esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario
PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
VICENZA

OSSERVATORIO
ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

PRIMO TRIMESTRE 2024

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

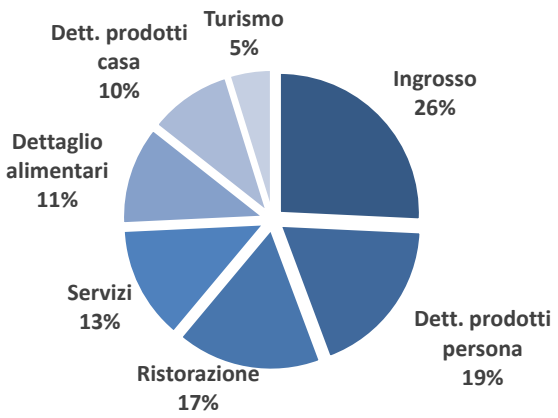
L'ANALISI

Si riportano di seguito le <u>analisi dei dati raccolti a mezzo di 170 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 31 MARZO 2024 ed al PRIMO TRIMESTRE 2024**, nonché del loro **trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti nelle passate rilevazioni).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

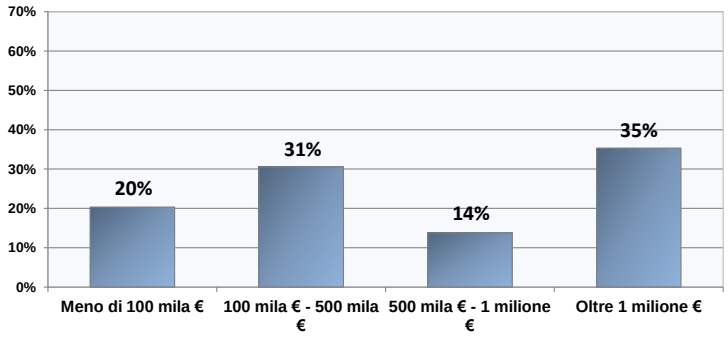
Come prima cosa si osservano le <u>caratteristiche del campione di aziende rispondenti</u> in questa rilevazione, in particolare il settore, la fascia di fatturato 2023 e la classe di dipendenti. La sua <u>composizione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della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

<u>SETTORE</u>



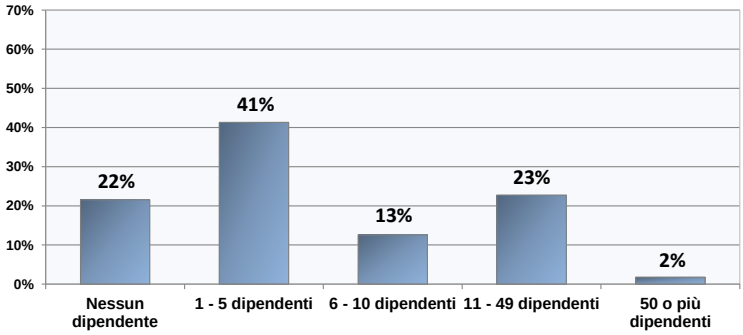
Il campione è costituito **per il 40%** da imprese del **commercio al dettaglio** (per il 19% di prodotti per la persona, per l'11% prodotti alimentari e 10% prodotti per la casa). L'**ingrosso** rappresenta il **26%** delle intervistate, mentre i settori **turismo** e **ristorazione** il **22%**. Infine i **servizi** rappresentano il **13%** delle intervistate.

<u>FASCIA DI FATTURATO - 2023</u>



Il campione è costituito **per il 20%** 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 **35%** dei casi il fatturato **supera il milione di €.**

<u>NUMERO DI DIPENDENTI - AL 31 MARZO 2024</u>



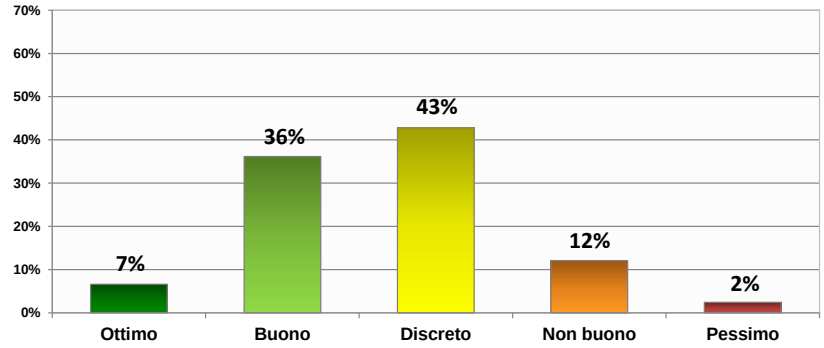
Il **22%** delle intervistate **non ha dipendenti**, mentre le **restanti (78%) hanno almeno un dipendente** (tra queste il 41%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 13% ne ha tra 6 e 10, il 23% tra 11 e 49 e solo il 2% ha 50 dipendenti o più).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 31 marzo 2024

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 31 marzo 2024 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 31 MARZO 2024



% NON BUONO/PESSIMO

14%

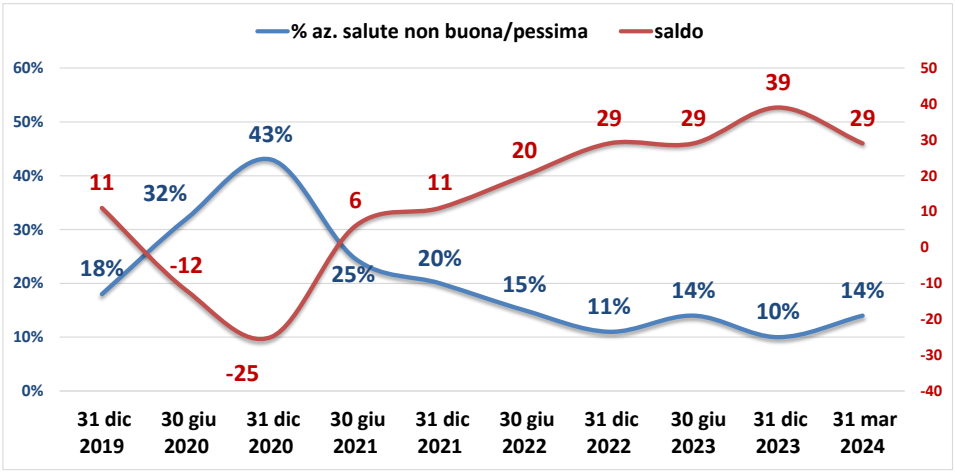
SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+29

Tendenzialmente **positivo lo stato di salute delle aziende intervistate al 31 marzo 2024**: infatti, al netto **delle aziende** che **lo ritengono discreto** (43%, la metà), **prevale la quota di aziende che lo ritengono positivo** (43% buono o ottimo) rispetto alla quota che **lo ritengono negativo** (14% non buono o pessimo), generando un **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) **positivo** (+29).

STATO DI SALUTE – IL TREND



Lo **stato di salute** (misurato sia come % di aziende in stato non buono o pessimo, sia come saldo) è andato **gradualmente migliorando dopo il netto peggioramento osservato in pieno periodo di emergenza Covid** (picco negativo osservato a fine 2020). Il **primo trimestre 2024** ha mostrato un **assestamento dello stato di salute** sugli stessi valori osservati a partire da metà 2022.

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	19%	65%	16%	+3
Dettaglio di prodotti per la casa	20%	67%	13%	+7
Dettaglio di alimentari	47%	32%	21%	+26
Servizi	45%	45%	9%	+36
Comm. all'ingrosso	63%	28%	9%	+54
Turismo	38%	50%	13%	+25
Ristorazione	46%	32%	21%	+25
TOTALE	**43%**	**43%**	**14%**	**+29**

Lo **stato di salute al 31 marzo 2024** mostra **saldo positivi in tutti i settori**, ma **più contenuto nel dettaglio di generi non alimentari** (per la persona e per la casa). Si evidenzia, inoltre, un'**elevata quota di aziende in stato di salute critico** nel **dettaglio alimenta**ri e nella **ristorazione** (21%), superate però da una % di aziende in stato di salute buono che rende il saldo positivo. L'**ingrosso** è il settore che mostra lo **stato di salute migliore**.

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	21%	50%	29%	-8
100 mila € - 500 mila €	36%	46%	18%	+18
500 mila € - 1 milione €	52%	35%	13%	+39
Oltre 1 milione €	58%	39%	3%	+55
TOTALE	**43%**	**43%**	**14%**	**+29**

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 -8 e il 29% in stato "non buono"), mentre **al crescere della dimensione lo stato di salute migliora** (saldo decisamente positivo).

Stato di salute – per classe dipendenti

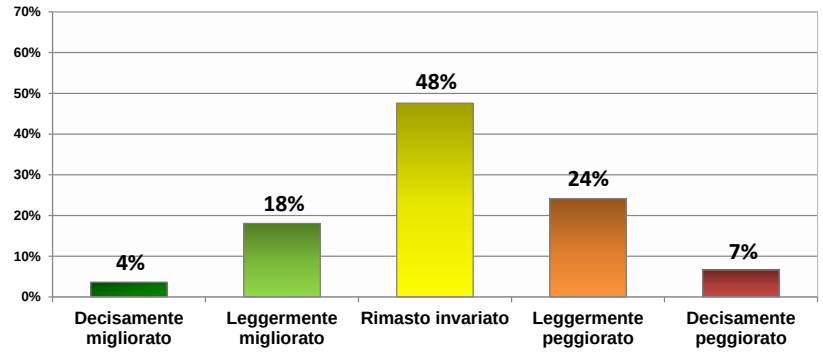
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**20%**	**54%**	**26%**	**-6**
Con dipendenti	**49%**	**40%**	**11%**	**+38**
1 - 5 dipendenti	41%	41%	19%	+23
6 - 10 dipendenti	52%	43%	5%	+47
11 o più dipendenti	63%	34%	3%	+60
TOTALE	**43%**	**43%**	**14%**	**+29**

Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti** si osserva uno **stato di salute meno positivo** (saldo +-6 ed il 26% 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 3 MESI 2024

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso dei primi 3 mesi del 2024 su una scala a 5 livelli.

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE – PRIMI 3 MESI 2024



% AZIENDE PEGGIORATO

31%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

-9

In **sostanziale stabilità lo stato di salute delle aziende intervistate nel corso dei primi 3 mesi del 2024**: infatti, la **maggioranza delle aziende** (48%) **ritiene sia rimasto invariato**. Al contempo, però, si rileva, tra le restanti aziende, **una prevalenza della quota di coloro che ritengono peggiorato** il loro stato di salute nel trimestre (31%) **rispetto alla quota di coloro che lo ritengono migliorato** (22%), generando un **saldo negativo** (-9).

