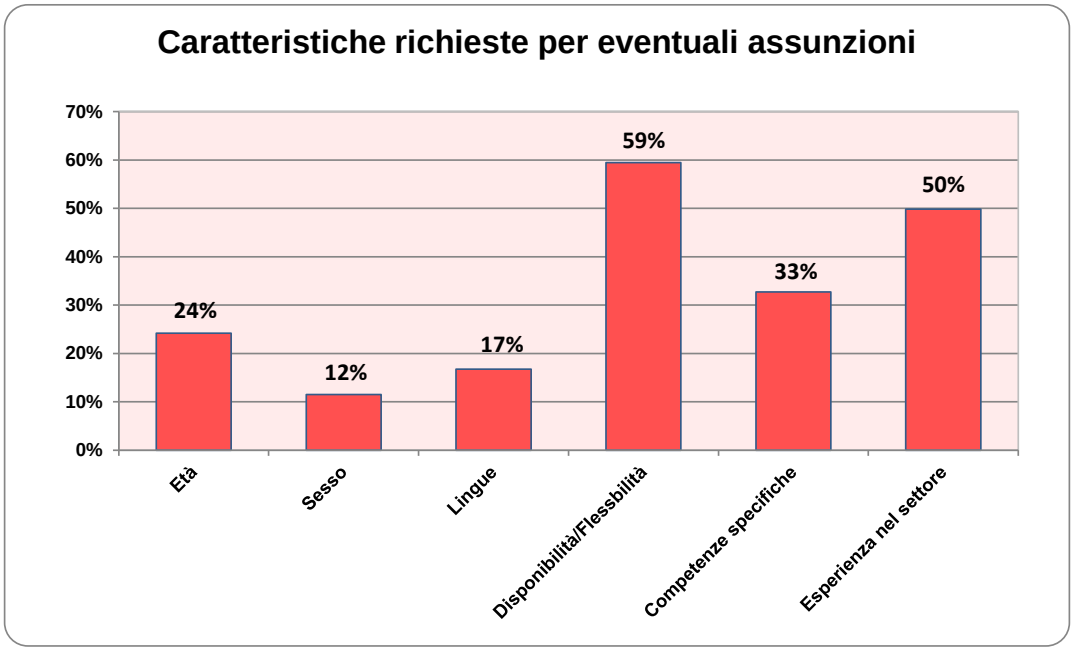


Importante, inoltre, la verifica relativa ad eventuali **difficoltà riscontrate nel reperire nuovo personale** in questo trimestre.

Tra le aziende che hanno cercato personale il 47% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (in aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, quando erano il 38% quelli che dichiaravano difficoltà).

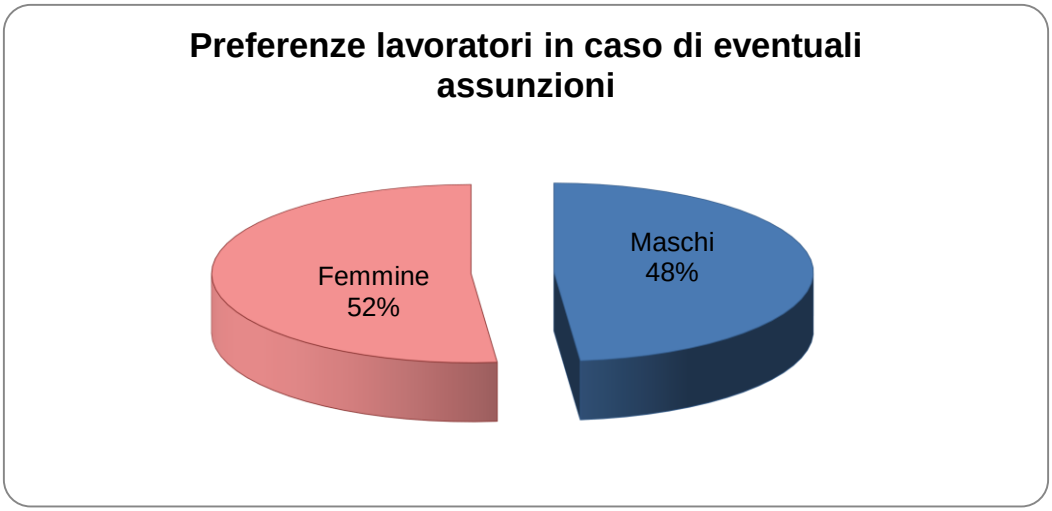


Relativamente a quali **caratteristiche** siano considerate **fondamentali per eventuali nuove assunzioni**, riportiamo di seguito la specifica delle indicazioni rilevate dall'indagine dalla quale si evince che flessibilità e disponibilità continuano ad essere le caratteristiche maggiormente richieste (59%), così come l'esperienza (50%) dato in aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (47%).

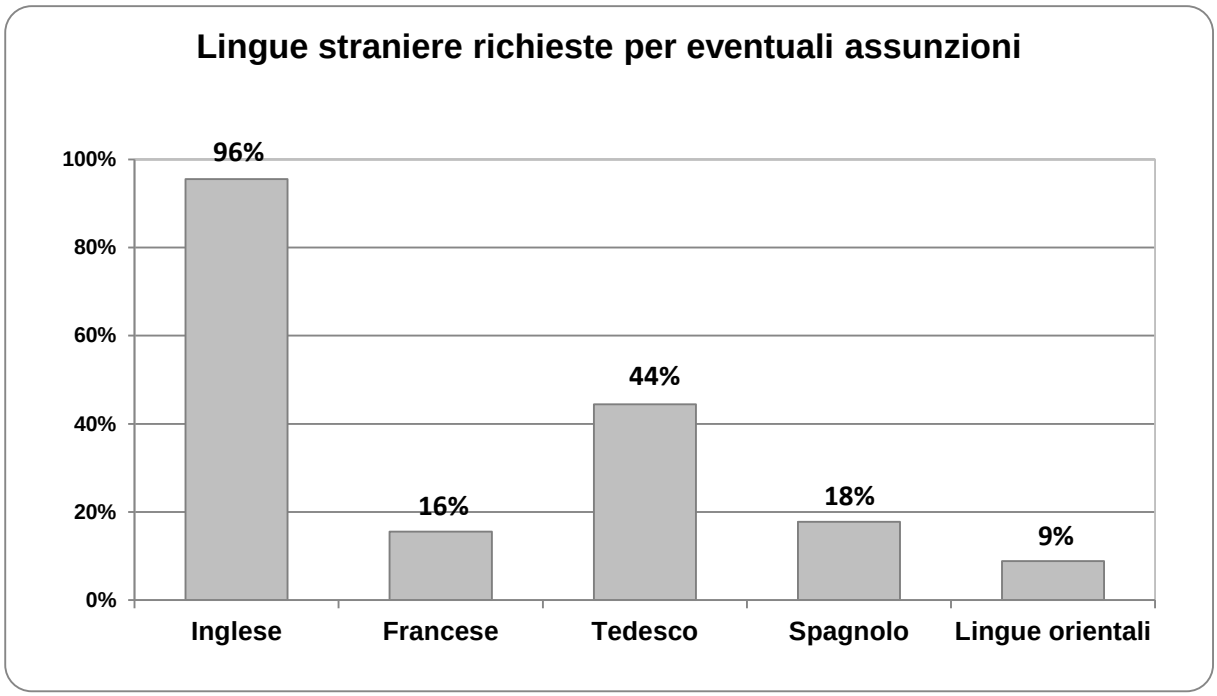


Per quanto riguarda, invece, **altre caratteristiche** ritenute importanti per eventuali nuove assunzioni:

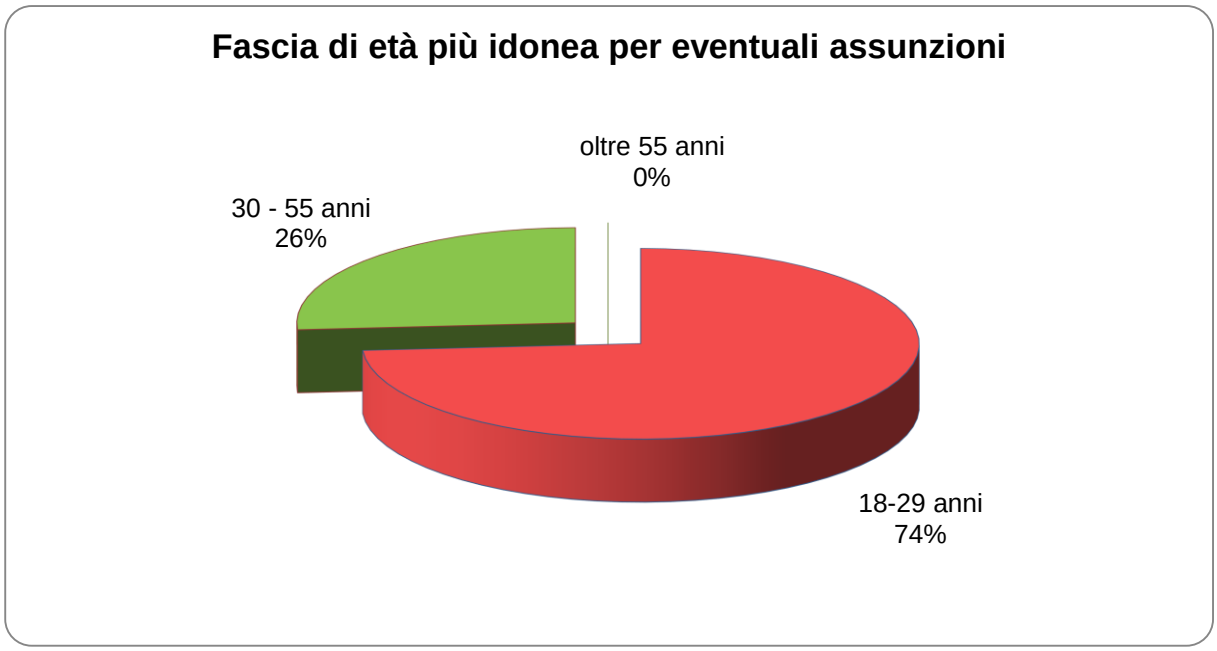
Sesso: il 12% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 52% esprime una preferenza nei confronti di lavoratrici femmine.



