

esac^{spa}



Ente Bilaterale Settore Terziario - Vicenza



Ente Bilaterale Settore Turismo - Vicenza

Conf
com



Confcommercio
Vicenza

OSSERVATORIO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE

Secondo semestre 2025

•

PREMESSA: OBIETTIVI E METODOLOGIA

L'Osservatorio Economico-Occupazionale è uno **strumento di rilevazione** creato da "Ente Bilaterale Settore Turismo" ed "Ente Bilaterale Settore Terziario" della Provincia di Vicenza con l'obiettivo di **monitorare l'andamento economico ed occupazionale delle aziende del terziario rappresentate e ubicate nella provincia di Vicenza**.

Attraverso **rilevazioni semestrali** 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 **individuare 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;
- 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 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** (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**, un settore eterogeneo per merceologia (alimentari e non), 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

Nell'edizione passata, come da incarico, al termine dell'analisi, era stata inserita una sezione nella quale venivano messi a confronto i principali indicatori rilevati presso le imprese della Provincia di Vicenza con gli stessi rilevati presso le altre Province del Veneto, che tramite il coordinamento dell'Unione Regionale di Confcommercio Veneto avevano risposto ad un'analoga rilevazione. Stante però che **in questa rilevazione Unione Regionale di Confcommercio non ha somministrato il questionario alle aziende delle altre provincie**, al termine dell'analisi sono stati inseriti due focus diversi:

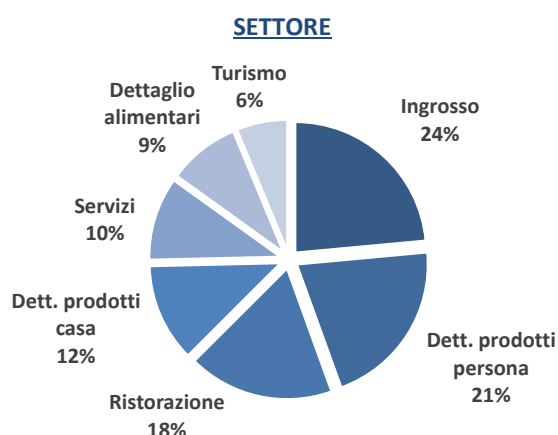
- una sintesi del bollettino congiunturale invernale pubblicato dalla Regione Veneto
- una sintesi del report "la Bussola" – bilancio del mercato del lavoro in Veneto 2025

L'ANALISI

Si riportano di seguito le analisi dei dati raccolti a mezzo di 272 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 2025 ed al 2° SEMESTRE 2025, e del loro **trend** (confrontandoli con i risultati ottenuti nel corso delle passate rilevazioni).

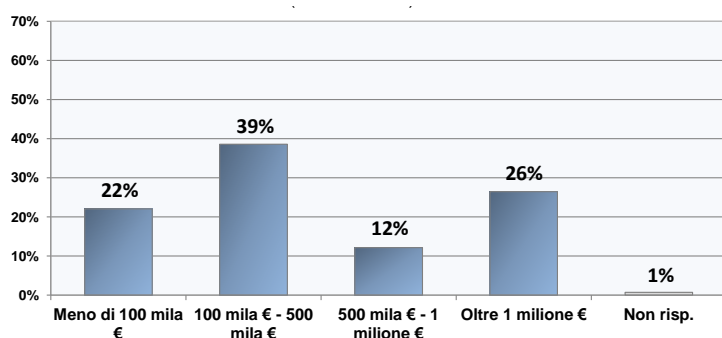
CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

Come prima cosa si osservano le caratteristiche del campione di aziende rispondenti in questa rilevazione, in particolare il settore, la fascia di fatturato 2025 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.



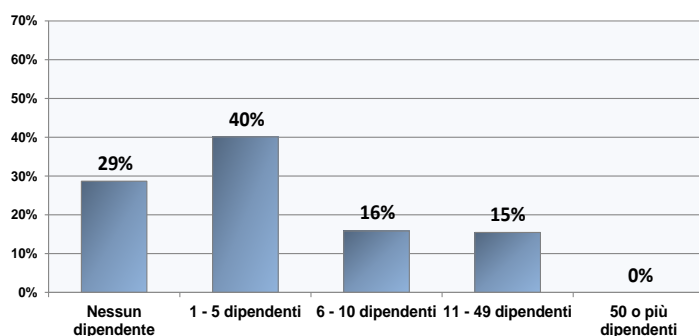
Il campione è costituito **per il 42%** da imprese del **commercio al dettaglio** (il 21% di prodotti per la persona, il 12% prodotti per la casa e 9% prodotti alimentari). L'**ingrosso** rappresenta il **24%** delle intervistate, mentre i settori **turismo** e **ristorazione** il **24%**. Infine i **servizi** rappresentano il **10%** delle intervistate.

FASCIA DI FATTURATO - 2025



Il campione è costituito **per il 22%** da aziende **"piccole"** (con fatturato inferiore a € 100 mila), per il **51%** da aziende **"medie"** (con fatturato compreso tra 100 mila € e 1 milione €) mentre nel **27%** dei casi il fatturato delle intervistate **supera il milione €**.

NUMERO DI DIPENDENTI - AL 31 DICEMBRE 2025



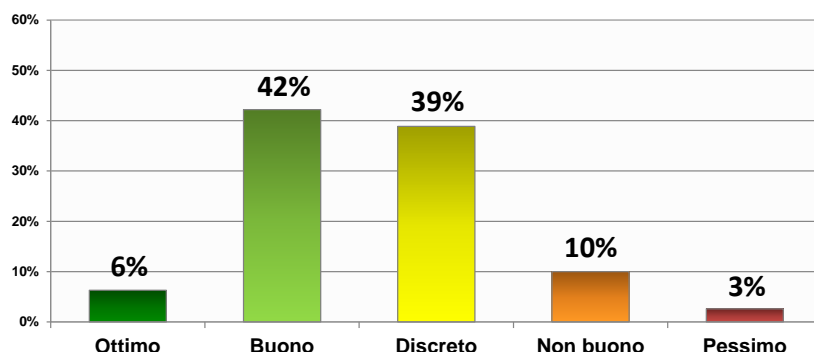
Il **29%** delle intervistate **non ha dipendenti**, mentre le **restanti (71%) hanno almeno un dipendente** (tra queste il 40%, ha tra 1 e 5 dipendenti, il 16% ne ha tra 6 e 10, e il 15% ha più di 10 dipendenti).

PARTE 1 - ANALISI ECONOMICA

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 2025

E' stato chiesto alle aziende di valutare il proprio stato di salute al 31 dicembre 2025 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 2025



% NON BUONO/PESSIMO

13%

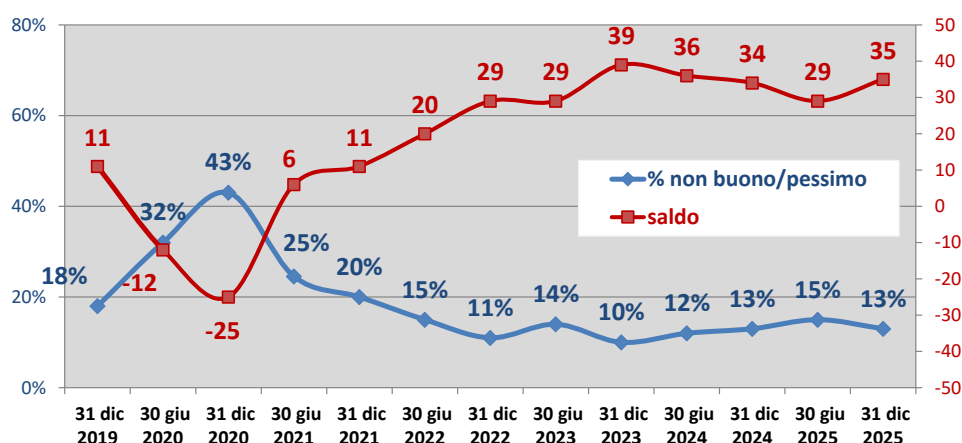
SALDO

% ottimo/buono - % pessimo/non buono

+35

La maggioranza delle aziende ritiene **positivo lo stato di salute al 31 dicembre 2025**: infatti, al netto della **quota di aziende che lo ritengono discreto (39%)**, prevale la quota di aziende che lo ritengono positivo (48% buono o ottimo) rispetto alla quota di coloro che lo ritengono negativo (solo per il 13% è non buono o pessimo), generando un **saldo** (% buono/ottimo - % non buono/pessimo) decisamente **positivo (+35)**.

STATO DI SALUTE – IL TREND



Il **saldo** dello stato di salute è **progressivamente migliorato dopo il picco negativo registrato a fine 2020 (-25 in piena emergenza covid)**. Rilevazione dopo rilevazione è cresciuto, fino a dicembre 2023 (+39), momento dal quale si osserva un assestamento.

Analogamente la % di aziende che dichiara uno stato di salute negativo è diminuita gradualmente dopo il picco registrato a fine 2020 (43%), fino a dicembre 2022 (scesa al 11%) per poi attestarsi su valori compresi tra il 10% ed il 15%.

Stato di salute – per settore

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	35%	47%	18%	+17
Dettaglio di prodotti per la casa	36%	52%	12%	+24
Dettaglio di alimentari	58%	38%	4%	+54
Servizi	63%	26%	11%	+52
Comm. all'ingrosso	60%	30%	10%	+50
Turismo	66%	29%	5%	+61
Ristorazione	37%	43%	20%	+17
TOTALE	48%	39%	13%	+35

Lo **stato di salute** al 31 dicembre 2025 mostra **alcune criticità nei settori del dettaglio di prodotti per la persona**, (dove la quota di aziende con stato di salute critico è pari al 18% ed il saldo vale solo +17), **nella ristorazione**, (dove la quota di aziende con stato di salute critico è pari al 20%) e nel **dettaglio prodotti per la casa** (dove il saldo è appena il +17). Si osserva, invece, un **saldo particolarmente positivo**, e una **contenuta quota di aziende con stato di salute critico nel turismo, nell'ingrosso, nei servizi e nel dettaglio alimentari**.

Stato di salute – per fatturato

	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Meno di 100 mila €	25%	46%	29%	-4
100 mila € - 500 mila €	50%	42%	9%	+41
500 mila € - 1 milione €	48%	36%	15%	+33
Oltre 1 milione €	65%	31%	4%	+61
TOTALE	48%	39%	13%	+35

In linea con quanto osservato in passato, si osserva una evidente **correlazione tra stato di salute e dimensione aziendale** (classe di fatturato) rilevando uno **stato di salute più critico tra le aziende piccole** (tra quelle con fatturato sotto i 100 mila € il saldo è negativo, -4, ed il 29% è in stato “non buono”), mentre gli indicatori dello **stato di salute sono positivi tra le aziende con fatturato superiore a 100 mila €**.

