esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario
PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
VICENZA

OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

Secondo trimestre 2024

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

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

Attraverso **rilevazioni trimestrali** vengono **misurati tra le aziende alcuni indicatori economici ed occupazionali** quali: andamento occupazionale (assunzioni e cessazioni), tipologia di contratti, previsioni occupazionali, ricerca del personale, formazione del personale, stato di salute, andamento dei fatturati, rapporti con i fornitori, con i clienti e con gli istituti di credito.

Conoscere in tempo reale stato di salute, fabbisogni ed 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 in questo **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 classe di fatturato e per classe di dipendenti.

4) I **sette macro-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) all'interno del quale si riconoscono le strutture ricettive da una parte (imprese strutturate) ma anche realtà più piccole.
- **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 272 questionari</u>, rappresentati attraverso elaborazioni grafiche, tabulari e commenti, **relativamente a:**

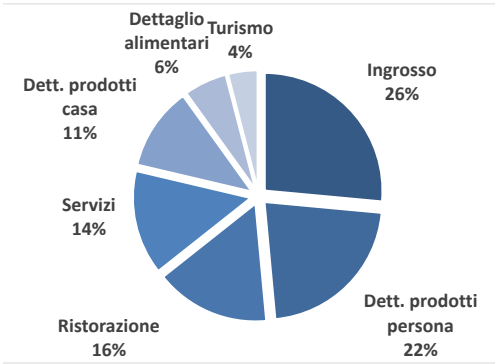
- **<u>aspetti economici</u> (parte 1)**
- **<u>aspetti occupazionali</u> (parte 2)**

rilevati presso il campione di aziende rispondenti **<u>con riferimento al 30 GIUGNO 2024</u>** e al **<u>PRIMO SEMESTRE 2024</u>**, nonché del loro **trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti nel corso delle passate rilevazioni).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

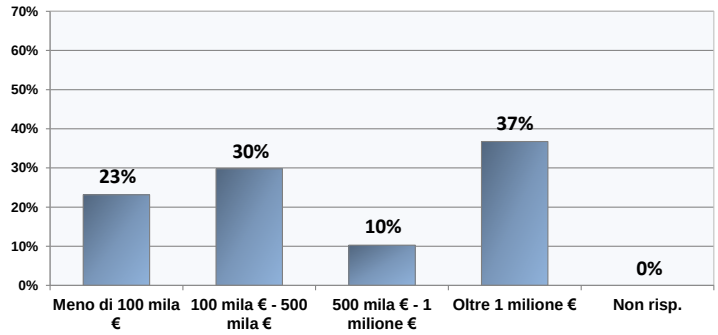
Si osservano le <u>caratteristiche del campione di aziende rispondenti</u> a questa rilevazione, e più precisamente: il settore, la fascia di fatturato 2022 e la classe di dipendenti. La <u>composizione del campione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della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

<u>SETTORE</u>



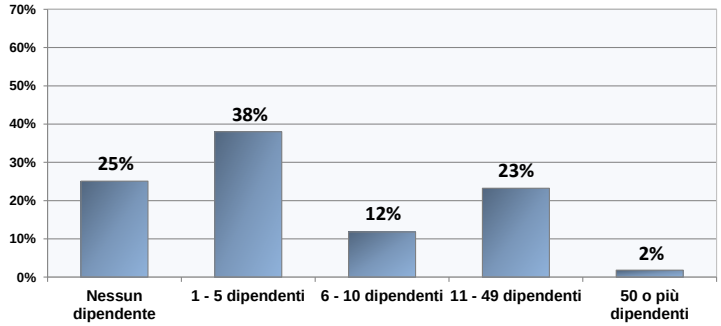
Il campione è costituito **per il 39%** da imprese del **commercio al dettaglio** (per il 22% di prodotti per la persona, per l'11% prodotti per la casa e 6% prodotti alimentari). L'**ingrosso** rappresenta il **26%** delle intervistate, mentre i settori **turismo** e **ristorazione** il **20%**. Infine i **servizi** rappresentano il **14%** delle intervistate.

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



Il campione è costituito **per il 23%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **40%** da aziende **"medie"** (con fatturato compreso tra 100 mila € e 1 milione €) mentre nel **37%** dei casi il fatturato delle intervistate **supera il milione di €.**

<u>NUMERO DI DIPENDENTI - AL 30 GIUGNO 2024</u>



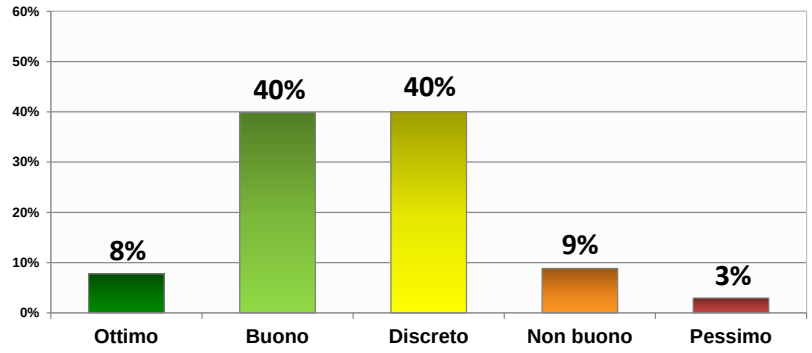
Il **25%** delle intervistate **non ha dipendenti**, mentre le **restanti (75%) hanno almeno un dipendente** (tra queste il 38%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 12% ne ha tra 6 e 10, il 23% tra 11 e 49 e solo il 2% ha 50 dipendenti o oltre).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 30 GIUGNO 2024

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 30 giugno 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 30 GIUGNO 2024



% NON BUONO/PESSIMO

12%

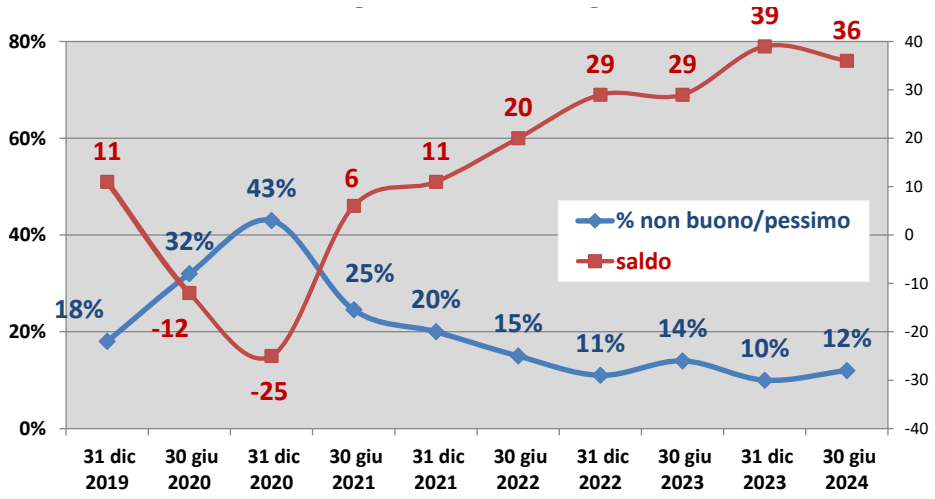
SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+36

Prevalentemente **positivo lo stato di salute delle aziende intervistate al 30 giugno 2024**: infatti, al netto della **maggioranza delle aziende** che **lo ritengono discreto** (40%), **prevale la quota di aziende che lo ritengono positivo** (per il 48% è "buono" o "ottimo") rispetto alla quota che **lo ritengono negativo** (per il 12% è "non buono" o "pessimo"), generando un **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) **positivo** (+36).

STATO DI SALUTE – IL TREND



Dopo il **picco critico** (sia in termine di saldo, sia di % di aziende in stato di salute non buono o pessimo) **registrato a fine 2020**, **lo stato di salute delle aziende del terziario è andato gradualmente ma costantemente migliorando:** forte ripresa nel primo semestre 2021 e poi graduale ulteriore miglioramento fino a fine 2022. **Nel corso del 2023 e dei primi sei mesi del 2024 la situazione si è stabilizzata** su livelli di aziende in stato di salute critico compresa tra il 10% ed il 15% ed un saldo attorno al +30 (a vantaggio, quindi, delle aziende in stato di salute buono o ottimo).

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	33%	50%	17%	+16
Dettaglio di prodotti per la casa	39%	48%	13%	+26
Dettaglio di alimentari	44%	51%	5%	+39
Servizi	54%	31%	15%	+39
Comm. all'ingrosso	56%	38%	7%	+49
Turismo	63%	28%	9%	+54
Ristorazione	50%	36%	14%	+36
TOTALE	**48%**	**40%**	**12%**	**+36**

Lo **stato di salute** al **30 giugno 2024** mostra una **lieve criticità nel settore del dettaglio prodotti per la persona** (dove il 17% di aziende in stato di salute non buono o pessimo ed il saldo è positivo, ma di poco) mentre negli altri settori la situazione non è particolarmente critica.

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	25%	46%	29%	-4
100 mila € - 500 mila €	46%	40%	14%	+32
500 mila € - 1 milione €	36%	61%	4%	+32
Oltre 1 milione €	67%	31%	2%	+65
TOTALE	**48%**	**40%**	**12%**	**+36**

In linea con quanto osservato in passato, appare evidente come **le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) **dichiarano uno stato di salute più critico.** Tra queste il **saldo è negativo** (-4) e la **quota di aziende con stato di salute critico** (non buono o pessimo) **è del 29%**.

Tra le aziende più grandi lo stato di salute migliora: la quota di aziende con stato di salute critico è inferiore al 10% ed il saldo è positivo, particolarmente tra le aziende con fatturato superiore ad 1 milione.

Stato di salute – per classe dipendenti

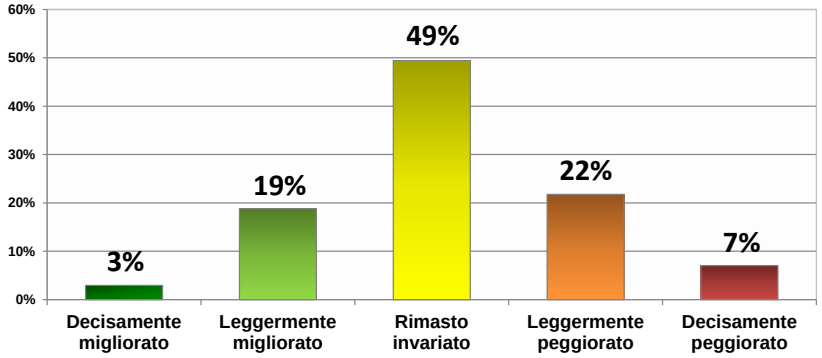
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**31%**	**44%**	**25%**	**+6**
Con dipendenti	**53%**	**39%**	**7%**	**+44**
1 - 5 dipendenti	40%	49%	12%	+28
6 - 10 dipendenti	58%	35%	6%	+52
Oltre 10 dipendenti	70%	29%	2%	+68
TOTALE	**48%**	**40%**	**12%**	**+36**

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 +6 ed il 25% dichiara uno stato di salute non buono), mentre **al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora.**

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE - PRIMO SEMESTRE 2024

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso del primo semestre 2024 su una scala a 5 livelli.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE – PRIMO SEMESTRE 2024



% PEGGIORAMENTO

29%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

-7

Nel corso del primo semestre 2024 lo stato di salute delle aziende intervistate risulta essere prevalentemente rimasto invariato, in quanto **la maggioranza delle aziende** (quasi la metà, il 49%) **ritiene invariato il proprio stato di salute** in questo periodo.

Tra le rimanenti aziende, però, **prevale leggermente** la quota di **coloro che lo ritengono peggiorato** (29%) e la quota di **coloro che lo ritengono migliorato** (22%), generando un **saldo** tra casi di miglioramento e casi di peggioramento, **pari a -7.**

Nel corso del 2023 si era assistito, invece, ad un prevalente miglioramento in quanto, al netto del 38% di aziende che lo riteneva invariato, il 25% lo riteneva peggiorato, ma un 36% lo riteneva migliorato con un saldo quindi positivo, pari a +11.