Andamento stato di salute – per settore

	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	16%	52%	32%	-16
Dettaglio di prodotti per la casa	7%	60%	33%	-26
Dettaglio di alimentari	5%	79%	16%	-11
Servizi	50%	36%	14%	+36
Comm. all'ingrosso	26%	37%	37%	-11
Turismo	38%	38%	25%	+13
Ristorazione	14%	43%	43%	-29
TOTALE	**22%**	**48%**	**31%**	**-9**

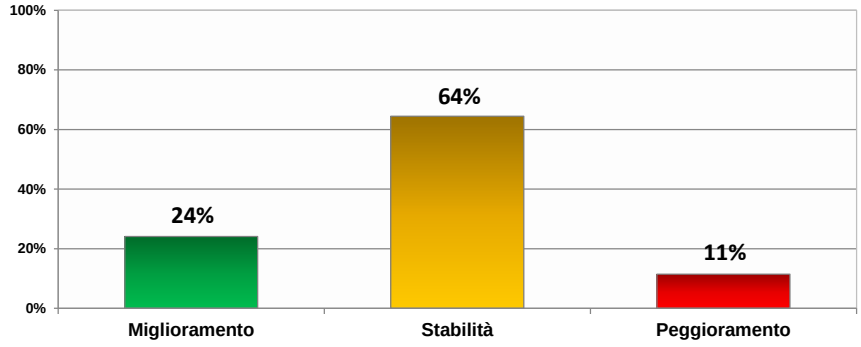
I primi 3 mesi del 2024 hanno mostrato:

- per alcuni settori **un prevalente peggioramento del proprio stato di salute** (saldo negativo): questi settori sono, di fatto, i **tre settori del dettaglio** (in particolare il dettaglio di prodotti per la casa), ma mostrano **saldo negativo anche l'ingrosso** (evento abbastanza raro per il settore) **e la ristorazione** (dove la quota di casi di peggioramento supera il 40%).
- **prevalenza di casi di miglioramento** (e quindi saldo positivo) invece **negli altri settori** (servizi e turismo).

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.)
+13

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 **64%**). L**e restanti** aziende si dividono in:

- **ottimiste/non preoccupate:** il **24%** prevede miglioramento,
- **pessimiste/preoccupate:** l'**11%** prevede un peggioramento,

generando quindi un **clima di fiducia al 31 marzo 2024 positivo (+13).**

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	10%	77%	13%	-3
Dettaglio di prodotti per la casa	13%	80%	7%	+6
Dettaglio di alimentari	16%	74%	11%	+5
Servizi	32%	64%	5%	+27
Comm. all'ingrosso	23%	56%	21%	+2
Turismo	40%	50%	10%	+30
Ristorazione	39%	54%	7%	+32
TOTALE	**24%**	**64%**	**11%**	**+13**

Il clima di fiducia migliore lo si osserva tra **le aziende del turismo e ristorazione** e tra i **servizi** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quindi saldo positivo). Equilibrio negli altri settori (tanti pessimisti quanti ottimisti).

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	18%	71%	12%	+6
100 mila € - 500 mila €	26%	64%	10%	+16
500 mila € - 1 milione €	13%	78%	9%	+4
Oltre 1 milione €	31%	56%	14%	+17
TOTALE	**24%**	**64%**	**11%**	**+13**

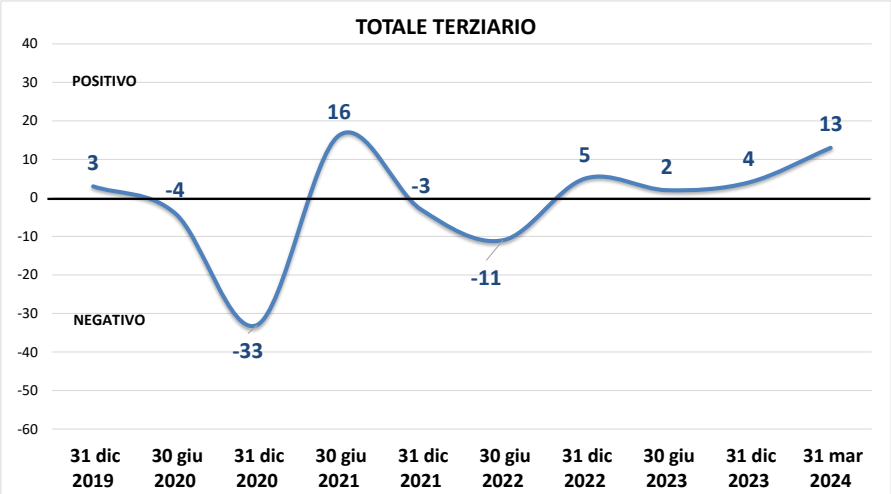
Leggermente migliore il clima di fiducia tra le aziende più grandi (fatturato sopra il milione).

Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	**9%**	**80%**	**11%**	**-2**
Con dipendenti	**28%**	**60%**	**11%**	**+17**
1 - 5 dipendenti	22%	67%	12%	+10
6 - 10 dipendenti	29%	62%	10%	+19
11 o più dipendenti	42%	45%	13%	+29
TOTALE	**24%**	**64%**	**11%**	**+13**

Il clima di fiducia **migliore tra le aziende con dipendenti** (+17) e cresce al crescere della classe di dipendenti.

CLIMA DI FIDUCIA – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



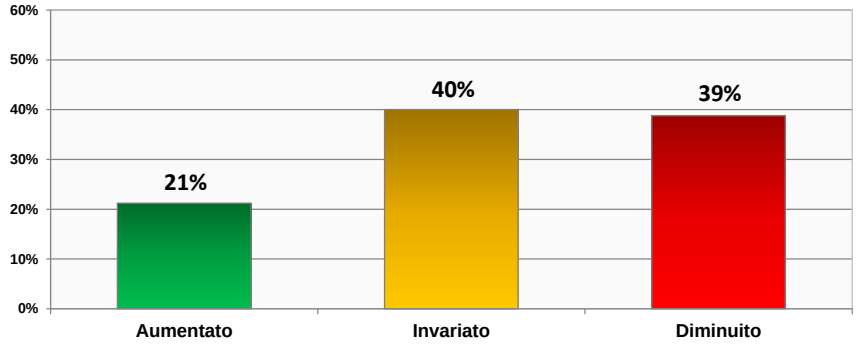
Nel complesso del terziario si è osservato un **andamento decisamente oscillatorio del clima di fiducia,** con una **tendenza all'assestamento su valori di equilibrio** (tanti ottimisti quanti pessimisti) **nel corso del 2023, e un lieve miglioramento nel corso del 1° trimestre 2024.**

ANDAMENTO FATTURATI: primi 3 mesi 2024 – primi 3 mesi 2023

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando i primi 3 mesi del 2024 con lo stesso periodo del 2023. 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 3 mesi 2024 – Primi 3 mesi 2023



SALDO
(% CASI AUM - % CASI DIMIN)
-18

VARIAZIONE % MEDIA
-5.5%

Vengono **confrontati i fatturati dei primi 3 mesi del 2024 con quelli dello stesso periodo 2023**. Al netto dei **casi di stabilità** (40%) risultano **prevalenti i casi di calo dei fatturati** (segnalati dal 39% dei rispondenti), mentre **sono solo il 21% i casi di aumento**, generando un **saldo negativo** (-18).

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al -5.5%.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	13%	52%	35%	-22
Dettaglio di prodotti per la casa	20%	33%	47%	-27
Dettaglio di alimentari	11%	63%	26%	-15
Servizi	48%	29%	24%	+24
Comm. all'ingrosso	21%	26%	53%	-32
Turismo	13%	63%	25%	-12
Ristorazione	21%	39%	39%	-18
TOTALE	**21%**	**40%**	**39%**	**-18**

L'unico settore che, confrontando i primi 3 mesi 2024 con lo stesso periodo del 2023, ha mostrato un **saldo positivo** è stato il settore servizi. **Negativo il saldo negli altri settori**, in particolar modo nell'ingrosso e nel dettaglio di prodotti per la casa.

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Meno di 100 mila €	9%	44%	47%	-38
100 mila € - 500 mila €	20%	39%	41%	-21
500 mila € - 1 milione €	26%	48%	26%	0
Oltre 1 milione €	27%	36%	37%	+10
TOTALE	**21%**	**40%**	**39%**	**-18**

Le aziende più piccole (fatturato inferiore a 100 mila €) **mostrano un saldo particolarmente negativo** (-38), mentre al crescere della dimensione aziendale l'andamento dei fatturati migliora fino a diventare prevalentemente positivo tra le aziende con fatturato superiore a 1 milione.

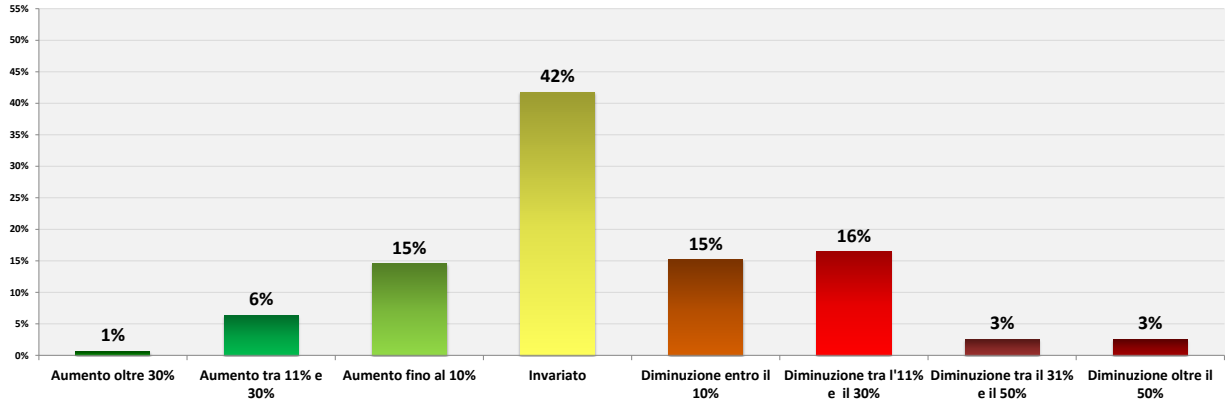
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Nessun dipendente	**9%**	**43%**	**49%**	**-40**
Almeno un dipendente	**25%**	**39%**	**36%**	**-11**
1 - 5 dipendenti	25%	41%	34%	-9
6 - 10 dipendenti	14%	43%	43%	-29
Oltre 10 dipendenti	32%	34%	34%	+2
TOTALE	**21%**	**40%**	**39%**	**-18**

Analogamente le **aziende senza dipendenti mostrano un saldo particolarmente negativo** (-40) rispetto alle aziende con dipendenti (-11).

