

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

ANNO 2017

PRIMO MONITORAGGIO

Gennaio – Febbraio - Marzo

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

L'obiettivo dell'Osservatorio Occupazionale della provincia di 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.

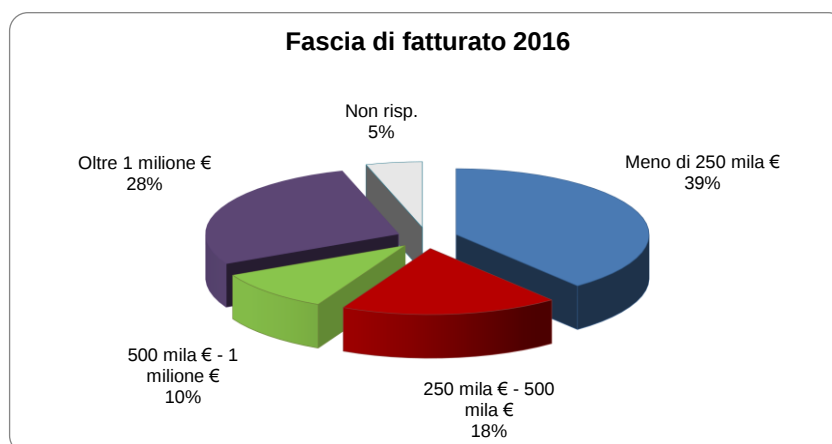
L'ANALISI

Si riportano di seguito **le analisi dei dati raccolti nel primo trimestre 2017**, rappresentati come elaborazioni grafiche e relativi commenti delle **principali caratteristiche economico-occupazionali rilevate presso le aziende intervistate** (differenziate anche per settore).

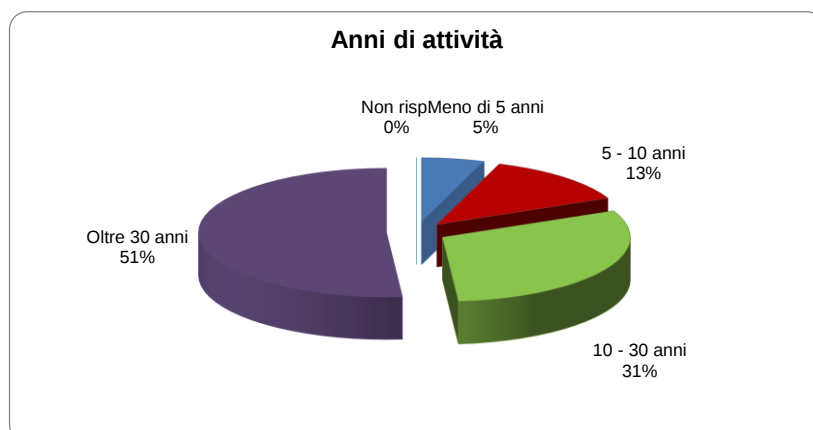
CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

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 39%), ma anche da aziende con fatturato superiore a 1 milione di € (28%).

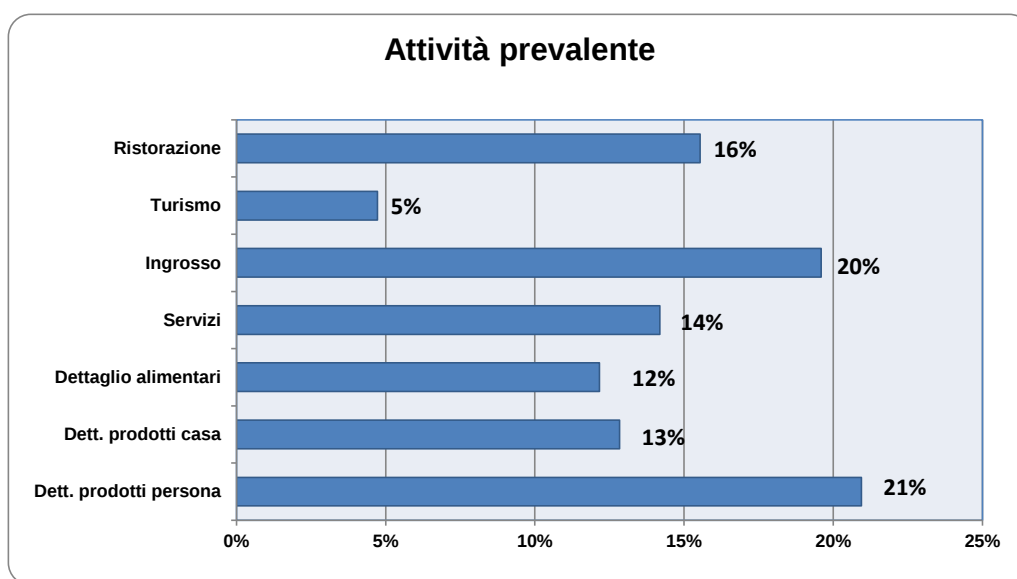


Anni attività: la maggioranza delle aziende è in attività da anni il: 31% da 10-30 anni e il 51% da oltre 30 anni.

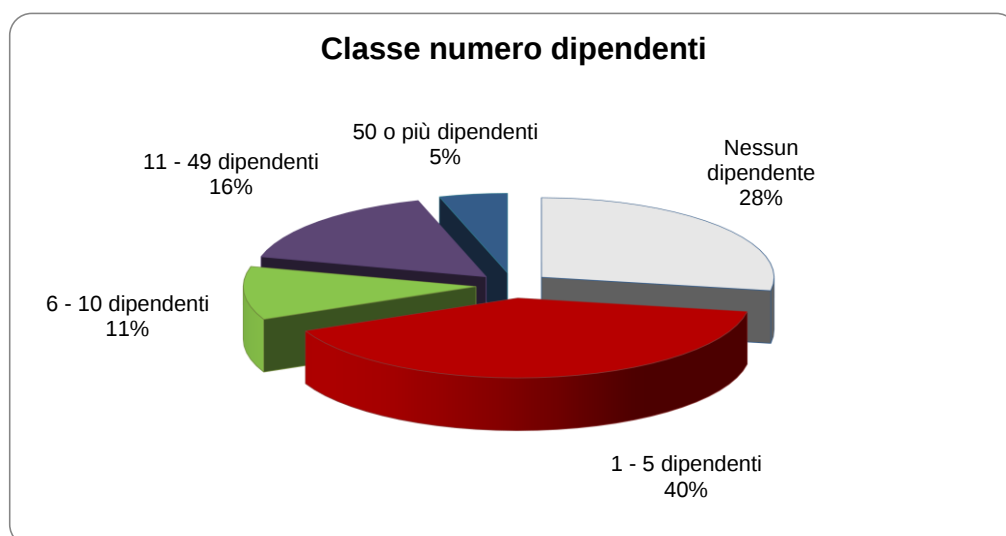


Attività prevalente: il settore più rappresentato è il commercio al dettaglio (46%) seguito dal commercio all'ingrosso con il 20% e dalla ristorazione (16%). Ai fini della presente analisi il commercio al dettaglio, che al suo interno comprende una notevole varietà merceologica, è stato suddiviso in 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 al dettaglio alimentari.



Numero di dipendenti: il 28% delle aziende interpellate non ha dipendenti, mentre il 72% ha almeno un dipendente (la maggioranza, ossia il 40% ha meno di 5 dipendenti).



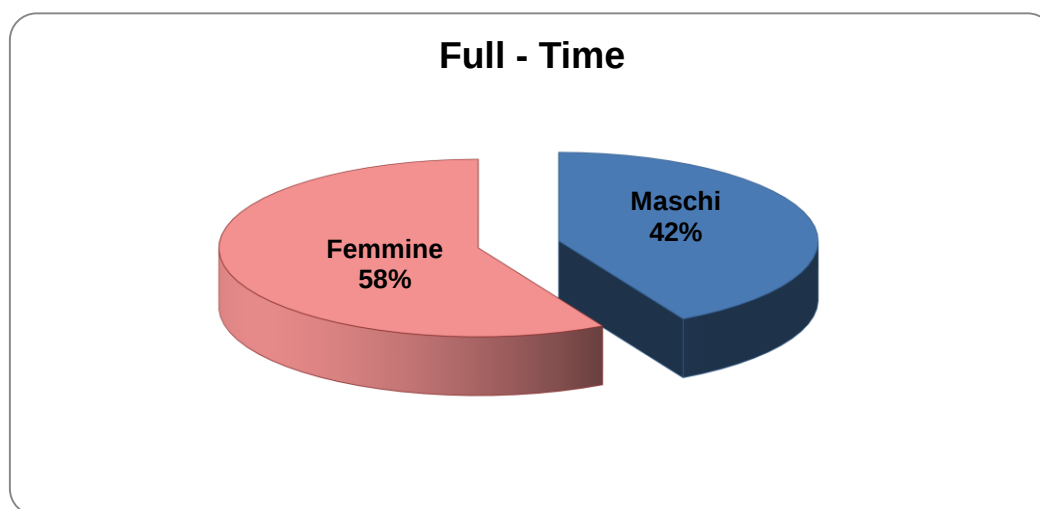
Di seguito si riporta anche la specifica per classe di dipendenti suddivisa per singoli settori che mostra come le aziende con dipendenti siano più diffuse nel settore dell'ingrosso (93%) e della Ristorazione (87%) e turismo (86%).

Classe di dipendenti per settore

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentari	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipendente	42%	32%	33%	48%	7%	14%	13%
Con dipendenti	58%	68%	67%	52%	93%	86%	87%
1 - 5 dipendenti	35%	53%	33%	33%	45%	29%	48%
6 - 10 dipendenti	6%	11%	11%	0%	14%	14%	22%
11 - 49 dipendenti	10%	0%	11%	19%	31%	43%	13%
50 o più dipendenti	6%	5%	11%	0%	3%	0%	4%

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 (58%) rispetto a quelli di sesso maschile (42%).



