esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario
PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
VICENZA

OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

Secondo trimestre 2023

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

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

Attraverso **rilevazioni trimestrali** vengono **misurati tra le aziende alcuni indicatori economici ed occupazionali** quali: andamento occupazionale (assunzioni e cessazioni), tipologia di contratti, previsioni occupazionali, ricerca del personale, formazione del personale, stato di salute, andamento dei fatturati, rapporti con i fornitori, con i clienti e con gli istituti di credito.

Conoscere in tempo reale stato di salute, fabbisogni ed 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 in questo **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 classe di fatturato e per classe di dipendenti.

4) I **sette macro-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) all'interno del quale si riconoscono le strutture ricettive da una parte (imprese strutturate) ma anche realtà più piccole.
- **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 309 questionari, rappresentati attraverso elaborazioni grafiche, tabulari e commenti, **relativamente a:**

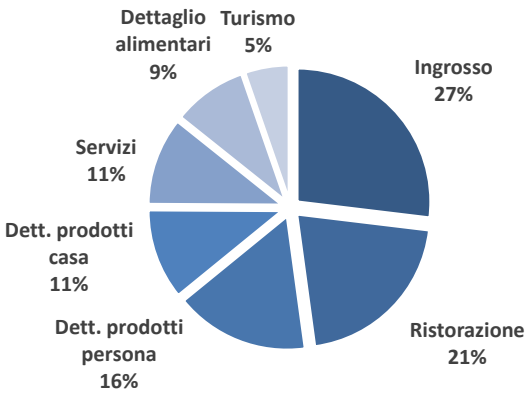
- **aspetti economici (parte 1)**
- **aspetti occupazionali (parte 2)**

rilevati presso il campione di aziende rispondenti **con riferimento al 30 GIUGNO 2023** e al **PRIMO SEMESTRE 2023**, nonché del loro **trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti nel corso delle passate rilevazioni).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

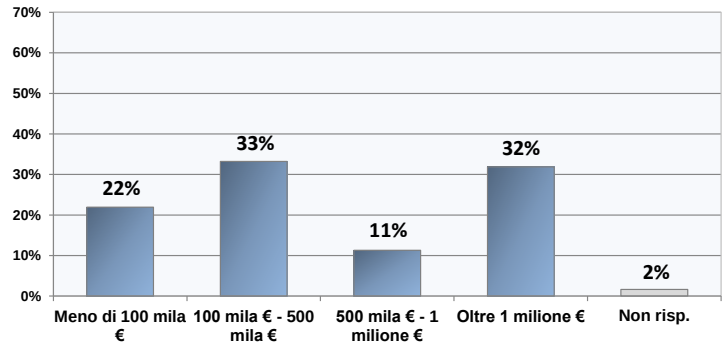
Si osservano le caratteristiche del campione di aziende rispondenti a questa rilevazione, e più precisamente: il settore, la fascia di fatturato 2022 e la classe di dipendenti. La composizione del campione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della composizione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

SETTORE



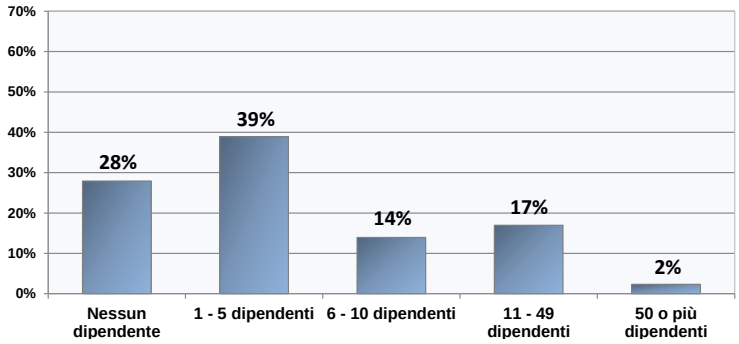
Il campione è costituito **per il 36%** da imprese del **commercio al dettaglio** (per il 16% di prodotti per la persona, per l'11% prodotti per la casa e 9% prodotti alimentari). L'**ingrosso** rappresenta il **27%** delle intervistate, mentre i settori **turismo** e **ristorazione** il **26%**. Infine i **servizi** rappresentano l'**11%** delle intervistate.

FASCIA DI FATTURATO - 2022



Il campione è costituito **per il 22%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **44%** da aziende **"medie"** (con fatturato compreso tra 100 mila € e 1 milione €) mentre nel **32%** dei casi il fatturato delle intervistate **supera il milione di €.**

NUMERO DI DIPENDENTI - AL 30 GIUGNO 2023



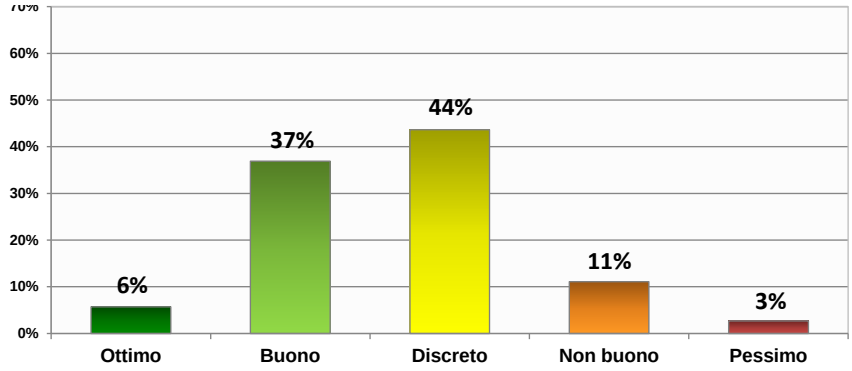
Il **28%** delle intervistate **non ha dipendenti**, mentre le **restanti (72%) hanno almeno un dipendente** (tra queste il 39%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 14% ne ha tra 6 e 10, il 17% tra 11 e 49 e solo il 2% ha 50 dipendenti o oltre).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 30 GIUGNO 2023

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 30 giugno 2023 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 30 GIUGNO 2023



% NON BUONO/PESSIMO

14%

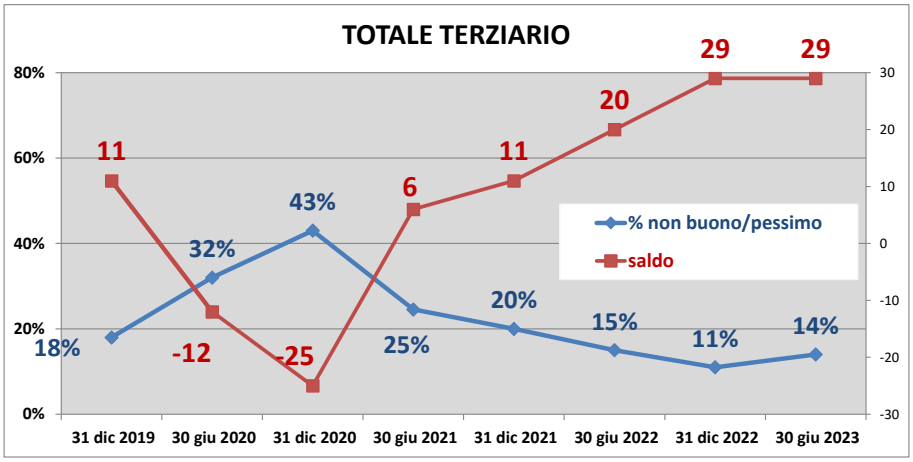
SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+29

Prevalentemente **positivo lo stato di salute delle aziende intervistate al 30 giugno 2023**: infatti, al netto della **maggioranza delle aziende** che **lo ritengono discreto** (44%), **prevale la quota di aziende che lo ritengono positivo** (44% buono o ottimo) rispetto alla quota che **lo ritengono negativo** (14% non buono o pessimo), generando un **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) **positivo** (+29).

STATO DI SALUTE – IL TREND



Dopo il picco critico (sia in termine di saldo, sia di % di aziende in stato di salute non buono o pessimo) registrato a fine 2020, lo stato di salute delle aziende del terziario è andato migliorando: forte ripresa nel primo semestre 2021 e poi graduale ulteriore miglioramento fino a fine 2022. Il **primo semestre 2023** ha evidenziato una **stabilità dello stato di salute delle aziende intervistate** su valori ritenuti non allarmanti.

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	21%	56%	23%	-2
Dettaglio di prodotti per la casa	22%	66%	13%	+9
Dettaglio di alimentari	52%	33%	15%	+37
Servizi	47%	38%	16%	+31
Comm. all'ingrosso	63%	33%	5%	+58
Turismo	56%	25%	19%	+37
Ristorazione	35%	49%	16%	+19
TOTALE	**43%**	**44%**	**14%**	**+29**

Lo **stato di salute** al **30 giugno 2023** mostra alcune **criticità nei seguenti settori**: **dettaglio prodotti per la persona** (saldo -2 e 23% di aziende in stato di salute non buono o pessimo), **dettaglio prodotti per la casa** (saldo di appena +9), **turismo** (19% in stato di salute non buono o pessimo, bilanciate però da una quota di aziende in stato buono o ottimo che rende positivo il saldo).

In linea con il dato complessivo del terziario gli altri settori, mentre il settore **ingrosso** mostra uno **stato di salute decisamente positivo** (saldo +58 e appena il 5% in stato di salute non buono o pessimo)**.**

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	20%	47%	33%	-13
100 mila € - 500 mila €	35%	56%	9%	+26
500 mila € - 1 milione €	38%	53%	9%	+29
Oltre 1 milione €	65%	27%	7%	+58
TOTALE	**43%**	**44%**	**14%**	**+29**

In linea con quanto osservato in passato, appare evidente come **le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) **dichiarano uno stato di salute più critico.** Tra queste il **saldo è negativo** (-13) e la **quota di aziende con stato di salute critico** (non buono o pessimo) **è del 33%** (un terzo).

Tra le aziende più grandi lo stato di salute migliora: la quota di aziende con stato di salute critico è inferiore al 10% ed il saldo è positivo, particolarmente tra le aziende con fatturato superiore ad 1 milione.

Stato di salute – per classe dipendenti

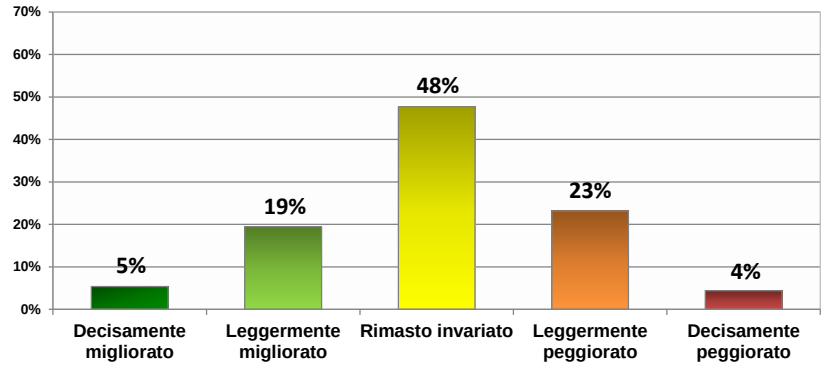
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**19%**	**51%**	**30%**	**+3**
Con dipendenti	**52%**	**41%**	**7%**	**+40**
1 - 5 dipendenti	43%	48%	10%	+28
6 - 10 dipendenti	60%	40%	0%	+44
11 - 49 dipendenti	63%	27%	10%	+61
50 o più dipendenti	83%	17%	0%	+70
TOTALE	**43%**	**44%**	**14%**	**+29**

Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti** si osserva uno **stato di salute più critico** (saldo +3 ed il 30% dichiara uno stato di salute non buono), mentre **al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora.**

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE - PRIMO SEMESTRE 2023

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso del primo semestre 2023 su una scala a 5 livelli.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE – PRIMO SEMESTRE 2023



% PEGGIORAMENTO

27%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

-3

Tendenzialmente invariato lo stato di salute delle aziende intervistate **nel corso del primo semestre 2023**: infatti, al netto di una **prevalente quota di aziende che ritengono invariato il proprio stato di salute** in questo periodo (48% quasi una su due), **tra le rimanenti aziende si compensano** la quota di **coloro che lo ritengono peggiorato** (27%) e la quota di **coloro che lo ritengono migliorato** (24%), generando un **saldo pari a -3.**

Nel corso del 2022 si era assistito invece ad un tendenziale miglioramento (il 38% lo riteneva invariato, mentre il 40% migliorato e il 22% peggiorato, generando un saldo positivo pari a +18).