Stato di salute – per classe dipendenti

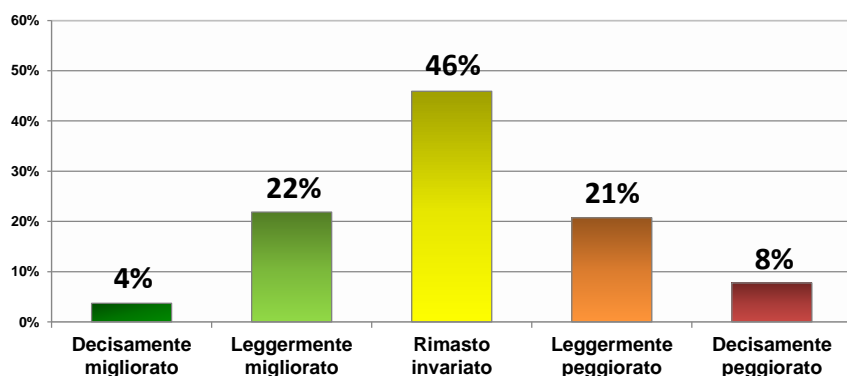
	Ottimo + Buono	Discreto	Non buono + Pessimo	Saldo
Nessun dipendente	39%	39%	22%	+17
Con dipendenti	52%	39%	9%	+43
1 - 5 dipendenti	46%	41%	13%	+33
6 - 10 dipendenti	51%	44%	5%	+46
11 o più dipendenti	71%	27%	2%	+69
TOTALE	48%	39%	13%	+35

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 +17 e il 22% dichiara uno stato di salute non buono), mentre **al crescere della classe di dipendenti lo stato di salute migliora** (il saldo cresce e la quota di aziende con stato di salute negativo diminuisce).

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL 2025

E' stato chiesto alle aziende di valutare l'andamento del proprio stato di salute nel corso del 2025 su scala a 5 livelli.

ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL 2025



% PEGGIORAMENTO

29%

SALDO

% migliorato - % peggiorato

-3

Secondo la **maggioranza** delle intervistate il **proprio stato di salute nel corso del 2025 è rimasto invariato** (nel 46% dei casi), mentre **nei restanti** casi si osserva un equilibrio tra i casi di **miglioramento (26%) rispetto ai peggioramento (29%)**. Il saldo è quindi pari a -3 (anche nel 2024 aveva mostrato equilibrio, pari a +1).

Andamento stato di salute – per settore

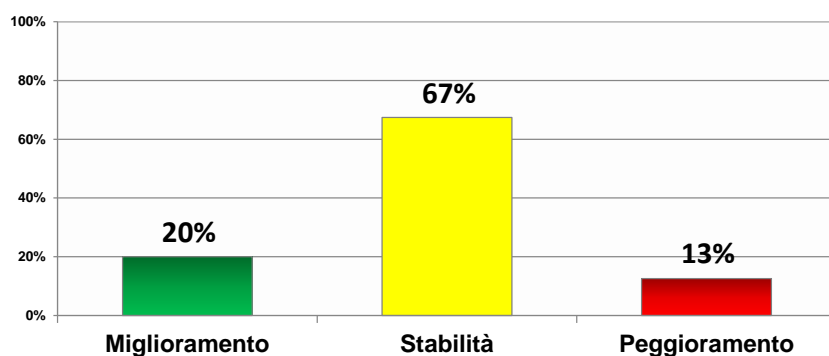
	Migliorato	Rimasto invariato	Peggiorato	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	18%	45%	37%	-19
Dettaglio di prodotti per la casa	15%	52%	33%	-18
Dettaglio di alimentari	29%	38%	33%	-4
Servizi	33%	56%	11%	+22
Comm. all'ingrosso	22%	56%	22%	+0
Turismo	41%	47%	12%	+29
Ristorazione	35%	29%	37%	-2
TOTALE	26%	46%	29%	-3

Il 2025 ha mostrato, al netto dei casi in cui lo stato di salute è rimasto invariato, una **prevalenza di casi di peggioramento** (quindi saldo negativo) **nel dettaglio di prodotti per la persona e per la casa**. Particolarmente elevata la **quota di casi di peggioramento** (seppur con saldo in equilibrio) **nel settore ristorazione**. Il **saldo è positivo**, e la quota di casi di peggioramento contenuta, **nei servizi e nel turismo**.

CLIMA DI FIDUCIA – previsioni per il primo semestre 2026

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 1° SEMESTRE 2026



CLIMA DI FIDUCIA
(% MIGLIORAM. - % PEGGIORAM.)
+7

Il **clima di fiducia** mostra una **impronta alla stabilità**: infatti la **netta maggioranza** delle imprese **prevede stabilità** del proprio stato di salute **nei prossimi sei mesi** (il **67%**), mentre **le restanti** si dividono in:

- **Ottimiste/non preoccupate**: il **20%** prevede miglioramento
- **Pessimiste/preoccupate**: il **13%** prevede un peggioramento

generando quindi un **clima di fiducia** al 31 dicembre 2025 **leggermente positivo (+7)**.

Previsioni stato di salute – per settore

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Dettaglio prodotti per la persona	19%	67%	14%	+5
Dettaglio di prodotti per la casa	9%	82%	9%	+0
Dettaglio di alimentari	21%	62%	17%	+4
Servizi	30%	59%	11%	+19
Comm. all'ingrosso	13%	73%	14%	-1
Turismo	12%	82%	6%	+6
Ristorazione	35%	53%	12%	+23
TOTALE	20%	68%	13%	+7

Il **clima di fiducia** è **positivo** nella **ristorazione (+23)** e **servizi (+19)**, mentre negli altri settori è in equilibrio, o di poco positivo. La **quota di aziende pessimiste** è **maggiore** nel **dettaglio di prodotti alimentari (17%)**.

Previsioni stato di salute – per fatturato

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Meno di 100 mila €	27%	49%	24%	+3
100 mila € - 500 mila €	25%	65%	10%	+15
500 mila € - 1 milione €	18%	64%	18%	+0
Oltre 1 milione €	8%	86%	6%	+2
TOTALE	20%	68%	13%	+7

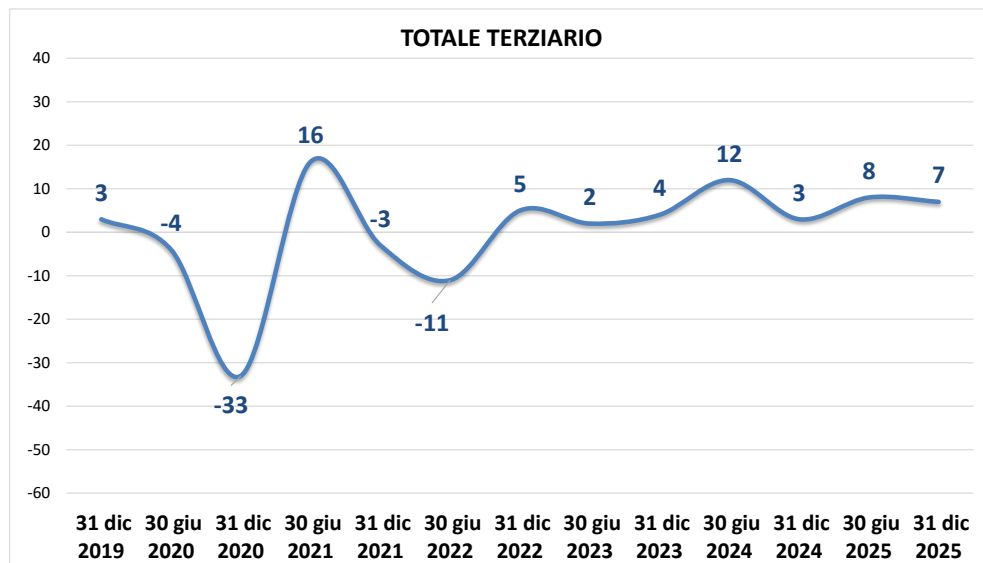
La **quota di aziende pessimiste** **diminuisce** con l'**aumentare della classe di fatturato** (tra le imprese con fatturato superiore a 1 milione solo il 6% prevede peggioramento, mentre sono il 24% tra le aziende con fatturato inferiore a 100 mila €).

Previsioni stato di salute – per classe dipendenti

	Miglioramento	Stabilità	Peggioramento	Clima di fiducia
Nessun dipendente	29%	53%	18%	+9
Con dipendenti	17%	73%	10%	+7
1 - 5 dipendenti	17%	70%	13%	+4
6 - 10 dipendenti	28%	67%	5%	+23
11 o più dipendenti	5%	85%	10%	-5
TOTALE	20%	68%	13%	+7

La classe di dipendenti sembra non incidere in maniera significativa sul clima di fiducia.

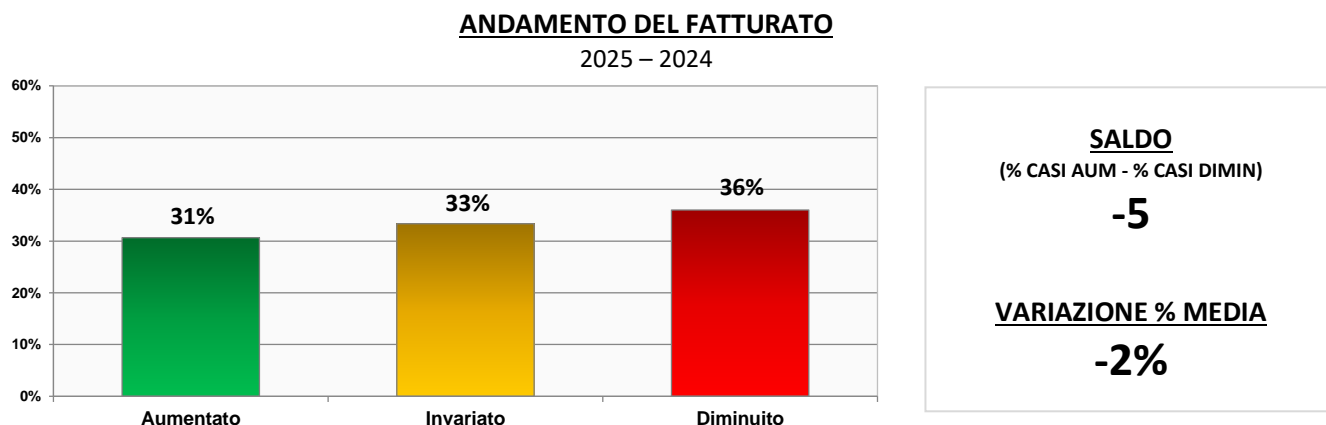
CLIMA DI FIDUCIA – IL TREND



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 attorno a valori di poco positivi.

ANDAMENTO FATTURATI: 2025 – 2024

In questa sezione viene indagato l'andamento del fatturato, confrontando il 2025 con il 2024. 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.



Vengono **confrontati i fatturati 2025 con il 2024**: una quota considerevole delle aziende (il 36%) ha dichiarato un calo dei fatturati rispetto al 2024, anche se al contempo un buon 31% un aumento, mentre il restante 33% ha osservato fatturato in linea con il 2024.

La media delle variazioni di fatturato dichiarate è stata pari al -2% mentre il **saldo** (differenza tra la % di aziende che hanno assistito a aumento e % di aziende che hanno assistito a calo) **è di poco negativo (-5)**.

Andamento dei fatturati – per settore

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	20%	36%	44%	-24
Dettaglio di prodotti per la casa	27%	31%	42%	-15
Dettaglio di alimentari	42%	33%	25%	+17
Servizi	32%	52%	16%	+16
Comm. all'ingrosso	30%	22%	48%	-18
Turismo	29%	47%	24%	+5
Ristorazione	41%	32%	27%	+14
TOTALE	31%	33%	36%	-5

Si è osservato un **saldo negativo** (ovvero prevalenza di casi di diminuzione dei fatturati rispetto ai casi di aumento) **nei settori del dettaglio prodotti per la persona** (-24 e 44% di casi di calo), **per la casa** (-15 e 42% di casi di calo) e **l'ingrosso** (-18 e 48% di casi di calo). **Saldo positivo**, invece, nel **dettaglio alimentari** (+17), nei **servizi** (+16) e nella **ristorazione** (+14).