Nei singoli settori si riscontra una prevalenza di donne ad eccezione del turismo (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	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% Maschi	29%	38%	41%	46%	77%	47%	36%
% Femmine	71%	62%	59%	54%	23%	53%	69%

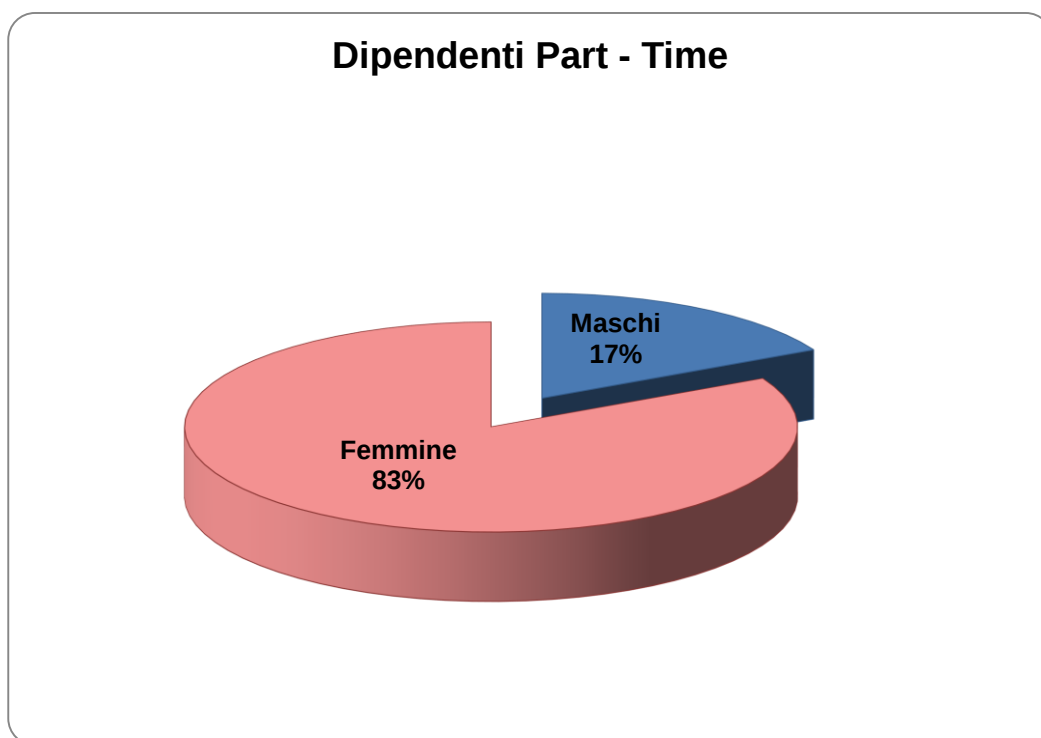
Nel campione il **part-time** costituisce il **23% del totale dei dipendenti**, dato in diminuzione rispetto al trimestre precedente (26,8%).

Il settore che utilizza di meno questa tipologia contrattuale è nel settore ingrosso (15,7%) e alimentare (17,1%)%, mentre è molto diffuso nella ristorazione (50,7% circa).

Percentuale dipendenti part-time per settore

TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristorazione
23,0%	18,9%	43,0%	17,1%	23,6%	15,7%	19,2%	50,7%

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



Complessivamente il **18,9% delle aziende intervistate ha impiegato lavoratori a voucher** nel trimestre. **Tale percentuale è maggiore nei settori della ristorazione (43,5%) e del turismo (28,6%).**

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

Impiego dei voucher per settore

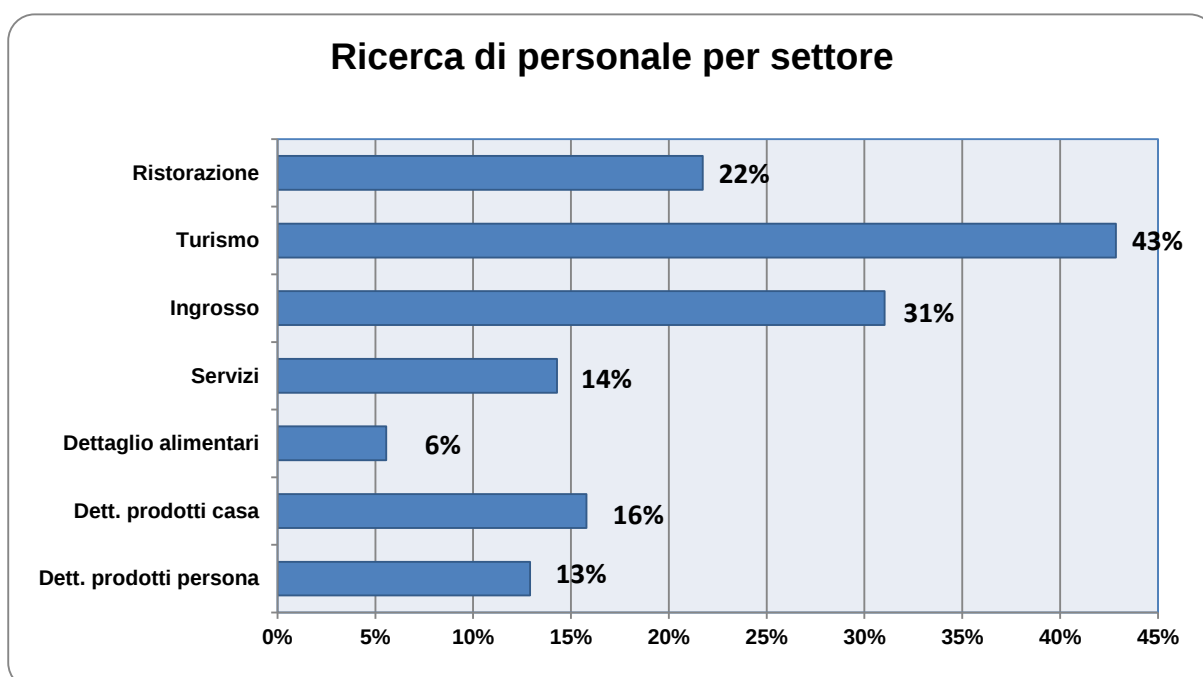
	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% aziende	18,9%	12,9%	5,3%	27,8%	14,3%	10,3%	28,6%	43,5%
n. medio lavoratori a voucher impiegati	1,3	0,3	0,1	0,5	0,2	0,2	1,7	6,3

RICERCA PERSONALE – PRIMO TRIMESTRE 2017

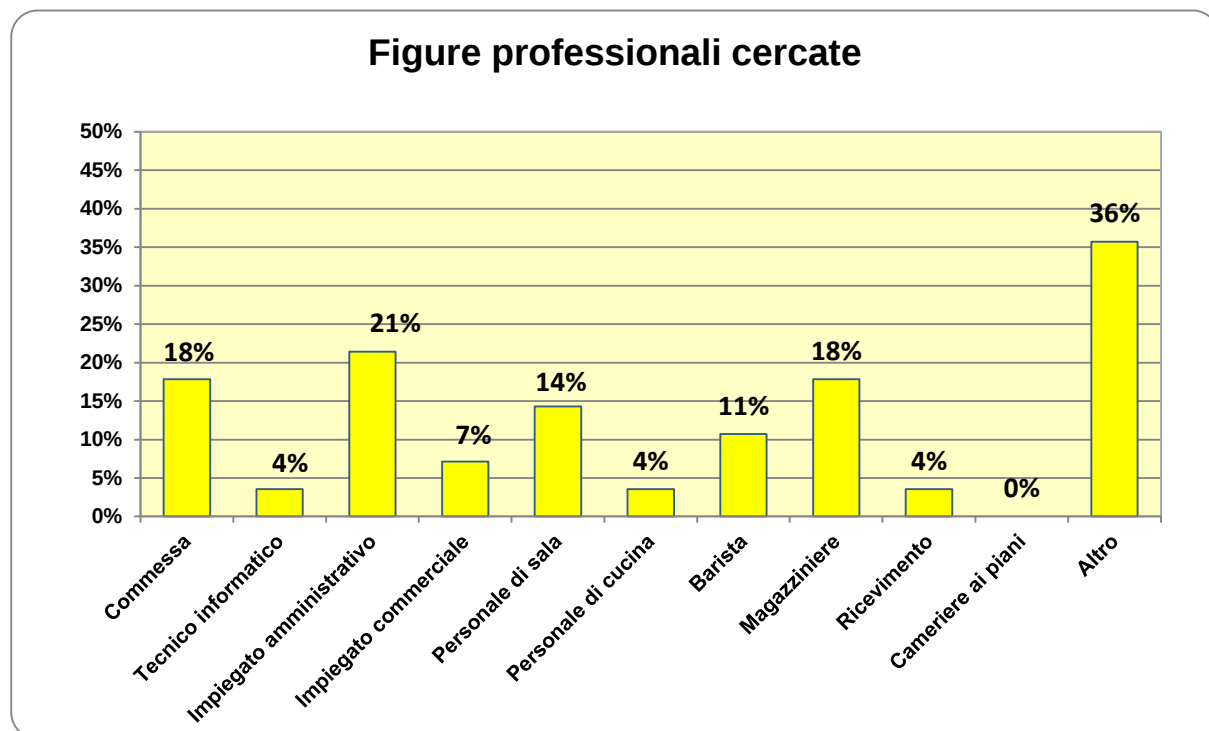
Come illustrato nel grafico successivo, il 19% delle aziende interpellate ha dichiarato di aver **cercato personale nel trimestre**. Il dato risulta in aumento rispetto al trimestre precedente (quarto trimestre 2016), allo stesso modo risulta in aumento rispetto al trimestre dell'anno scorso (primo trimestre 2016) era il 14%.



La specifica successiva mostra che il settore del turismo è quello che in questo trimestre ha effettuato una maggiore ricerca di personale (il 43%).

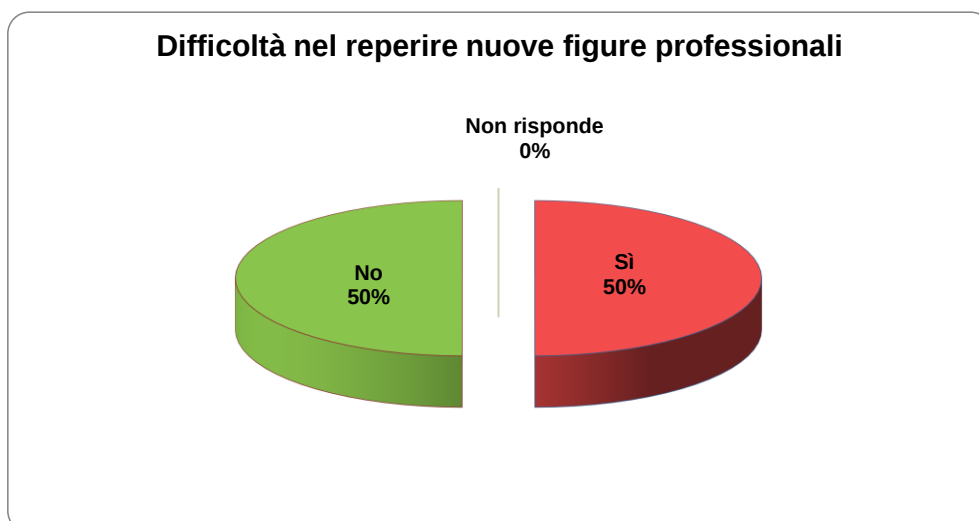


Relativamente alle **figure professionali**, quelle maggiormente cercate dalle aziende nel complesso sono state l'impiegato amministrativo (dal 21%), il magazziniere e la commessa (con il 18%), con ovvie specificità settoriali.

