

OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE **DELLA PROVINCIA DI VICENZA**

ANNO 2016

QUARTO MONITORAGGIO

Ottobre – Novembre - Dicembre

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.

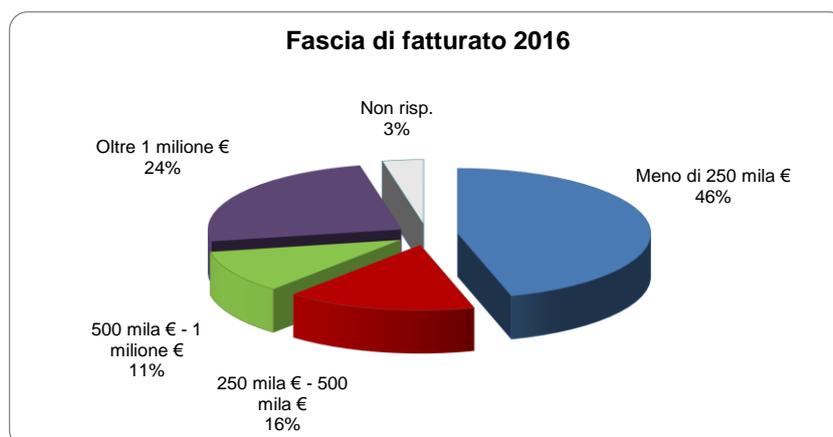
L'ANALISI

Si riportano di seguito **le analisi dei dati raccolti nel quarto trimestre 2016**, rappresentati come elaborazioni grafiche e relativi commenti delle **principali caratteristiche economico-occupazionali rilevate presso le aziende intervistate** (differenziate anche per settore).

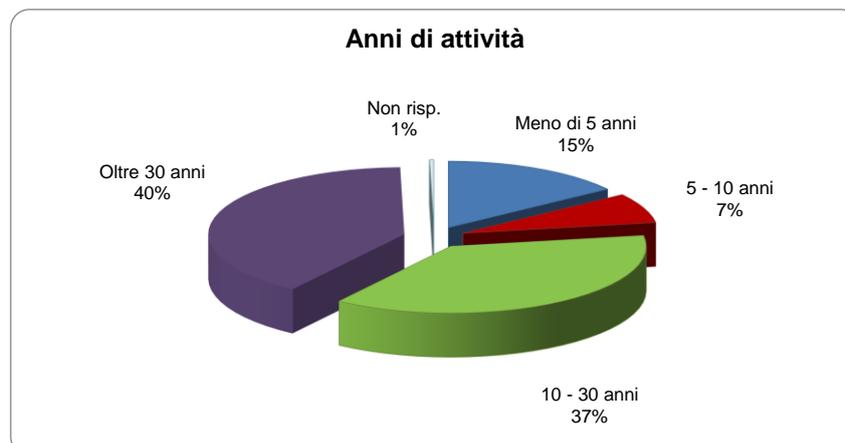
CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

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 del trimestre è costituito prevalentemente da aziende con fatturato inferiore a 250 mila € (il 46%), ma anche da aziende con fatturato superiore a 1 milione di € (24%).

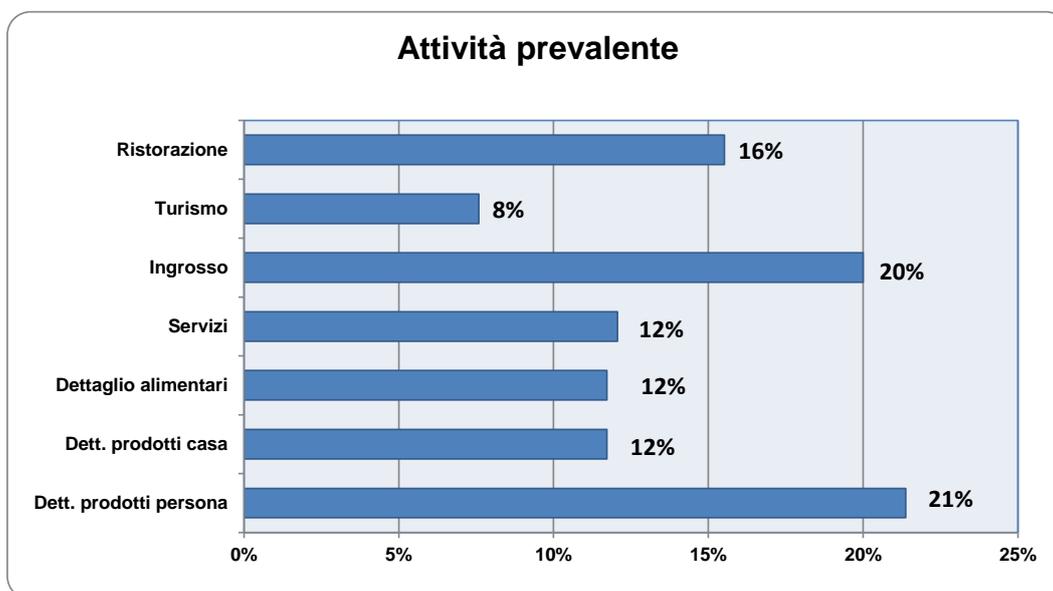


Anni attività: la maggioranza delle aziende è in attività da anni (il 37% da 10-30 anni e il 40% da oltre 30 anni).

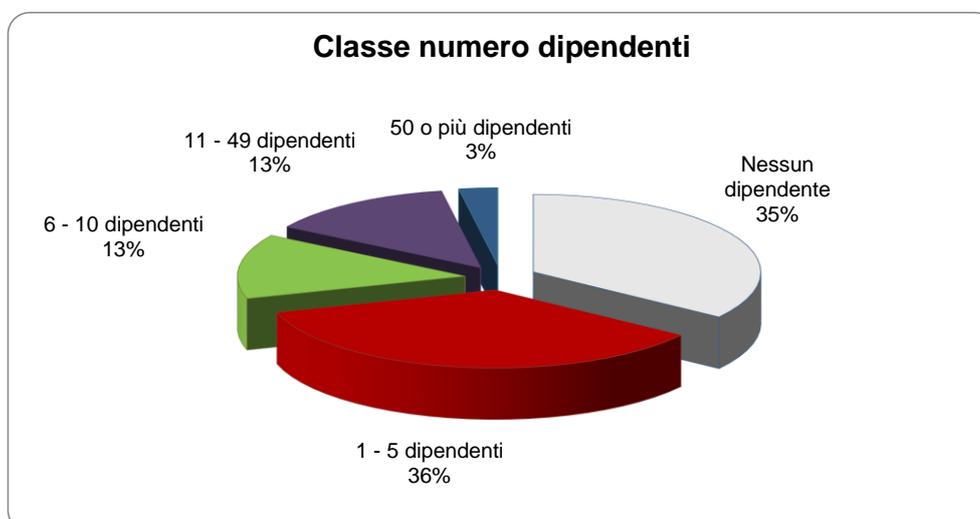


Attività prevalente: il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (45%) seguito dal commercio all'ingrosso con il 20% e dalla ristorazione (16%). Ai fini della presente analisi il commercio al dettaglio, che al suo interno comprende una notevole varietà merceologica, è stato suddiviso in tre 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, ossia il 36% ha meno di 5 dipendenti).



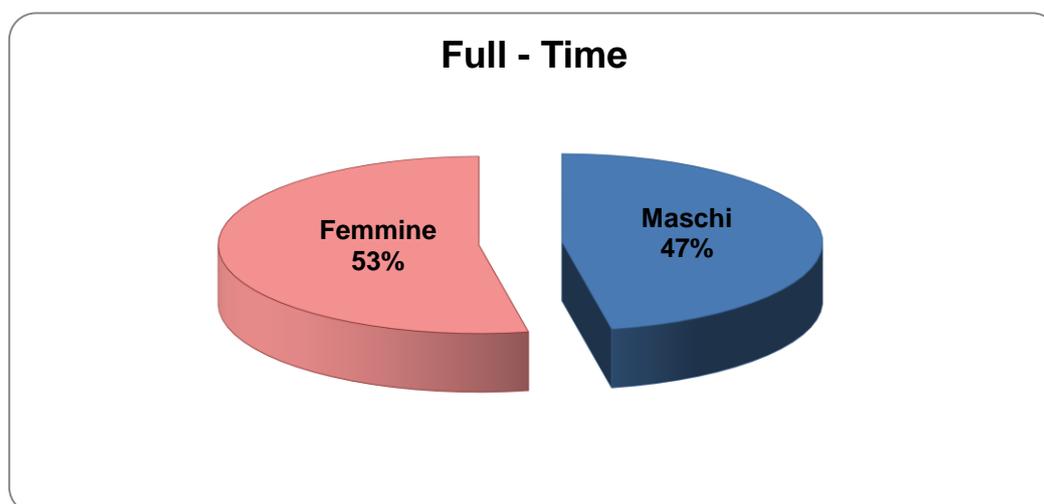
Di seguito si riporta anche la specifica per classe di dipendenti suddivisa per singoli settori che mostra come le aziende con dipendenti siano più diffuse nel settore dell'ingrosso (88%) e della ristorazione (82%).

Classe di dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipendente	58%	29%	50%	40%	12%	41%	18%
Con dipendenti	42%	71%	50%	60%	88%	59%	82%
1 - 5 dipendenti	31%	47%	26%	29%	29%	23%	60%
6 - 10 dipendenti	8%	9%	9%	14%	19%	18%	18%
11 - 49 dipendenti	3%	9%	12%	11%	34%	18%	4%
50 o più dipendenti	0%	6%	3%	6%	5%	0%	0%

CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI

Per quanto riguarda il **numero dei dipendenti totali**, rilevati dalla presente indagine, si riscontra una lieve maggioranza di dipendenti di sesso femminile (53%) rispetto a quelli di sesso maschile (47%).



Nei singoli settori si riscontra una prevalenza di donne ad eccezione del dettaglio di prodotti per la persona (dove c'è equilibrio) e dell'ingrosso (dove c'è una netta prevalenza di uomini).

Sesso dei dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% Maschi	53%	38%	25%	35%	75%	44%	32%
% Femmine	47%	62%	75%	65%	25%	56%	68%

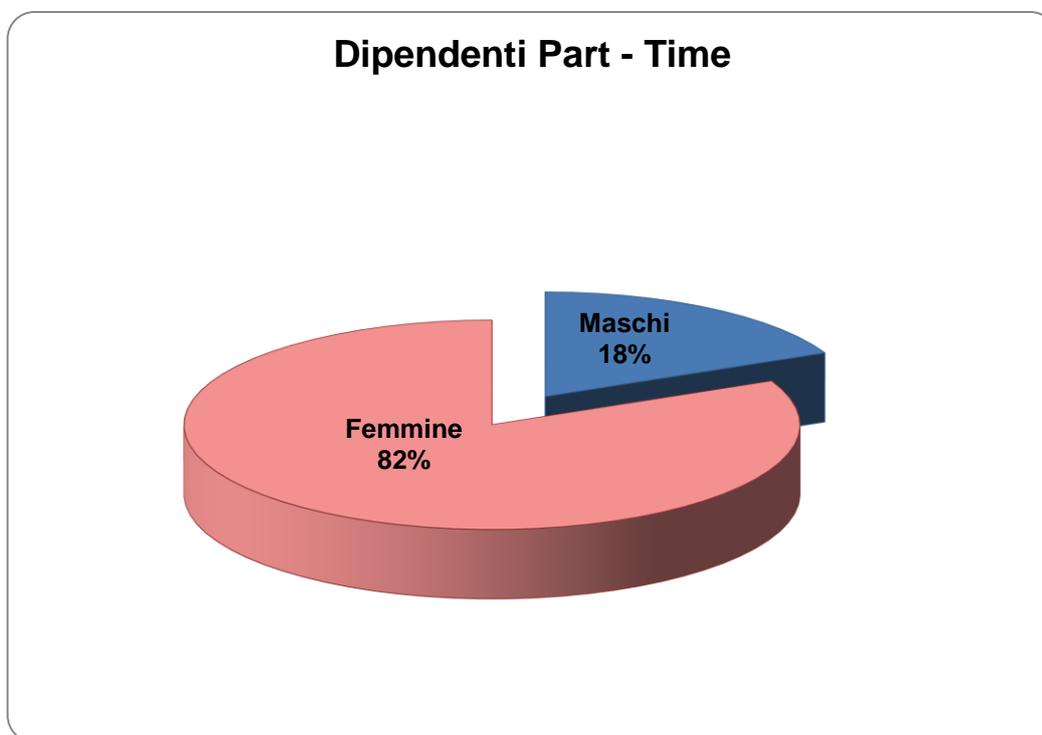
Nel campione il **part-time** costituisce il **26,8% del totale dei dipendenti**, dato in aumento rispetto al trimestre precedente (18,1%).