Lingue parlate: il 17% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese con il 96%, seguita dal tedesco con il 44%.

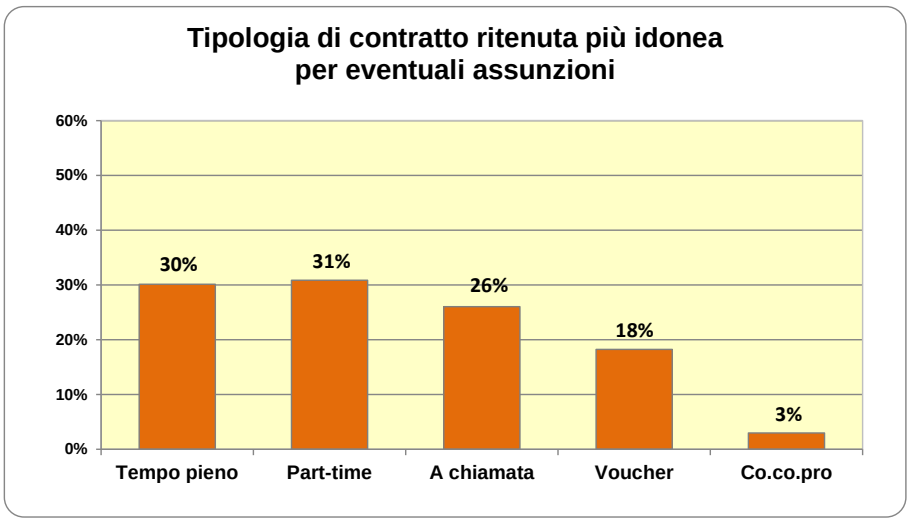


Età: il 24% da' importanza alla fascia d'età, e tra queste la maggior parte (74%) predilige la fascia dai 18 ai 29 anni.



TIPOLOGIA DI CONTRATTO RITENUTA PIU' IDONEA

Per quanto riguarda la **tipologia di contratto più idonea** alle esigenze delle ditte interpellate, non risulta in questo trimestre una preferenza per un contratto ad altri. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è diminuita la preferenza per il contratto a chiamata. In aumento i contratti part-time rispetto al primo trimestre 2016.



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

Specifica tempo pieno

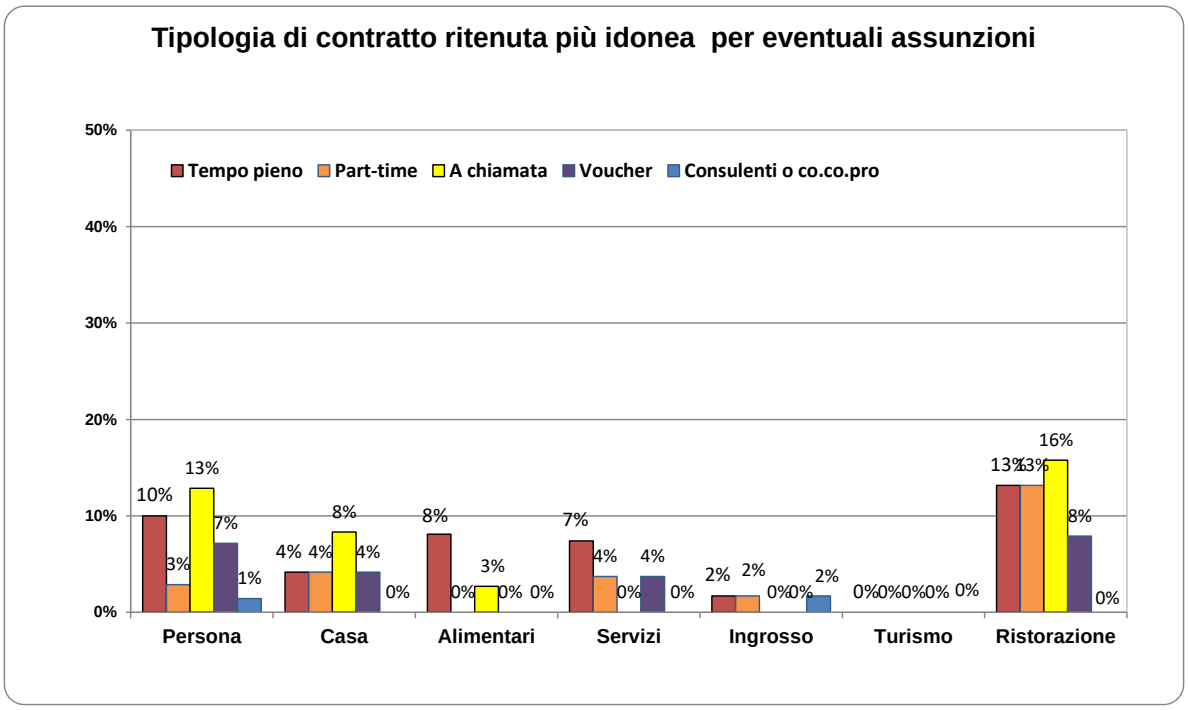
Tempo indeterminato	35,8%
Tempo determinato	45,7%
Apprendisti	19,8%

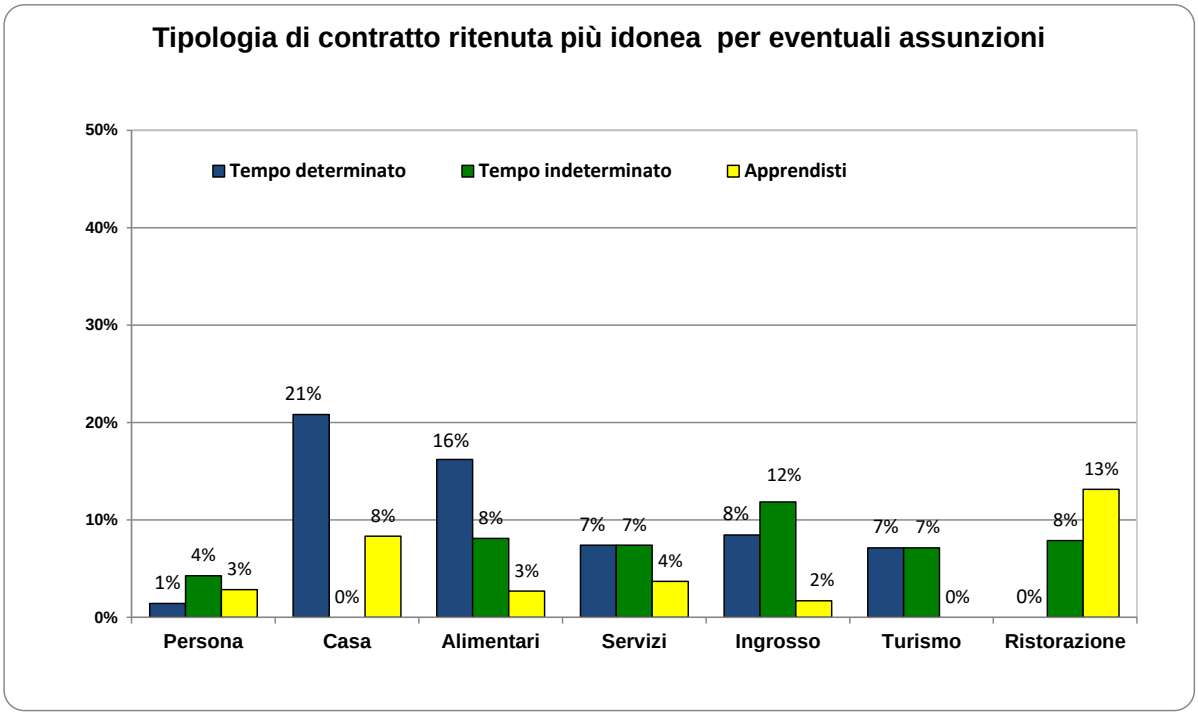
Per quanto riguarda invece il contratto part-time c'è una preponderanza di gradimento per il tempo determinato.

Specifica part time

Tempo determinato	44,6%
Tempo indeterminato	25,3%
Apprendisti	27,7%

Nella specifica **per singolo settore**, appare evidente che la situazione cambia in base alle differenti esigenze. Il settore della ristorazione mostra una preferenza dettata dalla tipologia di lavoro con il contratto a chiamata (16%) o a tempo pieno e part-time (13%), mentre il commercio per la casa mostra una preferenza per il lavoro a tempo determinato (21%), così come il commercio al dettaglio di prodotti alimentari (16%).