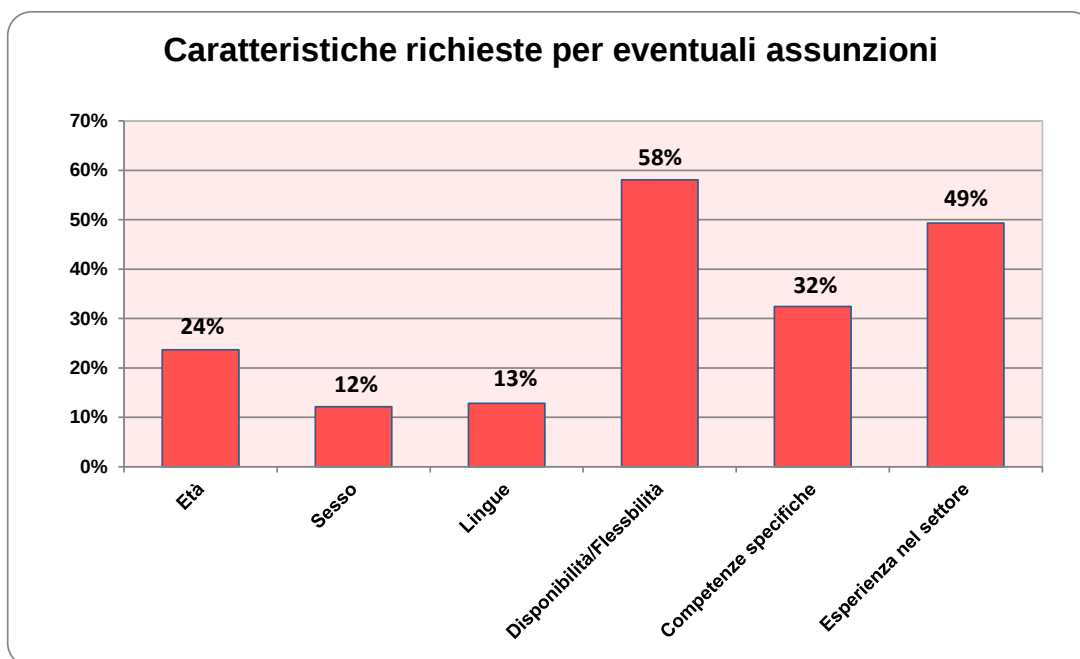


Importante, inoltre, la verifica relativa ad eventuali **difficoltà riscontrate nel reperire nuovo personale** in questo trimestre.

Tra le aziende che hanno cercato personale il 50% ha confermato di aver avuto delle difficoltà, (percentuale in aumento rispetto a quella osservata nello stesso periodo dell'anno precedente)

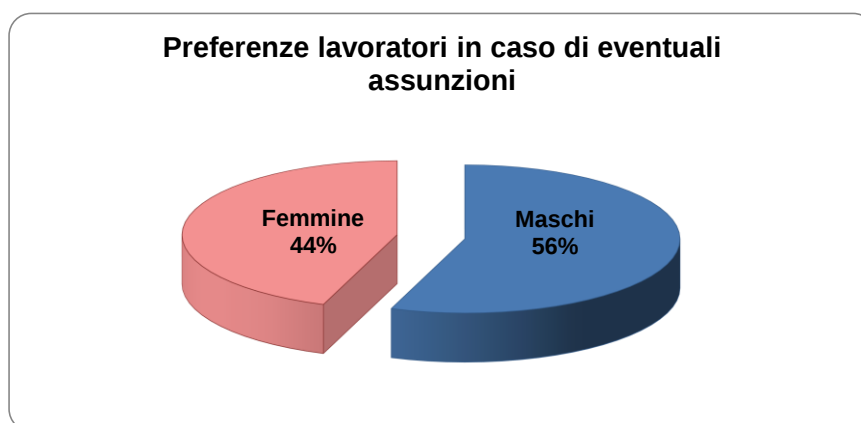


Relativamente a quali **caratteristiche** siano considerate **fondamentali per eventuali nuove assunzioni**, riportiamo di seguito la specifica delle indicazioni rilevate dall'indagine dalla quale si evince che flessibilità e disponibilità continuano ad essere le caratteristiche maggiormente richieste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

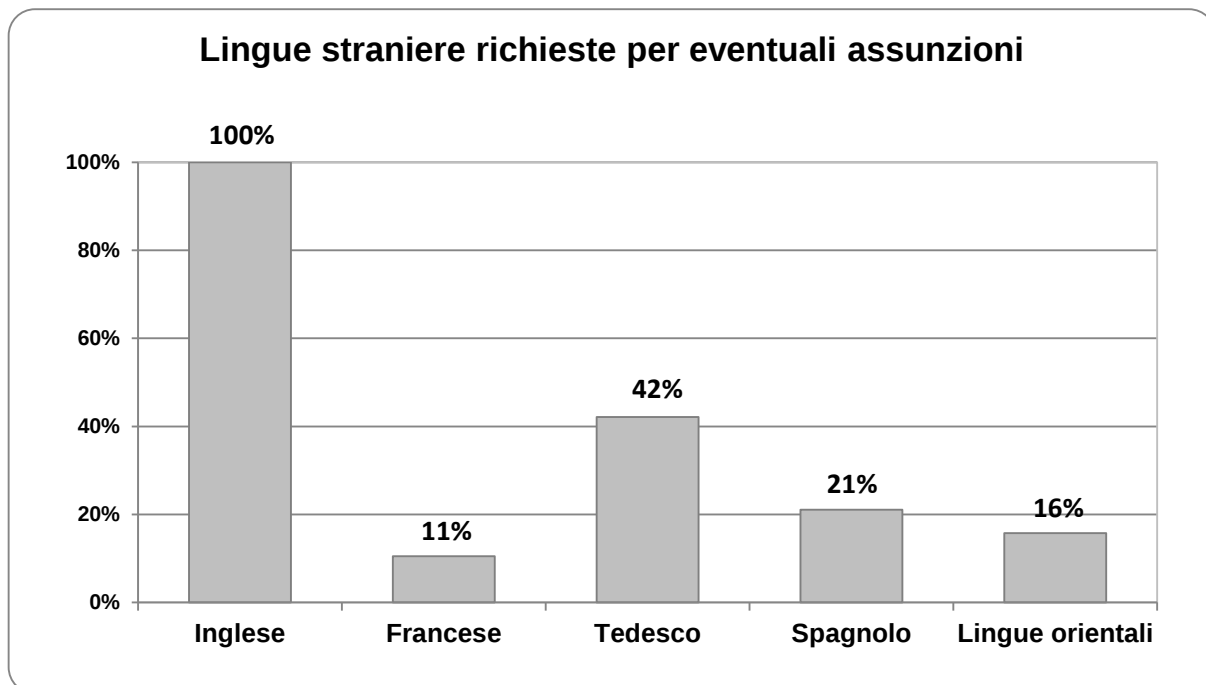


Per quanto riguarda, invece, **altre caratteristiche** ritenute importanti per eventuali nuove assunzioni:

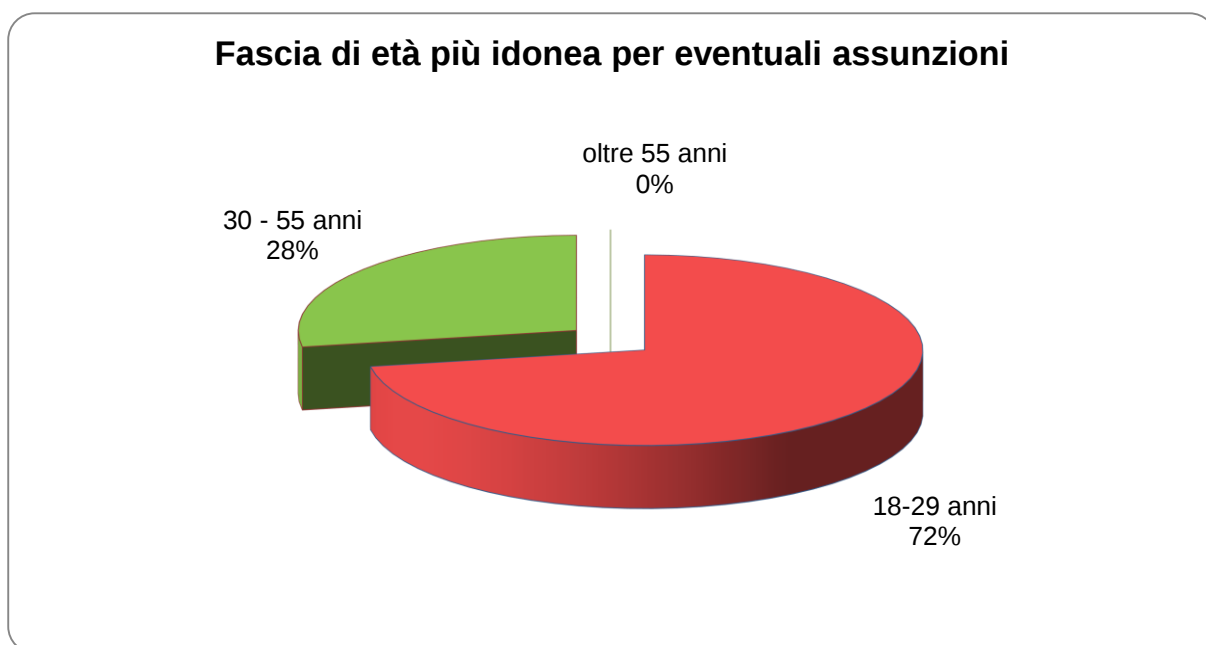
Sesso: appena il 12% degli intervistati ritiene il sesso del lavoratore un requisito importante e tra questi il 56% esprime una preferenza nei confronti di lavoratori maschi.



Lingue parlate: il 13% ritiene importante la conoscenza delle lingue, e tra queste quella più richiesta è l'inglese con il 100%, seguita dal tedesco con il 42%.

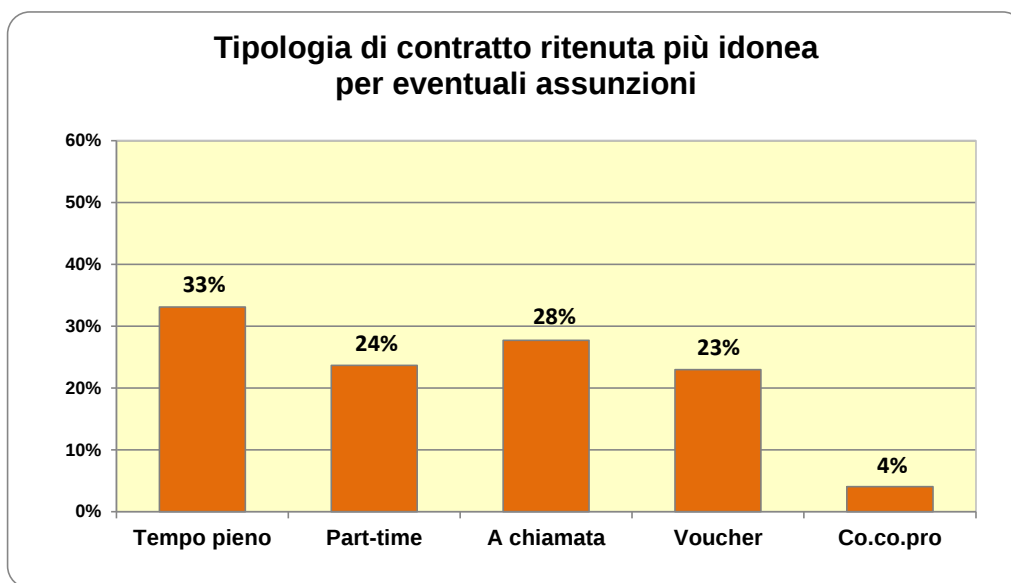


Età: il 24% dà importanza alla fascia d'età, e tra queste la maggior parte (72%) predilige la fascia dai 18 ai 29 anni.



