esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario
PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
VICENZA

OSSERVATORIO
ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

TERZO TRIMESTRE 2023

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

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

Attraverso **rilevazioni trimestrali** vengono **monitorati alcuni indicatori economici ed occupazionali misurati tra le aziende**. Gli indicatori oggetto della rilevazione sono: numero dipendenti (assunzioni e cessazioni) distinti per tipologia di contratto, andamento occupazionale e previsioni, ricerca del personale, formazione, stato di salute, andamento dei fatturati, rapporti con i fornitori, con i clienti e con gli istituti di credito.

Conoscere in tempo reale lo stato di salute, i fabbisogni e le esigenze delle aziende permette di **individuarne i mutamenti ed eventuali criticità** e **programmare, di conseguenza, idonee e mirate iniziative volte a supportare le imprese rappresentate.** La metodologia utilizzata per la realizzazione del progetto, consiste in:

1) realizzazione di un **questionario "ad hoc"** tarato in modo specifico per i temi di interesse ;

2) per una questione maggiore diffusione e fruibilità dell'indagine, dal 2014 la modalità di somministrazione e raccolta dati avviene **esclusivamente "online"**, attraverso una piattaforma telematica accessibile dai siti dell'Ente Bilaterale e della Confcommercio di Vicenza;

3) i dati raccolti vengono elaborati ed analizzati in forma anonima. I risultati vengono poi illustrati nel presente **report periodico** che descrive, con l'ausilio di grafici e tabelle, quanto emerso dall'indagine sia in termini complessivi, sia con specifiche analisi per settore (sono stati individuati sette macro settori), per dimensione aziendale e per classe di dipendenti.

4) I **settori** in cui vengono suddivise le aziende del terziario sono:

- **Commercio al dettaglio di alimentari** (alimentaristi, macellai, panifici, ortofrutta, gastronomie, supermercati e GDO …) settore composto sia da piccole aziende che da aziende più strutturate e legato a beni di primaria necessità
- **Commercio al dettaglio di prodotti per la casa** (casalinghi, arredamento e mobili, fioristi, elettrodomestici, prodotti per l'edilizia, per il giardinaggio e per l'agricoltura …) settore eterogeneo per tipologia di prodotti ma legato a merceologie molto spesso considerate essenziali
- **Commercio al dettaglio di prodotti per la persona** (abbigliamento, calzature, edicole, cartolerie, librerie, sport e tempo libero, ottiche, erboristerie, accessori per veicoli, distributori carburanti, tabacchi, prodotti farmaceutici …), settore eterogeneo composto solitamente da aziende piccole e relativo a merceologie che spaziano da beni di prima necessità a beni meno essenziali.
- **Commercio all'ingrosso** (di qualsiasi tipologia di prodotti: alimentari, industriali …) settore eterogeneo per merceologia, solitamente composto da aziende medio grandi e strutturate e che rappresenta l'anello a monte della filiera del commercio.
- **Servizi** (alle imprese, alle persone, agenti immobiliari) settore molto eterogeneo composto solitamente da realtà medio-piccole e che spaziano per tipologia di servizio offerto.
- **Turismo** (strutture ricettive alberghiere e complementari, agenzie viaggio, guide turistiche) all'interno del quale si possono riconoscere le strutture ricettive da una parte (imprese grandi e strutturate) ma anche realtà più piccole come le agenzie viaggio
- **Ristorazione** (bar, ristoranti, trattorie …) che comprende sia piccola realtà senza cucina e con pochi addetti, sia attività più strutturate come ristoranti e fast-food

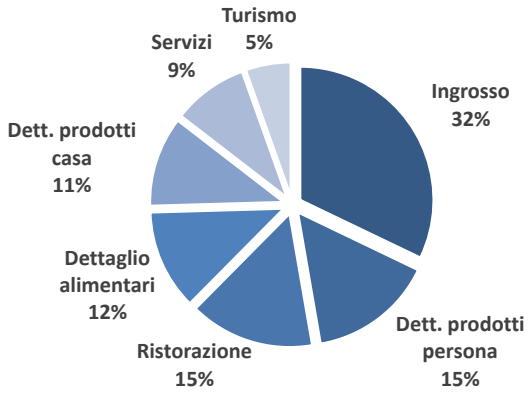
L'ANALISI

Si riportano di seguito le <u>analisi dei dati raccolti a mezzo di 200 questionari</u> (rappresentati attraverso elaborazioni grafiche, tabulari e commenti) **relativi ai principali <u>aspetti economici</u> (parte 1) <u>ed occupazionali</u> (parte 2)** rilevati presso il campione di aziende rispondenti **con riferimento al 30 SETTEMBRE 2023 ed al TERZO TRIMESTRE 2023**, nonché del loro **trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti nelle passate rilevazioni).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

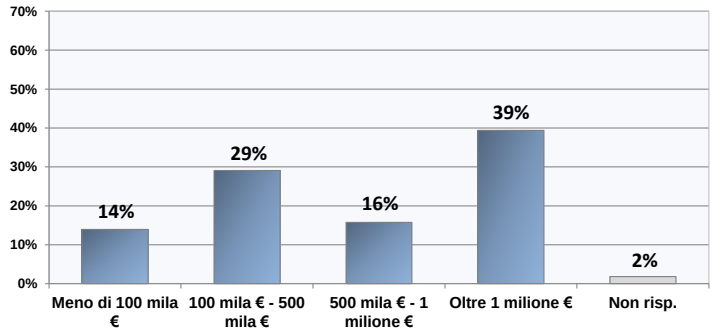
Come prima cosa si osservano le <u>caratteristiche del campione di aziende rispondenti</u> in questa rilevazione, in particolare il settore, la fascia di fatturato 2022 e la classe di dipendenti. La sua <u>composizione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della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

<u>SETTORE</u>



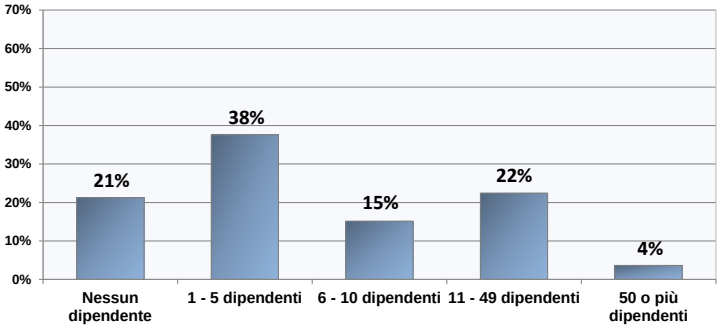
Il campione è costituito **per il 38%** da imprese del **commercio al dettaglio** (per il 15% di prodotti per la persona, per il 12% prodotti alimentari e 11% prodotti per la casa). L'**ingrosso** rappresenta il **32%** delle intervistate, mentre i settori **turismo** e **ristorazione** il **20%**. Infine i **servizi** rappresentano il **9%** delle intervistate.

<u>FASCIA DI FATTURATO - 2022</u>



Il campione è costituito **per il 14%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **45%** da aziende **"medie"** (con fatturato compreso tra 100 mila € e 1 milione €) mentre nel **39%** dei casi il fatturato **supera il milione di €.**

<u>NUMERO DI DIPENDENTI - AL 30 SETTEMBRE 2023</u>



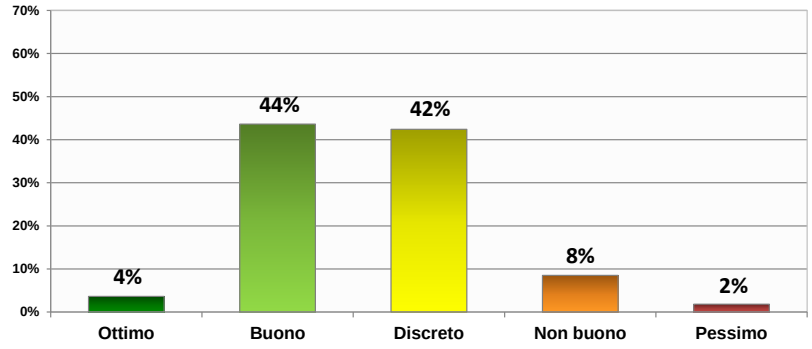
Il **21%** delle intervistate **non ha dipendenti**, mentre le **restanti (79%) hanno almeno un dipendente** (tra queste il 38%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 15% ne ha tra 6 e 10, il 22% tra 11 e 49 e solo il 4% ha 50 dipendenti o più).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 30 SETTEMBRE 2023

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 30 settembre 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 SETTEMBRE 2023



% NON BUONO/PESSIMO

10%

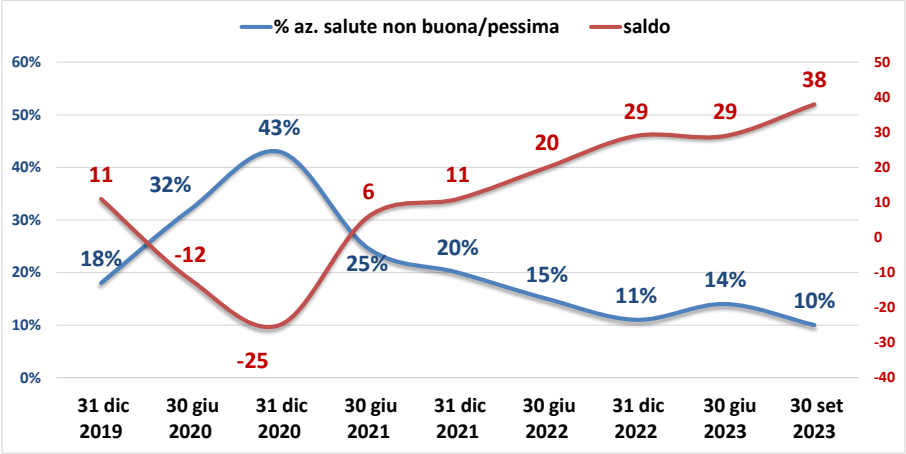
SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+38

Tendenzialmente **positivo lo stato di salute delle aziende intervistate al 30 settembre 2023**: infatti, al netto **delle aziende** che **lo ritengono discreto** (42%, la metà), **prevale la quota di aziende che lo ritengono positivo** (48% buono o ottimo) rispetto alla quota che **lo ritengono negativo** (10% non buono o pessimo), generando un **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) **positivo** (+38).

STATO DI SALUTE – IL TREND



Lo **stato di salute** (misurato sia come % di aziende in stato non buono o pessimo, sia come saldo) è andato **via via migliorando dopo il peggioramento osservato in pieno periodo di emergenza Covid** (picco negativo osservato a fine 2020). Il terzo trimestre 2023 è stato un **periodo di ulteriore miglioramento di questi indicatori**.

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	36%	60%	4%	+32
Dettaglio di prodotti per la casa	28%	61%	11%	+17
Dettaglio di alimentari	45%	40%	15%	+30
Servizi	60%	33%	7%	+53
Comm. all'ingrosso	57%	32%	11%	+46
Turismo	67%	22%	11%	+56
Ristorazione	40%	48%	12%	+28
TOTALE	**48%**	**42%**	**10%**	**+38**

Lo **stato di salute** al 30 settembre 2023 mostra saldo positivi in tutti i settori, senza evidenti criticità.

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	35%	39%	26%	+11
100 mila € - 500 mila €	35%	52%	13%	+22
500 mila € - 1 milione €	42%	50%	8%	+34
Oltre 1 milione €	62%	34%	5%	+57
TOTALE	**48%**	**42%**	**10%**	**+38**

In linea con quanto osservato in passato, si osserva una evidente **correlazione tra stato di salute e dimensione aziendale** (classe di fatturato) rilevando uno **stato di salute più critico** (ossia più spesso 'non buono' o 'pessimo' e con saldo contenuto) **tra le aziende piccole** con fatturato sotto i 100 mila € (saldo +11 e il 26% in stato "non buono"), mentre **al crescere della dimensione lo stato di salute migliora** (saldo decisamente positivo e quota di aziende in stato di salute critico sotto il 10%).