Andamento stato di salute – per settore

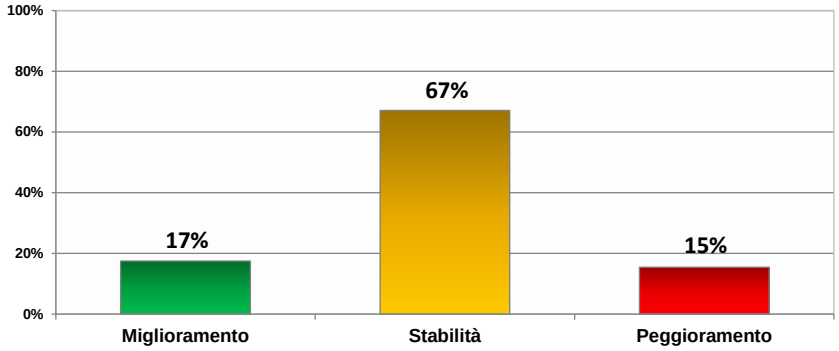
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	14%	47%	39%	-25
Dettaglio di prodotti per la casa	25%	44%	31%	-6
Dettaglio di alimentari	15%	56%	30%	-5
Servizi	34%	44%	22%	+12
Comm. all'ingrosso	21%	55%	24%	-3
Turismo	38%	31%	31%	+7
Ristorazione	34%	44%	23%	+11
TOTALE	**24%**	**48%**	**27%**	**-3**

Segnalano un **prevalente miglioramento del proprio stato di salute** nel corso del primo semestre 2023 le aziende dei **settori ingrosso** (saldo +12), **ristorazione** (saldo +11) ma anche **turismo** (saldo +7). Saldo in equilibrio, o leggermente negativo negli altri settori, mentre **il peggioramento è stato decisamente frequente** tra le aziende del dettaglio **prodotti per la persona** (39% casi di peggioramento e saldo -25) .

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il secondo 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 SECONDO SEMESTRE 2023



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
+2

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 **67%**), mentre **le restanti** si dividono in:

- **ottimiste/non preoccupate:** il **17%** prevede miglioramento.
- **pessimiste/preoccupate:** il **15%** prevede un peggioramento

generando quindi un **clima di fiducia al 30 giugno 2023 in equilibrio (+2).**

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	14%	71%	14%	0
Dettaglio di prodotti per la casa	13%	78%	9%	+4
Dettaglio di alimentari	23%	65%	12%	+11
Servizi	16%	63%	22%	-6
Comm. all'ingrosso	20%	65%	15%	+5
Turismo	19%	63%	19%	0
Ristorazione	17%	65%	17%	0
TOTALE	**17%**	**67%**	**15%**	**+2**

Il clima di fiducia risulta in **equilibrio in quasi tutti i settori**, con leggeri scostamenti verso un leggero ottimismo o pessimismo in alcuni settori. Risultano **maggiormente ottimiste le aziende del dettaglio alimentari** (clima di fiducia +11).

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	9%	65%	26%	-17
100 mila € - 500 mila €	17%	72%	10%	+7
500 mila € - 1 milione €	21%	71%	9%	+12
Oltre 1 milione €	21%	62%	17%	+4
TOTALE	**17%**	**67%**	**15%**	**+2**

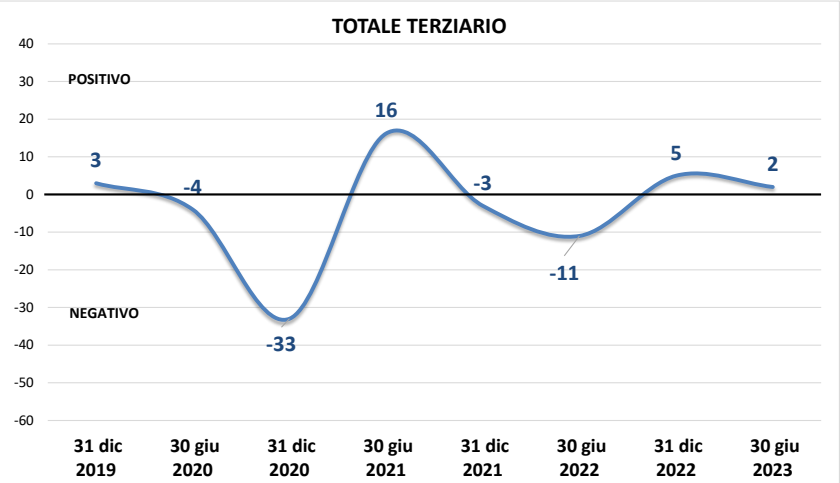
Il clima di fiducia è decisamente negativo tra le imprese piccole (con fatturato inferiore a 100 mila €) dove è pari a -17, mentre **migliora al crescere della dimensione aziendale diventando positivo.**

Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

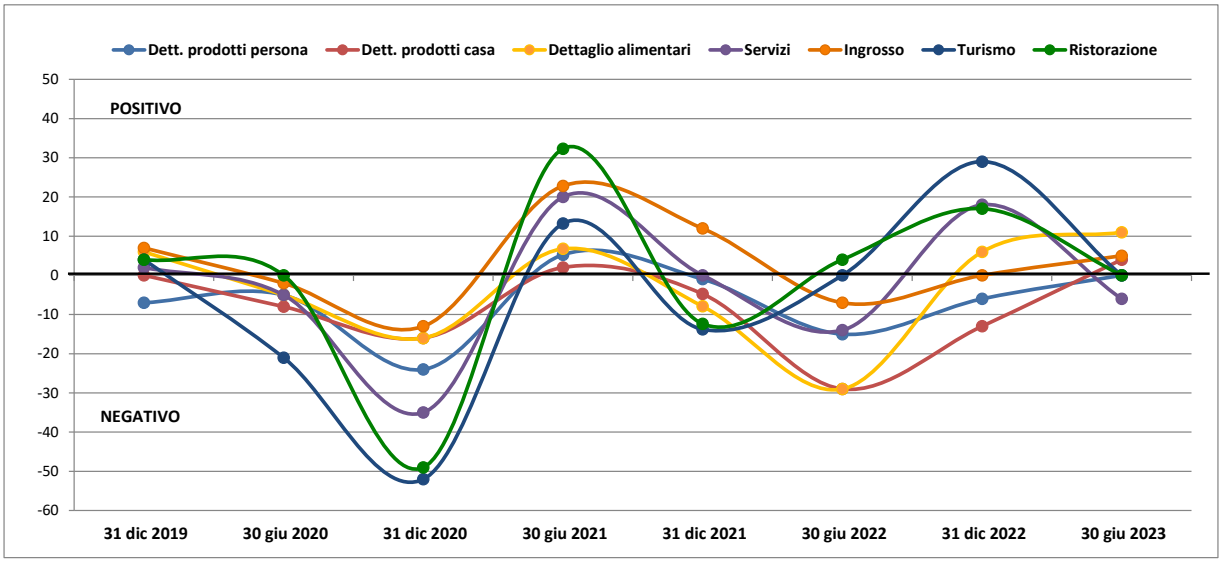
	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	**13%**	**62%**	**25%**	**-12**
Con dipendenti	**19%**	**69%**	**12%**	**+7**
1 - 5 dipendenti	15%	71%	14%	+1
6 - 10 dipendenti	31%	67%	2%	+29
11 o più dipendenti	20%	71%	10%	+5
TOTALE	**17%**	**67%**	**15%**	**+2**

Più pessimiste le aziende senza dipendenti (-12), **rispetto alle aziende con dipendenti** (+7).

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). A partire **da fine 2021 il clima di fiducia si è assestato su valori di equilibrio, confermati nel primo semestre 2023.**



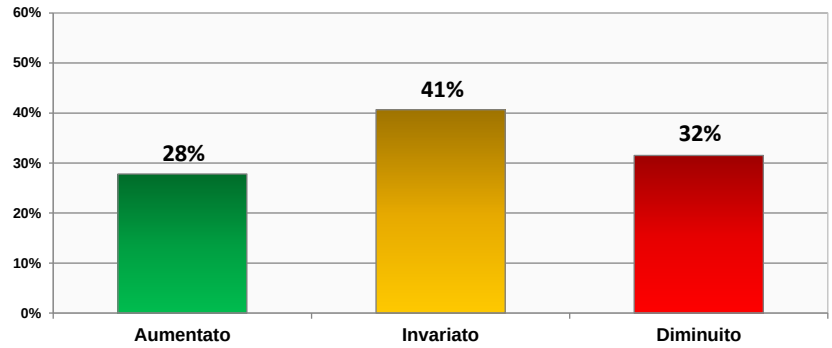
Nello specifico, per settore, il **clima di fiducia ha visto un peggioramento nel primo semestre 2023** rispetto a quanto registrato a fine 2022 **nei servizi, turismo e ristorazione**. In miglioramento nel dettaglio prodotti per la casa e stabile nell'ingrosso, nel dettaglio alimentari e nei prodotti per la persona.

ANDAMENTO FATTURATI: PRIMO SEMESTRE 2023 – PRIMO SEMESTRE 2022

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando il primo semestre 2023 con lo stesso periodo del 2022. 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

Primo semestre 2023 – primo semestre 2022



SALDO
(% CASI AUMENTO - % CASI DIMINUZ.)
-4

VARIAZIONE % MEDIA
-1%

Vengono **confrontati i fatturati del primo semestre 2023 con il primo semestre 2022**.

Si osserva una **prevalenza** di aziende che dichiarano **stabilità del fatturato** in questo periodo (sono il 41%) e un **sostanziale equilibrio tra i casi di aumento** (28%) **e i casi di diminuzione** (32%).

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al **-1%,** mentre **il saldo** (differenza tra la % di aziende che hanno assistito a aumento e % di aziende che hanno assistito a calo) **è leggermente negativo (-4).**

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media I° sem. 23 -I° sem. 22
Dettaglio prodotti per la persona	24%	47%	29%	-5	-2%
Dettaglio di prodotti per la casa	23%	35%	42%	-19	-7%
Dettaglio di alimentari	19%	44%	37%	-18	-1%
Servizi	38%	41%	22%	+16	+5%
Comm. all'ingrosso	26%	35%	39%	-13	-4%
Turismo	50%	19%	31%	+19	+6%
Ristorazione	28%	50%	22%	+6	+2%
TOTALE	**28%**	**41%**	**32%**	**-4**	**-1%**

Nel confronto con il I° semestre 2022 **la flessione dei fatturati più frequente e marcata** si è osservata nei settori del **commercio al dettaglio di prodotti per la casa** (42% casi di diminuzione, saldo -19 e calo medio del 7%), nell'**ingrosso** (39% casi di diminuzione, saldo -13 e calo medio del 4%), e negli **alimentari** (37% casi di diminuzione, saldo -18, ma perdita media più contenuta). **Positivo**, invece, **l'andamento dei fatturati nel settore servizi** (saldo +16 e variazione media +5%) e nel **turismo** (saldo +19 e variazione media +6%).

