esac spa

Ente Bilaterale Settore Terziario
PROVINCIA DI VICENZA

CONFCOMMERCIO
VICENZA

OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

Quarto 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

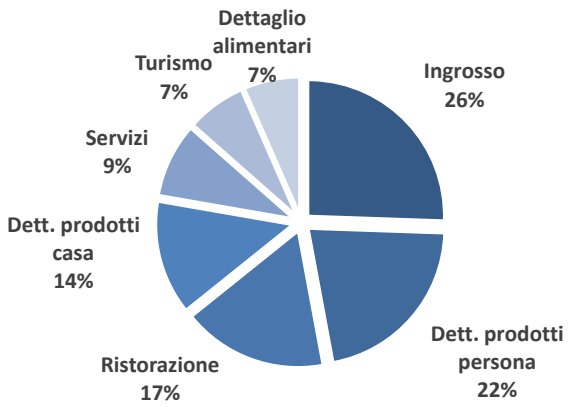
L'ANALISI

Si riportano di seguito le analisi dei dati raccolti a mezzo di 275 questionari (rappresentati attraverso elaborazioni grafiche, tabulari e commenti) **relativi ai principali aspetti economici (parte 1) ed occupazionali (parte 2)** rilevati presso il campione di aziende rispondenti **con riferimento al 31 DICEMBRE 2024 ed al 2024**, nonché del loro **trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti nel corso delle passate rilevazioni).

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

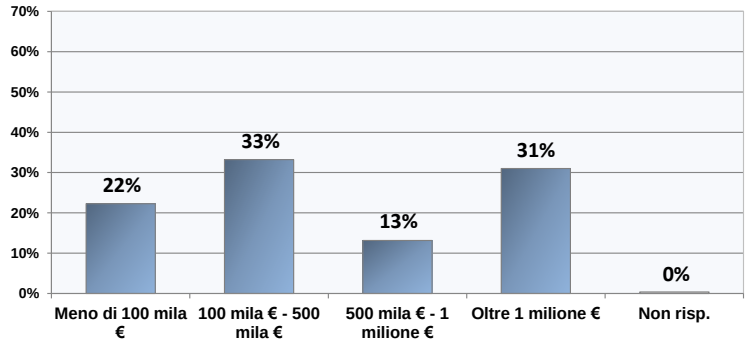
Come prima cosa si osservano le caratteristiche del campione di aziende rispondenti in questa rilevazione, in particolare il settore, la fascia di fatturato 2024 e la classe di dipendenti. La sua composizione risulta analoga a quella osservata nelle rilevazioni passate e rappresentativa della composizione degli Associati a Confcommercio Vicenza e questo è un requisito fondamentale per l'attendibilità della rilevazione.

SETTORE



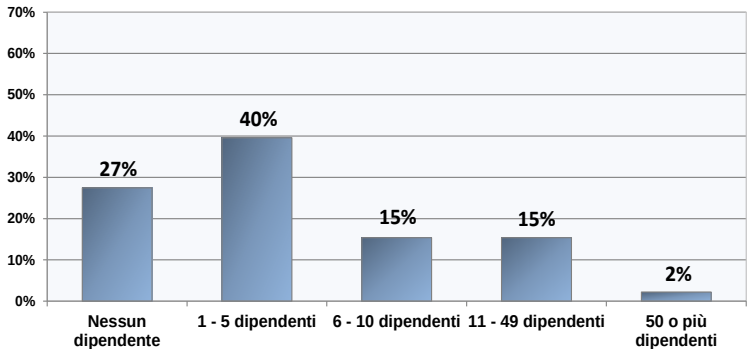
Il campione è costituito **per il 40%** da imprese del **commercio al dettaglio** (il 22% di prodotti per la persona, il 14% prodotti per la casa e 7% prodotti alimentari). L'**ingrosso** rappresenta il **26%** delle intervistate, mentre i settori **turismo** e **ristorazione** il **24%**. Infine i **servizi** rappresentano il **9%**.

FASCIA DI FATTURATO - 2024



Il campione è costituito **per il 22%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **46%** da aziende **"medie"** (con fatturato compreso tra 100 mila € e 1 milione €) mentre nel **31%** dei casi il fatturato delle intervistate **supera il milione €.**

NUMERO DI DIPENDENTI - AL 31 DICEMBRE 2024



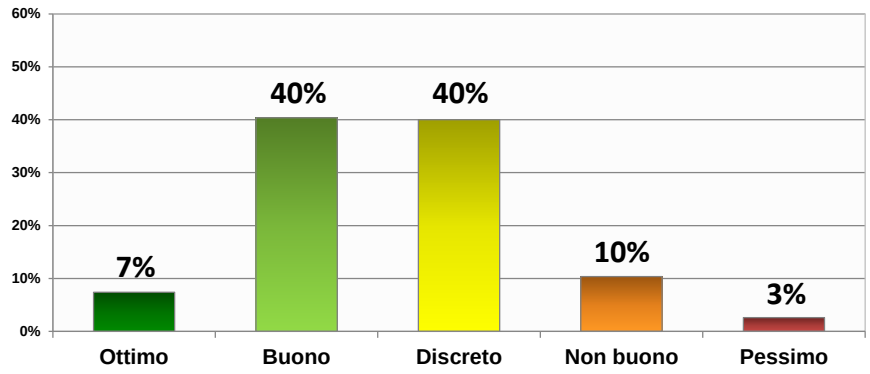
Il **27%** delle intervistate **non ha dipendenti**, mentre le **restanti (73%) hanno almeno un dipendente** (tra queste il 40%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 15% ne ha tra 6 e 10, il 15% tra 11 e 49 e solo il 2% ha 50 dipendenti o più).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 2024

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

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 2024



% NON BUONO/PESSIMO

13%

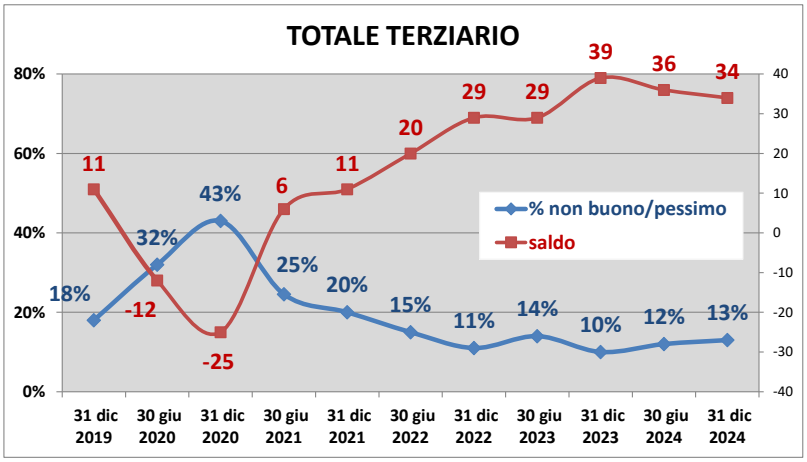
SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+34

La maggioranza delle aziende ritiene **positivo lo stato di salute al 31 dicembre 2024**: infatti, al netto della **quota di aziende** che **lo ritengono discreto** (39%), **prevale la quota di aziende che lo ritengono positivo** (47% buono o ottimo) rispetto alla quota che **lo ritengono negativo** (solo il 13% non buono o pessimo), generando un **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) decisamente **positivo** (+34).

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



Il **saldo** dello stato di salute è **progressivamente migliorato dopo il picco negativo registrato a fine 2020** (in piena emergenza covid). **Rilevazione dopo rilevazione è cresciuto**, fino a stabilizzarsi su valori superiori a +30 a partire dal 2023.

Analogamente **la % di aziende che dichiara uno stato di salute negativo è diminuita gradualmente** dopo il picco registrato a fine 2020, stabilizzandosi a partire dal 2023 su valori non preoccupanti, di poco superiori al 10%.

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	36%	47%	17%	+19
Dettaglio di prodotti per la casa	31%	58%	11%	+20
Dettaglio di alimentari	56%	33%	11%	+45
Servizi	67%	25%	8%	+59
Comm. all'ingrosso	58%	30%	12%	+46
Turismo	53%	36%	11%	+42
Ristorazione	46%	39%	15%	+31
TOTALE	**47%**	**40%**	**13%**	**+34**

Lo **stato di salute** al 31 dicembre 2024 mostra **valori positivi in tutti i settori, senza particolari criticità:** la quota di aziende in stato di salute non buono è al massimo pari al 17% nel dettaglio di prodotti per la persona e 15% nella ristorazione, mentre il saldo è più contenuto, ma sempre positivo, nel dettaglio prodotti per la persona e per la casa (+19 / +20).

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	28%	47%	25%	+3
100 mila € - 500 mila €	49%	38%	13%	+36
500 mila € - 1 milione €	39%	50%	11%	+28
Oltre 1 milione €	65%	30%	5%	+60
TOTALE	**47%**	**40%**	**13%**	**+34**

In linea con quanto osservato in passato, si osserva una evidente **correlazione tra stato di salute e dimensione aziendale** (classe di fatturato) rilevando uno **stato di salute decisamente critico tra le aziende piccole** con fatturato sotto i 100 mila € (saldo +3 e il 25% in stato "non buono"), mentre **al crescere della dimensione lo stato di salute migliora**: il saldo è positivo tra le imprese con fatturato tra 100 mila € ed 1 milione di € (+36/+28 e 11%/13% in stato critico) e con fatturato superiore ad 1 milione di € (saldo +60 e solo 5% in stato critico).

Stato di salute – per classe dipendenti

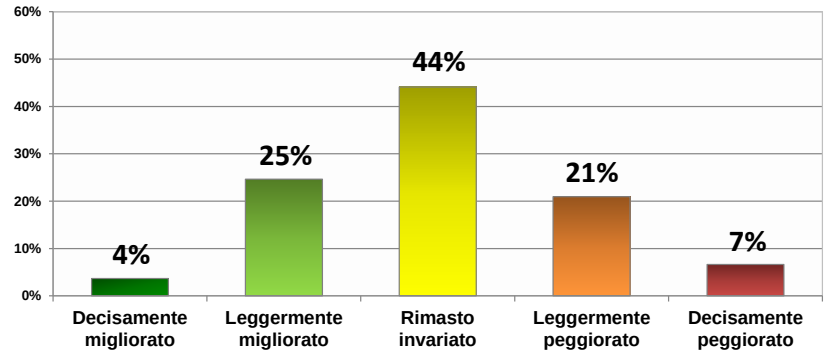
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	**39%**	**42%**	**19%**	**+20**
Con dipendenti	**51%**	**38%**	**11%**	**+40**
1 - 5 dipendenti	40%	43%	17%	+23
6 - 10 dipendenti	56%	39%	5%	+51
11 o più dipendenti	69%	29%	2%	+67
TOTALE	**47%**	**40%**	**13%**	**+34**

Analogamente, si osserva una **correlazione tra stato di salute e classe dipendenti**. Tra le aziende **senza dipendenti o con 1-5 dipendenti** si osserva uno **stato di salute più critico** (saldo +20/+23 ed il 17%/19% dichiara uno stato di salute non buono), mentre **al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora.**

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL 2024

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

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL 2024



% PEGGIORAMENTO

28%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

+1

Secondo **la maggioranza** delle intervistate il **proprio stato di salute nel corso del 2024 è rimasto invariato** (nel 44% dei casi), mentre **nei restanti** casi si osservano **tanti casi di miglioramento** (29%) **quanti casi di peggioramento** (28%).

Andamento stato di salute – per settore

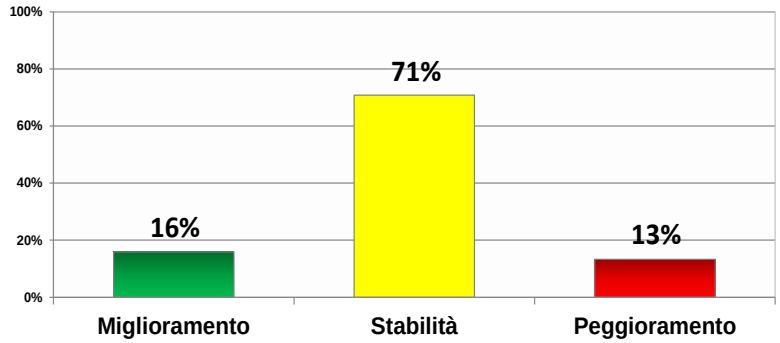
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	22%	47%	31%	-9
Dettaglio di prodotti per la casa	22%	56%	22%	0
Dettaglio di alimentari	28%	39%	33%	-5
Servizi	33%	54%	13%	+20
Comm. all'ingrosso	25%	39%	36%	-11
Turismo	42%	37%	21%	+21
Ristorazione	38%	38%	23%	+15
TOTALE	**29%**	**44%**	**28%**	**+1**

Il 2024 ha mostrato un **prevalente peggioramento dello stato di salute** tra le aziende del **dettaglio di prodotti per la persona e alimentari** e **dell'ingrosso** (saldo negativo). Maggiore **equilibrio nel dettaglio prodotti per la casa**. **Trend positivo nei servizi, nel turismo e ristorazione** (saldo positivo).