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

Primi 3 mesi 2024 – Primi 3 mesi 2023



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 16%** dei casi,
  - e **consistenti** (superiori al 30%) **solo nel 6%** dei casi.
- I **casi di aumento** registrati, invece, sono stati
  - di **intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 15%** dei casi,
  - di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 6%** dei casi
  - e **consistenti** (superiori al 30%) **nel 1%** dei casi.

Intensità delle variazioni di fatturato – per settore

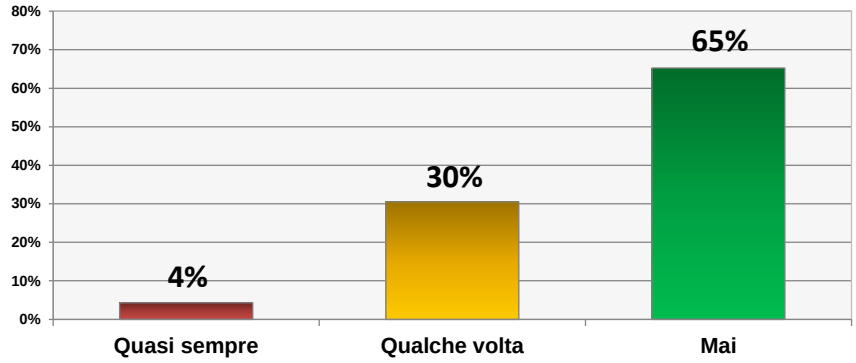
	Aumento marcato	Aumento contenuto		Invariato	Diminuzione contenuta		Diminuzione marcata	
	oltre 30%	tra 11% e 30%	fino al 10%		entro il 10%	tra 11% e 30%	tra 31% e 50%	oltre il 50%
Dettaglio prodotti per la persona	0%	0%	13%	52%	13%	19%	3%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	0%	21%	36%	36%	0%	7%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	0%	11%	63%	16%	11%	0%	0%
Servizi	0%	29%	19%	29%	0%	14%	0%	10%
Comm. all'ingrosso	0%	7%	15%	27%	17%	27%	2%	5%
Turismo	0%	0%	14%	71%	0%	0%	14%	0%
Ristorazione	4%	4%	12%	44%	20%	16%	0%	0%
TOTALE	**1%**	**6%**	**15%**	**42%**	**15%**	**16%**	**3%**	**3%**

La mostra l'intensità delle variazione di fatturato rispetto al I° trimestre 2023 per tutti i settori.

RAPPORTI CON I FORNITORI

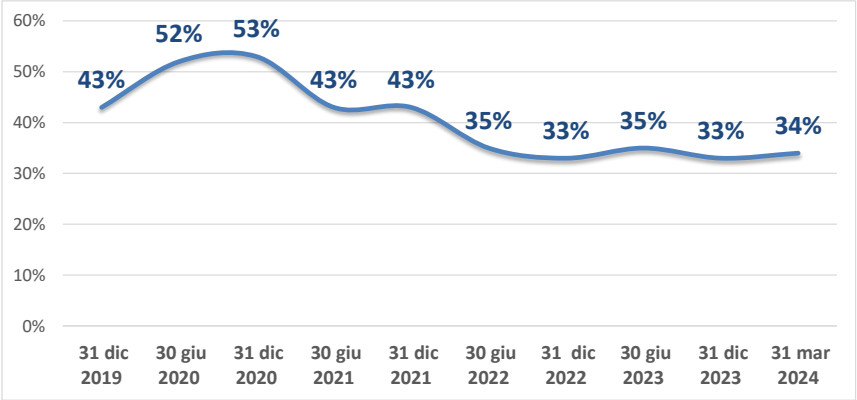
E' stato chiesto alle aziende se hanno difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 31 marzo 2024



Il **34% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza **sporadiche** (30%) e **frequenti** solo nel 4% dei casi.

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



La quota di aziende in difficoltà a pagare i fornitori dopo il picco massimo osservato nel corso del 2020 (quando aveva superato il 50%) è andata diminuendo nel corso del 2021, e **nel corso del 2022 e 2023 è rimasta costante su valori attorno al 33-35%, confermati anche al termine del primo trimestre 2024**

Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	45%	55%
Dettaglio di prodotti per la casa	40%	60%
Dettaglio di alimentari	42%	58%
Servizi	24%	76%
Comm. all'ingrosso	16%	84%
Turismo	35%	65%
Ristorazione	56%	64%
TOTALE	**34%**	**66%**

Le **difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori** vengono mostrate dalle imprese della **ristorazione** (56%) ma anche nel **commercio al dettaglio** (alimentare, prodotti per la persona e per la casa). **Meno frequenti** tali difficoltà, invece, nei servizi e nell'ingrosso.

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

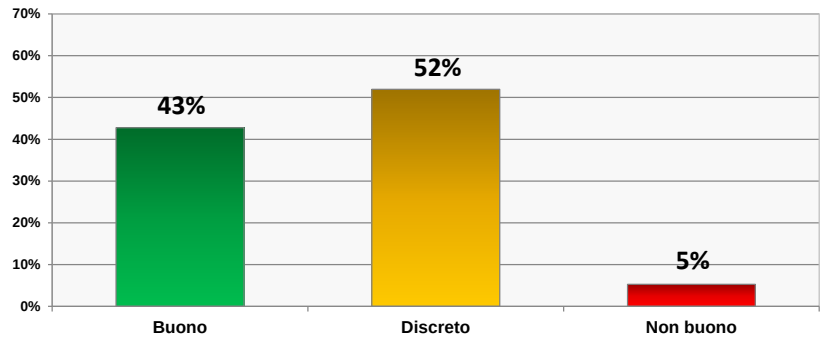
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	50%	50%
100 mila € - 500 mila €	49%	51%
500 mila € - 1 milione €	32%	68%
Oltre 1 milione €	15%	85%
TOTALE	**34%**	**66%**

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 primo trimestre 2024.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 31 marzo 2024



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 38

La maggioranza delle aziende (il 52%) **ritiene "discreto" il proprio rapporto con gli istituti di credito**, mentre il **43% lo ritiene "buono"**, ed appena **il 5% non buono**. Il **saldo** quindi **è decisamente positivo e pari a +38.** Questo valore risulta **in linea con quanto osservato 3 mesi fa** (era +36 a fine 2023) **quando era migliorato rispetto a fine 2022** (era +23) **e al periodo covid** (tra il 2020 e 2021 si attestava tra il +10 ed il +15).

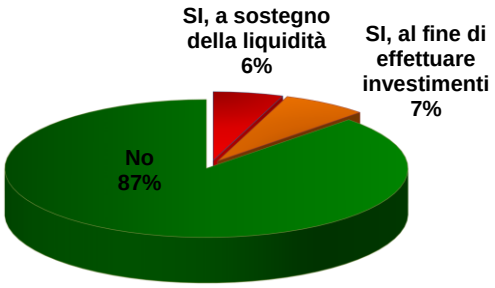
Rapporto con le banche – per settore

	Buono	Discreto	Non buono	Saldo (% buono - % non buono)
Dettaglio prodotti per la persona	27%	60%	13%	+14
Dettaglio di prodotti per la casa	25%	75%	0%	+25
Dettaglio di alimentari	26%	63%	11%	+15
Servizi	39%	61%	0%	+39
Comm. all'ingrosso	72%	28%	0%	+72
Turismo	71%	29%	0%	+71
Ristorazione	33%	59%	7%	+26
TOTALE	**43%**	**52%**	**5%**	**+38**

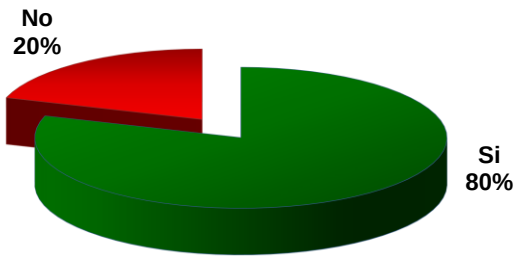
Nessun settore mostra criticità particolari nei rapporti con le banche. Solo **nel dettaglio alimentari e nel dettaglio di prodotti per la persona** la **quota di aziende che dichiarano un rapporto "non buono" è leggermente superiore** rispetto agli altri settori (rispettivamente 13% ed 11%, rispetto al 5% complessivo).

PRESTITI BANCARI – 1° trimestre 2024

Ha fatto richiesta?



Li ha ottenuti?



Il 13% è **ricorsa a prestiti nel corso del primo trimestre 2024: il 6% per sostegno alla liquidità** ed il **7% per investimenti.** Questa percentuale è pressoché **in linea con** quella osservata nello **stesso periodo 2023** quando era pari all'11%. Il **20%** tra quelle ricorse al credito, **dichiara però di non aver ottenuto il prestito** (erano state il 21% anche nel I° trimestre 2023)

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	13%	3%	84%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	0%	100%
Dettaglio di alimentari	0%	0%	100%
Servizi	0%	5%	95%
Comm. all'ingrosso	5%	12%	83%
Turismo	13%	15%	72%
Ristorazione	7%	7%	86%
TOTALE	**6%**	**7%**	**87%**

Il ricorso al credito è stato **più frequente tra le imprese dell'ingrosso** (17%), **del dettaglio persona** (16%) e, soprattutto, nel **turismo** (28%).