Stato di salute – per classe dipendenti

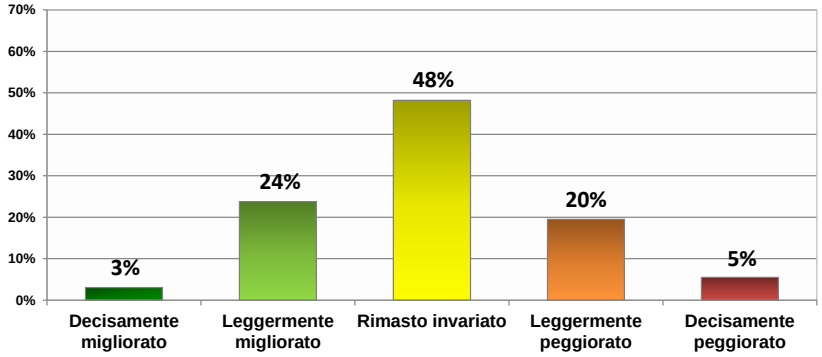
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**34%**	**49%**	**17%**	**+17**
Con dipendenti	**51%**	**41%**	**8%**	**+43**
1 - 5 dipendenti	39%	45%	16%	+23
6 - 10 dipendenti	44%	52%	4%	+40
11 - 49 dipendenti	73%	27%	0%	+73
50 o più dipendenti	67%	33%	0%	+67
TOTALE	**48%**	**42%**	**10%**	**+38**

Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti** si osserva uno **stato di salute meno positivo** (saldo +17 ed il 17% dichiara uno stato di salute non buono), mentre **al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora.**

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE – PRIMI 9 MESI 2023

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso dei primi 9 mesi del 2023 su una scala a 5 livelli.

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE – PRIMI 9 MESI 2023



% PEGGIORAMENTO

25%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

+2

In **sostanziale stabilità lo stato di salute delle aziende intervistate nel corso dei primi 9 mesi del 2023**: infatti, la maggioranza delle aziende (48%) lo ritiene invariato, **mentre tra le altre c'è equilibrio tra la quota di aziende che lo ritengono migliorato** (27%) rispetto alla quota che lo ritengono peggiorato (25%), generando un **saldo pari a** (+2).

Andamento stato di salute – per settore

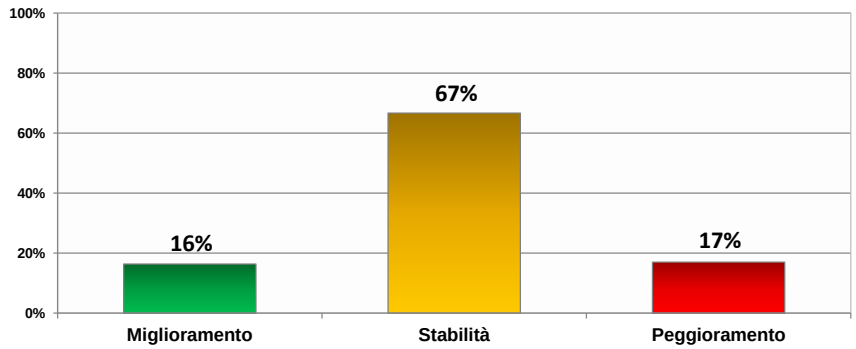
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	16%	60%	24%	-12
Dettaglio di prodotti per la casa	17%	56%	28%	-11
Dettaglio di alimentari	20%	50%	30%	-10
Servizi	40%	47%	13%	+27
Comm. all'ingrosso	25%	45%	30%	-5
Turismo	44%	33%	22%	+22
Ristorazione	42%	42%	17%	+25
TOTALE	**27%**	**48%**	**25%**	**+2**

I primi 9 mesi 2023 hanno mostrato **per alcuni settori un prevalente peggioramento del proprio stato di salute** (saldo negativo): questi settori sono, di fatto, i tre settori del dettaglio. **Prevalenza di casi di miglioramento** (e quindi saldo positivo) **negli altri settori** (servizi, turismo e ristorazione) mentre equilibrio si osserva nell'ingrosso.

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il prossimo semestre

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 PROSSIMO SEMESTRE



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
-1

Il **clima di fiducia mostra una sostanziale impronta alla stabilità**: infatti la **maggioranza** delle imprese **prevede stabilità** del proprio stato di salute **nei prossimi 6 mesi** (il **67%**). L**e restanti** aziende si dividono equamente in:

- **ottimiste/non preoccupate:** il **16%** prevede miglioramento.
- **pessimiste/preoccupate:** il **17%** prevede un peggioramento

generando quindi un **clima di fiducia al 30 settembre 2023 di equilibrio (-1).**

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	8%	68%	24%	-16
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	94%	6%	-6
Dettaglio di alimentari	15%	60%	25%	-10
Servizi	13%	73%	13%	0
Comm. all'ingrosso	19%	62%	19%	0
Turismo	22%	67%	11%	+11
Ristorazione	32%	56%	12%	+20
TOTALE	**16%**	**67%**	**17%**	**-1**

Il clima di fiducia migliore lo si osserva tra **le aziende del turismo e ristorazione** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quindi saldo positivo). Equilibrio nei servizi e nell'ingrosso, mentre **il clima di fiducia è negativo** (quindi prevalenza di pessimisti) **nei tre settori del commercio al dettaglio**

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	9%	83%	9%	+0
100 mila € - 500 mila €	21%	52%	27%	-6
500 mila € - 1 milione €	12%	69%	19%	-7
Oltre 1 milione €	17%	72%	11%	+6
TOTALE	**16%**	**67%**	**17%**	**-1**

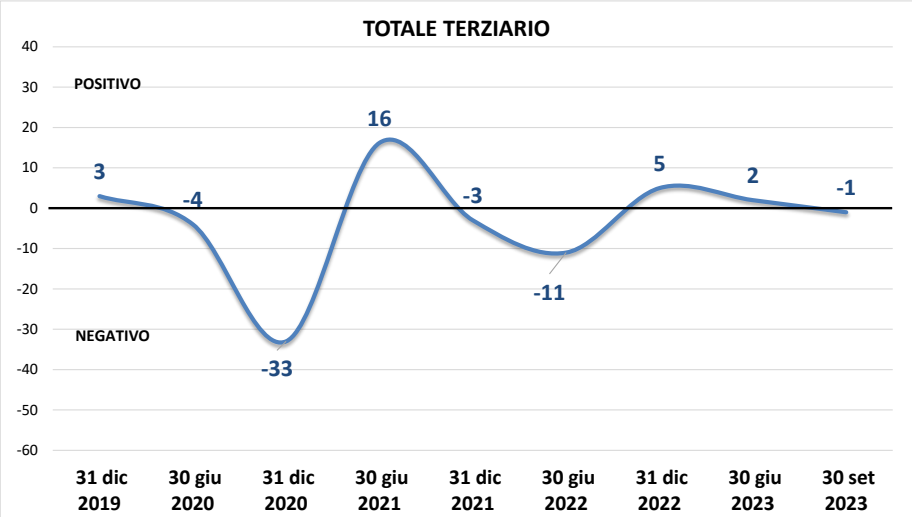
Leggermente migliore il clima di fiducia tra le aziende più grandi (fatturato sopra il milione).

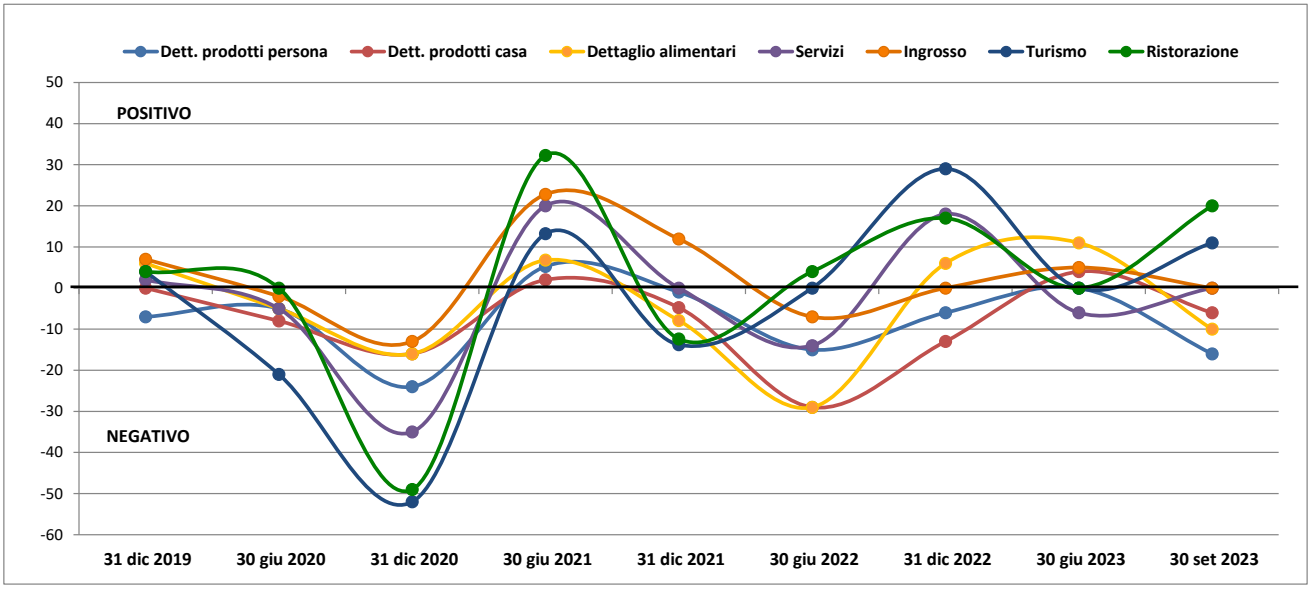
Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	**6%**	**69%**	**26%**	**-20**
Con dipendenti	**19%**	**66%**	**15%**	**+4**
1 - 5 dipendenti	19%	61%	19%	0
6 - 10 dipendenti	16%	84%	0%	+16
11 o più dipendenti	24%	59%	16%	+8
TOTALE	**16%**	**67%**	**17%**	**-1**

Il clima di fiducia **peggiore tra le aziende senza dipendenti** (-20).

CLIMA DI FIDUCIA – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA





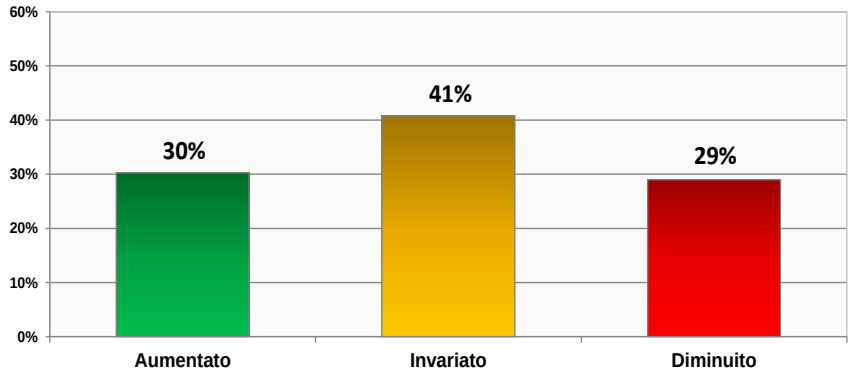
Nel complesso del terziario si è osservato un **andamento decisamente oscillatorio del clima di fiducia,** con una **tendenza all'assestamento su valori di equilibrio** (tanti ottimisti quanti pessimisti) **nel corso del 2023.** L'andamento oscillatorio ha caratterizzato **tutti i settori che hanno alternato**, in fasi diverse, **momenti di prevalente ottimismo a momenti di prevalente pessimismo.**

ANDAMENTO FATTURATI: primi 9 mesi 2023 – primi 9 mesi 2022

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando i primi 9 mesi del 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

Primi 9 mesi 2023 – Primi 9 mesi 2022



SALDO
(% CASI AUM - % CASI DIMIN)
+1

VARIAZIONE % MEDIA
-1.5%

Vengono **confrontati i fatturati dei primi 9 mesi del 2023 con quelli dello stesso periodo 2022**. Ne risulta una **prevalente stabilità** (segnalata dal 41% dei rispondenti), mentre **nei restanti casi si bilanciano i casi di aumento** (30%) **rispetto ai casi di diminuzione** (29%) generando un **saldo di equilibrio** (+1).