Il settore che utilizza di meno questa tipologia contrattuale è l'ingrosso (14% circa), mentre è molto diffuso nel dettaglio alimentari (55% circa).

Percentuale dipendenti part-time per settore

TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristorazione
26,8%	20,6%	42,3%	54,5%	25,0%	13,8%	24,2%	41,9%

Il dato relativo al part-time evidenzia che questa tipologia di contratto riguarda maggiormente le donne (l'82% dei dipendenti part-time è di sesso femminile).



Complessivamente il **20,9% delle aziende intervistate ha impiegato lavoratori a voucher** nel trimestre. **Tale percentuale è maggiore nei settori della ristorazione (42,2%) e del turismo (40,9%).**

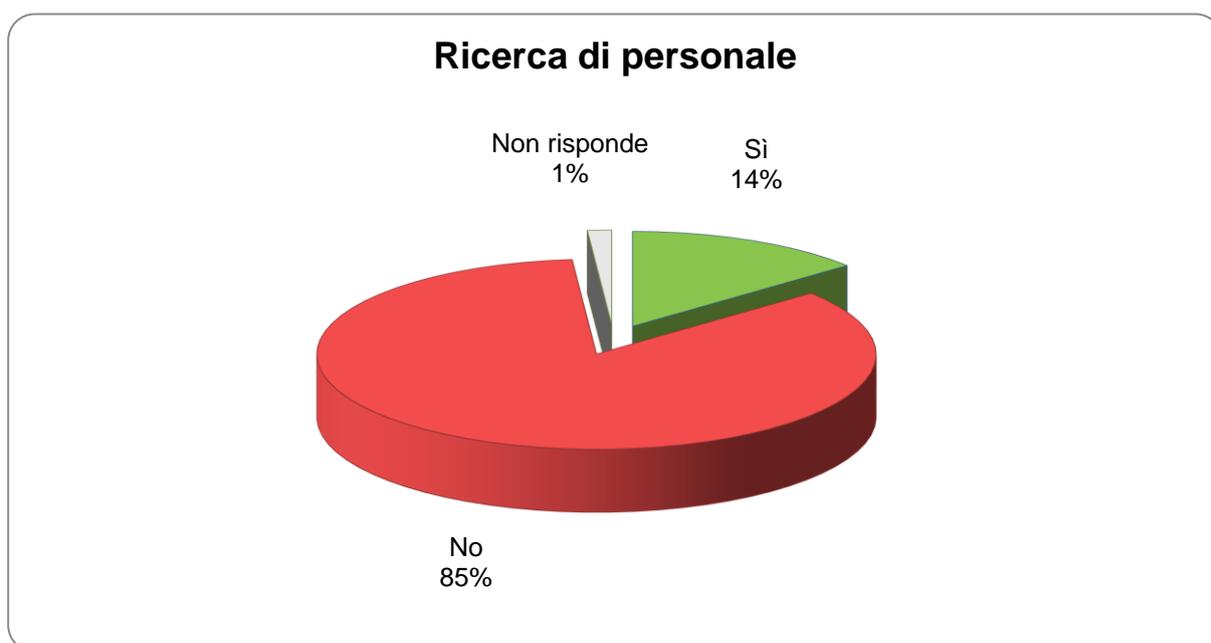
Mediamente ogni azienda ha impiegato 0,6 lavoratori a voucher.

Impiego dei voucher per settore

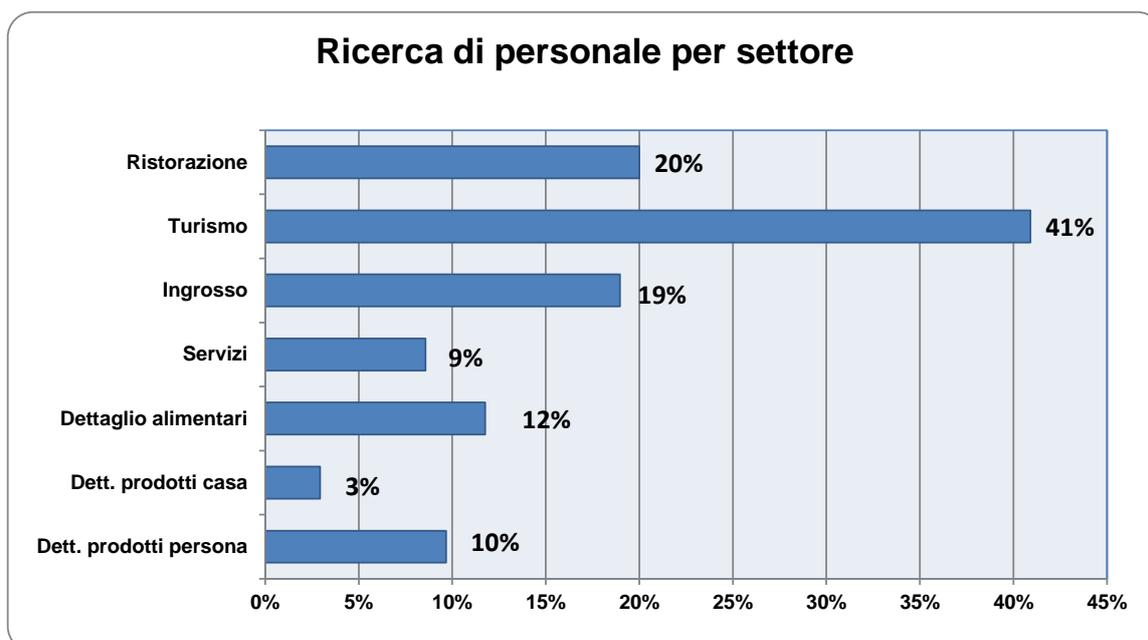
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% aziende	20,9%	12,9%	20,6%	21,2%	3,0%	15,5%	40,9%	42,2%
n. medio lavoratori a voucher impiegati	0,6	0,3	0,6	0,4	0,1	0,3	1,7	1,2

RICERCA PERSONALE – QUARTO TRIMESTRE 2016

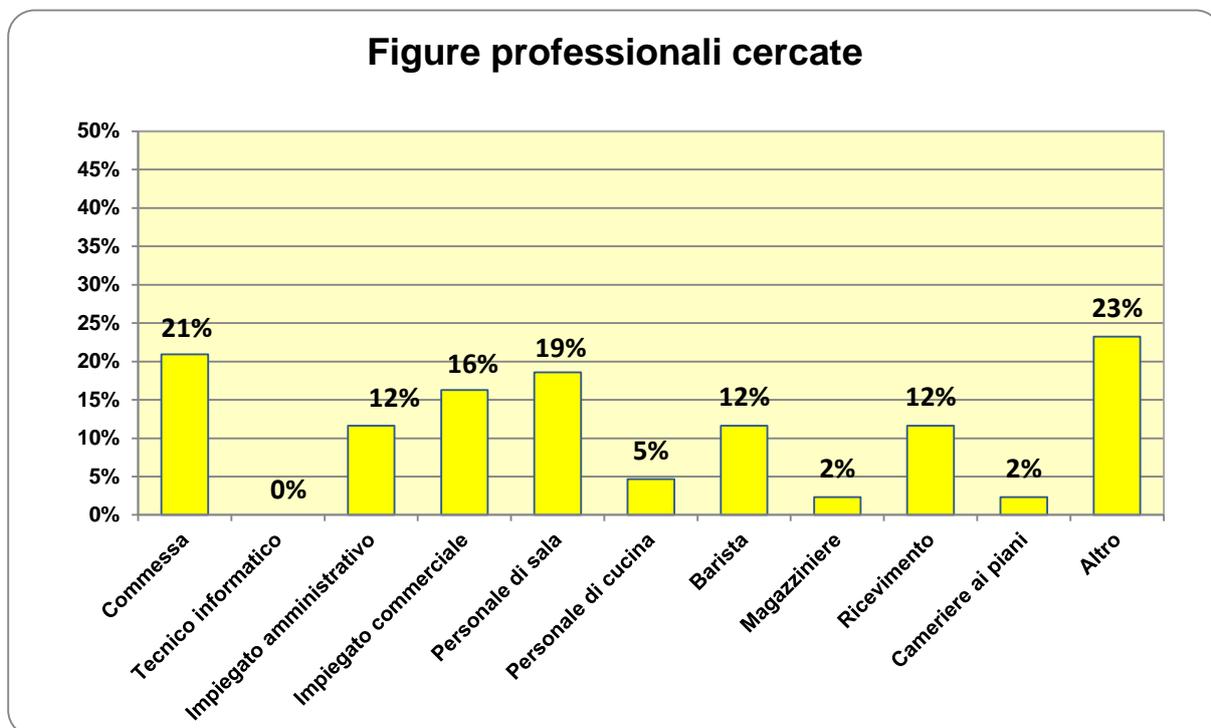
Come illustrato nel grafico successivo, il 14% delle aziende interpellate ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato rimane invariato rispetto al trimestre precedente (terzo trimestre 2016), mentre nello stesso trimestre dell'anno scorso (quarto trimestre 2015) era il 18%.



La specifica successiva mostra che il settore del turismo è quello che in questo trimestre ha effettuato una maggiore ricerca di personale (il 41%).

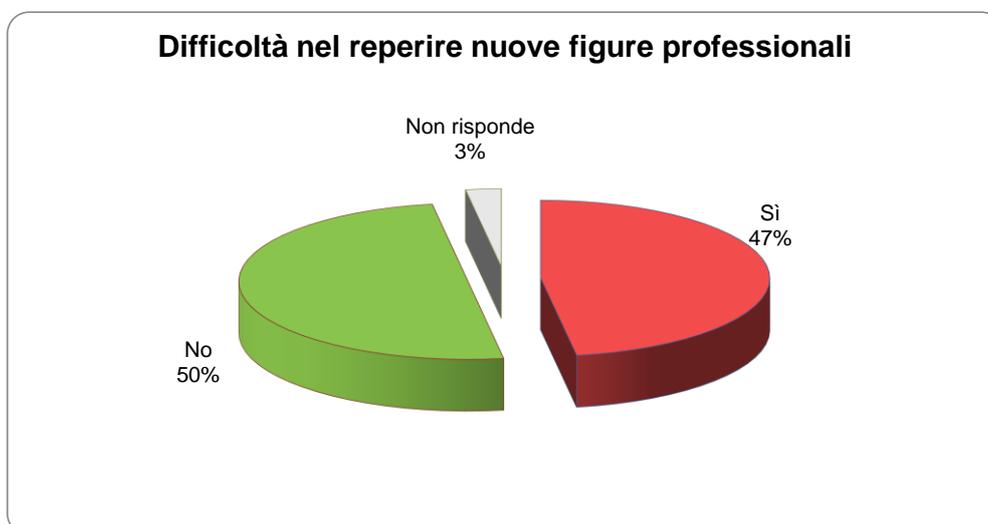


Relativamente alle **figure professionali**, quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state le commesse (dal 21%), il personale di sala (con il 19%) e l'impiegato commerciale (con il 16%), con ovvie specificità settoriali.

