esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario
PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
VICENZA

OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

Quarto 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

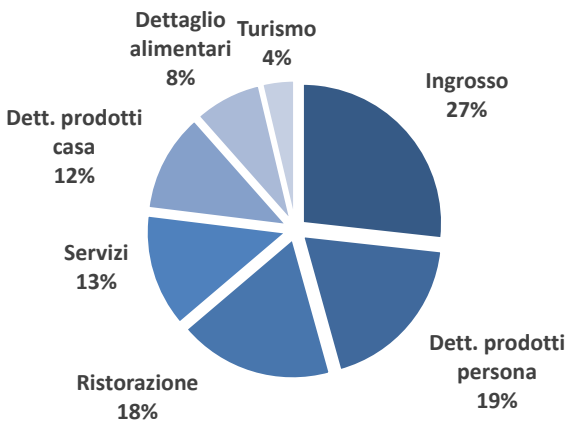
L'ANALISI

Si riportano di seguito le analisi dei dati raccolti a mezzo di 250 questionari (rappresentati attraverso elaborazioni grafiche, tabulari e commenti) **relativi ai principali aspetti economici (parte 1) ed occupazionali (parte 2)** rilevati presso il campione di aziende rispondenti **con riferimento al 31 DICEMBRE 2023 ed al 2023**, nonché del loro **trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti nel corso delle passate rilevazioni).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

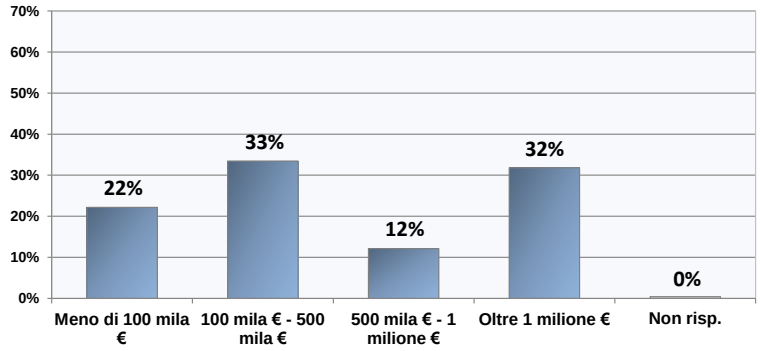
Come prima cosa si osservano le caratteristiche del campione di aziende rispondenti in questa rilevazione, in particolare il settore, la fascia di fatturato 2023 e la classe di dipendenti. La sua composizione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della composizione degli Associati a Confcommercio Vicenza e questo è un requisito fondamentale per l'attendibilità della rilevazione.

SETTORE



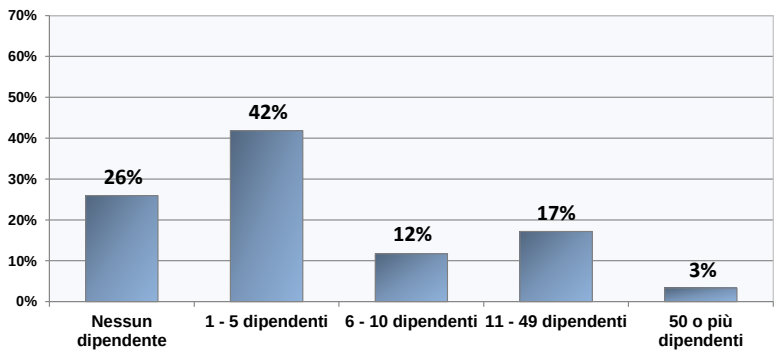
Il campione è costituito **per il 39%** da imprese del **commercio al dettaglio** (per il 19% di prodotti per la persona, per l'11% prodotti per la casa e 8% prodotti alimentari). L'**ingrosso** rappresenta il **27%** delle intervistate, mentre i settori **turismo** e **ristorazione** il **22%**. Infine i **servizi** rappresentano il **13%**.

FASCIA DI FATTURATO - 2023



Il campione è costituito **per il 22%** 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 **32%** dei casi il fatturato delle intervistate **supera il milione €.**

NUMERO DI DIPENDENTI - AL 31 DICEMBRE 2023



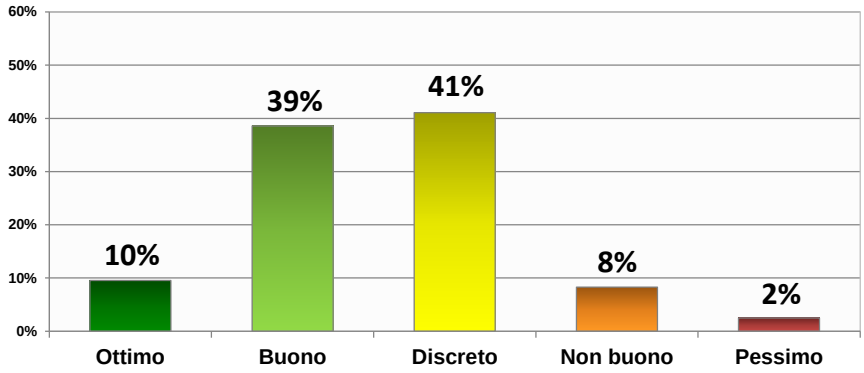
Il **26%** delle intervistate **non ha dipendenti**, mentre le **restanti (74%) hanno almeno un dipendente** (tra queste il 42%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 12% ne ha tra 6 e 10, il 17% tra 11 e 49 e solo il 3% ha 50 dipendenti o più).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 2023

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 31 dicembre 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) fornisce un saldo che sintetizza lo stato di salute (negativo qualora prevalgano le aziende in condizione negativa, vicino allo 0 in caso di equilibrio, positivo qualora prevalgano le aziende in condizione positiva). E' stato poi analizzato il trend di questi indicatori nell'ultimo periodo.

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 2023



% NON BUONO/PESSIMO

10%

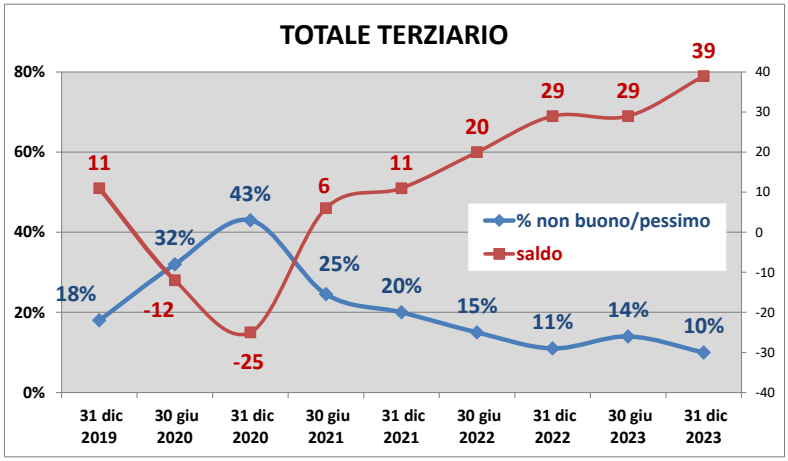
SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+39

La maggioranza delle aziende ritiene **positivo lo stato di salute al 31 dicembre 2023**: infatti, al netto della **quota di aziende** che **lo ritengono discreto** (41%), **prevale la quota di aziende che lo ritengono positivo** (49% buono o ottimo) rispetto alla quota che **lo ritengono negativo** (solo il 10% non buono o pessimo), generando un **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) decisamente **positivo** (+39).

STATO DI SALUTE – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA – TOTALE TERZIARIO



Il **saldo** dello stato di salute è **progressivamente migliorato dopo il picco negativo registrato a fine 2020** (in piena emergenza covid). Rilevazione dopo rilevazione è cresciuto, e dopo la stabilità osservata nella prima metà del 2023 (su un valore di +29), nella seconda metà dell'anno ha osservato un altro miglioramento a +39). Analogamente **la % di aziende che dichiara uno stato di salute negativo è diminuita gradualmente** dopo il picco registrato a fine 2020, e **nel corso del 2023 è rimasta costante** su valori non preoccupanti intorno al 10%.

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	31%	56%	13%	+18
Dettaglio di prodotti per la casa	36%	50%	14%	+32
Dettaglio di alimentari	53%	32%	16%	+37
Servizi	44%	41%	16%	+28
Comm. all'ingrosso	66%	28%	6%	+60
Turismo	62%	33%	5%	+57
Ristorazione	45%	45%	9%	+36
TOTALE	**49%**	**41%**	**10%**	**+39**

Lo **stato di salute** al 31 dicembre 2023 mostra **valori positivi in tutti i settori, senza particolari criticità:** la quota di aziende in stato di salute non buono è al massimo pari al 16% nei servizi e negli alimentari, mentre il saldo è più contenuto, ma sempre positivo, nel dettaglio prodotti per la persona.

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	25%	47%	28%	-3
100 mila € - 500 mila €	45%	48%	8%	+37
500 mila € - 1 milione €	43%	47%	10%	+33
Oltre 1 milione €	70%	27%	3%	+67
TOTALE	**49%**	**41%**	**10%**	**+39**

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 decisamente critico tra le aziende piccole** con fatturato sotto i 100 mila € (saldo -3 e il 28% in stato "non buono"), mentre **al crescere della dimensione lo stato di salute migliora**: il saldo è positivo tra le imprese con fatturato tra 500 mila € ed 1 milione di € (+33/+37 e solo il 8%/10% in stato critico) e con fatturato superiore ad 1 milione di € (saldo +67 e solo 3% in stato critico).

Stato di salute – per classe dipendenti

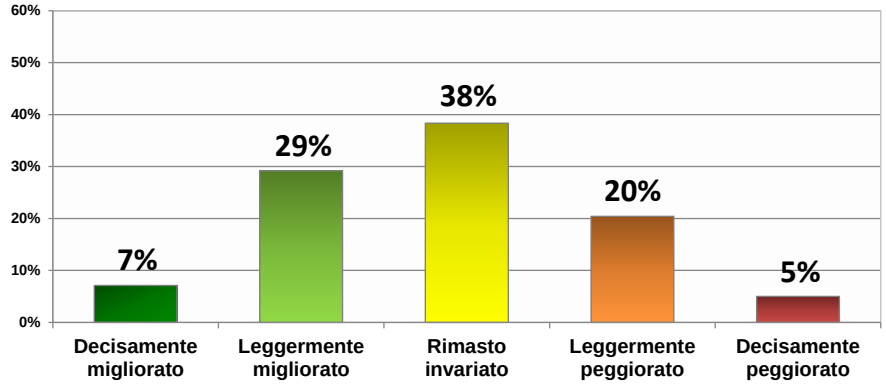
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**30%**	**52%**	**18%**	**+12**
Con dipendenti	**54%**	**37%**	**8%**	**+46**
1 - 5 dipendenti	47%	41%	13%	+34
6 - 10 dipendenti	59%	34%	7%	+52
11 - 49 dipendenti	65%	33%	2%	+63
50 o più dipendenti	73%	25%	2%	+71
TOTALE	**49%**	**41%**	**10%**	**+39**

Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti** si osserva uno **stato di salute più critico** (saldo +12 ed il 18% dichiara uno stato di salute non buono), mentre **al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora.**

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL 2023

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

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL 2023



% PEGGIORAMENTO

25%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

+11

In **tendenziale miglioramento lo stato di salute delle aziende intervistate nel corso del 2023**: infatti, al netto del 38% delle aziende che lo ritiene invariato, **prevale la quota di aziende che lo ritengono migliorato** (36%) rispetto alla quota che lo ritengono peggiorato (25%, quota comunque non trascurabile), generando un **saldo positivo** (+11).

Andamento stato di salute – per settore

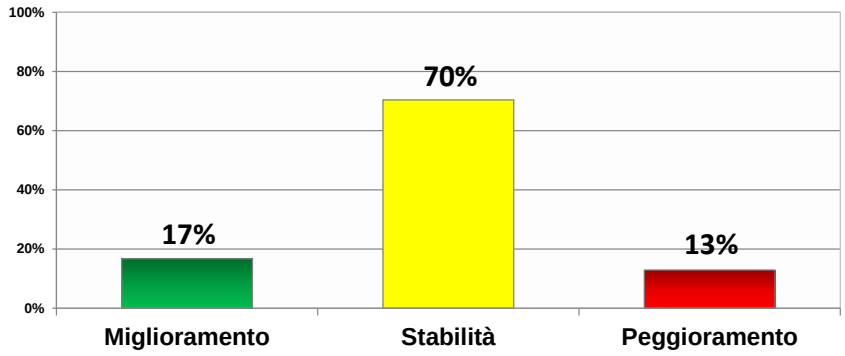
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	20%	44%	36%	-16
Dettaglio di prodotti per la casa	29%	39%	32%	-3
Dettaglio di alimentari	21%	58%	21%	+0
Servizi	38%	31%	31%	+7
Comm. all'ingrosso	34%	44%	22%	+12
Turismo	56%	33%	11%	+45
Ristorazione	63%	21%	16%	+47
TOTALE	**46%**	**38%**	**25%**	**+11**

Il 2023 ha mostrato un **prevalente peggioramento dello stato di salute tra le aziende del dettaglio di prodotti per la persona e per la casa** (saldo negativo e % di aziende che dichiarano di aver assistito ad un peggioramento superiore al 30%). Maggiore **equilibrio nel settore servizi** e **dettaglio alimentari**. **Trend positivo nell'ingrosso** e **molto positivo nel turismo e ristorazione** (saldo positivo e quota contenuta di aziende che hanno assistito ad un peggioramento).