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 di un contratto ad altri. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è aumentata la preferenza per il contratto a tempo pieno. In diminuzione i contratti a chiamata rispetto al quarto trimestre 2016.



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

Specifica tempo pieno

Tempo determinato	30,6%
Tempo indeterminato	46,9%
Apprendisti	24,5%

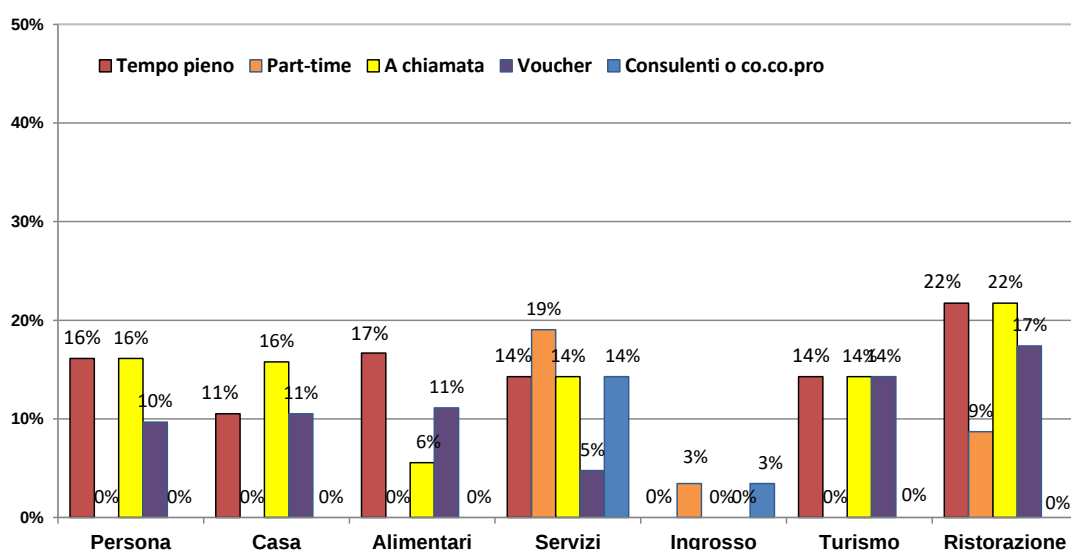
Per quanto riguarda invece il contratto part-time c'è una preponderanza di gradimento per il tempo determinato.

Specifica part time

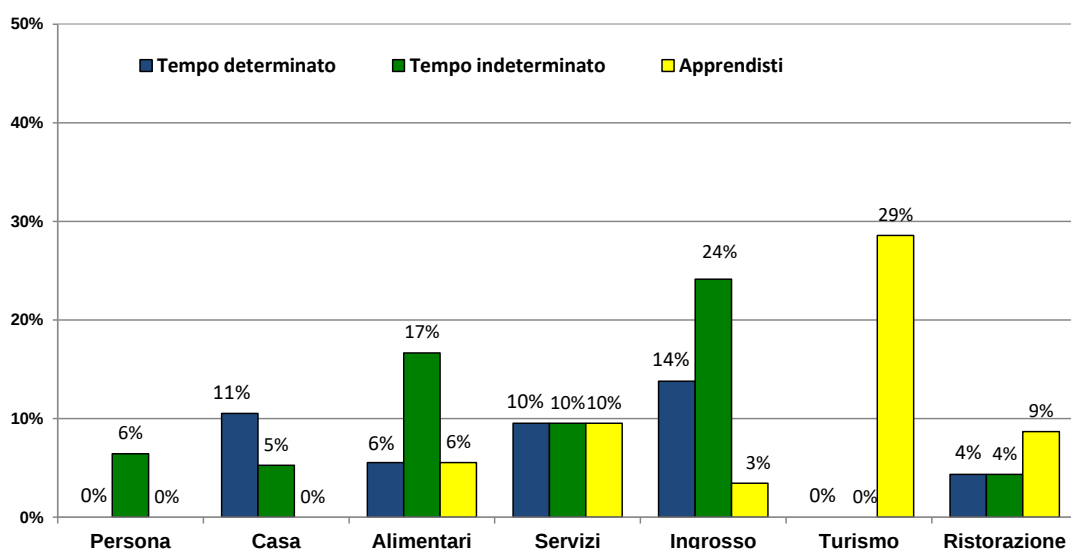
Tempo determinato	45,7%
Tempo indeterminato	37,1%
Apprendisti	17,1%

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 (19%), così come il settore della ristorazione per il contratto a tempo pieno e a chiamata (22%), mentre il settore del turismo mostra una sostanziale parità fra le varie tipologie di assunzione (14%) ad esclusione del part-time.

Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni



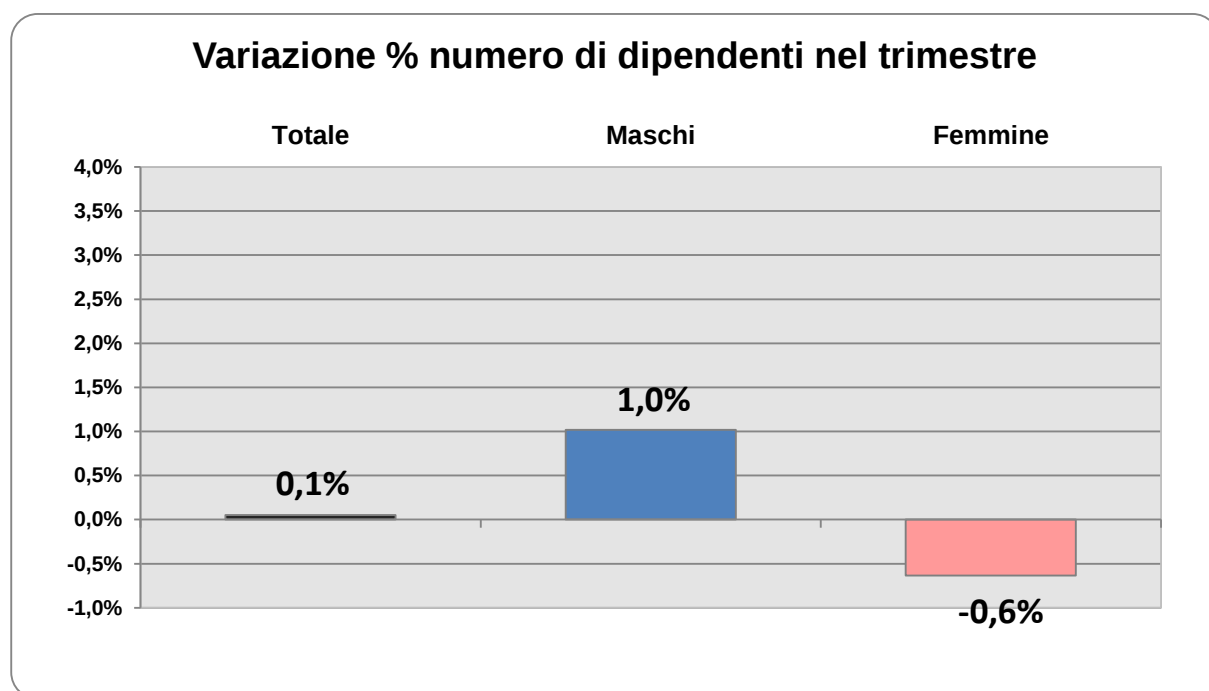
Tipologia di contratto ritenuta più idonea per eventuali assunzioni



ASSUNZIONI – CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO I° TRIMESTRE 2017

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 **primo trimestre 2017**, nonché osservare quali figure sono state maggiormente interessate sia dalle assunzioni che dalle cessazioni.

Variazione del numero di dipendenti. La variazione percentuale del numero di dipendenti nel trimestre è stata di 0,1% (tra i maschi 1% tra le femmine -0,6%). Nel trimestre precedente (quarto trimestre 2016) la variazione era stata del 2,1% mentre nello stesso periodo dell'anno scorso (primo trimestre 2016) era stata del -0,2%.



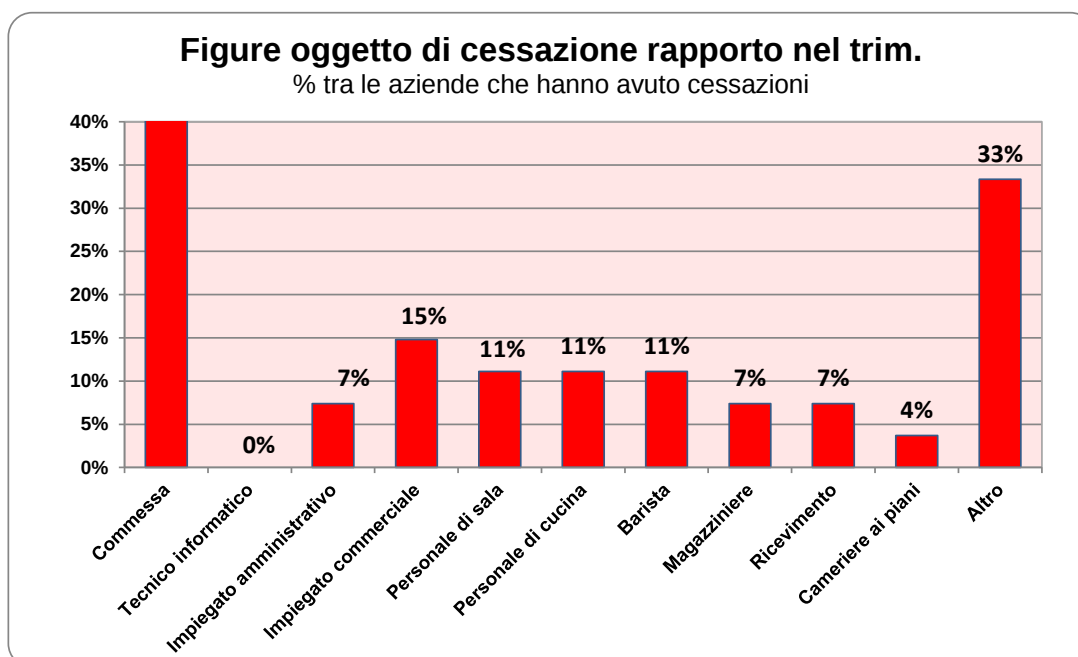
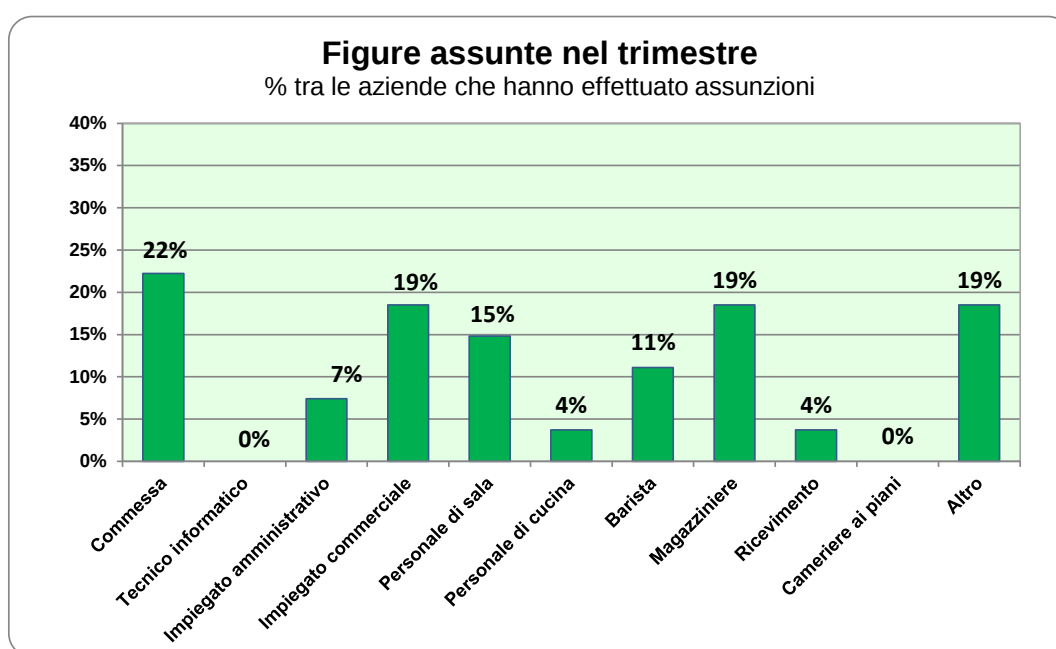
La specifica dei settori ci mostra notevoli differenze nei vari settori. Ha diminuito il numero di dipendenti in maniera più marcata il settore del turismo (per evidenti questioni di stagionalità del lavoro).