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media I° sem. 23 -I° sem. 22
Meno di 100 mila €	8%	49%	43%	-35	-6%
100 mila € - 500 mila €	27%	50%	23%	+4	+0%
500 mila € - 1 milione €	32%	32%	35%	-3	+3%
Oltre 1 milione €	41%	29%	29%	+12	+0%
TOTALE	**28%**	**41%**	**32%**	**-4**	**-1%**

Le **aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) hanno osservato una **perdita del fatturato** rispetto al primo semestre 2022 **più frequente** (43%) **e marcata** (-6% medio). **Stabilità dei fatturati**, invece, **tra le aziende più grandi.**

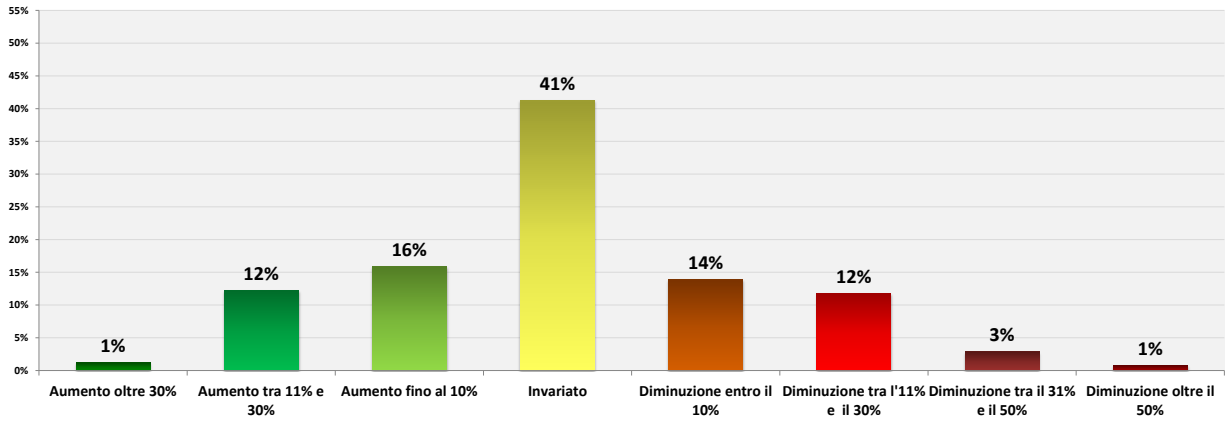
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media I° sem. 23 -I° sem. 22
Nessun dipendente	**10%**	**50%**	**40%**	**-30**	**-5%**
Almeno un dipendente	**35%**	**37%**	**28%**	**+7**	**+0%**
1 - 5 dipendenti	26%	43%	31%	-5	-1%
6 - 10 dipendenti	37%	41%	22%	+15	+4%
Oltre 10 dipendenti	53%	22%	25%	+28	+1%
TOTALE	**28%**	**41%**	**32%**	**-4**	**-1%**

Le **aziende senza dipendenti** hanno mostrato una **maggior sofferenza nell'andamento dei fatturati**: tra di esse, il 40% ha osservato una diminuzione, il saldo è negativo (-30) e la perdita media di fatturato è stata del 5%. **Tra le aziende con dipendenti**, invece, i fatturati hanno mostrato **stabilità rispetto allo stesso periodo 2022.**

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

I° semestre 2023 – I° semestre 2022



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

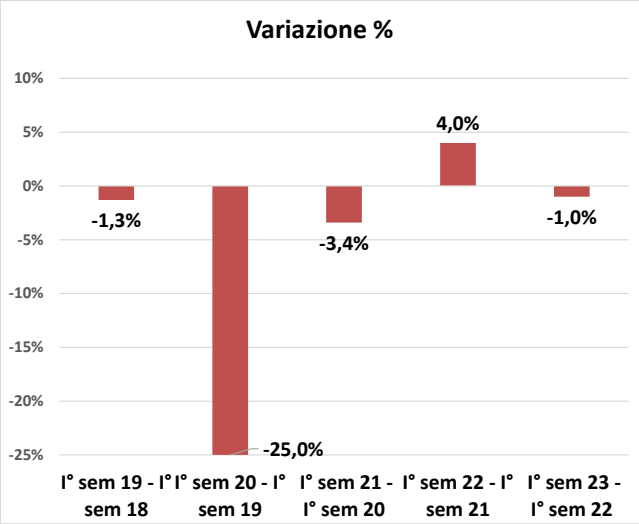
- i **casi di calo** registrati sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 14%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 12%** dei casi, e **consistenti** (superiori al 30%) **solo nel 4%** dei casi.
- I **casi di aumento** registrati, invece, sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 16%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 12%** dei casi e **consistenti** (superiori al 30%) **nel 1%** dei casi.

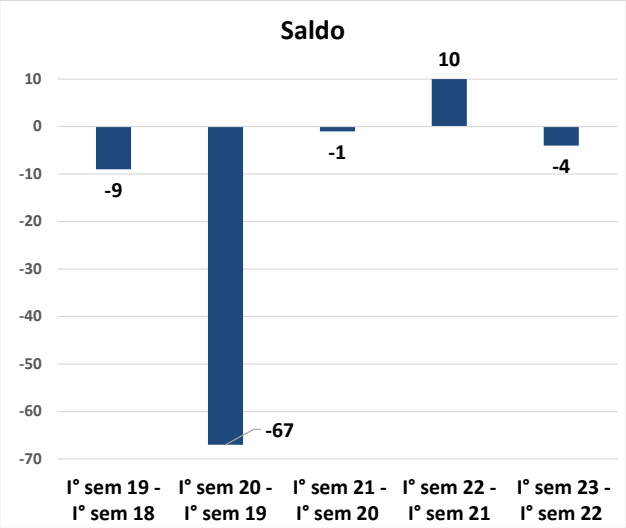
Intensità delle variazioni di fatturato – per settore

	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%	6%	19%	48%	19%	4%	4%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	3%	20%	37%	13%	17%	7%	3%
Dettaglio di alimentari	0%	4%	15%	46%	19%	15%	0%	0%
Servizi	10%	16%	13%	42%	10%	6%	0%	3%
Comm. all'ingrosso	0%	10%	16%	35%	16%	19%	4%	0%
Turismo	8%	17%	25%	25%	8%	17%	0%	0%
Ristorazione	0%	22%	7%	51%	8%	8%	3%	0%
TOTALE	**1%**	**12%**	**16%**	***41%***	**14%**	**12%**	**3%**	**1%**

La tabella conferma le **difficoltà di fatturato del dettaglio prodotti per la casa e dell'ingrosso.**

ANDAMENTO FATTURATI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA





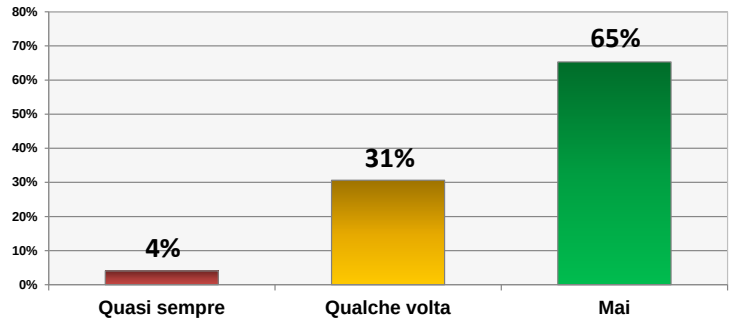
L'andamento dei fatturati (confrontando i primi semestri degli ultimi anni rispetto ai primi semestri dell'anno precedente), ha mostrato:

- una **netta contrazione nel corso del primo semestre 2020** (dovuta agli effetti dell'emergenza e delle limitazioni Covid),
- una **ulteriore contrazione** (seppur di entità inferiore) **nel primo semestre 2021** (per effetto del perdurare dell'emergenza).
- **nel primo semestre 2022** i fatturati **sono tornati ad avere segno positivo**, ma non tale da compensare le precedenti perdite.
- il **primo semestre 2023** può essere classificato come un **periodo di stabilità dei fatturati** rispetto allo stesso periodo 2022.

RAPPORTI CON I FORNITORI

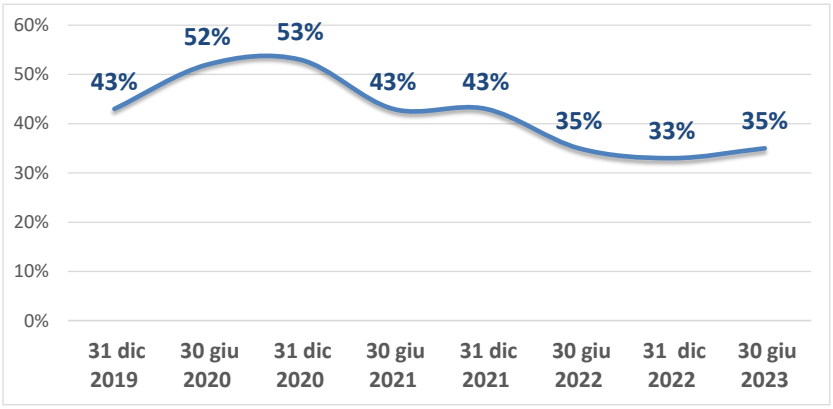
E' stato chiesto alle aziende se hanno <u>difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori</u>

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 30 GIUGNO 2023



Il **35% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza **sporadiche** (31%) e **frequenti** solo nel 4% dei casi.

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI – IL TREND



Dopo che nel corso del **2020 la quota di aziende che dichiarano difficoltà a pagare i fornitori era aumentata** (salita al 53%), **nel corso del 2021 e del 2022 questa è diminuita stabilizzandosi su valori pari a circa una azienda su tre** (valori in linea, se non migliori, rispetto a quanto osservato nel periodo pre-covid).

<u>Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore</u>

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	51%	49%
Dettaglio di prodotti per la casa	47%	53%
Dettaglio di alimentari	26%	74%
Servizi	34%	66%
Comm. all'ingrosso	16%	84%
Turismo	31%	69%
Ristorazione	44%	56%
TOTALE	**35%**	**65%**

Le **difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori** vengono registrate tra le imprese del **dettaglio di prodotti non alimentari** (quasi una impresa su due in difficoltà, sia tra i prodotti per la persona che tra i prodotti per la casa) e dalle imprese della **ristorazione** (44%), mentre negli altri settori questa difficoltà **risulta in linea con il complessivo del terziario, o inferiore** (come nel caso del **dettaglio alimentari** e dell'**ingrosso**).

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

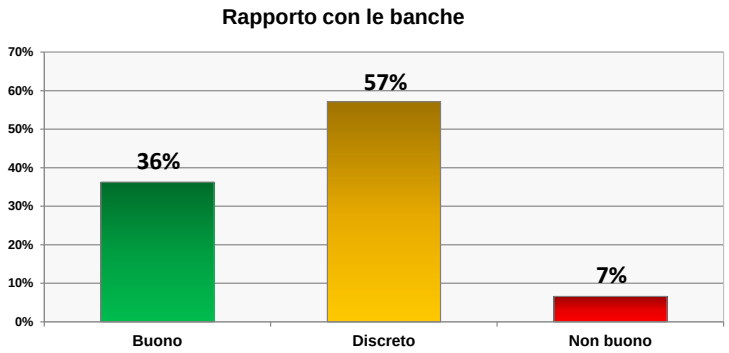
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	52%	48%
100 mila € - 500 mila €	42%	58%
500 mila € - 1 milione €	24%	76%
Oltre 1 milione €	19%	81%
TOTALE	**35%**	**65%**

Si osserva una **difficoltà nel pagare i propri fornitori più frequente (rilevata in oltre una azienda su due) tra le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €), mentre **tra le aziende più grandi e strutturate** (fatturato superiore a 500 mila €) **la quota di aziende con difficoltà a pagare i fornitori si riduce** al 20-25%.

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 primo semestre 2023.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 30 GIUGNO 2023



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 29

La maggioranza delle aziende (il 57%) **ritiene "discreto" il proprio rapporto con gli istituti di credito**, mentre **tra le rimanenti prevale la quota di coloro che lo definisce buono** (il 36%) **rispetto al 7% che lo definisce non buono**. Il **saldo** quindi **è positivo e pari a +29.**

Questo valore risulta **in lieve miglioramento rispetto a quanto osservato a fine 2023** (era +23) **ed in ulteriore miglioramento rispetto al 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	24%	67%	9%	+15
Dettaglio di prodotti per la casa	28%	63%	9%	+19
Dettaglio di alimentari	29%	54%	17%	+12
Servizi	48%	44%	7%	+41
Comm. all'ingrosso	47%	52%	1%	+46
Turismo	36%	57%	7%	+29
Ristorazione	35%	60%	5%	+30
TOTALE	**36%**	**57%**	**7%**	**+29**

In **nessun settore emergono criticità particolari nei rapporti con le banche** (saldo positivo), a**d eccezione del dettaglio alimentari** dove la quota di aziende che lo ritiene non buono è pari al 17%.

RICHIESTA PRESTITI BANCARI – PRIMO SEMESTRE 2023

Il 13% delle aziende è ricorsa a prestiti nel primo semestre 2023: l'**8%** per **sostegno alla liquidità** ed i**l 5% per investimenti.** Questa percentuale è in linea con quella osservata nel primo semestre 2022, in calo rispetto al 46% osservato nel primo semestre del 2021.

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	15%	7%	78%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	3%	91%
Dettaglio di alimentari	12%	4%	84%
Servizi	6%	0%	94%
Comm. all'ingrosso	8%	8%	84%
Turismo	7%	7%	86%
Ristorazione	5%	3%	92%
TOTALE	**8%**	**5%**	**87%**

Il ricorso al credito nel corso del 2022 è stato **meno frequente tra le imprese del settore turismo** (8%) **e servizi** (6%) mentre **e stato leggermente più frequente tra le imprese del dettaglio prodotti per la persona** (22%). In media negli altri settori.