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il primo semestre 2024

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 PRIMO SEMESTRE 2024



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
+4

Il **clima di fiducia mostra una forte impronta alla stabilità**: infatti la netta **maggioranza** delle imprese **prevede stabilità** del proprio stato di salute **nei prossimi sei mesi** (il **70%**), mentre **le restanti** si dividono in:

- **ottimiste/non preoccupate:** il **17%** prevede miglioramento.
- **pessimiste/preoccupate:** il **13%** prevede un peggioramento

generando quindi un **clima di fiducia al 31 dicembre 2023 appena positivo** (+4).

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	2%	80%	18%	-16
Dettaglio di prodotti per la casa	7%	82%	11%	-4
Dettaglio di alimentari	16%	63%	21%	-5
Servizi	23%	55%	23%	+0
Comm. all'ingrosso	20%	69%	11%	+9
Turismo	41%	54%	5%	+36
Ristorazione	23%	73%	5%	+18
TOTALE	**17%**	**70%**	**13%**	**+4**

Il clima di fiducia migliore lo si osserva tra **le aziende del turismo e ristorazione** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quota di aziende che prevedono un peggioramento minima). In equilibrio negli altri settori, e **negativo**, invece, nel **dettaglio di prodotti per la persona**.

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	15%	62%	23%	-8
100 mila € - 500 mila €	15%	74%	11%	+4
500 mila € - 1 milione €	13%	80%	7%	+6
Oltre 1 milione €	21%	69%	10%	+11
TOTALE	**17%**	**70%**	**13%**	**+4**

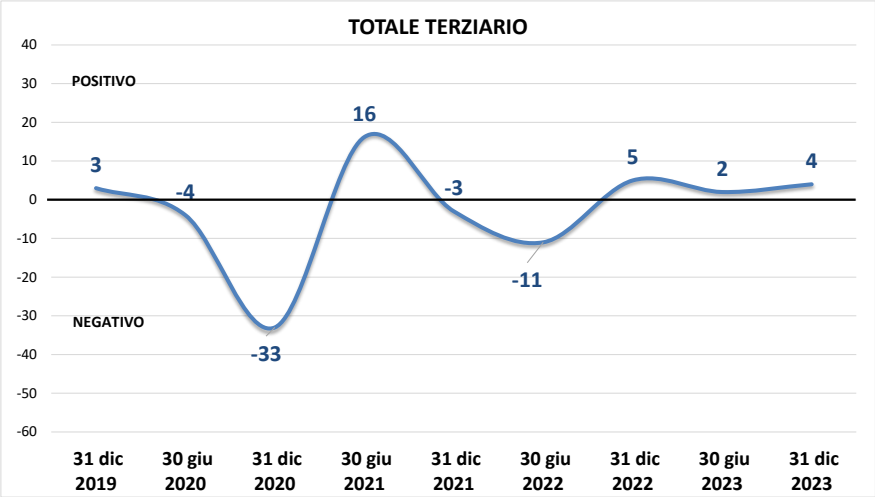
Il clima di fiducia è negativo tra le imprese piccole (con fatturato inferiore a 100 mila €), mentre **migliora al crescere della dimensione aziendale.**

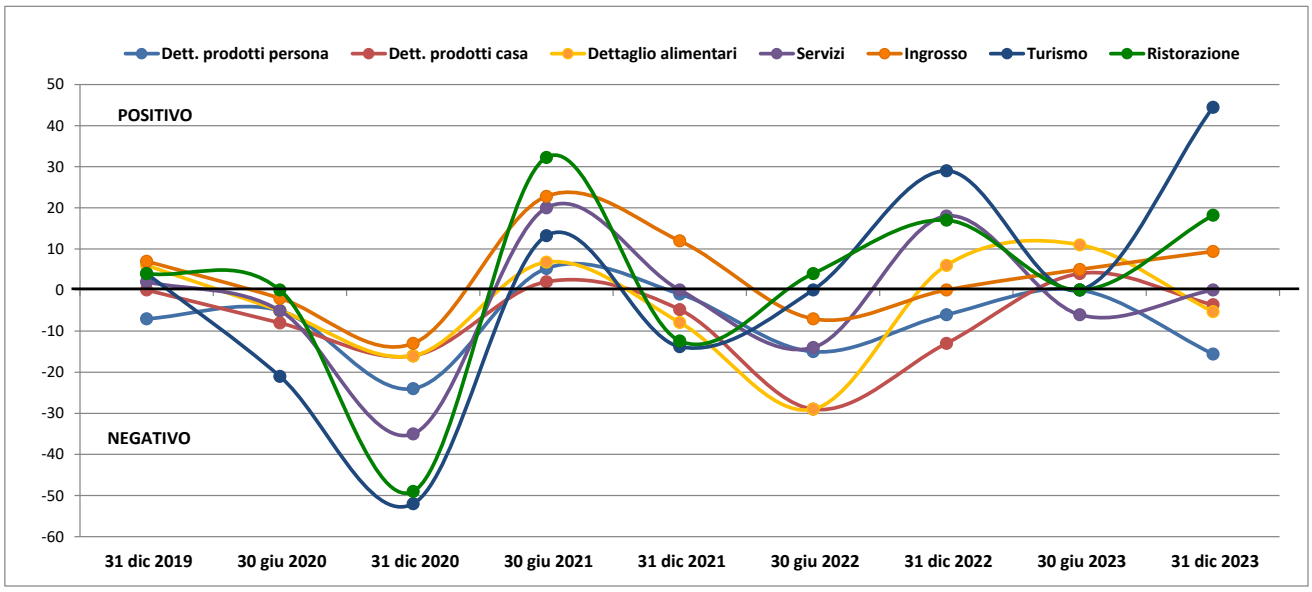
Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	**8%**	**73%**	**18%**	**-10**
Con dipendenti	**19%**	**69%**	**11%**	**+8**
1 - 5 dipendenti	18%	69%	13%	+5
6 - 10 dipendenti	21%	66%	14%	+7
11 o più dipendenti	24%	69%	7%	+17
TOTALE	**17%**	**70%**	**13%**	**+4**

Più pessimiste le aziende senza dipendenti (-10), **rispetto alle aziende con dipendenti** (+8).

CLIMA DI FIDUCIA – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA





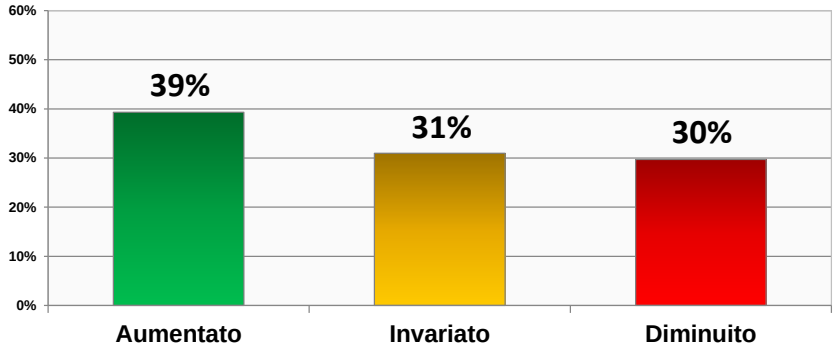
Nel complesso del terziario si è osservato un **andamento oscillatorio del clima di fiducia tra il 2020 ed il 2021** (forte pessimismo a fine 2020, ottimismo a metà 2021). A partire **dal 2022 e nel 2023 il clima di fiducia si è assestato su valori improntati alla stabilità**. L'andamento oscillatorio ha riguardato tutti i settori, con fasi diverse.

ANDAMENTO FATTURATI: 2023 –2022

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando il 2023 con il 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

2023 –2022



SALDO
(% CASI AUM - % CASI DIMIN)
+9

VARIAZIONE % MEDIA
+1%

Vengono **confrontati i fatturati del 2023 con il 2022**. Ne risultano delle tendenze eterogenee in quanto le aziende si sono suddivise abbastanza equamente tra:

- il **39%** di aziende che hanno **aumentato il fatturato**
- il **31%** di aziende che hanno **mantenuto invariato il fatturato**
- il **30%** di aziende che hanno **diminuito il fatturato**.

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al +1% mentre **il saldo** (differenza tra la % di aziende che hanno assistito a aumento e % di aziende che hanno assistito a calo) **è positivo (+9)**.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	28%	50%	22%	+6
Dettaglio di prodotti per la casa	32%	18%	50%	-18
Dettaglio di alimentari	22%	44%	33%	-11
Servizi	39%	35%	26%	+13
Comm. all'ingrosso	42%	20%	38%	+4
Turismo	67%	0%	33%	+34
Ristorazione	53%	33%	14%	+39
TOTALE	**39%**	**31%**	**30%**	**+9**

I settori che hanno osservato un **saldo negativo dei fatturati** (ovvero con una quota di aziende che hanno osservato un calo superiore rispetto alla quota che ha osservato un aumento) sono stati il **dettaglio prodotti per la casa** (con 50% di casi di diminuzione) e il **dettaglio alimentari** (con 33% di casi di diminuzione). Il commercio al **dettaglio di prodotti per la persona** e l'**ingrosso** hanno mostrato un **sostanziale equilibrio,** mentre i **servizi ed in particolar modo il turismo e la ristorazione** hanno mostrato un **saldo positivo.**

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Meno di 100 mila €	15%	46%	38%	-23
100 mila € - 500 mila €	43%	34%	24%	+19
500 mila € - 1 milione €	43%	30%	27%	+17
Oltre 1 milione €	51%	18%	31%	+19
TOTALE	**39%**	**31%**	**30%**	**+9**

L**e aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) **mostrano una prevalente diminuzione dei fatturati** (segnalato dal 38% delle aziende e saldo -23). **Segno medio positivo,** seppur con un 25-30% casi di calo di fatturato registrati, **tra le aziende più grandi** ovvero **con fatturato superiore a 100 mila €.**

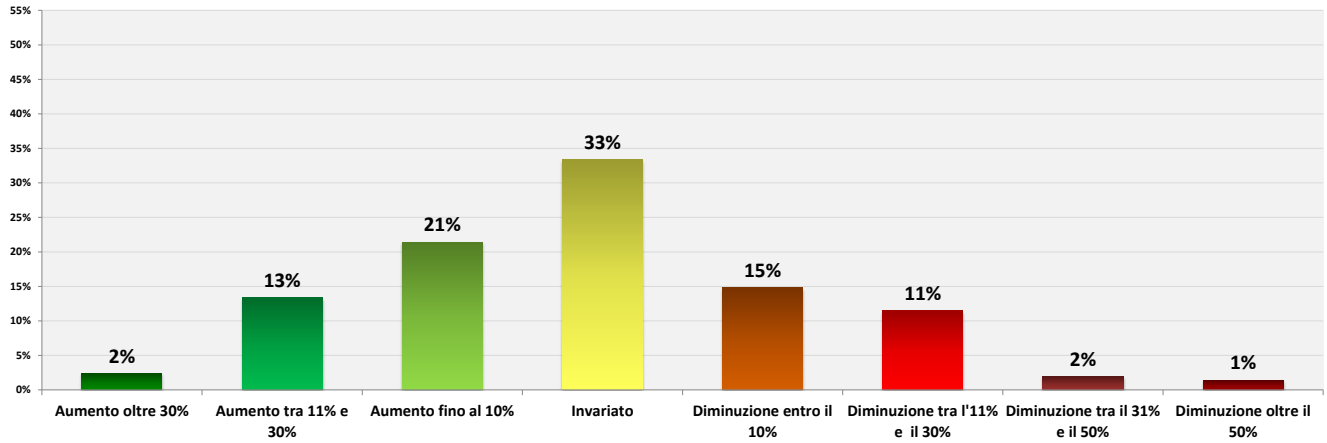
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Nessun dipendente	**22%**	**43%**	**35%**	**-13**
Almeno un dipendente	**45%**	**27%**	**28%**	**+17**
1 - 5 dipendenti	39%	32%	29%	+10
6 - 10 dipendenti	57%	23%	20%	+37
Oltre 10 dipendenti	51%	17%	32%	+19
TOTALE	**39%**	**31%**	**30%**	**+9**

Le **aziende senza dipendenti** hanno mostrato una **maggior sofferenza nell'andamento dei fatturati**. Infatti tra di esse il saldo è negativo (-13). **Al crescere della classe di dipendenti migliora**, invece, **l'andamento**, con una prevalenza di casi di aumento su quelli di diminuzione (e quindi saldo positivo).