Variazione di personale tra le aziende con dipendenti per settore

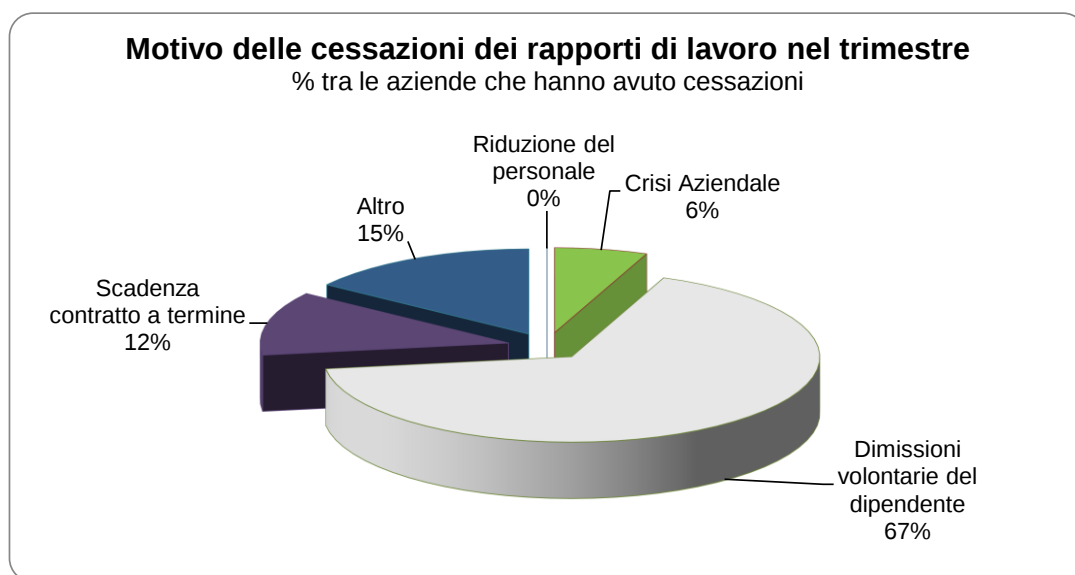
Dettaglio Persona	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	16,7%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	83,3%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	0,0%
Dettaglio Casa	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	15,4%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	61,5%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	23,1%
Dettaglio Alimentare	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	25,0%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	58,3%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	16,7%
Servizi	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	0,0%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	72,7%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	27,3%
Ingresso	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	18,5%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	70,4%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	11,1%
Turismo	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	16,7%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	16,7%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	66,7%
Ristorazione	Aziende che hanno umentato il num. dipendenti	10,0%
	Aziende che hanno mantenuto invariato il num. dip.	70,0%
	Aziende che hanno diminuito il num. dipendenti	20,0%

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 la commessa (22%) e la commessa (22%), l'impiegato commerciale e il magazziniere (19%);
- al contempo le figure maggiormente oggetto di cessazione del rapporto risultano le commesse (40%) e l'impiegato commerciale (15%).



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 quarto trimestre 2016).



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

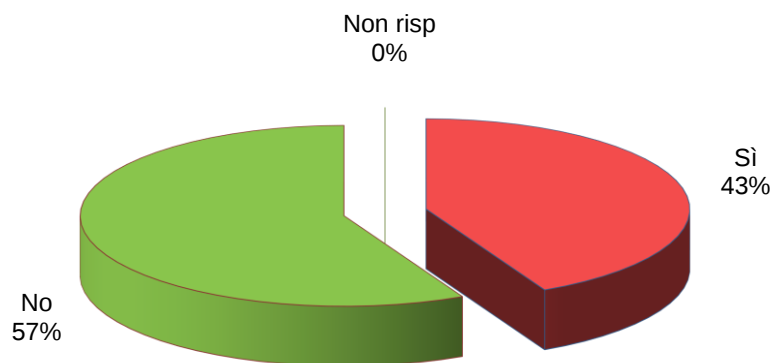
Utilizzo delle procedure per settori

	SI	NO
Dettaglio prodotti per la persona	0%	100%
Dettaglio di prodotti per la casa	8%	92%
Dettaglio di alimentari	0%	100%
Servizi	0%	100%
Comm. all'ingrosso	0%	100%
Turismo	0%	100%
Ristorazione	0%	105%

FORMAZIONE

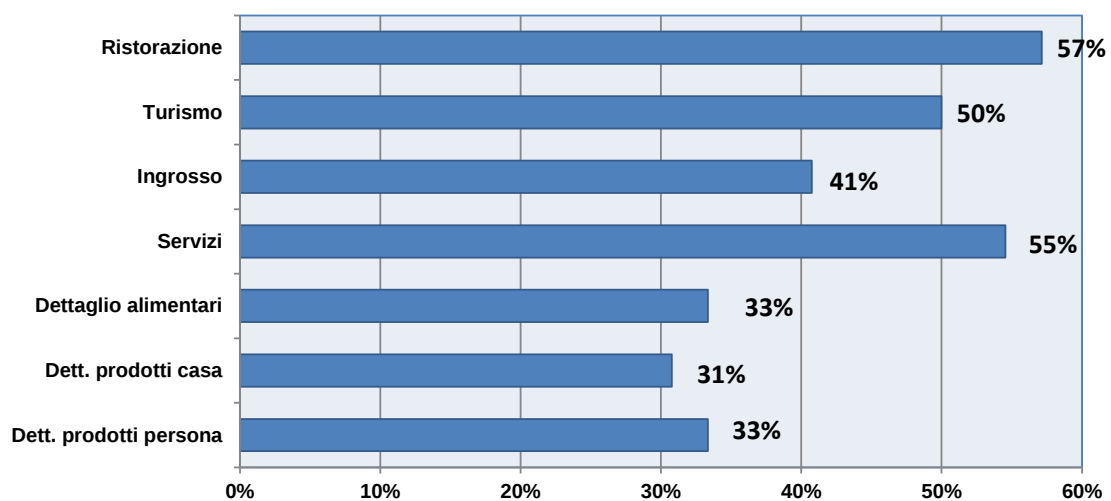
Si è ritenuto di interesse verificare se le aziende intervistate avessero, in questo trimestre, effettuato **formazione dei propri dipendenti** e di che tipo. Il 43% delle ditte intervistate con dipendenti ha dichiarato di aver investito nella formazione. Questo dato risulta in aumento rispetto al trimestre precedente (35%).

Formazione dipendenti nel trimestre
tra le aziende con dipendenti

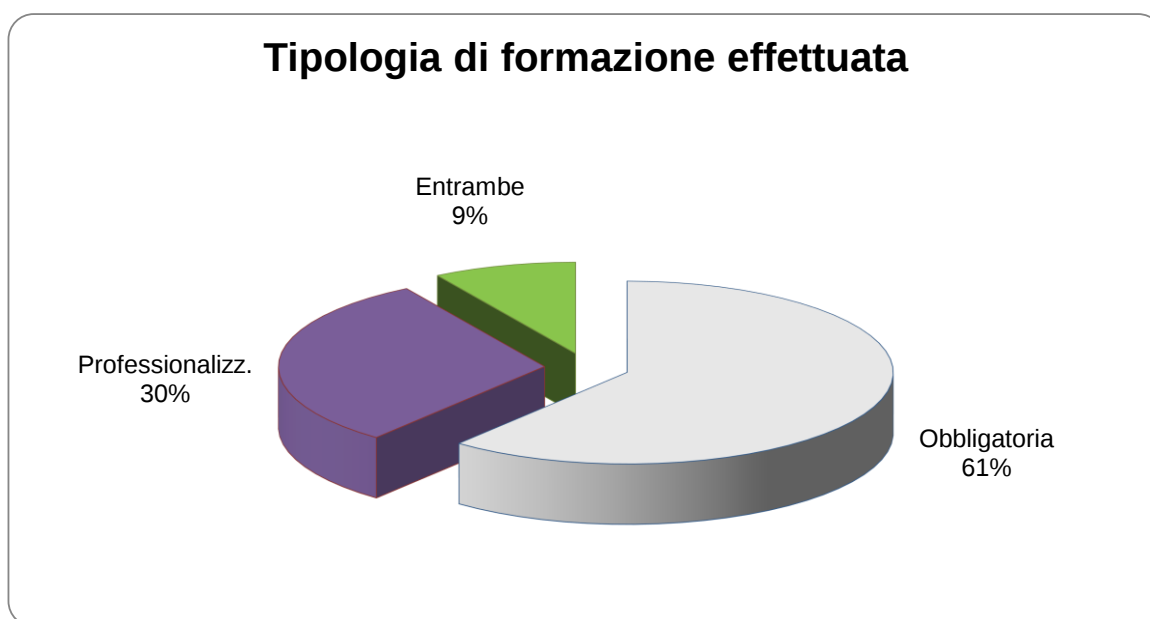


I settori che hanno maggiormente investito nella formazione in questo trimestre sono quelli della ristorazione, del turismo e dei servizi.