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al -1.5%.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media Primi 9 mesi 2023 -2022
Dettaglio prodotti per la persona	20%	60%	20%	0	-2,3%
Dettaglio di prodotti per la casa	22%	33%	44%	-22	-3,8%
Dettaglio di alimentari	20%	55%	25%	-5	-1,6%
Servizi	43%	50%	7%	+36	+3,3%
Comm. all'ingrosso	32%	30%	38%	-6	-3,2%
Turismo	44%	33%	22%	+22	+3,9%
Ristorazione	39%	35%	26%	+13	-0,7%
TOTALE	**30%**	**41%**	**29%**	**+1**	**-1.5%**

Il **turismo** è il settore che, confrontando primi 9 mesi 2023 con lo stesso periodo del 2022, ha mostrato un **andamento dei fatturati migliore**: questi presentano una crescita media del +3.9% e rilevata nel 44% dei casi. **Positivo l'andamento dei fatturati** in questo periodo anche nei **servizi** e nella **ristorazione** (40% di casi di aumento e in prevalenza rispetto ai casi di diminuzione). Saldo in equilibrio, con variazione media leggermente negativa, negli altri settori, mentre il **trend è particolarmente negativo nel dettaglio di prodotti per la casa** (44% di casi di diminuzione, saldo negativo e perdita media di quasi il 4%).

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media Primi 9 mesi 2023 -2022
Meno di 100 mila €	13%	52%	35%	-22	-6,5%
100 mila € - 500 mila €	30%	43%	26%	+4	-1,2%
500 mila € - 1 milione €	19%	46%	35%	-16	-2,2%
Oltre 1 milione €	42%	32%	26%	+16	0,1%
TOTALE	**30%**	**41%**	**29%**	**+1**	**-1.5%**

Le aziende più piccole (fatturato inferiore a 100 mila €) **mostrano un saldo e variazione media dei fatturati particolarmente negativi** (saldo -22 e perdita media del -6.5%), mentre al crescere della dimensione aziendale l'andamento dei fatturati, seppur negativo, sembra essere più contenuto.

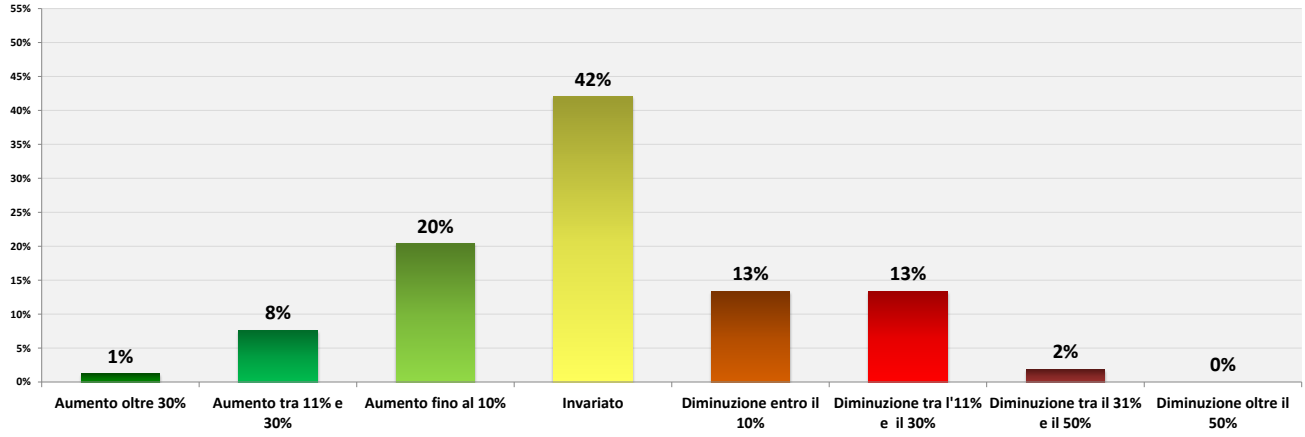
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo	Var. % fatt. media Primi 9 mesi 2023 -2022
Nessun dipendente	**9%**	**60%**	**31%**	**-22**	**-5,0%**
Almeno un dipendente	**36%**	**35%**	**28%**	**+8**	**-0,5%**
1 - 5 dipendenti	25%	38%	37%	-12	-3,7%
6 - 10 dipendenti	46%	33%	21%	+25	+2,4%
Oltre 10 dipendenti	43%	35%	22%	+22	+1,9%
TOTALE	**30%**	**41%**	**29%**	**+1**	**-1.5%**

Analogamente le **aziende senza dipendenti mostrano un saldo e variazione media dei fatturati particolarmente negativi** (saldo -22 e perdita media del -5%), mentre al crescere della classe di dipendenti l'andamento dei fatturati, migliora (addirittura positivo per le aziende con oltre 5 dipendenti).

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

Primi 9 mesi 2023 – Primi 9 mesi 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 13%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 13%** dei casi, e **consistenti** (superiori al 30%) **solo nel 2%** dei casi.
- I **casi di aumento** registrati, invece, sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 20%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 8%** dei casi e **consistenti** (superiori al 30%) **nel 1%** dei casi.

Intensità delle variazioni di fatturato – per settore

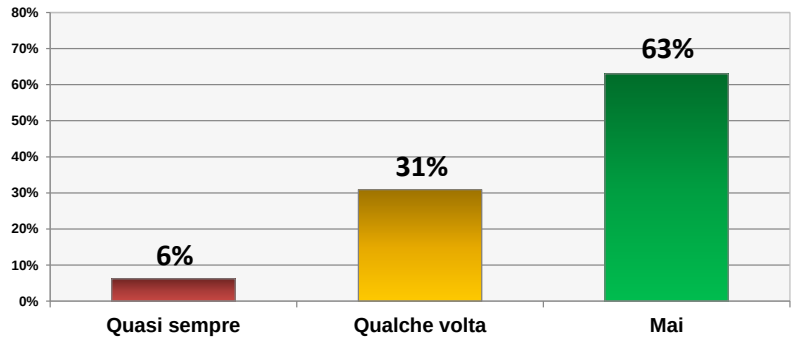
	Aumento marcato	Aumento contenuto		Invariato	Diminuzione contenuta		Diminuzione marcata	
	oltre 30%	tra 11% e 30%	fino al 10%		entro il 10%	tra 11% e 30%	tra 31% e 50%	oltre il 50%
Dettaglio prodotti per la persona	0%	4%	13%	63%	8%	13%	0%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	0%	18%	35%	18%	18%	6%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	0%	21%	58%	11%	11%	0%	0%
Servizi	0%	15%	23%	54%	0%	8%	0%	0%
Comm. all'ingrosso	0%	6%	25%	31%	21%	15%	2%	0%
Turismo	11%	22%	11%	33%	0%	22%	0%	0%
Ristorazione	0%	17%	22%	35%	13%	9%	4%	0%
TOTALE	**1%**	**8%**	**20%**	**42%**	**13%**	**13%**	**2%**	**0%**

La tabella conferma le **difficoltà di fatturato del dettaglio di prodotti per la casa,** ed il trend meno critico negli altri settori.

RAPPORTI CON I FORNITORI

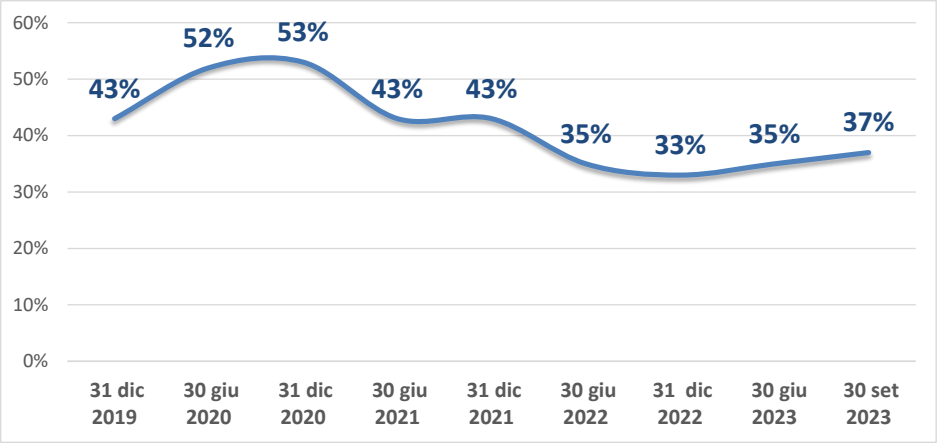
E' stato chiesto alle aziende se hanno difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 30 SETTEMBRE 2023



Il **37% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza **sporadiche** (31%) e **frequenti** solo nel 6% dei casi.

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



Nel corso del **2020 era aumentata**, comprensibilmente, **la quota di aziende in difficoltà a pagare i fornitori** (salita al 53%), ma **nel corso del 2021, e anche 2022, è diminuita** tornando ad assestarsi su un livello pari al 33%. Pressoché invariata nel corso del 2023.

Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	42%	58%
Dettaglio di prodotti per la casa	44%	56%
Dettaglio di alimentari	40%	60%
Servizi	7%	93%
Comm. all'ingrosso	26%	74%
Turismo	44%	56%
Ristorazione	63%	37%
TOTALE	**37%**	**63%**

Le **difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori** vengono mostrate dalle imprese della ristorazione (63%) mentre **negli altri settori risulta in linea con il complessivo del terziario**, o inferiore (nei servizi questa percentuale è inferiore al 10%).

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

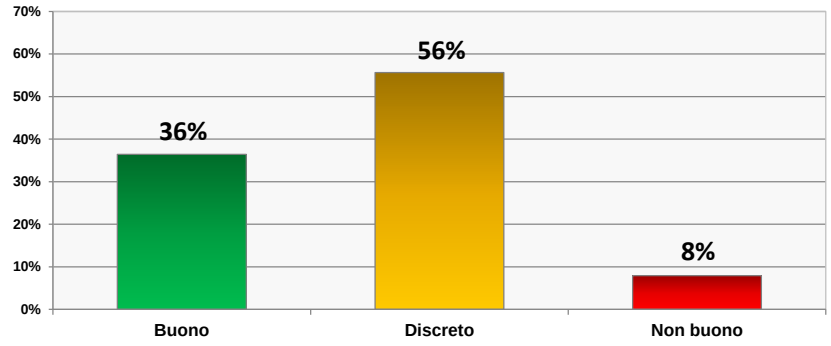
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	55%	45%
100 mila € - 500 mila €	54%	46%
500 mila € - 1 milione €	42%	38%
Oltre 1 milione €	15%	85%
TOTALE	**37%**	**63%**

Si osserva una **difficoltà nel pagare i propri fornitori più marcata tra le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 500 mila €), mentre al crescere della classe di fatturato la % di aziende in difficoltà diminuisce (15% tra le aziende con fatturato superiore ad 1 milione di €).