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

2023-2022



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

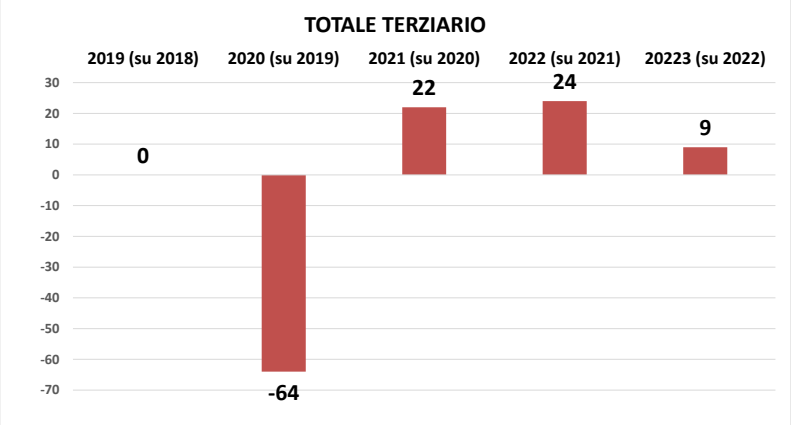
- i **casi di calo** registrati sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 15%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 11%** dei casi, e **consistenti** (superiori al 30%) **solo nel 3%** dei casi.
- I **casi di aumento** registrati, invece, sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 21%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 13%** dei casi e **consistenti** (superiori al 30%) **nel 2%** dei casi.

Intensità delle variazioni di fatturato – per settore

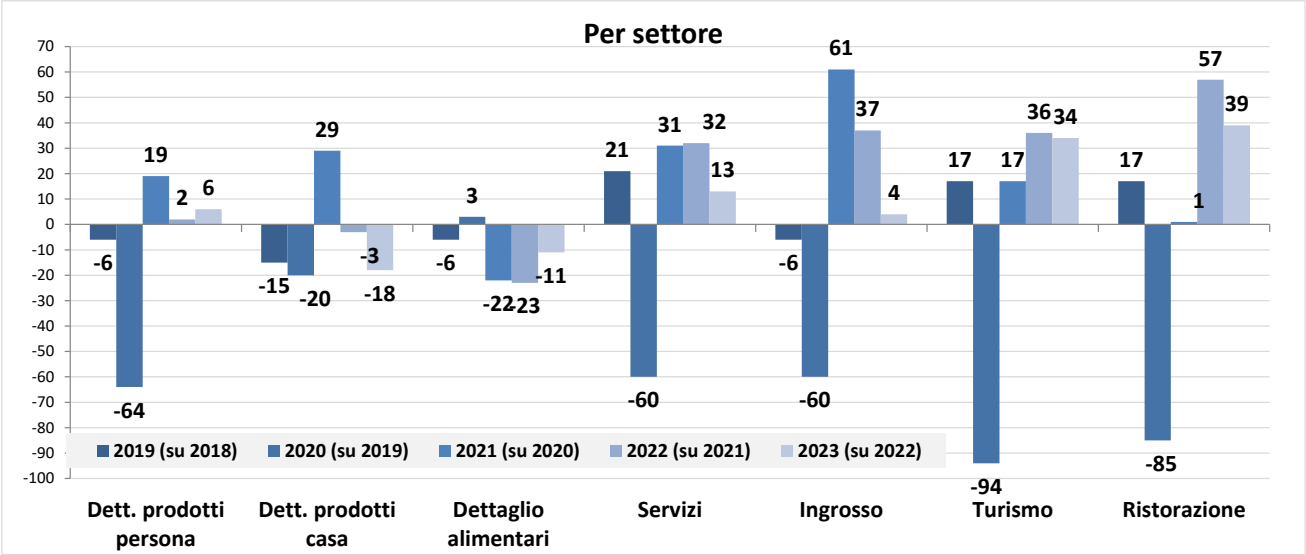
	Aumento marcato	Aumento contenuto		Invariato	Diminuzione contenuta		Diminuzione marcata	
	oltre 30%	tra 11% e 30%	fino al 10%		entro il 10%	tra 11% e 30%	tra 31% e 50%	oltre il 50%
Dettaglio prodotti per la persona	0%	5%	25%	52%	11%	5%	0%	2%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	14%	18%	18%	36%	7%	7%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	6%	19%	50%	25%	0%	0%	0%
Servizi	6%	13%	19%	35%	3%	16%	6%	0%
Comm. all'ingrosso	3%	7%	30%	21%	20%	18%	2%	0%
Turismo	0%	43%	14%	0%	10%	19%	0%	14%
Ristorazione	5%	28%	18%	35%	5%	8%	0%	3%
TOTALE	**2%**	**13%**	**21%**	**33%**	**15%**	**11%**	**2%**	**1%**

Dalla tabella emerge come i settori **prodotti per la casa ed alimentari** presentino **frequenti casi di diminuzione di fatturato** (di intensità entro il 10%). **Anche nell'ingrosso e nel turismo questi casi sono frequenti, ma compensati dai casi di aumento**. Maggiore **equilibrio negli altri settori** (servizi e prodotti per la persona), mentre sono **frequenti i casi di aumento nella ristorazione**.

ANDAMENTO FATTURATI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



L'andamento dei fatturati negli ultimi anni ha mostrato, complessivamente nel terziario, **la contrazione osservata nel 2020 rispetto al 2019** (causa covid) e una **lieve ripresa nel 2021 e nel 2022** (ma non tale da compensare le perdite del 2020). Ripresa che **si è attenuata nel 2023.**



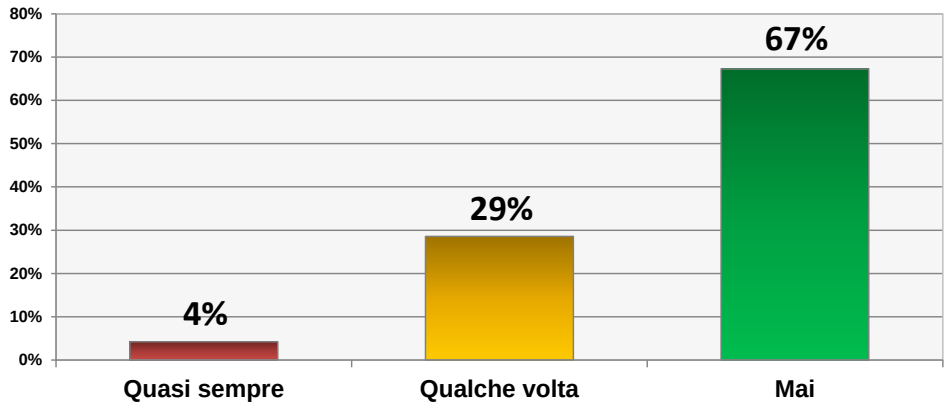
Le specificità settoriali mostrano:

- una **ripresa post covid più marcata nell'ingrosso** (registrata nel 2021 e nel 2022) **e nel turismo e ristorazione** (nel 2022 e nel 2023)
- una ripresa **più contenuta nei servizi**
- **una ripresa minima** (registrata solo nel 2019) **e poi un biennio di stabilità nel dettaglio prodotti per la persona**
- mentre dettaglio **prodotti per la casa e dettaglio alimentari,** settori che nel 2020 in pieno covid non avevano sofferto particolarmente in termini di fatturati, hanno registrato un triennio post covid di segno negativo.

RAPPORTI CON I FORNITORI

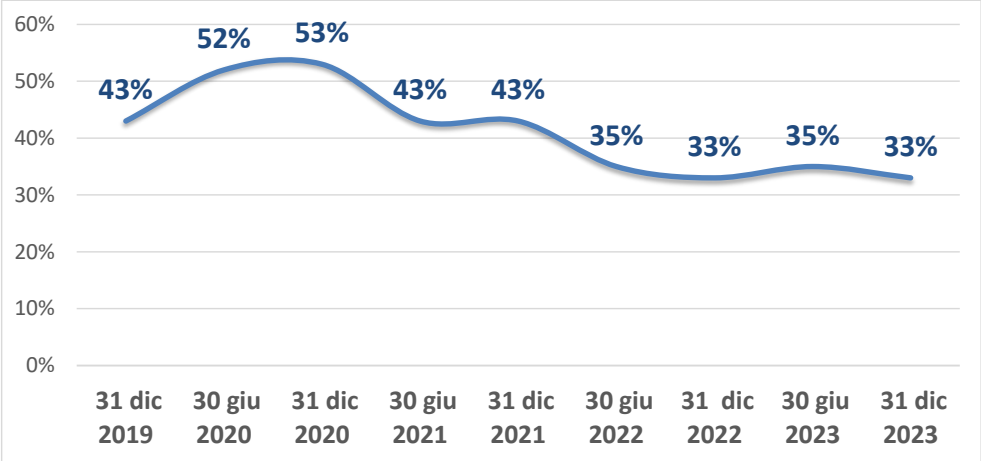
E' stato chiesto alle aziende se hanno difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 31 DICEMBRE 2023



Il **33% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza **sporadiche** (29%) e **frequenti** solo nel 4% dei casi.

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



Nel corso del **2020 la quota di aziende in difficoltà a pagare i fornitori era aumentata** (salita al 53%), ma **tra il 2021 ed il 2022 era diminuita** tornando su livelli anche migliori rispetto al pre-covid. Nel corso del **2023** è **rimasta costante.**

Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	38%	62%
Dettaglio di prodotti per la casa	36%	64%
Dettaglio di alimentari	42%	58%
Servizi	32%	68%
Comm. all'ingrosso	17%	83%
Turismo	30%	80%
Ristorazione	52%	48%
TOTALE	**33%**	**67%**

Le **difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori** si rilevano tra le imprese del **dettaglio alimentari** (42%) e della **ristorazione** (50%). Questi settori risultavano quelli più frequentemente in difficoltà anche 12 mesi fa. Frequente la difficoltà anche nel dettaglio di prodotti non alimentari (36%-38%), mentre la quota più bassa si registra nell'ingrosso.

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

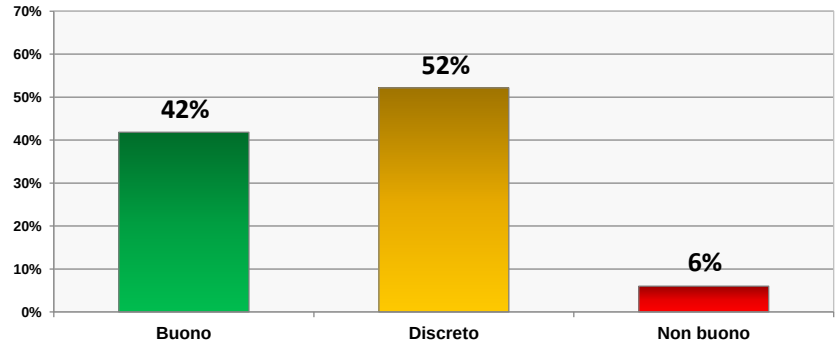
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	49%	51%
100 mila € - 500 mila €	39%	61%
500 mila € - 1 milione €	37%	63%
Oltre 1 milione €	14%	86%
TOTALE	**33%**	**67%**

Si osserva una **difficoltà nel pagare i propri fornitori più frequente tra le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) dove raggiunge il 50%, mentre tra le imprese più strutturate (fatturato superiore a 1 milione) questa difficoltà è osservata in maniera più sporadica (14%).

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 2023.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 31 DICEMBRE 2023



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 23

La maggioranza delle aziende (il 52%) **ritiene "discreto" il proprio rapporto con gli istituti di credito**. La situazione tra le rimanenti aziende è positiva (saldo +36), con prevalenza di coloro che lo ritengono "buono" (il 42%) rispetto a coloro che lo ritengono non buono (appena il 6%).

Questo valore risulta **migliorato nel corso del 2023** (era pari a +23 a fine 2022) **ed a maggior ragione migliorato 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	32%	61%	7%	+25
Dettaglio di prodotti per la casa	26%	59%	15%	+11
Dettaglio di alimentari	42%	37%	21%	+21
Servizi	41%	52%	7%	+34
Comm. all'ingrosso	56%	44%	0%	+56
Turismo	44%	56%	0%	+44
Ristorazione	41%	56%	2%	+39
TOTALE	**42%**	**52%**	**6%**	**+36**

L'**ingrosso** (+56) **mostra un rapporto con gli istituti di credito migliore**. **Qualche criticità,** invece, viene osservata nel **commercio al dettaglio.**

RICHIESTA PRESTITI BANCARI –2023

Il **17%** (una azienda su sei) è **ricorsa a prestiti nel corso del 2023:** l'**11% per sostegno alla liquidità** ed il **6% per investimenti.** Nel corso del 2022 erano state il 20% con quote analoghe a quelle sopra indicate.