Prestiti – per classe di fatturato

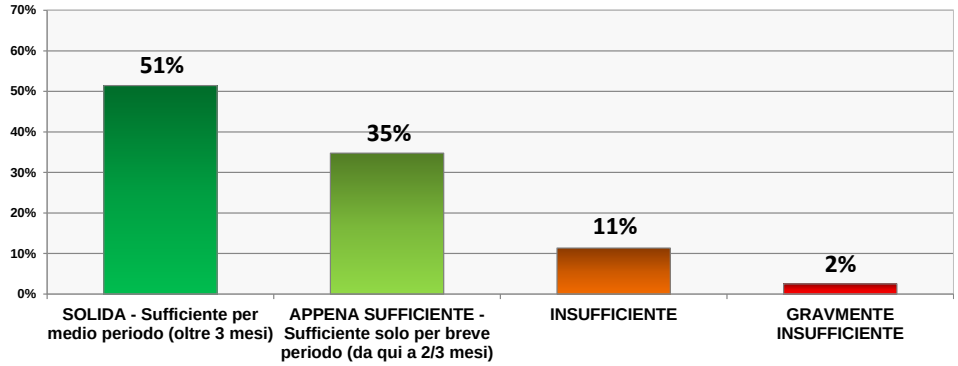
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	2%	0%	98%
100 mila € - 500 mila €	11%	2%	87%
500 mila € - 1 milione €	9%	12%	79%
Oltre 1 milione €	11%	9%	80%
TOTALE	**8%**	**5%**	**87%**

Le **aziende piccole** (sotto i 100 mila € di fatturato) mostrano un **ricorso al credito più contenuto** (appena il 2%) mentre **ricorrono più frequentemente al credito le imprese con fatturato superiore a 500 mila** € (20%).

LIQUIDITA' al 30 giugno 2023

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di <u>valutare il proprio livello di liquidità al 30 giugno 2023</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.

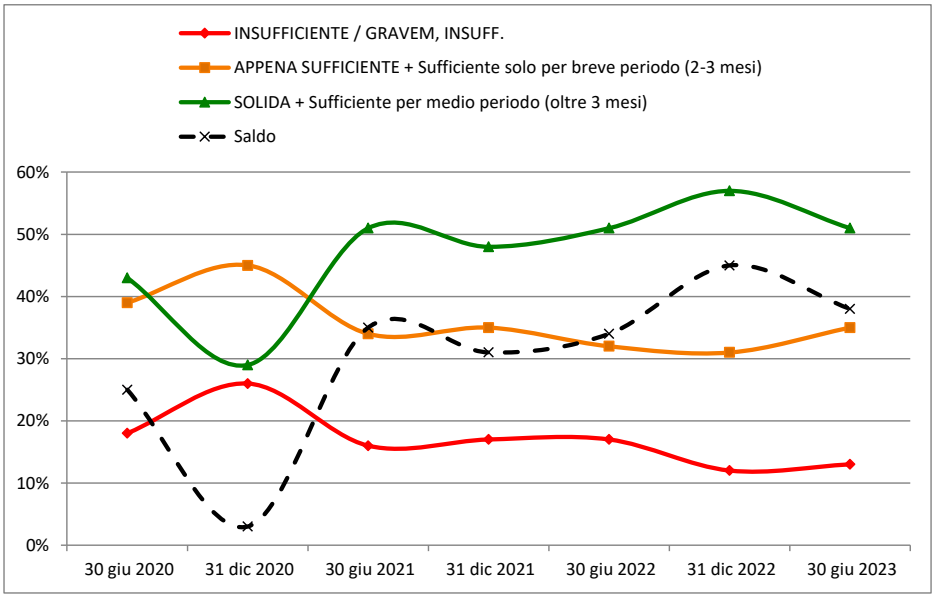
<u>VALUTAZIONE DEL LIVELLO DI LIQUIDITA' – AL 30 GIUGNO 2023</u>



<u>SALDO</u>
(% CASI SOLIDA- % CASI INSUF/GRAV. INSUF)
+ 39

Al **30 giugno 2023** la **maggioranza** delle aziende (**51%**) ritiene **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi) **il proprio livello di liquidità,** mentre il **35%** mostra **qualche incertezza** in quanto lo ritiene **sufficiente solo per un breve periodo** (2-3 mesi). Il **13%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (2% gravemente).
Il **saldo** (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) **è +39.**

<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%.
<u>Nel primo semestre 2023</u> la situazione è rimasta stabile: invariata la quota che la ritiene non sufficiente, seppur con un leggero calo di chi la ritiene solida a vantaggio di coloro che la ritengono appena sufficiente.

Livello di liquidità – per settore

	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo (% solida – % insuff)
Dettaglio prodotti per la persona	36%	42%	16%	7%	23%	+13
Dettaglio di prodotti per la casa	50%	41%	6%	3%	9%	+41
Dettaglio di alimentari	50%	23%	27%	0%	27%	+23
Servizi	52%	39%	6%	3%	9%	+43
Comm. all'ingrosso	68%	29%	1%	1%	2%	+66
Turismo	66%	27%	7%	0%	7%	+59
Ristorazione	36%	43%	20%	2%	22%	+14
TOTALE	**51%**	**35%**	**11%**	**2%**	**13%**	**+39**

Il **livello di liquidità più critico** lo segnalano il **commercio al dettaglio di prodotti alimentari** (insufficiente per il 27%), il **dettaglio prodotti per la persona** (insufficiente per il 23%) e **la ristorazione** (insufficiente per il 22%). La **liquidità** è, invece, **solida nell'ingrosso** e nel **turismo**.

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

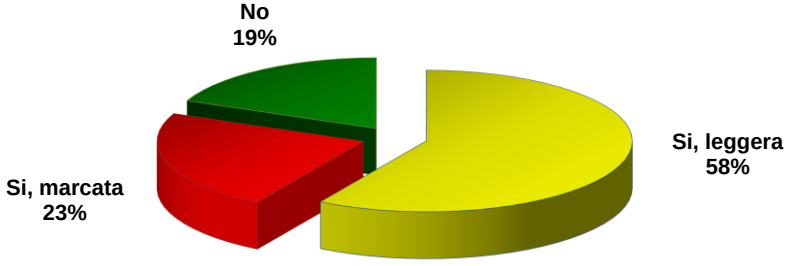
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo (% solida – % insuff)
Meno di 100 mila €	29%	45%	19%	6%	25%	+4
100 mila € - 500 mila €	45%	39%	16%	0%	16%	+29
500 mila € - 1 milione €	61%	33%	6%	0%	6%	+55
Oltre 1 milione €	68%	26%	3%	3%	6%	+62
TOTALE	**51%**	**35%**	**11%**	**2%**	**13%**	**+39**

Situazione di **liquidità più critica tra aziende piccole** (fatturato fino a 100 mila €) dove il 25% la ritiene insufficiente, **rispetto alle aziende con fatturato oltre i 500 mila €** (dove solo il 6% la ritiene insufficiente)**.**

DIFFICOLTA' DELLA CLIENTELA

E' stato chiesto alle aziende se osservano sintomi di difficoltà nella clientela (leggeri, marcati o assenti) e se nel corso del I° semestre 2023 queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine si è chiesto di confrontare il numero medio di clienti che oggi frequenta l'attività rispetto ad un anno fa (30 giugno 2022).

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA – AL 30 GIUGNO 2023



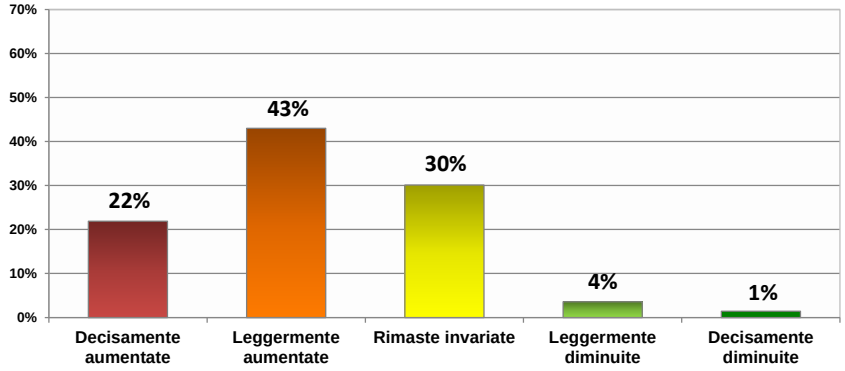
La **maggioranza delle aziende** (81%) vede, al 30 giugno 2023, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 58% dei casi leggera, nel 23% dei casi marcata). Questa quota **è rimasta in linea con quella osservata a fine 202**2 (erano l'81%), **quando era leggermente diminuita** rispetto adi inizio 2022 e a metà 2022 quando sfiorava il 90%.

Difficoltà economiche dei clienti – per settore

	Si, leggera	Si, marcata	No
Dettaglio prodotti per la persona	63%	26%	11%
Dettaglio di prodotti per la casa	56%	25%	19%
Dettaglio di alimentari	62%	23%	15%
Servizi	53%	27%	20%
Comm. all'ingrosso	59%	14%	27%
Turismo	59%	21%	20%
Ristorazione	52%	28%	20%
TOTALE	**58%**	**23%**	**19%**

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** (89%), e **più contenute nell'ingrosso** (73%).

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – NEL CORSO DEL I° SEMESTRE 2023



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 60

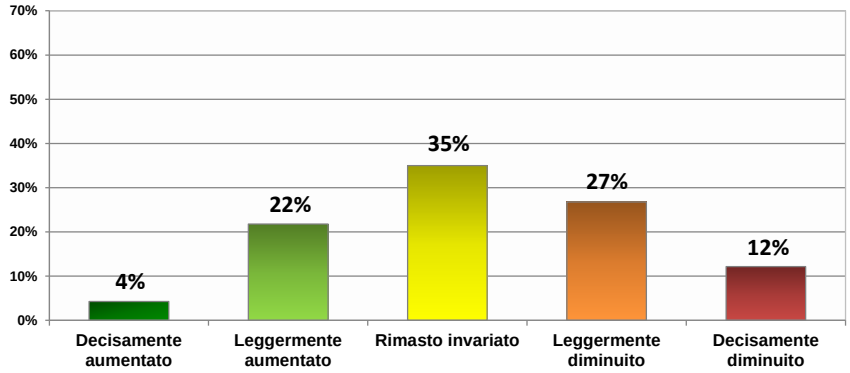
E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del primo semestre 2023**: questo è avvenuto secondo il **65% delle aziende** (nel 43% in maniera ritenuta leggera, nel 22% marcata).
Per il **30%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo **per il 5% sono diminuite**. **Continua la tendenza che si era manifestata** con analoghe frequenze anche **nel corso del 2022**.

Andamento difficoltà economiche dei clienti nel I° semestre 2023 – per settore

	Decisamente aumentate	Leggermente aumentate	Rimaste invariate	Leggermente diminuite	Decisamente diminuite	Saldo (% diminuite- % aumentat)
Dettaglio prodotti per la persona	30%	39%	24%	2%	4%	-63
Dettaglio di prodotti per la casa	22%	44%	34%	0%	0%	-66
Dettaglio di alimentari	27%	42%	27%	4%	0%	-65
Servizi	23%	50%	20%	3%	3%	-67
Comm. all'ingrosso	14%	39%	45%	1%	0%	-52
Turismo	7%	79%	7%	7%	0%	-79
Ristorazione	25%	38%	27%	8%	2%	-53
TOTALE	**22%**	**43%**	**30%**	**4%**	**1%**	**-60**

In tutti i settori prevalgono nettamente i casi di aumento delle difficoltà dei clienti negli ultimi 6 mesi **rispetto ai casi di diminuzione** (saldo negativo).

ANDAMENTO NUMERO MEDIO DI CLIENTI – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% aumentato- % diminuito)
-13

La maggioranza delle aziende (il 49%) ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** il **numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia diminuito** (di cui il 27% in maniera leggera ed il 12% in maniera marcata). Il **35%** ritiene, invece, **invariato** il numero di clienti, mentre il **26% lo ritiene aumentato**. **Il saldo** (differenza tra % aziende che lo ritiene aumentato e % che lo ritiene diminuito) è quindi **negativo**, ovvero le prime superano le seconde.