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 terzo trimestre 2023.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 30 SETTEMBRE 2023



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 28

La maggioranza delle aziende (il 56%) **ritiene "discreto" il proprio rapporto con gli istituti di credito**, mentre il **36% lo ritiene "buono"**, ed appena **l'8% non buono**. Il **saldo** quindi **è positivo e pari a +28.**
Questo valore risulta **in linea con quanto osservato 3 mesi fa** (era +28) **e in miglioramento rispetto a quanto osservato durante il periodo covid** (tra il 2020 e 2021 si attestava tra il +10 ed il +15).

Rapporto con le banche – per settore

	Buono	Discreto	Non buono	Saldo (% buono - % non buono)
Dettaglio prodotti per la persona	35%	65%	0%	+35
Dettaglio di prodotti per la casa	29%	59%	12%	+17
Dettaglio di alimentari	41%	41%	18%	+23
Servizi	43%	50%	7%	+36
Comm. all'ingrosso	41%	53%	6%	+35
Turismo	38%	50%	13%	+25
Ristorazione	26%	65%	9%	+17
TOTALE	**36%**	**56%**	**8%**	**+28**

Nessun settore mostra criticità particolari nei rapporti con le banche. Solo nel dettaglio alimentari la quota di aziende che dichiarano un rapporto "non buono" è leggermente superiore rispetto agli altri settori (18%).

PRESTITI BANCARI – 3° trimestre 2023

Ha fatto richiesta?

Li ha ottenuti?

Il 13% è **ricorsa a prestiti nel terzo trimestre 2023:** l'**8% per sostegno alla liquidità** ed il **5% per investimenti.** Questa percentuale è **in linea con** quanto osservato nel **primo semestre 2023** e con lo **stesso periodo 2022.** Il **38%** tra quelle ricorse al credito, **dichiara però di non aver ottenuto il prestito.**

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	13%	8%	79%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	6%	88%
Dettaglio di alimentari	5%	0%	95%
Servizi	1%	7%	92%
Comm. all'ingrosso	14%	6%	80%
Turismo	3%	3%	94%
Ristorazione	4%	4%	92%
TOTALE	**8%**	**5%**	**87%**

Il ricorso al credito è stato **più frequente tra le imprese dell'ingrosso** (20%) **e del dettaglio persona** (21%).

Prestiti – per classe di fatturato

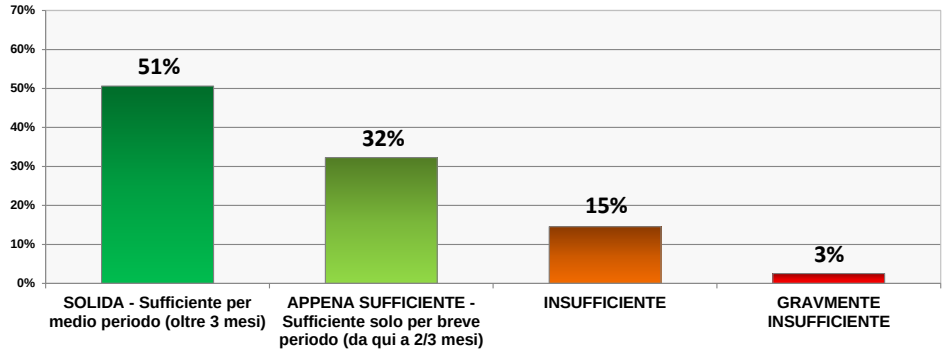
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	0%	0%	100%
100 mila € - 500 mila €	9%	4%	87%
500 mila € - 1 milione €	4%	4%	92%
Oltre 1 milione €	13%	8%	79%
TOTALE	**8%**	**5%**	**87%**

Le imprese più grandi e strutturate sono ricorse al credito più frequentemente rispetto alla più piccole.

LIQUIDITA' al 30 settembre 2023

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di <u>valutare il proprio livello di liquidità al 30 settembre 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'</u>



<u>SALDO</u>
(% CASI SOLIDA- % CASI INSUF/GRAV. INSUF)
+ 33

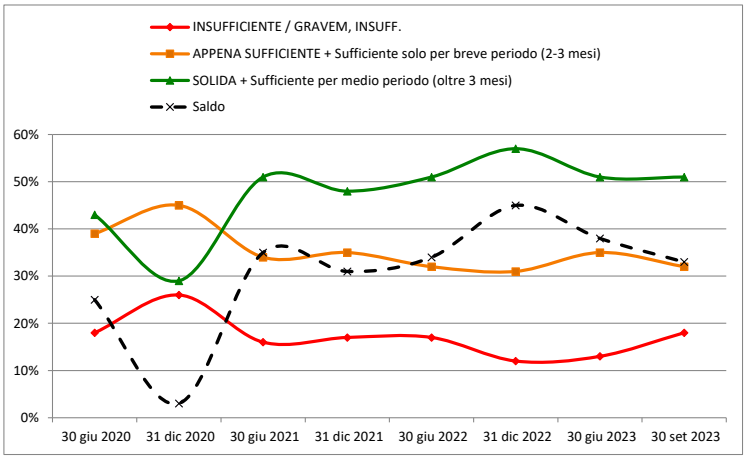
Al **30 settembre 2023** la **maggioranza** delle aziende (**51%**) ritiene **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi) **il proprio livello di liquidità.**

Il **32%** mostra **qualche criticità** in quanto lo ritiene **sufficiente solo per un breve periodo** (2-3 mesi).

Il **18%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (3% gravemente).

Il **saldo** (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) **è +33.**

<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>Nei primi 9 mesi del 2023</u> è **leggermente diminuita la quota di liquidità solida o appena sufficiente** ed è aumentata quella con liquidità insufficiente (dal 12% al 18%). In conseguenza il **saldo** è **leggermente diminuito nel corso dei primi 9 mesi del 2023.**

Livello di liquidità – per settore

	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	50%	29%	17%	4%	21%	+29
Dettaglio di prodotti per la casa	47%	35%	12%	6%	18%	+29
Dettaglio di alimentari	53%	32%	11%	5%	16%	+37
Servizi	71%	29%	0%	0%	0%	+71
Comm. all'ingrosso	55%	35%	8%	2%	10%	+45
Turismo	44%	44%	11%	0%	11%	+33
Ristorazione	33%	25%	42%	0%	42%	-8
TOTALE	**51%**	**32%**	**15%**	**3%**	**18%**	**+33**

Il **livello di liquidità più critico** lo segnala il **settore ristorazione** (insufficiente per il 42% e saldo -8). In linea con il dato complessivo del terziario gli altri settori, mentre la **liquidità è solida nell'ingrosso e servizi**.

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

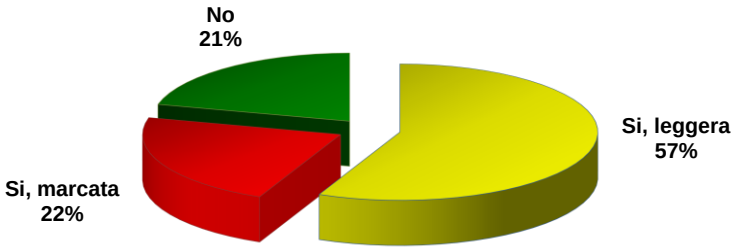
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Meno di 100 mila €	32%	36%	27%	5%	32%	0
100 mila € - 500 mila €	40%	31%	27%	2%	29%	+11
500 mila € - 1 milione €	54%	35%	8%	4%	12%	+42
Oltre 1 milione €	66%	29%	3%	2%	5%	+61
TOTALE	**51%**	**32%**	**15%**	**3%**	**18%**	**+33**

La situazione di **liquidità è più critica tra aziende piccole** (fatturato fino a 500 mila €) dove il 30% la ritiene insufficiente, **rispetto alle aziende con fatturato oltre 1 milione €** (dove solo il 5% la ritiene insufficiente)**.**

DIFFICOLTA' DELLA CLIENTELA

E' stato chiesto alle aziende se stanno osservando sintomi di difficoltà nella clientela (leggeri, marcati o assenti) e se nel 3° trimestre 2023 queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine è stato chiesto di confrontare il numero medio di clienti rispetto ad un anno fa (30 settembre 2022).

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



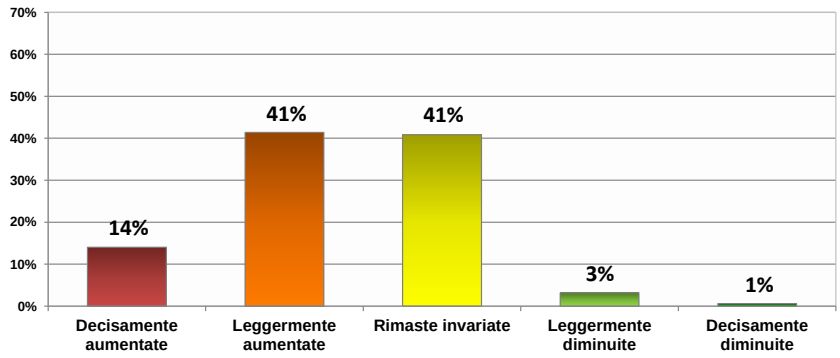
La **maggioranza delle aziende** (79%) vede, al 30 settembre 2023, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 57% dei casi leggera, nel 22% dei casi marcata). Questa quota è rimasta **in linea con quanto osservato ad inizio anno,** ed è **leggermente diminuita, su valori comunque preoccupanti**, rispetto ad inizio 2022 quando sfiorava il 90%.

Difficoltà economiche dei clienti – per settore

	Si, leggera	Si,marcata	No
Dettaglio prodotti per la persona	38%	46%	16%
Dettaglio di prodotti per la casa	52%	24%	24%
Dettaglio di alimentari	58%	26%	16%
Servizi	50%	21%	29%
Comm. all'ingrosso	65%	11%	24%
Turismo	44%	12%	44%
Ristorazione	70%	21%	9%
TOTALE	**57%**	**22%**	**21%**

Le **difficoltà tra i clienti** risultano frequenti in tutti i settori, ma **più frequenti tra i clienti delle aziende della ristorazione** (91%), e **più contenute nel turismo** (56%). In media negli altri settori.

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – RISPETTO A 3 MESI FA



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 51

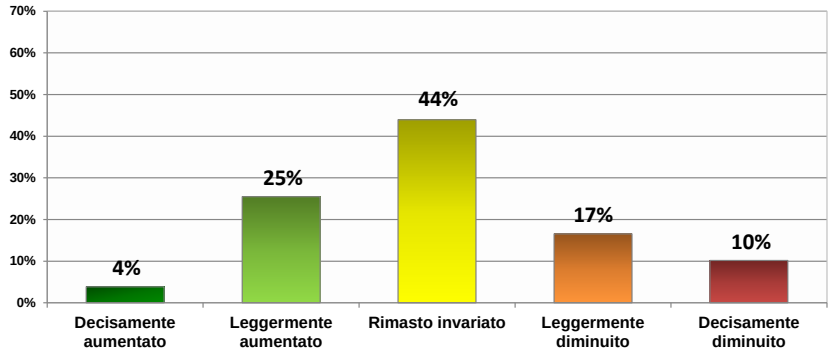
E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del terzo trimestre 2023**: questo è avvenuto secondo il **55% delle aziende** (nel 41% in maniera leggera, nel 14% marcata). Per il **41%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo per il 4% sono diminuite. Questo aumento si aggiunge a quello segnalato nel corso del primo semestre 2023 (il 65% aveva dichiarato un aumento delle difficoltà dei clienti nel periodo).