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	7%	2%	91%
Dettaglio di prodotti per la casa	18%	7%	75%
Dettaglio di alimentari	11%	5%	84%
Servizi	16%	6%	78%
Comm. all'ingrosso	8%	10%	83%
Turismo	11%	6%	83%
Ristorazione	14%	7%	79%
TOTALE	**11%**	**6%**	**83%**

Il ricorso al credito nel corso del 2023 ha mostrato una intensità analoga in tutti i settori, leggermente **più contenuto** (appena il 9%) **tra le imprese del commercio al dettaglio di prodotti per la persona**.

Prestiti – per classe di fatturato

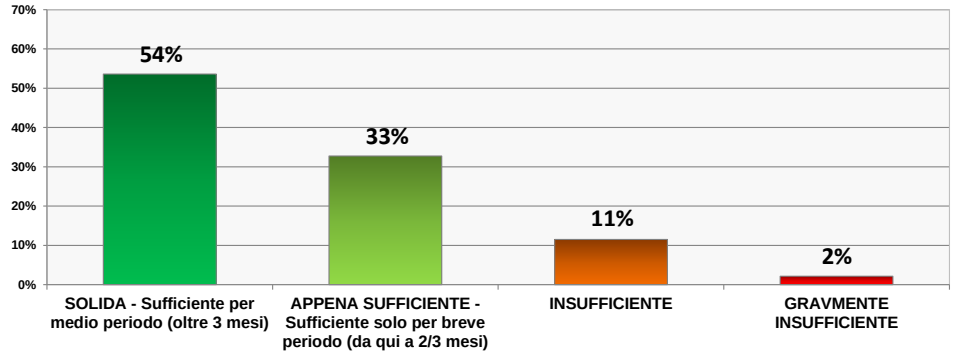
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	11%	6%	83%
100 mila € - 500 mila €	13%	4%	83%
500 mila € - 1 milione €	13%	17%	70%
Oltre 1 milione €	8%	5%	87%
TOTALE	**11%**	**6%**	**83%**

Non si osservano significative differenze nel ricorso al credito tra aziende piccole o più strutturate.

LIQUIDITA' al 31 dicembre 2023

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di valutare il proprio livello di liquidità al 31 dicembre 2023 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.

VALUTAZIONE DEL LIVELLO DI LIQUIDITA'



SALDO
(% CASI SOLIDA- % CASI INSUF/GRAV. INSUF)
+ 41

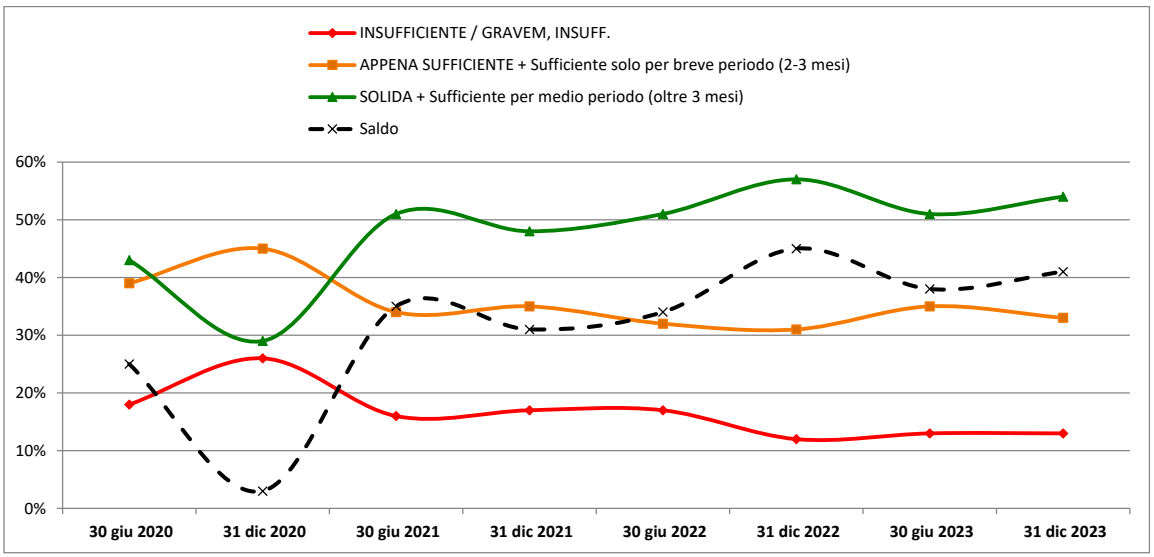
Al **31 dicembre 2023** la **maggioranza** delle aziende (**54%**) ritiene **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi) **il proprio livello di liquidità.**

Il **33%** mostra **qualche criticità** in quanto lo ritiene **sufficiente solo per un breve periodo** (2-3 mesi).

Il **13%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (2% gravemente).

Il **saldo** (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) **è +41.**

LIQUIDITA' – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



Il grafico mostra come il **livello di liquidità delle imprese del terziario sia rimasto costante dal primo dopo-covid** (metà 2021) **ad oggi** senza particolari criticità, con una quota di liquidità insufficienti stanziale attorno a valori di poco superiori al 10% e una quota di liquidità solide o appena sufficienti oscillanti su valori costanti. Naturalmente nel periodo covid questi indicatori avevano osservato forti criticità.

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	41%	41%	16%	2%	18%	+23
Dettaglio di prodotti per la casa	46%	36%	14%	4%	18%	+28
Dettaglio di alimentari	47%	37%	16%	0%	16%	+31
Servizi	48%	35%	10%	6%	16%	+32
Comm. all'ingrosso	71%	22%	6%	0%	6%	+65
Turismo	65%	22%	10%	3%	13%	+52
Ristorazione	48%	36%	14%	2%	16%	+32
TOTALE	**54%**	**33%**	**11%**	**2%**	**13%**	**+41**

Segnalano un **livello di liquidità leggermente più critico** i settori del **commercio al dettaglio non alimentare**, mentre **nell'ingrosso e nel turismo** il **livello di liquidità generale** sembra essere **migliore**.

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

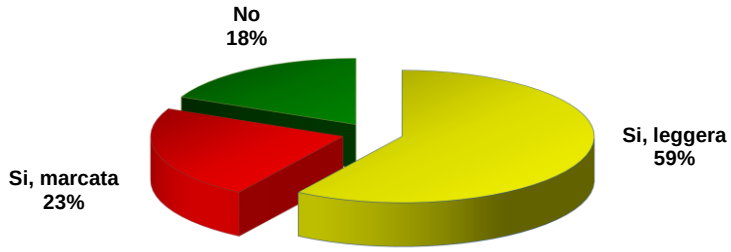
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Meno di 100 mila €	29%	44%	19%	8%	27%	+2
100 mila € - 500 mila €	51%	35%	13%	1%	14%	+37
500 mila € - 1 milione €	53%	33%	13%	0%	13%	+40
Oltre 1 milione €	73%	23%	4%	0%	4%	+69
TOTALE	**54%**	**33%**	**11%**	**2%**	**13%**	**+41**

Il **livello di liquidità è decisamente più critico tra aziende piccole** (fatturato fino a 100 mila €) dove il 27% la ritiene insufficiente ed il saldo è appena +2. **Tra le aziende più grandi** (fatturato superiore al milione), invece, **la liquidità è decisamente più solida** e appena il 4% 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 corso del 2023 queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine è stato chiesto di confrontare il numero medio di clienti che ad oggi frequenta l'attività rispetto ad un anno fa (31.12.2022).

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



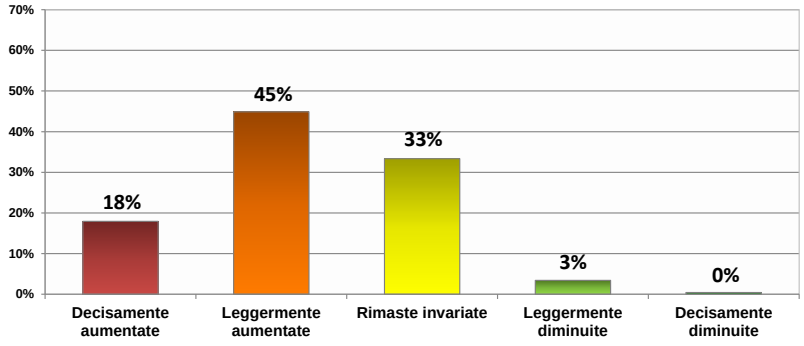
La **maggioranza delle aziende** (82%) osserva, al 31 dicembre 2023, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 59% dei casi leggera, nel 23% marcata). **Questa quota è rimasta in linea con quella osservata a fine 2022, quando era leggermente diminuita,** pur rimanendo su valori preoccupanti, **rispetto a fine 2021**, quando erano il 90%.

Difficoltà economiche dei clienti – per settore

	Si, leggera	Si, marcata	No
Dettaglio prodotti per la persona	52%	34%	14%
Dettaglio di prodotti per la casa	43%	43%	14%
Dettaglio di alimentari	84%	11%	5%
Servizi	59%	25%	16%
Comm. all'ingrosso	66%	13%	21%
Turismo	78%	0%	22%
Ristorazione	51%	22%	27%
TOTALE	**59%**	**23%**	**18%**

Le **difficoltà tra i clienti** risultano frequenti in tutti i settori, ma **più frequenti tra i clienti delle aziende del commercio al dettaglio di prodotti alimentari** (95%), e **più contenute nell'ingrosso,** nel **turismo e nella ristorazione** (70%). In media negli altri settori.

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 60

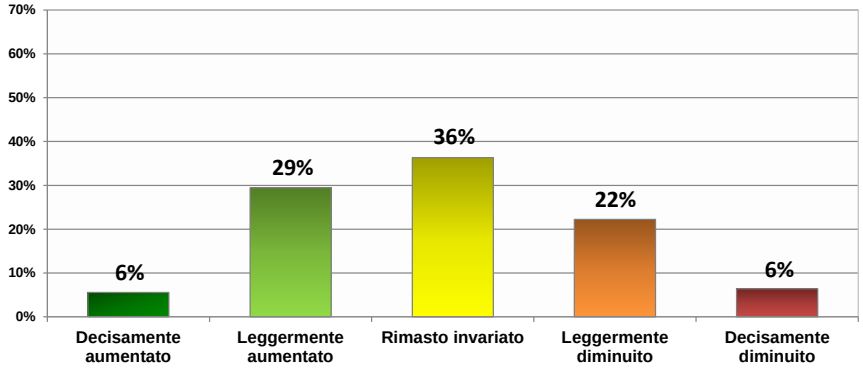
E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del 2023**: questo è avvenuto secondo il **63% delle aziende** (nel 45% l'aumento delle difficoltà è definito leggero, nel 18% marcato). Per il **33%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo per il 3% sono diminuite. Il saldo (% casi di diminuzione delle difficoltà - % casi di aumento) misura quindi -60 e **continua la tendenza che si era manifestata** nel 2022 (quando il saldo era -66).

Andamento difficoltà economiche dei clienti rispetto a 12 mesi fa – per settore

	Decisamente aumentate	Leggermente aumentate	Rimaste invariate	Leggermente diminuite	Decisamente diminuite	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	20%	43%	34%	0%	2%	-61
Dettaglio di prodotti per la casa	32%	36%	29%	4%	0%	-64
Dettaglio di alimentari	21%	53%	26%	0%	0%	-74
Servizi	23%	52%	23%	3%	0%	-71
Comm. all'ingrosso	6%	46%	43%	5%	0%	-48
Turismo	0%	44%	44%	11%	0%	-33
Ristorazione	23%	43%	30%	5%	0%	-60
TOTALE	**18%**	**45%**	**33%**	**3%**	**0%**	**-60**

In tutti i settori prevalgono nettamente i casi di aumento delle difficoltà dei clienti negli ultimi 12 mesi rispetto ai casi di diminuzione (quindi saldo negativo). Questo peggioramento nelle difficoltà dei clienti è **più frequentemente osservato nel commercio al dettaglio di alimentari e nei servizi**. Sempre **negativo il saldo, ma meno intenso,** tra le aziende del **commercio all'ingrosso e del turismo.**

NUMERO MEDIO DI CLIENTI – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% aumentato- % diminuito)
+7

Il 36% delle aziende ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** il **numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia rimasto invariato,** mentre, tra le restanti aziende, nel **28% dei casi** è **diminuito** (nel 22% dei casi leggermente, nel 6% decisamente) mentre nel **35%** è **aumentato** (29% leggermente e 6% decisamente).