Andamento stato di salute – per settore

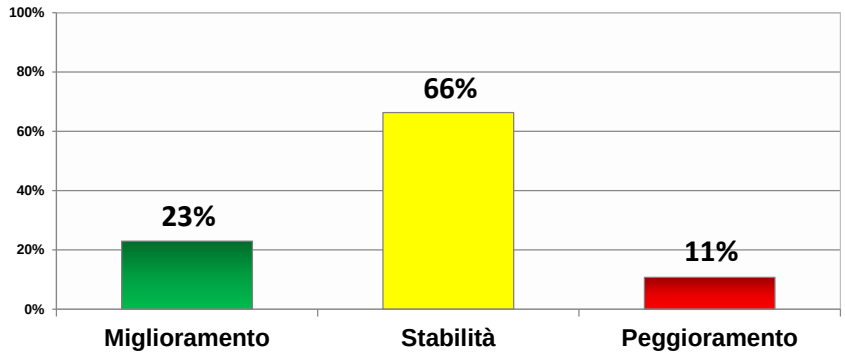
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	12%	50%	38%	-26
Dettaglio di prodotti per la casa	13%	61%	26%	-13
Dettaglio di alimentari	31%	44%	25%	+6
Servizi	29%	45%	26%	+3
Comm. all'ingrosso	15%	51%	33%	-18
Turismo	55%	36%	9%	+47
Ristorazione	35%	47%	19%	+16
TOTALE	**22%**	**49%**	**29%**	**-7**

Il peggioramento è stato frequente tra le aziende del dettaglio **prodotti per la persona** (38% casi di peggioramento e saldo -26). **Saldo particolarmente negativo anche nell'ingrosso** (-18 con 33% di casi di peggioramento) e negativo anche nel dettaglio prodotti per la casa (-13). In equilibrio o positivo il saldo tra casi di miglioramento e casi di peggioramento, negli altri settori.

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il secondo 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 SECONDO SEMESTRE 2024



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
+12

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 **66%**). **Le restanti** si dividono in:

- **ottimiste/non preoccupate:** il **23%** prevede miglioramento.
- **pessimiste/preoccupate:** il **11%** prevede un peggioramento

generando quindi un **clima di fiducia al 30 giugno 2024 positivo** e pari a **+12.**

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	10%	75%	15%	-5
Dettaglio di prodotti per la casa	17%	67%	17%	+0
Dettaglio di alimentari	26%	69%	5%	+21
Servizi	31%	62%	8%	+23
Comm. all'ingrosso	17%	69%	14%	+3
Turismo	54%	37%	9%	+43
Ristorazione	35%	63%	2%	+33
TOTALE	**23%**	**66%**	**11%**	**+12**

Il clima di fiducia risulta **positivo in quasi tutti i settori**, ad eccezione dell'ingrosso e del dettaglio di prodotti non alimentari, dove c'è equilibrio tra ottimisti e pessimisti. Turismo e ristorazione particolarmente ottimisti.

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	27%	59%	14%	+13
100 mila € - 500 mila €	25%	67%	9%	+16
500 mila € - 1 milione €	18%	64%	18%	+0
Oltre 1 milione €	21%	71%	8%	+13
TOTALE	**23%**	**66%**	**11%**	**+12**

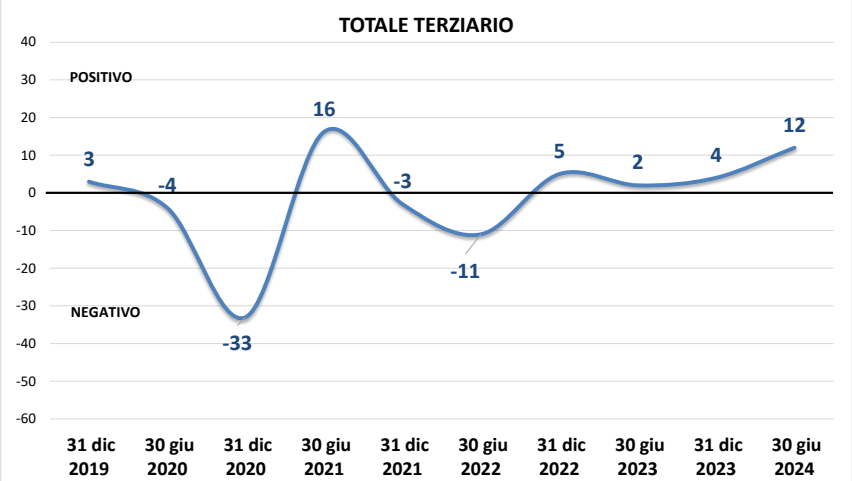
Non si osserva una correlazione tra clima di fiducia e dimensione aziendale, infatti questo è analogo in tutte le classi di fatturato.

Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

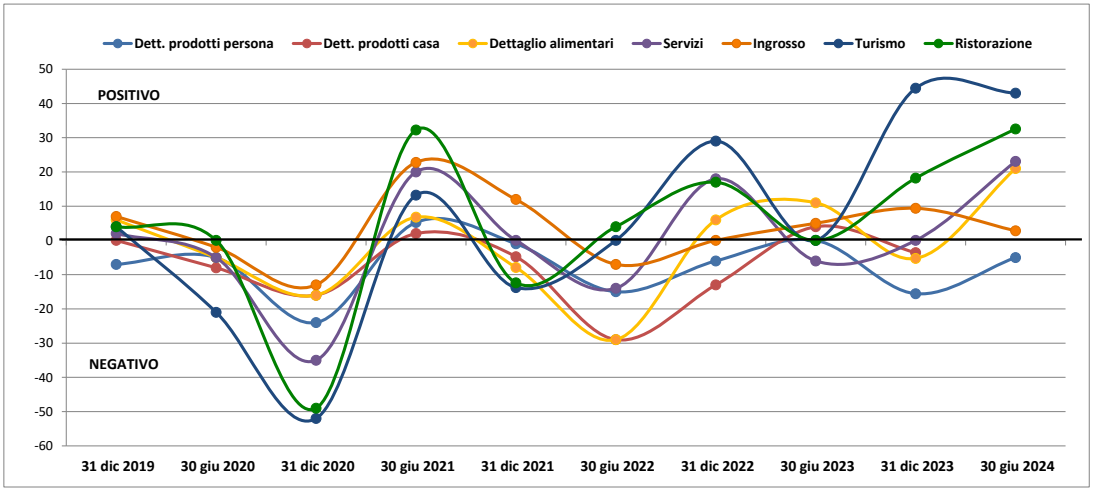
	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	**24%**	**63%**	**13%**	**+11**
Con dipendenti	**23%**	**67%**	**10%**	**+13**
1 - 5 dipendenti	22%	65%	13%	+9
6 - 10 dipendenti	19%	68%	13%	+6
11 o più dipendenti	26%	69%	5%	+21
TOTALE	**23%**	**66%**	**11%**	**+12**

Analogamente **non si osserva una correlazione tra clima di fiducia e classe dipendenti**, infatti questo è analogo tra aziende con o senza dipendenti.

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 **da fine 2021 il clima di fiducia si è assestato su valori di equilibrio, con leggero miglioramento in questo primo semestre 2024.**



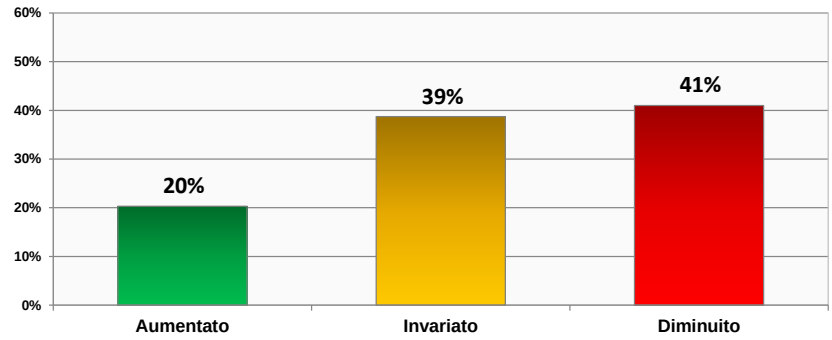
Nel primo semestre 2024 il clima di fiducia è migliorato in tutti i settori, ad eccezione dell'ingrosso (diminuito) e del turismo (dove è rimasto stabile ma su valori molto positivi).

ANDAMENTO FATTURATI: PRIMO SEMESTRE 2024 – PRIMO SEMESTRE 2023

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando il primo semestre 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

Primo semestre 2024 – primo semestre 2023



SALDO
(% CASI AUMENTO - % CASI DIMINUZ.)
-21

VARIAZIONE % MEDIA
-5%

Vengono **confrontati i fatturati del primo semestre 2024 con il primo semestre 2023**.

Si osserva una **prevalenza di aziende che dichiarano un calo del fatturato** rispetto al I° semestre 2023 (sono il 41%) **rispetto alle aziende che hanno dichiarato un aumento del fatturato** (il 20%), mentre il restante 39% ha osservato fatturati in linea con il primo semestre 2023.

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al **-5%,** mentre **il saldo** (differenza tra la % di aziende che hanno assistito a aumento e % di aziende che hanno assistito a calo) **è negativo (-21).**

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	15%	41%	44%	-29
Dettaglio di prodotti per la casa	10%	48%	42%	-32
Dettaglio di alimentari	31%	38%	31%	0
Servizi	34%	32%	34%	0
Comm. all'ingrosso	14%	29%	57%	-43
Turismo	50%	40%	10%	+40
Ristorazione	23%	53%	25%	-3
TOTALE	**20%**	**39%**	**41%**	**-21**

Nel confronto con il I° semestre 2023 **la flessione dei fatturati più frequente** si è osservata **nel commercio all'ingrosso** (57% casi di diminuzione e saldo -43). **Frequente il calo** di fatturati **anche nel dettaglio di generi non alimentari** (per la persona e per la casa). I settori **servizi, dettaglio alimentari, ristorazione** mostrano un **saldo in equilibrio** (seppur con casi di riduzione dei fatturati compresi tra il 25% ed il 35%) ed il **settore turismo un saldo positivo** (e solo il 10% di casi di un calo di fatturato).

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Meno di 100 mila €	17%	38%	45%	-28
100 mila € - 500 mila €	19%	45%	36%	-17
500 mila € - 1 milione €	31%	35%	35%	-4
Oltre 1 milione €	21%	35%	43%	-22
TOTALE	**20%**	**39%**	**41%**	**-21**

Non si osserva una significativa correlazione tra andamento del fatturato rispetto al I° semestre 2023 e dimensione aziendale. Infatti sia le aziende "piccole", che quelle "medio-grandi" hanno registrato una analoga frequenza di calo dei fatturati (attorno al 40%).

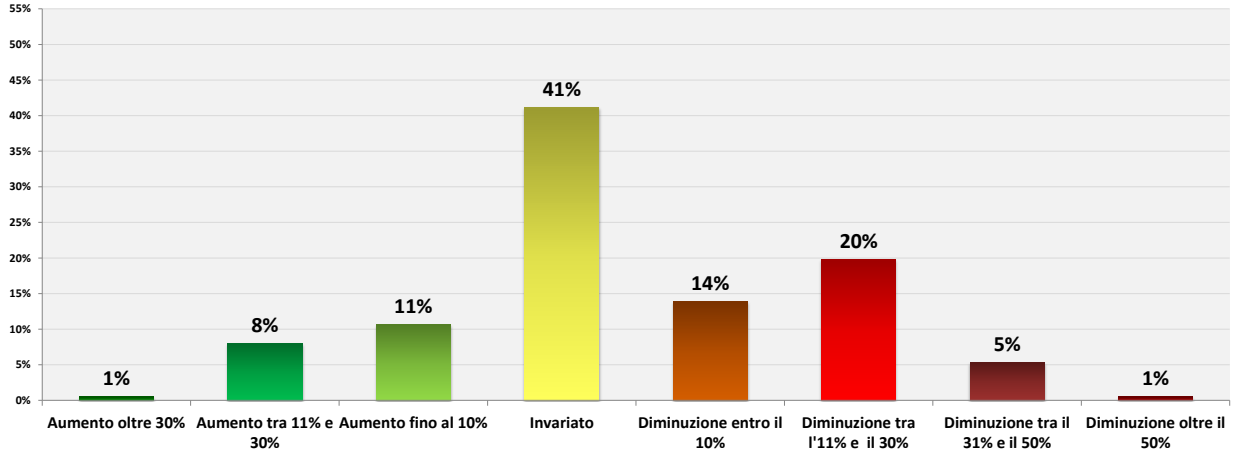
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Nessun dipendente	**15%**	**43%**	**42%**	**-27**
Almeno un dipendente	**22%**	**38%**	**41%**	**-19**
1 - 5 dipendenti	20%	39%	41%	-21
6 - 10 dipendenti	23%	42%	35%	-12
Oltre 10 dipendenti	26%	34%	40%	-14
TOTALE	**20%**	**39%**	**41%**	**-21**

Non si osserva una significativa correlazione tra andamento del fatturato rispetto al I° semestre 2023 e classe di dipendenti: il calo dei fatturati è stato frequente sia tra aziende con dipendenti che aziende senza.