Andamento difficoltà economiche dei clienti rispetto a 3 mesi fa – per settore

	Decisamente aumentate	Leggermente aumentate	Rimaste invariate	Leggermente diminuite	Decisamente diminuite	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	21%	42%	38%	0%	0%	-63
Dettaglio di prodotti per la casa	18%	29%	47%	6%	0%	-41
Dettaglio di alimentari	11%	37%	47%	5%	0%	-42
Servizi	14%	29%	50%	7%	0%	-36
Comm. all'ingrosso	10%	49%	41%	0%	0%	-59
Turismo	11%	33%	56%	0%	0%	-44
Ristorazione	17%	48%	22%	9%	4%	-52
TOTALE	**14%**	**41%**	**41%**	**3%**	**1%**	**-51**

In tutti i settori prevalgono nettamente i casi di aumento delle difficoltà dei clienti negli ultimi 3 mesi **rispetto ai casi di diminuzione** (saldo negativo), senza particolari differenze settoriali.

NUMERO MEDIO DI CLIENTI – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% aumentato- % diminuito)
+2

La **maggioranza delle aziende** ritiene che **rispetto a 12 mesi fa il numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia rimasto invariato** (il 44%) mentre, tra le restanti aziende, nel **27% dei casi** è **diminuito** (nel 17% leggermente, nel 10% decisamente) mentre nel **29%** è **aumentato** (25% leggermente e 4% decisamente).

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

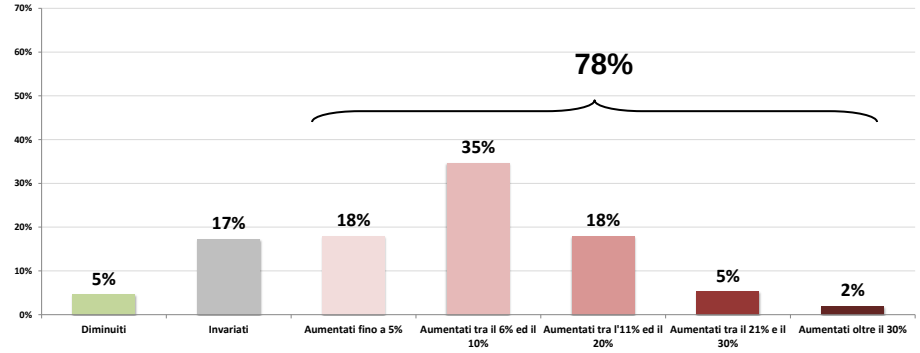
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	4%	21%	46%	21%	8%	-4
Dettaglio di prodotti per la casa	12%	12%	41%	18%	18%	-12
Dettaglio di alimentari	0%	32%	32%	32%	5%	-5
Servizi	7%	21%	50%	14%	7%	+7
Comm. all'ingrosso	0%	25%	57%	10%	8%	+8
Turismo	11%	56%	11%	0%	22%	+44
Ristorazione	4%	26%	35%	22%	13%	-4
TOTALE	**4%**	**25%**	**44%**	**17%**	**10%**	**+2**

Il **saldo è positivo** (casi di aumento della clientela più frequenti rispetto ai casi di calo) **nel settore turismo**. Sostanziale **equilibrio negli altri settori** (saldo leggermente positivo o negativo), mentre **nel dettaglio di prodotti per casa** si è osservato un **prevalente calo del numero medio di clienti** rispetto a 12 mesi fa.

INFLAZIONE – TERZO TRIMESTRE 2023

E' stato chiesto alle aziende di quantificare <u>l'aumento dei costi aziendali</u> (energia, materie prime …) registrato <u>nel 3° trimestre 2023</u>, se hanno applicato un <u>aumento dei prezzi</u> nello stesso periodo e se <u>intendono farlo nel corso del quarto trimestre 2023</u>.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI (terzo trimestre 2023)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 9%

Il **terzo trimestre 2023** ha visto un **proseguimento dell'aumento medio dei costi aziendali osservato dalle aziende: mediamente del +9%** (che va a sommarsi al +12% osservato nel I° semestre). E' stato **osservato dal**

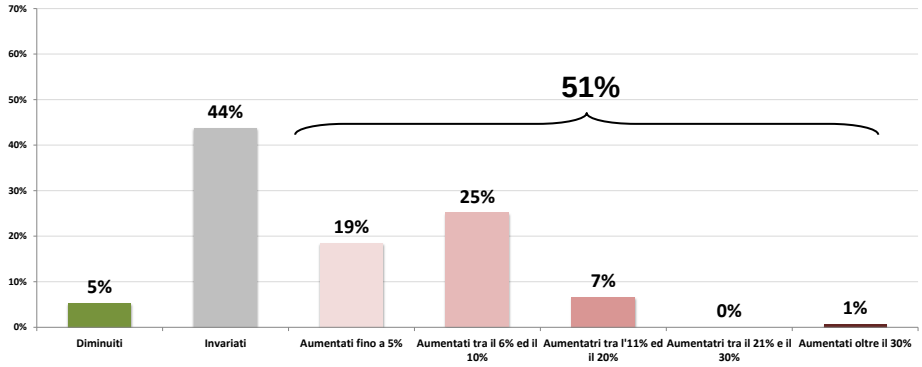
78% delle aziende: nel **18%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (meno del 5%), nel **35%** di **intensità media** (tra 6% e 10%), nel **18% marcata** (tra 10% e 30%) e **nel 7% molto marcata** (superiore al 30%).

Aumento dei costi aziendali – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati
Dettaglio prodotti per la persona	0%	22%	78%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	12%	82%
Dettaglio di alimentari	5%	0%	95%
Servizi	0%	8%	92%
Comm. all'ingrosso	10%	31%	59%
Turismo	0%	13%	87%
Ristorazione	0%	10%	90%
TOTALE	**5%**	**17%**	**78%**

I **settori che più frequentemente hanno visto aumentare i costi aziendali** nel corso del terzo trimestre 2023 sono gli alimentari, i servizi, il turismo e la ristorazione, mentre sono **aumentati in maniera meno frequente** nel commercio all'ingrosso

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI (terzo trimestre 2023)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 4%

Il 44% delle intervistate **ha mantenuto invariati o diminuiti i prezzi** nel corso del terzo trimestre 2023, mentre il **51% ha applicato un aumento:** nel **19%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (inferiore al 5%), nel **25%** di **intensità media** (tra 6% e 10%) e nell'**8% marcata** (oltre il 10%).

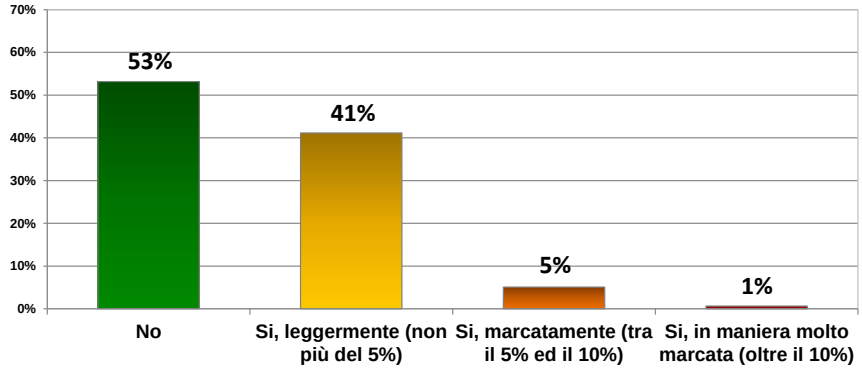
Aumento dei prezzi applicati – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati
Dettaglio prodotti per la persona	0%	30%	70%
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	29%	65%
Dettaglio di alimentari	5%	21%	74%
Servizi	0%	62%	38%
Comm. all'ingrosso	12%	50%	38%
Turismo	0%	63%	38%
Ristorazione	0%	57%	43%
TOTALE	**5%**	**44%**	**51%**

I **settori che più frequentemente hanno aumentato i prezzi** nel corso del terzo trimestre 2023 sono i **settori del dettaglio,** mentre sono **aumentati in maniera meno frequente** negli altri settori.

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI

nel quarto trimestre 2023



La **maggioranza** delle aziende (**53%**) **prevede di non aumentare i prezzi nel corso del quarto trimestre 2023,** mentre il 41% prevede di applicare un aumento leggero (inferiore al 5%) e solo nel 6% più marcato.

Previsione di aumentare i prezzi – per settore

	NO	SI	Si leggermente	Si marcatamente	Si in maniera molto marcata
Dettaglio prodotti per la persona	**59%**	**41%**	27%	14%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	**47%**	**53%**	53%	0%	0%
Dettaglio di alimentari	**38%**	**62%**	43%	14%	5%
Servizi	**50%**	**50%**	50%	0%	0%
Comm. all'ingrosso	**62%**	**48%**	37%	2%	0%
Turismo	**33%**	**67%**	67%	0%	0%
Ristorazione	**57%**	**43%**	39%	4%	0%
TOTALE	**53%**	**47%**	**41%**	**5%**	**1%**

La **previsione di aumentare i prezzi nell'ultimo trimestre 2023** è **più frequente nel turismo e nel dettaglio alimentari,** mentre negli altri settori risulta in linea con il dato complessivo.

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 inflazione sui costi aziendali e su comportamento clienti sta mettendo a rischio la sopravviv. della mia azienda	**30%**	20%	39%	35%	27%	21%	33%	48%
Le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravviv. mia attività	**15%**	24%	11%	10%	7%	6%	22%	32%
Nella zona dove è situata la mia attività percepisco un crescente senso di insicurezza	**45%**	68%	39%	20%	47%	51%	33%	40%
Nella zona dove è situata la mia attività hanno recentemente chiuso attività commerciali o dei pubblici esercizi	**24%**	40%	28%	25%	33%	13%	11%	28%

Il **30%** 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 in linea con quella osservata a metà 2023 (26%), e leggermente calata rispetto al 43% osservato a fine 2022. Il dato più alto si registra nella ristorazione (48%).

Il **15% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è **in linea con il 17% osservato a metà 2023**, e **calato rispetto al 25% osservato a fine 2022** (nel corso del 2022 era rimasto invariato, migliorato dopo le criticità osservate invece in periodo covid quando questa quota era del 37%)**.** Dato particolarmente **elevato nella ristorazione** (32%) e nel **dettaglio di prodotti per la persona** (24%).

Il **45%** dichiara **che nella zona dove è situata la sua attività percepisce un crescente senso di insicurezza** (in linea con le ultime rilevazioni)

Il **24%** dichiara che **nella zona dove è situata la sua attività hanno recentemente chiuso attività commerciali o dei pubblici esercizi**

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 30 SETTEMBRE2023

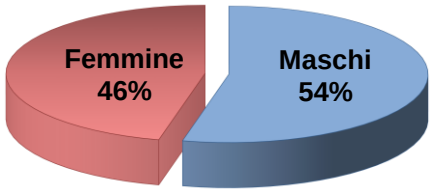
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**21%**	**36%**	**33%**	**20%**	**20%**	**11%**	**22%**	**20%**
Almeno un dip.	**79%**	**64%**	**67%**	**80%**	**80%**	**89%**	**78%**	**80%**
1–5 dipend.	**38%**	44%	28%	45%	47%	30%	22%	48%
6–10 dipend.	**15%**	12%	22%	10%	13%	21%	0%	12%
11–49 dipend.	**22%**	4%	17%	20%	13%	32%	56%	20%
50 o + dipend.	**4%**	4%	0%	5%	7%	6%	0%	0%

Sono più frequenti le aziende con dipendenti nel settore ingrosso (dove l'89% ha almeno un dipendente). Le aziende con dipendenti sono circa l'80% negli altri settori, e più contenute nel commercio al dettaglio di generi non alimentari (prodotti per la persona e per la casa) nei quali sono il 65% circa**.**

% Dipendenti per sesso



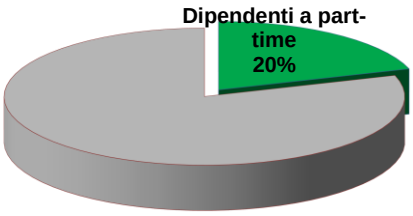
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**54%**	32%	45%	29%	54%	71%	39%	51%
% femmine	**46%**	68%	55%	71%	46%	29%	61%	49%

Come già rilevato in passato, nel campione si osserva un **una leggera prevalenza di dipendenti di sesso maschile** (54%). La **quota di dipendenti femmine è comunque prevalente** in molti settori (dettaglio alimentare e prodotti per la persona in particolare) ad eccezione dell'ingrosso dove prevale la componente maschile.