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

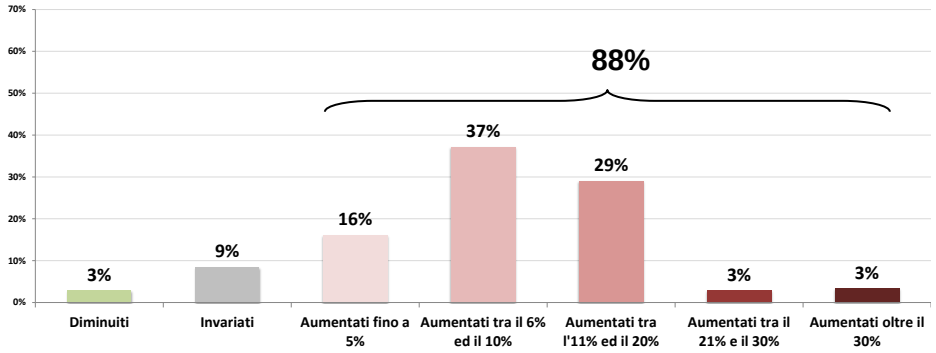
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	0%	36%	32%	25%	7%	+5
Dettaglio di prodotti per la casa	7%	21%	21%	29%	21%	-21
Dettaglio di alimentari	11%	11%	50%	28%	0%	-6
Servizi	3%	10%	48%	32%	6%	-26
Comm. all'ingrosso	2%	33%	49%	13%	3%	+19
Turismo	33%	33%	11%	22%	0%	+44
Ristorazione	10%	44%	22%	20%	5%	+29
TOTALE	**6%**	**29%**	**36%**	**22%**	**6%**	**+7**

Si osservano due gruppi distinti di settori: un **gruppo in cui i clienti sono prevalentemente diminuiti** rispetto a 12 mesi fa (dettaglio prodotti per la casa, servizi e dettaglio alimentari), ed un **gruppo in cui i clienti sono prevalentemente aumentati** (ingrosso, turismo e ristorazione).

INFLAZIONE – 2023

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato nel 2023, se hanno applicato un aumento dei prezzi nello stesso periodo e se intendono farlo nel corso del primo semestre 2024.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI (nel 2023)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 11%

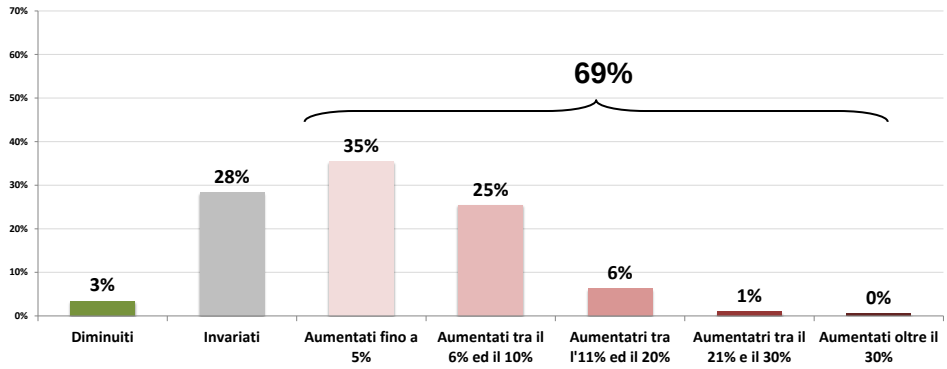
L'aumento medio dei costi nel 2022 è stato **del +18%,** ed è stato **osservato dalla totalità delle aziende (96%)**: solo nel **6%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (meno del 5%), nel **33%** di **intensità media** (tra il 6% ed il 10%), nel **36% marcata** (tra il 10% ed il 30%) e **nel 22% molto marcata** (superiore al 30%).

Aumento dei costi aziendali – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati	Variaz. %
Dettaglio prodotti per la persona	0%	5%	95%	+11%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	15%	85%	+11%
Dettaglio di alimentari	0%	13%	87%	+14%
Servizi	0%	22%	78%	+13%
Comm. all'ingrosso	9%	7%	84%	+6%
Turismo	11%	0%	89%	+11%
Ristorazione	0%	3%	97%	+16%
TOTALE	**3%**	**9%**	**88%**	**+11%**

Sopra viene riportato il dato settoriale dell'intensità dell'aumento dei costi aziendali. **La ristorazione è il settore che ha assistito più frequentemente ad aument**i (registrati dal 97% degli intervistati), al pari del dettaglio di prodotti per la per la persona (95%).

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI (nel 2023)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 4%

Il 28% delle intervistate **ha mantenuto invariati i prezzi** nel corso dell'ultimo anno, mentre **quasi il 70% ha applicato un aumento:** nel **35%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (inferiore al 5%), nel **25%** di **intensità media** (tra 6% e 10%) e nel **7% marcata** (oltre il 10%).

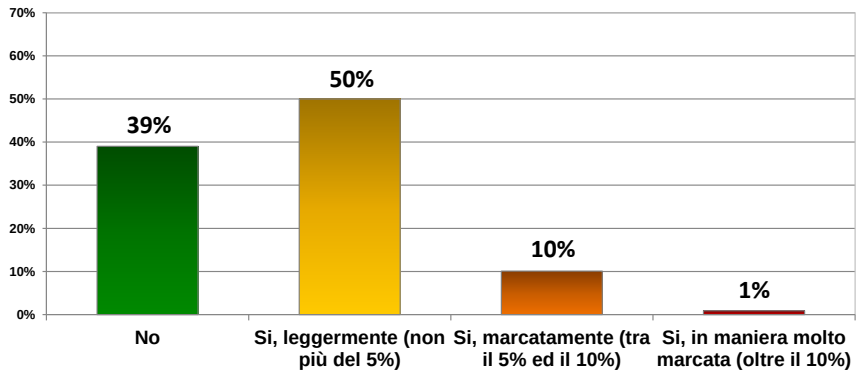
Aumento dei prezzi applicati – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati	Var. %
Dettaglio prodotti per la persona	0%	33%	67%	**+5%**
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	28%	72%	**+7%**
Dettaglio di alimentari	0%	18%	82%	**+8%**
Servizi	0%	63%	38%	**+2%**
Comm. all'ingrosso	13%	20%	67%	**+1%**
Turismo	0%	22%	78%	**+8%**
Ristorazione	0%	20%	80%	**+6%**
TOTALE	**3%**	**28%**	**69%**	**+4%**

La **quota di aziende** che hanno applicato un **aumento prezzi** nel 2023 è **maggiore nel dettaglio alimentari** (l'82%), nella ristorazione (80%) e nel turismo (78%). Meno frequente l'aumento dei prezzi negli altri settori. Il settore servizi risulta il settore che meno frequentemente ha aumentato i prezzi applicati (38%).

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI

nel primo semestre 2024



La **maggioranza** delle aziende (**71%**) **prevede di aumentare i prezzi nel corso del primo semestre 2024:** nel 50% dei casi prevedono un aumento leggero (inferiore al 5%) e nel 11% 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	**34%**	**66%**	61%	5%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	**57%**	**43%**	36%	7%	0%
Dettaglio di alimentari	**26%**	**74%**	48%	26%	0%
Servizi	**54%**	**46%**	39%	7%	0%
Comm. all'ingrosso	**42%**	**58%**	53%	3%	2%
Turismo	**21%**	**79%**	55%	24%	0%
Ristorazione	**30%**	**70%**	54%	14%	2%
TOTALE	**39%**	**61%**	**50%**	**10%**	**1%**

La **previsione di aumentare i prezzi** nel primo semestre 2024 è **più frequente tra le aziende del turismo** (79%)**, del dettaglio prodotti alimentari** (74%) e **della ristorazione** (70%). Meno frequente nel settore servizi.

INVESTIMENTI FUTURI

E' stato chiesto alle aziende quali saranno gli investimenti programmati per i prossimi due o tre anni.

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Prevede investimenti	**83%**	72%	83%	79%	84%	82%	78%	93%

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Acquisto di attrezzature, macchinari, veicoli	**28%**	13%	29%	37%	6%	28%	33%	55%
Promozione, marketing, internazionalizzazione	**24%**	17%	21%	21%	41%	26%	33%	16%
Formazione	**23%**	17%	25%	16%	28%	18%	11%	34%
Digitalizzazione / innovazione tecnologica	**16%**	13%	14%	16%	13%	22%	22%	14%
Risparmio Energetico	**14%**	13%	25%	21%	9%	8%	33%	16%
Opere Edili e murarie	**11%**	13%	11%	16%	3%	11%	22%	9%
Consulenze / servizi	**9%**	4%	11%	11%	22%	12%	0%	2%

L'83% delle intervistate **ha in programma investimenti nel futuro** (2 o 3 anni). Quota maggiore nella ristorazione (93%) dove spicca la previsione di acquistare attrezzature (55%) e formazione (34%). Investimenti in attrezzature frequenti anche nel dettaglio alimentare. Nel turismo si guarda all'efficientamento energetico.

PREOCCUPAZIONI

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

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
L'effetto dell'inflazione sta mettendo a rischio la sopravvivenza della mia azienda	**26%**	41%	32%	42%	22%	8%	21%	34%
Le prossime scadenze fiscali e contributive metteranno a rischio la sopravvivenza della mia attività	**12%**	13%	14%	11%	22%	2%	22%	14%
Ho in programma di innovare l'organizzazione aziendale per adattarla al mercato	**29%**	17%	25%	32%	25%	42%	33%	25%
Nella zona dove è situata la mia attività percepisco un crescente senso di insicurezza	**37%**	41%	29%	58%	41%	28%	22%	45%

Il **26%** delle intervistate **ritiene che l'effetto dell'inflazione sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti sta mettendo a rischio la sopravvivenza dell'azienda.** Questa percentuale è **nettamente diminuita rispetto al 43% osservato un anno fa**. Il dato più alto si registra nel dettaglio alimentari (42%), nel dettaglio di prodotti per la persona (41%) e nella ristorazione (34%), mentre è più contenuto nell'ingrosso.

Il **12% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è **decisamente diminuito rispetto ad un anno fa** (erano il 25% a temere ciò). Dato particolarmente **elevato nel turismo** (22%) e **nei servizi** (22%).

Il **29% ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale per adattarla alle esigenze del mercato** in particolar modo tra le aziende del settore ingrosso (42%).

Il **37% percepisce nella zona dove è situata la sua attività un crescente rischio di insicurezza** (erano il 41% sei mesi fa), percezione particolarmente frequente tra le aziende del dettaglio alimentari (58%).

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE 2023

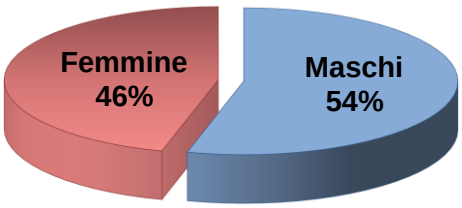
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**26%**	**46%**	**25%**	**21%**	**53%**	**11%**	**11%**	**11%**
Almeno un dip.	**74%**	**54%**	**75%**	**79%**	**47%**	**89%**	**89%**	**89%**
1–5 dipend.	**42%**	41%	50%	68%	31%	34%	0%	52%
6–10 dipend.	**12%**	7%	14%	5%	6%	15%	33%	16%
11–49 dipend.	**17%**	2%	7%	0%	9%	34%	56%	20%
50 o + dipend.	**3%**	4%	4%	5%	0%	6%	0%	0%

I settori nei quali le **aziende con dipendenti** sono **più frequenti sono l'ingrosso, il turismo e la ristorazione** (dove l'89% ha almeno un dipendente). **Sono meno frequenti** le **aziende con dipendenti** nel **dettaglio prodotti per la persona** (54%) e nei **servizi** (37%).

% Dipendenti per genere



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**54%**	58%	51%	25%	48%	65%	47%	37%
% femmine	**46%**	42%	49%	75%	52%	35%	53%	63%

Complessivamente si osserva un **una lieve prevalenza di dipendenti maschi** (54%) rispetto alle femmine (46%). La **quota di dipendenti femmine è comunque prevalente nei settori alimentari, turismo e ristorazione,** mentre **nell'ingrosso e nel dettaglio di prodotti per la persona prevalgono i dipendenti di genere maschile.**

DIPENDENTI A PART-TIME

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a part-time tra le aziende al 31 dicembre 2023.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 31 DICEMBRE 2023

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**25%**	27%	31%	29%	60%	15%	24%	49%

Il part-time rappresenta il 25% (un quarto) dei contratti in essere al 31 dicembre 2023 (dato in linea con quanto osservato a fine 2022). I settori che **utilizzano maggiormente il part-time** sono il **settore servizi** (dove il 60% dei contratti sono PT) e la **ristorazione** (49%), mentre **il ricorso al PT è più contenuto nell'ingrosso** (15%).