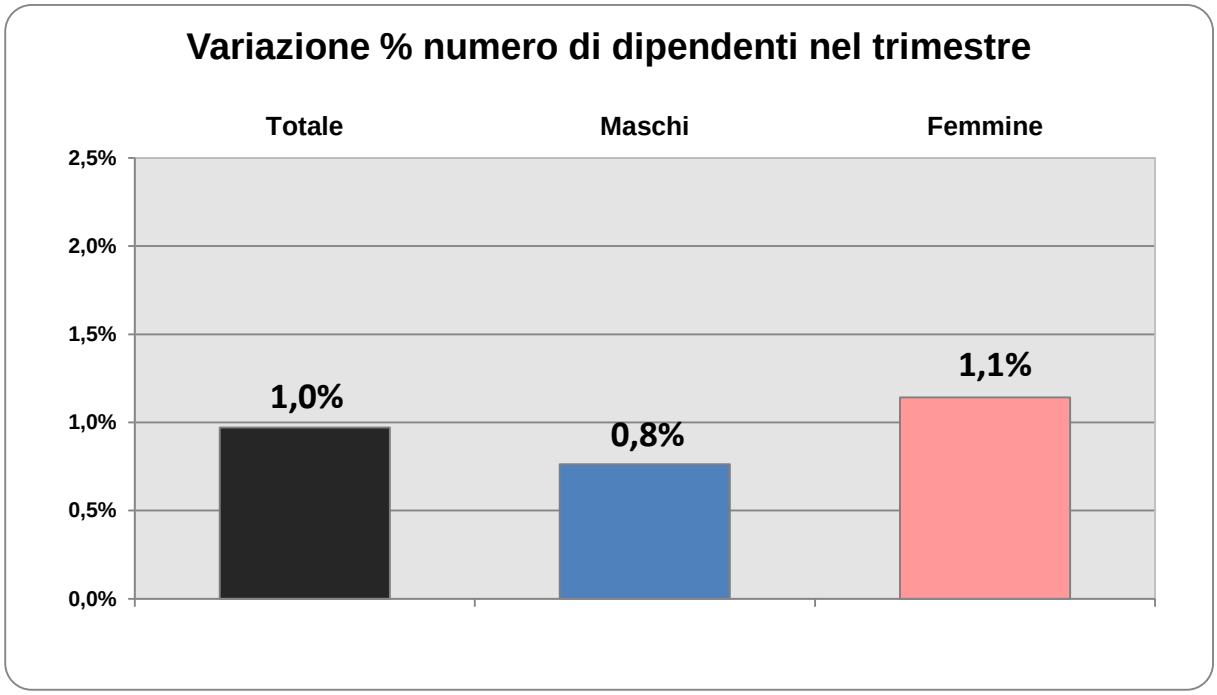




ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO
II° TRIMESTRE 2016

Nel presente capitolo si è ritenuto opportuno verificare **l'andamento delle assunzioni e delle cessazioni di rapporti di lavoro** dichiarate dalle aziende intervistate con riferimento al **secondo trimestre 2016**, nonché osservare quali figure sono state maggiormente interessate sia dalle assunzioni che dalle cessazioni.

Variazione del numero di dipendenti. La variazione percentuale del numero di dipendenti nel trimestre è stata di +1% (tra i maschi +0,8 e tra le femmine +1,1%). Nel trimestre precedente (primo trimestre 2016) la variazione era stata del -0,2% mentre nello stesso periodo dell'anno scorso (secondo trimestre 2015) era stata del +0,4%.



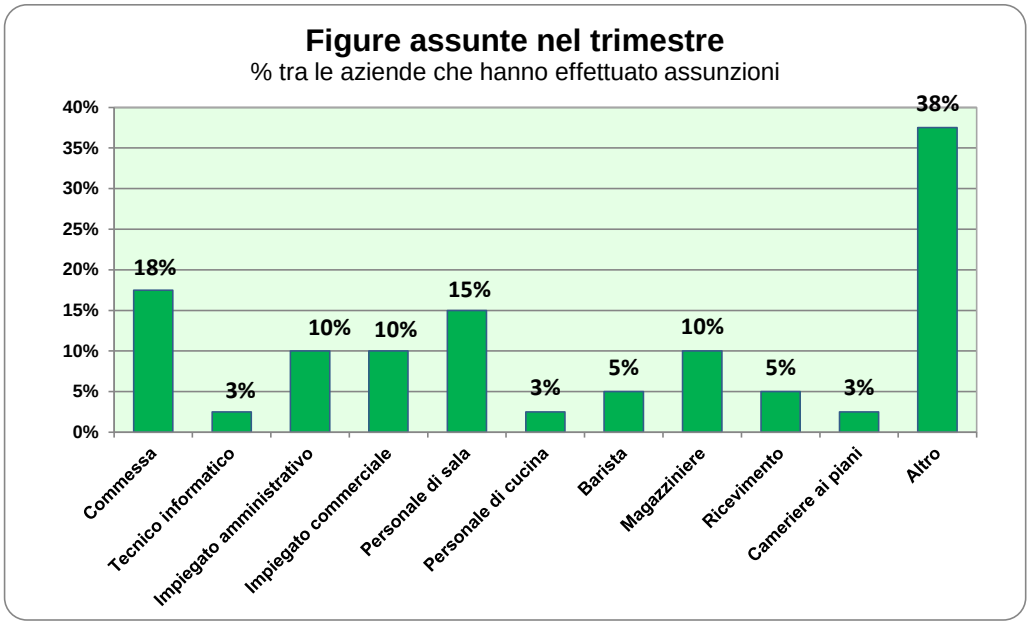
La specifica dei settori ci mostra notevoli differenze nei vari settori. Ha diminuito il numero di dipendenti in maniera più marcata il settore della ristorazione (per evidenti questioni di stagionalità del lavoro).

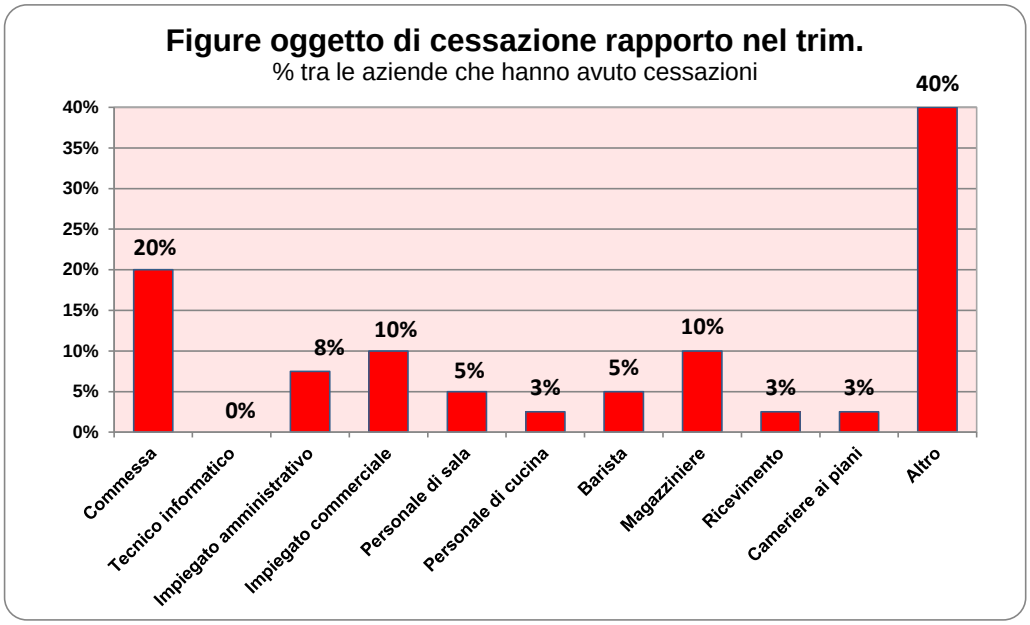
Variazione di personale tra le aziende con dipendenti per settore

Dettaglio Persona	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	15,6%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	81,3%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	3,1%
Dettaglio Casa	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	0,0%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	93,8%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	6,3%
Dettaglio Alimentare	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	5,3%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	89,5%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	5,3%
Servizi	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	17,6%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	64,7%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	17,6%
Ingrosso	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	18,5%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	70,4%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	11,1%
Turismo	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	22,2%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	77,8%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	0,0%
Ristorazione	Aziende che hanno **aumentato** il num. dipendenti	4,3%
	Aziende che hanno **mantenuto invariato** il num. dip.	73,9%
	Aziende che hanno **diminuito** il num. dipendenti	21,7%

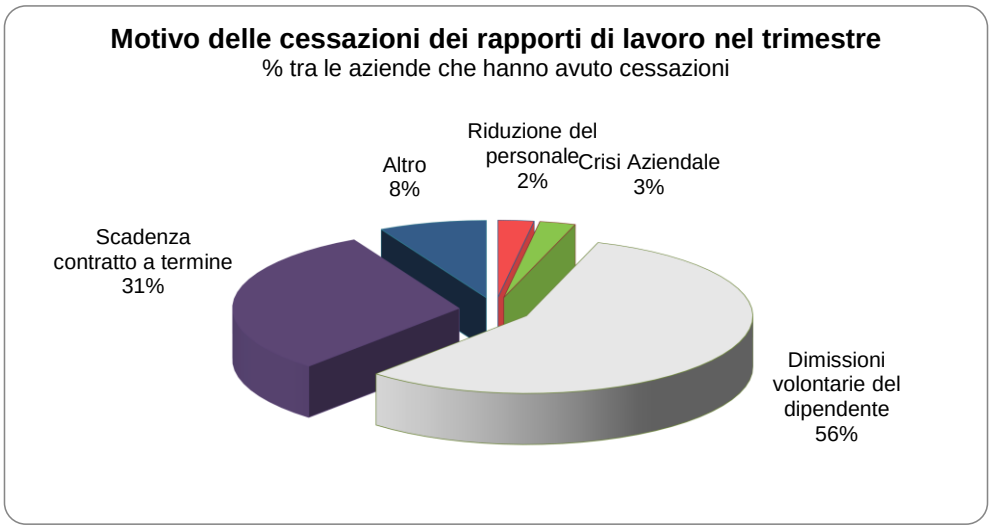
Relativamente alle **figure professionali** maggiormente ricercate dalle aziende nel trimestre e a quelle per le quali è cessato il rapporto di lavoro spicca:

- tra le figure maggiormente assunte sono le commesse (dal 18%) e il personale di sala (15%);
- al contempo le figure maggiormente oggetto di cessazione del rapporto risultano le commesse (20%) e l'impiegato commerciale (10%).