Prestiti – per classe di fatturato

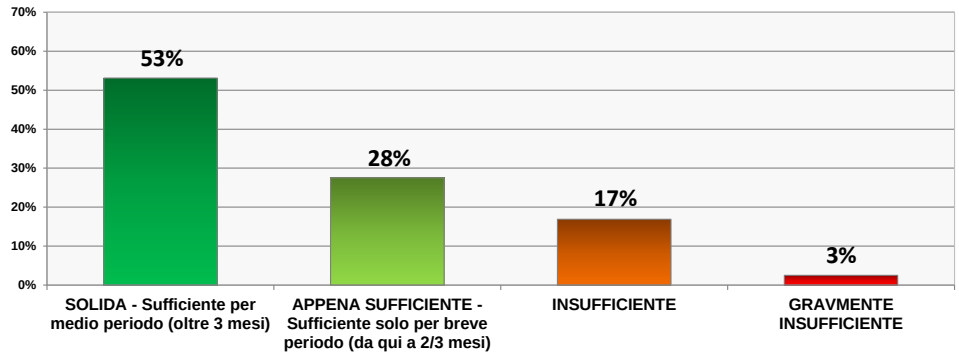
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	3%	6%	91%
100 mila € - 500 mila €	10%	0%	90%
500 mila € - 1 milione €	4%	17%	78%
Oltre 1 milione €	4%	9%	88%
TOTALE	**6%**	**7%**	**87%**

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

LIQUIDITA' al 31 marzo 2024

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di valutare il proprio livello di liquidità al 31 marzo 2024 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)
+ 33

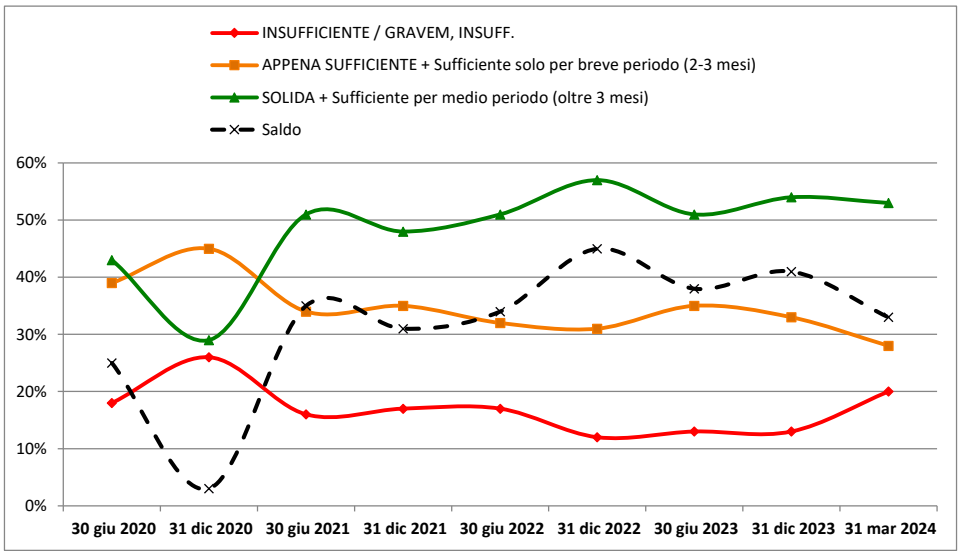
Al **31 marzo 2024** la **maggioranza** delle aziende (**53%**) ritiene **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi) **il proprio livello di liquidità.**

Il **28%** mostra **qualche criticità** in quanto lo ritiene **sufficiente solo per un breve periodo** (2-3 mesi).

Il **20%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (3% gravemente).

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

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) fino a fine 2023**, senza particolari criticità, con una quota di aziende con liquidità insufficiente stanziale attorno a valori di poco superiori al 10% e una quota di liquidità solide o appena sufficienti oscillanti su valori costanti.

Nel corso del I° trimestre 2024 però è leggermente aumentata la quota di aziende con liquidità insufficiente, e calata quella di aziende con liquidità appena sufficiente, a parità di aziende con liquidità solida.

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	47%	23%	27%	3%	31%	+16
Dettaglio di prodotti per la casa	50%	36%	7%	7%	14%	+36
Dettaglio di alimentari	47%	42%	11%	0%	11%	+36
Servizi	55%	35%	5%	5%	10%	+45
Comm. all'ingrosso	69%	19%	12%	0%	12%	+57
Turismo	63%	13%	25%	0%	25%	+38
Ristorazione	37%	30%	30%	4%	34%	+3
TOTALE	**53%**	**28%**	**17%**	**3%**	**20%**	**+33**

Il **livello di liquidità più critico** lo segnala il **settore ristorazione** (insufficiente per il 34% e saldo +3) **seguito dal dettaglio di prodotti per la persona** (31% insufficiente e saldo +16). 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

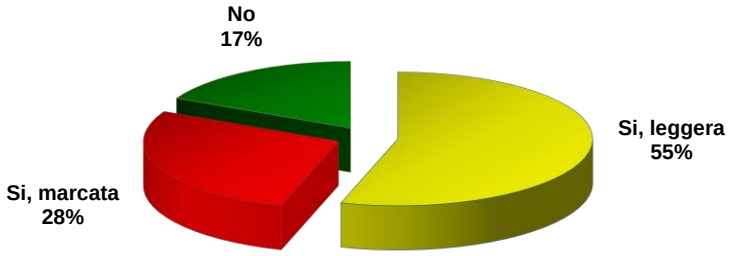
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Meno di 100 mila €	44%	28%	19%	9%	28%	+16
100 mila € - 500 mila €	33%	38%	27%	2%	29%	+4
500 mila € - 1 milione €	61%	26%	13%	0%	13%	+48
Oltre 1 milione €	72%	19%	9%	0%	9%	+63
TOTALE	**53%**	**28%**	**17%**	**3%**	**20%**	**+33**

La situazione di **liquidità è più critica tra aziende piccole** (fatturato fino a 500 mila €) dove quasi il 30% la ritiene insufficiente, **rispetto alle aziende con fatturato oltre 1 milione €** (dove solo il 10% 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 1° trimestre 2024 queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine è stato chiesto di confrontare il numero medio di clienti rispetto ad un anno fa (31 marzo 2023).

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



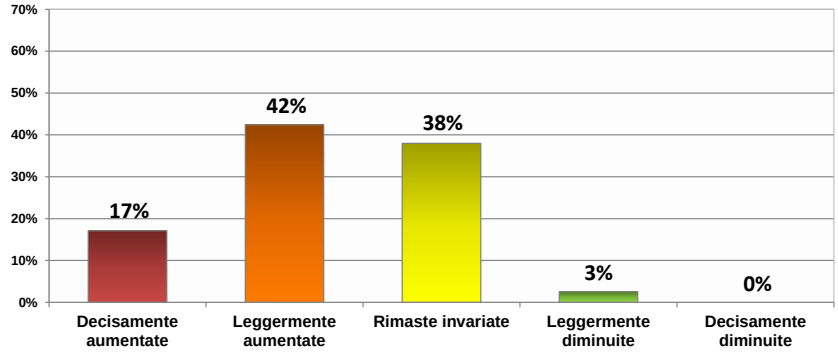
La **maggioranza delle aziende** (83%) vede, al 31 marzo 2024, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 55% dei casi leggera, nel 28% dei casi marcata). Questa quota è rimasta **in linea con quanto osservato a fine 2023** (erano l'82%) mentre al 31 marzo del 2023 erano il 77%.

Difficoltà economiche dei clienti – per settore

	Si, leggera	Si,marcata	No
Dettaglio prodotti per la persona	60%	33%	7%
Dettaglio di prodotti per la casa	43%	43%	14%
Dettaglio di alimentari	47%	37%	16%
Servizi	55%	20%	25%
Comm. all'ingrosso	55%	19%	26%
Turismo	55%	18%	27%
Ristorazione	62%	31%	8%
TOTALE	**55%**	**28%**	**17%**

Le **difficoltà tra i clienti** risultano frequenti in tutti i settori, ma **più frequenti tra i clienti delle aziende della ristorazione** (91%), e del **commercio al dettaglio di prodotti per la persona** (superano il 90%).

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – RISPETTO A 3 MESI FA



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 56

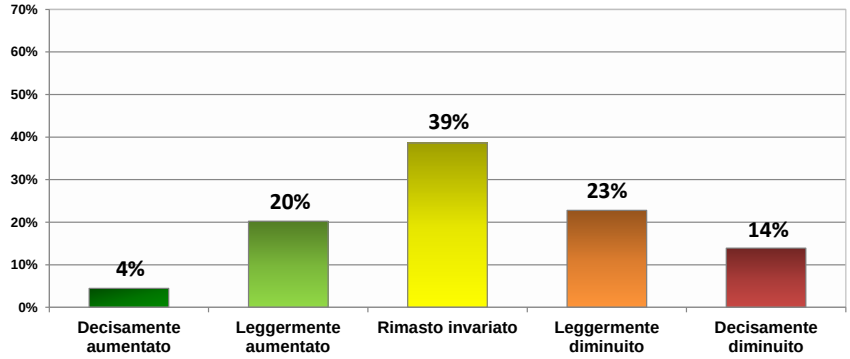
E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del primo trimestre 2024**: questo è avvenuto secondo il **59% delle aziende** (nel 42% in maniera leggera, nel 17% marcata). Per il **38%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo per il 3% sono diminuite. Continua quindi il prevalente l'aumento delle difficoltà dei clienti già registrato lungo tutto il 2023.

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	27%	47%	27%	0%	0%	-73
Dettaglio di prodotti per la casa	31%	38%	31%	0%	0%	-69
Dettaglio di alimentari	0%	63%	32%	5%	0%	-58
Servizi	10%	45%	45%	0%	0%	-55
Comm. all'ingrosso	12%	31%	55%	2%	0%	-40
Turismo	13%	25%	50%	13%	0%	-25
Ristorazione	27%	46%	23%	4%	0%	-69
TOTALE	**17%**	**42%**	**38%**	**3%**	**0%**	**-56**

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 (leggermente meno frequenti nel turismo).

NUMERO MEDIO DI CLIENTI – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% aumentato- % diminuito)
-13

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 39%) mentre, tra le restanti aziende, **prevalgono i casi in cui il numero di clienti è diminuito** (37%), **rispetto ai casi in cui è aumentato** (24%). In tal senso si è osservato per la prima volta dopo due anni, un prevalere del calo dei clienti dopo che nel 2022 e nel 2023 il saldo era stato sempre leggermente positivo.