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

I° semestre 2024 – I° semestre 2023



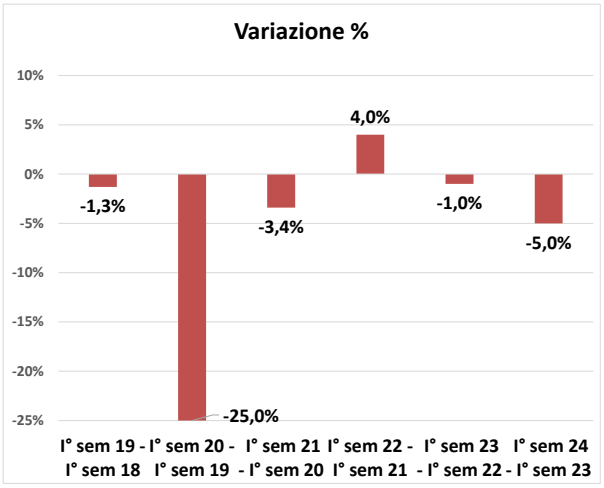
Tra le imprese che forniscono il dato sull'intensità della variazione dei loro fatturati:

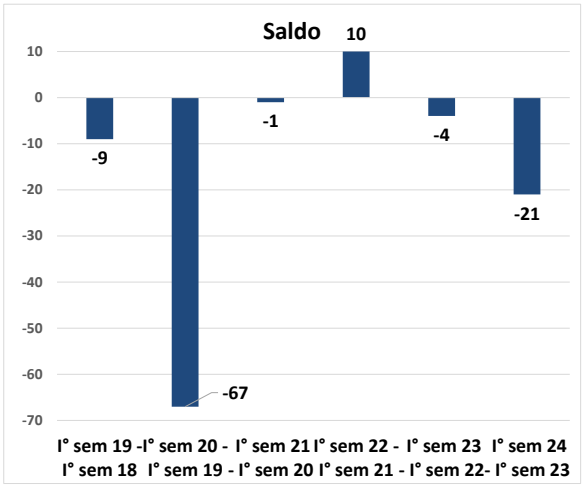
- i **casi di calo** registrati sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 14%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 20%** dei casi, e **consistenti** (superiori al 30%) **solo nel 6%** dei casi.
- I **casi di aumento** registrati, invece, sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 11%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nell'8%** dei casi e **consistenti** (superiori al 30%) **nel 1%** dei casi.

Intensità delle variazioni di fatturato – per settore

	Aumento marcato	Aumento contenuto		Invariato	Diminuzione contenuta		Diminuzione marcata	
	oltre 30%	tra 11% e 30%	fino al 10%		entro il 10%	tra 11% e 30%	tra 31% e 50%	oltre il 50%
Dettaglio prodotti per la persona	0%	3%	12%	41%	19%	21%	3%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	3%	6%	48%	16%	26%	0%	0%
Dettaglio di alimentari	6%	0%	25%	38%	19%	13%	0%	0%
Servizi	0%	19%	14%	32%	8%	14%	14%	0%
Comm. all'ingrosso	0%	7%	7%	30%	25%	25%	4%	1%
Turismo	0%	20%	30%	40%	0%	10%	0%	0%
Ristorazione	0%	11%	11%	55%	8%	13%	3%	0%
TOTALE	**1%**	**8%**	**11%**	**41%**	**14%**	**20%**	**5%**	**1%**

ANDAMENTO FATTURATI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA





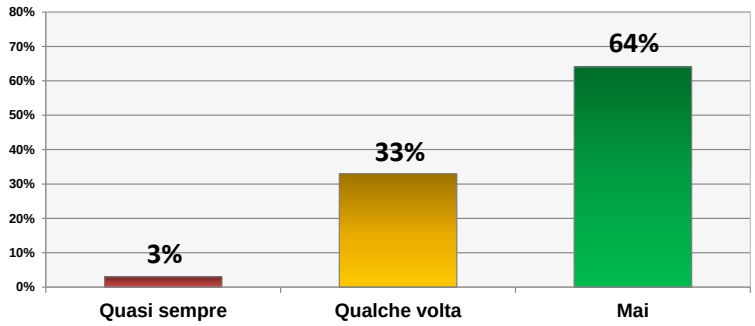
L'andamento dei fatturati (confrontando i primi semestri degli ultimi anni rispetto ai primi semestri dell'anno precedente), ha mostrato:

- una **netta contrazione dei fatturati nel corso del primo semestre 2020** (dovuta agli effetti dell'emergenza e delle limitazioni Covid),
- una **ulteriore contrazione** (seppur di entità inferiore) **nel primo semestre 2021** (per effetto del perdurare dell'emergenza).
- **nel primo semestre 2022** i fatturati **sono tornati ad avere segno positivo**, ma non tale da compensare le precedenti perdite.
- il **primo semestre 2023** può essere classificato come un **periodo di stabilità dei fatturati** rispetto allo stesso periodo 2022.
- nel **primo semestre 2024** i fatturati sono **tornati ad avere segno negativo**.

RAPPORTI CON I FORNITORI

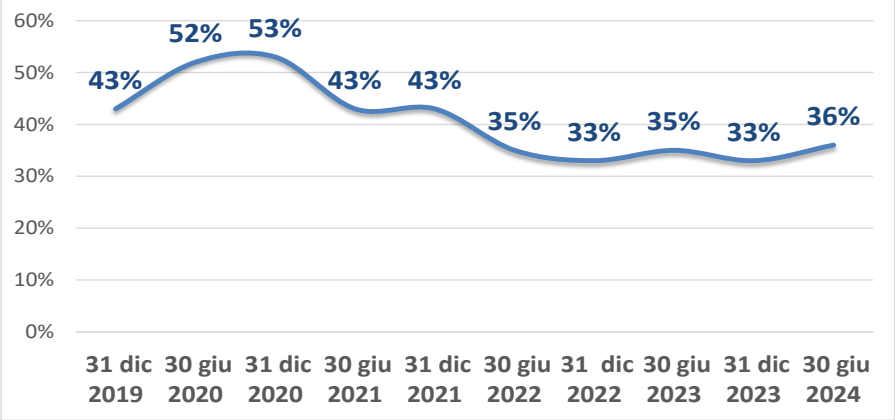
E' stato chiesto alle aziende se hanno <u>difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori</u>

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 30 GIUGNO 2024



Il **36% delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori**: queste sono in prevalenza **sporadiche** (33%) e **frequenti** solo nel 3% dei casi.

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI – IL TREND



Dopo che nel corso del **2020 la quota di aziende che dichiarano difficoltà a pagare i fornitori era aumentata** (salita al 53%), **nel corso degli anni successivi, fino ad oggi, questa è diminuita stabilizzandosi su valori pari a circa una azienda su tre** (valori in linea, se non migliori, rispetto a quanto osservato nel periodo pre-covid).

<u>Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore</u>

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	47%	53%
Dettaglio di prodotti per la casa	38%	62%
Dettaglio di alimentari	19%	81%
Servizi	42%	58%
Comm. all'ingrosso	26%	74%
Turismo	20%	80%
Ristorazione	40%	60%
TOTALE	**36%**	**64%**

Le **difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori** vengono registrate tra le imprese del **dettaglio di prodotti per la persona** (dove il 47% dichiara questa difficoltà). Gli altri settori mostrano una frequenza di difficoltà in linea con il dato complessivo del terziario, mentre è **più contenuta nell'ingrosso, negli alimentari e nel turismo.**

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

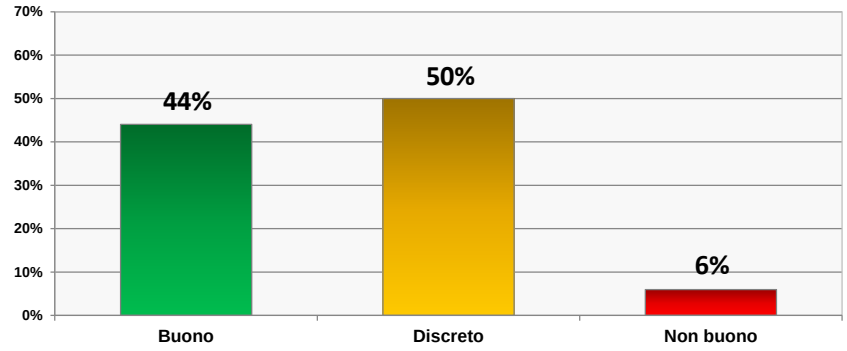
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	54%	46%
100 mila € - 500 mila €	36%	64%
500 mila € - 1 milione €	48%	52%
Oltre 1 milione €	22%	78%
TOTALE	**36%**	**64%**

Si osserva una **difficoltà nel pagare i propri fornitori più frequente (rilevata in oltre una azienda su due) tra le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €), mentre **tra le aziende più grandi e strutturate** (fatturato superiore a 1 milione €) **la quota di aziende con difficoltà a pagare i fornitori si riduce** al 20-25%.

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 semestre 2024.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 30 GIUGNO 2024



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

La maggioranza delle aziende (il 50%) **ritiene "discreto" il proprio rapporto con gli istituti di credito**, mentre **tra le rimanenti prevale la quota di coloro che lo definisce "buono"** (il 44%) **rispetto al 6%** (quota non preoccupante) **che lo definisce "non buono"**. Il **saldo** quindi **è positivo e pari a +38.**

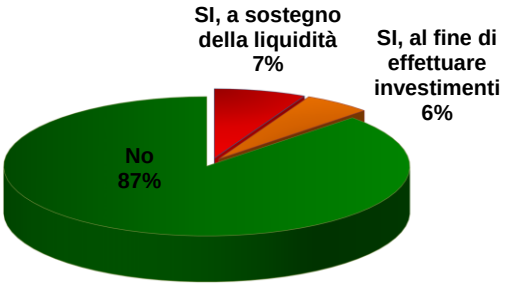
Questo valore risulta **in miglioramento rispetto a quanto osservato a fine 2023** (era +23) **ed in ulteriore miglioramento rispetto al periodo covid** (tra il 2020 e 2021 si attestava tra il +10 ed il +15).

Rapporto con le banche – per settore

	Buono	Discreto	Non buono	Saldo (% buono - % non buono)
Dettaglio prodotti per la persona	33%	64%	3%	+30
Dettaglio di prodotti per la casa	34%	59%	7%	+27
Dettaglio di alimentari	36%	50%	14%	+22
Servizi	32%	53%	15%	+17
Comm. all'ingrosso	57%	40%	3%	+54
Turismo	62%	33%	5%	+57
Ristorazione	53%	43%	5%	+48
TOTALE	**44%**	**50%**	**6%**	**+38**

In **quasi tutti i settori non emergono criticità nei rapporti con le banche** (saldo positivo), a**d eccezione del dettaglio servizi ed alimentari** dove la quota di aziende che lo ritiene non buono è pari al 14-15%.

RICHIESTA PRESTITI BANCARI – PRIMO SEMESTRE 2024



Il 13% delle aziende è ricorsa a prestiti nel primo semestre 2024: il **7%** per **sostegno alla liquidità** ed i**l 6% per investimenti.** Questa percentuale è **in linea con quella osservata sia nel primo semestre 2023, sia nel primo semestre 2022** ed in calo rispetto al 46% osservato nel primo semestre del 2021.