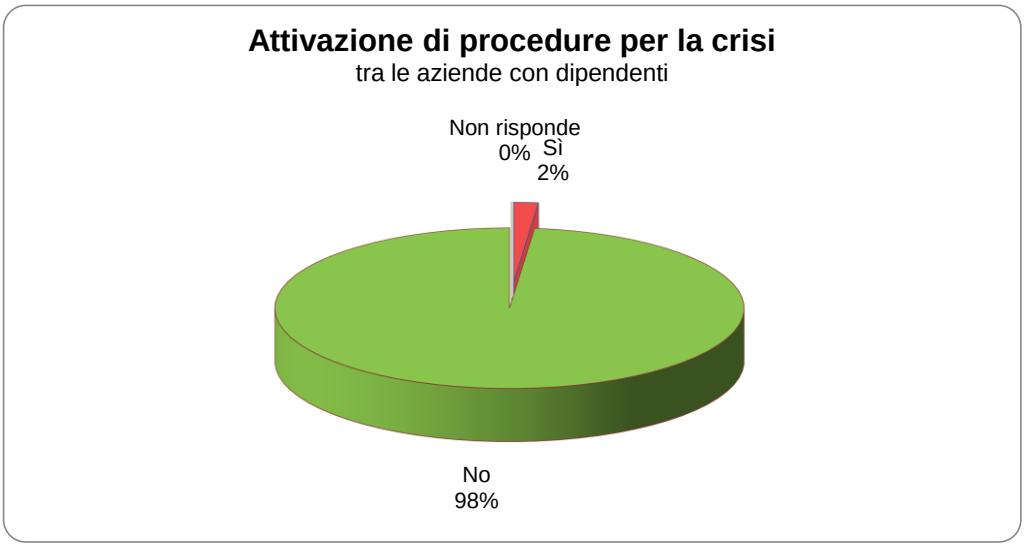




Motivi delle cessazioni di rapporto con dipendenti. I motivi alla base delle cessazioni in questo trimestre sono di varia natura. Tra le cause più frequenti ci sono le dimissioni volontarie del dipendente e la scadenza del contratto a termine.



Il 2% delle ditte interpellate con dipendenti dichiara di aver attivato particolari **procedure per far fronte alla crisi economica**, come appare dal seguente grafico (invariato rispetto al 2% rilevato nel primo trimestre 2016).



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

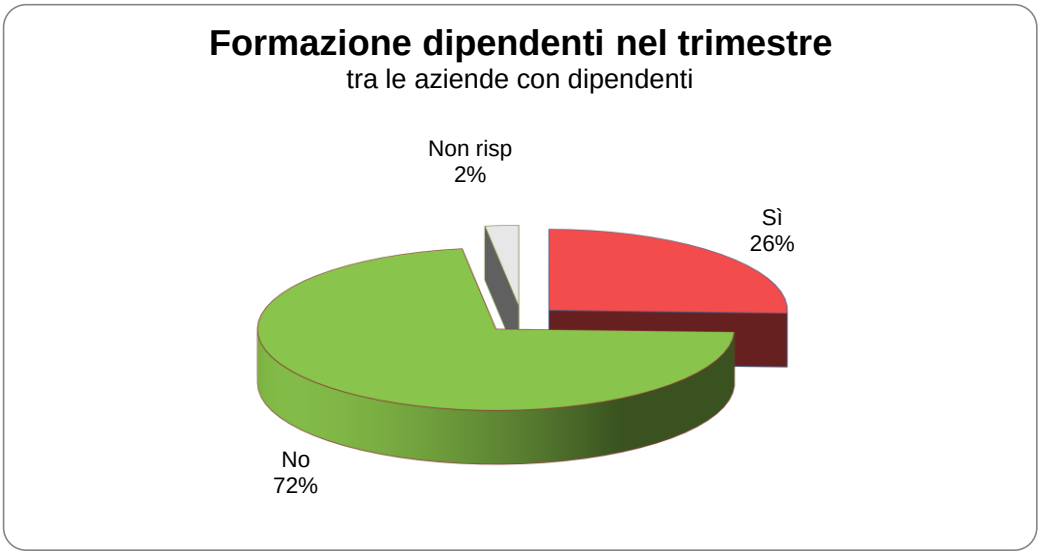
Utilizzo delle procedure per settori

	SI	NO
Dettaglio prodotti per la persona	3%	97%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	94%
Dettaglio di alimentari	5%	95%
Servizi	0%	100%
Comm. all'ingrosso	0%	100%
Turismo	0%	100%
Ristorazione	0%	100%

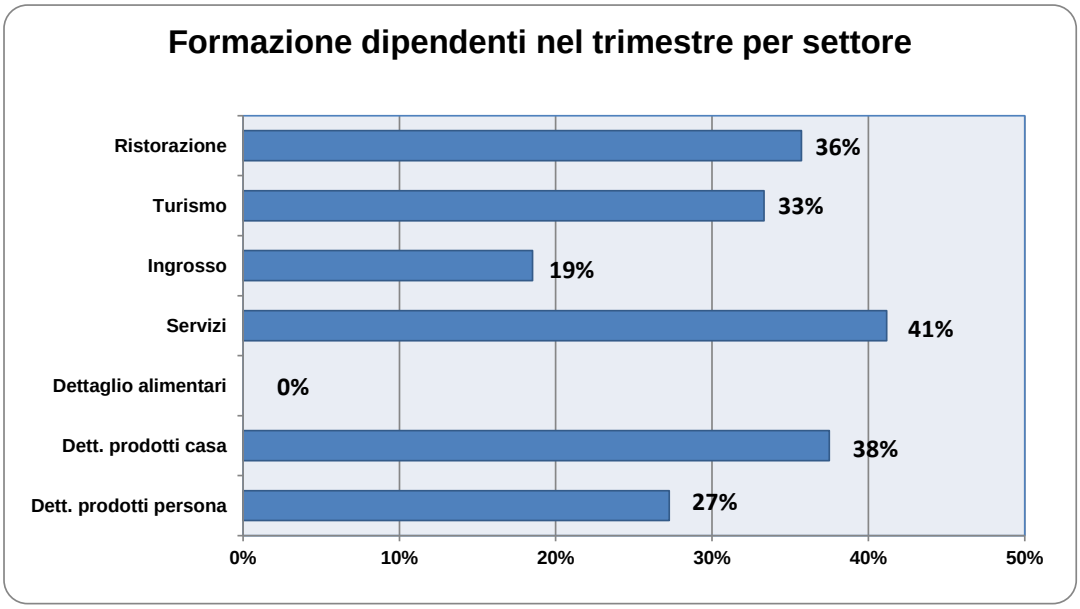
MANCA C.I.G.

FORMAZIONE

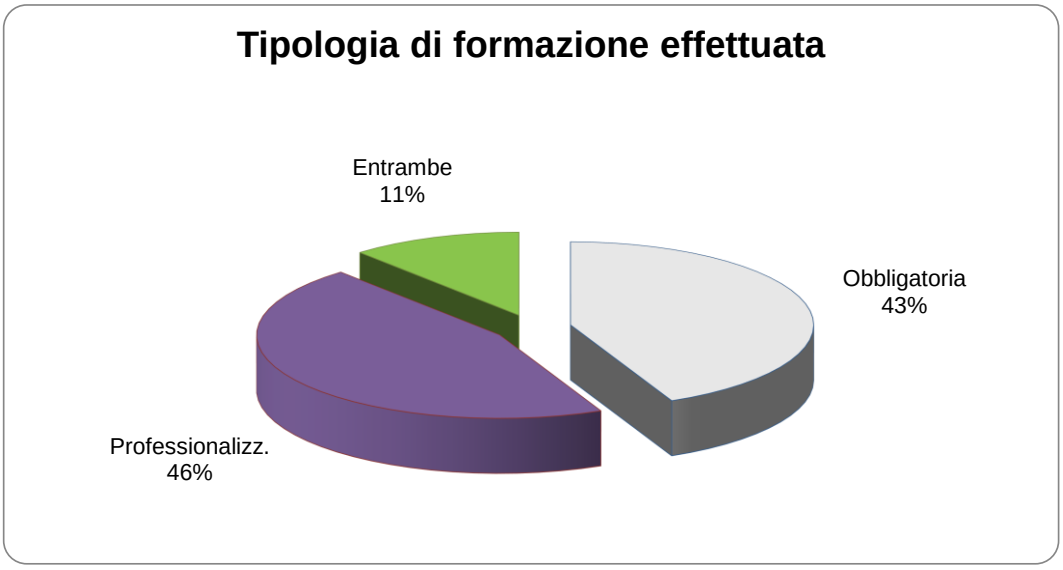
Si è ritenuto di interesse verificare se le aziende intervistate avessero, in questo trimestre, effettuato **formazione dei propri dipendenti** e di che tipo. Il 26% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta in diminuzione rispetto al trimestre precedente (33%).



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



Tipologia di formazione. Per quanto riguarda la tipologia di formazione effettuata, le aziende con dipendenti interpellate hanno risposto come evidenziato nel seguente grafico. La formazione obbligatoria risulta in diminuzione (43%) rispetto allo stesso periodo del 2015 (51%) mentre risulta in forte aumento quella professionalizzante (46%) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (35%).