Andamento dei fatturati – per classe fatturato

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Meno di 100 mila €	21%	40%	38%	-17
100 mila € - 500 mila €	28%	39%	33%	-5
500 mila € - 1 milione €	33%	22%	45%	-12
Oltre 1 milione €	41%	24%	35%	+9
TOTALE	31%	33%	36%	-5

Solo le aziende più grandi (fatturato superiore a 1 milione €) mostrano un **saldo positivo** (+9) mentre le restanti aziende mostrano un **saldo è negativo** (più pesante, pari a -17, tra le aziende con meno di 100 mila € di fatturato).

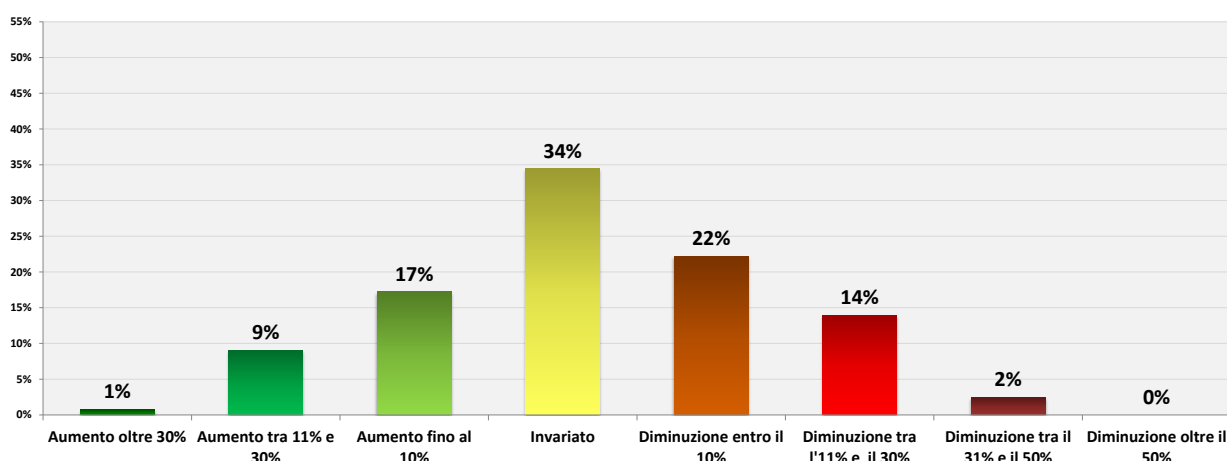
Andamento dei fatturati – per classe dipendenti

	Aumentato	Rimasto invariato	Diminuito	Saldo
Nessun dipendente	27%	39%	34%	-7
Almeno un dipendente	32%	28%	40%	-8
1 - 5 dipendenti	29%	29%	43%	-14
6 - 10 dipendenti	27%	27%	45%	-18
Oltre 10 dipendenti	46%	29%	26%	+20
TOTALE	31%	33%	36%	-5

Solo le aziende più strutturate (oltre 10 dipendenti) mostrano un **saldo positivo** mentre le restanti aziende mostrano un **saldo è negativo** (sia quelle senza dipendenti, sia quelle con un numero contenuto di dipendenti).

INTENSITA' DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

2025 – 2024

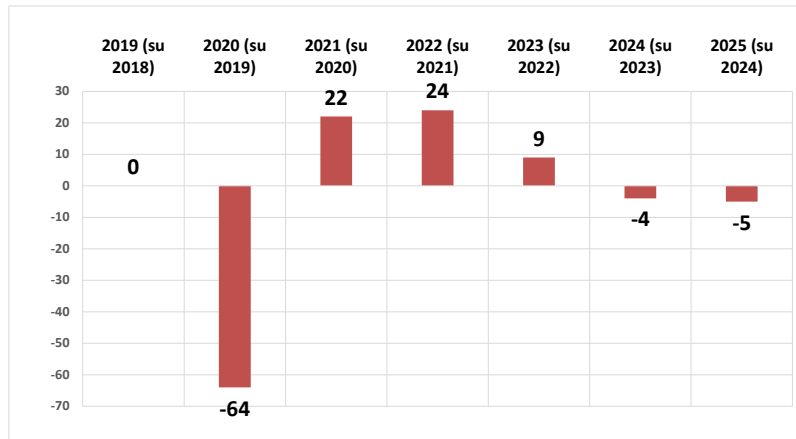


Tra le imprese che forniscono il dato sull'intensità della variazione dei propri fatturati:

- i **casi di calo** registrati sono stati di **intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 22%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 14%** dei casi, e **consistenti** (superiori al 30%) **solo nel 2%** dei casi;
- i **casi di aumento** registrati, invece, sono stati di **intensità contenuta** (fino al 10%) **nel 17%** dei casi, di **intensità media** (tra l'11 % ed il 30%) **nel 9%** dei casi e **quasi mai consistenti** (superiori al 30%).

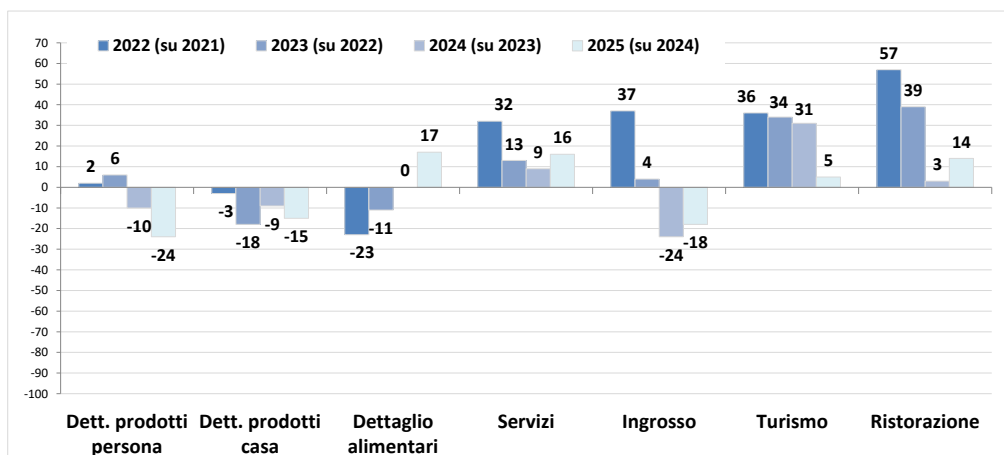
ANDAMENTO FATTURATI – IL TREND

Saldo = % casi aumento – % casi diminuzione



L'andamento dei fatturati, misurato come **saldo** (% casi di aumento - % casi diminuzione rispetto all'anno precedente) ha mostrato una **marcatissima contrazione dei fatturati nel corso del 2020** (dovuta agli effetti dell'emergenza e delle limitazioni Covid), seguita da una **ripresa** (con saldo positivo) **nel 2021 e nel 2022** e una **ripresa più contenuta nel 2023**. L'ultimo biennio, infine, ha mostrato un **saldo leggermente negativo** (ossia casi di diminuzione che prevalgono sui casi di aumento sia nel 2024 che nel 2025).

ANDAMENTO FATTURATI – IL TREND PER SETTORE



Il **commercio al dettaglio di prodotti per la casa e la persona** presenta **criticità in tutto il periodo** analizzato (2022-2025), con saldi prevalentemente negativi e un peggioramento nel 2025, a indicare una prevalenza persistente di imprese in contrazione.

Il **dettaglio alimentari** evidenzia invece un **miglioramento progressivo**, culminato in un saldo positivo nel 2025, segnale di un'inversione di tendenza rispetto alle difficoltà iniziali.

Il comparto dei **servizi** si conferma il **più resiliente**: pur registrando un ridimensionamento rispetto ai livelli del 2022, mantiene sempre saldi positivi, indicando una prevalenza costante di imprese in crescita.

L'**ingrosso** mostra il profilo **più volatile**: dopo una forte espansione nel 2022 e stabilità nel 2023 ha subito una contrazione marcata nell'ultimo biennio.

Il **turismo** è rimasto **in area positiva ma con un progressivo ridimensionamento** del saldo, fino a valori prossimi all'equilibrio nel 2025, indicativi di una crescita ormai molto contenuta.

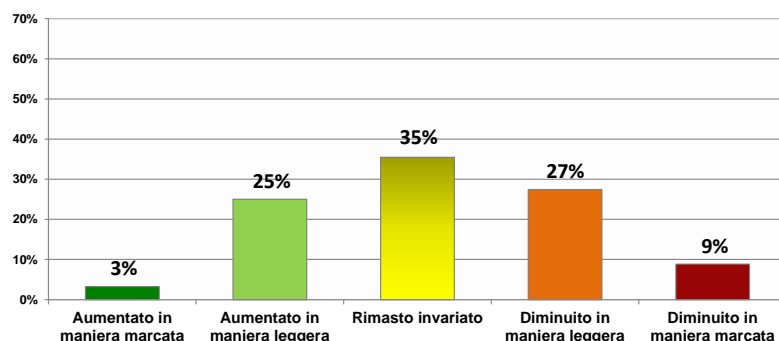
La **ristorazione** registra saldi particolarmente elevati nel 2022 e nel 2023, seguiti da una fase di **sostanziale equilibrio** nel 2024 e da un **nuovo rafforzamento** nel 2025.

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 2025 con il 2024. 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

2025 – 2024



SALDO
(% CASI AUMENTO - % CASI DIMINUIZIONE)

-8

L'andamento dell'utile appare piuttosto eterogeneo. Il 28% delle imprese dichiara un aumento rispetto al 2024, il 35% segnala una situazione invariata, mentre il 36% riporta una diminuzione. Il saldo tra imprese in crescita e in calo risulta pertanto pari a -8.

Andamento dell'utile – per settore

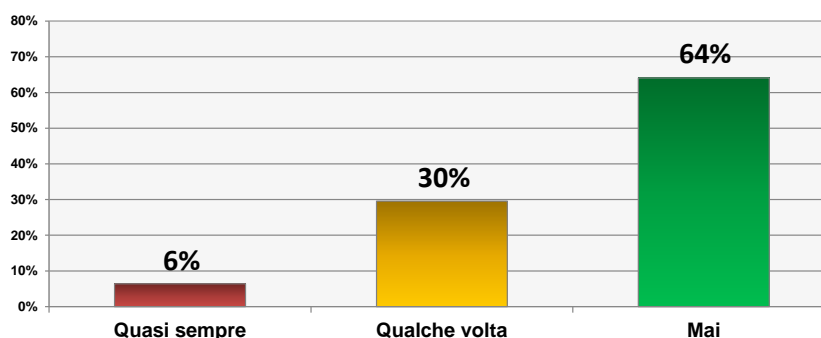
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	2%	23%	37%	29%	10%	-13
Dettaglio di prodotti per la casa	7%	14%	45%	31%	3%	-13
Dettaglio di alimentari	4%	30%	30%	22%	13%	-1
Servizi	4%	42%	38%	17%	0%	+29
Comm. all'ingrosso	5%	22%	27%	33%	13%	-19
Turismo	0%	38%	38%	25%	0%	+13
Ristorazione	0%	22%	41%	24%	12%	-14
TOTALE	3%	25%	35%	27%	9%	-8

In tutti i settori il saldo è stato negativo (evidenziando quindi una prevalenza della contrazione dell'utile) ad eccezione dei settori servizi e turismo (dove prevalgono i casi di aumento dell'utile e quindi il saldo è positivo) e il dettaglio alimentari (dove c'è equilibrio). Particolarmente negativo il saldo dell'ingrosso (-19).