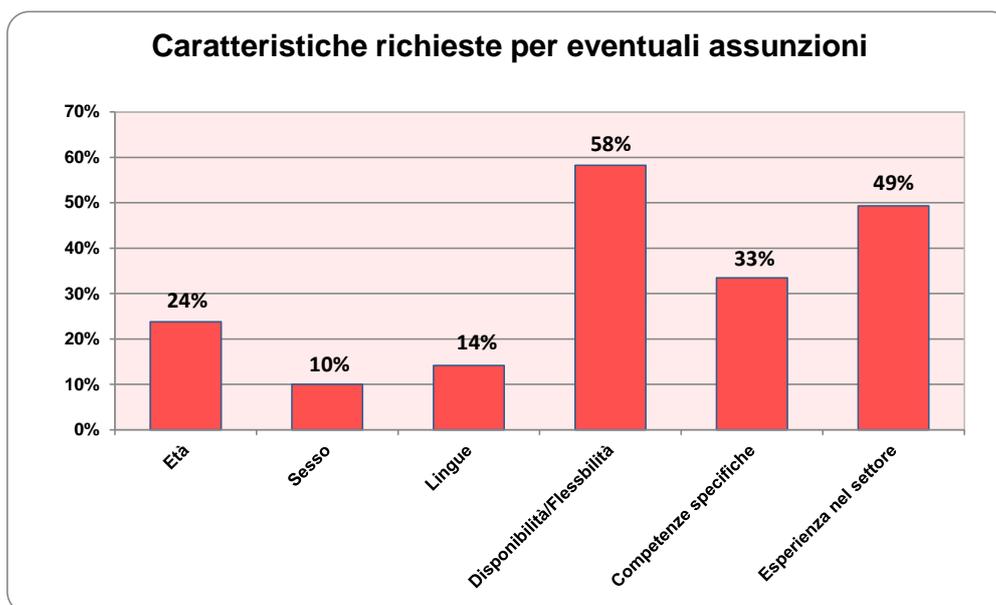


Importante, inoltre, la verifica relativa ad eventuali **difficoltà riscontrate nel reperire nuovo personale** in questo trimestre.

Tra le aziende che hanno cercato personale il 47% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (percentuale identica a quella osservata nello stesso periodo dell'anno precedente)

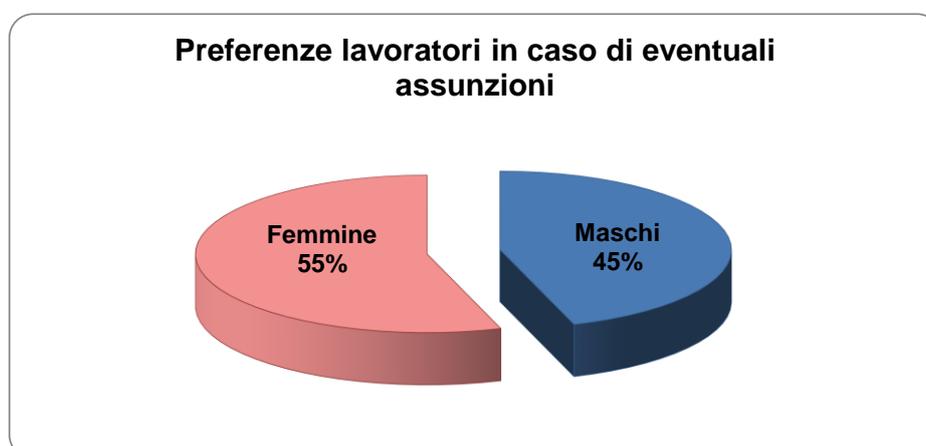


Relativamente a quali **caratteristiche** siano considerate **fondamentali per eventuali nuove assunzioni**, riportiamo di seguito la specifica delle indicazioni rilevate dall'indagine dalla quale si evince che flessibilità e disponibilità continuano ad essere le caratteristiche maggiormente richieste (58%), così come l'esperienza (49%) che risulta in aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (48%).

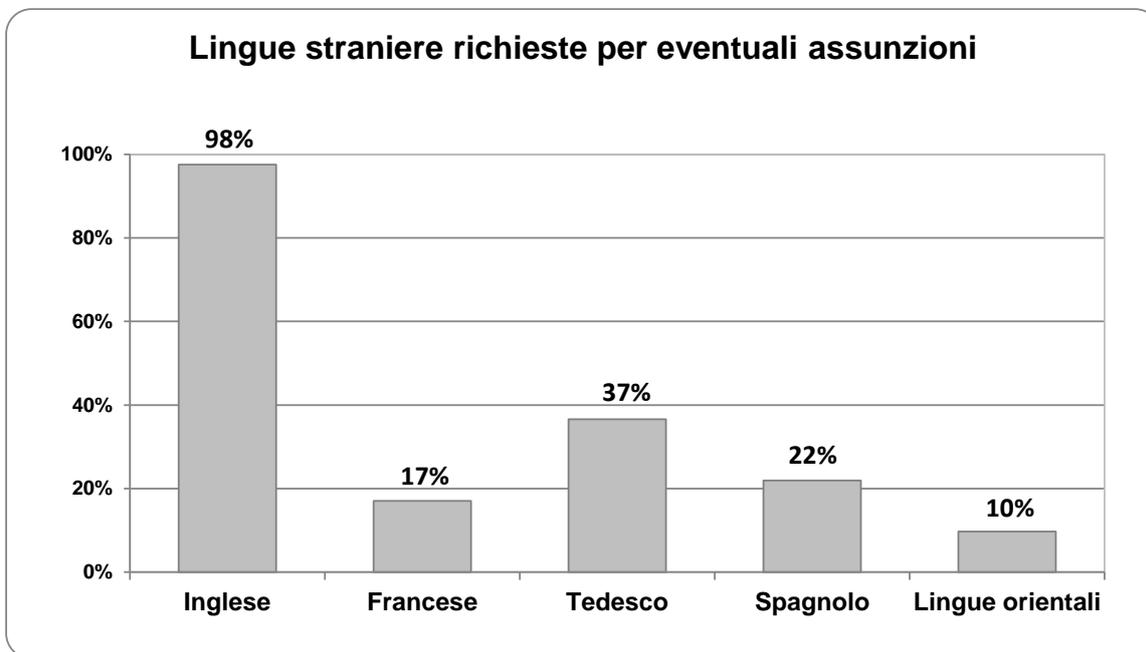


Per quanto riguarda, invece, **altre caratteristiche** ritenute importanti per eventuali nuove assunzioni:

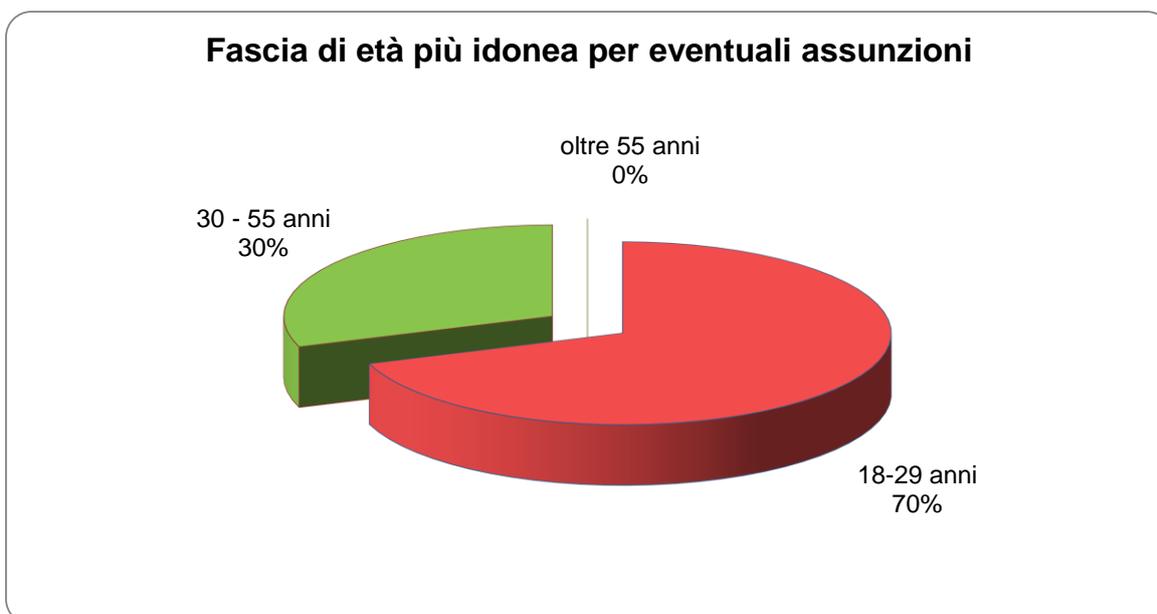
Sesso: appena il 10% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 55% esprime una preferenza nei confronti di lavoratrici femmine.



Lingue parlate: il 14,1% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese con il 98%, seguita dal tedesco con il 37%.

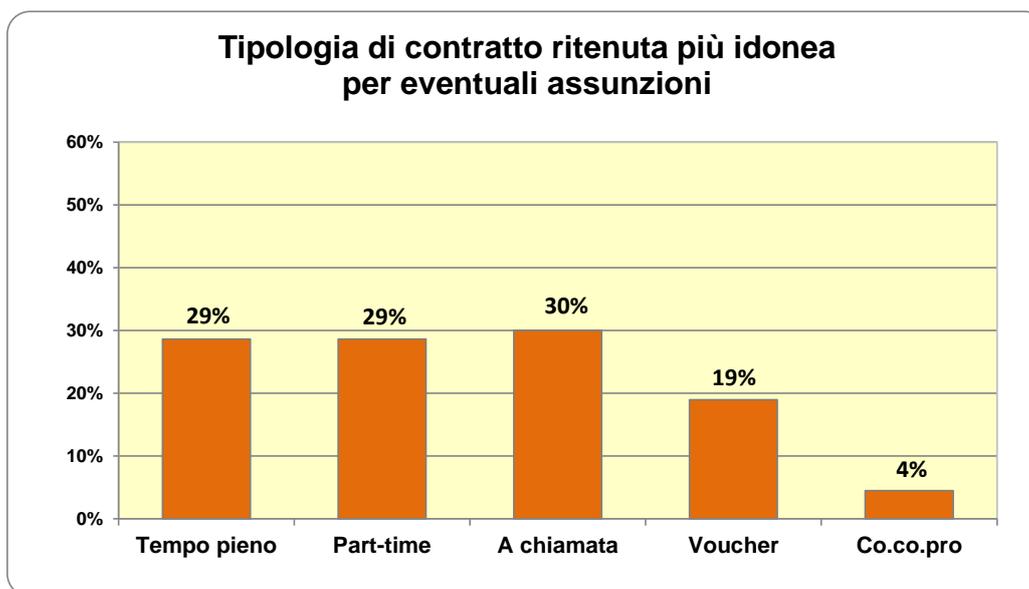


Età: il 23,8% dà importanza alla fascia d'età, e tra queste la maggior parte (70%) predilige la fascia dai 18 ai 29 anni.