Formazione dipendenti nel trimestre per settore



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 aumento (61%) rispetto allo stesso periodo del 2016 (45%), mentre risulta in diminuzione quella professionalizzante (30%) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (44%).



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

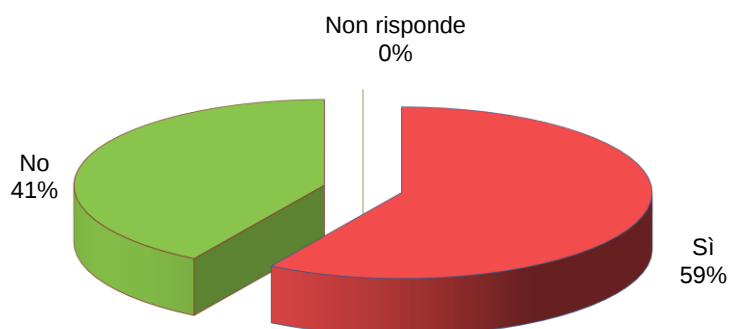
Tipologia di formazione per settore

	Obblig.	Profess.	Entrambe
Dettaglio prodotti per la persona	67%	33%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	25%	50%	25%
Dettaglio di alimentari	75%	0%	25%
Servizi	83%	17%	0%
Comm. all'ingrosso	45%	55%	0%
Turismo	67%	33%	0%
Ristorazione	67%	17%	17%

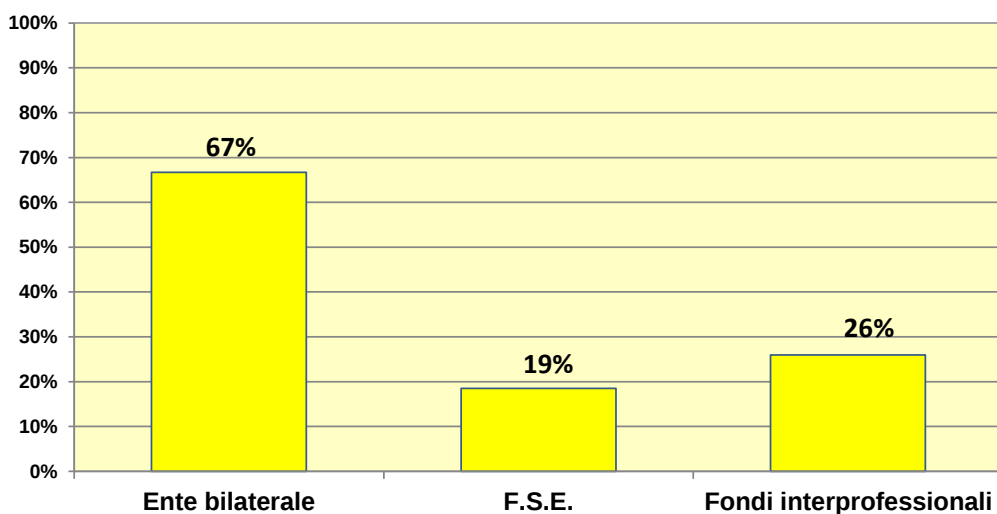
Il numero di ore per singola azienda è di 34,9 ore per la formazione obbligatoria e 49 ore per quella professionalizzante.

Corsi finanziati. I corsi finanziati (il 59% 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 (67%), dato in linea rispetto al trimestre precedente (70%). In aumento rispetto al trimestre precedente i corsi finanziati dal Fondo Sociale Europeo che sono passati dal 3% al 19%.

Usufruito di corsi finanziati
tra le aziende che hanno effettuato formazione



Tipologia di corsi finanziati

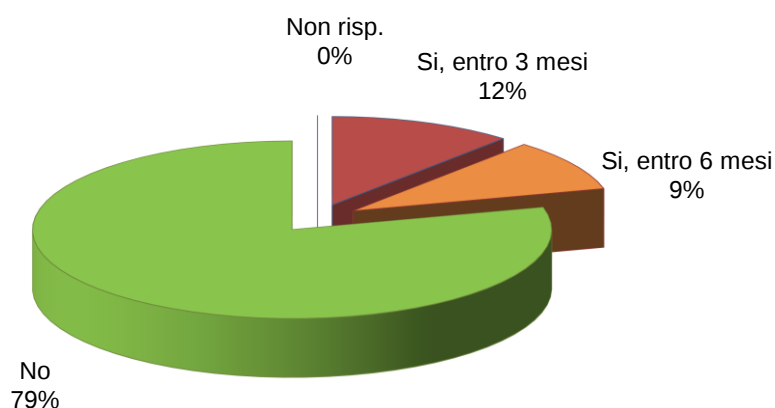


INTENZIONI FUTURE

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 12% delle aziende interpellate ha intenzione di aumentare il personale nei prossimi 3 mesi, in maniera più marcata tra le aziende della ristorazione (26%).

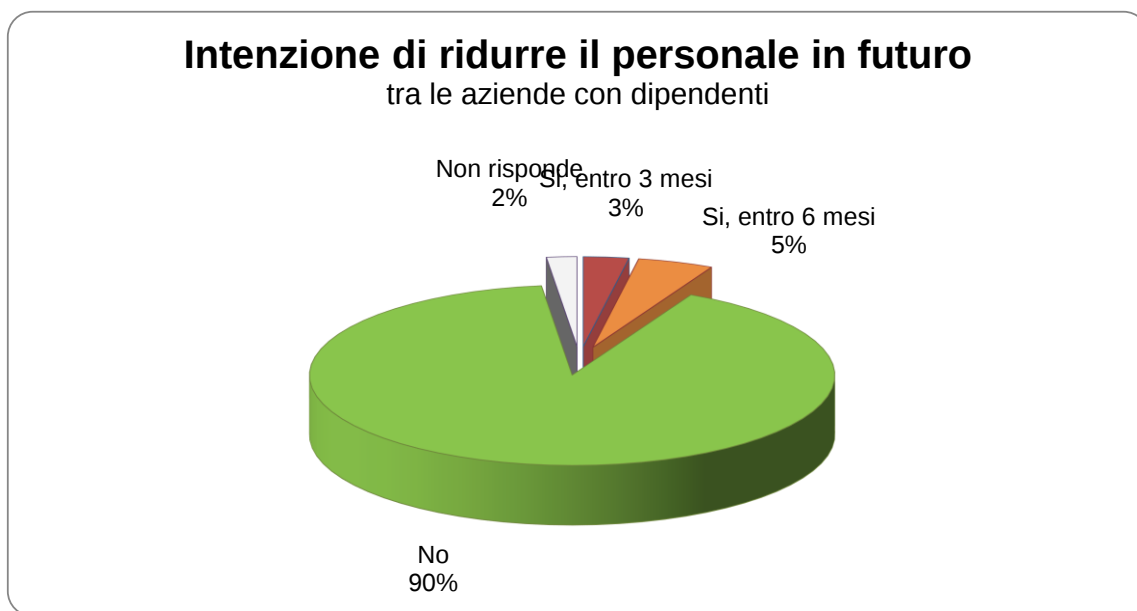
Intenzione di aumentare il personale in futuro



Intenzioni di nuove assunzioni per settore – prossimo trimestre

	SI	NO	N.r
Dettaglio prodotti per la persona	6%	94%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	5%	95%	0%
Dettaglio di alimentari	17%	83%	0%
Servizi	5%	95%	0%
Comm. all'ingrosso	14%	86%	0%
Turismo	0%	100%	0%
Ristorazione	26%	74%	0%

Intenzione di ridurre il numero di dipendenti: il 3% delle aziende con dipendenti (dato in diminuzione rispetto al trimestre precedente), ha intenzione di effettuare riduzioni di personale nel prossimo trimestre, soprattutto nel commercio al dettaglio di prodotti per la persona.



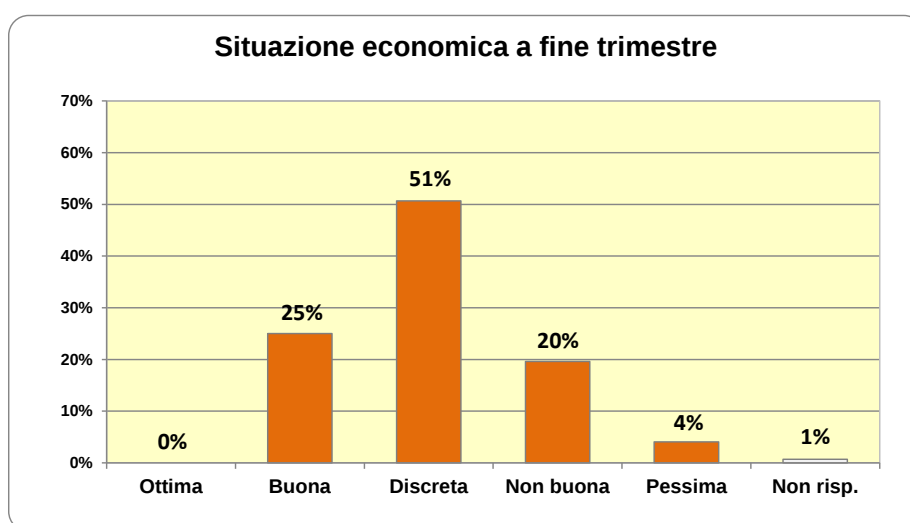
Intenzione di ridurre il personale per settore nel prossimo trimestre

	SI	NO	N.r
Dettaglio prodotti per la persona	6%	94%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	100%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	100%	0%
Servizi	0%	91%	9%
Comm. all'ingrosso	4%	96%	0%
Turismo	0%	100%	0%
Ristorazione	5%	90%	5%

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 primo trimestre di quest'anno viene definita dalle ditte interpellate in generale discreta (dal 51%), buona (dal 25%) mentre il 24% 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 37% e della ristorazione 35%
- quelle con fatturato basso (42%)
- quelle senza dipendenti (44%).