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

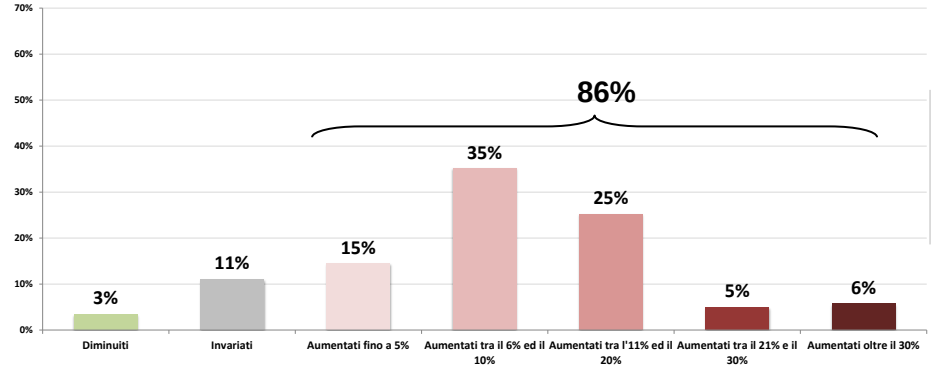
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo % aumentato- % diminuito
Dettaglio prodotti per la persona	4%	26%	24%	33%	13%	-15
Dettaglio di prodotti per la casa	3%	3%	34%	38%	22%	-53
Dettaglio di alimentari	0%	23%	35%	42%	0%	-19
Servizi	3%	23%	33%	17%	23%	-13
Comm. all'ingrosso	4%	24%	49%	15%	7%	+6
Turismo	13%	27%	7%	40%	13%	-13
Ristorazione	5%	23%	35%	25%	12%	-8
TOTALE	**4%**	**22%**	**35%**	**27%**	**12%**	**-13**

I **cali di clientela più frequenti si sono registrati nel dettaglio prodotti per la casa** (saldo tra casi di aumento e casi di calo pari a -53). **Saldo negativo, ma in linea con il complessivo del terziario, negli altri settori**, mentre **nell'ingrosso si è osservato un prevalente aumento del numero medio di clienti** rispetto a 12 mesi fa.

INFLAZIONE – PRIMO SEMESTRE 2023

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato nei primi 6 mesi 2023, se hanno applicato un aumento dei prezzi nello stesso periodo e se intendono farlo nel corso del secondo semestre 2023.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI - primo semestre 2023



VARIAZIONE % MEDIA
+ 12%

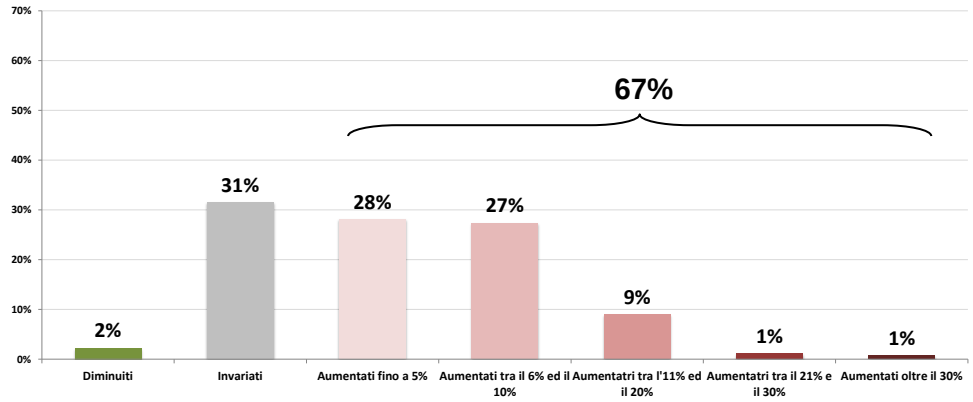
L'aumento medio dei costi nel primo semestre 2023 è stato **del +12%,** ed è stato **osservato dall'86% aziende intervistate**: nel **15%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (meno del 5%), nel **35%** di **intensità media** (tra il 6% ed il 10%), nel **25% marcata** (tra il 10% ed il 30%) e **nel 11% 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%	12%	7%	40%	36%	2%	2%	+12%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	20%	33%	30%	13%	0%	3%	+8%
Dettaglio di alimentari	0%	4%	21%	42%	21%	8%	4%	+13%
Servizi	3%	14%	7%	31%	34%	10%	0%	+12%
Comm. all'ingrosso	13%	14%	22%	36%	9%	2%	5%	+7%
Turismo	0%	0%	0%	36%	36%	14%	14%	+19%
Ristorazione	0%	7%	7%	32%	36%	7%	12%	+16%
TOTALE	**3%**	**11%**	**15%**	**35%**	**25%**	**5%**	**6%**	**+12%**

Gli aumenti dei costi aziendali **risultano più frequentemente di intensità elevata** (oltre il 10%) tra le aziende **del turismo** (64% rispetto al 36% complessivo del terziario), e della **ristorazione** (55%).

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI – primo semestre 2023



VARIAZIONE % MEDIA

+ 5.5%

Il **31%** delle intervistate **ha mantenuto invariati i prezzi** nel corso dell'ultimo anno, mentre i **due terzi (67%) hanno applicato un aumento:** nel **28%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (inferiore al 5%), nel **27%** di **intensità media** (tra 6% e 10%) e nell'**11% marcata** (oltre il 10%).

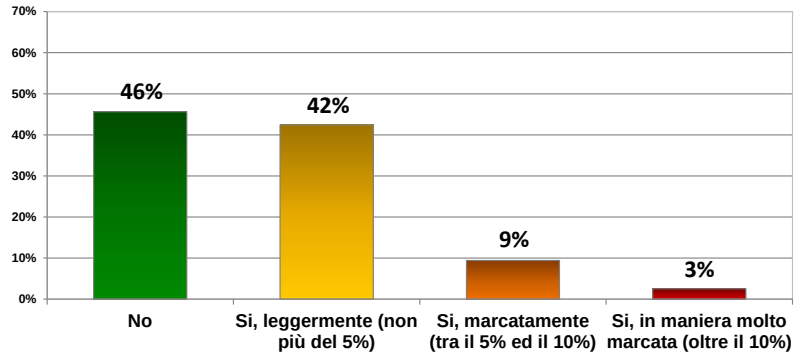
Aumento dei prezzi applicati – per settore

	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	**2%**	**38%**	**60%**	21%	29%	10%	0%	0%	+5%
Dettaglio di prodotti per la casa	**0%**	**19%**	**81%**	48%	23%	10%	0%	0%	+6%
Dettaglio di alimentari	**0%**	**9%**	**91%**	39%	43%	9%	0%	0%	+8%
Servizi	**0%**	**67%**	**33%**	7%	10%	7%	10%	0%	+5%
Comm. all'ingrosso	**7%**	**26%**	**66%**	31%	22%	12%	0%	1%	+5%
Turismo	**0%**	**21%**	**79%**	29%	29%	21%	0%	0%	+7%
Ristorazione	**0%**	**32%**	**68%**	25%	37%	3%	0%	2%	+5%
TOTALE	**2%**	**31%**	**66%**	**28%**	**27%**	**9%**	**1%**	**1%**	**+5.5%**

La **quota di aziende** che hanno applicato un **aumento prezzi** nel 2022 è **maggiore nel dettaglio alimentari** (91%), nel **dettaglio prodotti per la casa** (81%) e **nel turismo** (79%). Meno frequente nei servizi (33%).

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI

nel secondo semestre 2023



Il **54%** delle aziende **prevede di aumentare i prezzi nel corso del secondo semestre 2023** (la stessa previsione per il primo semestre 2023 era del 71% delle aziende e pertanto risulta nettamente diminuita). **Prevalentemente** le aziende prevedono **un aumento leggero** (inferiore al 5%).

Previsione di aumentare i prezzi – per settore

	NO	SI	Si leggermente	Si marcatamente	Si in maniera molto marcata
Dettaglio prodotti per la persona	43%	**57%**	36%	20%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	53%	**47%**	41%	3%	3%
Dettaglio di alimentari	54%	**46%**	21%	13%	13%
Servizi	63%	**37%**	17%	17%	3%
Comm. all'ingrosso	47%	**53%**	49%	3%	1%
Turismo	33%	**67%**	47%	13%	7%
Ristorazione	33%	**67%**	61%	7%	0%
TOTALE	**46%**	**54%**	**42%**	**9%**	**3%**

La **previsione di aumentare i prezzi nel primo semestre 2023** è **più frequente nel turismo e ristorazione** (67%).

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	**83%**	**76%**	**91%**	**89%**	**84%**	**77%**	**88%**	**89%**
Acquisto di attrezzature, macchinari, veicoli	**30%**	8%	21%	56%	19%	31%	31%	43%
Promozione, marketing, internazionalizzazione	**22%**	29%	30%	7%	41%	20%	19%	14%
Formazione	**19%**	20%	27%	15%	38%	11%	6%	19%
Risparmio Energetico	**15%**	18%	15%	26%	6%	7%	19%	19%
Digitalizzazione / innovazione tecnologica	**14%**	10%	12%	4%	13%	28%	25%	3%
Opere Edili e murarie	**10%**	4%	6%	7%	6%	9%	25%	16%
Consulenze / servizi	**8%**	10%	6%	7%	16%	10%	6%	3%

L'83% 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 sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti sta mettendo a rischio la sopravvivenza della mia azienda	**26%**	39%	24%	37%	6%	19%	26%	37%
Le prossime scadenze fiscali e contributive metteranno a rischio la sopravvivenza della mia attività	**17%**	14%	6%	19%	22%	11%	13%	29%
Ho in programma di innovare l'organizzazione della mia azienda per adattarla alle esigenze di mercato	**26%**	24%	24%	33%	25%	31%	38%	17%
Nella zona dove è situata la mia attività percepisco un crescente senso di insicurezza	**41%**	41%	33%	41%	44%	36%	50%	46%

Il **26%** 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 era il 43% a fine 2022 e pertanto si è decisamente ridotta negli ultimi 6 mesi dopo che nel corso del 2022 era andata crescendo. Questa **preoccupazione è più frequente** tra le aziende del **dettaglio di prodotti per la persona** (39%), della **ristorazione** (37%) e degli **alimentari** (37%).

Il **17%** **teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è **calato rispetto al 32% osservato a fine 2022**, dopo che era rimasto costante per tutto il 2022. Dato particolarmente **elevato nella ristorazione** (29%).

Il **26%** **ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale adattandola alle esigenze di mercato:** turismo, dettaglio alimentari e ingrosso sembrano i settori più propensi in tal senso.

Il **41%** **ritiene che nella zona dove è situata la sua attività percepisce un crescente senso di insicurezza** : in tal senso ci si aspetterebbe che il settore influisca poco nella risposta, anche se turismo e ristorazione sono i settori che hanno mostrato questa percentuale leggermente superiore

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 30 GIUGNO 2023

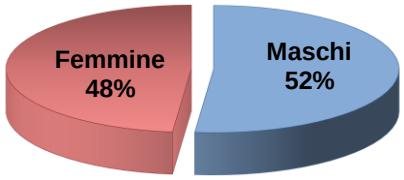
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**28%**	**47%**	**21%**	**30%**	**50%**	**11%**	**38%**	**24%**
Almeno un dip.	**72%**	**53%**	**79%**	**70%**	**50%**	**89%**	**63%**	**76%**
1–5 dipend.	**39%**	41%	45%	44%	34%	32%	25%	46%
6–10 dipend.	**14%**	6%	18%	11%	3%	21%	6%	17%
11–49 dipend.	**17%**	4%	12%	11%	13%	31%	31%	13%
50 o + dipend.	**2%**	2%	3%	4%	0%	5%	0%	0%

Il settore in cui le **aziende con dipendenti** sono **più frequenti è l'ingrosso** (dove l'89% ha almeno un dipendente). **Elevata quota di aziende con dipendenti anche** nella **ristorazione** (76%) e nel **dettaglio prodotti per la casa** (79%), mentre **sono meno frequenti** le **aziende con dipendenti** nei **servizi** (50%) e **nel dettaglio prodotti per la persona** (53%).