Dipendenti a part-time per sesso

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**11%**	3%	15%	9%	58%	3%	7%	43%
% part-time tra le femmine	**41%**	36%	48%	37%	62%	38%	21%	53%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 41% dei dipendenti di sesso femminile è part-time) mentre **tra i maschi è utilizzato in solo nell'11% 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 31 DICEMBRE 2023

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a chiamata	**7%**	5%	1%	4%	2%	1%	18%	36%

Il 7% dei contratti è **a chiamata.** Questo contratto è **più diffuso tra le aziende della ristorazione** (il 36% dei contratti è a chiamata) e nel turismo (18%), 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 31 dicembre 2023 e il loro andamento (proroghe e/o cessazioni) nel secondo semestre 2023.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 31 DICEMBRE 2023
tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a tempo det.	**12%**	10%	4%	16%	18%	3%	29%	26%

Il 12% dei contratti in essere tra le intervistate **è a tempo determinato.** Il **tempo determinato** è **più diffuso tra le aziende del turismo** (29% dei contratti) **e della ristorazione** (26% dei contratti), mentre è **meno diffuso negli altri settori**.

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 2° SEMESTRE 2023
tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

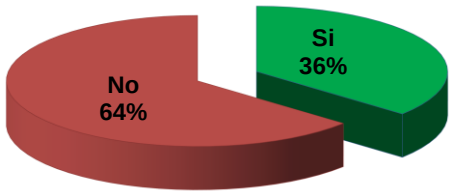
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	**63%**	40%	40%	50%	71%	35%	75%	68%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**51%**	22%	50%	40%	50%	47%	63%	65%

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **63% ne ha cessato almeno uno nel secondo semestre 2023** mentre **il 51% ne ha prorogato almeno uno nello stesso periodo.**

RICERCA DEL PERSONALE

Nel presente capitolo viene analizzata la ricerca di personale da parte delle aziende intervistate nel corso del secondo semestre 2023 e viene chiesto a chi si sono rivolte, se hanno riscontrato difficoltà nel reperirlo, se sono alla ricerca di personale e quali figure cercano

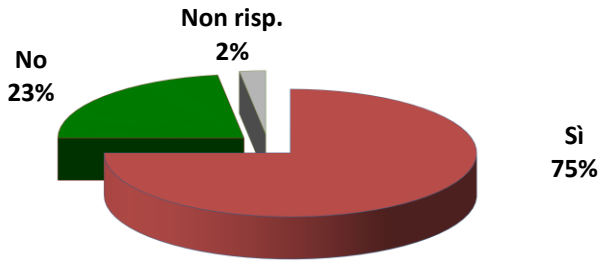
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL 2° SEMESTRE 2023



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**36%**	**17%**	**32%**	**47%**	**16%**	**40%**	**58%**	**55%**
% ricerca tra aziende con dip.	48%	32%	43%	60%	33%	43%	58%	59%
% ricerca tra aziende senza dip.	3%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	20%

Il **36% delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del 2° trimestre 2023** (erano il 41% nel primo semestre 2023). Questa percentuale è del 48% tra aziende con dipendenti, e solo del 3% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** sono stati i **settori turismo** (58%) e **ristorazione** (55%), ma anche **il dettaglio alimentare** (47%) , mentre **la ricerca è stata meno frequente negli altri settori.**

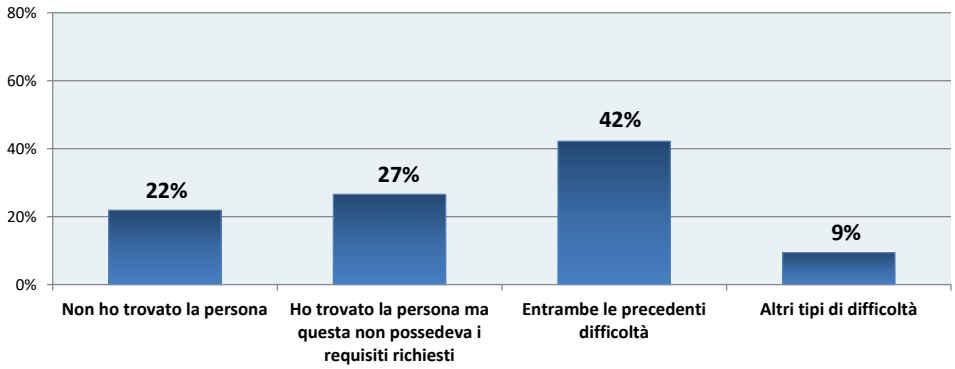
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	**75%**	63%	67%	78%	80%	65%	90%	83%

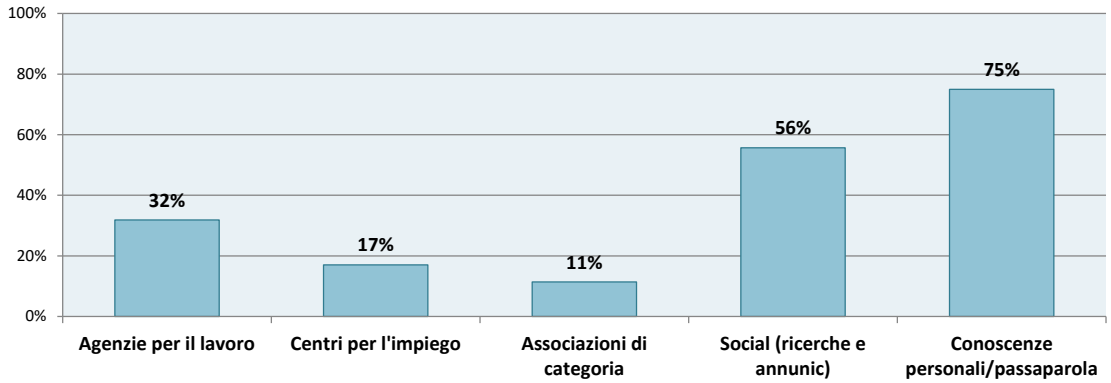
Il **75**% delle aziende che hanno cercato personale dichiarano di aver riscontrato difficoltà (erano state l'84% a dichiarare tale difficoltà nel I° semestre 2023). Percentuale **elevata in tutti i settori.**

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



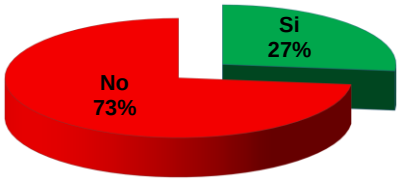
Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona** (nel 64% dei casi), e la **mancanza dei requisiti nei candidati** (segnalata da 69% degli intervistati). Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà.

A CHI SI E' RIVOLTO



Le imprese che hanno cercato personale **si sono affidate principalmente a conoscenze personali ed al passaparola** (il 75%). **Frequente anche il ricorso ai sistemi social** (ricerche ed annunci). Nel 32% si sono rivolte ad agenzie per il lavoro, nel 17% a centri per l'impiego e nell'11% ad associazioni di categoria.

% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE

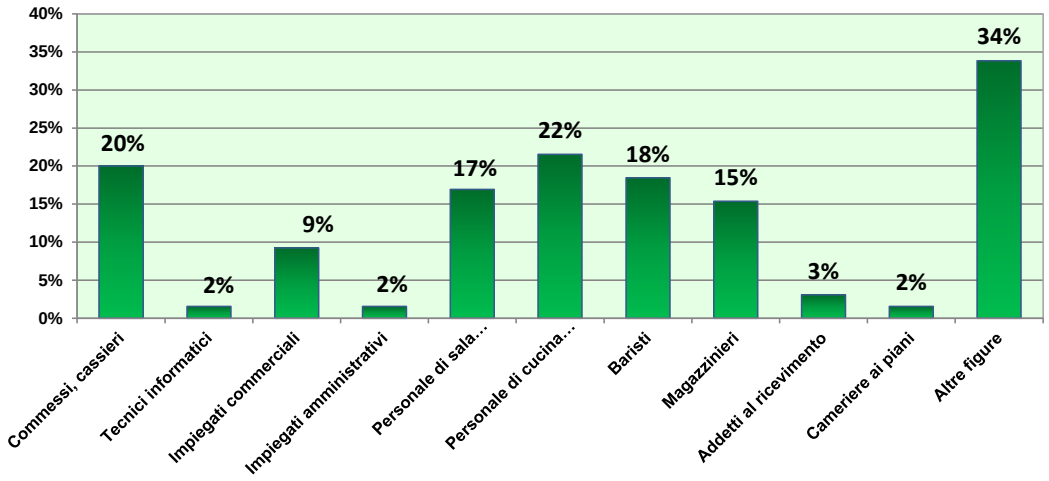


	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**27%**	11%	18%	42%	19%	28%	56%	41%
% ricerca tra aziende con dip.	**33%**	20%	24%	53%	20%	29%	63%	41%
% ricerca tra aziende senza dip.	**10%**	0%	0%	0%	18%	14%	0%	40%

Il **27% delle aziende dichiara di essere alla ricerca di personale, attualmente o per il prossimo semestre**). Questa percentuale è del 33% tra aziende con dipendenti, e solo del 10% tra le aziende senza dipendenti.

Più attivi attualmente **nella ricerca** sono i **settori turismo** (56%) e **ristorazione** (41%).

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE – tra le aziende che cercano personale



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	**22%**	0%	0%	13%	0%	0%	60%	56%
Commessi, cassieri	**20%**	60%	20%	63%	0%	6%	20%	6%
Baristi	**18%**	20%	0%	0%	0%	0%	80%	39%
Personale di sala (camerieri)	**17%**	0%	0%	0%	0%	0%	60%	39%
Magazzinieri	**15%**	20%	20%	0%	0%	39%	0%	6%
Impiegati commerciali	**9%**	0%	40%	13%	17%	11%	0%	0%
Addetti al ricevimento	**3%**	0%	0%	0%	0%	0%	40%	0%
Tecnici informatici	**2%**	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
Impiegati amministrativi	**2%**	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
Cameriere ai piani	**2%**	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%
Altre figure	**34%**	0%	40%	38%	83%	50%	20%	11%

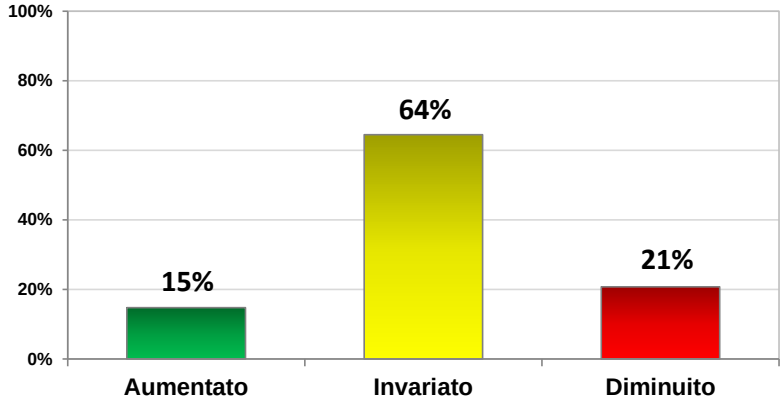
Le figure professionali maggiormente ricercate sono il **personale di sala** (cercate dal 60% delle imprese del turismo e dal 39% della ristorazione che stanno cercando personale), **personale di cucina** (cercate dal 60% delle imprese del turismo e dal 56% della ristorazione), **addetti al ricevimento** (cercate dal 40% delle imprese del turismo), **impiegati commerciali** (cercate dal 40% delle imprese dettaglio per la casa), **magazzinieri** (39% delle imprese dell'ingrosso), **commessi e cassieri** (cercati da circa il 60% delle imprese del dettaglio alimentare e di prodotti per la persona).

ANDAMENTO DIPENDENTI – SECONDO SEMESTRE 2023

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel 2° semestre 2023.

VARIAZIONE NUMERO DI DIPENDENTI NEL 2° SEMESTRE 2023

Tra aziende con almeno un dipendente



SALDO

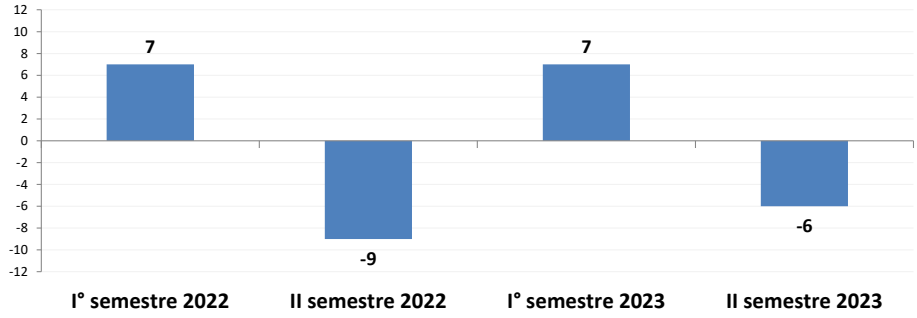
% aumentato - % diminuito

-6

Il II semestre 2023 è stato **un periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti:** il 64% delle aziende con dipendenti ha mantenuto invariato il numero di dipendenti. **Tra le restanti aziende si osserva un lieve prevalere dei casi di diminuzione (21%) rispetto ai casi di aumento (15%)**.