DIPENDENTI A PART-TIME

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a part-time tra le aziende al 30 settembre 2023.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 30 SETTEMBRE 2023



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**20%**	25%	43%	31%	8%	11%	25%	33%

Il part-time rappresenta il 20% (un quinto) **dei contratti in essere al 30 settembre 2023** (dato che storicamente oscilla tra il 20% ed il 25%). I settori che **utilizzano maggiormente il part-time** sono il dettaglio di prodotti per la casa (43%), la ristorazione (33%) e il dettaglio alimentare (31%), mentre **il ricorso al part-time è più contenuto** nell'ingrosso (11%) e nei servizi (8%).

Dipendenti a part-time per sesso

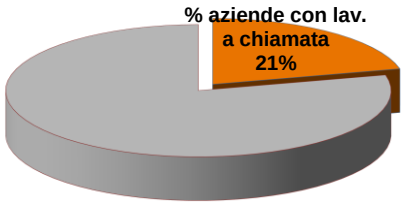
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**6%**	7%	12%	14%	3%	1%	16%	26%
% part-time tra le femmine	**36%**	33%	69%	38%	14%	34%	31%	40%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 36% dei dipendenti di sesso femminile è part-time) mentre **tra i maschi è utilizzato in solo nel 6% dei contratti**. Nella tabella le specificità settoriali.

DIPENDENTI A CHIAMATA

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

DIPENDENTI A CHIAMATA - AL 30 SETTEMBRE 2023



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con lav. a chiamata	**21%**	16%	11%	15%	13%	11%	44%	56%

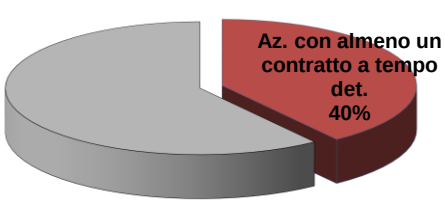
Il 21% delle aziende (dato in linea con il 19% registrato metà 2023) presenta **almeno un contratto a chiamata.** Questo contratto è **più diffuso e più numeroso tra le aziende della ristorazione** (il 56% lo adotta) e nel **turismo** (44%), mentre è decisamente **più contenuto negli altri settori**.

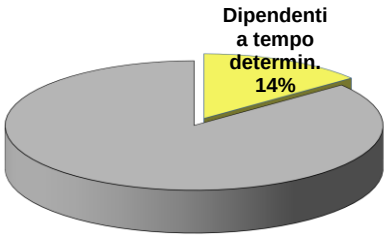
CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO

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

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 30 SETTEMBRE 2023

tra le aziende con dipendenti





	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con contratti t. det.	**40%**	50%	25%	50%	33%	28%	71%	55%
% contratti a tempo det.	**14%**	13%	4%	11%	5%	4%	20%	58%

Tra le aziende con dipendenti, **il 40% presenta almeno un contratto a tempo determinato** (dato in linea con il 42% osservato a metà 2023) e questi costituiscono una **quota pari al 14% dei contratti in essere** tra le aziende con dipendenti (in linea con le rilevazioni passate). Il **tempo determinato** è **più diffuso tra le aziende del turismo** (71%) e della **ristorazione** (55%)

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 3° TRIMESTRE 2023

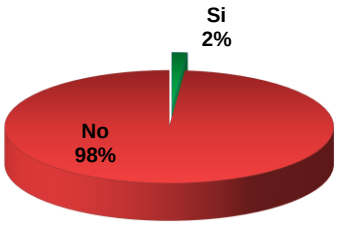
tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	**50%**	0%	67%	25%	60%	43%	80%	69%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**46%**	25%	67%	38%	33%	38%	60%	67%

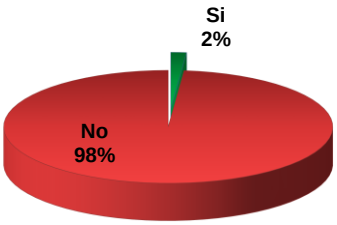
Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **50% ne ha cessato almeno uno nel terzo trimestre 2023** mentre **il 46% ne ha prorogato almeno uno nello stesso periodo**. Nel primo semestre 2023 erano state il 60% a cessare ed il 49% a prorogare.

AMMORTIZZATORI SOCIALI – TERZO TRIMESTRE 2022

RICORSO AD AMMORTIZZATORI NEL 3° TRIMESTRE 2023
tra le aziende con almeno un dipendente



PREVISIONE DI ATTIVARE AMMORTIZZATORI NEL 4° TRIMESTRE 2023
tra le aziende con almeno un dipendente

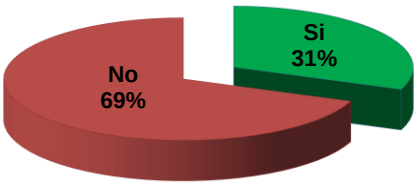


A partire dal I° trimestre 2022 il ricorso ad ammortizzatori sociali si è azzerato, e nel terzo trimestre 2023 è rimasto su livelli praticamente nulli (2%). Anche la **previsione di ricorrervi nel corso dell'ultimo trimestre 2023**, è **praticamente nulla**.

RICERCA DEL PERSONALE

Nel presente capitolo viene analizzata la ricerca di personale da parte delle aziende intervistate nel corso del terzo trimestre 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 3° TRIMESTRE 2023

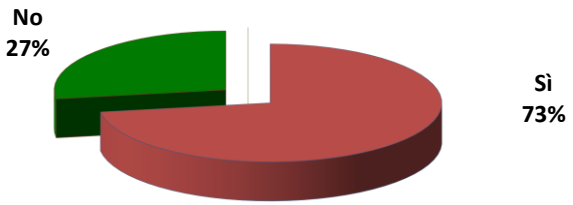


	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca tra aziende con dip.	**38%**	31%	50%	31%	55%	28%	57%	48%
% ricerca tra aziende senza dip.	**6%**	0%	0%	0%	0%	0%	50%	20%
% ricerca TOTALE AZIENDE	**31%**	**20%**	**33%**	**25%**	**43%**	**25%**	**56%**	**42%**

Il **31% delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del 3° trimestre 2023** (il 38% tra le aziende con dipendenti e il 6% tra le aziende senza dipendenti)**.** Erano state il 41% nel I° semestre 2023.

Più attivi nella ricerca i settori **turismo** (57%), **servizi** (55%), **dettaglio di prodotti per la casa** (50%) e **ristorazione** (48%).

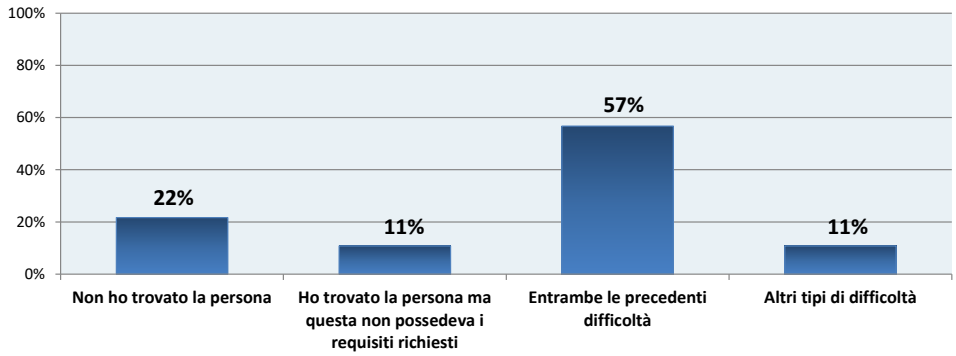
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	**73%**	60%	83%	60%	67%	69%	80%	82%

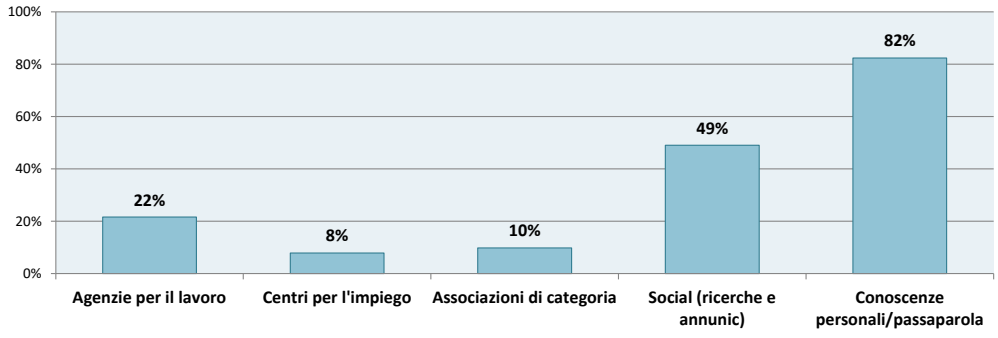
Il **73**% delle aziende che hanno cercato personale dichiarano di **aver riscontrato difficoltà** (in linea con le osservazioni dei singoli trimestri dell'ultimo anno). Percentuale **elevata in tutti i settori**, ma **maggiormente nel turismo, ristorazione e prodotti per la casa.**

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona (segnalata dal 79% degli intervistati)**, e la **mancanza dei requisiti nei candidati (segnalata da 68%).** Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà e risultano essere in linea con quanto osservato nel I° semestre 2023.

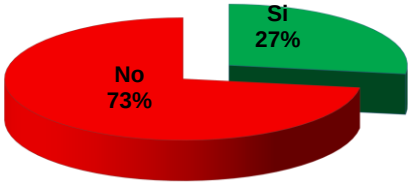
A CHI SI E' RIVOLTO



Le imprese che hanno cercato personale in maniera **molto frequente hanno proceduto alla ricerca sulla base di conoscenze personali / curriculum ricevuti** (82%).

Frequenti anche i casi di **ricerca attraverso i canali social** (ricerche e annunci) nel 49% degli intervistati, mentre più raramente le imprese si sono rivolte a Agenzie per il Lavoro (22%), Associazioni di categoria (10%), e Centri per l'impiego (8%).

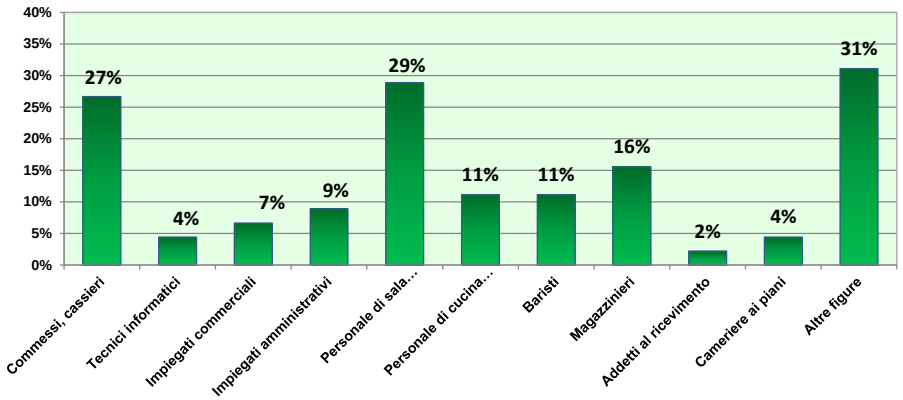
% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca tra aziende con dip.	**33%**	19%	50%	25%	36%	30%	57%	38%
% ricerca tra aziende senza dip.	**6%**	0%	0%	0%	0%	0%	50%	20%
% ricerca TOTALE AZIENDE	**27%**	**12%**	**33%**	**20%**	**29%**	**26%**	**56%**	**35%**

Il **27% delle aziende con dipendenti** dichiara di essere **alla ricerca di personale, attualmente o per il prossimo trimestre** (il 33% tra le aziende con dipendenti e il 6% tra le aziende senza dipendenti). Erano il 28% alla fine del I° semestre 2023. **Più attivi nella ricerca** sono i **settori turismo** (57%) e **dettaglio prodotti per la casa** (50%).