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il primo semestre 2025

E' stata chiesta alle una previsione sull'andamento del proprio stato di salute nel prossimo semestre (se prevedono miglioramento, stabilità o peggioramento). La differenza tra % di coloro che prevedono miglioramento e coloro che prevedono peggioramento costituisce un indicatore di "clima di fiducia" che sintetizza il *sentiment* sul prossimo futuro (più o meno positivo, neutro o negativo).

PREVISIONE PROPRIO STATO DI SALUTE PER IL PRIMO SEMESTRE 2025



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
+3

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 **71%**), mentre **le restanti** si dividono in:

- **Ottimiste/non preoccupate:** il **16%** prevede miglioramento
- **Pessimiste/preoccupate:** il **13%** prevede un peggioramento

generando quindi un **clima di fiducia al 31 dicembre 2024 praticamente in equilibrio** (+3).

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	5%	82%	12%	-7
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	83%	11%	-5
Dettaglio di alimentari	6%	70%	24%	-18
Servizi	25%	58%	17%	+8
Comm. all'ingrosso	20%	64%	16%	+4
Turismo	26%	69%	5%	+21
Ristorazione	26%	63%	11%	+15
TOTALE	**16%**	**71%**	**13%**	**+3**

Il clima di fiducia migliore lo si osserva tra **le aziende del turismo e ristorazione** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quota di aziende che prevedono un peggioramento minima). Clima di fiducia **leggermente positivo anche nei servizi e nell'ingrosso**, mentre è **negativo** nel **dettaglio, in particolare di alimentari** (dove una azienda su 4 prevede un peggioramento).

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	13%	66%	21%	-8
100 mila € - 500 mila €	16%	74%	10%	+6
500 mila € - 1 milione €	17%	64%	19%	-2
Oltre 1 milione €	18%	74%	7%	+11
TOTALE	**16%**	**71%**	**13%**	**+3**

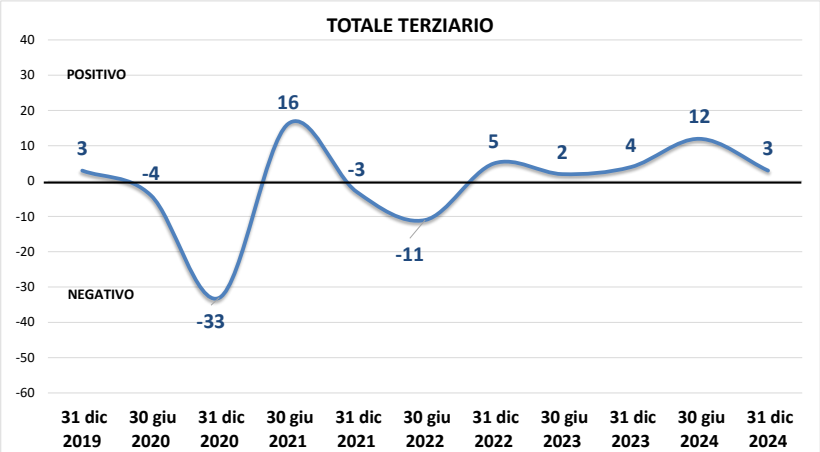
Il clima di fiducia è negativo tra le imprese con fatturato inferiore a 100 mila €, e **migliora al crescere della dimensione aziendale.**

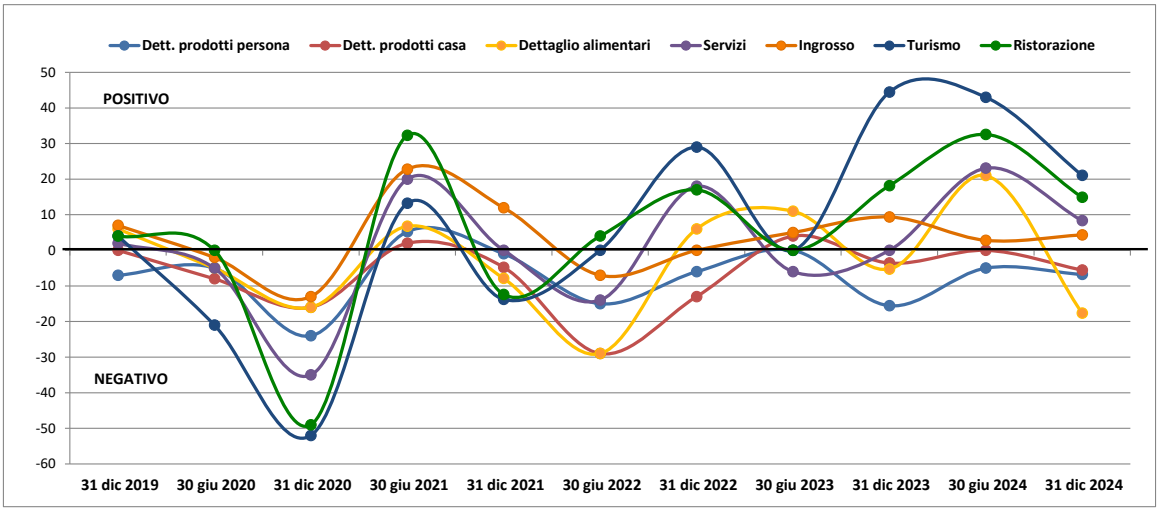
Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	**9%**	**72%**	**19%**	**-10**
Con dipendenti	**18%**	**70%**	**11%**	**+7**
1 - 5 dipendenti	19%	67%	14%	+5
6 - 10 dipendenti	15%	83%	2%	+13
11 o più dipendenti	17%	69%	14%	+6
TOTALE	**16%**	**71%**	**13%**	**+3**

Più pessimiste le aziende senza dipendenti (clima -10), **rispetto alle aziende con dipendenti** (+7).

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 oggi** (forte pessimismo a fine 2020, ottimismo a metà 2021 e poi una oscillazione più contenuta). L'andamento oscillatorio ha riguardato tutti i settori, con fasi diverse ed intensità diverse.

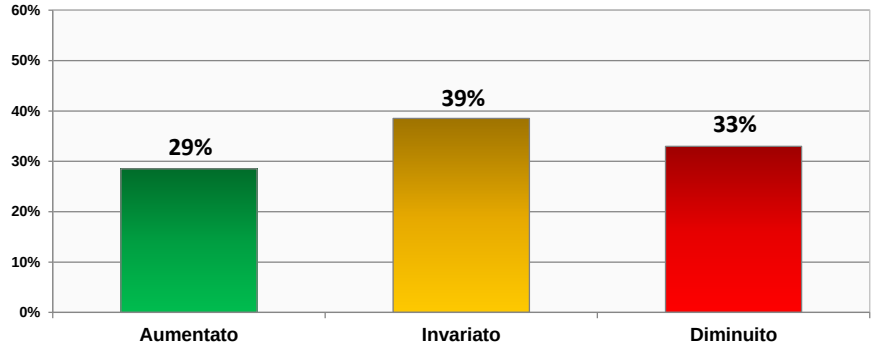
Nel corso della seconda metà 2024 tutti i settori (ad eccezione dell'ingrosso) hanno assistito a flessione del clima di fiducia (in particolare crollo tra gli alimentari. Ma anche nel turismo e ristorazione e servizi)

ANDAMENTO FATTURATI: 2024 –2023

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando il 2024 con il 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

2024 –2023



SALDO
(% CASI AUM - % CASI DIMIN)
-4

VARIAZIONE % MEDIA
-2,5%

Vengono **confrontati i fatturati del 2024 con il 2023**. Ne risultano delle tendenze eterogenee in quanto le aziende si sono suddivise abbastanza equamente tra:

- il **29%** di aziende che hanno **aumentato il fatturato**
- il **39%** di aziende che hanno **mantenuto invariato il fatturato**
- il **33%** di aziende che hanno **diminuito il fatturato**.

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al -2.5% mentre **il saldo** (differenza tra la % di aziende che hanno assistito a aumento e % di aziende che hanno assistito a calo) **è negativo (-4)**.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	21%	48%	31%	-10
Dettaglio di prodotti per la casa	19%	53%	28%	-9
Dettaglio di alimentari	33%	34%	33%	0
Servizi	42%	45%	13%	+9
Comm. all'ingrosso	28%	20%	52%	-24
Turismo	42%	47%	11%	+31
Ristorazione	33%	37%	30%	+3
TOTALE	**29%**	**39%**	**33%**	**-4**

I settori che hanno osservato un **saldo negativo dei fatturati** (ovvero con una quota di aziende che hanno osservato un calo superiore rispetto alla quota che ha osservato un aumento) sono stati **l'ingrosso** (saldo -24 e 52% delle aziende che hanno osservato un calo), il **dettaglio prodotti per la persona** (saldo -10, e quota di aziende che hanno osservato un calo pari al 33%) e il **dettaglio prodotti per la casa** (saldo -9, con 28% di casi di diminuzione). Sia il **dettaglio alimentari** che **la ristorazione** mostrano il **30-33% di casi di diminuzione**, ma un **saldo in equilibrio**. Infine il **saldo è leggermente positivo nei servizi e molto positivo nel turismo** (con solo 11-13% di casi di diminuzione).

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Meno di 100 mila €	17%	47%	36%	-19
100 mila € - 500 mila €	26%	45%	29%	-3
500 mila € - 1 milione €	44%	22%	33%	+11
Oltre 1 milione €	33%	33%	34%	-1
TOTALE	**29%**	**39%**	**33%**	**-4**

L**e aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) **mostrano una prevalente diminuzione dei fatturati** (segnalato dal 36% delle aziende e saldo -19).

Le aziende più grandi (fatturato superiore a 100 mila €)**,** invece, mostrano **maggior equilibrio tra casi di aumento e casi di diminuzione** (questi ultimi però comunque sono in misura di circa un terzo).

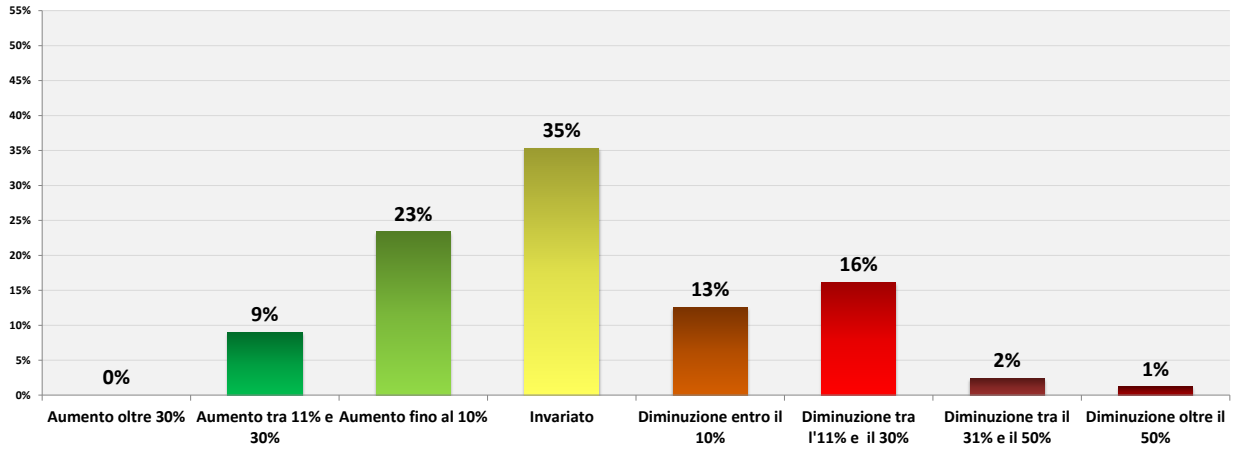
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Nessun dipendente	**21%**	**42%**	**37%**	**-16**
Almeno un dipendente	**32%**	**37%**	**31%**	**+1**
1 - 5 dipendenti	29%	37%	34%	-5
6 - 10 dipendenti	27%	51%	22%	+5
Oltre 10 dipendenti	40%	26%	33%	+7
TOTALE	**29%**	**39%**	**33%**	**-4**

Le **aziende senza dipendenti** hanno mostrato una **maggior sofferenza nell'andamento dei fatturati**: infatti tra di esse il saldo è negativo (-16). **Tra le imprese con dipendenti l'andamento è migliore**, ma il saldo non è mai significativamente positivo (al massimo +7 tra le aziende con oltre 10 dipendenti).