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	19%	2%	80%
Dettaglio di prodotti per la casa	3%	0%	97%
Dettaglio di alimentari	7%	0%	93%
Servizi	5%	5%	89%
Comm. all'ingrosso	4%	12%	84%
Turismo	8%	12%	80%
Ristorazione	0%	3%	97%
TOTALE	**7%**	**6%**	**87%**

Il ricorso al credito nel corso del 2022 è stato **meno frequente tra le imprese del settore ristorazione** (3%) **e dettaglio alimentari** (7%) mentre **e stato più frequente tra le imprese del dettaglio prodotti per la persona** (21%) **e turismo** (20%). In media negli altri settori.

Prestiti – per classe di fatturato

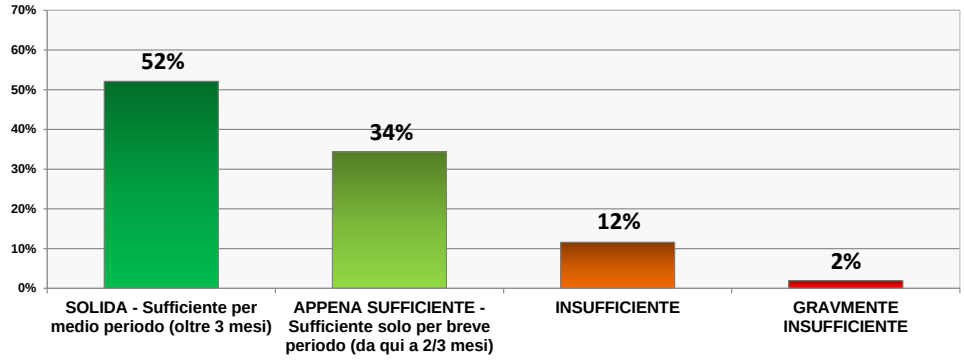
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	3%	0%	97%
100 mila € - 500 mila €	6%	3%	91%
500 mila € - 1 milione €	8%	12%	81%
Oltre 1 milione €	11%	9%	80%
TOTALE	**7%**	**6%**	**87%**

Le **aziende piccole** (sotto i 100 mila € di fatturato) mostrano un **ricorso al credito più contenuto** (appena il 3%) mentre **ricorrono più frequentemente al credito le imprese con fatturato superiore a 500 mila** € (20%).

LIQUIDITA' al 30 giugno 2024

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di <u>valutare il proprio livello di liquidità al 30 giugno 2024</u> per capire se è solida, appena sufficiente o insufficiente. Si è costruito un saldo (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) per avere un'immagine di sintesi.

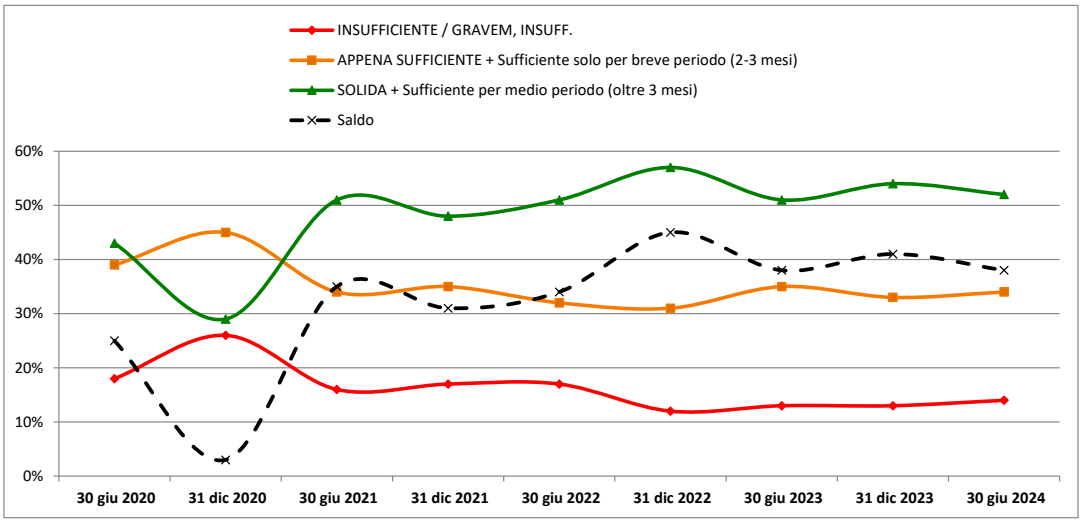
<u>VALUTAZIONE DEL LIVELLO DI LIQUIDITA' – AL 30 GIUGNO 2024</u>



<u>SALDO</u>
(% CASI SOLIDA- % CASI INSUF/GRAV. INSUF)
+ 38

Al **30 giugno 2024** la **maggioranza** delle aziende (**52%**) ritiene **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi) **il proprio livello di liquidità,** mentre il **34%** mostra **qualche incertezza** in quanto lo ritiene **sufficiente solo per un breve periodo** (2-3 mesi). Il **14%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (2% gravemente).
Il **saldo** (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) **è +38.**

<u>LIQUIDITA' – IL TREND</u>



La liquidità ha registrato il **<u>picco critico a fine 2020</u>,** quando solo il 29% la riteneva solida mentre le altre la ritenevano appena sufficiente (45%) o insufficiente/gravemente insufficiente (26%).

<u>Nel corso del 2021</u> la situazione è andata migliorando e la % di aziende con liquidità solida è cresciuta al 50%, e quella con liquidità appena sufficiente scesa al 34% e insufficiente/gravemente insufficiente al 17%.

<u>Nel corso del 2022</u> la situazione è ulteriormente migliorata: la % di aziende che la ritengono insufficiente è scesa al 12%, mentre quelle che la considerano solida è salita al 57%.

<u>Nel corso del 2023 e del I° semestre 2024</u> la situazione è rimasta stabile: è rimasta costante sia la quota che la ritiene non sufficiente, sia la quota di coloro che la ritengono solida

Livello di liquidità – per settore

	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE O GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	Saldo (% solida – % insuff)
Dettaglio prodotti per la persona	45%	36%	16%	+26
Dettaglio di prodotti per la casa	43%	40%	13%	+27
Dettaglio di alimentari	67%	20%	13%	+53
Servizi	50%	39%	8%	+39
Comm. all'ingrosso	64%	28%	7%	+55
Turismo	67%	22%	11%	+56
Ristorazione	43%	43%	15%	+28
TOTALE	**52%**	**34%**	**14%**	**+38**

Il **livello di liquidità più critico** lo segnalano il **commercio al dettaglio di prodotti non alimentari**, mentre la **liquidità** è più **solida nell'ingrosso, nel dettaglio alimentari e nel turismo**.

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

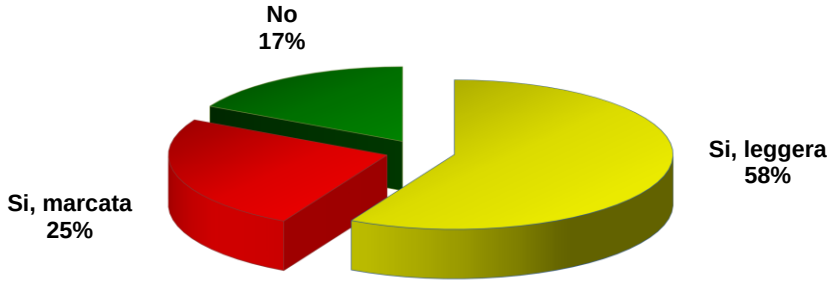
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE o GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	Saldo (% solida – % insuff)
Meno di 100 mila €	36%	40%	24%	+12
100 mila € - 500 mila €	49%	39%	13%	+36
500 mila € - 1 milione €	32%	52%	16%	+16
Oltre 1 milione €	69%	23%	7%	+62
TOTALE	**52%**	**34%**	**14%**	**+38**

Situazione di **liquidità più critica tra aziende piccole** (fatturato fino a 100 mila €) dove il 24% la ritiene insufficiente, **rispetto alle aziende con fatturato oltre i 1 milione €** (dove solo il 7% la ritiene insufficiente)**.**

DIFFICOLTA' DELLA CLIENTELA

E' stato chiesto alle aziende se osservano sintomi di difficoltà nella clientela (leggeri, marcati o assenti) e se nel corso del I° semestre 2024 queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine si è chiesto di confrontare il numero medio di clienti che oggi frequenta l'attività rispetto ad un anno fa (30 giugno 2023).

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA – AL 30 GIUGNO 2024



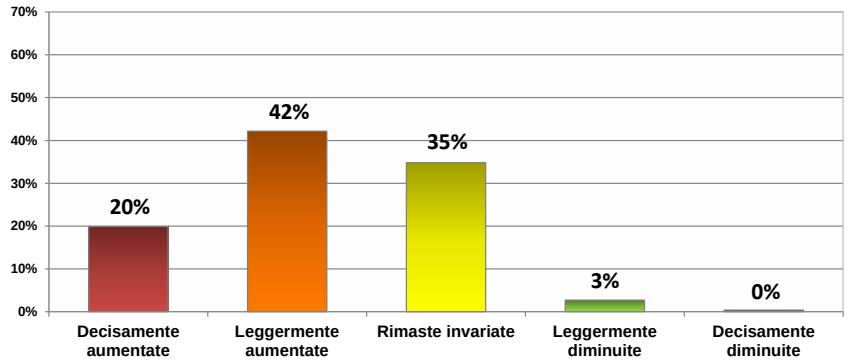
La **maggioranza delle aziende** (83%) vede, al 30 giugno 2024, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 58% dei casi leggera, nel 25% dei casi marcata). Questa quota **è rimasta invariata da fine 2022 ad oggi** (a metà 2022 era leggermente più marcata, pari al 90%).

Difficoltà economiche dei clienti – per settore

	Si, leggera	Si, marcata	No
Dettaglio prodotti per la persona	58%	31%	12%
Dettaglio di prodotti per la casa	55%	28%	17%
Dettaglio di alimentari	53%	40%	7%
Servizi	46%	32%	22%
Comm. all'ingrosso	66%	21%	13%
Turismo	60%	10%	30%
Ristorazione	59%	13%	28%
TOTALE	**58%**	**25%**	**17%**

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** (93%) e **dei prodotti per la persona** (88%), ma anche, per la prima volta, nell'**ingrosso** (87%). Frequenti, ma **in misura più contenuta**, difficoltà dei clienti **nel turismo e ristorazione** (70%).

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – NEL CORSO DEL I° SEMESTRE 2024



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 59

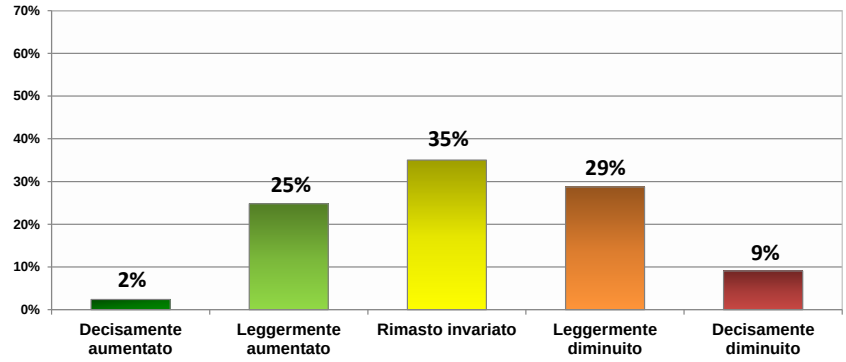
E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del primo semestre 2024**: questo è avvenuto secondo il **62% delle aziende** (nel 42% in maniera ritenuta leggera, nel 20% marcata).
Per il **35%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo **per il 3% sono diminuite**. **Continua la tendenza che si era manifestata** con analoghe frequenze anche **nel corso del primo e secondo semestre 2023**.