Situazione economica per settore

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
Dettaglio prodotti per la persona	0%	13%	55%	23%	10%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	16%	47%	26%	11%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	39%	50%	11%	0%	0%
Servizi	0%	19%	52%	24%	0%	5%
Comm. all'ingrosso	0%	41%	52%	3%	3%	0%
Turismo	0%	43%	43%	14%	0%	0%
Ristorazione	0%	17%	48%	35%	0%	0%

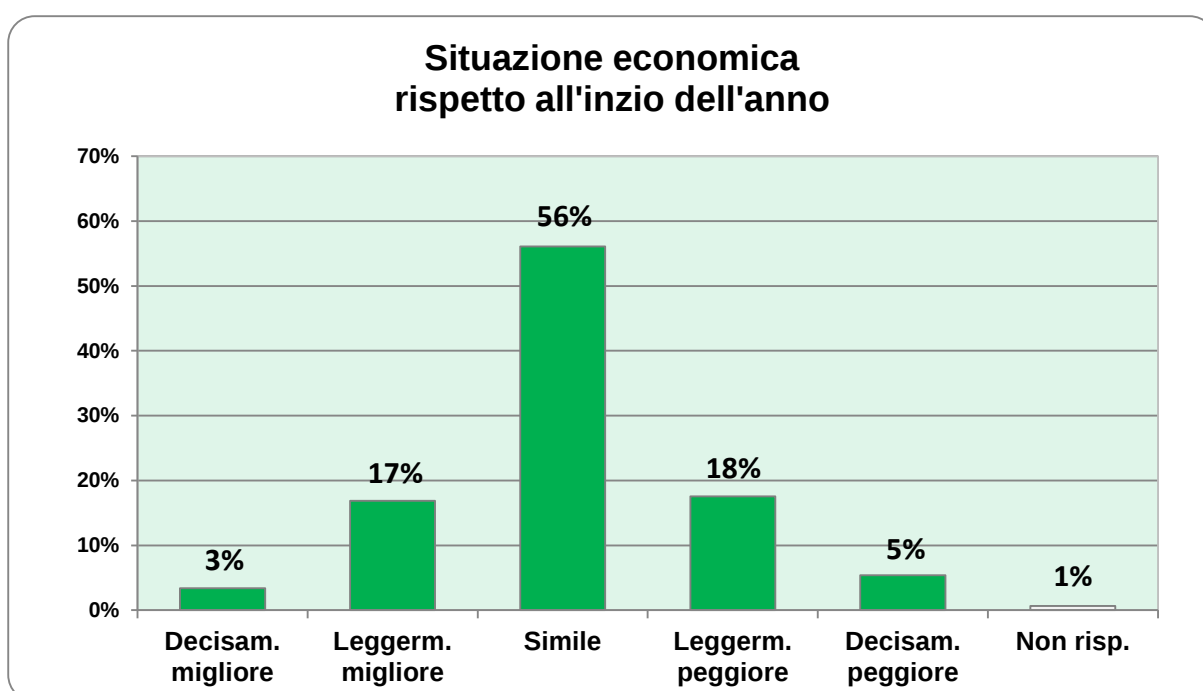
Situazione economica per fascia di fatturato

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
Meno di 250 mila €	0%	12%	47%	33%	9%	0%
250 mila €-500 mila €	0%	30%	44%	22%	4%	0%
500 mila €-1 milione €	0%	60%	27%	13%	0%	0%
oltre 1 milione €	0%	29%	66%	5%	0%	0%

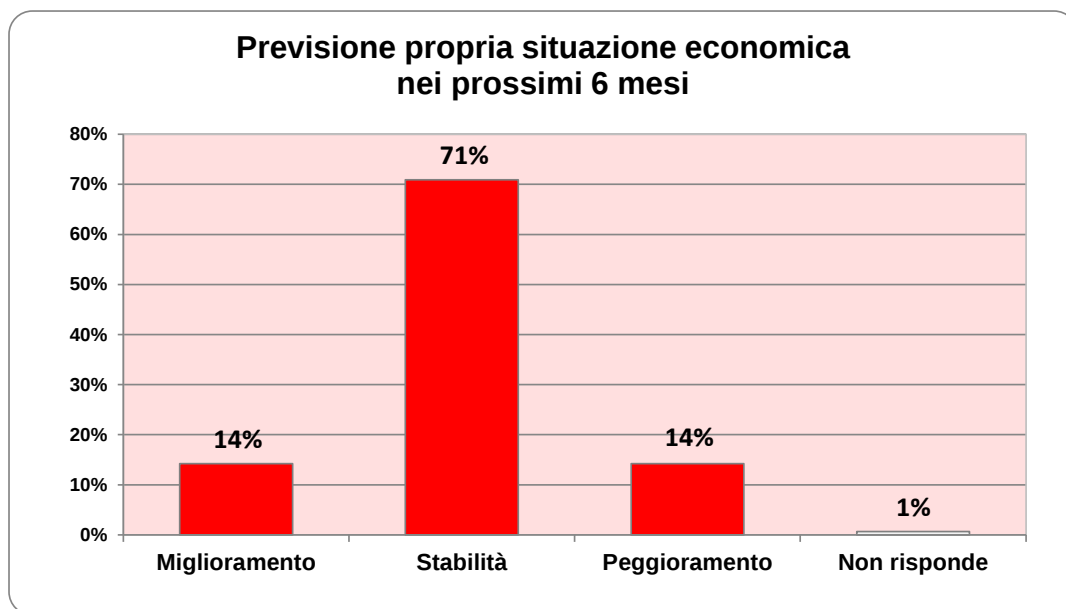
Situazione economica per numero dipendenti

	Ottima	Buona	Discreta	Non buona	Pessima	N.r
Nessun dipendente	0%	15%	39%	34%	10%	2%
Con dipendenti	0%	29%	55%	14%	2%	0%
1 - 5 dipendenti	0%	27%	57%	13%	3%	0%
6 - 10 dipendenti	0%	25%	44%	31%	0%	0%
11 - 49 dipendenti	0%	33%	58%	8%	0%	0%
50 o più dipendenti	0%	43%	57%	0%	0%	0%

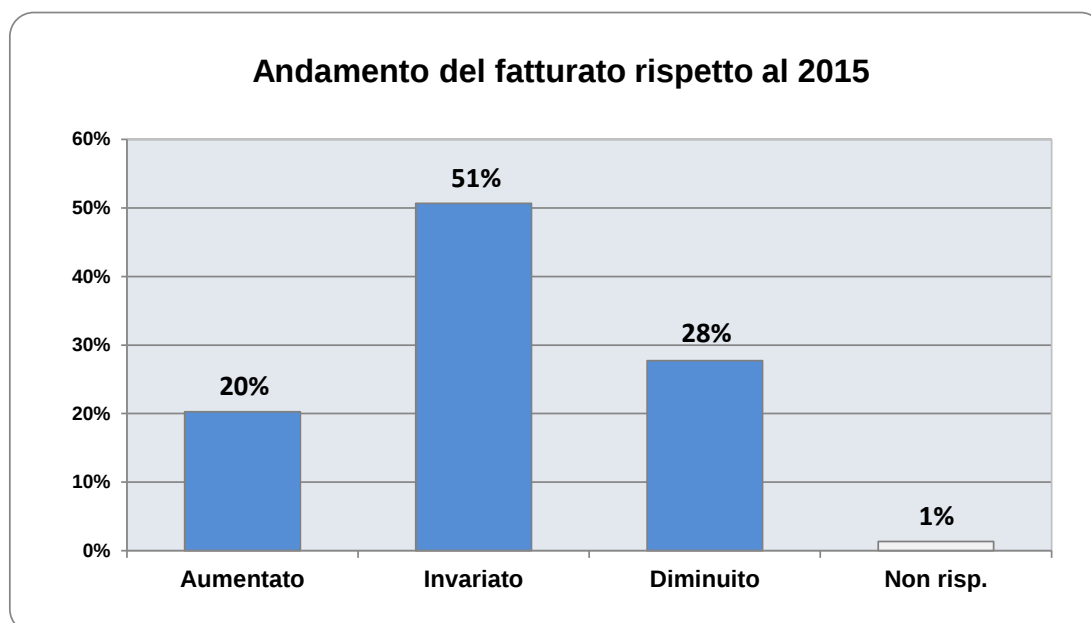
Situazione economica rispetto ad inizio anno. Nei primi tre mesi dell'anno le aziende ritengono che la propria situazione economica sia prevalentemente rimasta invariata (il 56%), anche se al contempo per il 23% è peggiorata (leggermente o decisamente).



Previsioni per i prossimi 6 mesi. Per i prossimi sei mesi la maggior parte delle aziende prevede stabilità (il 71%) e solo il 14% prevede un peggioramento.

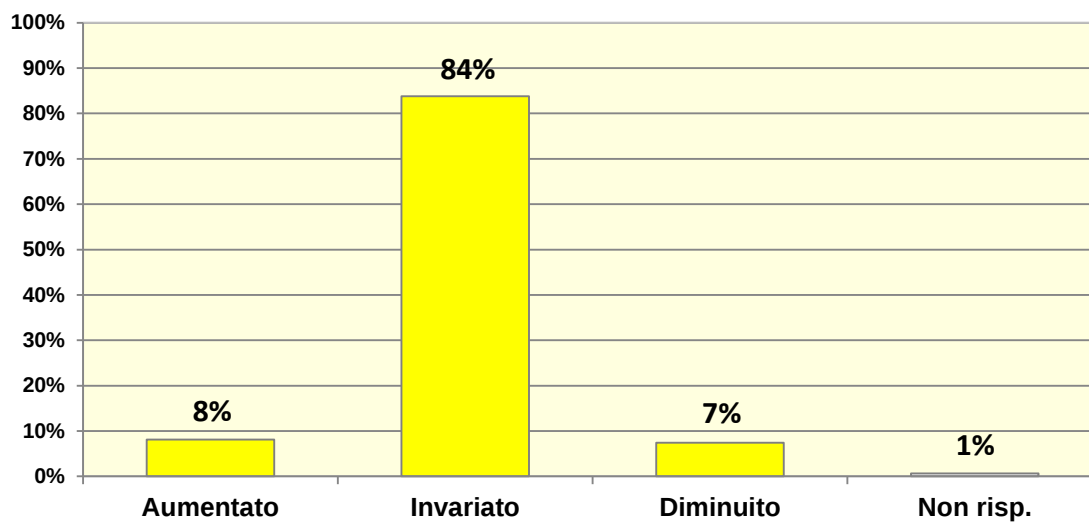


Andamento dei fatturati. Per quanto riguarda l'andamento dei fatturati le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno dichiarato che nei primi tre mesi del 2017, rispetto allo stesso periodo del 2016, il fatturato è diminuito (nel 28% dei casi) o è rimasto invariato (nel 51%). La variazione media dei fatturati è stata del -2,2%.

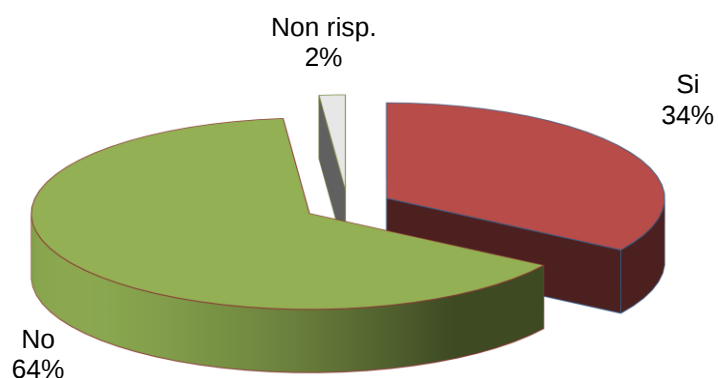


Prezzi e ordini. Tuttavia nei primi tre mesi dell'anno si è preferito ricorrere ad una politica di riduzione degli ordini piuttosto che ricaricare i prezzi, come appare nei due grafici successivi.