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

2024-2023



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

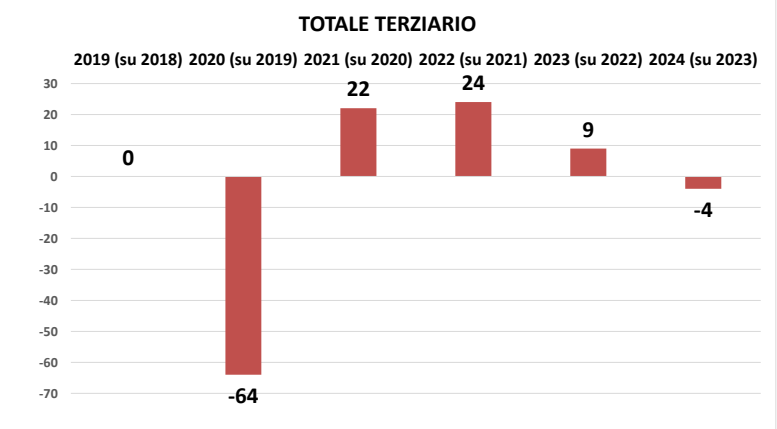
- i **casi di calo** registrati sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 13%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 16%** dei casi, e **consistenti** (superiori al 30%) **solo nel 3%** dei casi;
- i **casi di aumento** registrati, invece, sono stati **di intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 23%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 9%** dei casi e **mai consistenti** (superiori al 30%).

Intensità delle variazioni di fatturato – per settore

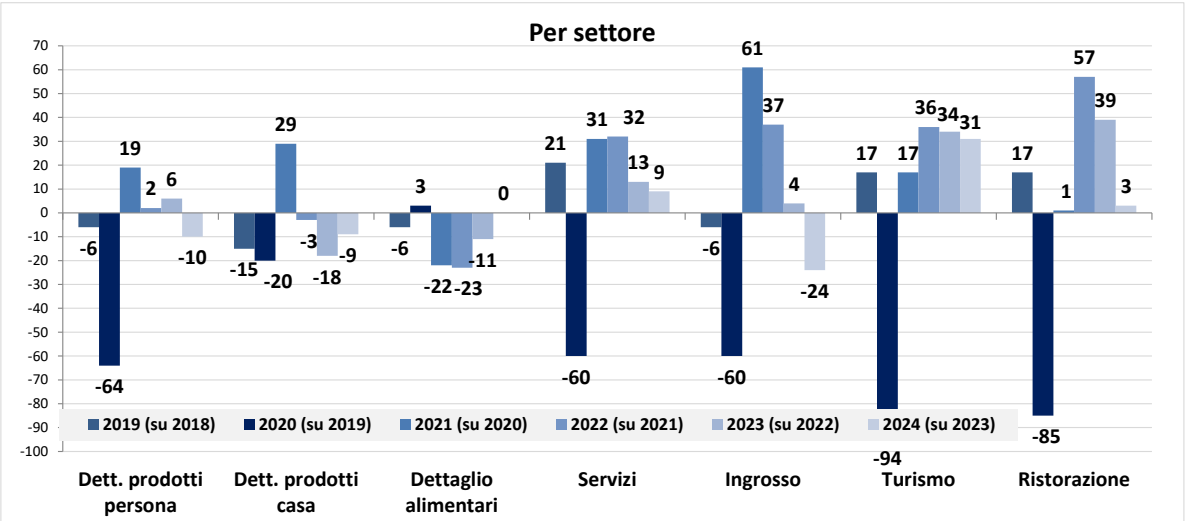
	Aumento marcato	Aumento contenuto		Invariato	Diminuzione contenuta		Diminuzione marcata	
	oltre 30%	tra 11% e 30%	fino al 10%		entro il 10%	tra 11% e 30%	tra 31% e 50%	oltre il 50%
Dettaglio prodotti per la persona	0%	0%	20%	50%	14%	16%	0%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	3%	0%	19%	55%	10%	10%	3%	0%
Dettaglio di alimentari	0%	0%	35%	35%	12%	18%	0%	0%
Servizi	5%	23%	14%	45%	5%	9%	0%	0%
Comm. all'ingrosso	0%	7%	23%	18%	17%	25%	7%	3%
Turismo	0%	7%	27%	53%	0%	13%	0%	0%
Ristorazione	0%	17%	19%	39%	11%	11%	3%	0%
TOTALE	**0%**	**9%**	**23%**	**35%**	**13%**	**16%**	**2%**	**1%**

Dalla tabella emerge come il settore ingrosso sia il settore con le più alte % di diminuzione dei fatturati.

ANDAMENTO FATTURATI – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



L'andamento dei fatturati negli ultimi anni ha mostrato, complessivamente nel terziario, **una contrazione osservata nel 2020 rispetto al 2019** (causa covid) e una **lieve ripresa nel 2021 e nel 2022** (ma non tale da compensare le perdite del 2020). Ripresa che **si è attenuata nel 2023. Nel 2024 il segno è diventato negativo,** con i casi di diminuzione dei fatturati che hanno superato i casi di aumento.



Le specificità settoriali mostrano:

- nel **turismo** una **ripresa post covid più marcata** (confermata nel 2024)

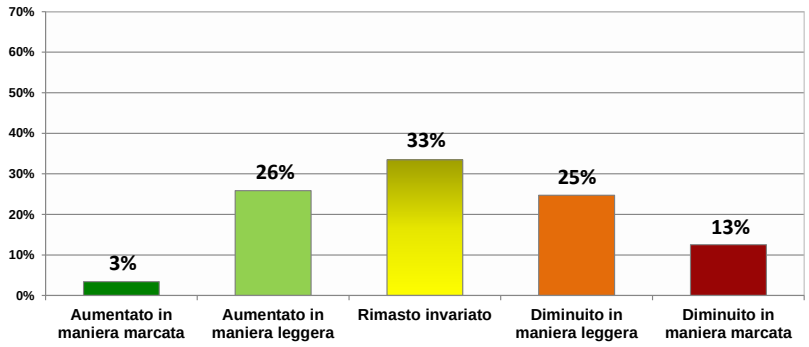
- nell'**ingrosso** una **ripresa post covid marcata nel 2021 e 2022**, seguita però da **un 2023 di assestamento** ed un **2024 di segno negativo**
- nei **servizi** una ripresa post covid **nel 2021 e 2022, rallentata nel 2023 e 2024**
- nella **ristorazione una ripresa post covid, ma registrata con un anno di ritardo** (2022 e 2023) **e bloccatasi nel 2024**
- **nel dettaglio di prodotti per la persona e per la casa si è registrata una ripresa minima** e temporanea (nel 2021) **e poi un triennio di stabilità o segno negativo**
- nel dettaglio **prodotti dettaglio alimentari,** settore che nel 2020 in pieno covid non aveva sofferto in termini di fatturati, ha registrato **un triennio post covid di segno negativo** (equilibrio nel 2024).

ANDAMENTO UTILE

Si ritiene significativo in aggiunta all'andamento del fatturato, monitorare anche l'andamento dell'utile (differenza tra ricavi e costi). In questa sezione viene indagato l'andamento dell'utile, confrontando il 2024 con il 2023. Viene chiesto alle aziende se questo 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.

ANDAMENTO DELL'UTILE

2024 –2023



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

Il **29%** di aziende hanno **aumentato l'utile rispetto al 2023,** il **33%** di aziende hanno **mantenuto invariato l'utile, infine il 38%** di aziende lo hanno **diminuito**.

Andamento dell'utlie – per settore

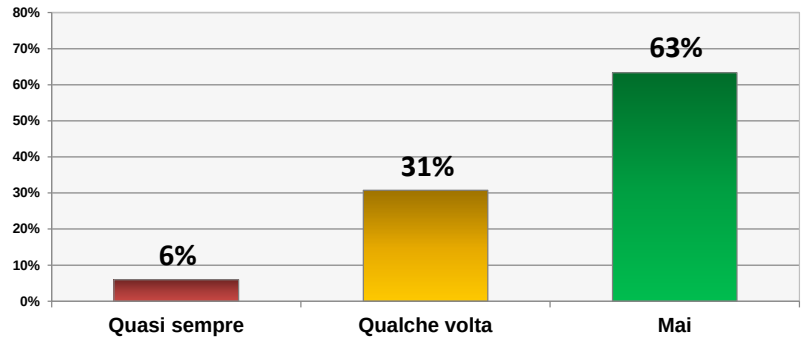
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	2%	18%	33%	33%	14%	-27
Dettaglio di prodotti per la casa	3%	17%	43%	26%	11%	-17
Dettaglio di alimentari	0%	29%	29%	29%	12%	-12
Servizi	17%	25%	42%	13%	4%	+25
Comm. all'ingrosso	0%	30%	28%	25%	16%	-11
Turismo	11%	39%	33%	17%	0%	+33
Ristorazione	2%	31%	31%	20%	16%	-3
TOTALE	**3%**	**26%**	**33%**	**25%**	**13%**	**-9**

Il **saldo degli utili è stato positivo solo nei settori turismo** (+33) **e servizi** (+25). E' stato **in equilibrio** (tanti casi di aumento quanti di diminuzione) **nel settore ristorazione**. E' stato **negativo in tutti gli altri settori**, in **particolare nel commercio al dettaglio di prodotti per la persona** (-27).

RAPPORTI CON I FORNITORI

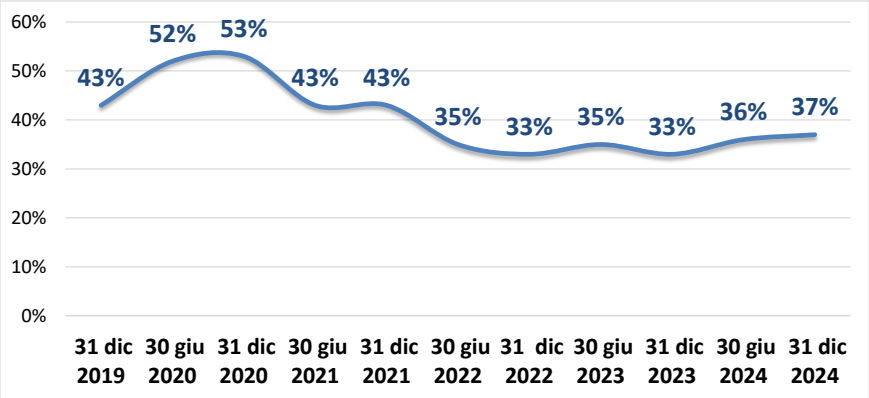
E' stato chiesto alle aziende se hanno difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 31 DICEMBRE 2024



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

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI – IL TREND



Nel corso del **2020 la quota di aziende in difficoltà a pagare i fornitori era aumentata** (salita al 53%). **Tra il 2021 ed il 2022 era diminuita** tornando su livelli anche migliori rispetto al pre-covid. Nel corso del **2023** e del **2024 è rimasta costante.**

Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	50%	50%
Dettaglio di prodotti per la casa	33%	67%
Dettaglio di alimentari	33%	67%
Servizi	29%	71%
Comm. all'ingrosso	25%	75%
Turismo	32%	68%
Ristorazione	48%	52%
TOTALE	**37%**	**63%**

Le **difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori** si rilevano tra le imprese del **dettaglio prodotti per la persona** (50%) e della **ristorazione** (48%). Questi settori risultavano quelli più frequentemente in difficoltà anche 12 mesi fa. In linea con il dato complessivo del terziario a quota di aziende in difficoltà negli altri settori, mentre è stata **leggermente meno incidente nei servizi** (29%) **e nell'ingrosso** (25%).