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

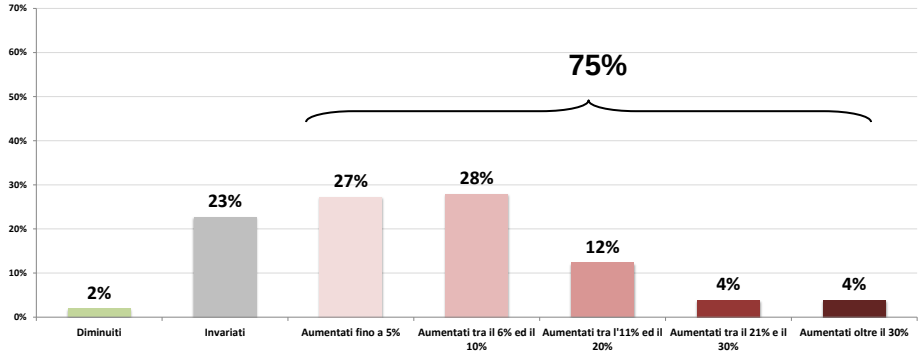
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	3%	10%	43%	20%	23%	-30
Dettaglio di prodotti per la casa	8%	8%	38%	31%	15%	-31
Dettaglio di alimentari	5%	11%	53%	21%	11%	-16
Servizi	10%	30%	30%	15%	15%	+10
Comm. all'ingrosso	0%	36%	36%	24%	5%	+7
Turismo	0%	38%	25%	0%	38%	0
Ristorazione	8%	8%	38%	35%	12%	-31
TOTALE	**4%**	**20%**	**39%**	**23%**	**14%**	**-13**

Il **saldo è positivo** (casi di aumento della clientela più frequenti rispetto ai casi di calo) **nei settori ingrosso e servizi**. Mentre è **particolarmente negativo** (casi di calo della clientela più frequenti rispetto ai casi di aumento) nel **dettaglio di generi non alimentari e nella ristorazione**

INFLAZIONE – PRIMO TRIMESTRE 2024

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato nel 1° trimestre 2024, se hanno applicato un aumento dei prezzi nello stesso periodo e se intendono farlo nel corso del secondo trimestre 2024.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI (primo trimestre 2024)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 9%

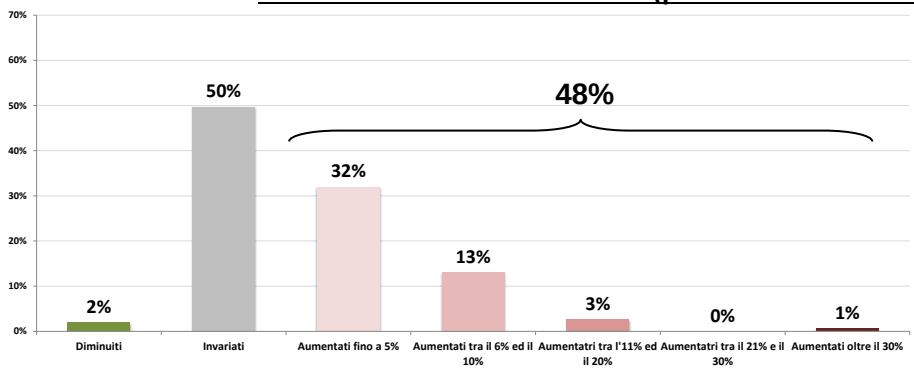
Il **primo trimestre 2024** ha visto un **proseguimento dell'aumento medio dei costi aziendali osservato dalle aziende: mediamente del +9%** (che va a sommarsi al +11% osservato nel 2023). E' stato **osservato dal 75% delle aziende**: nel **27%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (meno del 5%), nel **28%** di **intensità media** (tra 6% e 10%), nel **12% marcata** (tra 10% e 30%) e **nel 8% molto marcata** (superiore al 30%). Nello stesso periodo del 2023 l'aumento dei costi era stato segnalato dall'84% con un aumento medio dell'11%.

Aumento dei costi aziendali – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati
Dettaglio prodotti per la persona	3%	21%	76%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	46%	54%
Dettaglio di alimentari	0%	26%	74%
Servizi	0%	15%	85%
Comm. all'ingrosso	5%	28%	68%
Turismo	0%	14%	86%
Ristorazione	0%	12%	88%
TOTALE	**2%**	**23%**	**75%**

I **settori che più frequentemente hanno visto aumentare i costi aziendali** nel corso del primo trimestre 2024 sono stati i servizi, il turismo e la ristorazione, mentre sono **aumentati in maniera meno frequente** nel dettaglio di prodotti per la casa.

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI (primo trimestre 2024)



VARIAZIONE % MEDIA
+ 3%

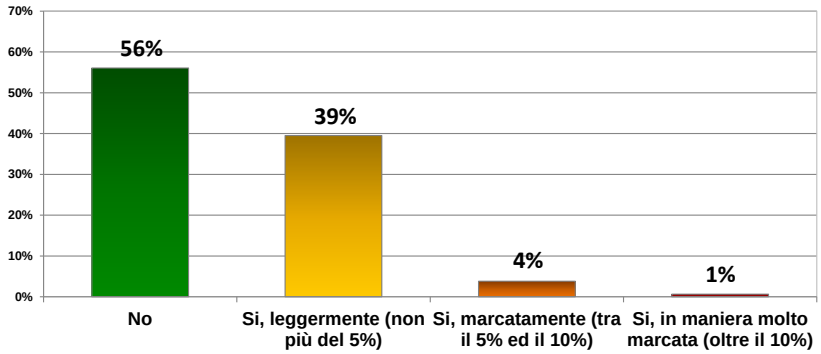
Il 52% delle intervistate **ha mantenuto invariati o diminuiti i prezzi** nel corso del primo trimestre 2024, mentre il **48% ha applicato un aumento:** nel **32%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (inferiore al 5%), nel **13%** di **intensità media** (tra 6% e 10%) e nel **4% marcata** (oltre il 10%).
Nello stesso periodo 2023 era stato il 66% ad applicare un aumento dei prezzi, con aumento medio del +5%.

Aumento dei prezzi applicati – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati
Dettaglio prodotti per la persona	2%	50%	48%
Dettaglio di prodotti per la casa	4%	50%	46%
Dettaglio di alimentari	8%	46%	46%
Servizi	0%	39%	61%
Comm. all'ingrosso	0%	50%	50%
Turismo	3%	46%	51%
Ristorazione	0%	50%	50%
TOTALE	**2%**	**50%**	**48%**

Il **settore che più frequentemente ha aumentato i prezzi** nel corso del primo trimestre 2024 è stato il settore servizi (61%), mentre negli altri settori sono **aumentati con una frequenza attorno al 50%.**

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI
nel secondo trimestre 2024



La **maggioranza** delle aziende (**56%**) **prevede di non aumentare i prezzi nel corso del secondo trimestre 2024,** mentre il 39% prevede di applicare un aumento leggero (inferiore al 5%) e solo nel 5% 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	**45%**	**55%**	48%	7%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	**64%**	**36%**	36%	0%	0%
Dettaglio di alimentari	**50%**	**50%**	44%	6%	0%
Servizi	**65%**	**45%**	30%	0%	5%
Comm. all'ingrosso	**61%**	**49%**	39%	0%	0%
Turismo	**63%**	**47%**	38%	0%	0%
Ristorazione	**52%**	**48%**	37%	11%	0%
TOTALE	**56%**	**44%**	**39%**	**4%**	**1%**

La **previsione di aumentare i prezzi nel secondo trimestre 2024** è **analoga in tutti i settori** (leggermente più contenuta nel dettaglio di prodotti per la casa).

PREOCCUPAZIONI

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

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
L'effetto dell'inflazione sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti sta mettendo a rischio la sopravvivenza della mia azienda	**22%**	23%	13%	53%	5%	12%	13%	39%
Le prossime scadenze fiscali e contributive metteranno a rischio la sopravvivenza della mia attività	**14%**	23%	5%	32%	5%	7%	13%	18%
Nella zona dove è situata la mia attività percepisco un crescente senso di insicurezza	**36%**	55%	31%	21%	50%	35%	13%	25%
Nella zona dove è situata la mia attività hanno recentemente chiuso attività commerciali / pubblici esercizi	**34%**	58%	38%	26%	36%	26%	25%	21%
Ho in programma di innovare l'organizzazione della mia azienda per adattarla alle esigenze di mercato	**28%**	19%	13%	21%	23%	44%	38%	25%

Il **22%** 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 calo rispetto a quella osservata a fine 2023 (26%) e ancor più diminuita rispetto al 43% osservato a fine 2022. Il dato più alto si registra nel dettaglio alimentari (53%) e nella ristorazione (48%), mentre è più basso negli altri settori (più basso nei servizi).

Il **14%** **teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è **in linea con il 12% osservato a fine 2023**, e **calato rispetto al 25% osservato a fine 2022.** Dato particolarmente **elevato** nel **dettaglio di prodotti per alimentari** (32%) ma anche dei **prodotti per la persona** (23%) e **ristorazione** (18%), mentre è più contenuto negli altri settori.

Il **36%** dichiara **che nella zona dove è situata la sua attività percepisce un crescente senso di insicurezza** (in linea con le ultime rilevazioni, era il 37% a fine 2023, il 41% a metà 2023)

Il **34%** dichiara che **nella zona dove è situata la sua attività hanno recentemente chiuso attività commerciali o dei pubblici esercizi**

Il **28%** **ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale per adattarla alle esigenze del mercato** (erano il 29% a fine 2023). Particolarmente attivo in tal senso l'ingrosso, ma anche il turismo, mentre meno propositivi in tal senso il dettaglio di prodotti non alimentari.

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 31 MARZO 2024

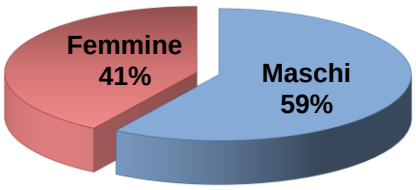
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**22%**	**42%**	**25%**	**16%**	**41%**	**7%**	**25%**	**7%**
Almeno un dip.	**78%**	**58%**	**75%**	**84%**	**59%**	**93%**	**75%**	**93%**
1–5 dipend.	**41%**	45%	56%	58%	45%	33%	13%	36%
6–10 dipend.	**13%**	10%	13%	0%	0%	16%	0%	32%
11–49 dipend.	**23%**	3%	6%	21%	14%	40%	63%	25%
50 o + dipend.	**2%**	0%	0%	5%	0%	5%	0%	0%

Sono più frequenti le aziende con dipendenti nel settore ingrosso e la ristorazione (dove il 93% ha almeno un dipendente). Le aziende con dipendenti sono p**iù contenute nel commercio al dettaglio di prodotti per la persona** (58%) e **nei servizi** (59%)**.**

% Dipendenti per sesso



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**59%**	20%	37%	23%	34%	73%	51%	43%
% femmine	**41%**	80%	63%	77%	66%	27%	49%	57%

Complessivamente si osserva un **una prevalenza di dipendenti maschi** (59%) rispetto alle femmine (41%) **anche se la quota di dipendenti femmine è comunque prevalente in quasi tutti i settori, ad eccezione dell'ingrosso dove prevalgono nettamente 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 marzo 2024.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 31 MARZO 2024

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**18%**	35%	38%	31%	32%	9%	15%	43%

Il part-time rappresenta il 18% dei contratti in essere al 31 marzo 2024 (dato in calo rispetto al 25% osservato a fine 2023). La quota di part-time supera il 30% in tutti i settori ad eccezione del turismo (15%) e dell'ingrosso (9%).