Andamento del ricarico dei prezzi applicati



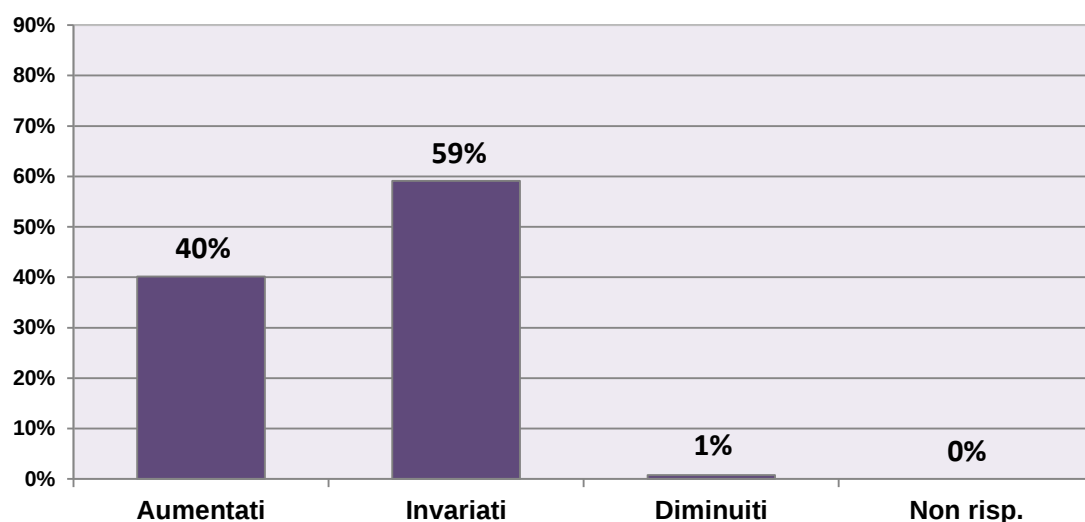
Politica di riduzione degli ordini



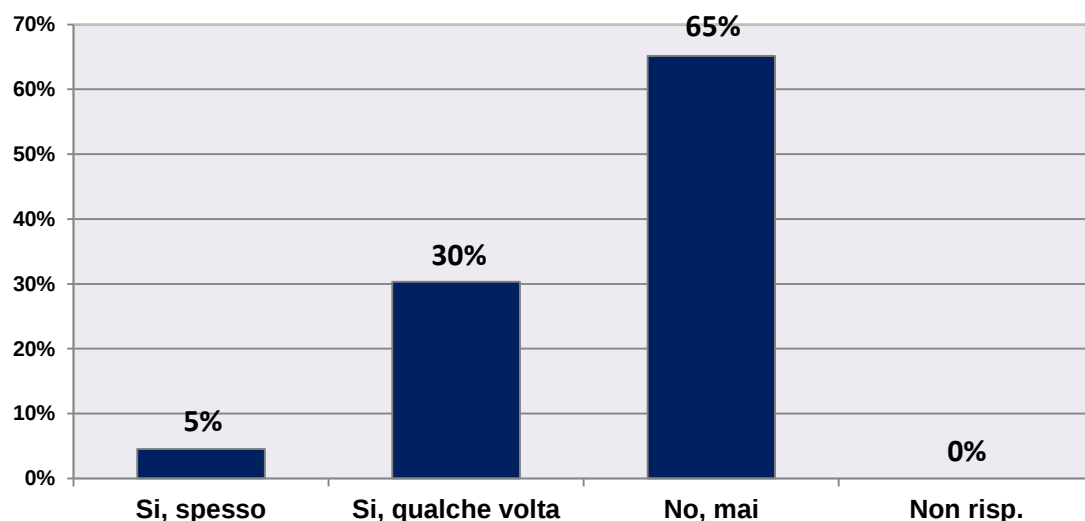
Fornitori. Per quanto riguarda i fornitori, il 59% del campione sostiene che i prezzi dei fornitori sono rimasti invariati rispetto ad inizio dell'anno, mentre il 40% sostiene che si è verificato un aumento.

La percentuale di aziende che dichiara di avere difficoltà nei pagamenti è il 35% (in diminuzione rispetto al primo trimestre 2016 quando erano il 38%, in diminuzione rispetto anche al quarto trimestre 2016 quando erano il 40%).

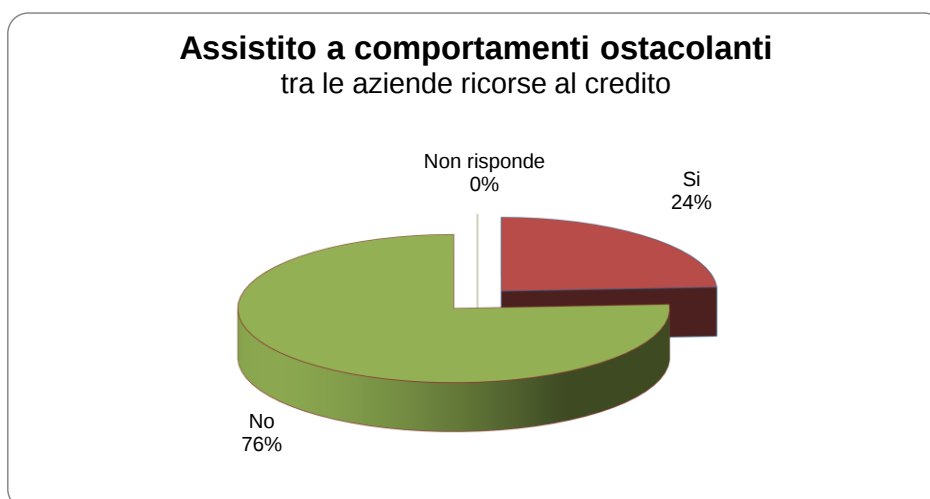
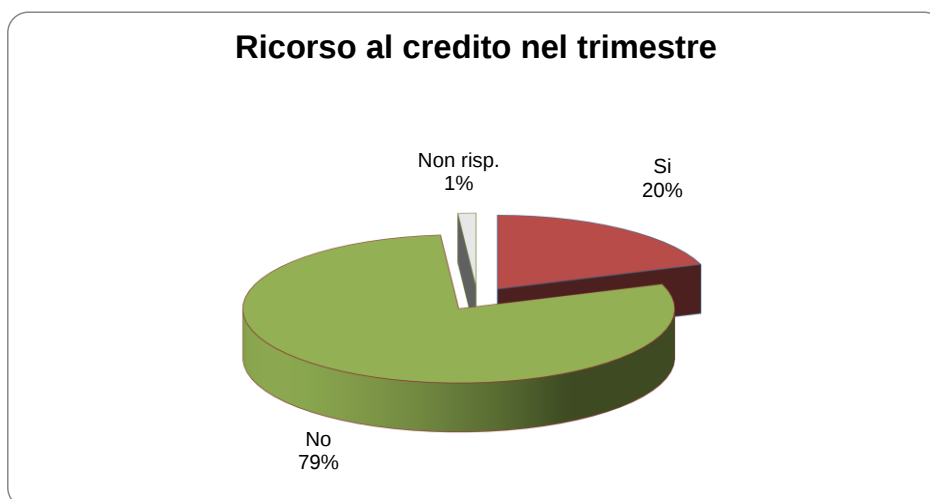
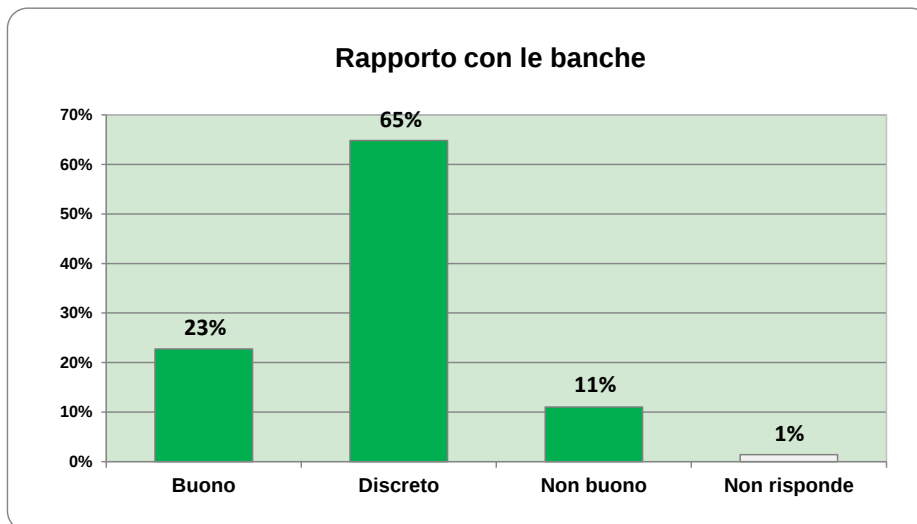
Andamento del prezzo dei fornitori



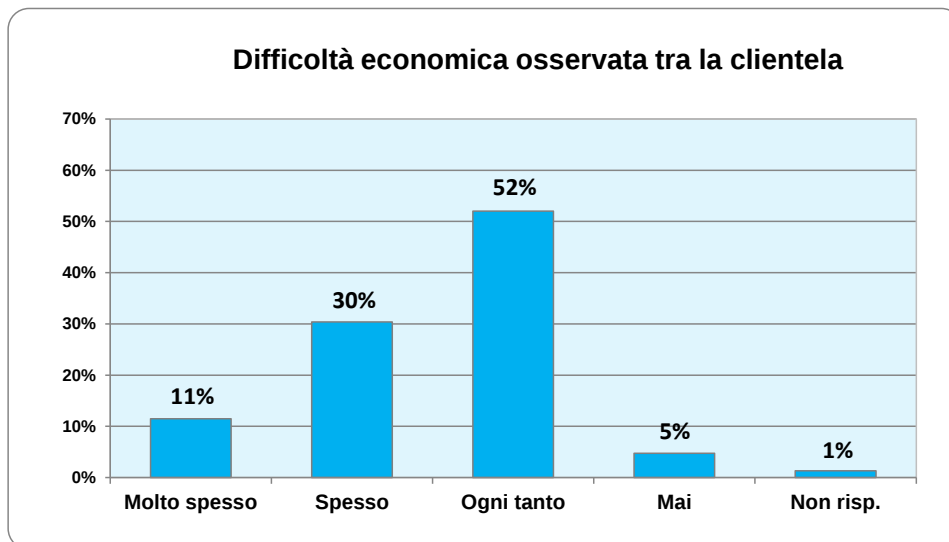
Difficoltà nel pagare i fornitori



Ricorso al credito. Per quanto riguarda il rapporto con le banche delle imprese coinvolte nell'indagine, si rileva che il 65% ha un discreto rapporto. Il 20% è ricorso al credito e di questi il 24% 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

Fidelizzazione della clientela abituale	49,3%
Offerta di nuovi prodotti	48,6%
Utilizzo di Social Network o altre tecnologie per promuovere l'attività	47,3%
Aumento dei servizi offerti alla clientela	41,9%
Aumento dell'attività promozionale e pubblicitaria	32,4%
Applicazione di sconti / riduzione dei prezzi applicati	27,0%
Investimento nella formazione del titolare/personale	25,0%
Rinnovo dei locali	23,6%
Diversificazione del proprio orario di apertura rispetto al passato	6,1%
Sviluppo/incremento dei rapporti con i mercati esteri	2,0%
Altro	2,0%