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

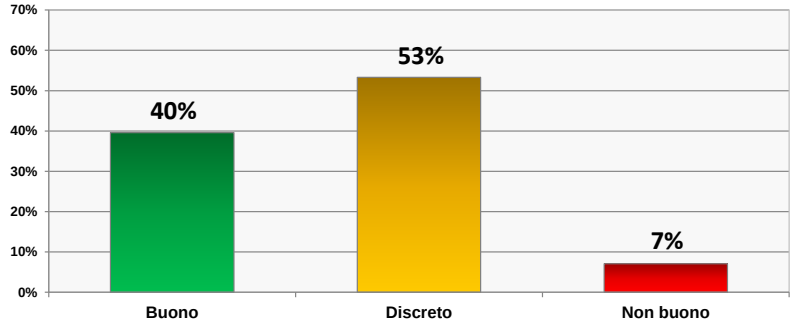
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	51%	49%
100 mila € - 500 mila €	41%	59%
500 mila € - 1 milione €	44%	56%
Oltre 1 milione €	18%	82%
TOTALE	**37%**	**63%**

Si osserva una **difficoltà nel pagare i propri fornitori più frequente tra le aziende più piccole** (fatturato inferiore a 100 mila €) dove raggiunge il 51%, mentre tra le imprese più strutturate (fatturato superiore a 1 milione) questa difficoltà è osservata in maniera più sporadica (18%).

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 2024.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 31 DICEMBRE 2024



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 33

La maggioranza delle aziende (il 53%) **ritiene "discreto" il proprio rapporto con gli istituti di credito**.

La **situazione tra le rimanenti aziende è positiva** (saldo +33), con **prevalenza di coloro che lo ritengono "buono"** (il 40%) rispetto a coloro che lo ritengono non buono (appena il 7%).

Il saldo risulta essere **rimasto invariato nel corso del 2024**, dopo che era **migliorato nel corso del 2023** (era pari a +23 a fine 2022) **ed a maggior ragione migliorato rispetto a quanto osservato durante il periodo covid** (tra il 2020 e 2021 si attestava tra il +10 ed il +15).

Rapporto con le banche – per settore

	Buono	Discreto	Non buono	Saldo (% buono - % non buono)
Dettaglio prodotti per la persona	19%	79%	2%	+17
Dettaglio di prodotti per la casa	23%	64%	13%	+10
Dettaglio di alimentari	38%	43%	19%	+19
Servizi	55%	36%	9%	+46
Comm. all'ingrosso	60%	37%	3%	+57
Turismo	32%	57%	11%	+21
Ristorazione	44%	47%	9%	+35
TOTALE	**40%**	**53%**	**7%**	**+33**

L'**ingrosso** (+57) **mostra un rapporto con gli istituti di credito migliore**. **Qualche criticità,** invece, viene osservata nei tre settori del **commercio al dettaglio e nel turismo** (dove i saldi sono uguali o inferiori a +20).

RICHIESTA PRESTITI BANCARI – 2024

Il **14%** (una azienda su sette) è **ricorsa a prestiti nel corso del 2024:** l'8**% per sostegno alla liquidità** ed i**l 6% per investimenti.** Nel corso del 2023 erano state il 17% e nel 2022 erano state il 20% (disegnando un trend decrescente).

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	7%	4%	89%
Dettaglio di prodotti per la casa	3%	4%	93%
Dettaglio di alimentari	0%	12%	88%
Servizi	4%	1%	95%
Comm. all'ingrosso	13%	12%	75%
Turismo	16%	11%	73%
Ristorazione	7%	7%	87%
TOTALE	**8%**	**6%**	**86%**

Il ricorso al credito nel corso del 2024 è stato **più marcato tra le aziende del turismo** (27%) **e dell'ingrosso** (25%). In media con il dato complessivo negli altri settori.

Prestiti – per classe di fatturato

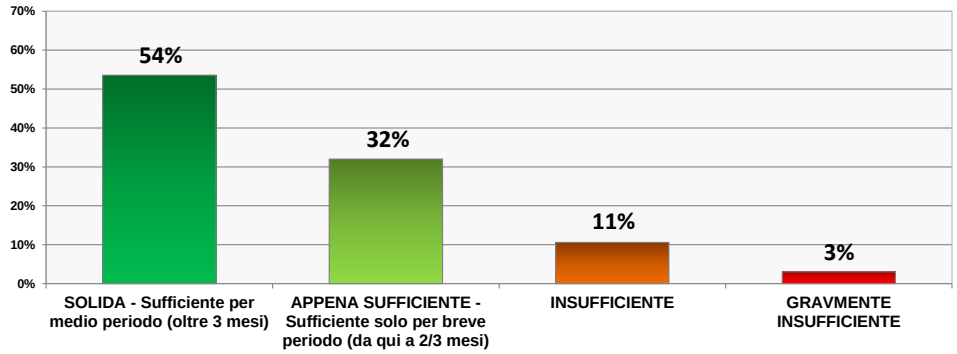
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	2%	0%	98%
100 mila € - 500 mila €	6%	3%	91%
500 mila € - 1 milione €	6%	14%	80%
Oltre 1 milione €	14%	11%	75%
TOTALE	**8%**	**6%**	**86%**

Le **aziende più grandi** (fatturato superiore a 1 milione di €) sono r**icorse al credito nel 2024 con una frequenza superiore** rispetto alle aziende più piccole. Nel primo caso sono state il 25%, nel secondo caso il 2%.

LIQUIDITA' al 31 dicembre 2024

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di <u>valutare il proprio livello di liquidità al 31 dicembre 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'</u>



<u>SALDO</u>
(% CASI SOLIDA- % CASI INSUF/GRAV. INSUF)
+ 40

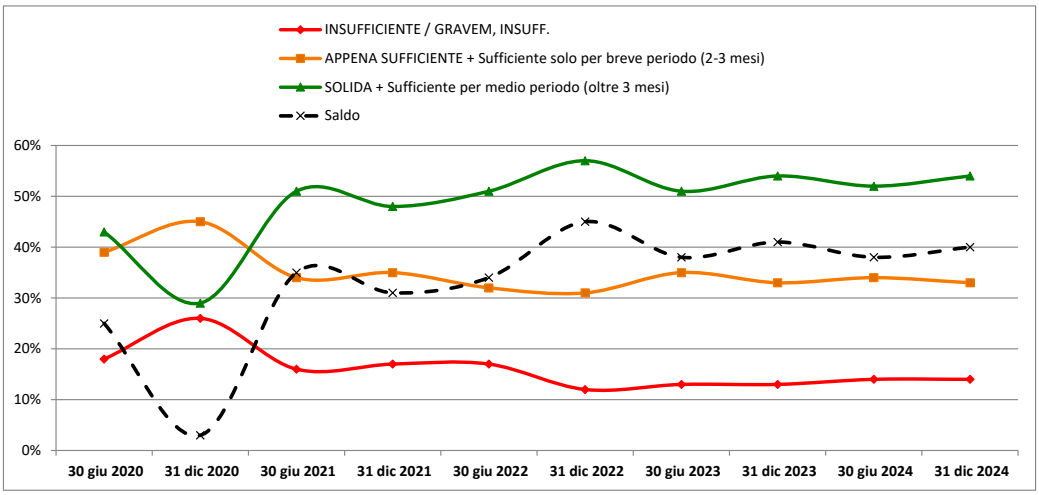
Al **31 dicembre 2024** la **maggioranza** delle aziende (**54%**) ritiene **solido il proprio livello di liquidità**, ossia **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi)**.**

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

Il **14%,** invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente** (il 3% gravemente insufficiente).

Il **saldo** (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) **è +40.**

<u>LIQUIDITA' – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA</u>



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

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	44%	37%	19%	0%	19%	+25
Dettaglio di prodotti per la casa	54%	31%	11%	3%	14%	+30
Dettaglio di alimentari	53%	35%	6%	6%	12%	+41
Servizi	63%	33%	0%	4%	4%	+59
Comm. all'ingrosso	68%	25%	4%	3%	7%	+61
Turismo	47%	42%	11%	0%	11%	+36
Ristorazione	42%	36%	16%	7%	23%	+19
TOTALE	**54%**	**32%**	**11%**	**3%**	**14%**	**+40**

Il settore **ristorazione** segnala un **livello di liquidità più critico** rispetto agli altri: infatti in questo settore la quota di aziende con liquidità insufficiente è del 23% ed il saldo è +19. Si segnalano **criticità anche nel dettaglio di prodotti per la persona** (19% liquidità insufficiente e saldo +25) **e di prodotti per la casa** (saldo +30).

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

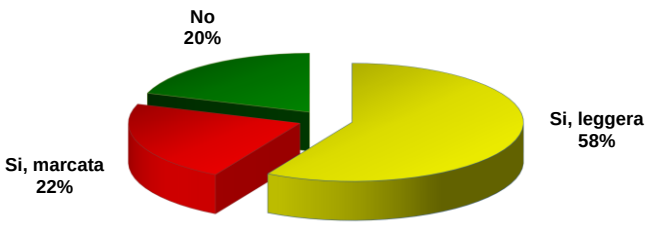
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Meno di 100 mila €	36%	42%	15%	7%	22%	+14
100 mila € - 500 mila €	53%	32%	13%	2%	15%	+37
500 mila € - 1 milione €	54%	31%	9%	6%	15%	+48
Oltre 1 milione €	67%	27%	6%	0%	6%	+67
TOTALE	**54%**	**32%**	**11%**	**3%**	**14%**	**+40**

Il **livello di liquidità è più critico tra aziende piccole** (fatturato fino a 100 mila €) dove il 22% la ritiene insufficiente ed il saldo è +14. **Al crescere della dimensione aziendale la liquidità migliora** ed è decisamente più solida tra le aziende con fatturato superiore a 1 milione (il 6% la ritiene insufficiente ed il saldo è +67).

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 2024 queste siano aumentate, diminuite o rimaste invariate. Infine è stato chiesto di confrontare il numero medio di clienti che ad oggi frequenta l'attività rispetto ad un anno fa (31.12.2023).

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



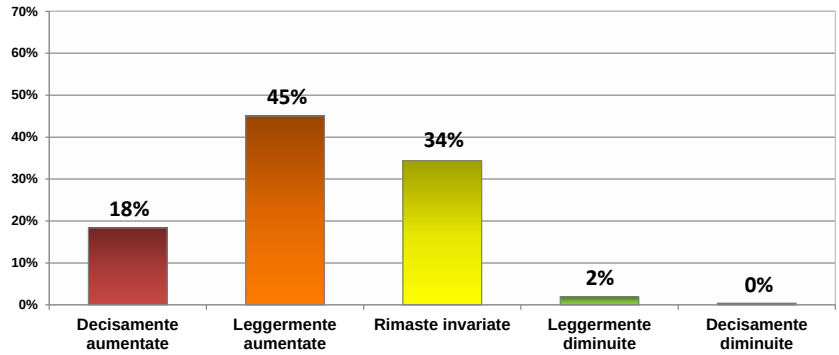
La **maggioranza delle aziende** (80%) osserva, al 31 dicembre 2024, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 58% dei casi leggera, nel 22% marcata). **Questa quota è rimasta in linea con quella osservata a fine 2023** (82%) **e fine 2022** (79%)**, quando era leggermente diminuita rispetto a fine 2021** (erano il 90%).

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	74%	12%	14%
Dettaglio di alimentari	76%	18%	6%
Servizi	71%	8%	21%
Comm. all'ingrosso	49%	24%	27%
Turismo	42%	21%	37%
Ristorazione	50%	23%	27%
TOTALE	**58%**	**22%**	**20%**

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** (94%) e di **prodotti per la persona** (93%), e **più contenute** nel **turismo (63%). Abbastanza contenute anche nella ristorazione** (73%) e **nell'ingrosso** (73%).

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 61

E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del 2024**: questo è avvenuto secondo il **63% delle aziende** (nel 45% l'aumento delle difficoltà è definito leggero, nel 18% marcato). Per il **34%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo per il 2% sono diminuite.