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 aumentata la preferenza per il contratto a chiamata. In diminuzione i contratti a tempo pieno rispetto al terzo trimestre 2016.



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

Specifica tempo pieno

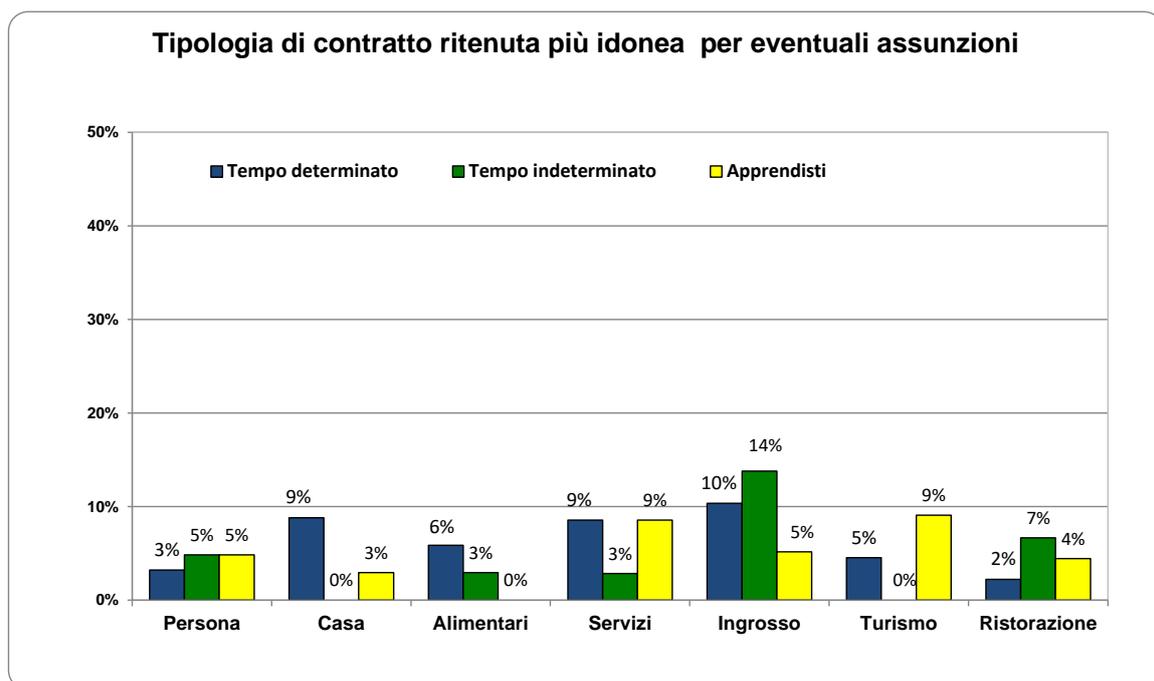
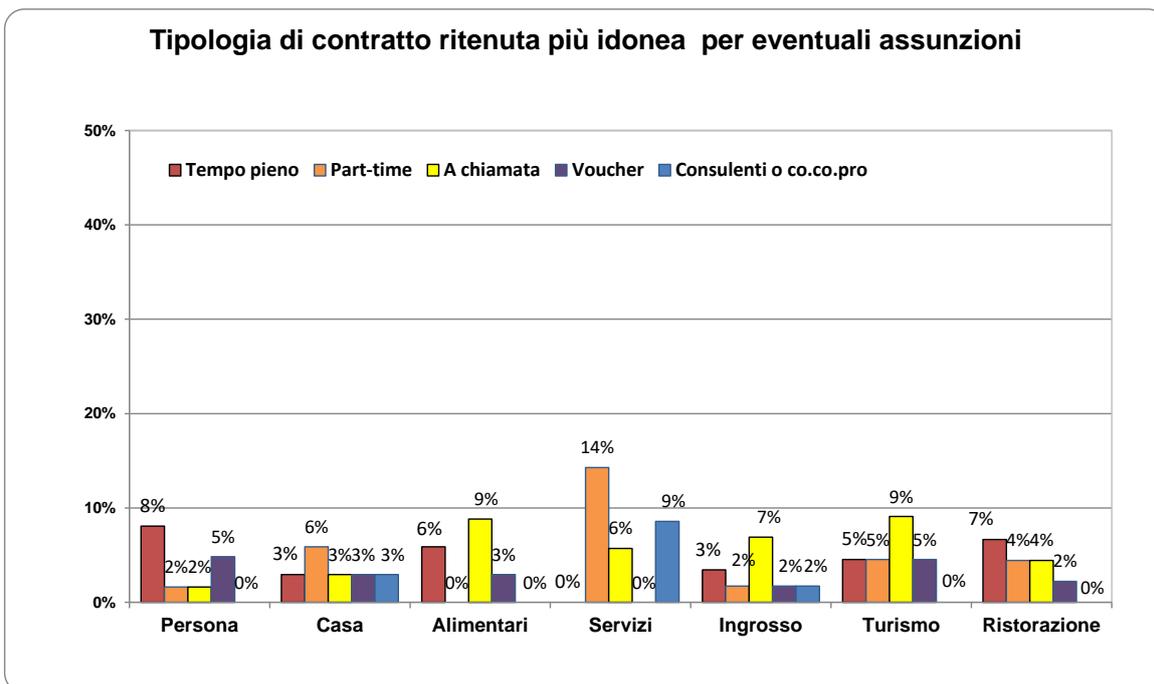
Tempo determinato	42,2%
Tempo indeterminato	38,6%
Apprendisti	18,1%

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

Specifica part time

Tempo determinato	41,0%
Tempo indeterminato	31,3%
Apprendisti	27,7%

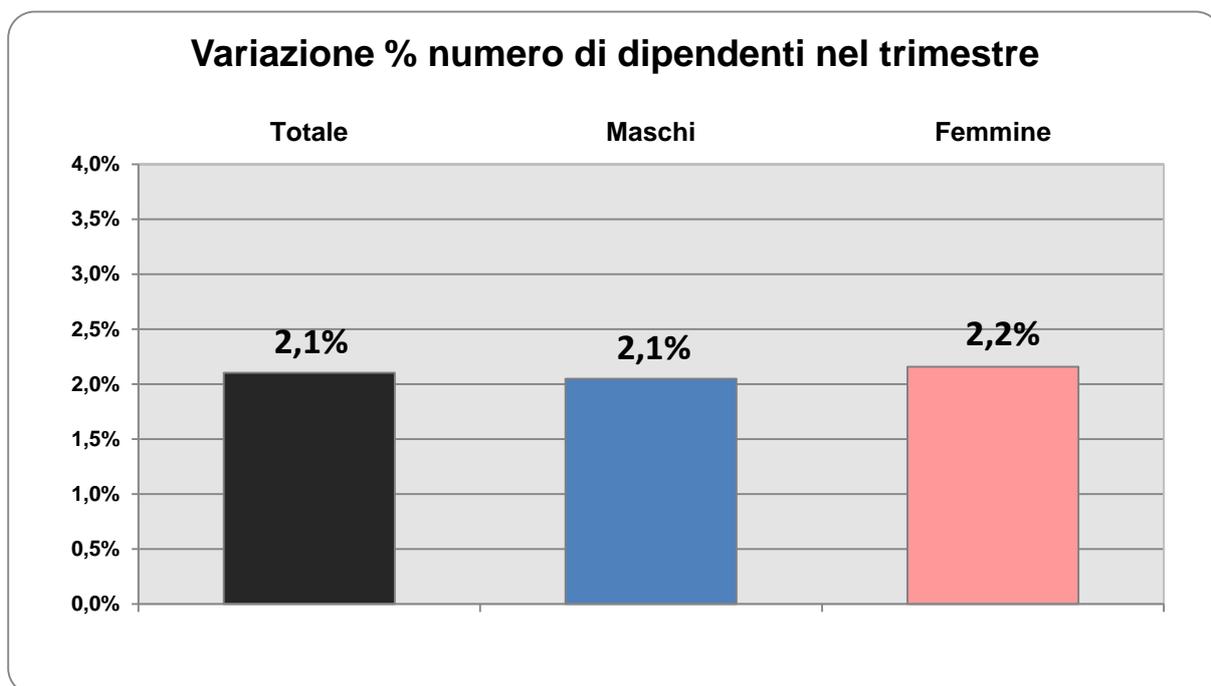
Nella specifica **per singolo settore**, appare evidente che la situazione cambia in base alle differenti esigenze. Il settore dei servizi mostra una preferenza per il contratto a part-time (14%), così come il settore della ristorazione per il contratto a tempo pieno (7%), mentre i settori del turismo e degli alimentari mostrano una preferenza dettata dalla tipologia per il lavoro a chiamata (9%).



ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO IV° 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 **quarto trimestre 2016**, nonché osservare quali figure sono state maggiormente interessate sia dalle assunzioni che dalle cessazioni.

Variatione del numero di dipendenti. La variazione percentuale del numero di dipendenti nel trimestre è stata di 2,1% (identica per entrambi i sessi: tra i maschi 1,8% tra le femmine 2,7%). Nel trimestre precedente (terzo trimestre 2016) la variazione era stata del -1,1% mentre nello stesso periodo dell'anno scorso (quarto trimestre 2015) era stata del 1,4%.



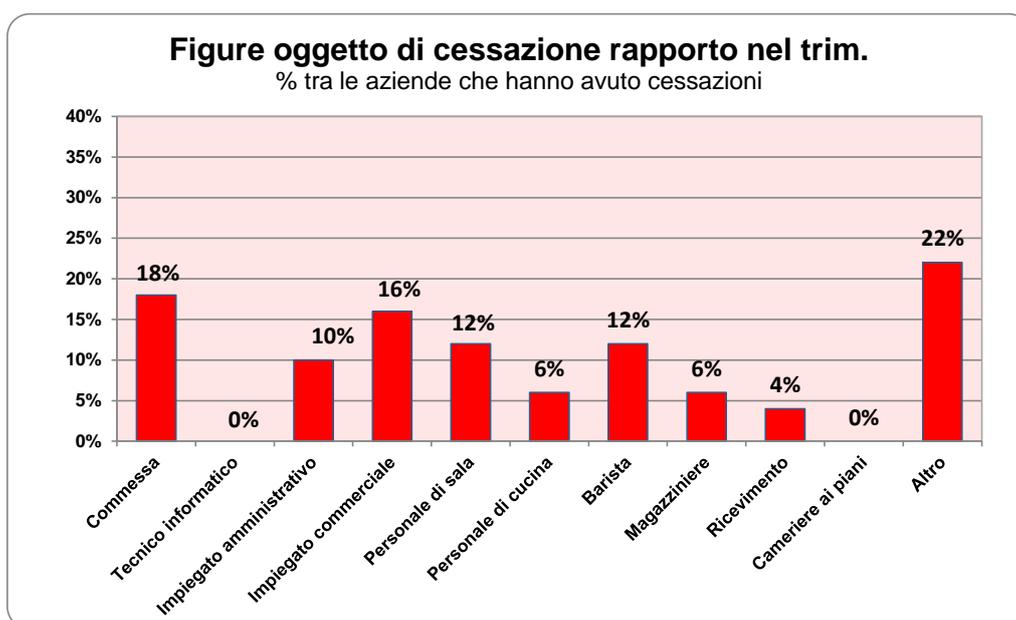
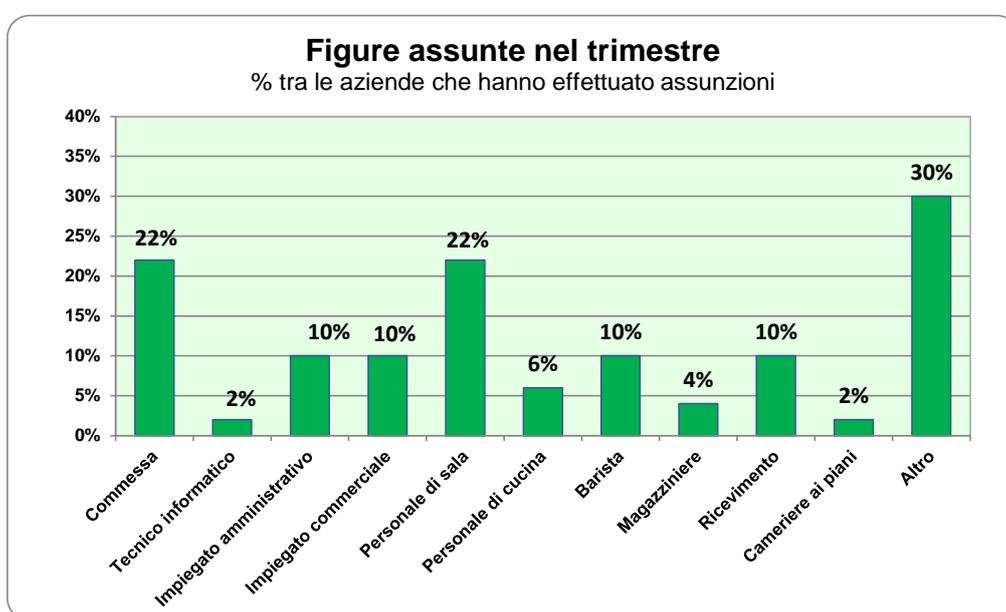
La specifica dei settori ci mostra notevoli differenze nei vari settori. Ha diminuito il numero di dipendenti in maniera più marcata il settore del turismo (per evidenti questioni di stagionalità del lavoro).