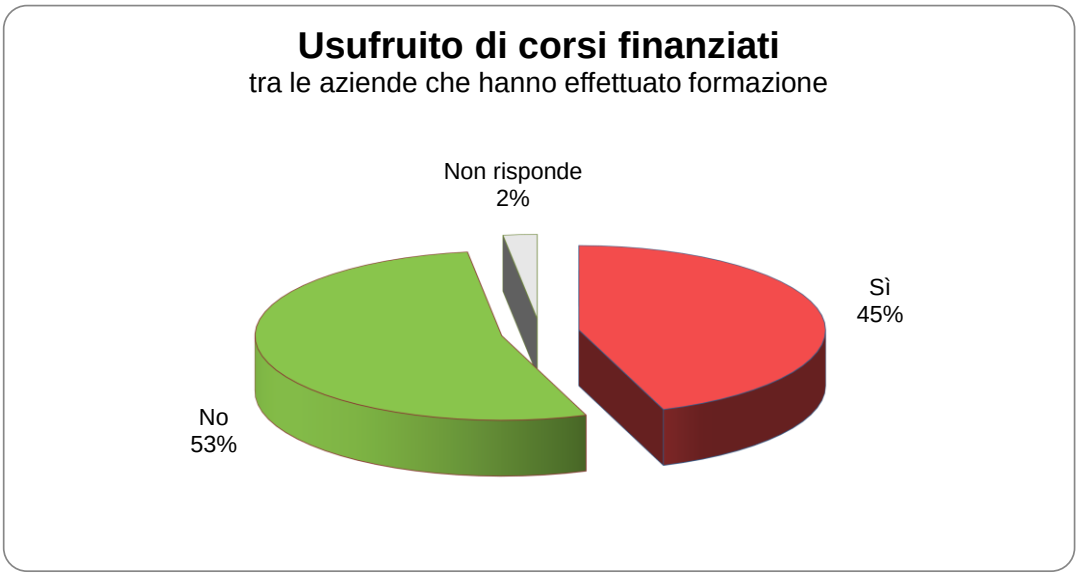
La specifica per singoli settori ci mostra come vi siano, a tale proposito, esigenze differenti.

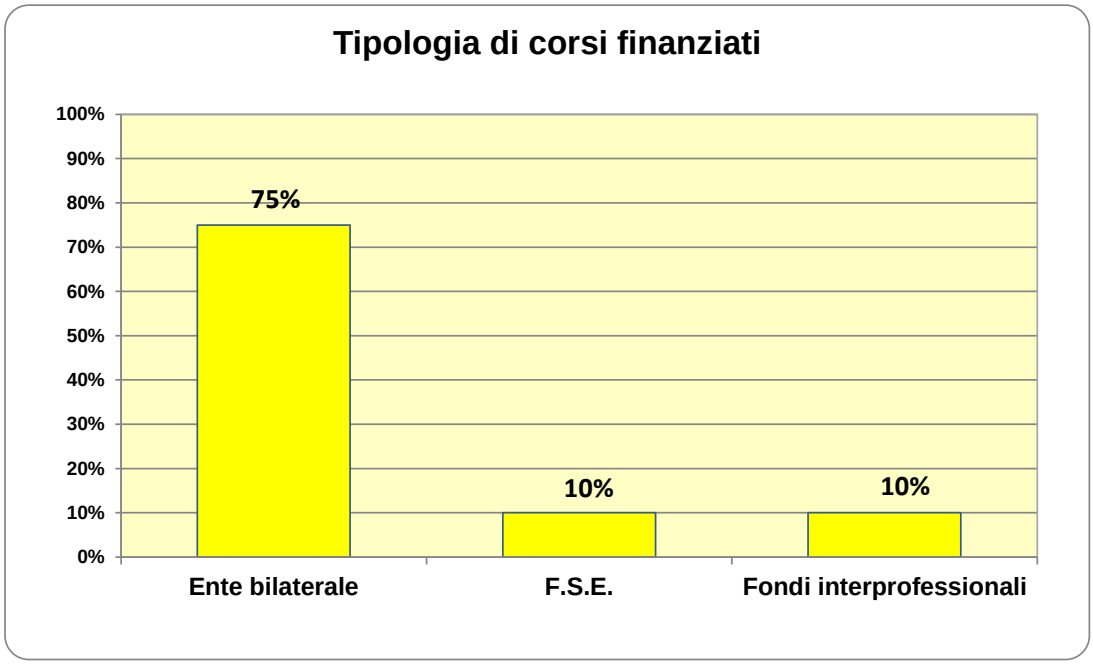
Tipologia di formazione per settore

	Obblig.	Profess.	Entrambe
Dettaglio prodotti per la persona	78%	22%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	17%	50%	33%
Dettaglio di alimentari	-	-	-
Servizi	29%	43%	14%
Comm. all'ingrosso	30%	60%	10%
Turismo	33%	67%	0%
Ristorazione	50%	40%	10%

Il numero di ore per singola azienda è di 25 ore per la formazione obbligatoria e 52 ore per quella professionalizzante.

Corsi finanziati. I corsi finanziati (il 45% delle ditte con dipendenti che hanno effettuato formazione dichiara di averne usufruito - dato in diminuzione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), sono prevalentemente quelli dell'Ente Bilaterale (75%) dato in diminuzione rispetto al trimestre precedente (86%). In diminuzione rispetto al trimestre precedente i corsi finanziati dal Fondo Sociale Europeo che sono passati dal 14% al 12%.

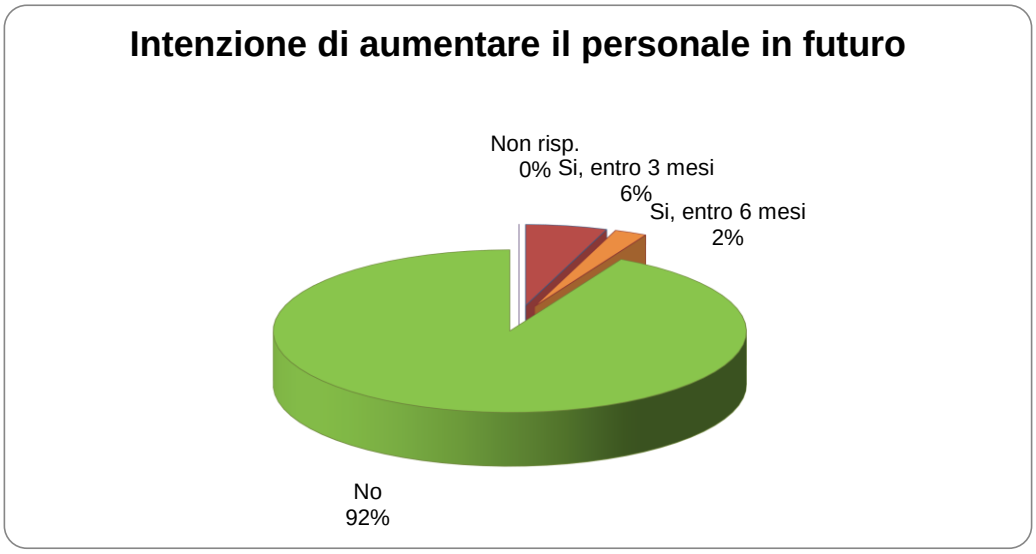




INTENZIONI FUTURE

Infine si ritiene di interesse percepire le intenzioni future delle aziende sotto il profilo occupazionale e pertanto si è chiesto loro se avessero **intenzione di aumentare** (a tutte le aziende) **o diminuire** (limitatamente alle ditte con dipendenti) **il numero di dipendenti** nei prossimi 3-6 mesi.

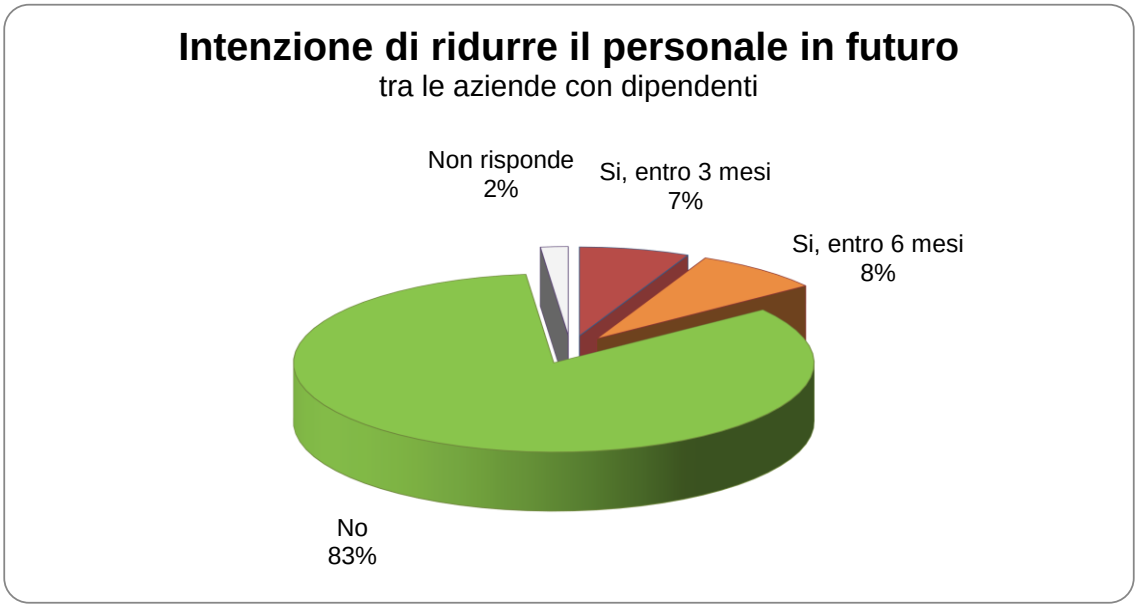
Intenzione di aumentare il numero di dipendenti: come appare dal grafico successivo il 6% delle aziende interpellate ha intenzione di aumentare il personale nei prossimi 3 mesi, in maniera più marcata tra le aziende dei servizi (15%).



Intenzioni di nuove assunzioni per settore – prossimo trimestre

	SI	NO	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	3%	97%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	100%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	100%	0%
Servizi	15%	85%	0%
Comm. all'ingrosso	3%	97%	0%
Turismo	14%	86%	0%
Ristorazione	13%	87%	0%

Intenzione di ridurre il numero di dipendenti: il 7% delle aziende con dipendenti (dato in aumento rispetto al trimestre precedente), ha intenzione di effettuare riduzioni di personale nel prossimo trimestre, soprattutto nel settore al dettaglio di prodotti per la persona.