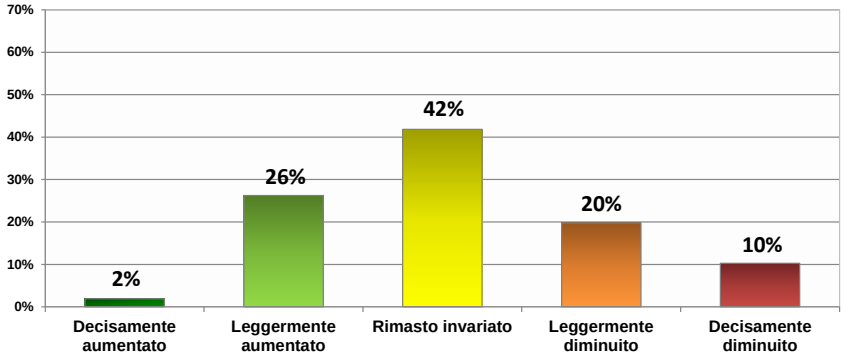
Il saldo (% casi di diminuzione delle difficoltà - % casi di aumento) misura quindi -61 e **continua la tendenza che si era manifestata** nel 2023 (-61) e nel 2022 (quando il saldo era -66).

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

	Decisamente aumentate	Leggermente aumentate	Rimaste invariate	Leggermente diminuite	Decisamente diminuite	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	33%	44%	21%	2%	0%	-75
Dettaglio di prodotti per la casa	6%	54%	37%	0%	3%	-57
Dettaglio di alimentari	12%	53%	35%	0%	0%	-65
Servizi	13%	46%	42%	0%	0%	-58
Comm. all'ingrosso	16%	42%	39%	3%	0%	-55
Turismo	16%	26%	47%	11%	0%	-32
Ristorazione	19%	49%	33%	0%	0%	-67
TOTALE	**18%**	**45%**	**34%**	**2%**	**0%**	**-61**

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

NUMERO MEDIO DI CLIENTI – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% aumentato- % diminuito)
-2

Il 42% delle aziende ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** il **numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia rimasto invariato,** mentre, tra le restanti aziende, nel **30% dei casi** è **diminuito** (nel 20% dei casi leggermente, nel 10% decisamente) mentre nel **28%** è **aumentato** (26% leggermente e 2% decisamente).

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

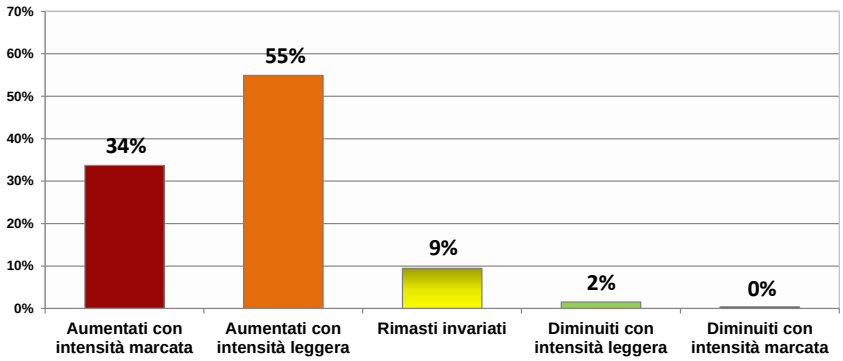
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	0%	30%	30%	19%	21%	-11
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	14%	54%	20%	11%	-17
Dettaglio di alimentari	6%	29%	35%	18%	12%	+6
Servizi	4%	17%	63%	8%	8%	+4
Comm. all'ingrosso	3%	22%	46%	19%	9%	-3
Turismo	5%	37%	37%	21%	0%	+21
Ristorazione	0%	36%	34%	27%	2%	+7
TOTALE	**2%**	**26%**	**42%**	**20%**	**10%**	**-2**

I **clienti sono prevalentemente diminuiti** rispetto a 12 mesi fa nel dettaglio di prodotti non alimentari. Stabilità negli altri settori, mentre i **clienti sono prevalentemente aumentati** rispetto a 12 mese fa **nel turismo**.

INFLAZIONE – 2024

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato nel 2024, se hanno applicato un aumento dei prezzi nello stesso periodo e se intendono farlo nel corso del primo semestre 2025.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI (nel 2024)



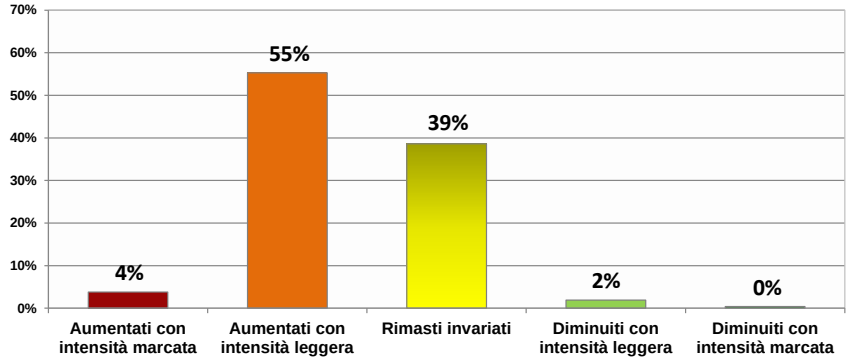
L'89% delle aziende del terziario ha osservato un aumento dei costi aziendali nel corso del 2024: nel **34%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità marcata** e nel **55%** di **intensità leggera.** Quota elevata, seppur inferiore rispetto al 96% di aziende che avevano osservato aumento nel corso del 2023.

Aumento dei costi aziendali – per settore

	Aumentati	Invariati	Diminuiti
Dettaglio prodotti per la persona	89%	9%	2%
Dettaglio di prodotti per la casa	86%	11%	3%
Dettaglio di alimentari	94%	6%	0%
Servizi	88%	13%	0%
Comm. all'ingrosso	79%	16%	4%
Turismo	95%	5%	0%
Ristorazione	98%	2%	0%
TOTALE	**89%**	**9%**	**2%**

Sopra viene riportato il dato settoriale relativamente all'andamento dei costi aziendali. **La ristorazione e il turismo sono i settori che hanno assistito più frequentemente ad aument**i (registrati dal 98% e 95% degli intervistati), seguiti **dal dettaglio alimentari** (94%). L'ingrosso è il settore che meno frequentemente ha registrato aumento dei costi (il 79%).

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI (nel 2024)



Il 59% ha applicato un aumento dei prezzi applicati nel corso del 2024: nel **55%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** e solo nel **4%** di **intensità marcata**. Il **39%** delle intervistate, invece, **ha mantenuto invariati i prezzi** nell'anno, mentre è praticamente nulla la % di aziende che hanno diminuito i prezzi applicati. Nel corso del 2023 era stato il 70% delle intervistate ad applicare un aumento dei prezzi applicati

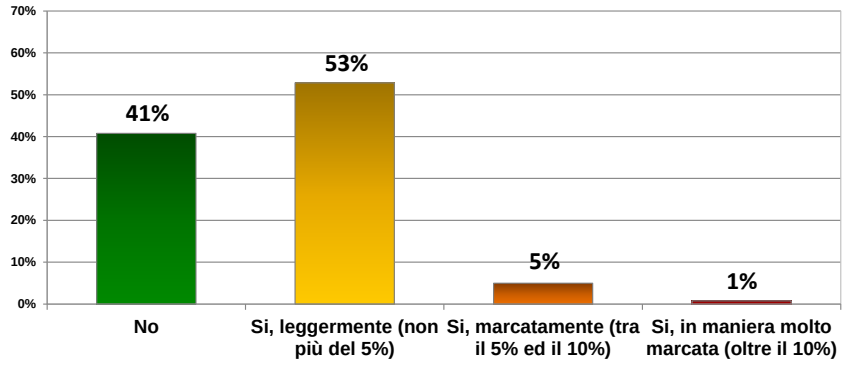
Aumento dei prezzi applicati – per settore

	Aumentati	Invariati	Diminuiti
Dettaglio prodotti per la persona	54%	46%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	57%	40%	3%
Dettaglio di alimentari	88%	12%	0%
Servizi	46%	50%	4%
Comm. all'ingrosso	51%	43%	6%
Turismo	67%	33%	0%
Ristorazione	71%	29%	0%
TOTALE	**59%**	**39%**	**2%**

La **quota di aziende** che hanno applicato un **aumento prezzi** nel 2024 è **maggiore nel dettaglio alimentari** (l'88%). Frequenti i casi anche nella ristorazione (71%). Meno frequente l'aumento dei prezzi negli altri settori. Il **settore servizi** risulta il settore che **meno frequentemente ha aumentato i prezzi applicati** (46%).

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI

nel primo semestre 2025



La **maggioranza** delle aziende (**59%**) **prevede di aumentare i prezzi nel corso del primo semestre 2025:** nel 53% dei casi prevedono un aumento leggero (inferiore al 5%) e nel 6% più marcato.

Previsione di aumentare i prezzi – per settore

	NO	SI	Si leggermente	Si marcatamente	Si in maniera molto marcata
Dettaglio prodotti per la persona	47%	**53%**	49%	4%	0%
Dettaglio di prodotti per la casa	46%	**54%**	54%	0%	0%
Dettaglio di alimentari	38%	**62%**	50%	13%	0%
Servizi	54%	**46%**	38%	4%	4%
Comm. all'ingrosso	40%	**60%**	55%	4%	1%
Turismo	42%	**58%**	53%	5%	0%
Ristorazione	24%	**76%**	63%	13%	0%
TOTALE	**41%**	**59%**	**53%**	**6%**	**1%**

La **previsione di aumentare i prezzi** nel I° semestre 2025 è **più frequente tra le aziende della ristorazione** (76%), mentre negli altri settori è in linea con il complessivo del terziario, **e più ridotta** (58%) solo **nel turismo.**

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	**86%**	85%	84%	78%	96%	84%	95%	85%
	TOTALE TERZIARIO	**Dettaglio Persona**	**Dettaglio Casa**	**Dettaglio Alimentare**	**Servizi**	**Ingrosso**	**Turismo**	**Ristoraz.**
Acquisto di attrezzature, macchinari, veicoli	**28%**	24%	24%	33%	33%	27%	16%	40%
Promozione, marketing, internazionalizzazione	**24%**	25%	14%	22%	50%	24%	26%	17%
Risparmio Energetico	**19%**	19%	24%	11%	8%	17%	32%	23%
Formazione	**18%**	12%	16%	28%	38%	14%	16%	17%
Digitalizzazione / innovazione tecnologica	**18%**	12%	19%	17%	13%	23%	32%	13%
Opere Edili e murarie	**10%**	7%	11%	6%	8%	14%	16%	9%
Consulenze / servizi	**8%**	10%	8%	17%	8%	6%	11%	4%

L'86% delle intervistate **ha in programma investimenti nel futuro** (2 o 3 anni): questa quota è maggiore nel settore servizi (96%) e turismo (95%), e più contenuta nel dettaglio alimentari (78%).

In generale, gli **investimenti previsti più frequentemente** sono per **acquisto di attrezzature e macchinari** (28%) particolarmente frequenti nella ristorazione. A seguire **investimenti in promozione, marketing** (24%) particolarmente frequenti tra le aziende dei servizi. **Il risparmio energetico** è previsto dal 19% delle aziende (del turismo in particolare). Investimenti in **formazione** ed in **digitalizzazione ed innovazione tecnologia** sono previsti dal 18% delle aziende.

PREOCCUPAZIONI

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

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
L'effetto dell'inflazione sta mettendo a rischio la sopravvivenza della mia azienda	**23%**	41%	19%	44%	8%	11%	26%	21%
Le prossime scadenze fiscali e contributive metteranno a rischio la sopravvivenza della mia attività	**15%**	17%	11%	11%	8%	6%	26%	28%
Ho in programma di innovare l'organizzazione aziendale per adattarla al mercato	**29%**	22%	19%	22%	50%	33%	53%	21%
Nella zona dove è situata la mia attività percepisco un crescente senso di insicurezza	**43%**	47%	57%	33%	54%	36%	37%	36%

Il **23%** delle intervistate **ritiene che l'effetto dell'inflazione sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti sta mettendo a rischio la sopravvivenza dell'azienda.** Questa percentuale è in linea con il 26% osservato a fine 2023, quando era nettamente diminuita rispetto al 43% osservato un anno prima (fine 2022). Il dato più alto si registra nel dettaglio alimentari (44%) e nel dettaglio di prodotti per la persona (41%), mentre è più contenuto nei servizi (8%) e nell'ingrosso (11%).