Andamento difficoltà economiche dei clienti nel I° semestre 2024 – per settore

	Decisamente aumentate	Leggermente aumentate	Rimaste invariate	Leggermente diminuite	Decisamente diminuite	Saldo (% diminuite- % aumentat)
Dettaglio prodotti per la persona	31%	44%	24%	2%	0%	-73
Dettaglio di prodotti per la casa	14%	41%	38%	3%	3%	-48
Dettaglio di alimentari	27%	27%	40%	7%	0%	-47
Servizi	24%	41%	35%	0%	0%	-65
Comm. all'ingrosso	18%	43%	36%	3%	0%	-58
Turismo	10%	30%	40%	20%	0%	-20
Ristorazione	8%	49%	44%	0%	0%	-56
TOTALE	**20%**	**42%**	**35%**	**3%**	**0%**	**-59**

In tutti i settori prevalgono nettamente i casi di aumento delle difficoltà dei clienti negli ultimi 6 mesi **rispetto ai casi di diminuzione** (saldo negativo). Saldo peggiore nel dettaglio prodotti per la persona (-73) e migliore nel turismo (-20).

ANDAMENTO NUMERO MEDIO DI CLIENTI – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% aumentato- % diminuito)
-11

La maggioranza delle aziende (il 38%) ritiene che **rispetto a 12 mesi fa il numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia diminuito** (di cui il 29% in maniera leggera ed il 9% in maniera marcata). Il **35%** ritiene, invece, **invariato** il numero di clienti, mentre il **27% lo ritiene aumentato**. **Il saldo** (differenza tra % aziende che lo ritiene aumentato e % che lo ritiene diminuito) è quindi **negativo**, ovvero le prime superano le seconde. Si inverte il trend registrato nel corso del 2023 dove invece il saldo era leggermente positivo (+7).

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

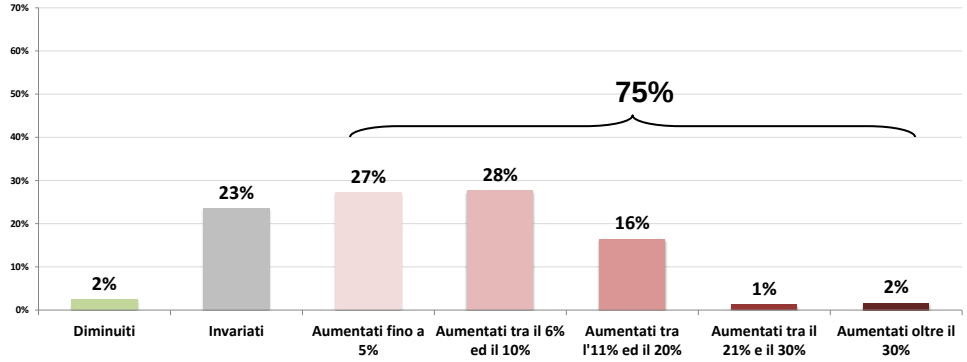
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo % aumentato- % diminuito
Dettaglio prodotti per la persona	2%	24%	27%	34%	14%	-22
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	7%	41%	38%	14%	-45
Dettaglio di alimentari	7%	20%	33%	33%	7%	-13
Servizi	5%	30%	35%	14%	16%	+5
Comm. all'ingrosso	0%	31%	42%	25%	3%	+3
Turismo	20%	50%	20%	10%	0%	+60
Ristorazione	0%	21%	36%	38%	5%	-23
TOTALE	**2%**	**25%**	**35%**	**29%**	**9%**	**-11**

I **cali di clientela più frequenti si sono registrati nel dettaglio prodotti per la casa** (saldo tra casi di aumento e casi di calo pari a -45). **Saldo negativo anche nella ristorazione, dettaglio prodotti per la casa, dettaglio alimentari**, saldo **in equilibrio nei servizi e nell'ingrosso** e **positivo nel turismo** (ad indicare un prevalente aumento del numero medio di clienti rispetto a 12 mesi fa).

INFLAZIONE – PRIMO SEMESTRE 2024

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato nei primi 6 mesi 2024, se hanno applicato un aumento dei prezzi nello stesso periodo e se intendono farlo nel corso del secondo semestre 2024.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI - primo semestre 2024



VARIAZIONE % MEDIA
+ 7%

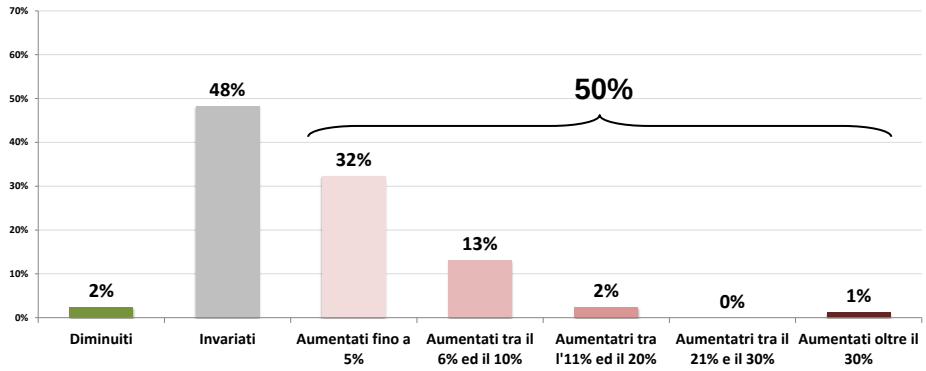
L'aumento medio dei costi nel primo semestre 2024 è stato **del +7%.** L'aumento è stato **osservato dal 75% delle intervistate**: nel 27**%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** (meno del 5%), nel **28%** di **intensità media** (tra 6% e 10%), nel **16% marcata** (tra 10% e 20%) e **nel 3% molto marcata** (superiore al 20%).

Aumento dei costi aziendali – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati
Dettaglio prodotti per la persona	4%	20%	76%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	22%	78%
Dettaglio di alimentari	0%	33%	67%
Servizi	0%	21%	79%
Comm. all'ingrosso	6%	28%	72%
Turismo	0%	20%	80%
Ristorazione	0%	21%	79%
TOTALE	**2%**	**23%**	**75%**

Gli aumenti dei costi aziendali hanno **mostrato analoga frequenza in tutti i settori** (leggermente inferiore nel dettaglio alimentari).

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI – primo semestre 2024



VARIAZIONE % MEDIA
+ 3%

Quasi la metà (48%) delle intervistate **ha mantenuto invariati i prezzi** nel corso primo semestre 2024, mentre l'altra metà 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 **3% marcata** (oltre il 10%).

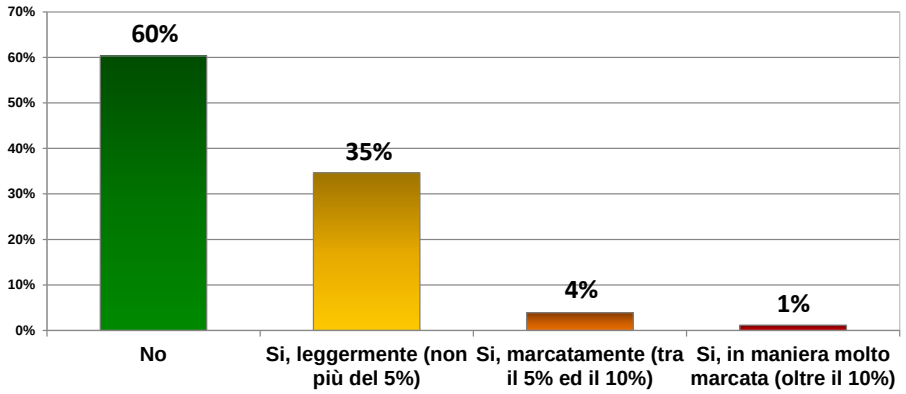
Aumento dei prezzi applicati – per settore

	Diminuiti	Invariati	Aumentati
Dettaglio prodotti per la persona	6%	47%	47%
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	37%	63%
Dettaglio di alimentari	0%	47%	53%
Servizi	0%	65%	35%
Comm. all'ingrosso	5%	46%	49%
Turismo	0%	30%	70%
Ristorazione	0%	53%	47%
TOTALE	**2%**	**48%**	**49%**

La **quota di aziende** che hanno applicato un **aumento prezzi** nel primo semestre 2024 è **maggiore nel turismo** (70%) e nel **dettaglio prodotti per la casa** (63%). Meno frequente nei servizi (35%).

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI

nel secondo semestre 2024



Il **40%** delle aziende **prevede di aumentare i prezzi nel corso del secondo semestre 2023** (erano il 54% a fine 2023 e pertanto risulta diminuita, a maggior ragione rispetto al 70% di metà 2023). **Prevalentemente** le aziende prevedono **un aumento leggero** (inferiore al 5%).

Previsione di aumentare i prezzi – per settore

	NO	SI	Si leggermente	Si marcatamente	Si in maniera molto marcata
Dettaglio prodotti per la persona	**60%**	**40%**	36%	4%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	**55%**	**45%**	45%	0%	0%
Dettaglio di alimentari	**38%**	**63%**	44%	13%	6%
Servizi	**69%**	**31%**	23%	3%	5%
Comm. all'ingrosso	**71%**	**29%**	26%	3%	0%
Turismo	**55%**	**45%**	36%	9%	0%
Ristorazione	**49%**	**51%**	46%	5%	0%
TOTALE	**60%**	**40%**	**35%**	**4%**	**1%**

La **previsione di aumentare i prezzi nel secondo semestre 2024** è **più frequente nel dettaglio alimentari (63%)** e nella **ristorazione** (51%) mentre è **più contenuta nei servizi e nell'ingrosso** (30%)

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	**69%**	**72%**	**74%**	**56%**	**79%**	**67%**	**64%**	**65%**
Acquisto di attrezzature, macchinari, veicoli	**29%**	18%	26%	38%	10%	35%	27%	53%
Promozione, marketing, internazionalizzazione	**22%**	23%	23%	13%	31%	19%	36%	14%
Formazione	**18%**	13%	26%	6%	31%	15%	9%	19%
Risparmio Energetico	**15%**	18%	16%	6%	8%	14%	27%	16%
Digitalizzazione / innovazione tecnologica	**14%**	15%	6%	0%	21%	18%	18%	7%
Consulenze / servizi	**11%**	12%	6%	0%	26%	13%	18%	0%
Opere Edili e murarie	**9%**	3%	10%	25%	0%	11%	27%	9%

Il 69% delle intervistate **ha in programma investimenti nel prossimo futuro** (2 o 3 anni) **senza evidenti differenze settoriali** (leggermente più contenute nel dettaglio alimentari e più marcate nei servizi) **e secondo l**e **tipologie di investimento** rappresentate nella tabella.

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 sopravviv. della mia azienda	**21%**	37%	13%	19%	13%	11%	9%	30%
Le prossime scadenze metteranno a rischio la sopravviv. della mia attività	**14%**	23%	16%	0%	13%	6%	0%	23%
Ho in programma di innovare l'organizzazione della mia azienda per adattarla alle esigenze di mercato	**24%**	18%	16%	25%	26%	29%	45%	21%
Nella zona dove è situata la mia attività percepisco un crescente senso di insicurezza	**46%**	55%	52%	50%	38%	43%	45%	42%

Il **21%** 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 era pari al 43% a fine 2022, poi nel corso del 2023 era passata al 26% ed ora è scesa ulteriormente al 21%. Questa **preoccupazione è più frequente** tra le aziende del **dettaglio di prodotti per la persona** (37%) e della **ristorazione** (30%).

Il **14%** **teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato, tra il 2023 ed il primo semestre 2024, è **calato rispetto al 32% osservato a fine 2022**. Dato più **elevato nella ristorazione** e nel **dettaglio prodotti per la persona** (23%).

Il **24%** **ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale adattandola alle esigenze di mercato:** il settore turismo sembra ili più propenso in tal senso.

Il **46%** **ritiene che nella zona dove è situata la sua attività percepisce un crescente senso di insicurezza** : questa quota era il 37% a fine 2023 ed il 41% a metà 2023.