Dipendenti a part-time per sesso

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**6%**	15%	21%	15%	3%	2%	9%	34%
% part-time tra le femmine	**36%**	40%	49%	36%	47%	29%	21%	49%

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 (solo nella ristorazione il part-time tra i maschi raggiunge livelli quasi analoghi tra maschi e femmine) .

DIPENDENTI A CHIAMATA

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

DIPENDENTI A CHIAMATA - AL 31 MARZO 2024

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a chiamata	**6%**	14%	3%	2%	5%	1%	10%	36%
% aziende che utilizzano il contratto a chiamata	**26%**	22%	17%	25%	5%	7%	33%	73%

Il 6% 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**.

Il **26% delle aziende con dipendenti ha almeno un contratto a chiamata** (il 73% nella ristorazione, più contenuta 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 marzo 2024 e il loro andamento (proroghe e/o cessazioni) nel primo trimestre 2024.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 31 MARZO 2024

tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a tempo det.	**22%**	15%	5%	22%	4%	18%	54%	37%
% aziende con dipendenti che utilizzano contratti a t. determ	**37%**	22%	8%	56%	23%	28%	75%	54%

Il 22% dei contratti in essere tra le intervistate **è a tempo determinato.** Il tempo determinato è **più diffuso tra le aziende del turismo** (54% dei contratti) **e della ristorazione** (37% dei contratti), mentre è **meno diffuso negli altri settori**.

Il **37%** delle aziende con dipendenti ha almeno un contratto a tempo determinato

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 1° TRIMESTRE 2024

tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

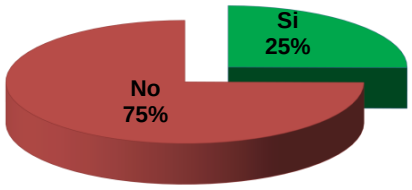
	TOTALE TERZIARIO
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	56%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	44%

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **56% ne ha cessato almeno uno nel primo trimestre 2024** mentre **il 44% 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 primo trimestre 2024 e viene chiesto a chi si sono rivolte, se hanno riscontrato difficoltà nel reperirlo, se sono alla ricerca di personale e quali figure cercano

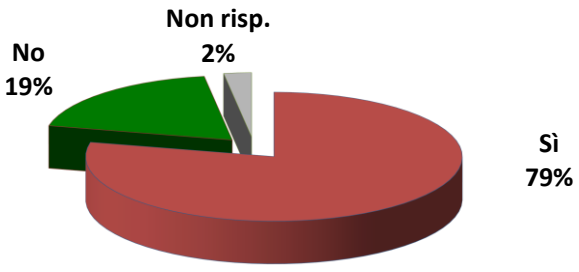
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL 1° TRIMESTRE 2024



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**25%**	**3%**	**19%**	**32%**	**18%**	**23%**	**63%**	**46%**
% ricerca tra aziende con dip.	31%	6%	25%	31%	23%	25%	83%	50%
% ricerca tra aziende senza dip.	6%	0%	0%	33%	11%	0%	0%	0%

Il **25% delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del 1° trimestre 2024** (erano state il 42% nello stesso periodo del 2023 e il 36% in tutto il 2023, quindi in questo primo trimestre la ricerca di personale sembra essersi attenuata). Questa percentuale è del 31% tra aziende con dipendenti, e solo del 6% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** sono stati i **settori turismo** (63%) e **ristorazione** (46%), ma anche **il dettaglio alimentare** (32%), mentre **la ricerca è stata meno frequente negli altri settori.**

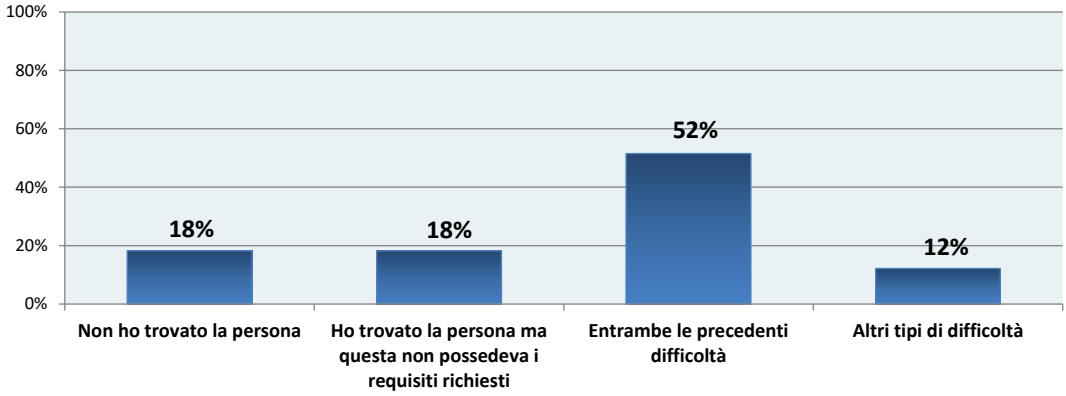
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	**79%**	95%	90%	50%	75%	80%	90%	77%

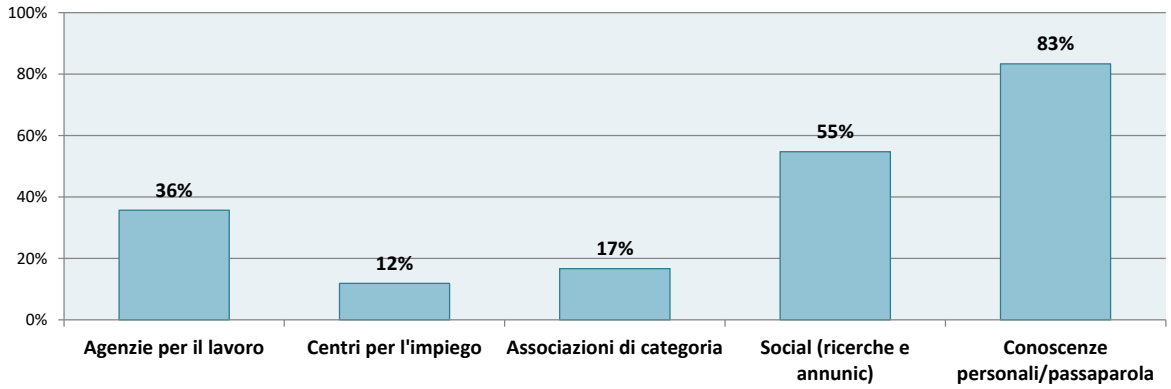
Il **79**% delle aziende che hanno cercato personale dichiarano di aver riscontrato difficoltà (abbastanza in linea con il 75% osservato nel corso del 2023). Percentuale **elevata in tutti i settori.**

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



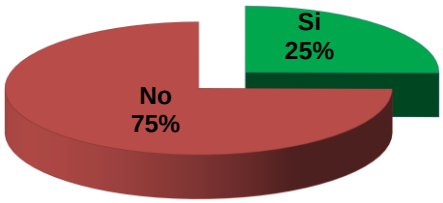
Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona** (nel 70% dei casi), e la **mancanza dei requisiti nei candidati** (segnalata da 70% degli intervistati). Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà.

A CHI SI E' RIVOLTO



Le **conoscenze personali ed il passaparola** continuano ad essere il **principale sistema di ricerca del personale** (attuato dall'83% degli intervistati). **Frequente anche il ricorso ai sistemi social** (ricerche ed annunci). Nel 36% si sono rivolte ad agenzie per il lavoro, nel 17% ad associazioni di categoria e nel 12% a centri per l'impiego.

% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE

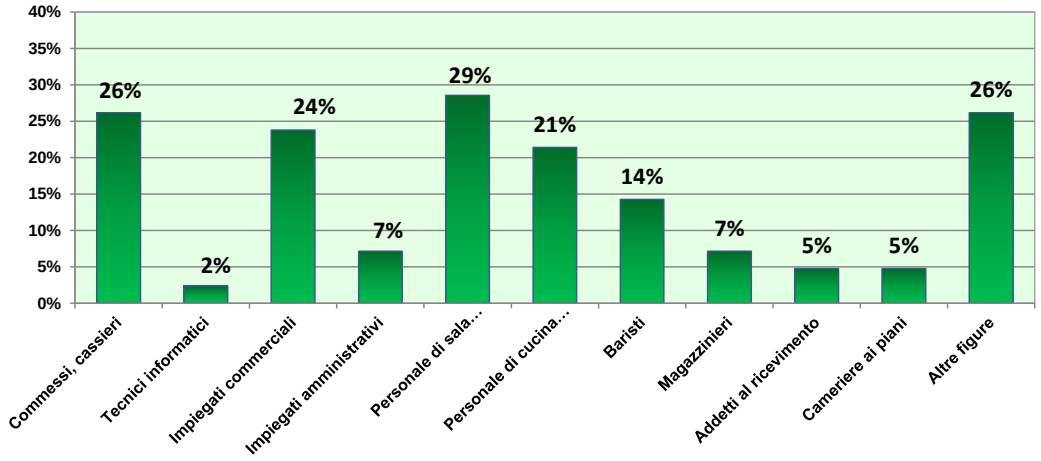


	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**25%**	6%	19%	37%	14%	28%	53%	36%
% ricerca tra aziende con dip.	**31%**	6%	25%	44%	15%	30%	83%	38%
% ricerca tra aziende senza dip.	**6%**	8%	0%	0%	11%	0%	0%	0%

Il **25% delle aziende dichiara di essere alla ricerca di personale, attualmente o per il prossimo semestre**. Questa percentuale è del 31% tra aziende con dipendenti, e solo del 6% tra le aziende senza dipendenti.

Più attivi attualmente **nella ricerca** sono i **settori turismo** (53%), **alimentari** (37%) e **ristorazione** (36%).