% Dipendenti per sesso



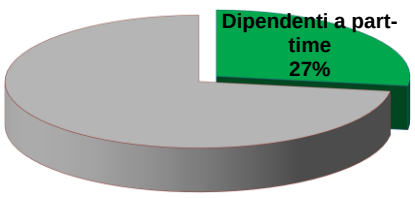
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**52%**	25%	52%	27%	56%	67%	49%	38%
% femmine	**48%**	75%	48%	73%	44%	33%	51%	62%

Si osserva un **equilibrio tra numero di dipendenti di sesso maschile** e **femminile** (52% e 48%). 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 30 giugno 2023.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 30 GIUGNO 2023



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**27%**	30%	38%	28%	50%	14%	19%	52%

Il part-time rappresenta il 27% dei contratti in essere al 30 giugno 2023 (dato in lieve aumento rispetto al 23% registrato per il campione di fine 2022). I settori che **utilizzano maggiormente il part-time** sono la **ristorazione** (52%) ed i **servizi** (50%), mentre **il ricorso al part-time è più contenuto nell'ingrosso** (14%).

Dipendenti a part-time per sesso

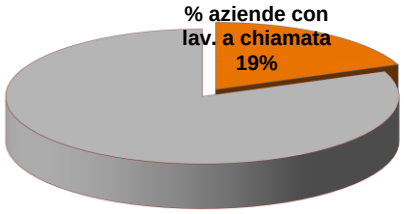
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**14%**	9%	17%	15%	57%	3%	8%	47%
% part-time tra le femmine	**42%**	37%	62%	33%	41%	37%	30%	55%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 42% dei dipendenti di sesso femminile è part-time) mentre **tra i maschi è utilizzato in solo nel 14% dei contratti**. Nella tabella le specificità settoriali mostrano come il part-time è diffuso anche tra i maschi nei settori servizi e ristorazione, mentre nei rimanenti settori è quasi esclusivamente adottato tra le dipendenti femmine.

DIPENDENTI A CHIAMATA

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

DIPENDENTI A CHIAMATA - AL 30 GIUGNO 2023



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con lav. a chiamata	**19%**	14%	12%	19%	6%	5%	31%	48%

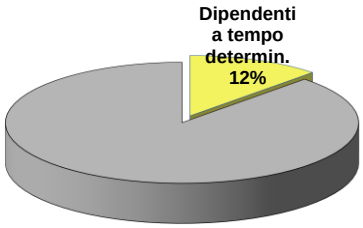
Il 19% delle aziende (dato in linea con quanto osservato nelle ultime rilevazioni) presenta **almeno un contratto a chiamata.** Questo contratto è **più diffuso e più numeroso tra le aziende della ristorazione** (il 48% lo adotta) e nel **turismo** (31%), mentre è decisamente **più contenuto negli altri settori**.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a tempo determinato attivi tra le aziende intervistate al 30 giugno 2023 e il loro andamento (proroghe e/o cessazioni) nel primo semestre 2023.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 30 GIUGNO 2023

tra le aziende con dipendenti



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con contratti t. det.	**38%**	42%	19%	42%	56%	26%	70%	50%
% contratti a tempo det.	**12%**	20%	3%	12%	32%	4%	22%	27%

Tra le aziende con dipendenti, il 38% presenta almeno un contratto a tempo determinato (circa un terzo, dato in linea con il 35% osservato tra il 2020 ed il 2022) e questi costituiscono una **quota pari al 12% dei contratti in essere** tra le aziende con dipendenti (parametro in linea con quanto osservato nelle ultime rilevazioni). Il **tempo determinato** è **più diffuso tra le aziende** del **turismo** (il 70% delle aziende lo adotta per il 22% dei contratti in essere), **della ristorazione** (il 50% delle aziende per un 27% dei contratti) e nei **servizi** (56% per il 32% dei contratti in essere), mentre è **meno diffuso negli altri settori**.

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 1° SEMESTRE 2023

tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

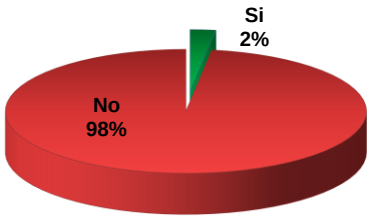
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	**60%**	18%	43%	44%	50%	38%	71%	62%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**49%**	18%	40%	38%	33%	47%	66%	67%

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **60% ne ha cessato almeno uno nel primo semestre 2023** mentre **il 49% ne ha prorogato almeno uno nello stesso periodo.**

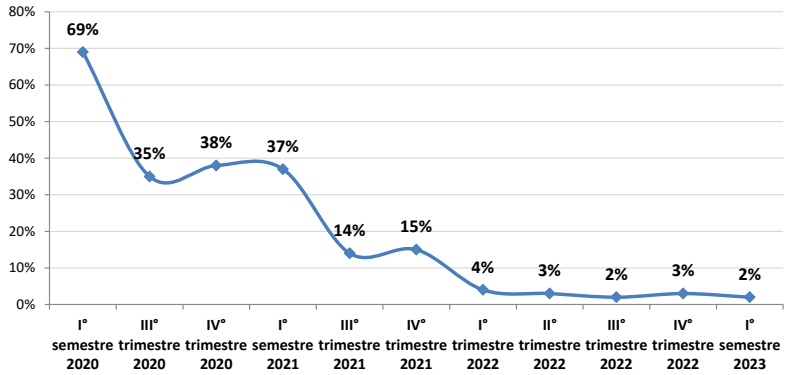
AMMORTIZZATORI SOCIALI – PRIMO SEMESTRE 2023

Di seguito si analizza il ricorso ad ammortizzatori sociali nel primo semestre 2023 e nel periodo di emergenza.

% AZIENDE CHE HANNO ATTIVATO AMMORTIZZATORI - 1° SEMESTRE 2023



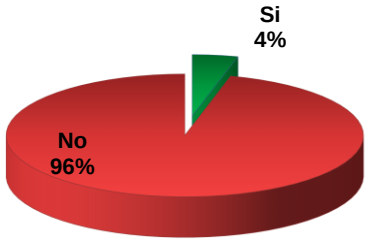
RICORSO AGLI AMMORTIZZATORI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



Il ricorso agli ammortizzatori **si è azzerato a partire dal 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 II° SEMESTRE 2023

tra le aziende con almeno un dipendente



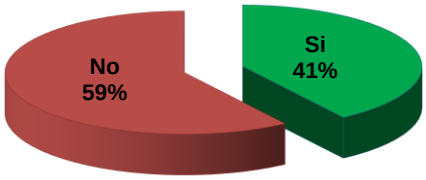
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% su tot. aziende con dip.	**4%**	4%	0%	5%	6%	1%	4%	10%

Tra le aziende con dipendenti, solo **il 4% prevede (o teme) di attivare ammortizzatori nel II° semestre 2023**. E' **leggermente più elevata nella ristorazione** (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 primo semestre 2023 e viene chiesto a chi si sono rivolte, se hanno riscontrato difficoltà nel reperirlo, se sono alla ricerca di personale e quali figure cercano.

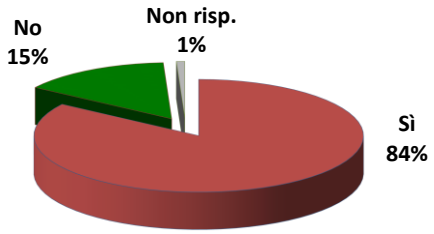
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL 1° SEMESTRE 2023



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**41%**	**14%**	**39%**	**30%**	**34%**	**44%**	**63%**	**59%**
% ricerca tra aziende con dip.	53%	27%	50%	42%	56%	50%	80%	73%
% ricerca tra aziende senza dip.	7%	0%	0%	0%	13%	0%	33%	13%

Il **41% delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del 1° semestre 2023**. Questa percentuale è del 53% tra aziende con dipendenti, e solo del 7% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** sono stati decisamente i **settori turismo** (63%) e **ristorazione** (59%), mentre **la ricerca è stata meno frequente negli altri settori,** particolarmente nel dettaglio prodotti per la persona dove solo il 14% delle aziende ha cercato personale.

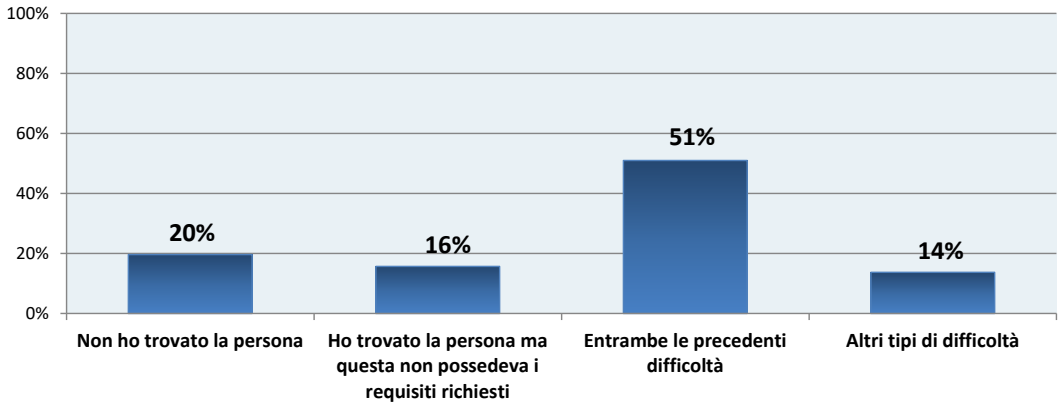
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	**84%**	57%	95%	95%	95%	72%	90%	86%

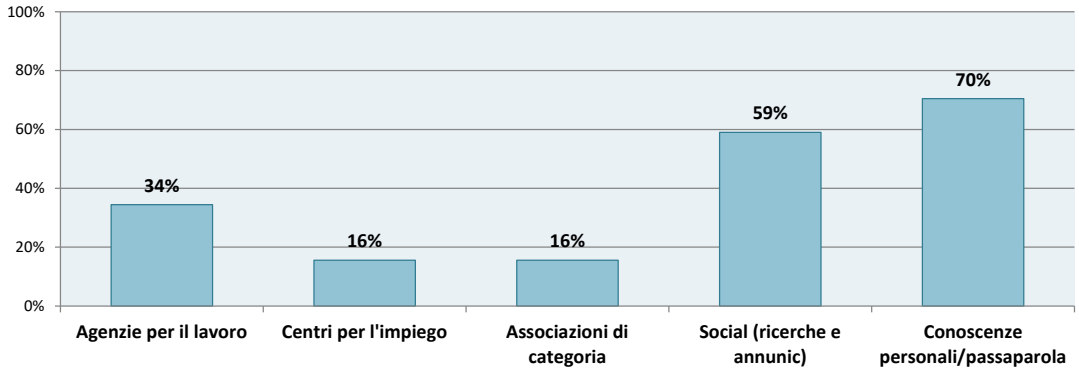
L'**84**% delle aziende che hanno cercato personale dichiarano di aver riscontrato difficoltà (in linea con le osservazioni dei singoli trimestri dell'ultimo anno, su valori sempre attorno all'80%). Percentuale **elevata in tutti i settori**.

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



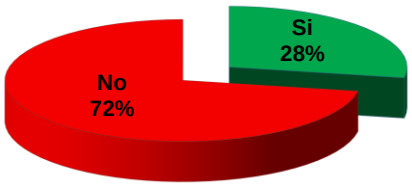
Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona nel 71% dei casi**, e la **mancanza dei requisiti nei candidati,** segnalata dal **67% degli intervistati.** Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà.

A CHI SI E' RIVOLTO



Le imprese che hanno cercato personale **si sono rivolte per il 70% a conoscenze personali e passaparola**, per il **59% ai social** (ricerche e annunci on-line) e solo in misura più contenuta ad agenzie per il lavoro, centri per l'impiego ed associazioni di categoria.