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 30 GIUGNO 2024

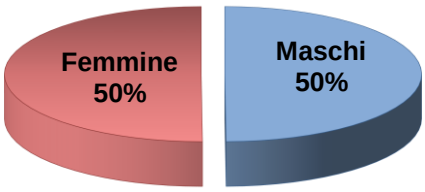
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**25%**	**42%**	**19%**	**25%**	**49%**	**8%**	**9%**	**16%**
Almeno un dip.	**75%**	**58%**	**81%**	**75%**	**51%**	**92%**	**91%**	**84%**
1–5 dipend.	**38%**	40%	52%	69%	28%	29%	18%	42%
6–10 dipend.	**12%**	7%	19%	0%	10%	11%	18%	19%
11–49 dipend.	**23%**	10%	10%	6%	8%	47%	55%	23%
50 o + dipend.	**2%**	2%	0%	0%	5%	5%	0%	0%

I settori in cui le **aziende con dipendenti** sono **più frequenti** sono **l'ingrosso** (dove il 92% ha almeno un dipendente) e il turismo (91%). **Elevata quota di aziende con dipendenti anche** nella **ristorazione** (84%) e nel **dettaglio prodotti per la casa** (81%), mentre **sono meno frequenti** le **aziende con dipendenti** nei **servizi** (51%) e **nel dettaglio prodotti per la persona** (58%).

% Dipendenti per sesso



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**50%**	49%	46%	34%	26%	67%	45%	40%
% femmine	**50%**	51%	54%	66%	74%	33%	55%	60%

Si osserva un **equilibrio tra numero di dipendenti di sesso maschile** e **femminile** (50% e 50%). La **quota di dipendenti femmine è comunque prevalente** in quasi tutti i settori ad eccezione dell'ingrosso.

DIPENDENTI A PART-TIME

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a part-time tra le aziende al 30 giugno 2024.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 30 GIUGNO 2024

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**29%**	23%	33%	52%	65%	13%	20%	26%

Il part-time rappresenta il 29% dei contratti in essere al 30 giugno (dato leggermente superiore al 25% osservato a fine 2023). I settori che **utilizzano maggiormente il part-time** sono il **settore servizi** (dove il 65% dei contratti sono PT) e alimentari (52%), mentre **il ricorso al PT è più contenuto nell'ingrosso** (13%).

Dipendenti a part-time per sesso

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**11%**	9%	13%	20%	48%	3%	11%	15%
% part-time tra le femmine	**46%**	37%	49%	69%	70%	32%	28%	33%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 46% 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 30 GIUGNO 2024

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a chiamata	**11%**	5%	4%	5%	12%	1%	8%	53%

L'11% dei contratti è **a chiamata** (erano il 7% a fine 2023)**.** Questo contratto è **più diffuso tra le aziende della ristorazione** (il 53% dei contratti è a chiamata) mentre è decisamente **più contenuto negli altri settori**.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a tempo determinato attivi tra le aziende intervistate al 30 giugno 2024 e il loro andamento (proroghe e/o cessazioni) nel primo semestre 2024.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 30 GIUGNO 2024
tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a tempo det.	**6%**	10%	7%	9%	26%	4%	28%	16%

Il 6% dei contratti in essere tra le intervistate **è a tempo determinato.** Il **tempo determinato** è **più diffuso tra le aziende del turismo** (28% dei contratti)**, dei servizi** (26%) e **della ristorazione** (16% dei contratti), mentre è **meno diffuso negli altri settori**.

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 1° SEMESTRE 2024
tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

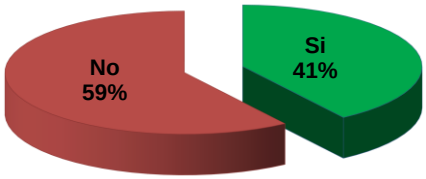
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	**49%**	25%	60%	40%	33%	52%	67%	45%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**60%**	50%	40%	25%	50%	53%	80%	74%

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **49% ne ha cessato almeno uno nel primo semestre 2024** mentre **il 60% 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 semestre 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.

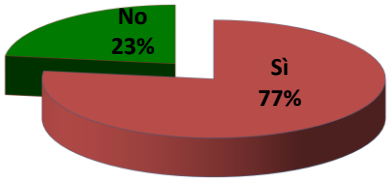
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL 1° SEMESTRE 2024



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**34%**	**15%**	**29%**	**13%**	**28%**	**36%**	**82%**	**60%**
% ricerca tra aziende con dip.	44%	26%	36%	17%	55%	38%	90%	69%
% ricerca tra aziende senza dip.	3%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	14%

Il **34% delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del 1° semestre 2024**. Questa quota è del 44% tra aziende con dipendenti, e solo del 3% tra le aziende senza dipendenti. Erano state il 41% nel I° semestre 2023 ed il 36% nel II° semestre 2023 a cercare personale. **Più attivi nella ricerca** sono stati decisamente i **settori turismo** (82%) e **ristorazione** (60%), mentre **la ricerca è stata meno frequente negli altri settori, particolarmente nel dettaglio prodotti per la persona** dove solo il 15% delle aziende ha cercato personale.

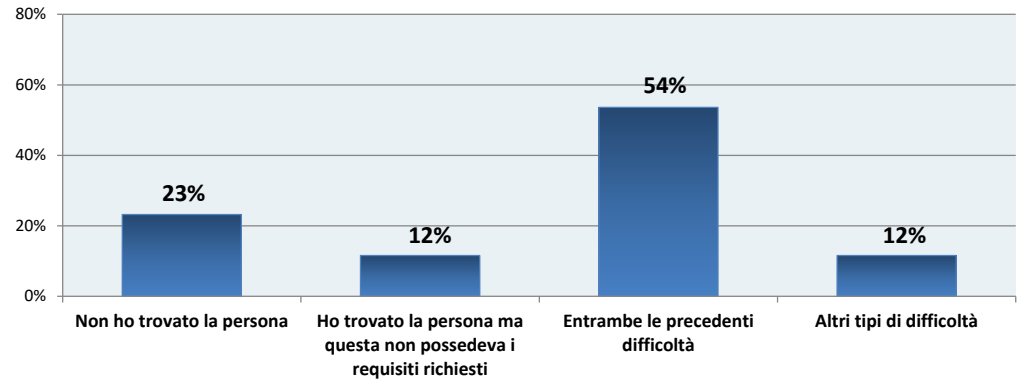
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	**77%**	44%	90%	33%	91%	73%	89%	81%

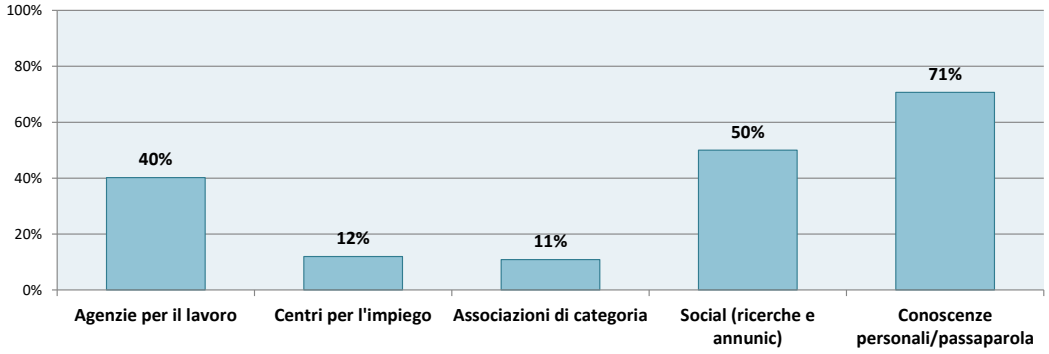
Il **77%** delle aziende che hanno cercato personale dichiarano di aver riscontrato difficoltà (in linea con le osservazioni dei semestri dell'ultimo anno, su valori sempre compresi tra il 75% e l'84%). Percentuale **elevata in tutti i settori** ad eccezione del dettaglio alimentari.

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



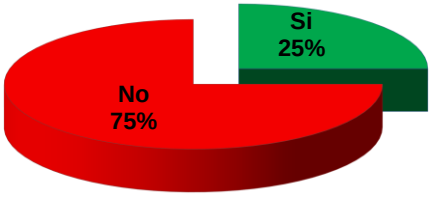
Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona nel 77% dei casi**, e la **mancanza dei requisiti nei candidati,** segnalata dal **66% degli intervistati.** Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà.

A CHI SI E' RIVOLTO



Le imprese che hanno cercato personale **si sono rivolte per il 71% a conoscenze personali e passaparola**, per il **50% ai social** (ricerche e annunci on-line) e solo in misura più contenuta ad agenzie per il lavoro, centri per l'impiego ed associazioni di categoria.

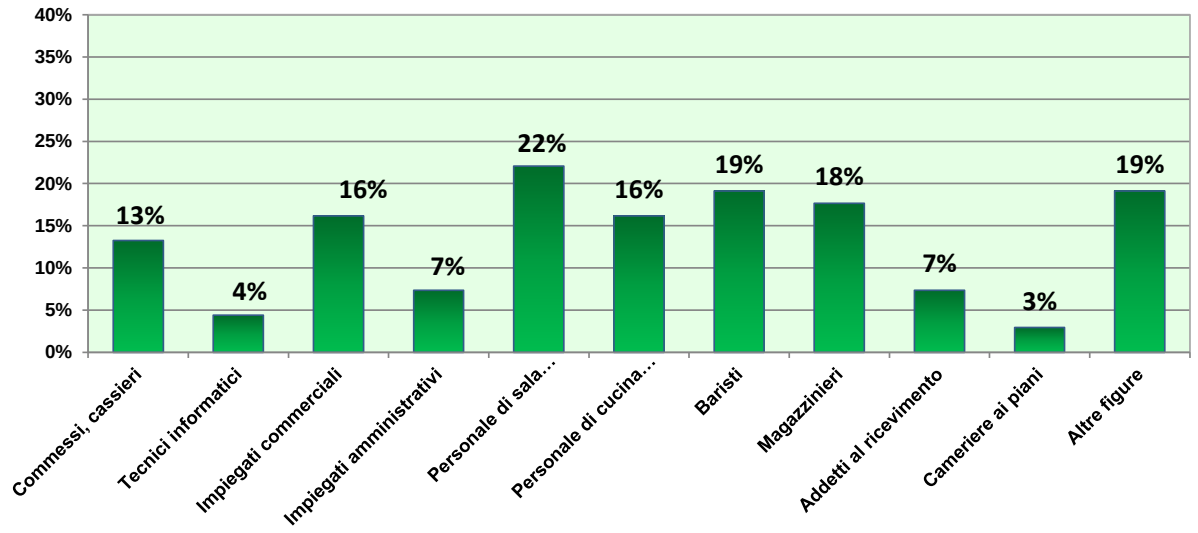
% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**25%**	**8%**	**29%**	**13%**	**18%**	**29%**	**73%**	**37%**
% ricerca tra aziende con dip.	33%	14%	36%	17%	35%	31%	80%	44%
% ricerca tra aziende senza dip.	1%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	0%

Il **25% delle aziende dichiara di essere alla ricerca di personale, attualmente o per il prossimo semestre** (questi sono composti per il 76% da imprese che hanno cercato personale anche nel primo semestre 2024). Questa percentuale è del 33% tra aziende con dipendenti, e solo del 1% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** è il **turismo** (73%).