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%**	0%	0%	14%	0%	0%	80%	70%
Commessi, cassieri	**26%**	70%	67%	86%	0%	8%	0%	0%
Impiegati commerciali	**24%**	0%	0%	0%	0%	75%	20%	0%
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	**21%**	0%	0%	0%	0%	0%	70%	50%
Baristi	**14%**	0%	0%	0%	0%	0%	20%	50%
Impiegati amministrativi	**7%**	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%
Magazzinieri	**7%**	0%	33%	14%	0%	8%	0%	0%
Addetti al ricevimento	**5%**	0%	0%	0%	0%	0%	40%	0%
Cameriere ai piani	**5%**	0%	0%	0%	0%	0%	40%	0%
Tecnici informatici	**2%**	0%	0%	0%	0%	8%	0%	0%
Altre figure	**26%**	0%	33%	14%	70%	33%	40%	0%

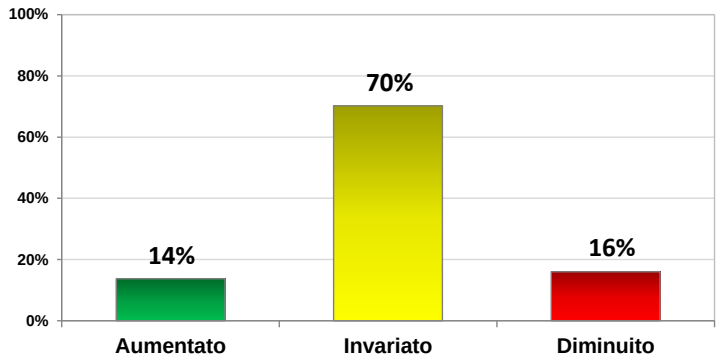
Le figure professionali maggiormente ricercate sono il **personale di sala** (cercate dal 80% delle imprese del turismo e dal 70% della ristorazione che stanno cercando personale), **personale di cucina** (cercate dal 70% delle imprese del turismo e dal 50% della ristorazione), **impiegati commerciali** (cercate dal 75% delle imprese dell'ingrosso), **commessi e cassieri** (cercati da circa oltre il 70% delle imprese del dettaglio).

ANDAMENTO DIPENDENTI - 1° TRIMESTRE 2024

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel 1° trimestre 2024.

VARIAZIONE NUMERO DI DIPENDENTI NEL 1° TRIMESTRE 2024

Tra aziende con almeno un dipendente



SALDO

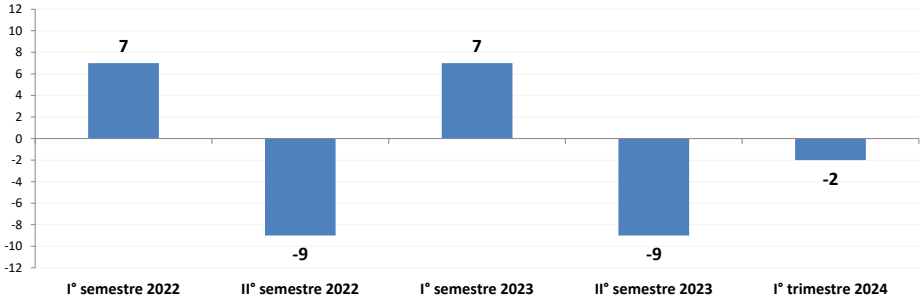
% aumentato - % diminuito

-2

Il primo trimestre 2024 è stato **un periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti** (il 70% delle aziende con dipendenti ha mantenuto **invariato il numero di dipendenti**). **Nella restante** minoranza di aziende si osserva un **sostanziale equilibrio tra i casi di diminuzione** (16%) **e i casi di aumento** (14%). Nello stesso periodo del 2023 il saldo era stato +4 e nello stesso periodo del 2022 era sto 0.

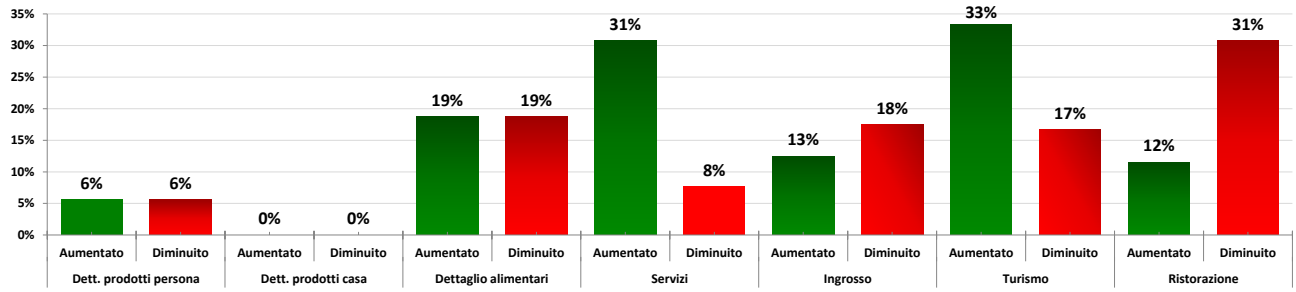
TREND DEL SALDO

differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione



Il **saldo** (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) **ha avuto un andamento altalenante nei semestri scorsi (positivo nei primi semestri e negativo nei secondi).** In questo primo trimestre (ovvero momentaneamente rispetto al dato di un semestre completo) il saldo è di sostanziale equilibrio.

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 1° TRIMESTRE 2024 – PER SETTORE



Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 1° trimestre con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osserva un

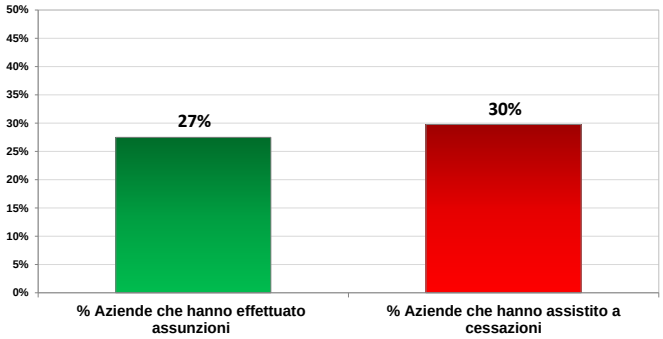
- **saldo negativo** (quindi una prevalenza di casi di diminuzione) nell'ingrosso e nella ristorazione
- **saldo positivo** nei servizi e nel turismo
- **saldo in equilibrio** negli altri settori.

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 1° TRIMESTRE 2024

Si analizza <u>la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel 1° trimestre 2024</u>.

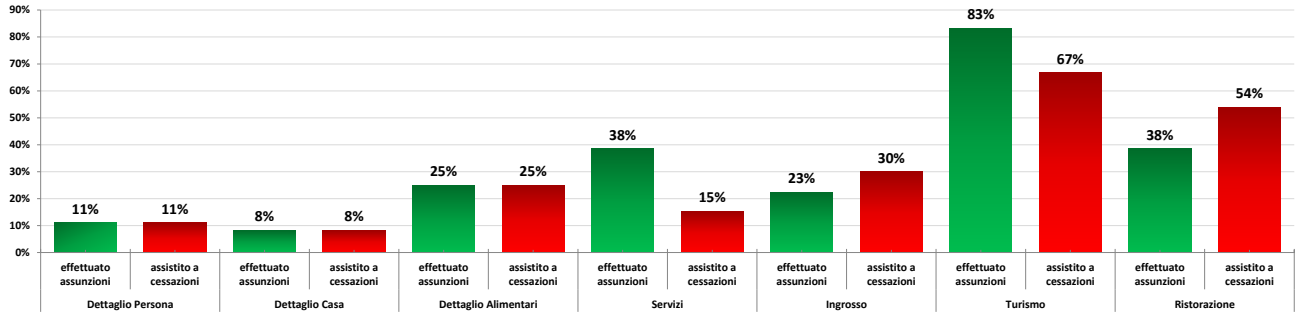
<u>ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 1° TRIMESTRE 2024</u>

tra aziende con almeno un dipendente



Il 27% delle aziende con dipendenti **ha effettuato almeno una assunzione** nel 1° trimestre 2024 (nello stesso periodo del 2023 erano state il 25%), mentre il **30%** hanno **assistito ad almeno una cessazione** di rapporti di lavoro nel periodo (nello stesso periodo del 2023 erano state il 24%, quindi in leggero aumento).

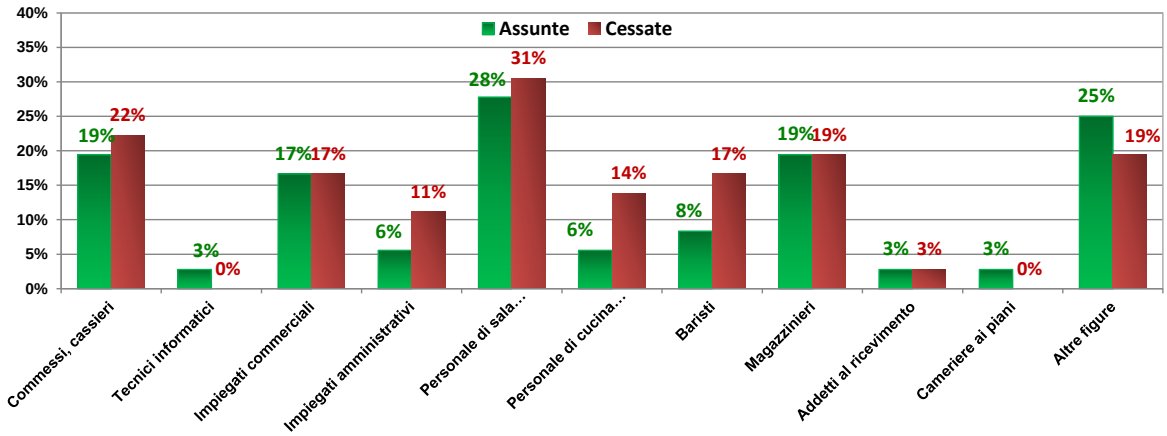
<u>ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 1° TRIMESTRE 2024 - PER SETTORE</u>



Si è osservato un **sostanziale prevalenza di aziende che hanno effettuato assunzioni rispetto a quelle che hanno assistito a cessazioni** nel **turismo** (83% vs 67%)**, e nei servizi** (38% vs 15%) mentre si è registrata **prevalenza di cessazioni nell'ingrosso e nella ristorazione**.