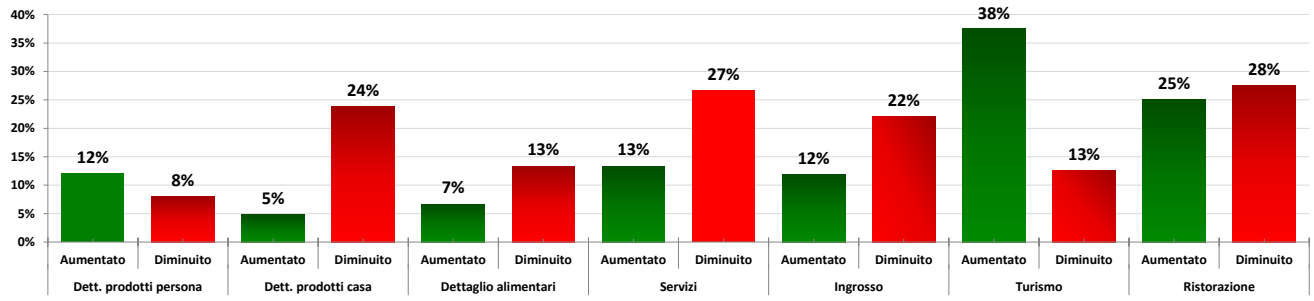
TREND DEL SALDO

differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione



Il **saldo** (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) **è negativo (-6)** ovvero la % aziende che hanno diminuito il personale prevale sulla % di aziende che lo hanno aumentato. Continua il trend altalenante osservato anche nel 2022 per cui si osservano **primi semestri con saldo positivo, seguiti da secondi semestri con saldo negativo.**

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 2° SEMESTRE 2023 – PER SETTORE



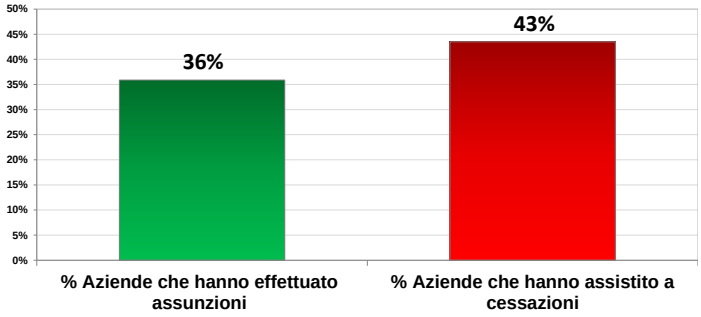
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 2° semestre con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osservano **come in quasi tutti i settori, ad eccezione del turismo e dei prodotti per la persona, sono prevalsi i casi di diminuzione**: in particolar modo nel dettaglio prodotti per la casa (-19) servizi (-14), ingrosso (-10).

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 2° SEMESTRE 2023

Si analizza la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel 2° semestre 2023.

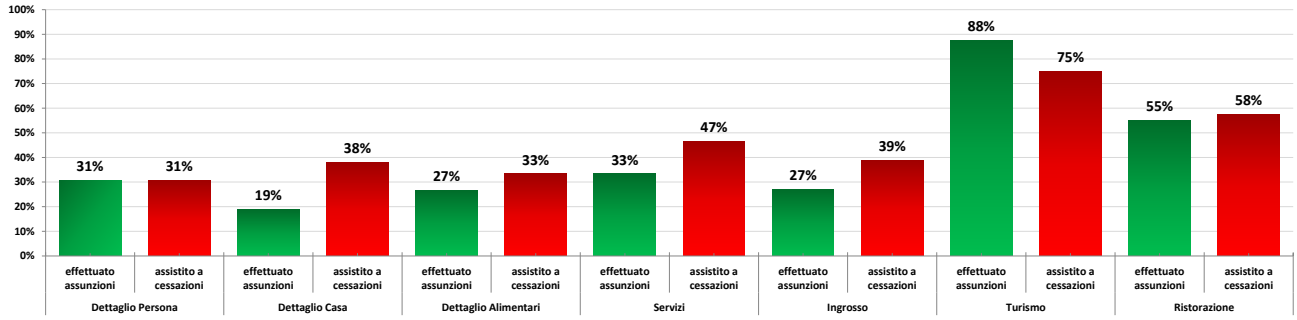
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 2° SEMESTRE 2023

tra aziende con almeno un dipendente



Il 36% delle aziende con dipendenti **ha effettuato almeno una assunzione** nel 2° semestre 2023 (erano state il 42% nel primo semestre), mentre il **43%** hanno **assistito ad almeno una cessazione** di rapporti di lavoro nel periodo (rispetto al 39% del primo semestre).

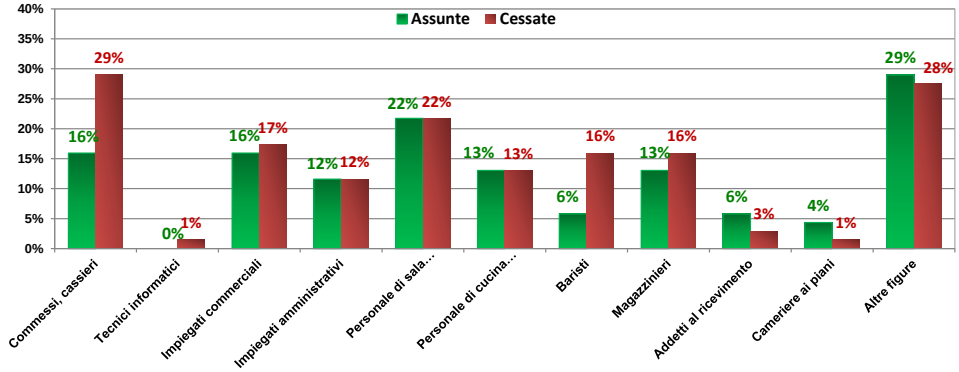
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 2° SEMESTRE 2023 - PER SETTORE



Si è osservato un **sostanziale prevalenza di aziende che hanno assistito a cessazioni rispetto a quelle che hanno effettuato assunzioni in quasi tutti i settori, ad eccezione del turismo.**

FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 2° SEMESTRE 2023

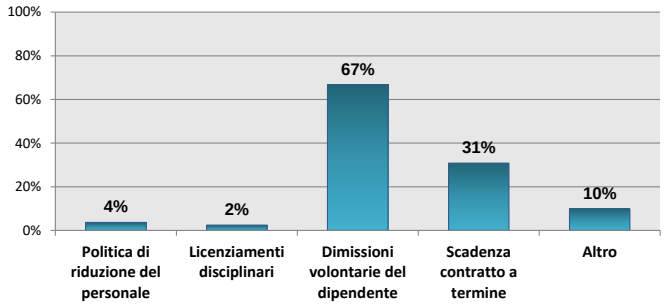
% di aziende che le ha assunte/cessate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il **turnover per figura professionale** si vede **equilibrio tra la frequenza di ingresso** (rispetto a quella di uscita) **in quasi tutte le figure**, tranne i **commessi/cassieri, i baristi** dove **prevalgono nettamente le frequenze di uscita rispetto a quelle di ingresso**.

MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – 2° SEMESTRE 2023

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



I **motivi delle cessazioni** osservate sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 67% delle aziende con cessazioni, in lieve aumento rispetto alle rilevazioni passate) e **scadenza dei contratti a termine** (31%). Frequenti anche i **pensionamenti** (contenuti nella categoria altro), mentre s**olo nel 6% è stata una scelta dell'azienda**. Queste quote sono in linea con quelle osservate in passato.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si intende verificare se le intervistate hanno, nel 2° semestre 2023, fatto formazione dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 2° SEMESTRE 2023

tra le aziende con dipendenti

Formazione dipendenti – per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	**44%**	38%	29%	27%	60%	54%	48%	29%

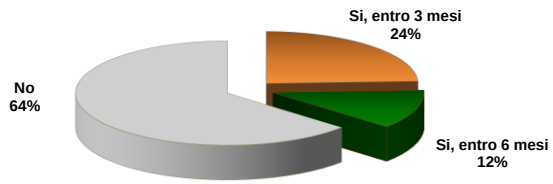
Il **44%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel 2° semestre 2023** (erano state il 48% nel primo semestre). **Più attivi** nella formazione l'**ingrosso** e i **servizi.**

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.

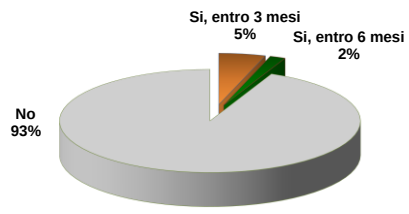
PREVISIONE DI ASSUMERE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



PREVISIONE DI LICENZIARE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



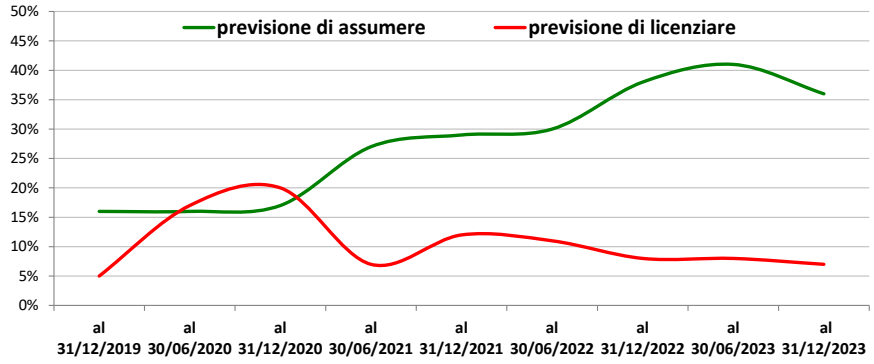
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
prevede di assumere nei prossimi 6 mesi	**36%**	24%	24%	53%	33%	31%	55%	46%
prevede di licenziare nei prossimi 6 mesi	**7%**	16%	0%	7%	0%	3%	13%	10%

Una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 36%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, **una quota inferiore** (7% delle aziende con dipendenti) **prevede di licenziare.**

La **previsione è positiva** (quota di aziende che prevedono di assunzioni preponderante sulla quota di aziende che prevedono licenziamenti) **in tutti i settori**.

PREVISIONI DI ASSUMERE E LICENZIARE NEL SEMESTRE SUCCESSIVO – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



La **propensione ad assumere** (con riferimento ai sei mesi successivi la rilevazione) ha mostrato un **trend crescente a partire da fine 2020 e fino a metà 2023.** Nell'**ultimo semestre del 2023 si è assestata.**

La propensione a licenziare di contro, dopo il picco massimo osservato a metà 2020, **è calata e si è stabilizzata dal 2022 ad oggi su valori sempre contenuti** (compresi tra il 5% ed il 10%).

FINE REPORT

SINTESI

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 2023

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

Il 10% delle aziende del terziario intervistate dichiara di trovarsi in uno **stato di salute critico**, ovvero valutato come "non buono" o "pessimo". La maggioranza delle aziende ritengono il proprio stato di salute **buono/ottimo** (49%) o **discreto** (41%).

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**. Nel **corso del 2023,** invece, **si è stabilizzato su valori contenuti** compresi tra il 10% ed il 15%.

Lo stato di salute al 31 dicembre 2023 mostra **valori positivi in tutti i settori**, ma **con una piccola criticità nel settore servizi e negli alimentari** (dove la % di aziende che dichiarano uno stato di salute non buono è il 16%). Particolarmente positivo, invece, lo stato di salute nell'ingrosso e nel turismo.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL 2023

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso del 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 del 2023**.

Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **migliorato** (36%) o **rimasto invariato** (38%).

Il 2023 ha mostrato un **prevalente peggioramento dello stato di salute** tra le aziende del **dettaglio di prodotti per la persona** (saldo negativo e % di aziende che dichiarano di aver assistito ad un peggioramento pari al 36%). Stabilità ed equilibrio nel dettaglio prodotti per la casa e negli alimentari, andamento tendenzialmente positivo nei servizi e nell'ingrosso e particolarmente positivo nel turismo e ristorazione.

ANDAMENTO FATTURATI: CONFRONTO 2023-2022

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

Il **30%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **calo del proprio fatturato rispetto allo stesso periodo del 2022.** Il fatturato è, invece, **aumentato nel 39%** dei casi mentre è **rimasto invariato** nel **31**%. Come risultato di queste tendenze si è osservato un aumento medio dell'1%.

Hanno osservato una **contrazione dei fatturati i settori del dettaglio alimentari** e **prodotti per la casa**. Mediamente stabile l'andamento nel dettaglio di prodotti per la persona e nell'ingrosso. **Positivo**, invece, il **trend dei fatturati nel settore servizi** ed **in particolar modo nel turismo e ristorazione .**

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 **33%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di avere **difficoltà nel pagare i fornitori** (quasi sempre o qualche volta).

Questa percentuale è **rimasta costante a partire da metà 2022**, dopo che era **diminuita rispetto al picco negativo di 53% osservato a fine 2020**.

I settori con **difficoltà più frequenti** il **dettaglio alimentari** (42%) **e ristorazione** (52%) mentre **difficoltà meno frequenti** tra le aziende dell'**ingrosso** (17%).