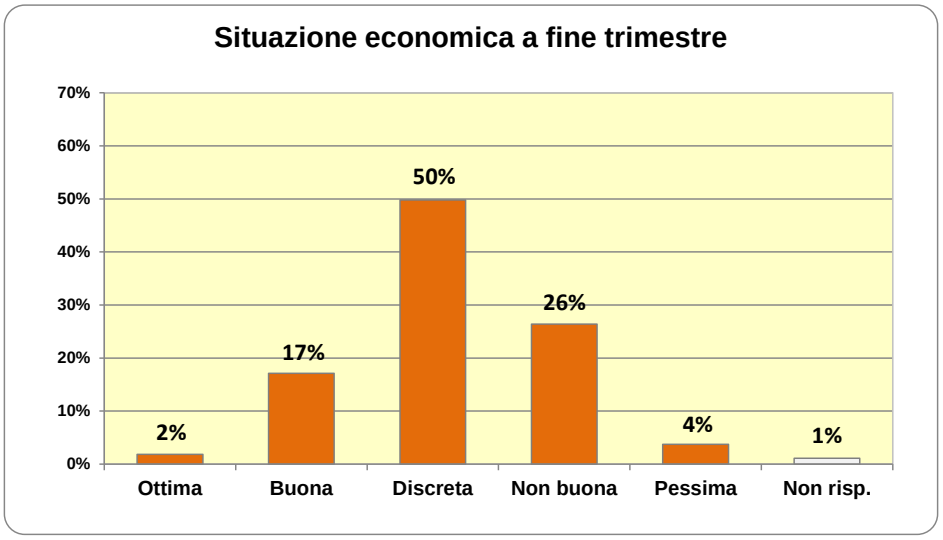
Intenzione di riduzione il personale per settore

	SI	NO	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	12%	88%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	94%	0%
Dettaglio di alimentari	5%	95%	0%
Servizi	0%	94%	6%
Comm. all'ingrosso	7%	89%	4%
Turismo	0%	100%	0%
Ristorazione	7%	93%	0%

ANDAMENTO ECONOMICO

Allo scopo di avere un quadro ancora più completo delle problematiche e delle esigenze delle aziende del terziario si è ritenuto utile inserire, a partire dall'Osservatorio del 2014 anche un'ulteriore analisi relativa all'andamento economico.

Situazione economica: la situazione economica del secondo trimestre di quest'anno viene definita dalle ditte interpellate in generale discreta (dal 50%), buona (dal 17%) mentre il 30% la ritiene non buona o pessima.



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

- quelle dei settori della ristorazione 39%, del turismo 36% e del dettaglio prodotti per la persona 35%
- quelle con fatturato basso (43%)
- quelle senza dipendenti (41%).

Situazione economica per settore

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Dettaglio prodotti per la persona	3%	9%	54%	29%	6%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	4%	75%	13%	8%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	19%	49%	30%	3%	0%
Servizi	4%	33%	44%	19%	0%	0%
Comm. all'ingrosso	2%	24%	46%	24%	2%	3%
Turismo	0%	14%	50%	36%	0%	0%
Ristorazione	3%	18%	37%	34%	5%	3%

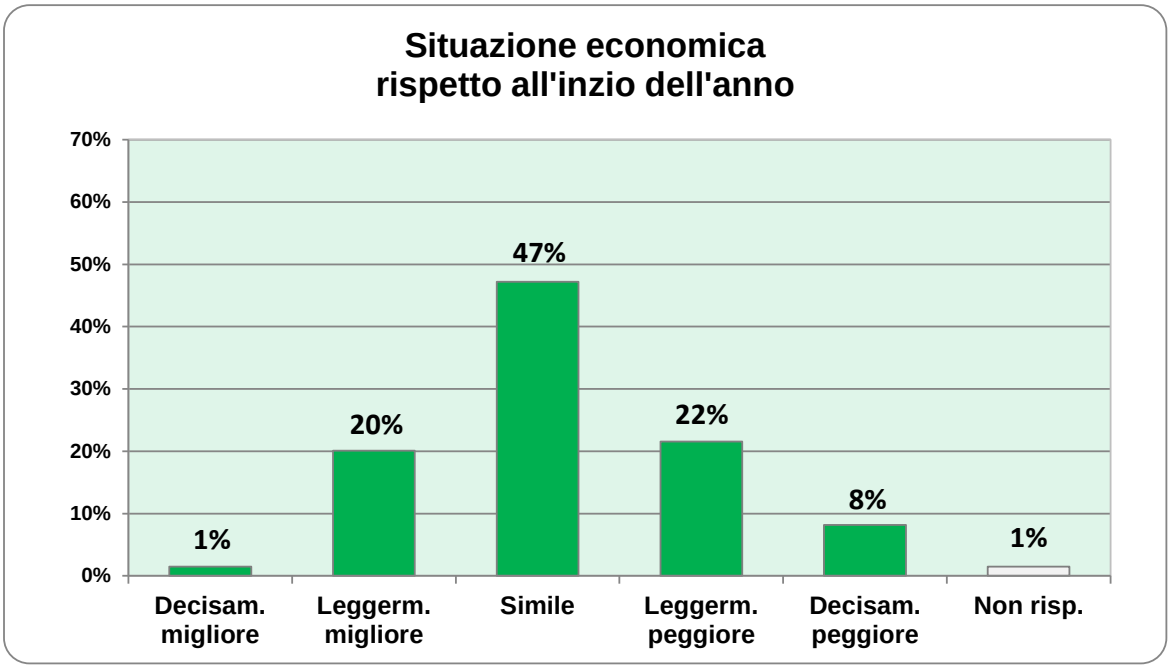
Situazione economica per fascia di fatturato

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Meno di 250 mila €	0%	11%	46%	35%	8%	0%
250 mila €-500 mila €	2%	22%	50%	26%	0%	0%
500 mila €-1 milione €	0%	26%	48%	23%	3%	0%
oltre 1 milione €	6%	21%	54%	16%	0%	3%

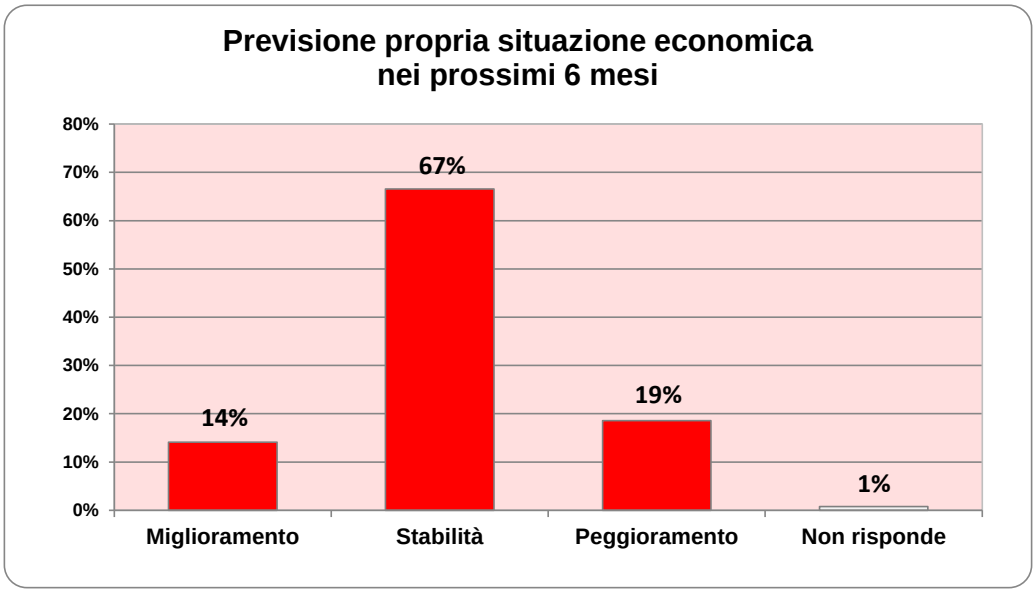
Situazione economica per numero dipendenti

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	*N.r*
Nessun dipendente	2%	10%	46%	34%	7%	1%
Con dipendenti	2%	21%	52%	22%	2%	1%
1 - 5 dipendenti	0%	23%	48%	24%	3%	1%
6 - 10 dipendenti	0%	18%	61%	21%	0%	0%
11 - 49 dipendenti	9%	13%	56%	19%	0%	3%
50 o più dipendenti	0%	50%	33%	17%	0%	0%

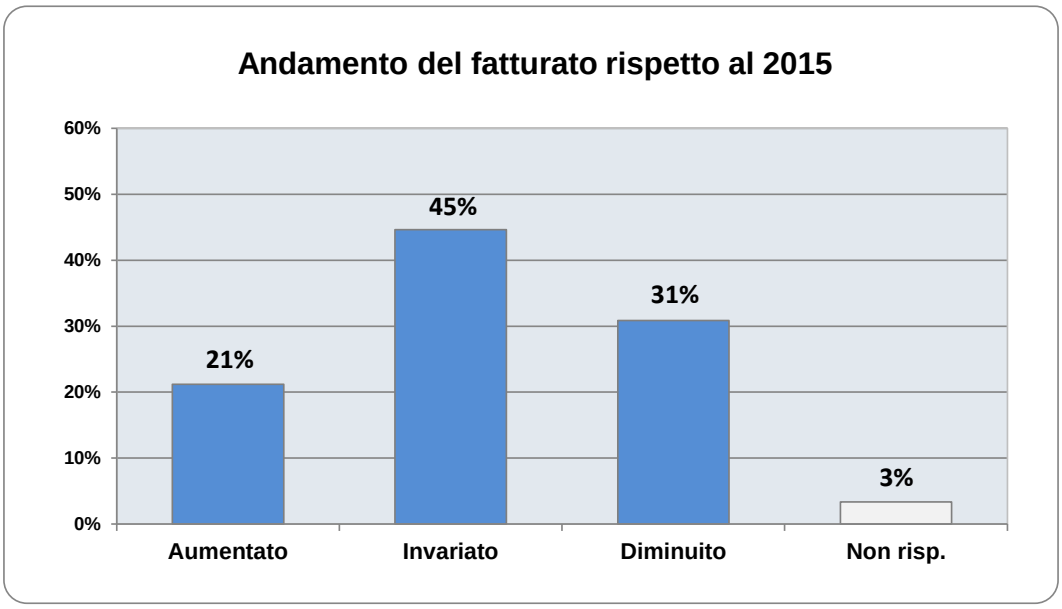
Situazione economica rispetto ad inizio anno. Nei primi sei mesi dell'anno le aziende ritengono che la propria situazione economica sia prevalentemente rimasta invariata (il 47%), anche se al contempo per il 30% è peggiorata (leggermente o decisamente).