<u>FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 1° TRIMESTRE 2024</u>

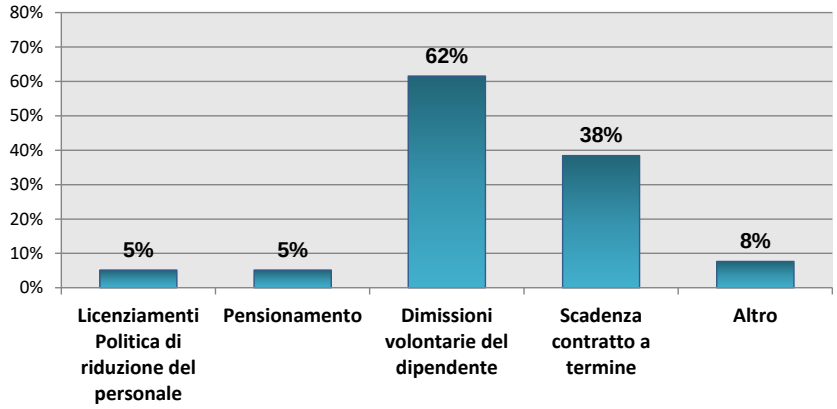
% di aziende che le ha assunte/cessate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il **turnover per figura professionale** si vede una **prevalenza della frequenza di uscita** (rispetto a quella di ingresso) in quasi tutte le figure: **personale di sala, personale di cucina, baristi, ma anche tra i commessi cassieri e gli impiegati**

MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – 1° TRIMESTRE 2024

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



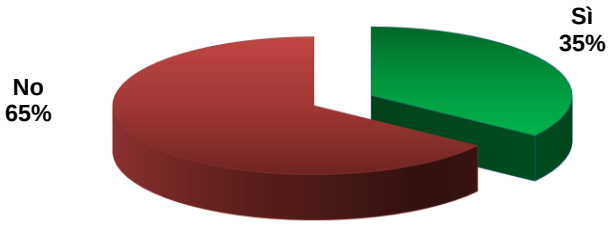
I **motivi delle cessazioni** osservate sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 62% delle aziende con cessazioni) e **scadenza dei contratti a termine** (38%). Percentuali pressoché in linea con le ultime rilevazioni.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si intende verificare se le intervistate hanno, nel 1° trimestre 2024, fatto formazione dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 1° TRIMESTRE 2024

tra le aziende con dipendenti



Formazione dipendenti – per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	**35%**	17%	25%	25%	55%	43%	57%	23%

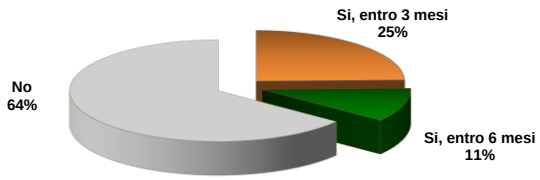
Il **35%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel 1° trimestre 2024** (erano il 40% nello stesso periodo 2023 ed il 34% nel 2022). **Più attivi** nella formazione l'**ingrosso, i servizi ed il turismo.**

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.

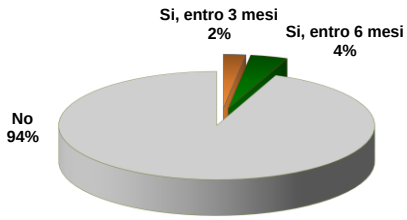
PREVISIONE DI ASSUMERE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



PREVISIONE DI LICENZIARE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



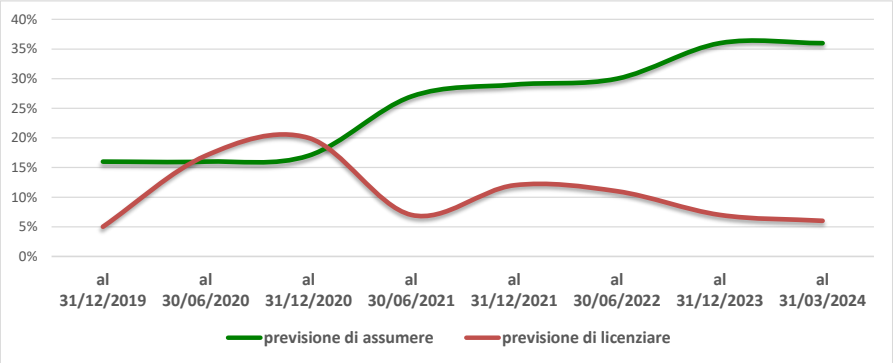
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
prevede di assumere nei prossimi 6 mesi	**36%**	11%	17%	44%	15%	30%	63%	62%
prevede di licenziare nei prossimi 6 mesi	**6%**	11%	5%	13%	0%	3%	10%	12%

Incoraggianti previsioni occupazionali per il prossimo semestre: infatti una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 36%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, **una quota minima** (6% 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**, escluso il dettaglio di prodotti per la persona.

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 31 marzo 2024

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 14%. Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **buono/ottimo** (43%) o **discreto** (43%).

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 stabilizzandosi su valori non preoccupanti** nel corso del 2023 e nei primi 3 mesi del 2024.

Lo stato di salute al 31 marzo 2024 mostra **alcune criticità nel dettaglio alimentari e nella ristorazione dove la quota di aziende con stato di salute critico è stata del 21%**.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEI PRIMI 3 MESI DEL 2024

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso dei primi 3 mesi 2024 su una scala a 5 livelli (decisamente migliorato – leggermente migliorato – rimasto invariato – leggermente peggiorato – decisamente peggiorato).

In **sostanziale stabilità lo stato di salute delle aziende intervistate nel corso dei primi 3 mesi del 2024**: infatti, la maggioranza delle aziende (48%) ritiene sia rimasto invariato, anche se si rileva, tra le restanti aziende, una **prevalenza della quota di coloro che lo ritengono peggiorato** (31%) **rispetto alla quota di coloro che lo ritengono migliorato** (22%).

ANDAMENTO FATTURATI: confronto primi 3 mesi 2024 – primi 3 mesi 2023

E' stato chiesto alle aziende l'andamento dei fatturati nei primi 3 mesi del 2023 rispetto allo stesso periodo del 2023 (aumentato – invariato – diminuito) e la variazione %.

Nel primo trimestre 2024, al netto dei casi di stabilità (40%) risultano **prevalenti i casi di calo dei fatturati** nel confronto con lo stesso periodo del 2023 (segnalati dal 39% dei rispondenti), mentre sono solo il 21% i casi di aumento. La media delle variazioni di fatturato è pari al -5,5%.

L'unico settore che, confrontando i primi 3 mesi 2024 con lo stesso periodo del 2023, ha mostrato prevalenza di casi di aumento è stato il settore servizi, mentre negli altri settori sono prevalsi i casi di diminuzione, particolarmente marcati nel dettaglio di prodotti per la casa e nell'ingrosso (50%).

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 **34%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di avere **difficoltà nel pagare i fornitori al 31 marzo 2024** (quasi sempre o qualche volta).

Questa percentuale è rimasta pressoché invariata nel corso del 2023 e nel primo trimestre 2024, dopo un periodo di graduale diminuzione **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** (56%) 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 **sostanziale impronta alla stabilità**: infatti la **maggioranza delle imprese prevede stabilità** del proprio stato di salute nei prossimi sei mesi (il 64%) mentre le restanti si dividono equamente in **24% di ottimiste che prevedono un miglioramento** e **11% 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**, e un **lieve miglioramento nel primo trimestre 2014.**

Il **clima di fiducia migliore** lo si osserva tra le aziende del **turismo, ristorazione e servizi** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quindi saldo positivo). Equilibrio negli altri settori.

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 36%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi. Nello stesso periodo, **una quota minima** (6% 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**, ad eccezione del dettaglio prodotti per la persona.

LIQUIDITÀ

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio livello di liquidità al 31 marzo 2024 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 **20%** delle aziende **ritiene "insufficiente" o "gravemente insufficiente" il proprio livello di liquidità.** Delle rimanenti aziende il 28% lo ritiene "sufficiente ma solo per un breve periodo", il 53% lo ritiene solido ovvero "sufficiente anche nel medio periodo".

Nel primo trimestre 2024 **è leggermente aumentata la quota di aziende con liquidità insufficiente, e calata quella di aziende con liquidità appena sufficiente, a parità di aziende con liquidità solida.**

Il **livello di liquidità più critico** lo segnala il **settore ristorazione** (insufficiente per il 34%) seguito dal dettaglio di prodotti per la persona (31% insufficiente). 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 1° trimestre 2024 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** (83%) riscontra, al 31 marzo 2024, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 55% dei casi leggera, nel 28% marcata). Questa quota è rimasta **in linea con quanto osservato nel corso del 2023,** quando era **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 primo trimestre 2024**: questo è avvenuto **secondo il 59**% delle aziende (nel 42% in maniera leggera, nel 17% marcata). **Per il 38%**, invece, **le difficoltà dei clienti sono rimaste invariate**, e solo per il 3% 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 39%) mentre, tra le restanti aziende, prevalgono i casi in cui il numero di clienti è diminuito (37%), rispetto ai casi in cui è aumentato (24%).

INFLAZIONE

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

L'**aumento medio dei costi aziendali** in tutto il terziario è stato pari al **+9%,** ed è stato **osservato un aumento dal 75% delle intervistate**. I **settori che più frequentemente hanno visto aumentare i costi aziendali** sono stati i servizi, il turismo e la ristorazione.

L'**aumento medio dei prezzi applicati** nello stesso periodo in tutto il terziario è stato pari al **+3%** ed è stato attuato dal **48% delle aziende** intervistate. Il **settore che più frequentemente ha aumentato i prezzi** nel corso del trimestre è stato il settore servizi.

La **maggioranza delle aziende** (56%) **prevede di non aumentare i prezzi** nel corso del prossimo trimestre (2° trimestre 2024): mentre il 39% prevede di applicare un aumento leggero (inferiore al 5%) e solo nel 5% più marcato.

PREOCCUPAZIONI

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

Il **22%** 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 calo rispetto a quella osservata a fine 2023** (26%) e **ancor più diminuita rispetto al 43% osservato a fine 2022**. Il dato più alto si registra nel dettaglio alimentari (53%) e nella ristorazione (48%), mentre è più basso negli altri settori (più basso nei servizi).

Il **14% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività**: questo dato è **in linea con il 12% osservato a fine 2023**, e **calato rispetto al 25% osservato a fine 2022**. Dato particolarmente elevato nel dettaglio di prodotti per alimentari (32%) ma anche dei prodotti per la persona (23%) e ristorazione (18%), mentre è più contenuto negli altri settori.

Il **36%** dichiara **che nella zona dove è situata la sua attività percepisce un crescente senso di insicurezza** (**in linea con le ultime rilevazioni,** era il 37% a fine 2023, il 41% a metà 2023)

Il 34% dichiara che **nella zona dove è situata la sua attività hanno recentemente chiuso attività commerciali o dei pubblici esercizi.**

Il 28% **ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale per adattarla alle esigenze del mercato** (erano il 29% a fine 2023). Particolarmente attivo in tal senso l'ingrosso, ma anche il turismo, mentre meno propositivi in tal senso il dettaglio di prodotti non alimentari.