Il **15% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è in linea con il 12% registrato a fine 2023, quando era decisamente diminuito rispetto ad un anno prima (erano il 25% a temere ciò a fine 2022). Dato particolarmente **elevato nel turismo** (26%) e **nella ristorazione** (28%).

Il **29% ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale per adattarla alle esigenze del mercato** (quota identica a quella osservata un anno fa) in particolar modo tra le aziende del settore servizi (50%) e turismo (53%).

Il **43% percepisce nella zona dove è situata la sua attività un crescente rischio di insicurezza** (erano il 37% dodici mesi fa).

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE 2024

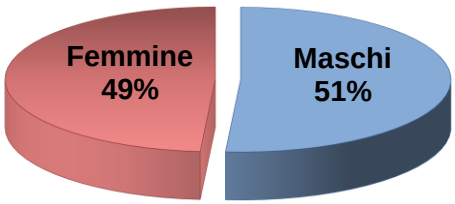
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	**27%**	**46%**	**36%**	**33%**	**50%**	**10%**	**21%**	**13%**
Almeno un dip.	**73%**	**54%**	**64%**	**67%**	**50%**	**90%**	**79%**	**87%**
1–5 dipend.	**40%**	37%	42%	56%	42%	36%	37%	40%
6–10 dipend.	**15%**	14%	14%	0%	4%	13%	11%	36%
11–49 dipend.	**15%**	2%	6%	11%	4%	36%	32%	11%
50 o + dipend.	**2%**	2%	3%	0%	0%	6%	0%	0%

I settori nei quali le **aziende con dipendenti** sono **più frequenti sono l'ingrosso** (il 90% delle aziende ha dipendenti), la **ristorazione** (87%) e il **turismo** (79%). **Sono meno frequenti** le **aziende con dipendenti** nel **dettaglio prodotti per la persona** (54%) e nei **servizi** (50%).

% Dipendenti per genere



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	**51%**	28%	50%	18%	27%	67%	41%	32%
% femmine	**49%**	72%	50%	82%	73%	33%	59%	68%

Complessivamente si osserva un **equilibrio tra dipendenti maschi** (51%) **e femmine** (49%). La **quota di dipendenti femmine è comunque prevalente in tutti i settori, ad eccezione dell'ingrosso** dove prevalgono i dipendenti di genere maschile, e del **dettaglio prodotti per la casa** dove c'è equilibrio.

DIPENDENTI A PART-TIME

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a part-time tra le aziende al 31 dicembre 2024.

% DIPENDENTI A PART TIME - AL 31 DICEMBRE 2024

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	**23%**	31%	28%	53%	12%	15%	21%	38%

Il part-time rappresenta il 23% (un quarto) dei contratti in essere al 31 dicembre 2024 (dato che dal 2021 ad oggi è oscillato sempre tra il 20% ed il 25%). I settori che **utilizzano maggiormente il part-time** sono il **dettaglio alimentari** (dove il 53% dei contratti sono PT) e la **ristorazione** (38%), mentre **il ricorso al PT è più contenuto nei servizi** (12%) e **nell'ingrosso** (15%).

Dipendenti a part-time per sesso

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	**8%**	8%	13%	40%	6%	4%	10%	29%
% part-time tra le femmine	**38%**	40%	43%	55%	14%	36%	28%	42%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 38% dei dipendenti di sesso femminile è part-time) mentre **tra i maschi è utilizzato in solo nell'8% dei contratti**. Nella tabella le specificità settoriali.

DIPENDENTI A CHIAMATA

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

DIPENDENTI A CHIAMATA - AL 31 DICEMBRE 2024

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a chiamata	**8%**	10%	3%	14%	0%	1%	7%	35%

L'8% dei contratti è **a chiamata.** Questo contratto è **più diffuso tra le aziende della ristorazione** (il 35% 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 31 dicembre 2024 e il loro andamento (proroghe e/o cessazioni) nel secondo semestre 2024.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 31 DICEMBRE 2024
tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a tempo det.	**10%**	8%	10%	28%	12%	4%	34%	16%

Il 10% dei contratti in essere tra le intervistate **è a tempo determinato.** Il **tempo determinato** è **più diffuso tra le aziende del turismo** (34% dei contratti) **e del dettaglio alimentari** (28% dei contratti), mentre è **meno diffuso negli altri settori**. Dal 2022 ad oggi questa quota è sempre oscillata attorno al 10%.

CESSAZIONI E PROROGHE DI CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - 2° SEMESTRE 2024
tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

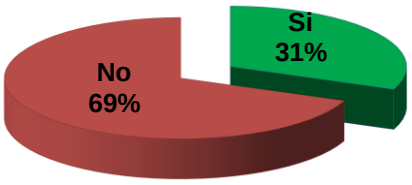
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	**78%**	38%	29%	50%	67%	65%	83%	72%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	**44%**	25%	17%	40%	0%	50%	73%	43%

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **78% ne ha cessato almeno uno nel secondo semestre 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 secondo 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

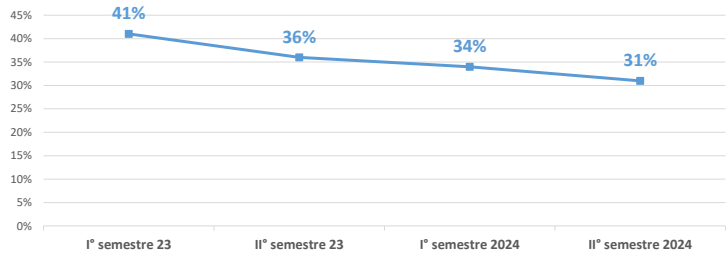
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL 2° SEMESTRE 2024



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**31%**	**14%**	**25%**	**17%**	**21%**	**39%**	**47%**	**51%**
% ricerca tra aziende con dip.	40%	25%	39%	17%	33%	41%	53%	56%
% ricerca tra aziende senza dip.	7%	0%	0%	17%	8%	14%	25%	17%

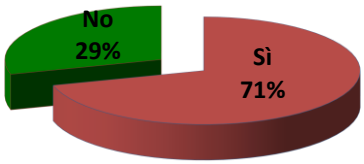
Il **31% delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del 2° semestre 2024**. Questa percentuale è del 40% tra aziende con dipendenti, e del 7% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** sono stati i **settori turismo** (47%) e **ristorazione** (51%), mentre **la ricerca è stata meno frequente negli altri settori.**

% aziende che cercano personale: trend 2023-2024



Negli ultimi due anni il trend delle imprese che cercano personale è stato decrescente (passato dal 41% del I° semestre 2023 al 31% del II° semestre 2024).

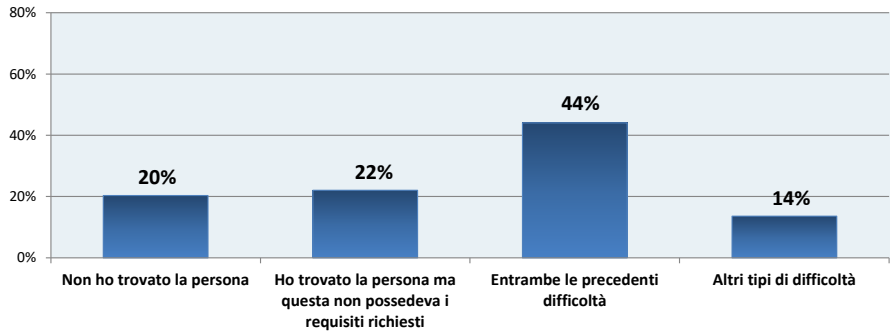
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	**71%**	63%	78%	95%	80%	67%	89%	63%

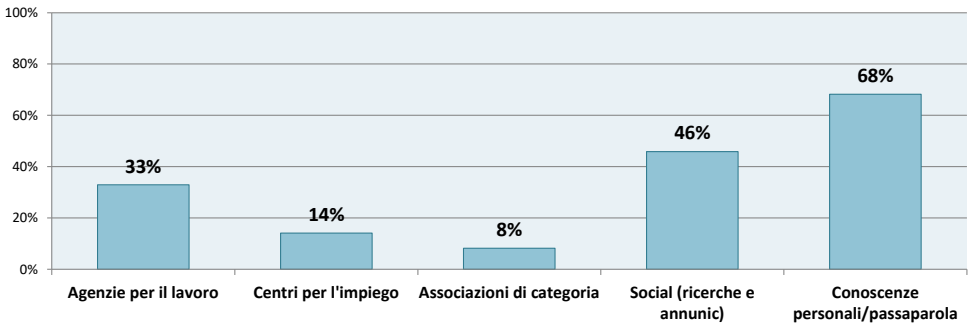
Il **71**% delle aziende che hanno cercato personale nel II° semestre 2024 **dichiarano di aver riscontrato difficoltà** (erano state il 77% nel I° semestre 2024, il 75% nel II° semestre 2023 e l'84% a nel I° semestre 2023 denotando un trend leggermente calante). Percentuale **elevata in tutti i settori** (nell'ingrosso, ristorazione e prodotti per la persona leggermente meno).

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



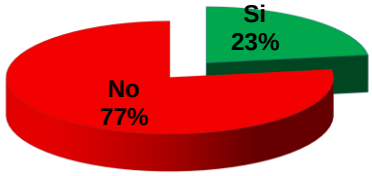
Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona** (nel 64% dei casi), e la **mancanza dei requisiti nei candidati** (segnalata da 66% degli intervistati). Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà.

A CHI SI E' RIVOLTO



Le imprese che hanno cercato personale **si sono affidate principalmente a conoscenze personali ed al passaparola** (il 68%, confermando la prevalenza di tale canale già riscontrata in passato). **Frequente anche il ricorso ai sistemi social** (ricerche ed annunci, adottati dal 46% delle aziende). Nel 33% si sono rivolte ad agenzie per il lavoro, nel 14% a centri per l'impiego e nell'8% ad associazioni di categoria.

% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE



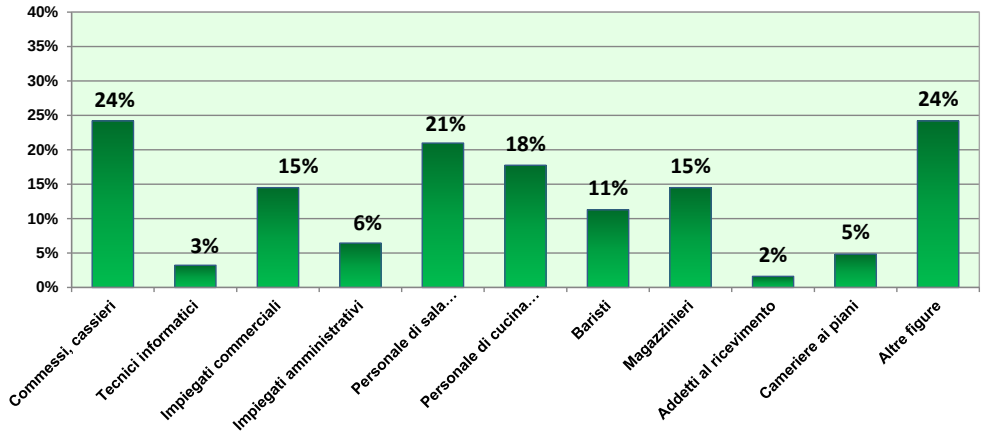
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	**23%**	12%	14%	11%	25%	26%	47%	32%
% ricerca tra aziende con dip.	**28%**	19%	17%	17%	50%	25%	53%	32%
% ricerca tra aziende senza dip.	**4%**	4%	0%	0%	0%	14%	0%	17%

Il **23% delle aziende dichiara di essere alla ricerca di personale, attualmente o per il prossimo semestre**). Nello specifico vale 28% tra aziende con dipendenti, e solo 4% tra le aziende senza dipendenti.

Questa percentuale era del 25% nel I° semestre 2024 e del 27% nel II° semestre 2023.

Più attivi attualmente **nella ricerca** i **settori turismo** (47%) e **ristorazione** (32%), come già osservato in passato.