Variazione di personale tra le aziende con dipendenti per settore

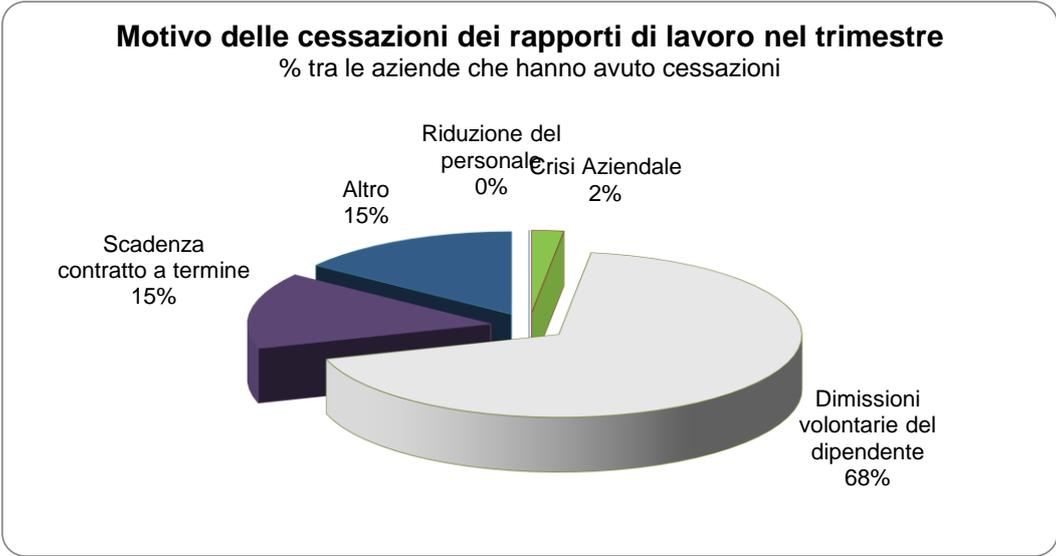
Dettaglio Persona	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	7,7%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	84,6%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	7,7%
Dettaglio Casa	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	4,0%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	76,0%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	20,0%
Dettaglio Alimentare	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	26,7%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	60,0%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	13,3%
Servizi	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	5,3%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	78,9%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	15,8%
Ingresso	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	17,6%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	70,6%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	11,8%
Turismo	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	50,0%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	16,7%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	33,3%
Ristorazione	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	15,6%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	68,8%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	15,6%

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 il personale di sala (22%) e la commessa (22%);
- al contempo le figure maggiormente oggetto di cessazione del rapporto risultano le commesse (18%) e l'impiegato commerciale (16%).



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.



Appena l'1% delle ditte interpellate con dipendenti dichiara di aver attivato **procedure per far fronte alla crisi economica**, come appare dal seguente grafico (invariato rispetto al terzo trimestre 2016).



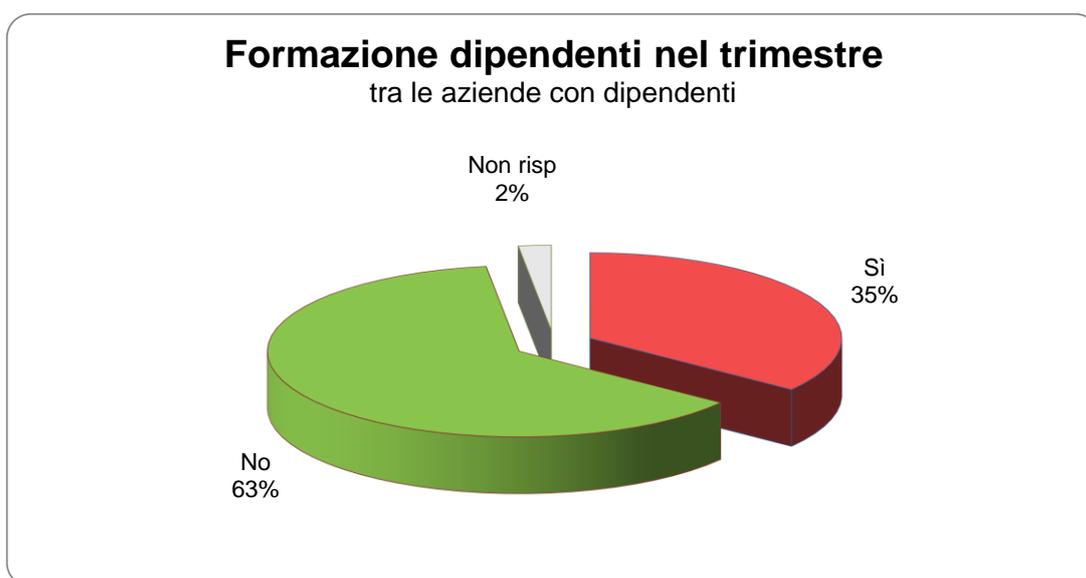
Di seguito si mostra il ricorso a procedure per singolo settore:

Utilizzo delle procedure per settori

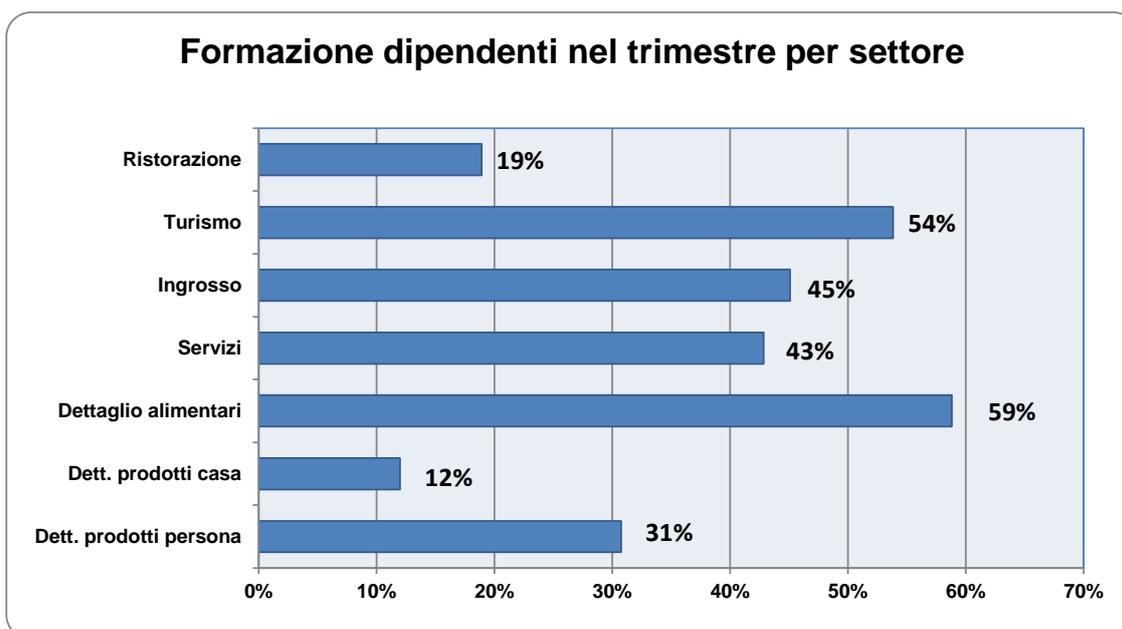
	SI	NO
Dettaglio prodotti per la persona	0%	100%
Dettaglio di prodotti per la casa	4%	96%
Dettaglio di alimentari	0%	100%
Servizi	5%	95%
Comm. all'ingrosso	0%	100%
Turismo	0%	100%
Ristorazione	0%	97%

FORMAZIONE

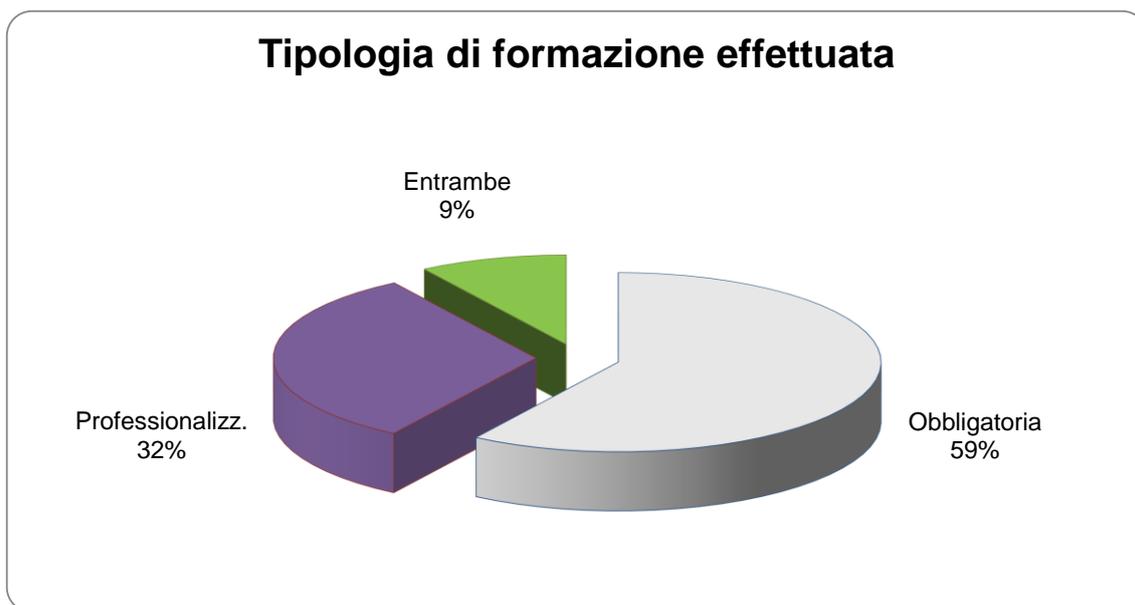
Si è ritenuto di interesse verificare se le aziende intervistate avessero, in questo trimestre, effettuato **formazione dei propri dipendenti** e di che tipo. Il 35% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta in aumento rispetto al trimestre precedente (26%).