RAPPORTI CON I FORNITORI

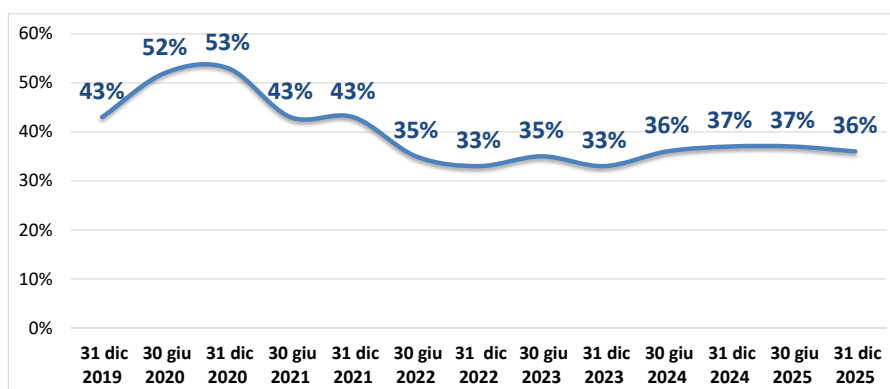
E' stato chiesto alle aziende se hanno difficoltà, più o meno frequenti, nel pagare i fornitori

DIFFICOLTA' NEL PAGARE I FORNITORI AL 31 DICEMBRE 2025



Il **36%** delle aziende dichiara difficoltà nel pagare i fornitori: queste sono definite in prevalenza **sporadiche** (30%) mentre 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 rimanendo costante fino ad oggi.

Difficoltà nel pagare i fornitori – per settore

	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Dettaglio prodotti per la persona	43%	57%
Dettaglio di prodotti per la casa	45%	55%
Dettaglio di alimentari	38%	63%
Servizi	23%	77%
Comm. all'ingrosso	25%	75%
Turismo	18%	82%
Ristorazione	48%	52%
TOTALE	36%	64%

Le difficoltà più frequenti nel pagare i propri fornitori si rilevano tra le imprese della **ristorazione** (48%) ma anche del **commercio al dettaglio non alimentare** (prodotti per la persona e per la casa).

Mentre questa difficoltà è stata meno incidente nell'ingrosso (25%), nei servizi (23%) e nel turismo (18%).

Difficoltà nel pagare i fornitori – per classe fatturato

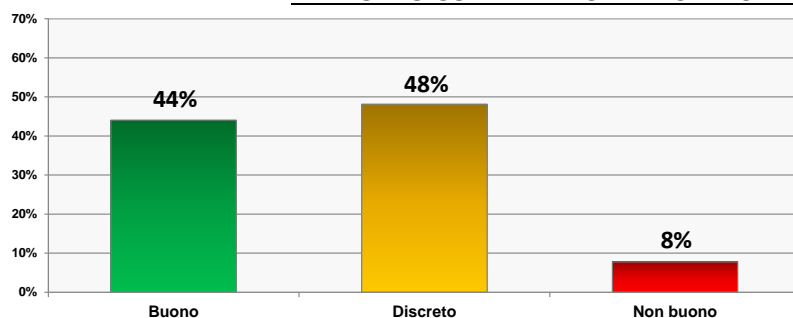
	Quasi sempre + Qualche volta	Mai
Meno di 100 mila €	48%	52%
100 mila € - 500 mila €	38%	62%
500 mila € - 1 milione €	39%	61%
Oltre 1 milione €	23%	77%
TOTALE	36%	64%

Più frequente la difficoltà nel pagare i propri fornitori tra le imprese “piccole” (fatturato inferiore a 100 mila €) dove il 48% dichiara queste difficoltà, mentre al crescere della dimensione aziendale questa quota diminuisce (39% tra le aziende “medie” e 23% tra le aziende “grandi”).

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 2025.

RAPPORTO CON LE BANCHE AL 31 DICEMBRE 2025



SALDO
(% CASI BUONO - % CASI NON BUONO)
+ 36

La maggioranza delle aziende (il 48%) ritiene “discreto” il proprio rapporto con gli istituti di credito.

La situazione tra le rimanenti aziende è positiva (saldo +36), con prevalenza di coloro che lo ritengono “buono” (il 44%) rispetto a coloro che lo ritengono non buono (appena il 7%).

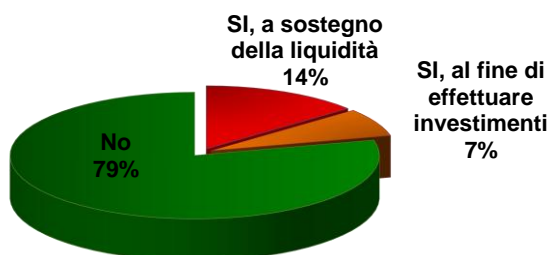
Il saldo risulta essere rimasto invariato nel corso del 2024 e del 2025, dopo che era migliorato nel corso del 2023 (era pari a +23 a fine 2022) ed a maggior ragione migliorato rispetto a quanto osservato durante il periodo covid (tra il 2020 e 2021 si attestava tra il +10 ed il +15).

Rapporto con le banche – per settore

	Buono	Discreto	Non buono	Saldo (% buono - % non buono)
Dettaglio prodotti per la persona	36%	58%	6%	+30
Dettaglio di prodotti per la casa	28%	62%	10%	+18
Dettaglio di alimentari	29%	43%	29%	+0
Servizi	38%	52%	10%	+28
Comm. all'ingrosso	66%	32%	2%	+64
Turismo	38%	56%	6%	+32
Ristorazione	47%	47%	7%	+40
TOTALE	44%	48%	8%	+36

L'ingrosso mostra un rapporto con gli istituti di credito migliore (saldo +64 e solo il 2% dichiara un rapporto non buono) mentre qualche criticità viene osservata nel dettaglio alimentari (dove il 29% ritiene non buono).

RICHIESTA PRESTITI BANCARI – 2025



Il 21% è ricorso a prestiti nel corso del 2025: il 14% per sostegno alla liquidità ed il 7% per investimenti.

Nel corso del 2024 erano state il 14%, mentre nel 2023 erano state il 17% e nel 2022 il 20%.

Prestiti – per settore

	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Dettaglio prodotti per la persona	17%	4%	79%
Dettaglio di prodotti per la casa	24%	0%	76%
Dettaglio di alimentari	13%	9%	78%
Servizi	4%	4%	91%
Comm. all'ingrosso	11%	11%	78%
Turismo	0%	20%	80%
Ristorazione	18%	7%	76%
TOTALE	14%	7%	79%

Il ricorso al credito nel corso del 2025 è stato **più contenuto tra le aziende dei servizi (8%)**, mentre **negli altri settori risulta in linea con il dato complessivo del terziario.**

Prestiti – per classe di fatturato

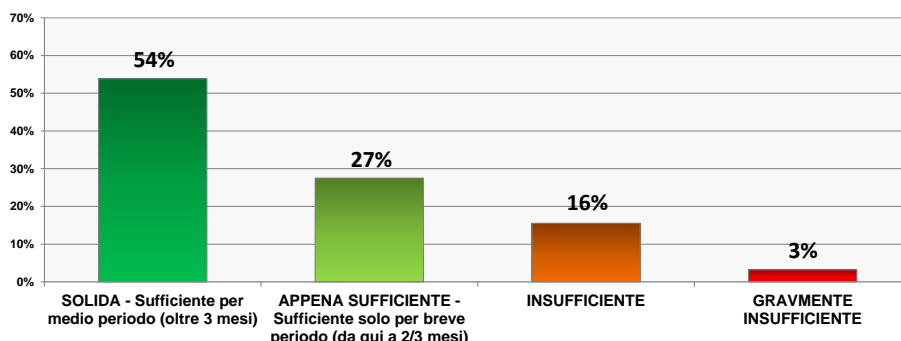
	SI, a sostegno della liquidità	SI, al fine di effettuare investimenti	No
Meno di 100 mila €	4%	12%	85%
100 mila € - 500 mila €	19%	5%	76%
500 mila € - 1 milione €	13%	3%	84%
Oltre 1 milione €	15%	8%	76%
TOTALE	14%	7%	79%

Non si osserva una particolare correlazione tra la propensione ad accedere al credito e la classe di fatturato.

LIQUIDITA' al 31 DICEMBRE 2025

Si è ritenuto importante chiedere alle aziende di valutare il proprio livello di liquidità al 31 dicembre 2025 per capire se è solida, appena sufficiente o insufficiente. Si è costruito un saldo (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) per avere un'immagine di sintesi.

VALUTAZIONE DEL LIVELLO DI LIQUIDITA'



SALDO
(% CASI SOLIDA - % CASI INSUF/GRAV. INSUF)
+ 35

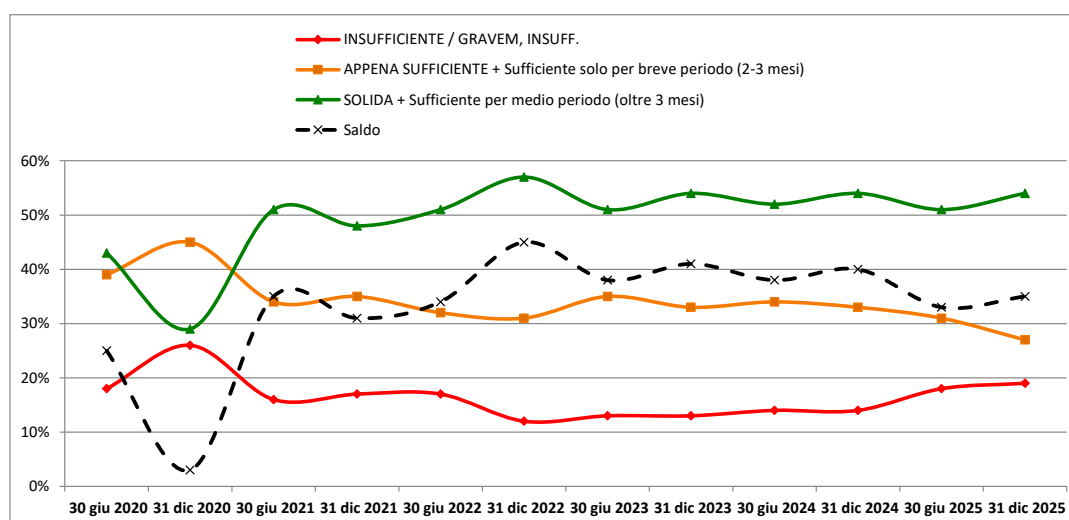
Al **31 dicembre 2025** oltre la **metà** delle aziende (**54%**) ritiene **solido il proprio livello di liquidità**, ossia **sufficiente per un medio periodo** (oltre 3 mesi).