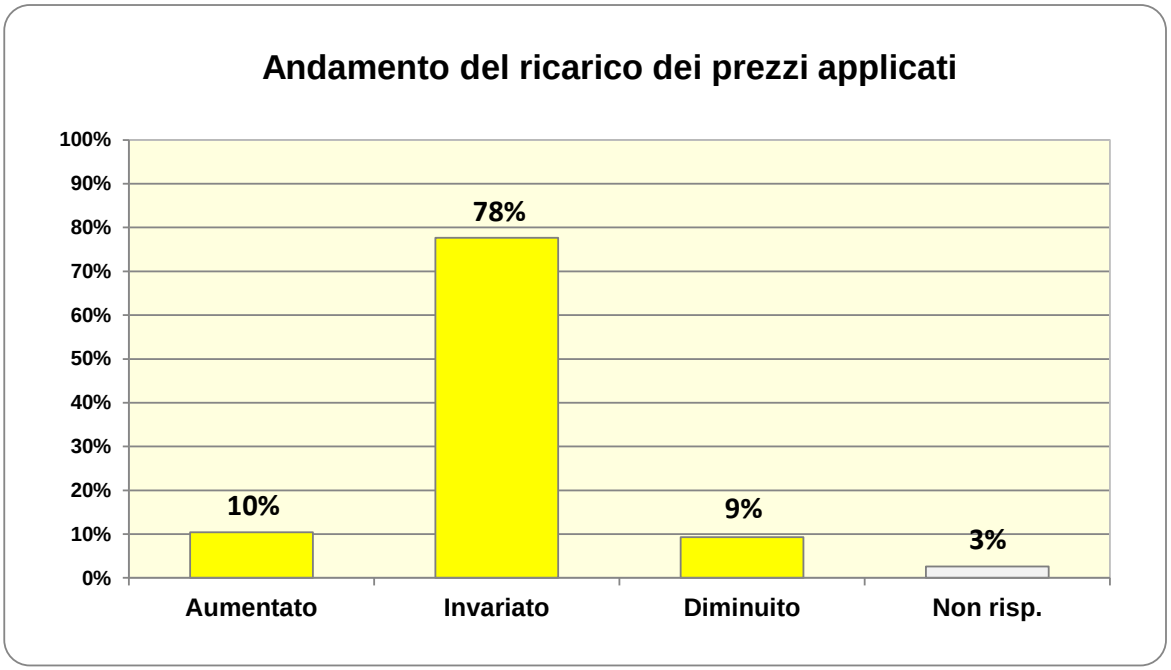
Previsioni per i prossimi 6 mesi. Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 67%) e solo il 19% prevede un peggioramento.

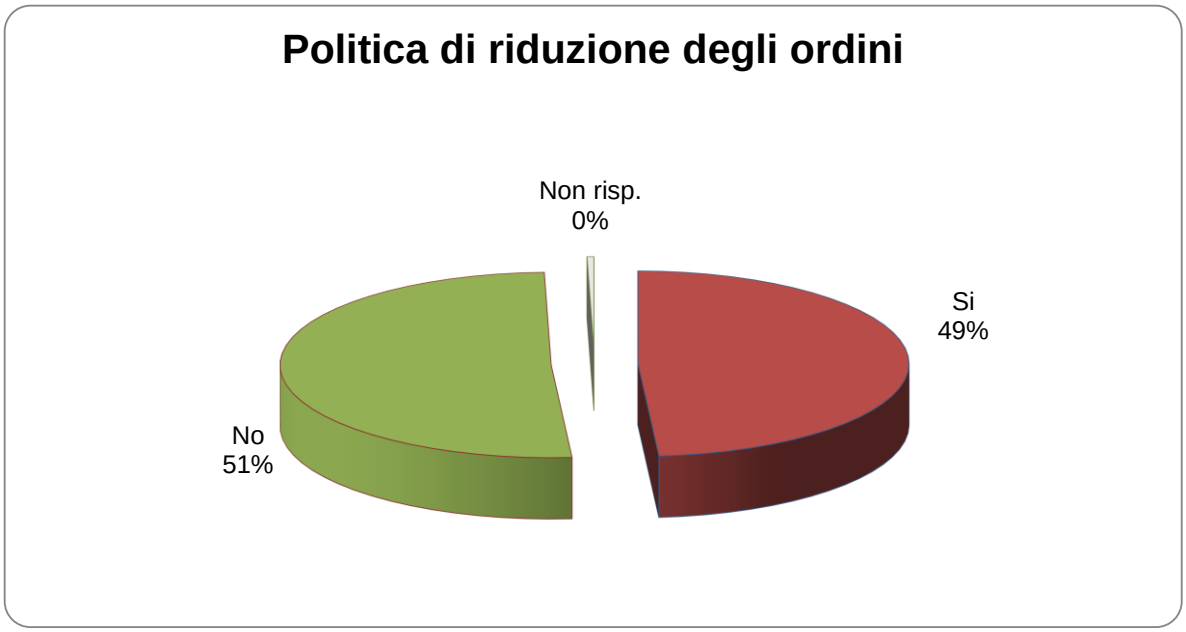


Andamento dei fatturati. Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno dichiarato che nei primi 6 mesi del 2016, rispetto allo stesso periodo del 2015, il fatturato è diminuito (nel 31% dei casi) o è rimasto invariato (nel 45%). La variazione media dei fatturati è stata del -2,3%.



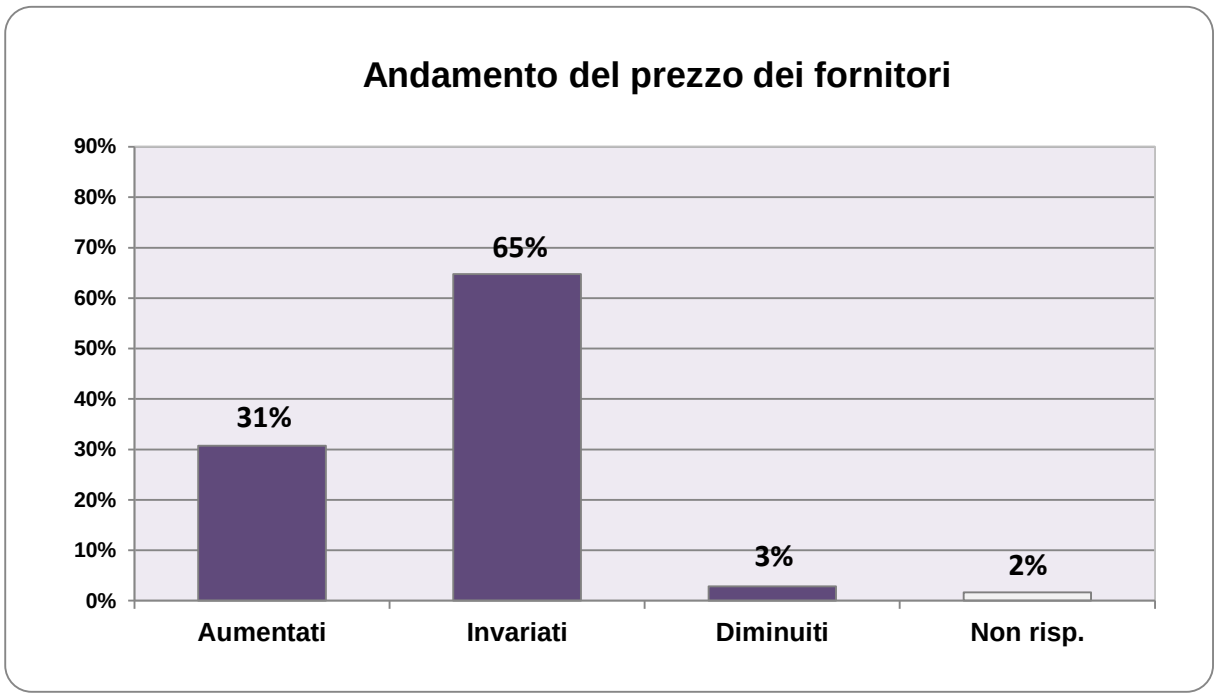
Prezzi e ordini. Tuttavia nei primi sei mesi dell'anno si è preferito ricorrere ad una politica di riduzione degli ordini piuttosto che ricaricare i prezzi, come appare nei due grafici successivi.