I settori che hanno maggiormente investito nella formazione in questo trimestre sono quelli del commercio al dettaglio alimentari e del turismo.



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 (59%) rispetto allo stesso periodo del 2015 (61%), mentre risulta in aumento quella professionalizzante (32%) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (27%).



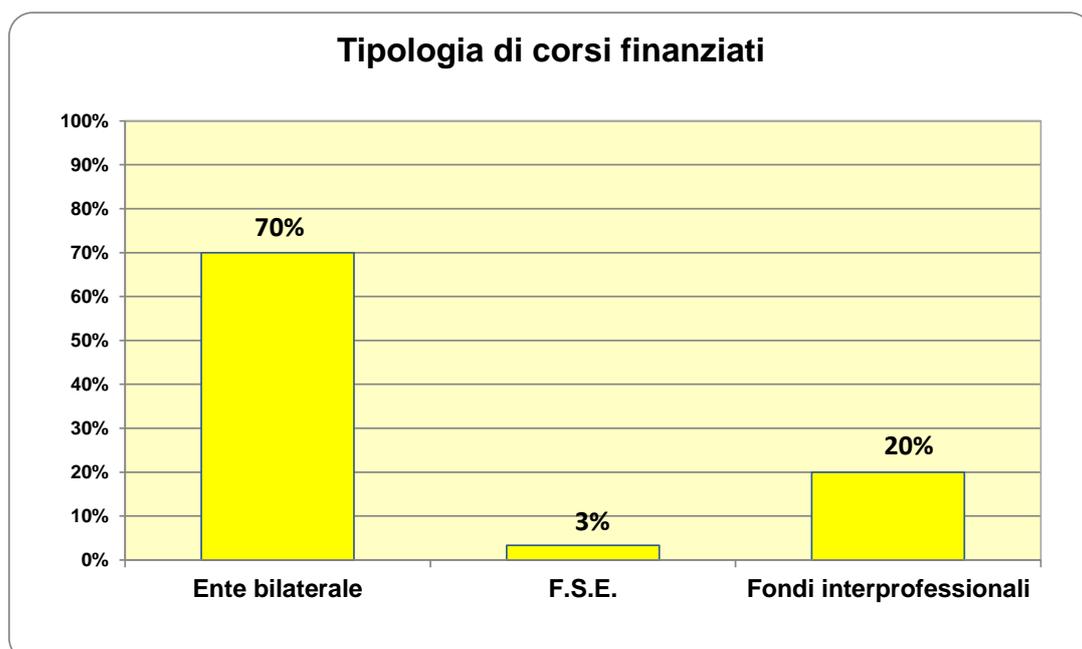
La specifica per singoli settori ci mostra come vi siano, a tale proposito, esigenze differenti.

Tipologia di formazione per settore

	Obblig.	Profess.	Entrambe
Dettaglio prodotti per la persona	63%	38%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	100%	0%
Dettaglio di alimentari	70%	30%	0%
Servizi	33%	56%	11%
Comm. all'ingrosso	52%	26%	22%
Turismo	71%	29%	0%
Ristorazione	100%	0%	0%

Il numero di ore per singola azienda è di 20,2 ore per la formazione obbligatoria e 23,7 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 aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) sono prevalentemente quelli dell'Ente Bilaterale (70%), dato in aumento rispetto al trimestre precedente (69%). In diminuzione rispetto al trimestre precedente i corsi finanziati dal Fondo Sociale Europeo che sono passati dal 15% al 3%.

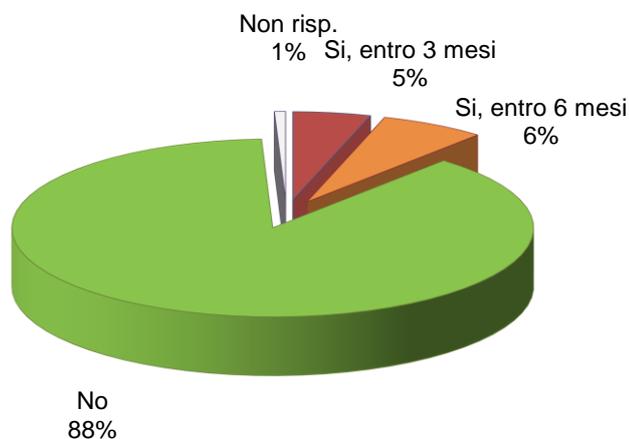


INTENZIONI FUTURE

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 5% delle aziende interpellate ha intenzione di aumentare il personale nei prossimi 3 mesi, in maniera più marcata tra le aziende del commercio all'ingrosso (10%).

Intenzione di aumentare il personale in futuro



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	3%	97%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	100%	0%
Servizi	6%	94%	0%
Comm. all'ingrosso	10%	88%	2%
Turismo	5%	95%	0%
Ristorazione	4%	93%	2%

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 commercio al dettaglio di prodotti per la casa.



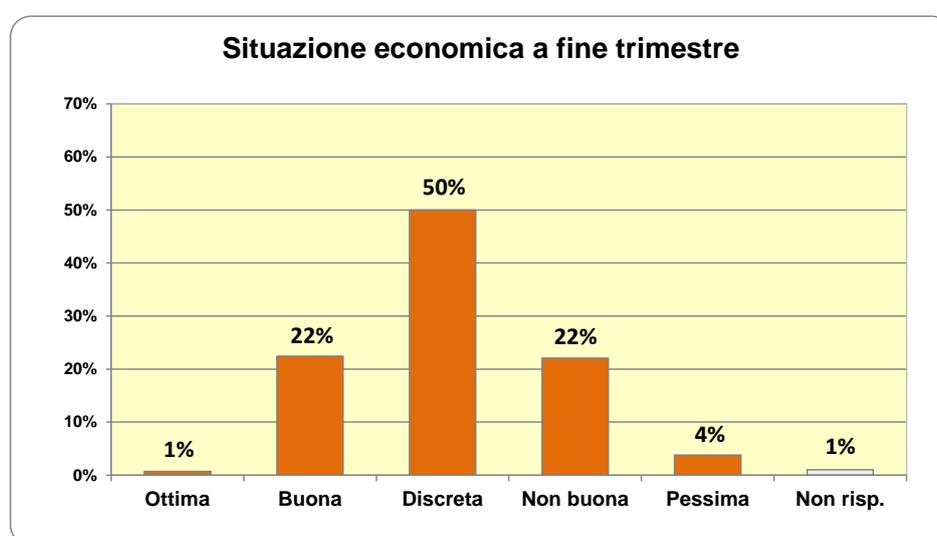
Intenzione di ridurre il personale per settore nel prossimo trimestre

	SI	NO	N.r
Dettaglio prodotti per la persona	0%	100%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	17%	83%	0%
Dettaglio di alimentari	12%	88%	0%
Servizi	0%	100%	0%
Comm. all'ingrosso	0%	96%	4%
Turismo	8%	92%	0%
Ristorazione	16%	81%	3%

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 quarto trimestre di quest'anno viene definita dalle ditte interpellate in generale discreta (dal 50%), buona (dal 22%) mentre il 26% 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 del dettaglio prodotti per la casa 41% e della ristorazione 34%
- quelle con fatturato basso (41%)
- quelle senza dipendenti (42%).

Situazione economica per settore

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
Dettaglio prodotti per la persona	2%	13%	52%	27%	6%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	9%	50%	41%	0%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	21%	59%	15%	3%	3%
Servizi	0%	26%	49%	23%	3%	0%
Comm. all'ingrosso	2%	40%	50%	3%	3%	2%
Turismo	0%	41%	32%	27%	0%	0%
Ristorazione	0%	13%	51%	27%	7%	2%

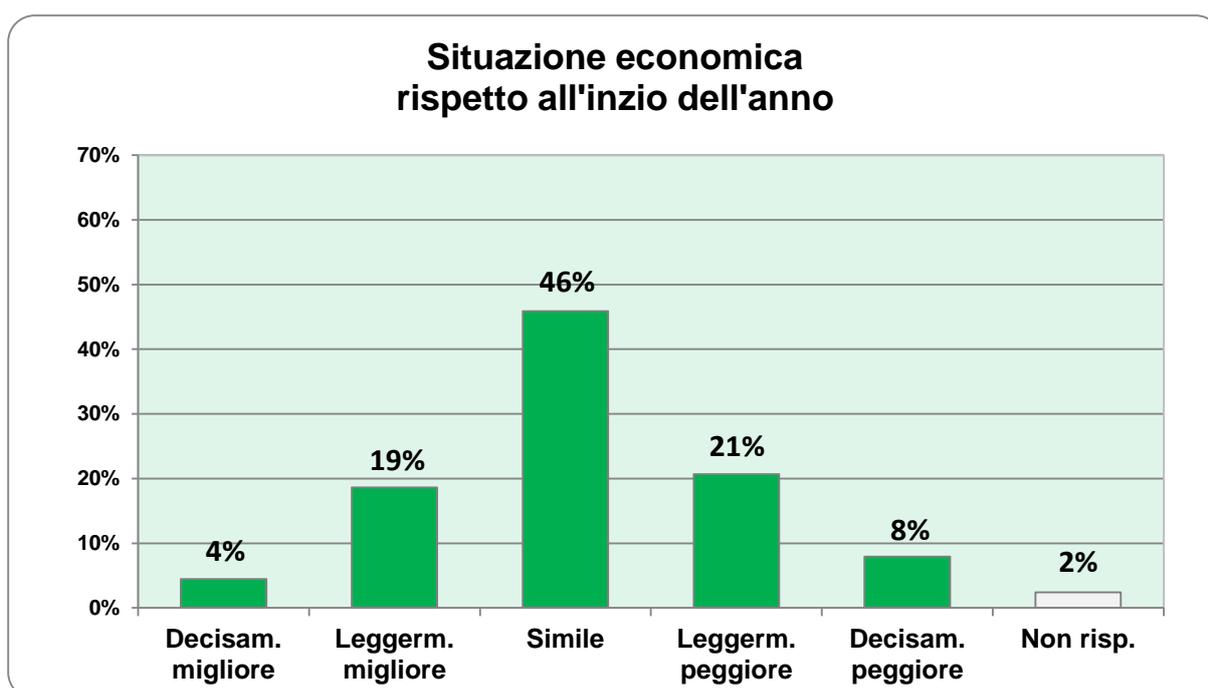
Situazione economica per fascia di fatturato

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
Meno di 250 mila €	0%	13%	45%	34%	7%	1%
250 mila €-500 mila €	0%	24%	61%	13%	2%	0%
500 mila €-1 milione €	0%	29%	45%	23%	3%	0%
oltre 1 milione €	3%	37%	52%	8%	0%	0%