CLIMA DI FIDUCIA

E' stata chiesta alle una previsione sull'andamento del proprio stato di salute nel primo semestre 2024 (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 nel primo semestre 2024 (il 70%) mentre le restanti si dividono in **17% di ottimiste che prevedono un miglioramento** e **13% di pessimiste che prevedono peggioramento**.

Questo "clima di fiducia" (differenza tra "ottimisti" e "pessimisti") ha osservato un **andamento oscillatorio tra il 2020 ed il 2021 (**forte pessimismo a fine 2020, ottimismo a metà 2021). **A partire dal 2022 e nel 2023 il clima di fiducia si è assestato su valori improntati alla stabilità.**

Il **clima di fiducia migliore** lo si osserva **tra le aziende del turismo e ristorazione** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quota di aziende che prevedono un peggioramento minima). In equilibrio negli altri settori, e **negativo**, invece, **nel dettaglio di prodotti per la persona**.

PREVISIONI OCCUPAZIONALI

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

Una **quota consistente** di aziende con dipendenti intervistate (il **36%**) **prevede di assumere nei prossimi 6 mesi**, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, **nello stesso periodo, una quota inferiore** (7% 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 31 dicembre 2023 su una scala a quattro livelli (sufficiente in un medio periodo ossia per oltre 3 mesi – sufficiente solo nel breve periodo ossia per due o tre mesi – insufficiente – gravemente insufficiente)

Il **13%** delle aziende **ritiene "insufficiente" o "gravemente insufficiente" il proprio livello di liquidità.** Delle rimanenti aziende il 33% lo ritiene "sufficiente ma solo per un breve periodo", il 54% lo ritiene solido ovvero "sufficiente anche nel medio periodo".

Queste percentuali sono **rimaste costanti a partire dal primo dopo-covid (metà 2021) ad oggi senza particolari criticità,** con una quota di liquidità insufficienti stabilee attorno a valori di poco superiori al 10% e una quota di liquidità solide o appena sufficienti oscillanti su valori costanti

Segnalano un **livello di liquidità leggermente più critico i settori del commercio al dettaglio non alimentare**, mentre **nell'ingrosso e nel turismo il livello di liquidità generale sembra essere migliore.**

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 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%) vede, al 31 dicembre 2023, **sintomi di difficoltà tra i propri clienti** (nel 59% dei casi leggera, nel 23% dei casi marcata). Le **difficoltà tra i clienti** risultano frequenti in tutti i settori, ma **più frequenti tra i clienti delle aziende del commercio al dettaglio di alimentari** (il 95%) e **più contenute nell'ingrosso e nel turismo e nella ristorazione.**

E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del 2023**: questo è avvenuto secondo il **63% delle aziende** (nel 45% in maniera leggera, nel 18% marcata). Per il **33%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate** rispetto a 12 mesi fa, e solo per il 3% sono diminuite.

In tutti i settori prevalgono i casi di aumento delle difficoltà dei clienti ispetto ai casi di diminuzione (saldo negativo) ma il peggioramento nelle difficoltà dei clienti è **più frequente nei settori del commercio al dettaglio di alimentari e nei servizi.**

La maggioranza delle aziende ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** che i**l numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia rimasto invariato** (il 36%) mentre, tra le restanti aziende, nel **28% dei casi** è **diminuito** (nel 22% dei casi leggermente diminuito, nel 6% decisamente diminuito) mentre nel **35%** è **aumentato** (29% leggermente e 6% decisamente).

INFLAZIONE

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato nel corso del 2023 e se parallelamente hanno applicato un aumento dei prezzi e se intendono farlo nel corso del primo semestre 2024.

L'**aumento medio dei costi aziendali** in tutto il terziario è stato pari al **+11%,** ed è stato **osservato un aumento dal** 88**% delle intervistate**. Gli aumenti dei costi aziendali risultano **mediamente più marcati tra le aziende della ristorazione** e **degli alimentari**.

L'**aumento medio dei prezzi applicati** nello stesso periodo in tutto il terziario è stato pari al **+4%** ed è stato attuato dal **69% delle aziende** intervistate. La quota di aziende che hanno applicato un aumento prezzi è **più marcata** negli **alimentari** (82%), la **ristorazione** (80%) ed **il turismo** (78%).

Il 71% prevede di aumentare i prezzi nel corso del primo semestre 2024. Più frequente questa previsione tra le aziende del turismo (79%), del dettaglio prodotti alimentari (74%) e della ristorazione (70%).

PREOCCUPAZIONI

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

Il **26% delle intervistate ritiene che l'effetto dell'inflazione sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti sta mettendo a rischio la sopravvivenza dell'azienda**. Questa percentuale è **nettamente diminuita rispetto al 43% osservato un anno fa**. Il dato più alto si registra nel dettaglio alimentari (42%), nel dettaglio di prodotti per la persona (41%) e nella ristorazione (34%), mentre è più contenuto nell'ingrosso.

Il 12% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività: questo dato è **decisamente diminuito rispetto ad un anno fa** (erano il 25% a temere ciò). Dato particolarmente elevato nel turismo (22%) e nei servizi (22%).

Il 29% ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale per adattarla alle esigenze del mercato in particolar modo tra le aziende del settore ingrosso (42%).

Il 37% percepisce nella zona dove è situata la sua attività un crescente rischio di insicurezza (analogamente erano il 41% sei mesi fa), percezione particolarmente frequente tra le aziende del dettaglio alimentari (58%).

esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario

PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO VICENZA

FOCUS STRANIERI

LAVORATORI STRANIERI

Per la prima volta da quando questa rilevazione viene condotta è stato chiesto alle aziende se tra il proprio personale sono presenti dipendenti stranieri (distinguendo tra comunitari ed extra-comunitari).

% DI DIPENDENTI STRANIERI

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% dipendenti stranieri	**4,4%**	**1,6%**	**1,5%**	**1,4%**	**10,9%**	**2,5%**	**11,2%**	**11,6%**
% dipendenti comunitari	**1,6%**	0,5%	0,0%	0,7%	7,8%	0,7%	4,6%	2,7%
% dipendenti extracom.	**2,8%**	1,1%	1,5%	0,7%	3,1%	1,8%	6,6%	8,9%

I **dipendenti stranieri sono il 4,4% dei dipendenti totali** delle aziende intervistate: **l'1,6% sono comunitari** ed il 2**,8% sono extra-comunitari**. La quota di stranieri è più elevata nel turismo (11,2%) e nella ristorazione (11,6%), ma anche nei servizi supera il 10% (10,9%). Decisamente più contenuta in tutti gli altri settori: nel dettaglio sono l'1,5% e nell'ingrosso il 2,5%.

% DI AZIENDE CON DIPENDENTI STRANIERI

Tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende con dipendenti stranieri	**22%**	**8%**	**10%**	**13%**	**27%**	**19%**	**76%**	**36%**
% aziende con dipendenti comunitari	**9%**	4%	5%	7%	20%	7%	26%	13%
% aziende con dipendenti extra-comunitari	**17%**	8%	5%	7%	20%	14%	63%	28%

Il 22% delle aziende con dipendenti ha almeno un dipendente straniero: il 9% ha almeno un dipendente comunitario, il 17% almeno un dipendente extra-comunitario. Questa quota è più elevata tra le imprese del turismo (il 76% ha almeno un dipendente straniero), seguite dal turismo (36%) e dai servizi (27%). In tutti i settori prevalgono le aziende con dipendenti extra-comunitari rispetto a quelle con dipendenti comunitari.

% DI AZIENDE CON DIPENDENTI STRANIERI – per classe di fatturato

Tra le aziende con dipendenti

	% aziende con dip. stranieri
Meno di 100 mila €	6%
100 mila € - 500 mila €	18%
500 mila € - 1 milione €	31%
Oltre 1 milione €	27%
TOTALE	**22%**

La **quota di aziende con dipendenti con almeno uno straniero** all'interno del personale è **via via maggiore al crescere della dimensione aziendale:** sono appena il 6% tra le imprese con fatturato inferiore a 100 mila €, il 30% tra le imprese con fatturato superiore a 500 mila €.

% DI AZIENDE CON DIPENDENTI STRANIERI – per classe di dipendenti

Tra le aziende con dipendenti

	% aziende con dip. stranieri
1 - 5 dipendenti	9%
6 - 10 dipendenti	33%
11 dipendenti o oltre	42%
TOTALE	**22%**

La presenza di almeno un dipendente straniero è più frequente tra imprese dimensionate (sopra i 5 dipendenti)

DOMANDE DI CARATTERE GENERALE

Sono state poste alle aziende domande di carattere generale in materia di lavoratori stranieri

E' DISPONIBILE AD ASSUMERE LAVORATORI EXTRA - COMUNITARI ?

	TOTALE TERZIARIO
% su totale aziende	**44%**
% su aziende con dip.	**54%**

Il 44% delle aziende intervistate si dichiara disponibile ad assumere lavoratori extra-comunitari. Se consideriamo solo le aziende con dipendenti questa quota sale al 54%.

E' A CONOSCENZA DELLE PROCEDURE PER FAR ENTRARE IN ITALIA UN LAVORATORE EXTRA-COMUNITARIO?

	TOTALE TERZIARIO
% su totale aziende	**13%**
% su totale aziende con dipendenti	**16%**
% su aziende che si dichiarano disponibili ad assumere extra-comunitari	**22%**
% su aziende già con lavoratori extra-comunitari in organico	**39%**

Solo il 13% delle intervistate è a conoscenza delle procedure per far entrare in Italia un lavoratore extra-comunitario, percentuale che sale di poco se si considerano solo le aziende con dipendenti (16%). Non migliora tale conoscenza nemmeno tra le aziende che si dichiarano disponibili ad assumere extra-comunitari: tra queste è il 22% a conoscere le procedure. Infine tale conoscenza sale al 39% se si considerano solo le aziende con personale extra-comunitario già presente in azienda.

SAREBBE DISPOSTO A PROMUOVERE NEI CONFRONTI DEI LAVORATORI STRANIERI LA PARTECIPAZIONE AD UN CORSO DI ITALIANO SPECIFICO PER IL LORO SETTORE LAVORATIVO?

	TOTALE TERZIARIO
% su totale aziende	26%
% su totale aziende con dipendenti	47%
% su aziende che si dichiarano disponibili ad assumere extra-comunitari	79%
% su aziende già con lavoratori extra-comunitari in organico	61%

Il 26% delle intervistate sarebbe disposto a promuovere nei confronti dei lavoratori stranieri la partecipazione ad un corso di italiano specifico per il loro settore lavorativo. Percentuale che sale al 47% se si considerano solo le aziende con dipendenti. Tra le aziende che si dichiarano disponibili ad assumere extra-comunitari questa percentuale sale ancora al 79%, mentre è pari al 61% se si considerano solo le aziende con personale extra-comunitario già presente in azienda.

SAREBBE DISPONIBILE A TROVARE ALLOGGIO AD UN SUO LAVORATORE STRANIERO

	TOTALE TERZIARIO
% su totale aziende	26%
% su totale aziende con dipendenti	25%
% su aziende che si dichiarano disponibili ad assumere extra-comunitari	44%
% su aziende con lavoratori extra-comunitari	23%

Il 26% delle intervistate sarebbe disposto trovare un alloggio ad un proprio lavoratore straniero. Percentuale che resta invariata (25%) se si considerano solo le aziende con dipendenti. Tra le aziende che si dichiarano disponibili ad assumere extra-comunitari questa percentuale sale ancora al 44%, mentre è pari solo al 23% se si considerano solo le aziende con personale extra-comunitario già presente in azienda.

HA QUALCHE SEGNALAZIONE A RIGUARDO DI ECCESSIVI RITARDI BUROCRATICI, DIFFICOLTÀ O ALTRI OSTACOLICHE I SUOI DIPENDENTI STRANIERI DEVONO SUBIRE NEI VARI ADEMPIMENTI CON LA P.A.?

Questure: ritardi negli appuntamenti per il rilascio/rinnovo dei permessi di soggiorno (che incidono, ad esempio, sulla possibilità di rinnovo dei contratti di lavoro, sul riconoscimento per l'assistenza sanitaria ...)
Questi vengono denunciati dal 16% delle aziende. Il 45% se si considerano solo le imprese che hanno alle proprie dipendenze personale extracomunitario.

Prefetture: ritardi nell'iter di richiesta di ottenimento della cittadinanza
Questi vengono denunciati dal 7% delle aziende. Il 26% se si considerano solo le imprese che hanno alle proprie dipendenze personale extracomunitario.

Comuni: presenza di criteri di accesso ai "bonus sociali" (bonus bebè, bonus affitti, buoni mensa...) che rendono difficoltoso l'accesso a tali bonus da parte di soggetti provenienti da paesi terzi
Questi vengono denunciati dal 5 % delle aziende. Il 66% se si considerano solo le imprese che hanno alle proprie dipendenze personale extracomunitario.