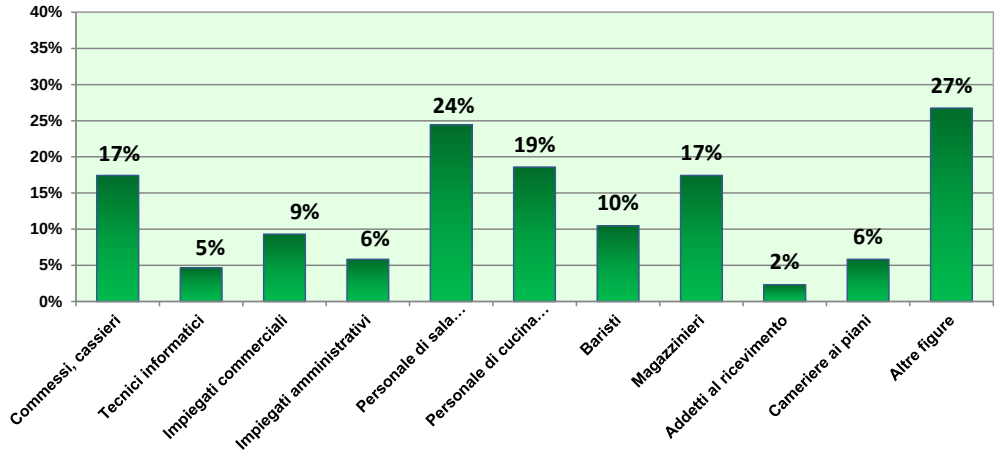
% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**28%**	10%	42%	19%	19%	31%	44%	38%
% ricerca tra aziende con dip.	**37%**	15%	54%	26%	25%	33%	70%	46%
% ricerca tra aziende senza dip.	**7%**	4%	0%	0%	13%	11%	0%	13%

Il **28% delle aziende dichiara di essere alla ricerca di personale, attualmente o per il prossimo semestre** (questi sono composti per il 72% da imprese che avevano cercato personale anche nel primo semestre 2023). Questa percentuale è del 37% tra aziende con dipendenti, e solo del 7% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** sono il **turismo** (44%), **ristorazione** (38%), ma anche **dettagli prodotti per la casa** (42%).

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE – tra le aziende che cercano personale



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Personale di sala (camerieri)	**24%**	0%	0%	0%	0%	0%	57%	71%
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	**19%**	0%	0%	40%	0%	0%	29%	50%
Commessi, cassieri	**17%**	40%	43%	80%	0%	4%	0%	8%
Magazzinieri	**17%**	40%	14%	20%	0%	36%	0%	4%
Baristi	**10%**	0%	7%	0%	0%	0%	29%	25%
Impiegati commerciali	**9%**	20%	14%	0%	0%	20%	0%	0%
Impiegati amministrativi	**6%**	0%	14%	0%	0%	12%	0%	0%
Cameriere ai piani	**6%**	0%	0%	0%	0%	0%	57%	4%
Tecnici informatici	**5%**	20%	0%	0%	17%	8%	0%	0%
Addetti al ricevimento	**2%**	0%	0%	0%	0%	0%	29%	0%
Altre figure	***27%***	*20%*	*29%*	*20%*	*83%*	*36%*	*14%*	*8%*

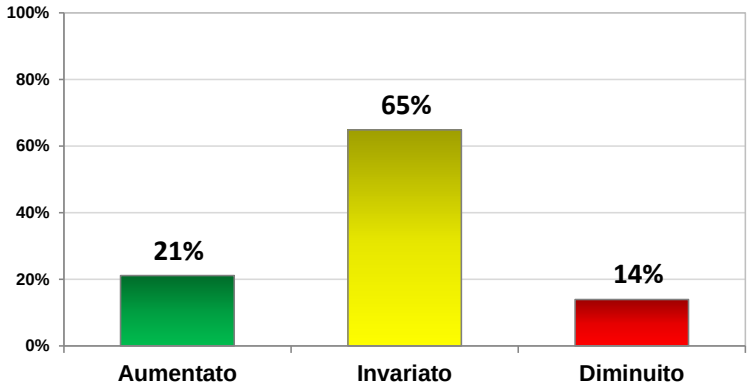
Le figure professionali maggiormente ricercate sono il **personale di sala** (cercate dal 57% delle imprese del turismo e dal 71% della ristorazione che stanno cercando personale), **personale di cucina** (cercate dal 50% delle imprese della ristorazione), **commessi e cassieri** (cercati dal 80% delle imprese del dettaglio alimentare e dal 40% delle imprese del dettaglio di prodotti per la casa e per la persona), **magazzinieri** (40% delle imprese del dettaglio prodotti per la persona e 36% nell'ingrosso). **Frequente anche la ricerca di camerieri ai piani** tra le imprese del turismo (57% delle imprese che stanno cercando personale cercano tale figura).

ANDAMENTO DIPENDENTI - 1° SEMESTRE 2023

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel 1° semestre 2023.

VARIAZIONE NUMERO DI DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2023

Tra aziende con almeno un dipendente



SALDO

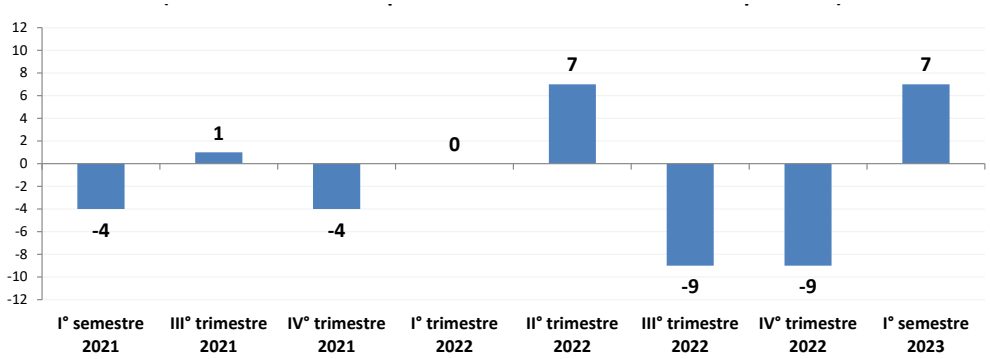
% aumentato - % diminuito

+7

Il primo semestre 2023 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 corso del 2022). **Nella restante minoranza delle aziende** si osserva un lieve **prevalere dei casi di aumento** (21%) **rispetto ai casi di diminuzione** (14%).

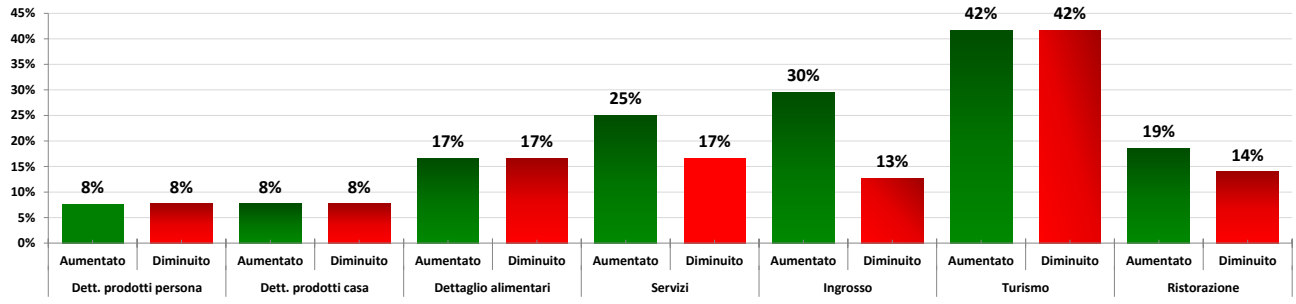
TREND DEL SALDO

differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione



Il **saldo** (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) **è positivo (+7) dopo che nella seconda metà del 2022 era stato negativo (-9).** Si è tornati a **segno positivo così come nella prima metà del 2022.**

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2023 – PER SETTORE



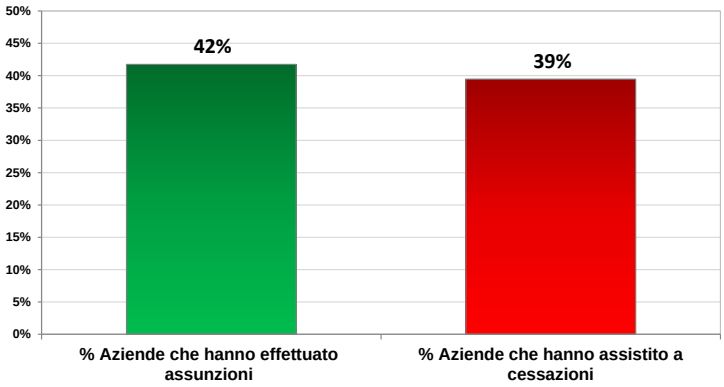
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 1° semestre 2023 con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osservano **in quasi tutti i settori un equilibrio** (i casi di aumento pareggiano quelli di diminuzione) **ed un saldo positivo** (i casi di aumento superano quelli di diminuzione) nell' **ingrosso** (+17), **servizi** (+8) e **ristorazione** (+5).

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 1° SEMESTRE 2023

Si analizza la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel 1° semestre 2023.

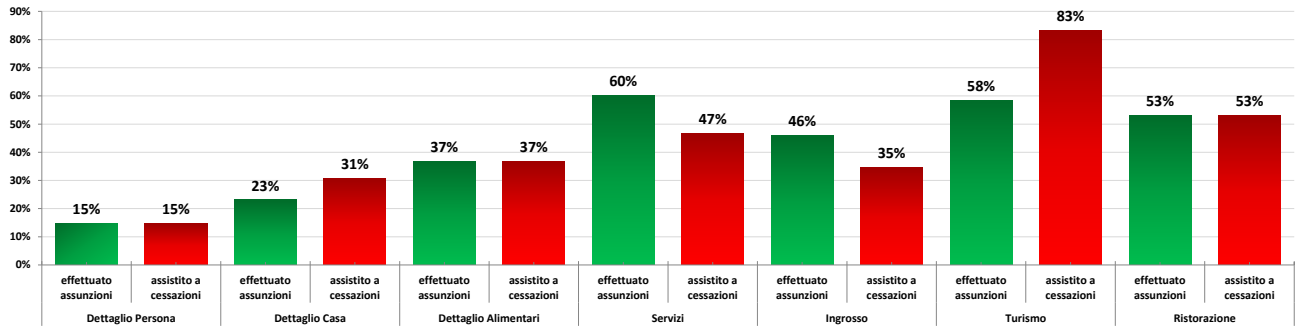
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 1° SEMESTRE 2023

tra aziende con almeno un dipendente



Il 42% delle aziende con dipendenti **ha effettuato almeno una assunzione** nel 1° semestre 2023, mentre il **39%** hanno **assistito ad almeno una cessazione** di rapporti di lavoro nel periodo.

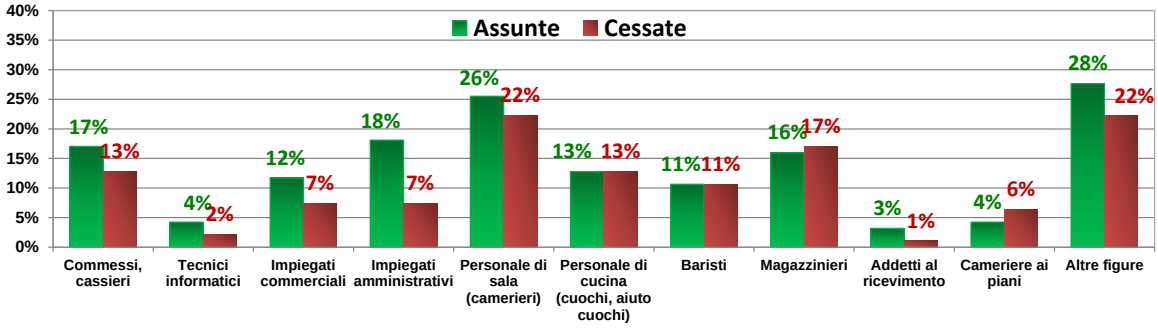
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 1° SEMESTRE 2023 - PER SETTORE



Sono **prevalse le % di aziende che hanno assistito a cessazioni** rispetto a quelle che hanno effettuato assunzioni nel **dettaglio prodotti per la casa** e nel **turismo**. Viceversa **è prevalsa la quota di aziende che hanno effettuato assunzioni** nei **servizi** e nell'**ingrosso. Equilibrio** negli altri settori.

FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 1° SEMESTRE 2023

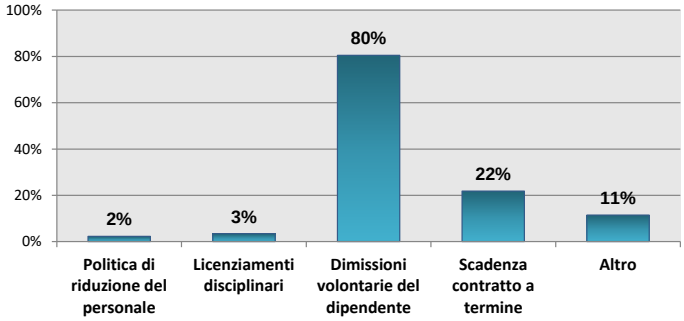
% di aziende che le ha assunte/cessate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il **turnover per figura professionale** si vede **equilibrio tra la frequenza di ingresso rispetto a quella di uscita in molte figure.** Risulta invece un **turnover positivo** per i commessi, gli impiegati commerciali, gli impiegati amministrativi e camerieri.

MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – 1° SEMESTRE 2023

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



I **motivi delle cessazioni** osservate sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per l'80% delle aziende con cessazioni, in lieve aumento rispetto alle rilevazioni passate) e **scadenza dei contratti a termine** (22%, in calo rispetto al passato). Solo **nel 5% è stata una scelta dell'azienda** (anche questo dato in diminuzione rispetto alle rilevazioni passate).

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si intende verificare se le intervistate hanno, nel 1° semestre 2023, fatto formazione dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2023

tra le aziende con dipendenti

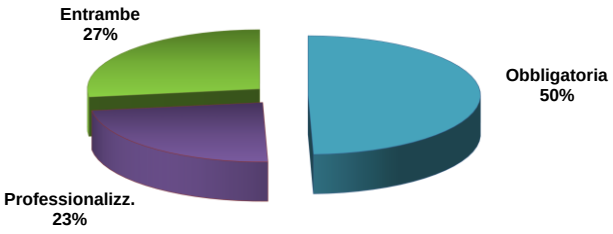
Formazione dipendenti – per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	**48%**	37%	54%	26%	63%	63%	33%	31%

Il **48%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel 1° semestre 2023**. **Più attivi** nella formazione, come storicamente dimostrato, i settori **ingrosso** e i **servizi.**

TIPOLOGIA FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2023

tra le aziende che hanno fatto formazione

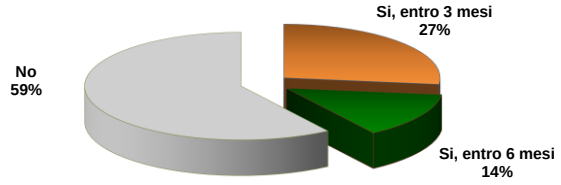


Tra le aziende che hanno fatto formazione **il 50% ha fatto formazione obbligatoria**, il **23% professionalizzante** ed **il 27% entrambe**. La quota di professionalizzante (da sola o congiunta alla obbligatoria) risulta maggiore nei servizi (85%) e nel dettaglio prodotti per la persona (70%).

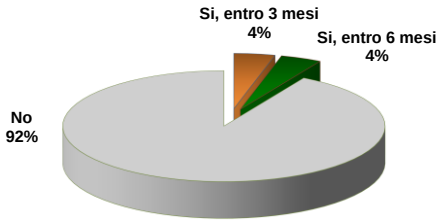
PREVISIONI OCCUPAZIONALI – da qui a sei mesi

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



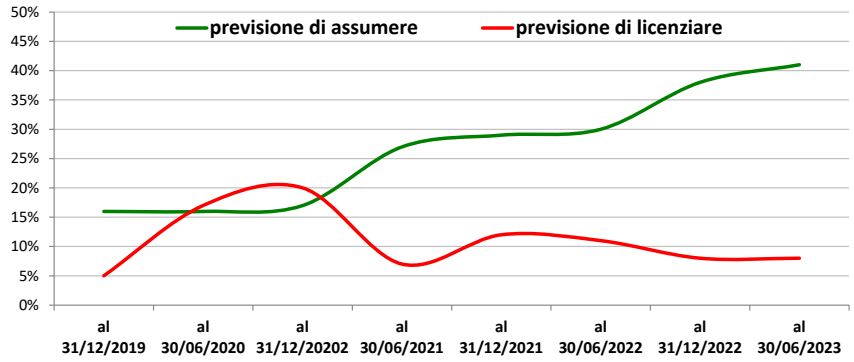
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
prevede di assumere nei prossimi 6 mesi	**41%**	15%	50%	32%	31%	40%	60%	50%
prevede di licenziare nei prossimi 6 mesi	**8%**	12%	4%	11%	6%	10%	4%	10%

Una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 41%) **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 2022 e prima metà del 2023 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, 2022 e prima metà 2023.**

FINE REPORT

SINTESI

STATO DI SALUTE AL 30 GIUGNO 2023

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

Il 14% 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** (44%) o **discreto** (44%).

Lo stato di salute **dopo il picco negativo registrato a fine 2020** (quando erano il 43% in condizione non buona) **era migliorato decisamente** nei mesi successivi e al 31 dicembre 2021 era già ritornato ai livelli di salute pre-covid e **nel corso del 2022 e nella prima metà del 2023 si è stabilizzato** (su % tra il 10% e il 15%).

Lo stato di salute al 30 giugno 2023 mostra **alcune criticità nei settori dettaglio prodotti per la persona**, **dettaglio prodotti per la casa e turismo**. In linea con il dato complessivo del terziario gli altri settori, mentre il settore ingrosso mostra uno stato di salute decisamente positivo.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL PRIMO SEMESTRE 2023

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso del primo semestre 2023 su una scala a 5 livelli (decisamente migliorato – leggermente migliorato – rimasto invariato – leggermente peggiorato – decisamente peggiorato).

Il **27%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **peggioramento del proprio stato di salute** (leggero o marcato) **nel corso del primo semestre 2023** (erano il 28% nei primi 6 mesi del 2022).

La maggioranza delle aziende ritengono il proprio stato di salute **rimasto invariato** (**48%**), mentre **per il 24% è migliorato.**

Segnalano un **prevalente miglioramento del proprio stato di salute** nel corso del **primo semestre 2023** le aziende dei settori **ingrosso, ristorazione e turismo**. Saldo in equilibrio, o leggermente negativo, negli altri settori, mentre il **peggioramento è stato decisamente frequente tra le aziende del dettaglio prodotti per la persona** (39% casi di peggioramento)

ANDAMENTO FATTURATI: PRIMO SEMESTRE 2023 RISPETTO AL PRIMO SEMESTRE 2022

E' stato chiesto alle aziende l'andamento dei fatturati nel primo semestre 2023 rispetto al primo semestre 2022 (aumentato – invariato – diminuito) e la variazione %.

Il **32%** (un terzo) delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **calo del proprio fatturato rispetto allo stesso periodo del 2022.** Il fatturato è, invece, **aumentato nel 28%** dei casi mentre è **rimasto invariato** nella maggioranza dei casi (**41%**). Come risultato di queste tendenze si è osservato un fatturato mediamente stabile, o leggermente in calo (-1%).

Nel confronto con il I° semestre 2022 la flessione dei fatturati più frequente e marcata si è osservata nei settori del commercio al **dettaglio di prodotti per la casa** (42% casi di diminuzione), nell'**ingrosso** (39% casi di diminuzione), e negli **alimentari** (37%). Positivo, invece, l'andamento dei fatturati nel settore **servizi** e nel **turismo**, stabile nella ristorazione e ei prodotti per la persona

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 **35%** 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 nel corso del 2022, dopo che era **leggermente diminuita rispetto a fine 2021 e decisamente diminuita rispetto al picco negativo di 53% osservato a fine 2020**.

Le **difficoltà più frequenti** nel pagare i propri fornitori vengono registrate tra le imprese del **dettaglio di prodotti non alimentari** (quasi una impresa su due in difficoltà, sia tra i prodotti per la persona che tra i prodotti per la casa) e dalle imprese **della ristorazione** (44%), mentre negli altri settori questa difficoltà risulta in linea con il complessivo del terziario, o inferiore (come nel caso del dettaglio alimentari e dell'ingrosso).

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 al 30 giugno 2023 mostra una **forte impronta alla stabilità**: infatti la **maggioranza delle imprese prevede stabilità** del proprio stato di salute nei prossimi sei mesi (il 67%) mentre le restanti si dividono in **17% di ottimiste che prevedono un miglioramento** e **15% di pessimiste che prevedono peggioramento**.

Questo "clima di fiducia" (differenza tra "ottimisti" e "pessimisti") ha osservato un **andamento oscillatorio tra il 2020 ed il 2021** (forte pessimismo a fine 2020, ottimismo a metà 2021) ma a partire **da fine 2021** si è **assestato su valori di equilibrio, confermati nel primo semestre 2023.**

Il clima di fiducia risulta **in equilibrio in quasi tutti i settori**, con leggeri scostamenti verso un leggero ottimismo o pessimismo in alcuni settori. Risultano maggiormente ottimiste le aziende del dettaglio alimentari.

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 **41%**) **prevede di assumere nei prossimi 6 mesi (secondo semestre 2023)**, 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 30 giugno 2023 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 **13%** delle aziende **ritiene "insufficiente" o "gravemente insufficiente" il proprio livello di liquidità.** Delle rimanenti aziende il **35%** lo ritiene "**sufficiente ma solo per un breve periodo**", mentre la maggioranza, **il 51%,** lo ritiene **solido ovvero "sufficiente anche nel medio periodo**".

Queste percentuali **hanno osservato nel corso del 2022 un lieve miglioramento rispetto alla situazione rilevata al 31 dicembre 2021 per poi stabilizzarsi nel primo semestre 2023.** La quota di aziende con "liquidità insufficiente" dopo il picco del 26% a fine 2020 si è abbassata fino al 10-15% attuale.

Il livello di **liquidità più critico** lo segnalano il commercio al **dettaglio di prodotti alimentari** (insufficiente per il 27%), il **dettaglio prodotti per la persona** (insufficiente per il 23%) e **la ristorazione** (insufficiente per il 22%). La liquidità è, invece, solida nell'ingrosso e nel turismo.

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 primo semestre 2023 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** (81%) vede, al 30 giugno 2023, **sintomi di difficoltà tra i propri clienti** (nel 58% dei casi leggera, nel 23% 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** (quasi il 90%) e **più contenute nell'ingrosso** (73%).

E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del primo semestre 2023**: questo è avvenuto secondo il **65% delle aziende** (nel 43% in maniera definita leggera, nel 22% marcata). Per il **28%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo per il 3% sono diminuite. **In tutti i settori prevalgono i casi di aumento delle difficoltà dei clienti rispetto ai casi di diminuzione** (saldo negativo).

La **maggioranza delle aziende** ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** che i**l numero medio di clienti** che frequenta la loro attività **sia diminuito** (il 49%, nel 27% in maniera definita leggera e nel 12% marcata) mentre il **35%** ritiene che sia **rimasto invariato** ed il **26% aumentato**.

INFLAZIONE

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

L'**aumento medio dei costi aziendali** in tutto il terziario è stato pari al **+12%,** ed è stato **osservato un aumento l'86% delle intervistate**. Gli aumenti dei costi aziendali risultano **più frequentemente di intensità elevata** (oltre il 10%) tra le aziende **del turismo** (64% rispetto al 36% complessivo del terziario), e della **ristorazione** (55%).

L'**aumento medio dei prezzi applicati** nello stesso periodo in tutto il terziario è stato pari al **+5.5%** ed è stato attuato dal **67% delle aziende** intervistate. La quota di aziende che hanno applicato un aumento prezzi è **più marcata nel dettaglio alimentari** (91%), nel **dettaglio prodotti per la casa** (81%) e **nel turismo** (79%). Meno frequente nei servizi (33%).

Il **54% prevede di aumentare i prezzi nel corso del secondo semestre 2023** (la stessa previsione per il primo semestre 2023 era del 71% delle aziende e pertanto risulta nettamente diminuita). Più frequente questa previsione nel **turismo e ristorazione** (67%), e meno frequente nei servizi (37%), in linea con il dato complessivo del terziario gli altri settori.

PREOCCUPAZIONI

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

Il 26**% 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 era il 43% a fine 2022 e pertanto si è decisamente ridotta negli ultimi 6 mesi dopo che nel corso del 2022 era andata crescendo. Questa preoccupazione è più frequente tra le aziende del dettaglio di prodotti per la persona (39%), della ristorazione (37%) e degli alimentari (37%).

Il **17% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività**: questo dato è calato rispetto al 32% osservato a fine 2022, dopo che era rimasto costante per tutto il 2022. Dato particolarmente elevato nella ristorazione (29%).

Il **26% ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale adattandola alle esigenze di mercato**: turismo, dettaglio alimentari e ingrosso sembrano i settori più propensi in tal senso.

Il **41% ritiene che nella zona dove è situata la sua attività percepisce un crescente senso di insicurezza** : in tal senso ci si aspetterebbe che il settore influisca poco nella risposta, anche se turismo e ristorazione sono i settori che hanno mostrato questa percentuale leggermente superiore