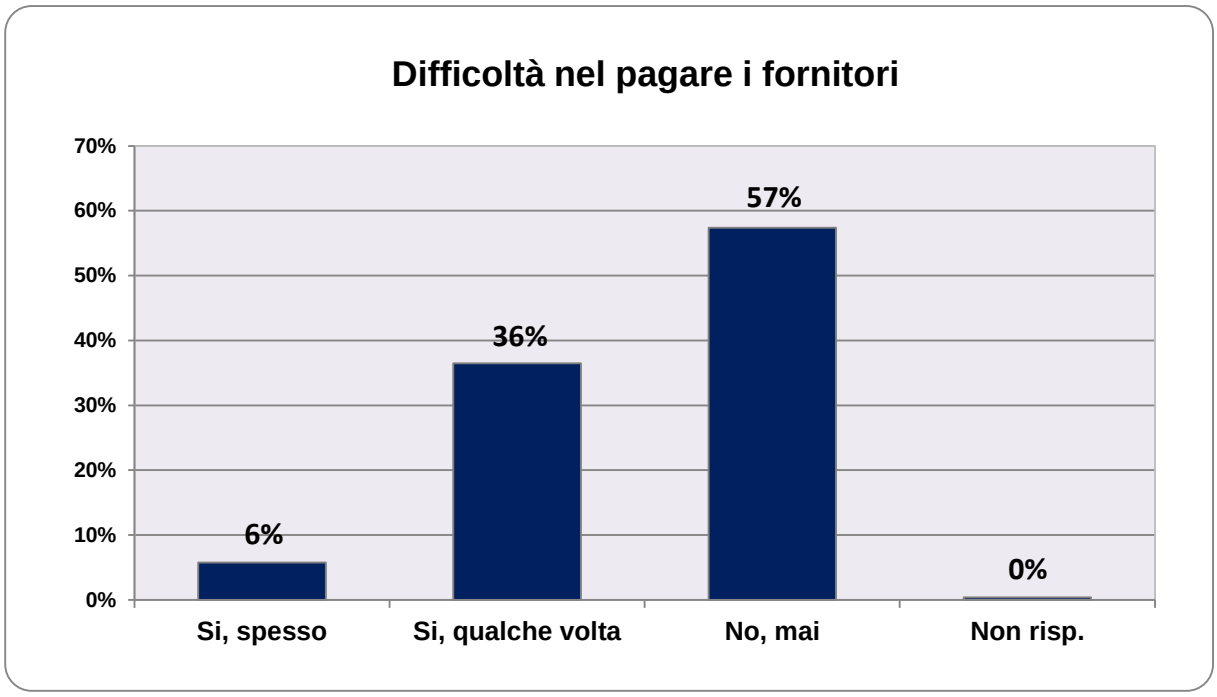




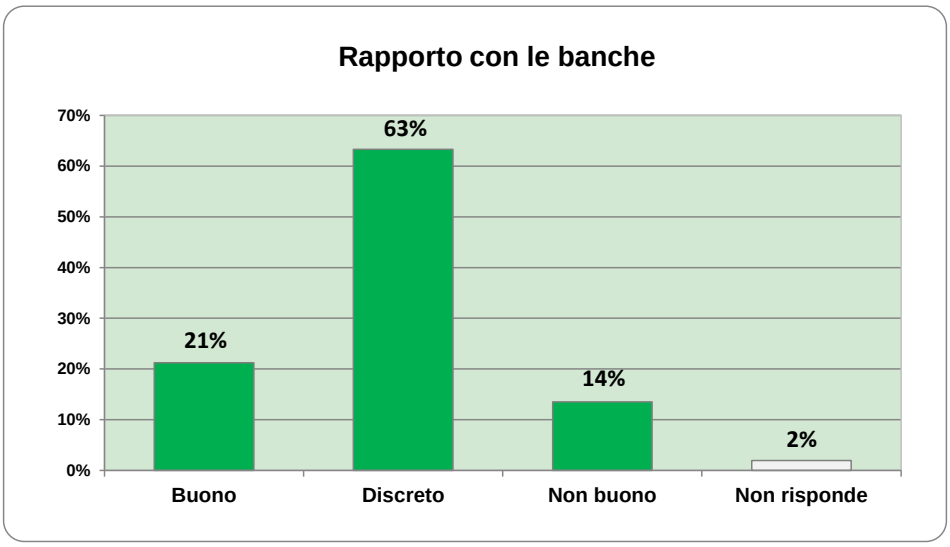
Fornitori. Per quanto riguarda i fornitori, il 65% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori sono rimasti invariati rispetto ad inizio dell'anno, mentre il 31% sostiene che si è verificato un aumento.

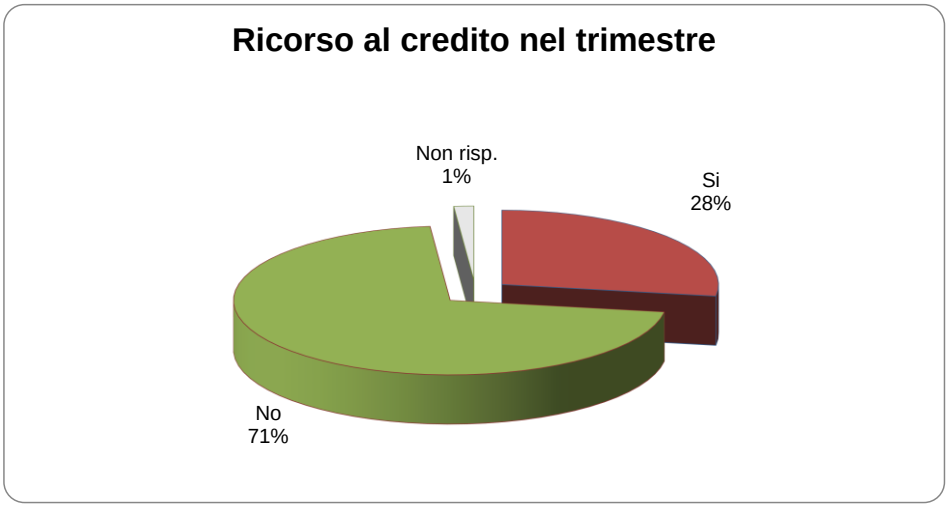
La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 42% (in diminuzione rispetto al secondo trimestre 2015 quando erano il 44%, in aumento rispetto al primo trimestre 2016 quando erano il 38%).

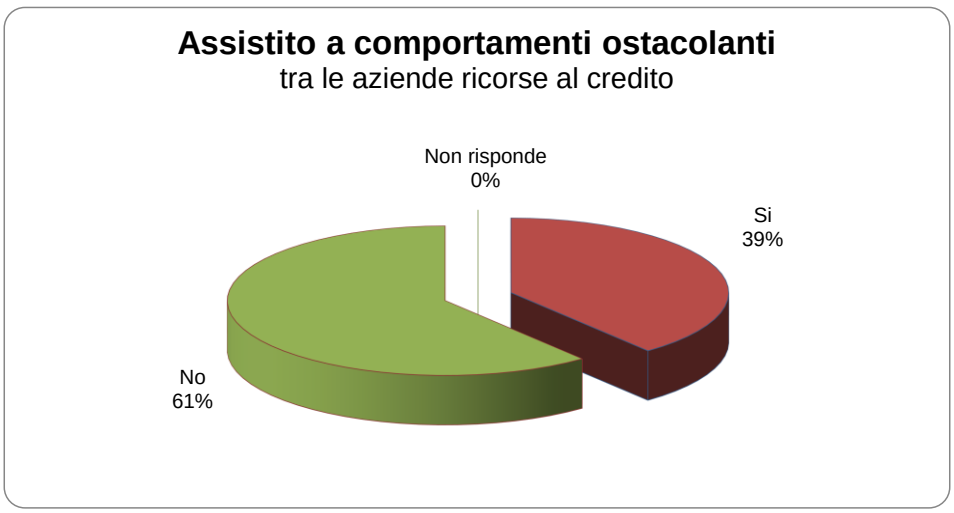




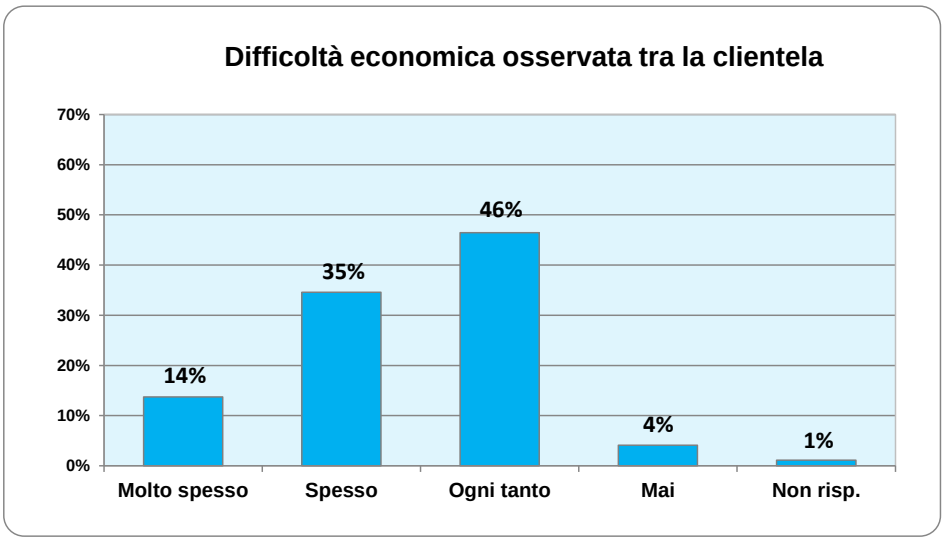
Ricorso al credito. Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 63% ha un buon rapporto. Il 28% è ricorso al credito e di questi il 39% ha rilevato negli Istituti di credito dei comportamenti ostacolanti.







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



Strategie attuate: infine si è voluto indagare su quali strategie stanno attuando le aziende interpellate per far fronte all'attuale periodo di difficoltà economica. Ne è emerso che le modalità maggiormente utilizzate sono, per questo trimestre, l'utilizzo di nuovi prodotti, l'utilizzo di Social Network o altre tecnologie per promuovere l'attività, fidelizzazione della clientela abituale e l'aumento dei servizi offerti alla clientela.

Strategie attuate

Investimento nella formazione del titolare/personale	21,6%
Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria	30,1%
Utilizzo di Social Network o altre tecnologie per promuovere l'attività	49,1%
Aumento dei servizi offerti alla clientela	39,8%
Offerta di nuovi prodotti	49,8%
Fidelizzazione della clientela abituale	43,9%
Applicazione di sconti / riduzione dei prezzi applicati	32,0%
Diversificazione dei proprio orari di apertura rispetto al passato	9,3%
Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri	7,4%
Rinnovo dei locali	20,4%
Altro	2,6%