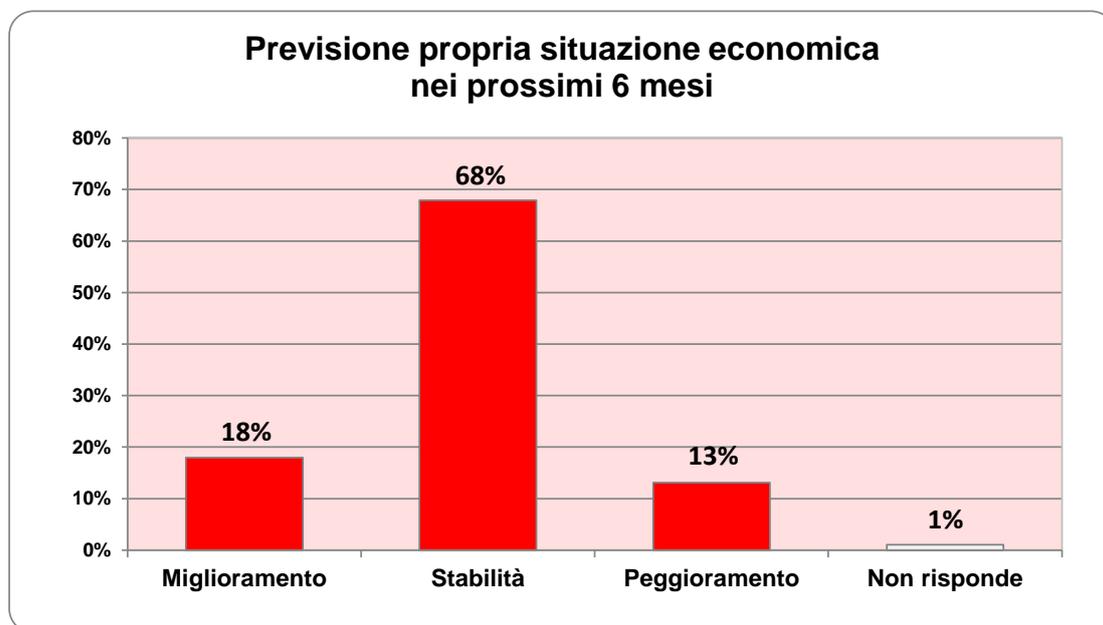
Situazione economica per numero dipendenti

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
Nessun dipendente	1%	13%	44%	34%	8%	1%
Con dipendenti	1%	28%	53%	16%	2%	1%
1 - 5 dipendenti	1%	25%	53%	18%	2%	0%
6 - 10 dipendenti	0%	28%	59%	10%	0%	3%
11 - 49 dipendenti	0%	28%	54%	13%	3%	3%
50 o più dipendenti	0%	50%	25%	25%	0%	0%

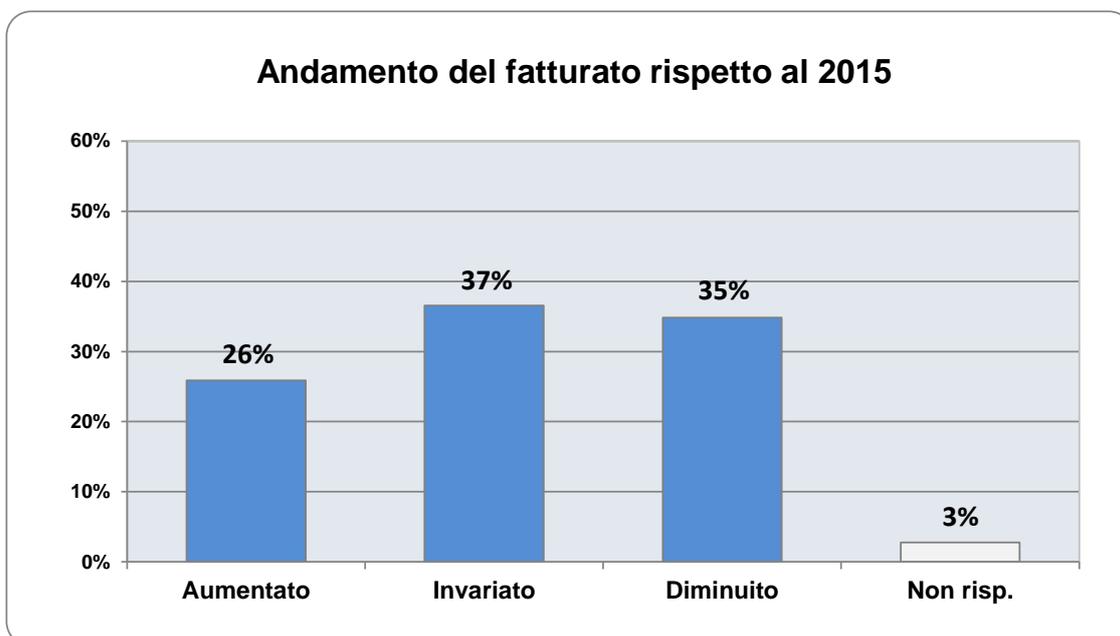
Situazione economica rispetto ad inizio anno. Nei dodici mesi dell'anno le aziende ritengono che la propria situazione economica sia prevalentemente rimasta invariata (il 46%), anche se al contempo per il 29% è peggiorata (leggermente o decisamente).



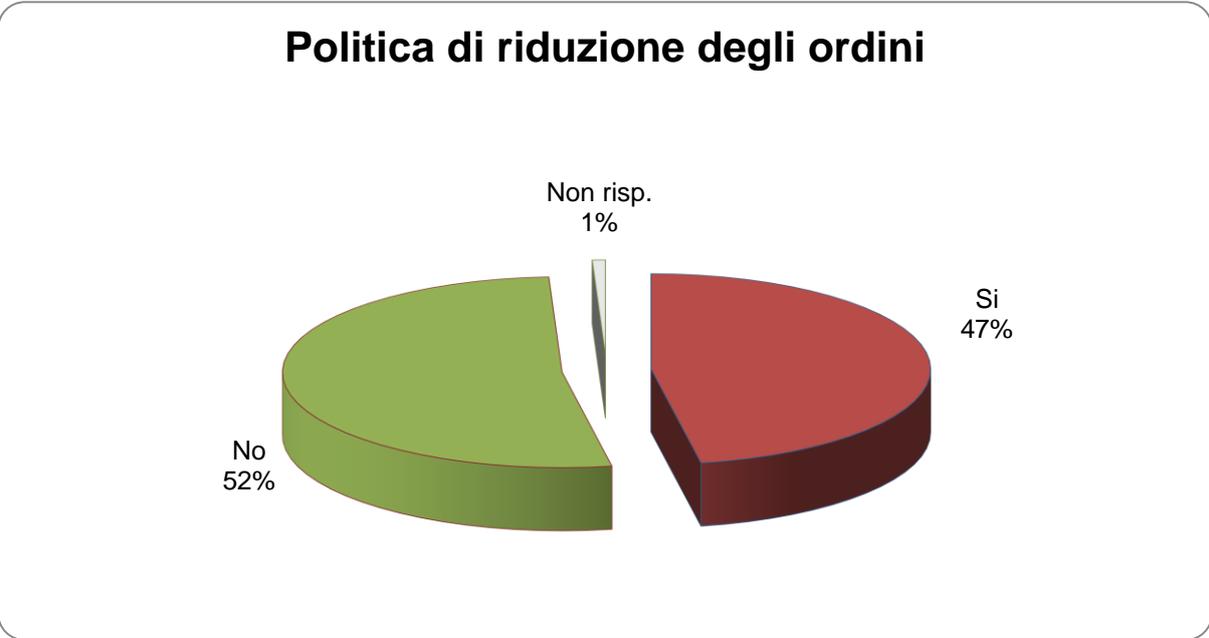
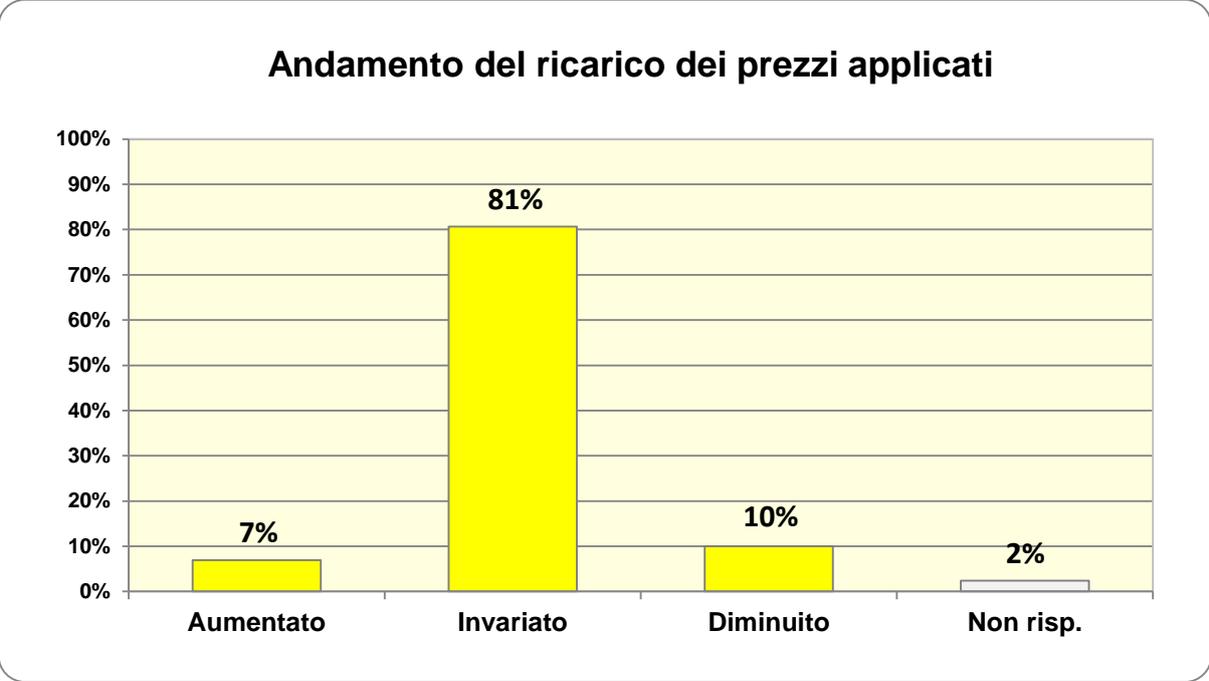
Previsioni per i prossimi 6 mesi. Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 68%) e solo il 13% prevede un peggioramento.



Andamento dei fatturati. Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno dichiarato che nei dodici mesi del 2016, rispetto allo stesso periodo del 2015, il fatturato è diminuito (nel 35% dei casi) o è rimasto invariato (nel 37%). La variazione media dei fatturati è stata del -2,4%.