Il **27%** mostra **qualche criticità** in quanto lo ritiene **sufficiente, ma solo per un breve periodo** (2-3 mesi).

Il **19%**, invece, **ritiene la propria liquidità insufficiente o gravemente insufficiente**.

Il **saldo** (% che considerano solida la propria liquidità - % che la considerano insufficiente) è **+35**.

LIQUIDITA' – IL TREND NEL PERIODO DI EMERGENZA



Il grafico mostra come il **livello di liquidità delle imprese del terziario sia rimasto costante dal primo dopo-covid** (metà 2021) **ad oggi senza particolari criticità**, con una quota di liquidità insufficienti stanziale attorno a valori di poco superiori al 10% e una quota di liquidità solide su valori costanti. Ciononostante si segnala come **nel corso del 2025** si sia registrato un **piccolo incremento della quota di aziende con liquidità insufficiente** con conseguente peggioramento del saldo.

Livello di liquidità – per settore

	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	47%	30%	21%	2%	23%	+24
Dettaglio di prodotti per la casa	45%	38%	7%	10%	17%	+28
Dettaglio di alimentari	43%	39%	13%	4%	17%	+39
Servizi	65%	26%	9%	0%	9%	+56
Comm. all'ingrosso	74%	18%	6%	2%	8%	+66
Turismo	56%	31%	13%	0%	13%	+46
Ristorazione	38%	24%	33%	4%	37%	+1
TOTALE	54%	27%	16%	3%	19%	+35

La **ristorazione** segnala un **livello di liquidità molto critico**: in questo settore la quota di aziende con liquidità insufficiente è il 37% con saldo di appena +1. Negli altri settori la liquidità è in linea con il dato complessivo del terziario. **Meno critica la situazione nei servizi e ingrosso** (meno del 10% con liquidità insufficiente).

Livello di liquidità – per fascia di fatturato

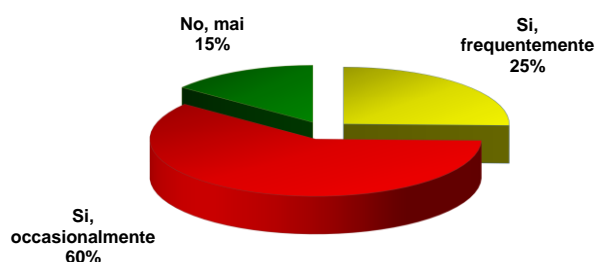
	SOLIDA - Sufficiente anche nel medio periodo	APPENA SUFFICIENTE - Sufficiente ma solo nel breve periodo	INSUFFICIENTE	GRAVEMENTE INSUFFICIENTE	% insuff.	Saldo
Meno di 100 mila €	35%	25%	33%	8%	41%	-6
100 mila € - 500 mila €	46%	35%	18%	1%	19%	+27
500 mila € - 1 milione €	56%	28%	6%	9%	15%	+41
Oltre 1 milione €	76%	20%	4%	0%	4%	+72
TOTALE	54%	27%	16%	3%	19%	+35

Il **livello di liquidità è decisamente più critico tra aziende piccole** (fatturato fino a 100 mila €) dove il **41% la ritiene insufficiente** ed il saldo è -6. **Al crescere della dimensione aziendale la liquidità migliora** ed è più solida tra le aziende con fatturato superiore a 1 milione.

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 2025 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

DIFFICOLTA' ECONOMICHE TRA LA CLIENTELA



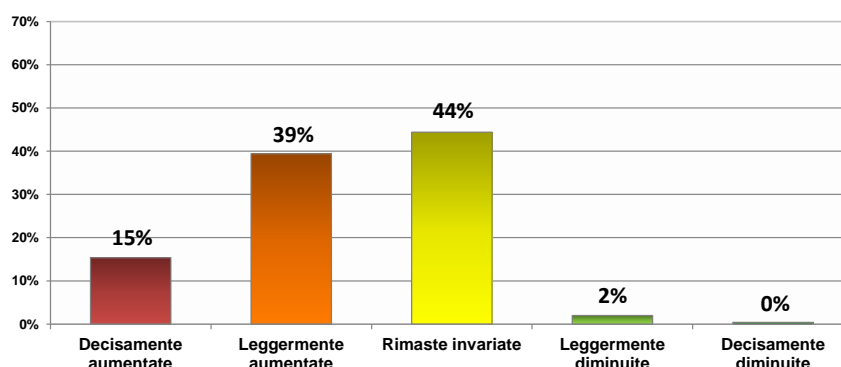
La **maggioranza delle aziende** (85%) osserva, al 31 dicembre 2025, **sintomi di difficoltà tra i clienti** (nel 60% dei casi difficoltà occasionali). Quota **rimasta in linea con l'80%** osservato a fine 2024 e negli anni precedenti.

Difficoltà economiche dei clienti – per settore

	Si, frequentemente	Si, occasionalmente	No, mai
Dettaglio prodotti per la persona	31%	57%	12%
Dettaglio di prodotti per la casa	31%	64%	5%
Dettaglio di alimentari	17%	57%	26%
Servizi	9%	61%	30%
Comm. all'ingrosso	26%	66%	8%
Turismo	13%	69%	19%
Ristorazione	32%	48%	20%
TOTALE	25%	60%	15%

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 per la casa** (95%), dell'**ingrosso** (92%) e **prodotti per la persona** (88%). Sono invece **meno frequenti nel dettaglio alimentari** (74%) e nei **servizi** (70%).

ANDAMENTO DIFFICOLTA' ECONOMICHE CLIENTELA – RISPETTO AL SEMESTRE PRECEDENTE



SALDO
(% diminuite- % aumentate)
- 52

E' comune la percezione che le **difficoltà tra i clienti siano aumentate rispetto a quelle osservate nel semestre precedente**: questo aumento è avvenuto secondo il **54% delle aziende**. Per il **44%**, invece, le difficoltà dei clienti **sono rimaste invariate**, e solo per il 2% sono diminuite.

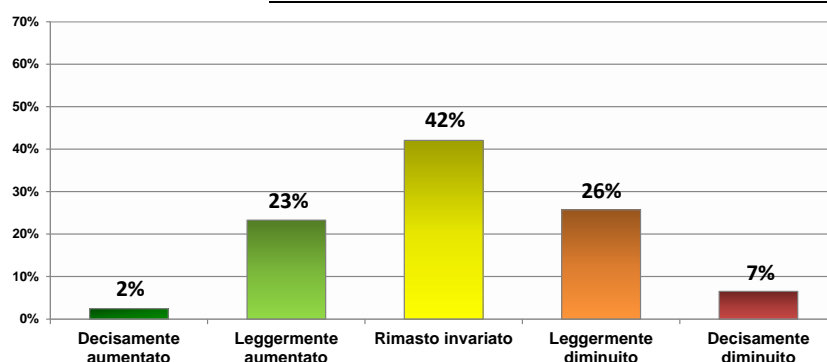
Il saldo (% casi di diminuzione delle difficoltà - % casi di aumento) misura quindi **-52** e **continua la tendenza che si era manifestata in passato** (ad ogni rilevazione semestrale si osserva un saldo negativo).

Andamento difficoltà economiche dei clienti rispetto al semestre precedente – per settore

	Decisamente aumentate	Leggermente aumentate	Rimaste invariate	Leggermente diminuite	Decisamente diminuite	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	16%	46%	38%	0%	0%	-52
Dettaglio di prodotti per la casa	14%	34%	52%	0%	0%	-48
Dettaglio di alimentari	13%	26%	52%	4%	4%	-31
Servizi	4%	43%	52%	0%	0%	-46
Comm. all'ingrosso	15%	39%	46%	0%	0%	-54
Turismo	6%	56%	38%	0%	0%	-62
Ristorazione	28%	33%	38%	0%	0%	-61
TOTALE	15%	39%	44%	2%	0%	-52

In tutti i settori prevalgono nettamente i casi di aumento delle difficoltà dei clienti rispetto ai casi di diminuzione (saldo negativo). Il peggioramento è più frequentemente osservato nel commercio al dettaglio di prodotti per la persona (62%), ma anche nel turismo (62%) e nella ristorazione (61%)

NUMERO MEDIO DI CLIENTI – RISPETTO A 12 MESI FA



SALDO
(% aumentato- % diminuito)
-8

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 nel 33% dei casi è diminuito e nel 25% è aumentato. Generando un saldo leggermente negativo (-8), mentre nel 2024 era stato pari a -2.

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

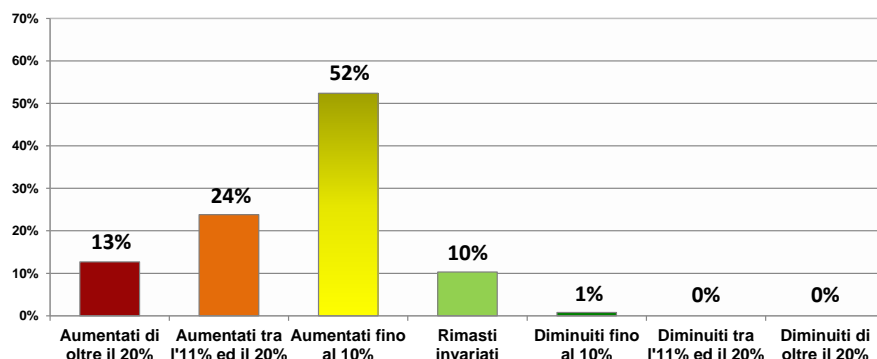
	Decisamente aumentato	Leggermente aumentato	Rimasto invariato	Leggermente diminuito	Decisamente diminuito	Saldo
Dettaglio prodotti per la persona	4%	20%	31%	33%	12%	-21
Dettaglio di prodotti per la casa	0%	10%	59%	24%	7%	-21
Dettaglio di alimentari	0%	26%	35%	39%	0%	-13
Servizi	4%	22%	52%	22%	0%	+4
Comm. all'ingrosso	3%	19%	53%	16%	8%	-2
Turismo	0%	44%	31%	25%	0%	-19
Ristorazione	2%	34%	29%	27%	7%	+2
TOTALE	2%	23%	42%	26%	7%	-8

A trascinare il trend negativo dell'andamento dei clienti siano i settori del dettaglio prodotti per la persona, per la casa e il turismo, mentre gli altri settori mostrano una maggior stabilità.

INFLAZIONE – 2025

E' stato chiesto alle aziende di quantificare l'aumento dei costi aziendali registrato nel 2025, se hanno applicato un aumento dei prezzi nello stesso periodo e se intendono farlo nel corso del primo semestre 2026.

ANDAMENTO COSTI AZIENDALI - 2025



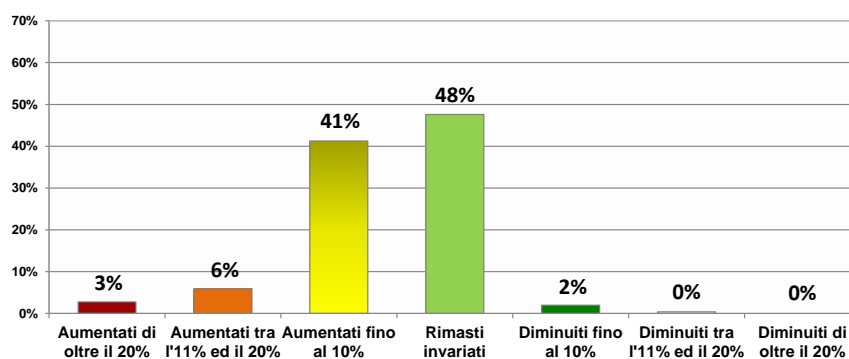
Continua l'aumento dei costi aziendali: l'89% delle aziende del terziario ha osservato un aumento dei costi aziendali nel corso del 2025 (tra questi la maggioranza ritiene tali aumenti di intensità inferiore al 10%) che va a concatenarsi con l'89% di aziende che avevano registrato aumenti nel corso del 2024. Il restante 10% dichiara costi aziendali rimasti invariati e quasi mai sono diminuiti.