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE – tra le aziende che cercano personale



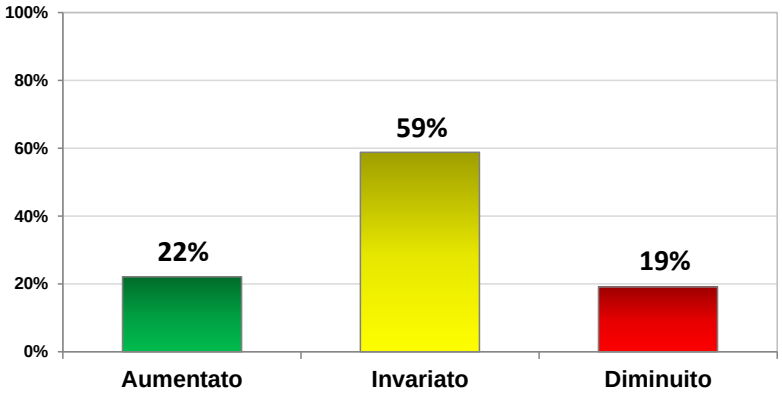
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Personale di sala (camerieri)	**22%**	0%	0%	0%	14%	0%	50%	63%
Baristi	**19%**	0%	0%	0%	0%	0%	50%	56%
Magazzinieri	**18%**	40%	33%	50%	14%	24%	0%	0%
Impiegati commerciali	**16%**	0%	22%	0%	0%	43%	0%	0%
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	**16%**	0%	0%	0%	0%	0%	63%	38%
Commessi, cassieri	**13%**	80%	22%	80%	0%	5%	0%	0%
Impiegati amministrat.	**7%**	0%	0%	0%	14%	19%	0%	0%
Addetti al ricevimento	**7%**	0%	0%	0%	0%	0%	63%	0%
Tecnici informatici	**4%**	0%	0%	0%	29%	5%	0%	0%
Cameriere ai piani	**3%**	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%
Altre figure	**19%**	0%	33%	0%	57%	24%	13%	0%

Le figure professionali maggiormente ricercate sono il **personale di sala** (cercate dal 50% delle imprese del turismo e dal 63% della ristorazione che stanno cercando personale), **baristi** (50% tra le imprese del turismo e 56% tra le imprese della ristorazione), **personale di cucina** (cercate dal 63% delle imprese del tursimo), **commessi e cassieri** (cercati dal 80% delle imprese del dettaglio alimentare e per la persona), **magazzinieri** (50% delle imprese dell'ingrosso), **addetti al ricevimento** (cercate dal 63% delle imprese del turismo)

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

VARIAZIONE NUMERO DI DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2024

Tra aziende con almeno un dipendente



SALDO

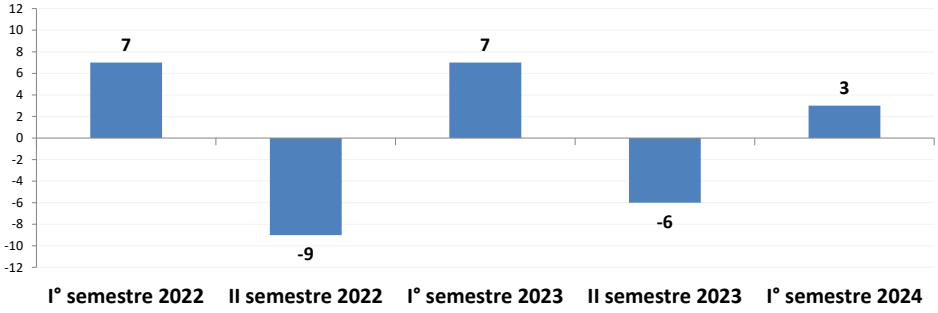
% aumentato - % diminuito

+3

Il primo semestre 2024 è stato **un periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti** (il 59% delle aziende con dipendenti ha mantenuto **invariato il numero di dipendenti**. **Tra le restanti le aziende** si osserva un lieve **prevalere dei casi di aumento** (22%) **rispetto ai casi di diminuzione** 19%).

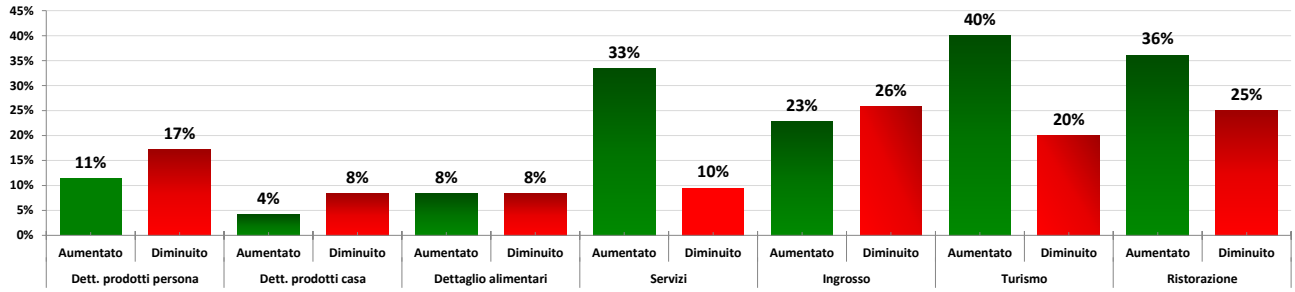
TREND DEL SALDO

differenza tra % casi di aumento e % casi di diminuzione



Il saldo (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) è, **seppur di poco, positivo** (+3) ovvero **la % aziende che hanno aumentato il personale prevale sulla % di aziende che lo hanno diminuito**. Continua il trend altalenante osservato nel 2022 e nel 2023 per cui si osservano primi semestri con saldo positivo, seguiti da secondi semestri con saldo negativo.

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



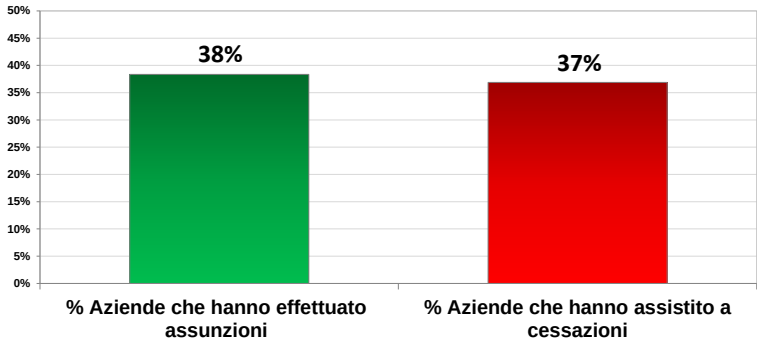
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 1° semestre 2024 con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osserva **prevalenza di casi di aumento nel turismo, ristorazione** e **nei servizi**, **equilibrio nell'ingrosso e nel dettaglio alimentari**, ed infine **prevalenza dei casi di diminuzione nel dettaglio prodotti non alimentari** (casa e persona).

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 1° SEMESTRE 2024

Si analizza la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel 1° semestre 2024.

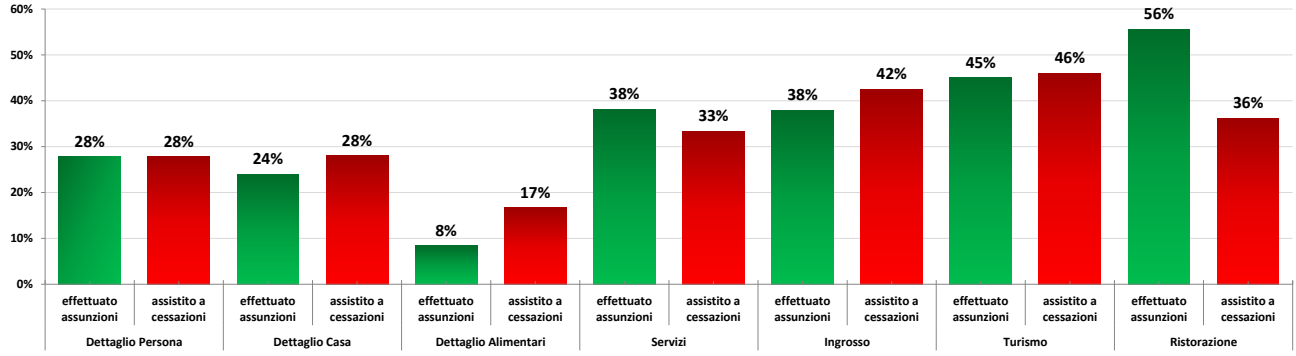
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 1° SEMESTRE 2024

tra aziende con almeno un dipendente



Il 38% delle aziende con dipendenti **ha effettuato almeno una assunzione** nel 1° semestre 2024, mentre il **37%** hanno **assistito ad almeno una cessazione** di rapporti di lavoro nel periodo.

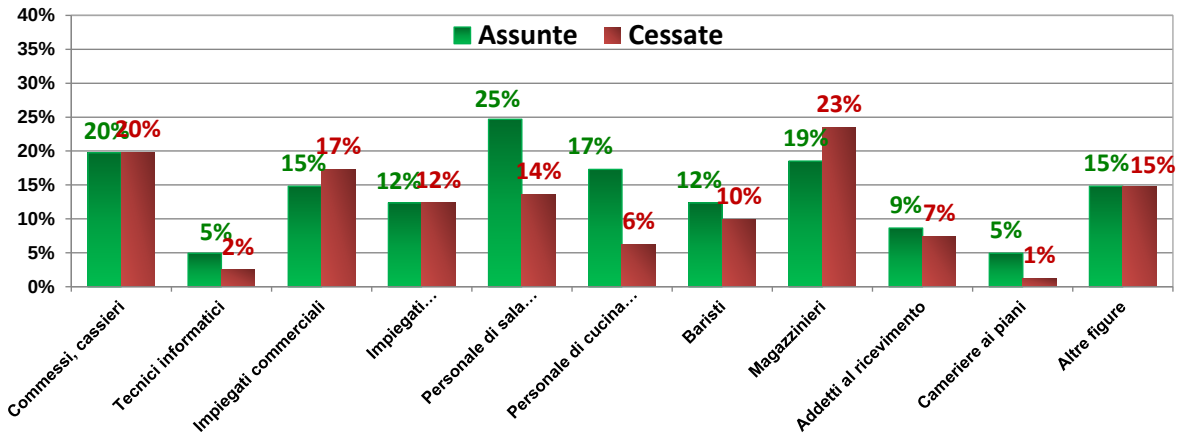
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 1° SEMESTRE 2024 - PER SETTORE



Sono **prevalse le % di aziende che hanno assistito a cessazioni** rispetto a quelle che hanno effettuato assunzioni nel **dettaglio alimentari** e nel **dettaglio di prodotti per la casa**. Viceversa **è prevalsa la quota di aziende che hanno effettuato assunzioni** nella **ristorazione** e nei **servizi. Equilibrio** negli altri settori.

FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 1° SEMESTRE 2024

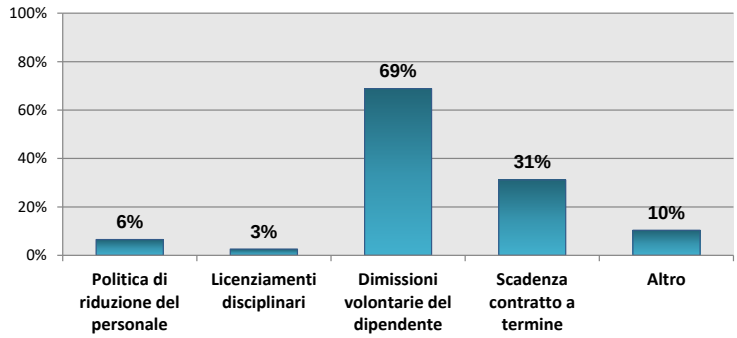
% di aziende che le ha assunte/cessate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il **turnover per figura professionale** si vede sostanziale **equilibrio tra la frequenza di ingresso rispetto a quella di uscita in molte figure.** Risulta invece un **turnover positivo** per il personale di sale ed il personale di cucina, e per i camerieri ai piani. **Turnover negativo** nei magazzinieri

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

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



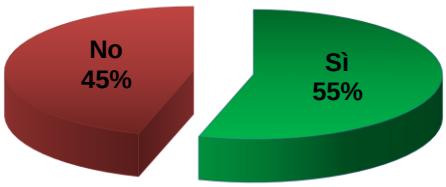
I **motivi delle cessazioni** osservate sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 69% delle aziende con cessazioni, in linea con il secondo semestre 2023, ma in calo rispetto all'80% del I° semestre 2023) e **scadenza dei contratti a termine** (31%). Solo **nel 9% è stata una scelta dell'azienda** (erano state il 5% nel I° semestre 2023 e il 6% nel II° semestre 2023).