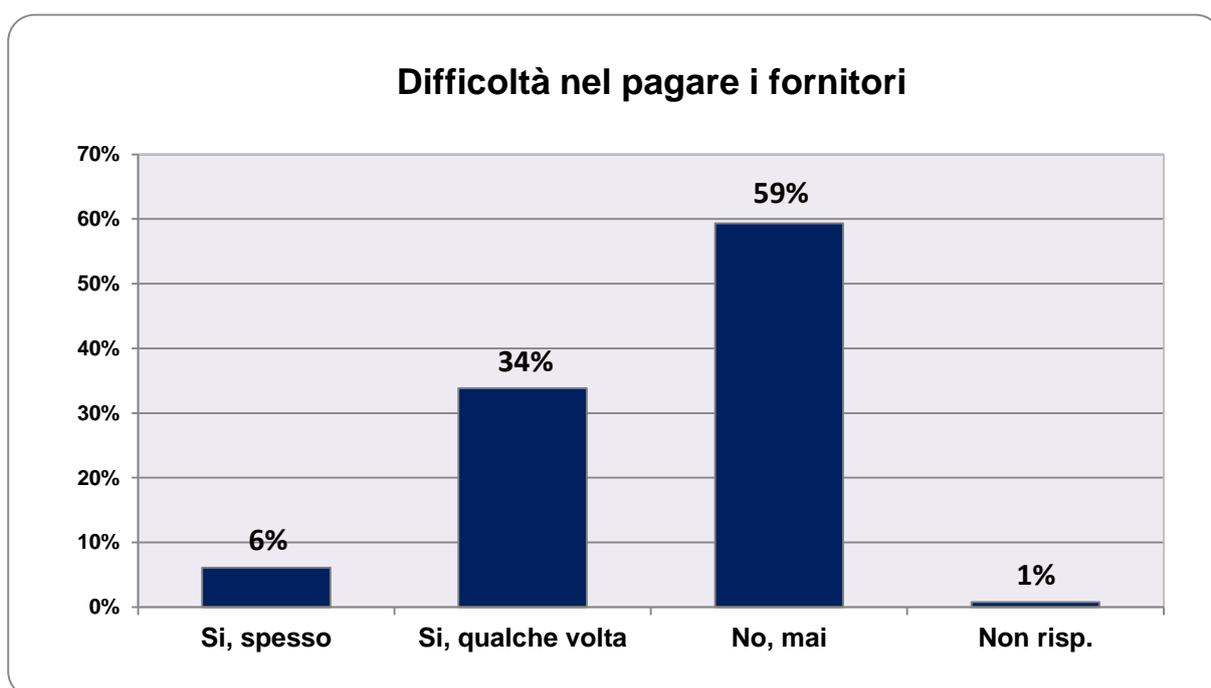
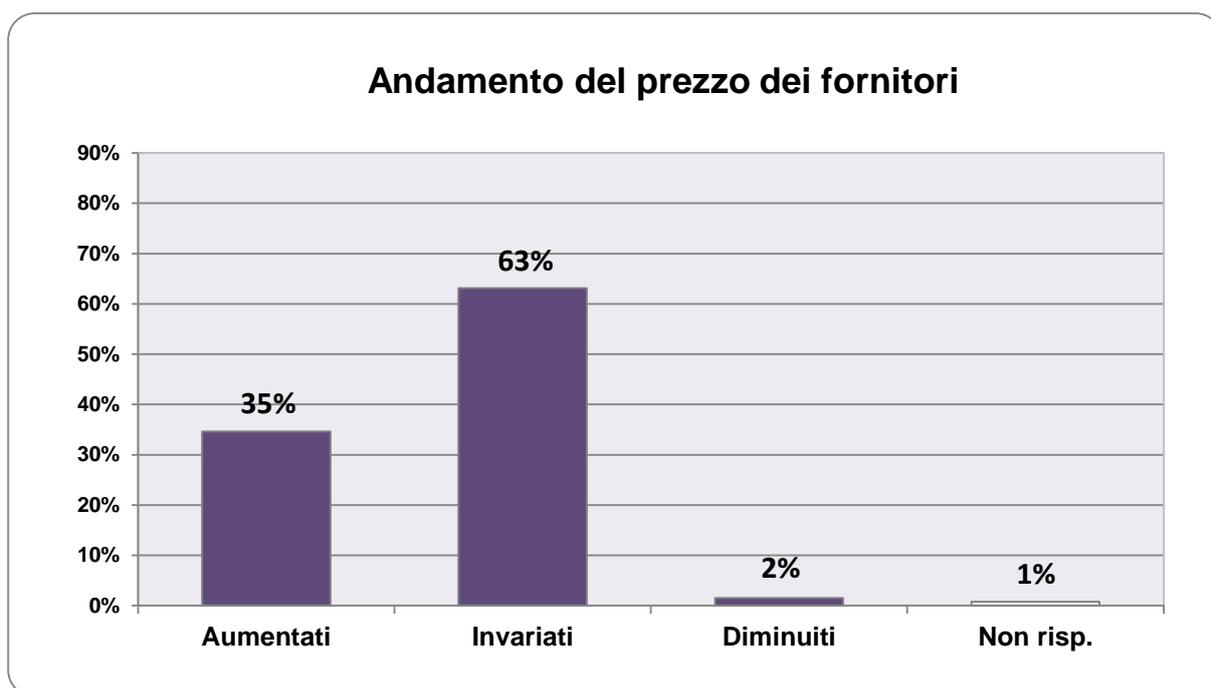


Prezzi e ordini. Tuttavia nei dodici mesi dell'anno si è preferito ricorrere ad una politica di riduzione degli ordini piuttosto che ricaricare i prezzi, come appare nei due grafici successivi.

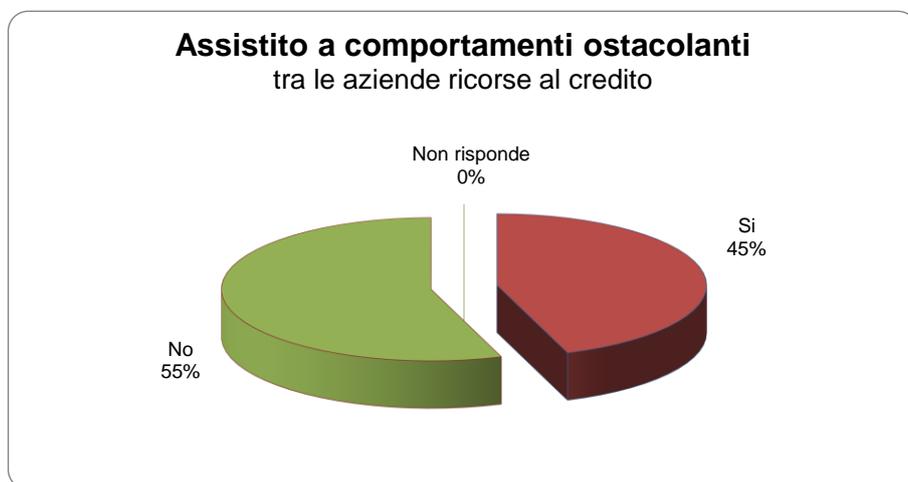
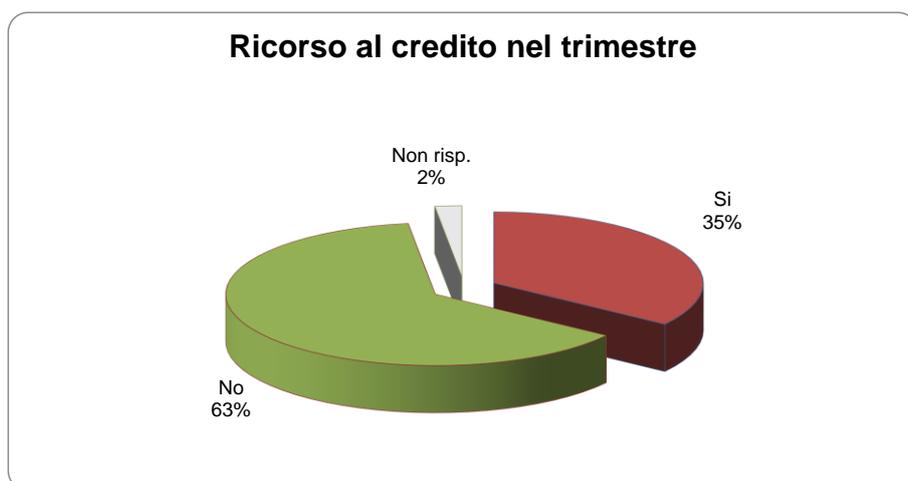
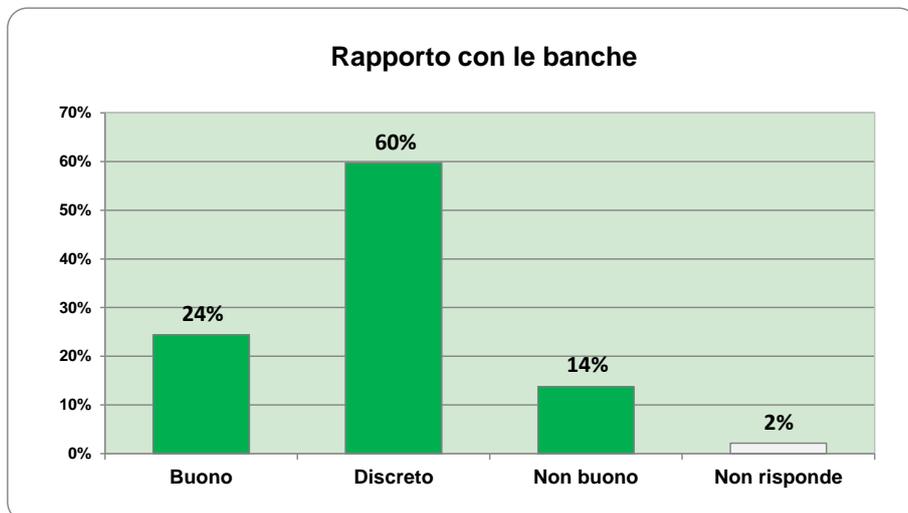


Fornitori. Per quanto riguarda i fornitori, il 63% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori sono rimasti invariati rispetto ad inizio dell'anno, mentre il 35% sostiene che si è verificato un aumento.

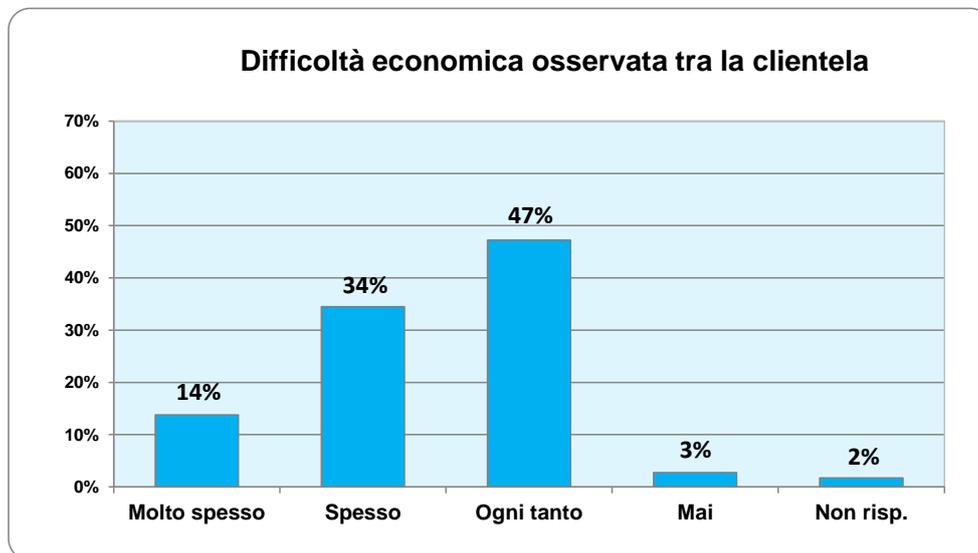
La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 40% (in diminuzione rispetto al quarto trimestre 2015 quando erano il 43%, in diminuzione rispetto anche al terzo trimestre 2016 quando erano il 45%).



Ricorso al credito. Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 60% ha un discreto rapporto. Il 35% è ricorso al credito e di questi il 45% 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 Social Network o altre tecnologie per promuovere l'attività, fidelizzazione della clientela abituale e l'offerta di nuovi prodotti.

Strategie attuate

Utilizzo di Social Network o altre tecnologie per promuovere l'attività	51,0
Fidelizzazione della clientela abituale	50,0
Offerta nuovi prodotti	49,3
Aumento dei servizi offerti alla clientela	43,1
Applicazione di sconti / riduzione dei prezzi applicati	32,4
Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria	29,7
Investimento nella formazione del titolare/personale	22,1
Rinnovo dei locali	19,3
Diversificazione dei propri orari di apertura rispetto al passato	10,7
Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri	6,6
Altro	1,0