Aumento dei costi aziendali – per settore

	Aumentati	Invariati	Diminuiti
Dettaglio prodotti per la persona	90%	8%	2%
Dettaglio di prodotti per la casa	90%	10%	0%
Dettaglio di alimentari	83%	13%	4%
Servizi	92%	8%	0%
Comm. all'ingrosso	86%	14%	0%
Turismo	95%	5%	0%
Ristorazione	89%	11%	0%
TOTALE	89%	10%	1%

In tutti i settori la quota di aziende che hanno osservato un aumento dei costi aziendali è elevata, e si assesta su valori compresi tra l'83% (dettaglio alimentari) e il 95% (turismo)

ANDAMENTO PREZZI APPLICATI – 2025



A fronte dell'89% dei casi di aumento dei costi, solo il 50% ha applicato un aumento dei prezzi nel corso del 2025: nel 41% dei casi si è trattato di aumenti di intensità contenuta. Le restanti delle intervistate (il 48%), invece, ha mantenuto invariati i prezzi nell'anno, mentre è praticamente nulla la % di aziende che hanno diminuito i prezzi applicati.

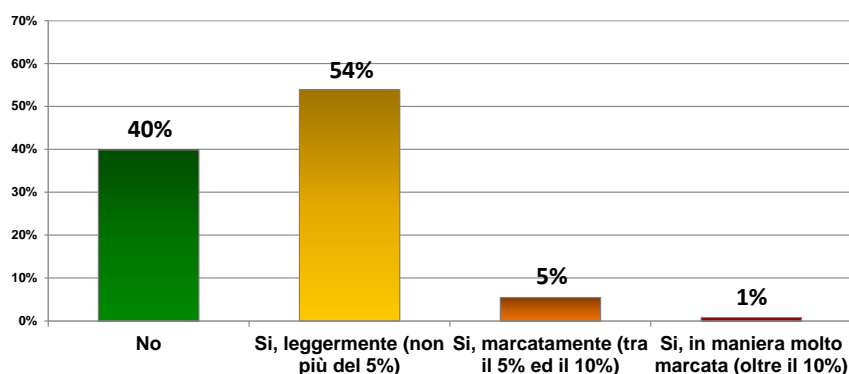
Aumento dei prezzi applicati – per settore

	Aumentati	Invariati	Diminuiti
Dettaglio prodotti per la persona	56%	42%	2%
Dettaglio di prodotti per la casa	41%	55%	3%
Dettaglio di alimentari	78%	22%	0%
Servizi	29%	71%	0%
Comm. all'ingrosso	44%	49%	6%
Turismo	63%	38%	0%
Ristorazione	49%	51%	0%
TOTALE	50%	48%	2%

Il dettaglio alimentari è il settore che più frequentemente ha dovuto aumentare i prezzi applicati nel corso del 2025 (il 78%), seguito dal turismo (63%). In media gli altri settori, mente più contenuto il ricorso all'aumento dei prezzi nei servizi (29%).

PREVISIONE DI AUMENTARE I PREZZI

nel primo semestre 2026



Il 60% delle aziende prevede di aumentare i prezzi nel primo semestre 2026 (prevalentemente in maniera leggera, ossia di intensità inferiore al 5%). Questa previsione era del 48% per il primo semestre 2025, del 40% per il secondo semestre 2024 e del 59% per il primo semestre 2025.

Previsione di aumentare i prezzi – per settore

	NO	SI
Dettaglio prodotti per la persona	55%	45%
Dettaglio di prodotti per la casa	37%	63%
Dettaglio di alimentari	26%	74%
Servizi	64%	36%
Comm. all'ingrosso	38%	62%
Turismo	44%	56%
Ristorazione	20%	80%
TOTALE	40%	60%

La previsione di aumentare i prezzi nel 1° semestre 2026 è più frequente nel dettaglio alimentari (74%) e nella ristorazione (80%). Negli altri settori è in linea con il complessivo del terziario, più contenuta nei servizi (36%).

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	63%	67%	67%	63%	61%	64%	59%	57%
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
Acquisto di attrezzature, macchinari, veicoli	31%	19%	33%	36%	11%	30%	24%	49%
Promozione, marketing, internazionalizzazione	22%	30%	12%	17%	39%	16%	24%	20%
Digitalizzazione / innovazione tecnologica	19%	18%	16%	17%	39%	22%	12%	20%
Risparmio Energetico	14%	21%	18%	14%	7%	20%	24%	10%
Formazione	12%	14%	24%	17%	7%	5%	24%	8%
Opere Edili e murarie	9%	14%	15%	4%	11%	8%	0%	6%
Consulenze / servizi	7%	5%	3%	8%	0%	14%	6%	8%

Il 63% delle intervistate **ha in programma investimenti nel futuro** (2 o 3 anni) senza particolari differenze tra settori.

In generale, gli **investimenti previsti più frequentemente** sono per **acquisto di attrezzature e macchinari** (31%) particolarmente frequenti nella ristorazione. A seguire **investimenti in promozione, marketing** (22%) particolarmente frequenti tra le aziende dei servizi. A seguire gli investimenti in **digitalizzazione** (prevista dal 19%), per il risparmio energetico (14%) e formazione (12%).

PARTE 2 - ANALISI OCCUPAZIONALE

DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE 2025

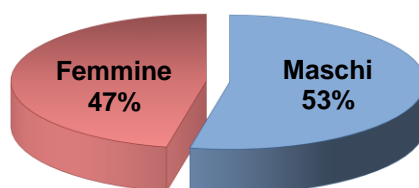
Si approfondisce di seguito l'aspetto occupazionale, analizzando i dipendenti e le loro caratteristiche.

Numero dipendenti per settore

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
Nessun dipend.	22%	44%	33%	42%	54%	6%	24%	18%
Almeno un dip.	78%	56%	67%	58%	46%	94%	76%	82%
1-5 dipend.	39%	42%	58%	42%	36%	38%	24%	37%
6-10 dipend.	12%	7%	6%	8%	7%	22%	18%	33%
11 o + dipend..	27%	7%	3%	8%	4%	34%	35%	12%

I settori nei quali le aziende con dipendenti sono più frequenti sono l'ingrosso (94% delle aziende ha dipendenti) e la ristorazione (82%). Sono meno frequenti le aziende con dipendenti nei servizi (46%), nel dettaglio prodotti per la persona (56%) e negli alimentari (58%).

% Dipendenti per genere



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% maschi	53%	32%	54%	37%	24%	67%	52%	38%
% femmine	47%	68%	46%	63%	76%	33%	48%	62%

Complessivamente si osserva un equilibrio tra dipendenti maschi e femmine. 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 e del turismo dove c'è equilibrio.

CONTRATTI A PART-TIME

Nel presente capitolo si analizza l'incidenza dei contratti a part-time tra le aziende al 31 dicembre 2025.

% CONTRATTI A PART TIME - AL 31 DICEMBRE 2025

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% part-time	26%	34%	38%	34%	48%	14%	14%	44%

Il part-time rappresenta il 26% dei contratti in essere al 31 dicembre 2025 (dato che dal 2021 ad oggi è oscillato sempre tra il 20% ed il 29%). I settori che utilizzano maggiormente il part-time sono i servizi (dove il 48% dei contratti sono PT) e la ristorazione (44%), mentre il ricorso al PT è più contenuto e nell'ingrosso (14%).

Dipendenti a part-time per genere

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% part-time tra i maschi	12%	17%	21%	18%	53%	4%	4%	39%
% part-time tra le femmine	42%	41%	57%	44%	85%	33%	25%	48%

Il contratto a part-time è **più diffuso tra le femmine** (il 42% dei dipendenti di sesso femminile è part-time) mentre **tra i maschi è utilizzato in solo nel 12% 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 2025

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a chiamata	9%	5%	4%	8%	5%	1%	10%	38%

Il **9%** dei contratti è a chiamata. Questo contratto è **più diffuso tra le aziende della ristorazione** (il 38% 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 2025 e il loro andamento (proroghe e/o cessazioni) nel secondo semestre 2025.

CONTRATTI A TEMPO DETERMINATO - AL 31 DICEMBRE 2025

tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% contratti a tempo det.	12%	10%	9%	3%	5%	6%	26%	25%

Il **12%** dei contratti in essere tra le intervistate è a tempo determinato. Il tempo determinato è **più diffuso tra le aziende del turismo** (26% dei contratti) e **della ristorazione** (25% 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 2025

tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato

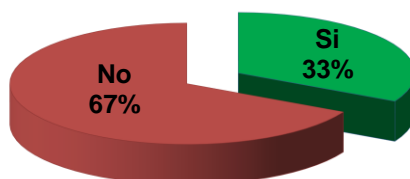
	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% aziende che hanno cessato contratti t. det.	60%	54%	25%	50%	0%	41%	50%	67%
% aziende che hanno prorogato contratti t. det.	63%	67%	38%	33%	100%	47%	78%	86%

Tra le aziende con almeno un contratto a tempo determinato, il **60%** ne ha cessato almeno uno nel secondo semestre 2025 mentre il **63%** ne ha prorogato almeno uno nello stesso periodo.

RICERCA DEL PERSONALE

Viene analizzata la ricerca di personale nel corso del II° semestre 2025, viene chiesto a chi si sono rivolte, se hanno riscontrato difficoltà nel reperirlo, se sono alla ricerca di personale e quali figure cercano

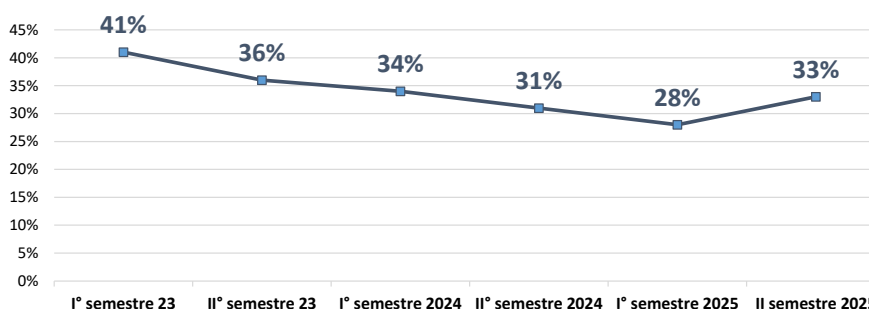
% AZIENDE CHE HANNO CERCATO PERSONALE NEL II° SEMESTRE 2025



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	33%	19%	21%	17%	11%	45%	59%	51%
% ricerca tra aziende con dip.	42%	31%	27%	21%	8%	48%	77%	55%
% ricerca tra aziende senza dip.	10%	4%	9%	10%	13%	0%	0%	33%

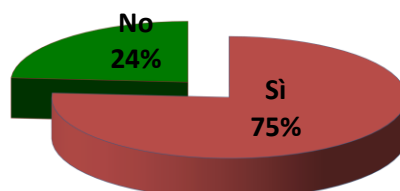
Il **28%** delle aziende dichiara di aver cercato personale nel corso del **II° semestre 2025**. Questa percentuale è del 42% tra aziende con dipendenti, e del 10% tra le aziende senza dipendenti. **Più attivi nella ricerca** sono stati i **settori turismo (59%) e ristorazione (51%)**, ma anche **l'ingrosso (45%)**.