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE – tra le aziende che cercano personale



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Commessi, cassieri	**24%**	86%	60%	90%	0%	11%	0%	13%
Personale di sala (camerieri)	**21%**	0%	0%	0%	0%	0%	56%	53%
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	**18%**	0%	0%	0%	0%	0%	33%	53%
Impiegati commerciali	**15%**	0%	0%	0%	33%	33%	11%	0%
Magazzinieri	**15%**	0%	20%	0%	0%	33%	0%	13%
Baristi	**11%**	0%	20%	0%	0%	0%	33%	20%
Impiegati amministrativi	**6%**	0%	0%	0%	0%	22%	0%	0%
Cameriere ai piani	**5%**	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%
Tecnici informatici	**3%**	0%	0%	0%	0%	11%	0%	0%
Addetti al ricevimento	**2%**	0%	0%	0%	0%	0%	11%	0%
Altre figure	**24%**	29%	40%	0%	67%	28%	0%	13%

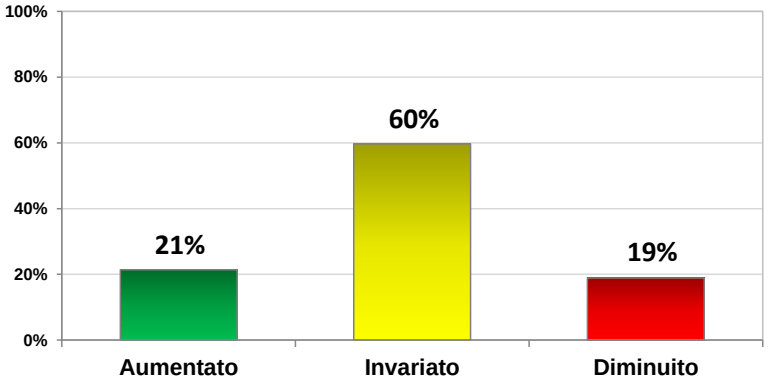
Le figure professionali maggiormente ricercate sono **commessi e cassieri** (prevalentemente tra le imprese del dettaglio, da una quota di aziende superiore al 60% delle aziende alla ricerca di personale). Il **personale di sala** (cercato dal 53% delle imprese del turismo e dal 53% della ristorazione che stanno cercando personale), **personale di cucina** (cercate dal 33% delle imprese del turismo e dal 55% della ristorazione), **impiegati commerciali** (cercate dal 33% delle imprese dell'ingrosso e dei servizi), e a seguire **magazzinieri** (33% delle imprese dell'ingrosso), **baristi, impiegati amministrativi** e via via le altre figure come da tabella.

ANDAMENTO DIPENDENTI – SECONDO SEMESTRE 2024

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel 2° semestre 2024.

VARIAZIONE NUMERO DI DIPENDENTI NEL 2° SEMESTRE 2024

Tra aziende con almeno un dipendente



SALDO

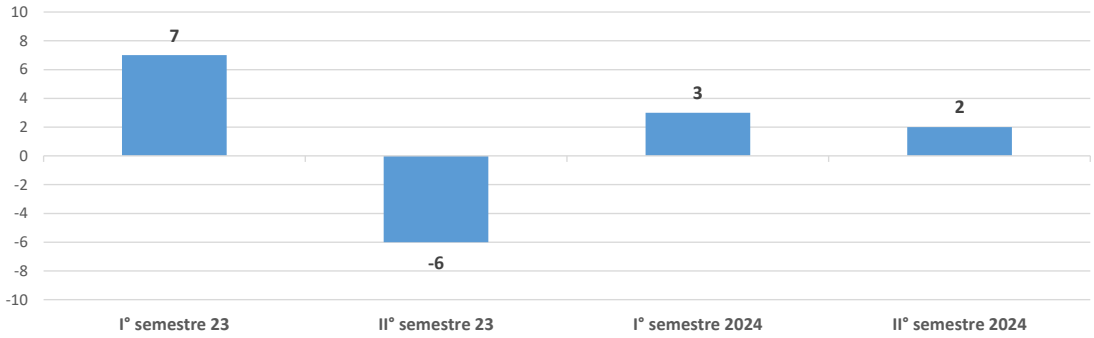
% aumentato - % diminuito

+2

Il II° semestre 2024 è stato **un periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti:** il 60% delle aziende con dipendenti ha mantenuto invariato il numero di dipendenti. **Tra le restanti aziende si osserva un equilibrio tra i casi di aumento (21%) e i casi di diminuzione (19%)** con un **saldo pari a +2.**

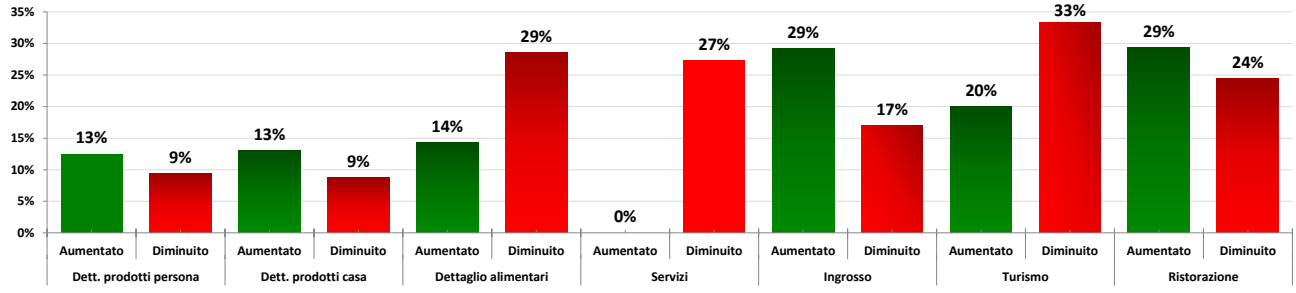
TREND DEL SALDO

differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione



Il **saldo** (differenza tra casi di aumento e casi di diminuzione) è stato **sostanzialmente in equilibrio nel corso del 2024** (in entrambi i semestri), mentre **nel 2023 si era alternato un I° semestre di saldo positivo, e un II° semestre con saldo negativo.**

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 2° SEMESTRE 2024 – PER SETTORE



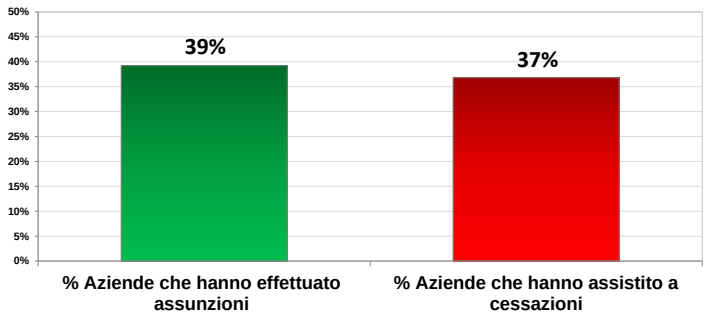
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 2° semestre 2024 con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osservano **settori con saldo leggermente positivo** (dettaglio prodotti per la persona e per la casa, ingrosso e ristorazione), e **settori con saldo marcatamente negativo** (servizi, alimentari e turismo).

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 2° SEMESTRE 2024

Si analizza la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel 2° semestre 2024.

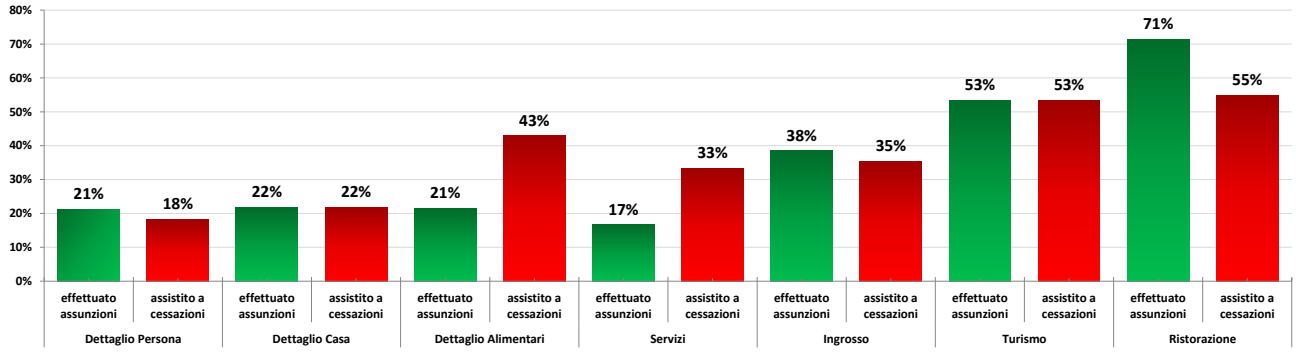
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 2° SEMESTRE 2024

tra aziende con almeno un dipendente



Il 36% delle aziende con dipendenti **ha effettuato almeno una assunzione** nel 2° semestre 2024 mentre il **37%** hanno **assistito ad almeno una cessazione** di rapporti di lavoro nel periodo.

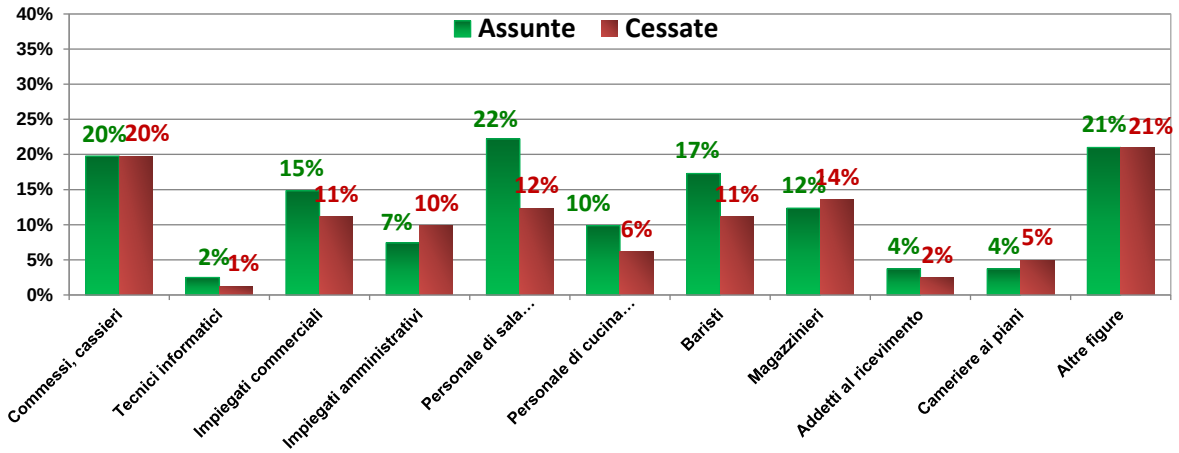
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 2° SEMESTRE 2024 - PER SETTORE



Si è osservato un **sostanziale prevalenza di aziende che hanno assistito a cessazioni rispetto a quelle che hanno effettuato assunzioni in quasi tutti i settori, ad eccezione degli alimentari e servizi** (dove prevalgono i casi di cessazioni) **e la ristorazione** (dove prevalgono i casi di assunzione).

FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 2° SEMESTRE 2024

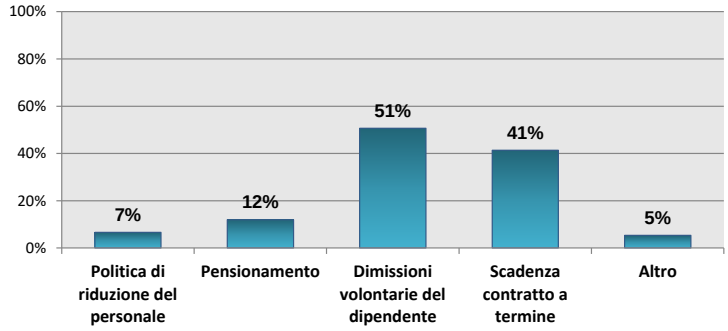
% di aziende che le ha assunte/cessate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il **turnover per figura professionale** (differenza tra la frequenza di ingresso e frequenza di uscita) si osserva una **prevalenza di casi di ingresso** tra gli impiegati commerciali, personale di sala, di cucina e baristi, mentre una **prevalenza di casi di uscita** tra gli impiegati amministrativi. Equilibrio tra le altre figure.

MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – 2° SEMESTRE 2024

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



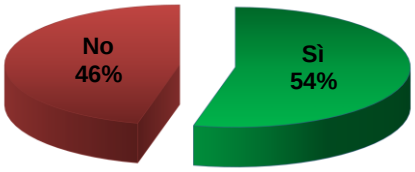
I **motivi delle cessazioni** osservate sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 51% delle aziende con cessazioni) e **scadenza dei contratti a termine** (41%). Frequenti anche i **pensionamenti** (12%), mentre **solo nel 7% è stata una scelta dell'azienda**.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si intende verificare se le intervistate hanno, nel 2° semestre 2024, fatto formazione dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL 2° SEMESTRE 2024

tra le aziende con dipendenti



Formazione dipendenti – per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	**54%**	38%	43%	21%	58%	65%	73%	45%

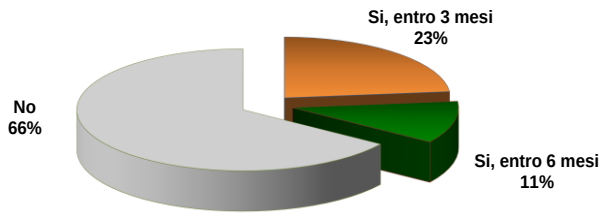
Il **54%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel 2° semestre 2024** (erano state il 44% nel primo semestre). **Più attivi** nella formazione il turismo (73%) l'**ingrosso** (65%) e i **servizi** (58%).

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.

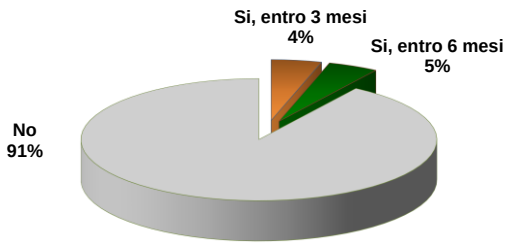
PREVISIONE DI ASSUMERE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



PREVISIONE DI LICENZIARE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



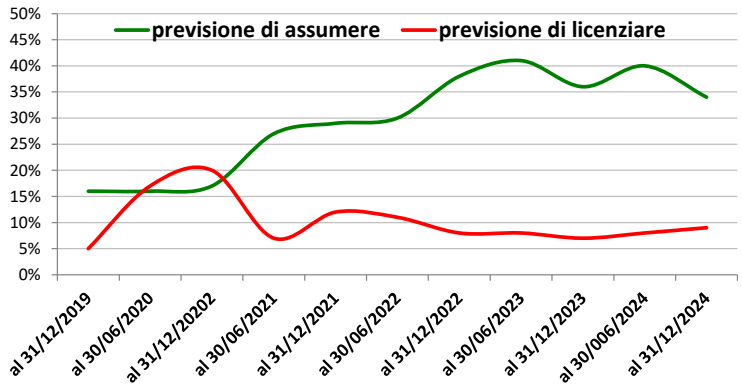
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
prevede di assumere nei prossimi 6 mesi	**34%**	13%	30%	8%	42%	38%	67%	41%
prevede di licenziare nei prossimi 6 mesi	**9%**	19%	5%	17%	8%	11%	7%	2%

Una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 34%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, **una quota inferiore** (9% 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, tranne il dettaglio di prodotti per la persona e il dettaglio alimentari** dove invece la quota di aziende che prevede di licenziare prevale su quella che prevede di assumere.

PREVISIONI DI ASSUMERE E LICENZIARE NEL SEMESTRE SUCCESSIVO – IL TREND



La **propensione ad assumere** (con riferimento ai sei mesi successivi la rilevazione) ha mostrato un **trend crescente a partire da fine 2020.** Nel corso del **2023 e 2024 si è assestata.**

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

FINE REPORT

SINTESI

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 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 13% delle aziende del terziario intervistate dichiara di trovarsi in uno **stato di salute critico**, ovvero valutato come "non buono" o "pessimo". La maggioranza delle aziende ritengono il proprio stato di salute **buono/ottimo** (47%) o **discreto** (40%).

Lo stato di salute **dopo il picco negativo registrato a fine 2020** (quando erano il 43% in condizione non buona) **è migliorato decisamente** nei sei mesi successivi e **al 31 dicembre 2021 era già ritornato ai livelli di salute pre-covid** e **nel corso del 2022 è andato ancora migliorando**. **A partire dal 2023 si è stabilizzato** su valori contenuti compresi tra il 10% ed il 15%.

Lo stato di salute al 31 dicembre 2024 mostra **valori positivi in tutti i settori** senza particolari criticità.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL 2024

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

Il **28%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **peggioramento del proprio stato di salute** (leggero o marcato) **nel corso del 2024**.

Le restanti aziende ritengono il proprio stato di salute **migliorato** (29%) o **rimasto invariato** (44%).

Il 2024 ha mostrato un **prevalente peggioramento dello stato di salute tra le aziende del dettaglio di prodotti per la persona, del dettaglio alimentari e dell'ingrosso** (settori dove il saldo tra % aziende che hanno osservato un miglioramento e % di aziende che hanno osservato un peggioramento è negativo). Stabilità ed equilibrio nel dettaglio prodotti per la casa, mentre **l'andamento è stato prevalentemente positivo nei servizi, nel turismo e ristorazione.**

ANDAMENTO FATTURATI: CONFRONTO 2024-2023

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

Il **33%** delle aziende del terziario intervistate dichiara di aver osservato un **calo del proprio fatturato rispetto allo stesso periodo del 2023.** Il fatturato è, invece, **aumentato nel 29%** dei casi mentre è **rimasto invariato** nel **39**%. Come risultato di queste tendenze si è osservato un calo medio del 2.5%.

I settori che hanno osservato un **saldo negativo dei fatturati** (ovvero con una quota di aziende che hanno osservato un calo superiore rispetto alla quota che ha osservato un aumento) sono stati **l'ingrosso**, il **dettaglio prodotti per la persona** e il **dettaglio prodotti per la casa**.

L'andamento dei fatturati negli ultimi anni ha mostrato, complessivamente nel terziario, **una contrazione osservata nel 2020 rispetto al 2019** (causa covid) e una **lieve ripresa nel 2021 e nel 2022** (ma non tale da compensare le perdite del 2020). Ripresa che **si è attenuata nel 2023. Nel 2024 il segno è diventato negativo,** con i casi di diminuzione dei fatturati che hanno superato i casi di aumento.

ANDAMENTO DELL'UTILE: CONFRONTO 2024-2023

E' stato chiesto alle aziende l'andamento dell'utile (differenza tra ricavi e costi) nel 2024 rispetto al 2023 (aumentato – invariato – diminuito).

Il **29%** di aziende hanno **aumentato l'utile rispetto al 2023,** il **33%** di aziende hanno **mantenuto invariato l'utile, infine il 38%** di aziende lo hanno **diminuito**

DIFFICOLTÀ A PAGARE I FORNITORI

E' stato chiesto alle aziende intervistate di giudicare le proprie difficoltà a pagare i fornitori su una scala di tre livelli (quasi sempre – qualche volta - mai).

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

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

I settori con **difficoltà più frequenti** sono il **dettaglio prodotti per la persona** (50%) e della **ristorazione** (48%).

CLIMA DI FIDUCIA

E' stata chiesta alle una previsione sull'andamento del proprio stato di salute nel primo semestre 2025 (ovvero se prevedono miglioramento, stabilità o peggioramento).

Il clima di fiducia mostra una **forte impronta alla stabilità**: infatti la **maggioranza delle imprese prevede stabilità** del proprio stato di salute nel primo semestre 2024 (il 71%) mentre le restanti si dividono in **16% di ottimiste che prevedono un miglioramento** e **13% di pessimiste che prevedono peggioramento**.

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

Il **clima di fiducia migliore** lo si osserva **tra le aziende del turismo e ristorazione** (prevalenza di aziende che prevedono un miglioramento e quota di aziende che prevedono un peggioramento minima). Clima di fiducia **leggermente positivo anche nei servizi e nell'ingrosso**, mentre è **negativo** nel **dettaglio, in particolare di alimentari** (dove una azienda su 4 prevede un peggioramento).

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 **34%**) **prevede di assumere nei prossimi 6 mesi**, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, **nello stesso periodo, una quota inferiore** (9% 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, tranne il dettaglio di prodotti per la persona e il dettaglio alimentari** dove invece la quota di aziende che prevede di licenziare prevale su quella che prevede di assumere.

LIQUIDITÀ

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio livello di liquidità al 31 dicembre 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 **14%** delle aziende **ritiene "insufficiente" o "gravemente insufficiente" il proprio livello di liquidità.** Delle rimanenti aziende il 32% lo ritiene "sufficiente ma solo per un breve periodo", il 54% lo ritiene solido ovvero "sufficiente anche nel medio periodo".

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

Il settore **ristorazione** segnala un **livello di liquidità più critico** rispetto agli altri: (quota di aziende con liquidità insufficiente del 23%). Si segnalano **criticità anche nel dettaglio di prodotti per la persona** (19% liquidità insufficiente) **e di prodotti per la casa**.

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 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** (80%) vede, al 31 dicembre 2024, **sintomi di difficoltà tra i propri clienti** (nel 58% dei casi leggera, nel 22% dei casi marcata). Le **difficoltà tra i clienti** risultano frequenti in tutti i settori, ma **più frequenti tra i clienti delle aziende del commercio al dettaglio di alimentari** (il 94%) e dei **prodotti per la persona** (93%)**.**

E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate nel corso del 2024**: questo è avvenuto secondo il **63% delle aziende** (nel 45% in maniera leggera, nel 18% marcata). Per il **34%,** invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate** rispetto a 12 mesi fa, e solo per il 2% sono diminuite.

In tutti i settori prevalgono i casi di aumento delle difficoltà dei clienti rispetto ai casi di diminuzione (saldo negativo) ma il peggioramento nelle difficoltà dei clienti è **più frequente nel commercio al dettaglio di prodotti per la persona, nella ristorazione,** ma anche nel **dettaglio alimentari**.

La maggioranza delle aziende ritiene che **rispetto a 12 mesi fa** che i**l numero medio di clienti che frequenta la loro attività sia rimasto invariato** (il 42%) mentre, tra le restanti aziende, nel **30% dei casi** è **diminuito** e nel **28%** è **aumentato**.

INFLAZIONE

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali (energia, materie prime …) registrato nel corso del 2024 e se parallelamente hanno applicato un aumento dei prezzi e se intendono farlo nel corso del primo semestre 2025.

L'89% delle aziende del terziario ha osservato un aumento dei costi aziendali nel corso del 2024: nel **34%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità marcata** e nel **55%** di **intensità leggera.** Quota elevata, seppur inferiore rispetto al 96% di aziende che avevano osservato aumento nel corso del 2023.

Il 59% ha applicato un aumento dei prezzi applicati nel corso del 2024: nel **55%** dei casi si è trattato di aumenti di **intensità contenuta** e solo nel **4%** di **intensità marcata**. Il **39%** delle intervistate, invece, **ha mantenuto invariati i prezzi** nell'anno, mentre è praticamente nulla la % di aziende che hanno diminuito i prezzi applicati. Nel corso del 2023 era stato il 70% delle intervistate ad applicare un aumento dei prezzi applicati

La **maggioranza** delle aziende (**59%**) **prevede di aumentare i prezzi nel corso del primo semestre 2025**

PREOCCUPAZIONI

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

Il **23%** delle intervistate **ritiene che l'effetto dell'inflazione sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti sta mettendo a rischio la sopravvivenza dell'azienda.** Questa percentuale è in linea con il 26% osservato a fine 2023, quando era nettamente diminuita rispetto al 43% osservato un anno prima (fine 2022). Il dato più alto si registra nel dettaglio alimentari (44%) e nel dettaglio di prodotti per la persona (41%).

Il **15% teme che le prossime scadenze fiscali metteranno a rischio la sopravvivenza della propria attività:** questo dato è in linea con il 12% registrato a fine 2023, quando era decisamente diminuito rispetto ad un anno prima (erano il 25% a temere ciò a fine 2022). Dato particolarmente **elevato nel turismo** (26%) e **nella ristorazione** (28%).

Il **29% ha in programma di innovare l'organizzazione aziendale per adattarla alle esigenze del mercato** (quota identica a quella osservata un anno fa) in particolar modo tra le aziende del settore servizi (50%) e turismo (53%).

Il **43% percepisce nella zona dove è situata la sua attività un crescente rischio di insicurezza** (erano il 37% dodici mesi fa).