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

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

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2024

tra le aziende con dipendenti



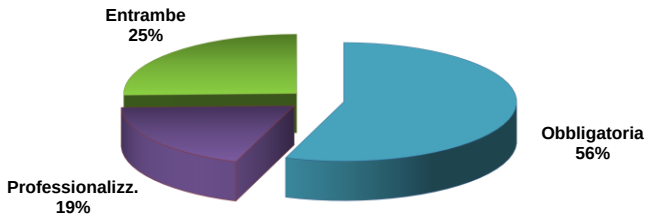
Formazione dipendenti – per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	**55%**	31%	40%	58%	48%	67%	70%	55%

Il **55%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel 1° semestre 2024**. Erano state il 48% nel I° semestre 2023 ed il 44% nel II° semestre 2023 e **pertanto sono leggermente cresciute**. **Più attivi** nella formazione i settori **turismo ed ingrosso.**

TIPOLOGIA FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 1° SEMESTRE 2024

tra le aziende che hanno fatto formazione

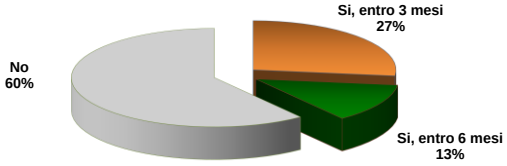


Tra le aziende che hanno fatto formazione **il 56% ha fatto formazione obbligatoria**, il **19% professionalizzante** ed **il 25% entrambe**.

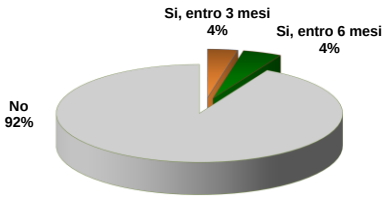
PREVISIONI OCCUPAZIONALI – da qui a sei mesi

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



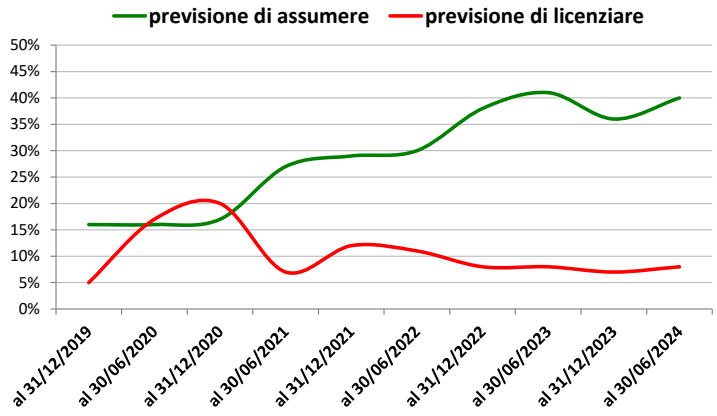
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
prevede di assumere nei prossimi 6 mesi	**40%**	17%	40%	25%	35%	40%	70%	56%
prevede di licenziare nei prossimi 6 mesi	**8%**	14%	12%	8%	10%	3%	10%	6%

Una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 40%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, **una quota inferiore** (8% 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 di prodotti per la persona dove si equilibrano.

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) è andata gradualmente aumentando tra il 2021 ed il 2022, per poi oscillare su valori attorno al 35-40% nel corso del 2023 e del primo semestre 2024.

La **propensione a licenziare** ha osservato un **picco massimo a fine 2020** (superando la propensione ad assumere), per poi **ridimensionarsi su valori inferiori al 10% tra il 2021 e la prima metà 2024.**

FINE REPORT

SINTESI

STATO DI SALUTE AL 30 GIUGNO 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).

Il 12% delle aziende del terziario intervistate dichiara di trovarsi in uno **stato di salute critico**, ovvero valutato come "non buono" o "pessimo". Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **buono/ottimo** (48%) o **discreto** (40%).

Lo stato di salute **dopo il picco negativo registrato a fine 2020** (quando erano il 43% in condizione non buona) è andato gradualmente migliorando: **forte ripresa nel primo semestre 2021** e poi **graduale ulteriore miglioramento fino a fine 2022**. Nel corso del **2023 e dei primi sei mesi del 2024 la situazione si è stabilizzata** su livelli di aziende in stato di salute critico compresa tra il 10% ed il 15%

Lo stato di salute al 30 giugno 2024 mostra **alcune criticità nei settori dettaglio prodotti per la persona**.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL PRIMO SEMESTRE 2024

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

Il **29%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **peggioramento del proprio stato di salute** (leggero o marcato) **nel corso del primo semestre 2023** (erano il 27% nei primi 6 mesi del 2023).

La maggioranza delle aziende ritengono il proprio stato di salute **rimasto invariato** (**49%**), mentre **per il 22% è migliorato.**

Il **peggioramento è stato frequente tra le aziende del dettaglio prodotti per la persona** (38% casi di peggioramento) e **saldo** (% casi di miglioramento-% casi di peggioramento) **negativo anche nell'ingrosso** e nel **dettaglio prodotti per la casa** (-13).

ANDAMENTO FATTURATI: PRIMO SEMESTRE 2024 RISPETTO AL PRIMO SEMESTRE 2023

E' stato chiesto alle aziende l'andamento dei fatturati nel primo semestre 2024 rispetto al primo semestre 2023 (aumentato – invariato – diminuito) e la variazione %.

Si osserva una **prevalenza di aziende che dichiarano un calo del fatturato rispetto al I° semestre 2023** (sono il 41%) **rispetto alle aziende che hanno dichiarato un aumento del fatturato** (il 20%), mentre **il restante 39% ha osservato fatturati in linea con il primo semestre 2023.** Come risultato di queste tendenze si è osservato un fatturato mediamente in calo (-5% la media delle variazioni).

Nel confronto con il I° semestre 2023 la **flessione dei fatturati più frequente si è osservata nel commercio all'ingrosso** (57% casi di diminuzione). **Frequente il calo di fatturati anche nel dettaglio di generi non alimentari** (per la persona e per la casa). I settori servizi, dettaglio alimentari, ristorazione mostrano casi di riduzione dei fatturati compresi tra il 25% ed il 35%, mentre nel settore turismo solo il 10% dichiara di un calo di fatturato.

L'andamento dei fatturati (confrontando i primi semestri degli ultimi anni rispetto ai primi semestri dell'anno precedente), ha mostrato una **netta contrazione dei fatturati nel corso del primo semestre 2020** (dovuta agli effetti dell'emergenza e delle limitazioni Covid), e **una ulteriore contrazione** (seppur di entità inferiore) **nel primo semestre 2021** (per effetto del perdurare dell'emergenza). **Nel primo semestre 2022 i fatturati sono tornati ad avere segno positivo**, ma non tale da compensare le precedenti perdite. Il **primo semestre 2023 può essere classificato come un periodo di stabilità** dei fatturati rispetto allo stesso periodo 2022 ed infine **nel primo semestre 2024 i fatturati sono tornati ad avere segno negativo.**

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 **36%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di avere **difficoltà nel pagare i fornitori** (quasi sempre o qualche volta).

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

Le **difficoltà più frequenti** nel pagare i propri fornitori vengono registrate tra le imprese del **dettaglio di prodotti per la persona** (47% dichiara questa difficoltà) mentre negli altri settori questa difficoltà risulta in linea con il complessivo del terziario, o inferiore (come nel caso del dettaglio alimentari e del turismo).

CLIMA DI FIDUCIA

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

Il clima di fiducia mostra una forte impronta alla stabilità: infatti la netta maggioranza delle imprese prevede stabilità del proprio stato di salute nei prossimi sei mesi (il 66%). Le restanti si dividono tra un **23% di ottimiste**, che prevedono miglioramento e un **11% di pessimiste** che prevedono un peggioramento, generando quindi un clima di fiducia al 30 giugno 2024 positivo e pari a +12.

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 da fine 2021** il clima di fiducia **si è assestato su valori di equilibrio**, con leggero miglioramento in questo primo semestre 2024**.**

Il **clima di fiducia** risulta **positivo in quasi tutti i settori**, ad eccezione dell'ingrosso e del dettaglio di prodotti non alimentari, dove c'è equilibrio tra ottimisti e pessimisti. Turismo e ristorazione particolarmente ottimisti.

ANDAMENTO OCCUPAZIONALE

E' stato chiesto alle aziende con dipendenti se avessero aumentato, diminuito o rimasto invariato il numero di dipendenti nel corso del I° semestre 2024.

Il **primo semestre 2024** è stato un **periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti**: il 59% delle aziende con dipendenti ha mantenuto invariato il numero di dipendenti, tra le restanti le aziende si osserva un lieve prevalere dei casi di aumento (22%) rispetto ai casi di diminuzione 19%.
Il saldo (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) è, seppur di poco, positivo (+3). Continua quindi il trend altalenante osservato nel 2022 e nel 2023 per cui si osservano primi semestri con saldo positivo, seguiti da secondi semestri con saldo negativo.

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 40%) prevede di assumere nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, una quota inferiore (8% delle aziende con dipendenti) prevede di licenziare.

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

LIQUIDITÀ

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio livello di liquidità al 30 giugno 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)

Al 30 giugno 2024 la **maggioranza delle aziende** (52%) **ritiene sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi) **il proprio livello di liquidità**, mentre il **34%** mostra qualche incertezza in quanto lo ritiene **sufficiente solo per un breve periodo** (2-3 mesi). Il **14%,** invece, ritiene la propria **liquidità insufficiente** (2% gravemente).

Nel corso del 2023 e del I° semestre 2024 **la situazione è rimasta stabile**: è rimasta costante sia la quota che la ritiene non sufficiente, sia la quota di coloro che la ritengono solida.

Il **livello di liquidità più critico** lo segnalano il commercio al **dettaglio di prodotti non alimentari**, mentre la **liquidità è più solida nell'ingrosso**, nel **dettaglio alimentari** e nel **turismo**.

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 primo semestre 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%) **vede,** al 30 giugno 2024, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 58% dei casi leggera, nel 25% dei casi marcata). Questa quota è rimasta **invariata da fine 2022 ad oggi**. 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 (93%) e dei prodotti per la persona (88%), ma anche, per la prima volta, nell'ingrosso (87%).

E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del primo semestre 2024**: questo è avvenuto secondo il 62% delle aziende. Per il 35%, invece, le difficoltà dei clienti sono rimaste invariate, e solo per il 3% sono diminuite. Continua la tendenza che si era manifestata con analoghe frequenze anche nel corso del primo e secondo semestre 2023.

La **maggioranza delle aziende** ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** che i**l numero medio di clienti** che frequenta la loro attività **sia diminuito** (il 49%) mentre il **35%** ritiene che sia **rimasto invariato** ed il **27% aumentato**.

INFLAZIONE

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

L'**aumento medio dei costi aziendali** in tutto il terziario è stato pari al **+7%,** ed è stato **osservato un aumento il 75% delle intervistate:** 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 16% marcata (tra 10% e 20%) e nel 3% molto marcata (superiore al 20%). Gli aumenti dei costi aziendali hanno mostrato **analoga frequenza in tutti i settori**

L'**aumento medio dei prezzi applicati** nello stesso periodo in tutto il terziario è stato pari al **+3%** ed è stato attuato dal **50% delle aziende** intervistate. La quota di aziende che hanno applicato un aumento prezzi è **più marcata nel turismo** (70%) e nel **dettaglio prodotti per la casa** (63%).

Il 40% delle aziende **prevede di aumentare i prezzi nel corso del secondo semestre 2023** (erano il 54% a fine 2023 e pertanto risulta diminuita, a maggior ragione rispetto al 70% di metà 2023)**.** La previsione di aumentare i prezzi nel secondo semestre 2024 è **più frequente nel dettaglio alimentari** (63%) **e nella ristorazione** (51%) mentre è più contenuta nei servizi e nell'ingrosso (30%).

PREOCCUPAZIONI

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

Il **21% 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 era pari al 43% a fine 2022, poi nel corso del 2023 era passata al 26% ed ora è scesa ulteriormente al 21%. Questa preoccupazione è più frequente tra le aziende del dettaglio di prodotti per la persona (37%) e della ristorazione (30%).

Il **14% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività**: questo dato, tra il 2023 ed il primo semestre 2024, è calato rispetto al 32% osservato a fine 2022. Dato più elevato nella ristorazione e nel dettaglio prodotti per la persona (23%).

Il **24% ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale adattandola alle esigenze di mercato**: il settore turismo sembra ili più propenso in tal senso.

Il **46% ritiene che nella zona dove è situata la sua attività percepisce un crescente senso di insicurezza** : questa quota era il 37% a fine 2023 ed il 41% a metà 2023.