% aziende che cercano personale: trend



Negli ultimi due anni il trend delle imprese che cercano personale è stato decrescente (passato dal 41% del I° semestre 2023 al 28% del I° semestre 2025) salvo una risalita nel II° semestre 2025 (salita al 33%).

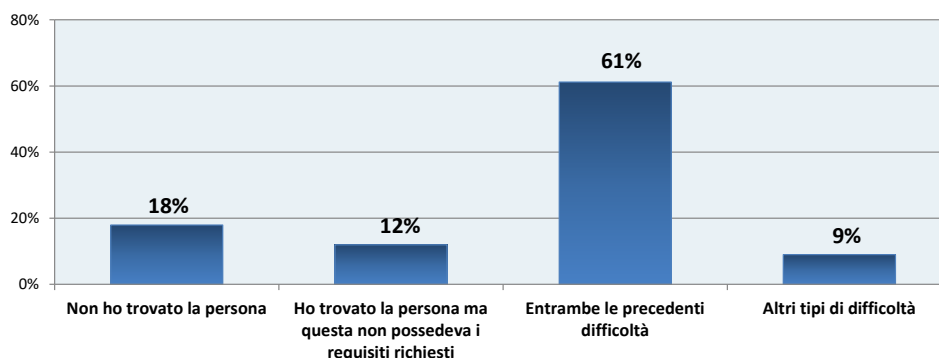
DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% az. con difficoltà nella reperire	75%	82%	80%	60%	67%	66%	83%	72%

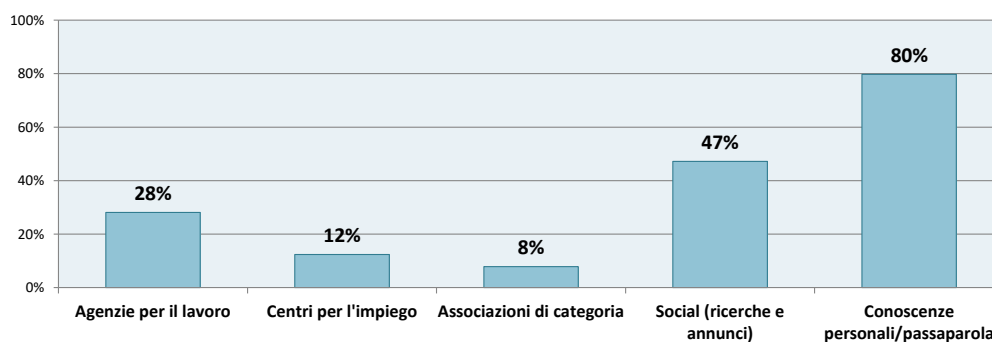
Il **75%** delle aziende che hanno cercato personale nel **I° semestre 2025** **dichiarano di aver riscontrato difficoltà** (erano state il 72% nel I° semestre 2025, il 71% nel II° semestre 2024, il 77% nel I° semestre 2024, denotando un trend stabile). Percentuale **analoga in tutti i settori**.

QUALI DIFFICOLTA' NEL REPERIRE PERSONALE



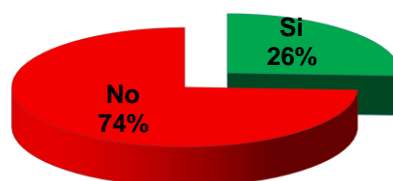
Le difficoltà segnalate riguardano: la **difficoltà a trovare la persona** (nel 79% dei casi), e la **mancanza dei requisiti nei candidati** (segnalata dal 73% degli intervistati). Quasi sempre vengono segnalate congiuntamente entrambe queste difficoltà. Mancanza di esperienza, affidabilità e competenza e difficoltà di accordo sugli orari di lavoro vengono specificatamente segnalate.

A CHI SI E' RIVOLTO



Le imprese che hanno cercato personale **si sono affidate principalmente a conoscenze personali ed al passaparola** (ben l'80%, confermando la prevalenza di tale canale già riscontrata in passato). **Frequente anche il ricorso ai sistemi social** (ricerche ed annunci, adottati dal 47% delle aziende). Nel 28% si sono rivolte ad agenzie per il lavoro, nel 12% a centri per l'impiego e nell'8% ad associazioni di categoria.

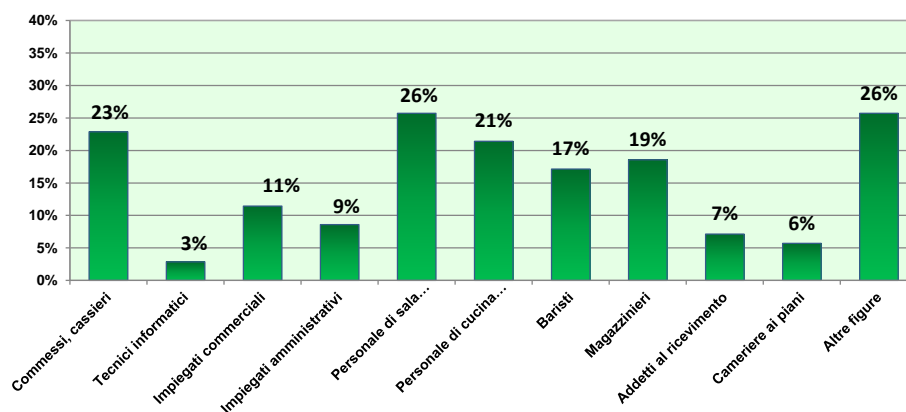
% AZIENDE CHE STANNO ATTUALMENTE CERCANDO PERSONALE



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
% ricerca SU TOTALE AZIENDE	26%	16%	24%	17%	11%	28%	41%	43%
% ricerca tra aziende con dip.	22%	16%	23%	21%	8%	20%	31%	33%
% ricerca tra aziende senza dip.	6%	0%	9%	0%	7%	25%	0%	22%

Il **26% delle aziende dichiara di essere alla ricerca di personale, attualmente o per il prossimo semestre**). Nello specifico vale 22% tra aziende con dipendenti, e solo 6% tra le aziende senza dipendenti. Erano il 20% nel I° semestre 2025, il 23% nel II° semestre 2024, il 25% nel I° semestre 2024. **Più attivi attualmente nella ricerca i settori turismo (41%) e ristorazione (43%).**

FIGURE PROFESSIONALI CERCATE – tra le aziende che cercano personale



	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
Personale di sala (camerieri)	26%	0%	0%	0%	0%	0%	71%	62%
Commessi, cassieri	23%	67%	63%	50%	0%	6%	14%	5%
Personale di cucina (cuochi, aiuto cuochi)	21%	0%	0%	0%	0%	0%	71%	48%
Magazzinieri	19%	11%	50%	0%	0%	44%	0%	0%
Baristi	17%	0%	0%	0%	0%	0%	43%	43%
Impiegati commerciali	11%	11%	0%	0%	33%	28%	14%	0%
Impiegati amministrativi	9%	11%	0%	0%	0%	22%	14%	0%
Addetti al ricevimento	7%	0%	0%	0%	0%	0%	57%	5%
Cameriere ai piani	6%	0%	0%	0%	0%	0%	43%	5%
Tecnici informatici	3%	11%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
Altre figure	26%	44%	25%	50%	67%	33%	0%	10%

L'analisi evidenzia una forte differenziazione nella domanda di profili professionali tra i comparti del terziario, con una netta concentrazione di alcune figure in specifici settori e una presenza più trasversale di altre. Nel complesso del terziario, le figure più richieste risultano:

- Personale di sala (26%)
- Commessi e cassieri (23%)
- Personale di cucina (21%)
- Magazzinieri (19%)
- Baristi (17%)

I comparti del **turismo e della ristorazione** presentano la maggiore concentrazione di **profili legati all'accoglienza e al servizio** (personale di sala, personale di cucina, baristi, addetti al ricevimento e cameriere ai piani).

Nel **commercio al dettaglio** emerge con forza il ruolo dei **profili commerciali di base** (commessi e cassieri).

Nel **commercio all'ingrosso** la struttura occupazionale cambia radicalmente (Magazzinieri, impiegati commerciali ed e amministrativi).

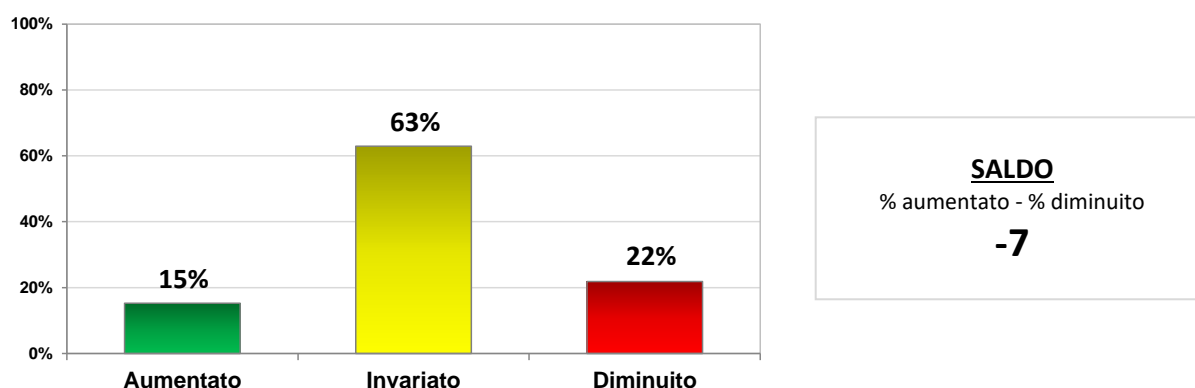
Il **settore dei servizi** presenta una distribuzione più eterogenea (figure commerciali e presenza di "altre figure" elevata).

ANDAMENTO DIPENDENTI – SECONDO SEMESTRE 2025

In questo capitolo si analizza l'andamento dei dipendenti tra le aziende intervistate nel II° semestre 2025.

VARIAZIONE NUMERO DI DIPENDENTI NEL II° SEMESTRE 2025

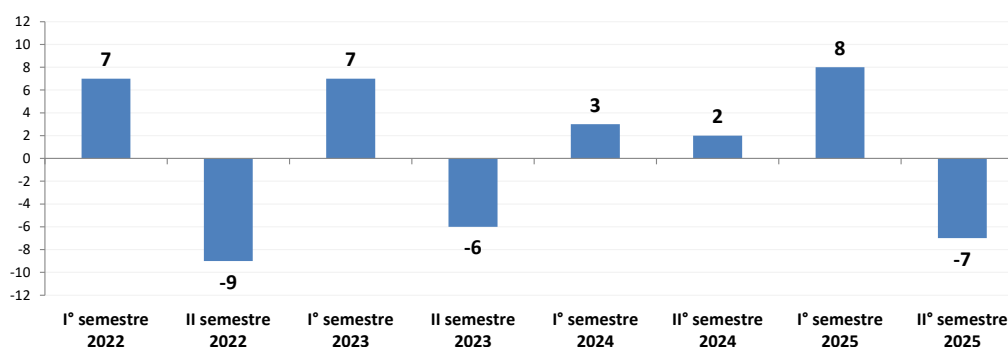
Tra aziende con almeno un dipendente



Il II° semestre 2025 è stato un periodo di sostanziale stabilità dei dipendenti: il 63% delle aziende con dipendenti ha mantenuto invariato il numero di dipendenti. Tra le restanti aziende si osserva una leggera prevalenza di casi di diminuzione (22%) rispetto ai casi di aumento (15%), con un saldo pari a -7.