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)	**29%**						x	x
Commessi, cassieri	**27%**	x	x	x				
Magazzinieri	**16%**	x	x			x		
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	**11%**						x	x
Baristi	**11%**						x	x
Impiegati amministrat.	**9%**				x	x		
Impiegati commerciali	**7%**				x	x		
Tecnici informatici	**4%**	x			x			
Cameriere ai piani	**4%**						x	
Addetti al ricevimento	**2%**						x	

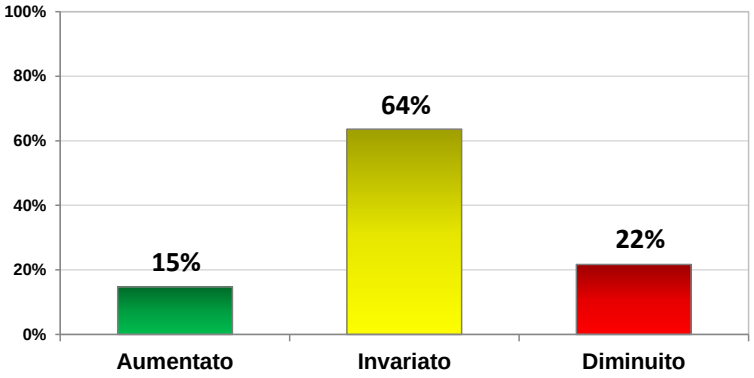
Le figure maggiormente ricercate sono il **personale di sala** (cercate delle imprese del turismo e della ristorazione), **commessi e cassieri** (cercati nel dettaglio), ma anche **magazzinieri** (nel dettaglio e nell'ingrosso).

ANDAMENTO DIPENDENTI - 3° TRIMESTRE 2023

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel 3° trimestre 2023.

VARIAZIONE NUMERO DI DIPENDENTI NEL 3° TRIMESTRE 2023

Tra aziende con almeno un dipendente



SALDO

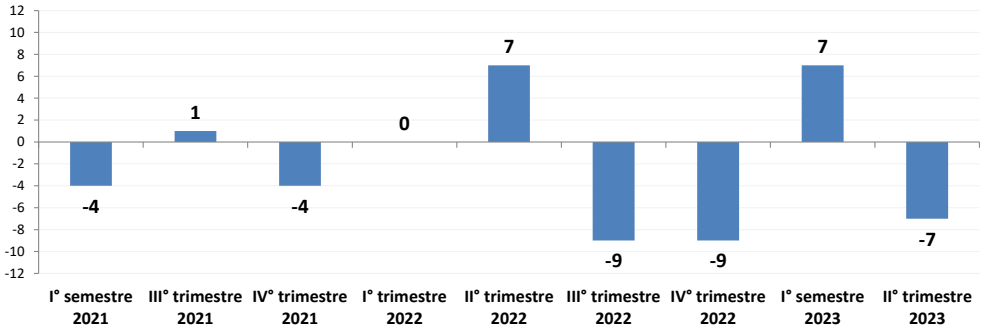
% aumentato - % diminuito

-7

Il terzo trimestre 2023 è stato **un periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti** (il 64% delle aziende con dipendenti ha mantenuto **invariato il numero di dipendenti**). **Nella restante** minoranza di aziende si osserva un **prevalere dei casi di diminuzione** (22%) **rispetto ai casi di aumento** (15%).

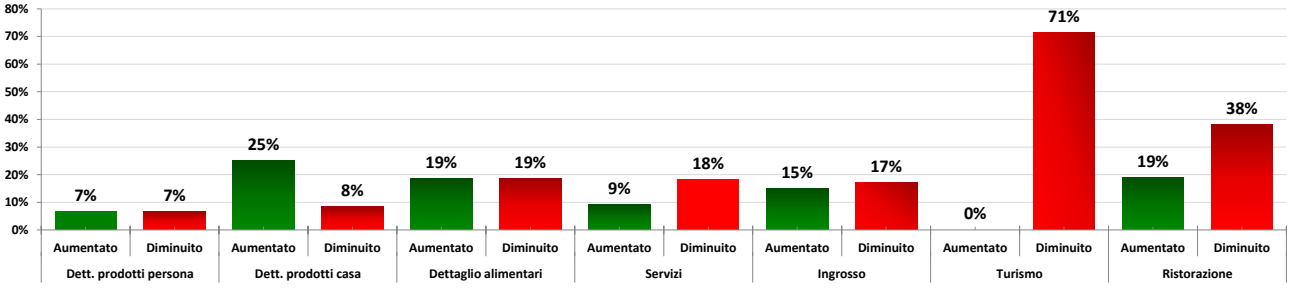
TREND DEL SALDO

differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione



Il **saldo** (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) **è tornato ad essere negativo** (come osservato nella seconda metà del 2022) dopo che **nel primo semestre 2023 era stato positivo**.

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 3° TRIMESTRE 2023 – PER SETTORE



Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 3° trimestre con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osserva un

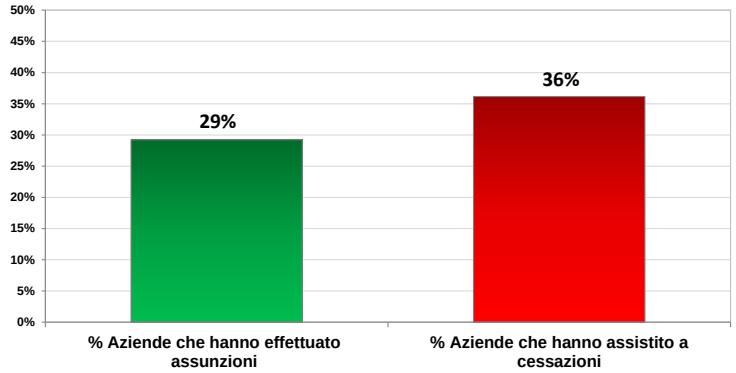
- **saldo negativo** (quindi una prevalenza di casi di diminuzione) nei servizi, ma soprattutto nel turismo e nella ristorazione,
- **saldo positivo** nel dettaglio prodotti per la casa,
- **saldo in equilibrio** negli altri settori.

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 3° TRIMESTRE 2023

Si analizza <u>la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel 3° trimestre 2023</u>.

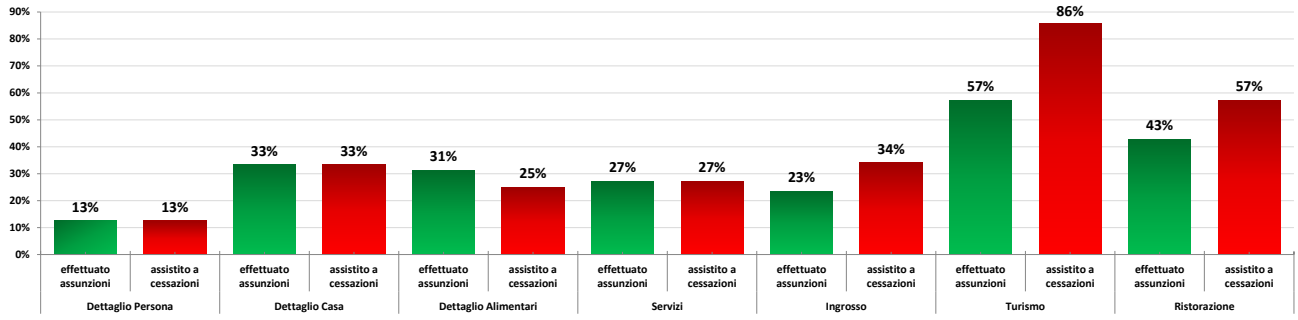
<u>ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 3° TRIMESTRE 2023</u>

tra aziende con almeno un dipendente



Il 29% delle aziende con dipendenti **ha effettuato almeno una assunzione** nel 3° trimestre 2023 (nello stesso periodo del 2022 erano state il 27%), mentre il **36%** hanno **assistito ad almeno una cessazione** di rapporti di lavoro nel periodo (nello stesso periodo del 2022 erano state il 32%).

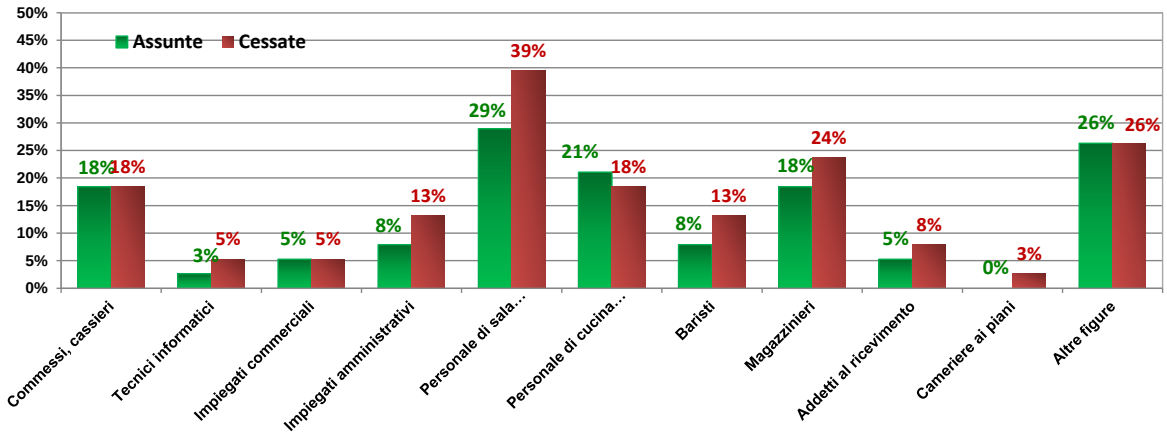
<u>ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 3° TRIMESTRE 2023 - PER SETTORE</u>



Si è osservato un **sostanziale prevalenza di aziende che hanno assistito a cessazioni rispetto a quelle che hanno assistito ad assunzioni** nel **turismo** (86% vs 57%)**, nella ristorazione** (57% vs 43%) e nell'ingrosso (34% vs 23%) mentre negli altri settori si è osservato equilibrio tra queste due quote.

<u>FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 3° TRIMESTRE 2023</u>

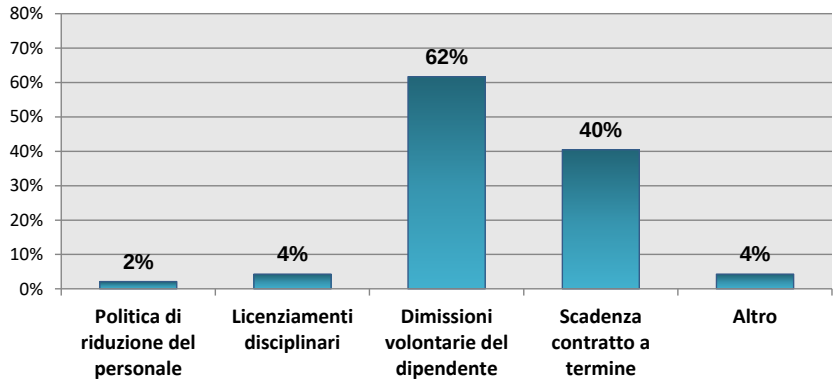
% di aziende che le ha assunte/cessate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il **turnover per figura professionale** si vede una **prevalenza della frequenza di uscita** (rispetto a quella di ingresso) tra i**l personale di sala, i baristi, gli impiegati amministrativi e i magazzinieri**. Equilibrio nella altre figure.

MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – 3° TRIMESTRE 2023

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



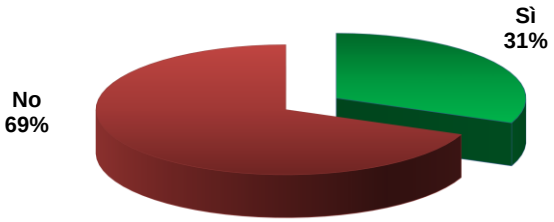
I **motivi delle cessazioni** osservate sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 62% delle aziende con cessazioni) e **scadenza dei contratti a termine** (40%). Percentuali pressochè in linea con le ultime rilevazioni. Solo nel 6% è stata una scelta dell'azienda.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si intende verificare se le intervistate hanno, nel 3° trimestre 2023, fatto formazione dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 3° TRIMESTRE 2023

tra le aziende con dipendenti



Formazione dipendenti – per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	**31%**	19%	17%	13%	33%	40%	43%	37%

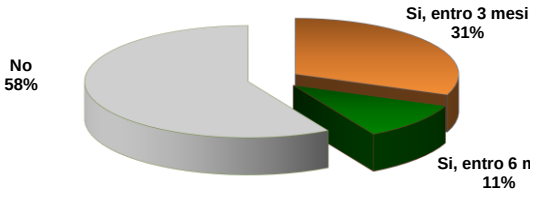
Il **31%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel 3° trimestre 2023** (erano il 29% nello stesso periodo dello scorso anno). **Più attivi** nella formazione l'**ingrosso, turismo e ristorazione.**

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.

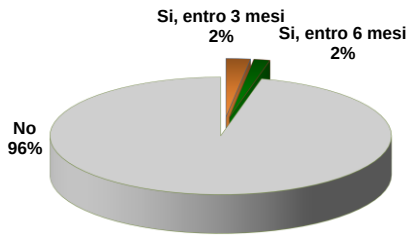
PREVISIONE DI ASSUMERE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



PREVISIONE DI LICENZIARE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



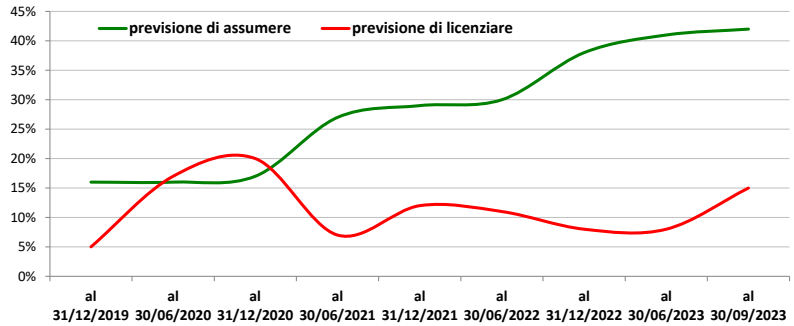
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
prevede di assumere nei prossimi 6 mesi	**42%**	31%	42%	31%	42%	34%	86%	60%
prevede di licenziare nei prossimi 6 mesi	**4%**	1%	2%	1%	2%	4%	10%	15%

Incoraggianti previsioni occupazionali per il prossimo semestre: infatti una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 42%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, **una quota minima** (4% 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** tra le aziende con dipendenti è andata g**radualmente aumentando dalla fine del 2020** (dopo il periodo covid) **ad oggi** (passata dal 15% al 40%).
- La **propensione a licenziare** tra le aziende con dipendenti dopo aver osservato un **picco massimo a fine 2020 è andata diminuendo** assestandosi su valori compresi tra il 10% ed il 15% nei mesi successivi fino ad oggi.

FINE REPORT

SINTESI

STATO DI SALUTE AL 30 SETTEMBRE 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).

La quota di aziende che dichiarano uno stato di salute critico (ovvero valutato non buono o pessimo) è pari al 10%. Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **buono/ottimo** (48%) o **discreto** (42%).

Lo stato di salute **dopo il picco negativo registrato a fine 2020** (quando erano il 43% in condizione non buona) è **migliorato decisamente** nei sei mesi successivi e al 31 dicembre 2021 era già ritornato ai livelli di salute pre-covid e nel corso del 2022 è andato ancora migliorando, **stabilizzandosi su valori non preoccupanti** nel corso dei primi 9 mesi del 2023.

Lo stato di salute al 30 settembre 2023 mostra **valori non critici in tutti i settori**, senza evidenti criticità.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEI PRIMI 9 MESI DEL 2023

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso dei primi 9 mesi trimestre 2023 su una scala a 5 livelli (decisamente migliorato – leggermente migliorato – rimasto invariato – leggermente peggiorato – decisamente peggiorato).

Il **25%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **peggioramento del proprio stato di salute** (leggero o marcato) **nel corso dei primi 9 mesi del 2023.**

Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **migliorato** (27%) o prevalentemente **invariato** (48%).

ANDAMENTO FATTURATI: confronto primi 9 mesi 2023 – primi 9 mesi 2022

E' stato chiesto alle aziende l'andamento dei fatturati nei primi 9 mesi del 2023 rispetto allo stesso periodo del 2022 (aumentato – invariato – diminuito) e la variazione %.

Vengono confrontati i fatturati dei primi 9 mesi del 2023 con quelli dello stesso periodo 2022. Ne risulta una situazione eterogenea: lieve **prevalenza dei casi di stabilità** (segnalata dal 41% dei rispondenti), mentre **nei restanti casi si equilibrano significativi i casi di aumento** (30%) **e casi di diminuzione** (29%). Come risultato di queste tendenze si è osservato un aumento medio del 1%.

L'analogo confronto fatto lo scorso anno tra i primi 9 mesi 2022 e i primi 9 mesi 2021, invece, aveva evidenziato una tendenza al miglioramento (38% casi di aumento e 24% di diminuzione, con variazione +4%)

Il **turismo** è il settore che, confrontando primi 9 mesi 2023 con lo stesso periodo del 2022, ha **mostrato un andamento dei fatturati migliore** (crescita media del +3.9% e rilevata nel 44% dei casi). **Positivo l'andamento** dei fatturati anche **nei servizi e nella ristorazione** (40% di casi di aumento e in prevalenza rispetto ai casi di diminuzione). Variazione media leggermente negativa, negli altri settori, mentre il **trend è particolarmente negativo nel dettaglio di prodotti per la casa** (44% di casi di diminuzione e perdita media di quasi il 4%).

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 **37%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di avere **difficoltà nel pagare i fornitori** (quasi sempre o qualche volta).

Questa percentuale è rimasta pressoché invariata nel corso del 2023, dopo un periodo di graduale diminuziione **rispetto ai valori critici osservati in pieno covid (nel 2020 aveva superato il 50%)**

Le **difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori vengono mostrate dalle imprese della ristorazione** (63%) mentre negli altri settori risulta in linea con il complessivo del terziario, o inferiore.

CLIMA DI FIDUCIA

E' stata chiesta alle una previsione sull'andamento del proprio stato di salute nel prossimo semestre (ovvero se prevedono miglioramento, stabilità o peggioramento).

Il clima di fiducia mostra una **forte impronta alla stabilità**: infatti la **maggioranza delle imprese prevede stabilità** del proprio stato di salute nei prossimi sei mesi (il 67%) mentre le restanti si dividono equamente in **16% di ottimiste che prevedono un miglioramento** e **17% di pessimiste che prevedono peggioramento**.

Nel complesso del terziario si **è osservato un andamento decisamente oscillatorio del clima di fiducia**, con una **tendenza all'assestamento su valori di equilibrio** (tanti ottimisti quanti pessimisti) **nel corso del 2023**.

Il **clima di fiducia migliore** lo si osserva tra le aziende del **turismo e ristorazione** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quindi saldo positivo). Equilibrio nei servizi e nell'ingrosso, mentre il clima di fiducia è **negativo** (quindi prevalenza di pessimisti**) nei tre settori del commercio al dettaglio**.

PREVISIONI OCCUPAZIONALI

E' stato chiesto alle aziende con dipendenti se avessero in previsione di assumere o licenziare nei sei mesi successivi.

Incoraggianti previsioni occupazionali per il prossimo semestre: infatti una **quota consistente di aziende con dipendenti** (il 42%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Nello stesso periodo, **una quota minima** (4% 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 settembre 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 **18%** delle aziende **ritiene "insufficiente" o "gravemente insufficiente" il proprio livello di liquidità.** Delle rimanenti aziende il 32% lo ritiene "sufficiente ma solo per un breve periodo", il 51% lo ritiene solido ovvero "sufficiente anche nel medio periodo".

Nei **primi 9 mesi del 2023** è **leggermente diminuita la quota di liquidità solida o appena sufficiente** ed è **aumentata quella con liquidità insufficiente** (dal 12% al 18%).

Il **livello di liquidità più critico** lo segnala il **settore ristorazione** (insufficiente per il 42%). In linea con il dato complessivo del terziario gli altri settori, mentre la **liquidità è solida nell'ingrosso e servizi.**

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 3° trimestre 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** (79%) riscontra, al 30 settembre 2023, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 56% dei casi leggera, nel 21% marcata). Questa quota è rimasta **in linea con quanto osservato ad inizio 2023,** ed è **leggermente diminuita, su valori comunque preoccupanti**, rispetto ad inizio 2022 quando sfiorava il 90%.

E' comune la **percezione che le difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del terzo trimestre 2023**: questo è avvenuto **secondo il 55**% delle aziende (nel 41% in maniera leggera, nel 14% marcata). **Per il 41%**, invece, **le difficoltà dei clienti sono rimaste invariate**, e solo per il 4% sono diminuite.

La maggioranza delle aziende ritiene che **rispetto a 12 mesi fa il numero medio di clienti che frequenta la loro attività** sia **rimasto invariato** (il 44%) mentre, tra le restanti aziende, nel **27% dei casi è diminuito** e **nel 29% è aumentato**.

INFLAZIONE

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

L'**aumento medio dei costi aziendali** in tutto il terziario è stato pari al **+9%,** ed è stato **osservato un aumento dal 78% delle intervistate**. I **settori che più frequentemente hanno visto aumentare i costi aziendali** sono gli alimentari, i servizi, il turismo e la ristorazione.

L'**aumento medio dei prezzi applicati** nello stesso periodo in tutto il terziario è stato pari al **+4%** ed è stato attuato dal **51% delle aziende** intervistate. I **settori che più frequentemente hanno aumentato i prezzi** nel corso sono i **settori del dettaglio**, mentre sono **aumentati in maniera meno frequente** negli altri settori.

La **maggioranza delle aziende** (53%) **prevede di non aumentare i prezzi** nel corso del prossimo trimestre (4° trimestre 2023): mentre il 41% prevede di applicare un aumento leggero (inferiore al 5%) e solo nel 6% più marcato.

PREOCCUPAZIONI

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

Il **30%** 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 in linea con quella osservata a metà 2023 (26%), e leggermente calata rispetto al 43% osservato a fine 2022. Il dato più alto si registra nella ristorazione (48%).

Il **15% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è **in linea con il 17% osservato a metà 2023**, e **calato rispetto al 25% osservato a fine 2022** (nel corso del 2022 era rimasto invariato, migliorato dopo le criticità osservate invece in periodo covid quando questa quota era del 37%)**.** Dato particolarmente **elevato nella ristorazione** (32%) e nel **dettaglio di prodotti per la persona** (24%).

Il **45%** dichiara **che nella zona dove è situata la sua attività percepisce un crescente senso di insicurezza** (in linea con le ultime rilevazioni).

Il **24%** dichiara che **nella zona dove è situata la sua attività hanno recentemente chiuso attività commerciali o dei pubblici esercizi.**