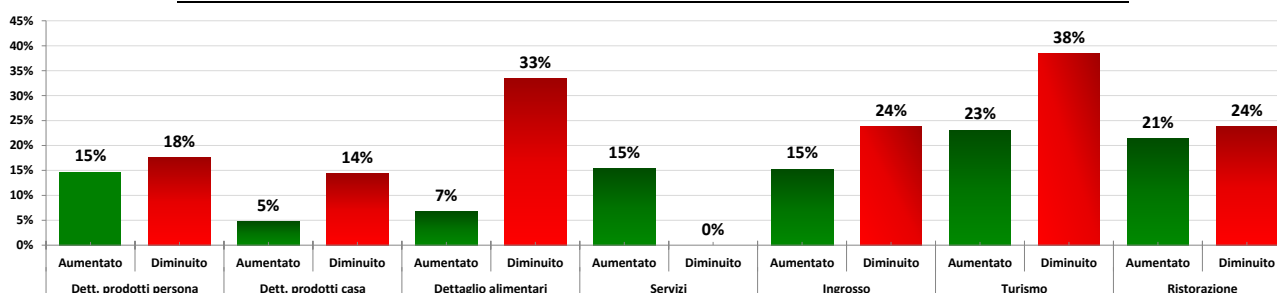
TREND DEL SALDO

differenza tra % casi di aumento e % casi di diminuzione



Dopo che nel 2022 e nel 2023 si erano alternato un I° semestre di saldo positivo e un II° semestre con saldo negativo, nel 2024 il saldo è stato sostanzialmente in equilibrio (in entrambi i semestri), mentre nel 2025 è tornata l'alternanza tra un I° semestre di saldo positivo e un II° semestre di saldo negativo.

ANDAMENTO NUMERO DI DIPENDENTI NEL 2° SEMESTRE 2025 – PER SETTORE



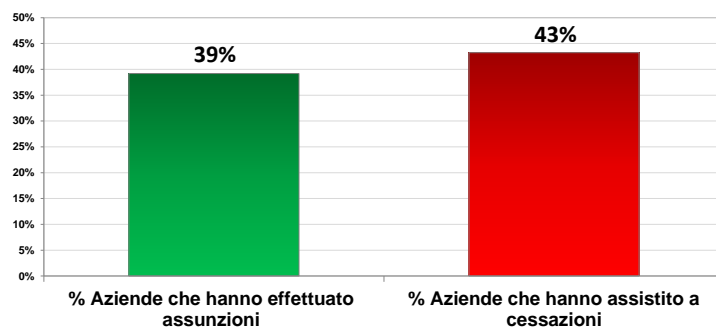
Confrontando la % di aziende che hanno aumentato il numero dipendenti nel 2° semestre 2025 con la % di coloro che lo hanno diminuito (al netto di quelle che lo hanno mantenuto stabile) si osserva in **quasi tutti i settori un saldo negativo** (particolarmente elevato in tutti i settori tranne ristorazione e dettaglio prodotti per la casa). **Unico settore con saldo positivo** sono stati i **servizi**.

ASSUNZIONI E CESSAZIONI - 2° SEMESTRE 2025

Si analizza la propensione ad effettuare assunzioni e cessazioni di rapporti di lavoro nel II° semestre 2025.

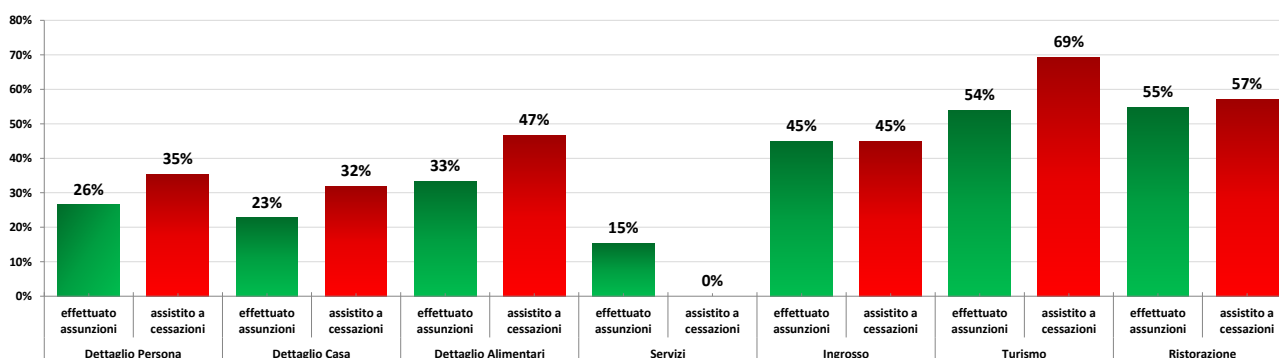
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL II° SEMESTRE 2025

tra aziende con almeno un dipendente



Il **39%** delle aziende con dipendenti ha effettuato almeno una assunzione nel II° semestre 2025 mentre il **43%** hanno assistito ad almeno una cessazione di rapporti di lavoro nel periodo.

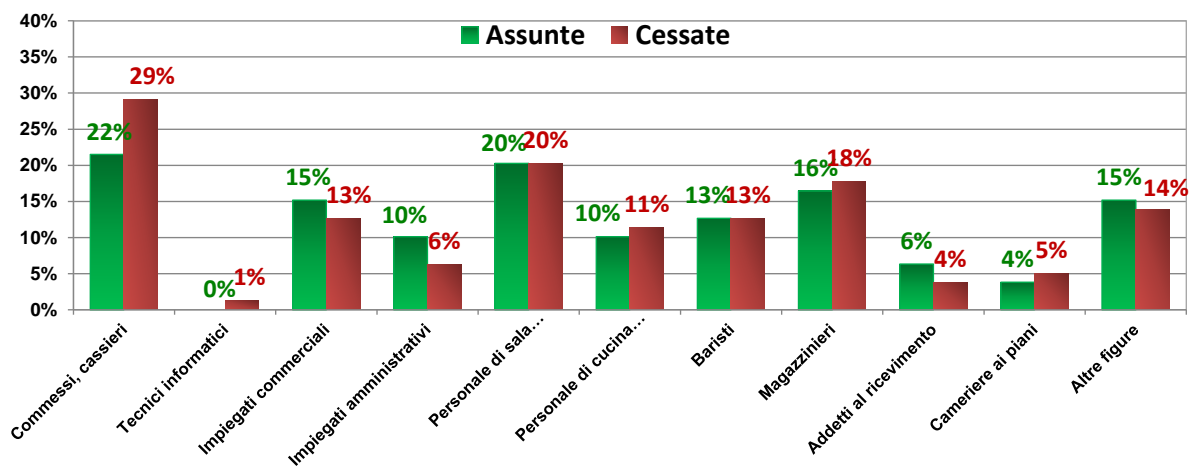
ASSUNZIONI E CESSAZIONI RAPPORTI DI LAVORO NEL 2° SEMESTRE 2025 - PER SETTORE



Si è osservato un sostanziale prevalenza di aziende che hanno assistito a cessazioni rispetto a quelle che hanno effettuato assunzioni in quasi tutti i settori, ad eccezione del settore servizi (saldo positivo), ingresso (saldo in equilibrio) e ristorazione (saldo in equilibrio).

FIGURE ASSUNTE E CESSATE NEL 2° SEMESTRE 2025

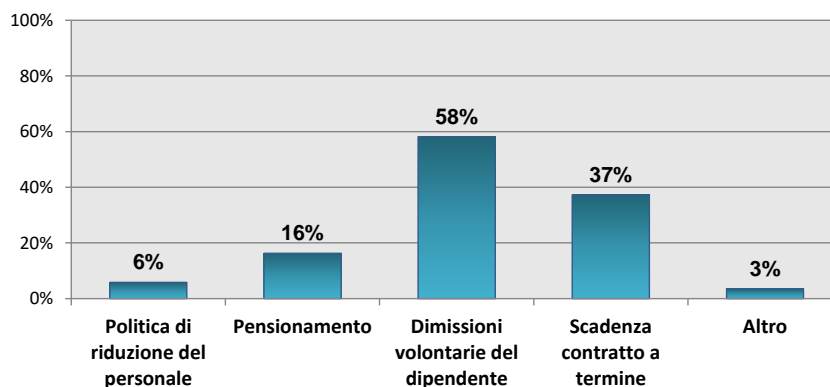
% di aziende che le ha assunte/cesstate su tot. aziende che hanno assistito ad assunzioni/cessazioni



Analizzando il turnover per figura professionale (differenza tra la frequenza di ingresso e frequenza di uscita) si osserva una prevalenza di casi di uscita per le figure di "commessi/cassieri", mentre si osserva un maggiore equilibrio nel turnover nelle altre figure professionali.

MOTIVI DELLE CESSAZIONI DI RAPPORTO CON DIPENDENTI – II° SEMESTRE 2025

% tra le aziende che hanno osservato almeno una cessazione



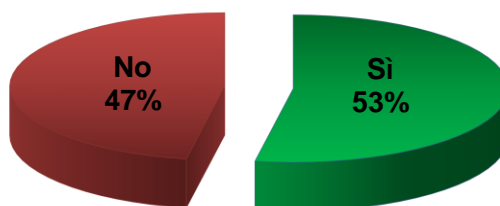
I **motivi delle cessazioni** osservate sono **principalmente legati a dimissioni volontarie del dipendente** (per il 58% delle aziende con cessazioni) e **scadenza dei contratti a termine** (37%). I **pensionamenti** riguardano il **16% delle aziende**, mentre **solo nel 6%** è stata una scelta dell'azienda.

FORMAZIONE DEI DIPENDENTI

Si intende verificare se le intervistate hanno, nel 2° semestre 2025, fatto formazione dei propri dipendenti.

FORMAZIONE DIPENDENTI NEL II° SEMESTRE 2025

tra le aziende con dipendenti



Formazione dipendenti – per settore

	TOTALE	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingresso	Turismo	Ristoraz.
% formazione	53%	43%	41%	27%	31%	70%	54%	50%

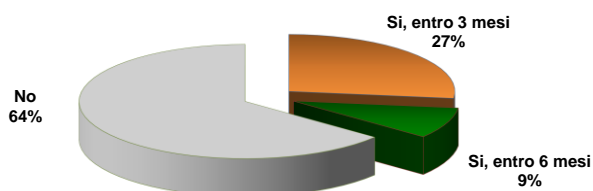
Il **53%** delle aziende con dipendenti **ha effettuato formazione dipendenti nel I° semestre 2025** (erano state il 54% nel I° semestre 2025, il 54% nel II° semestre 2024 e pertanto tale quota risulta costante). **Più attivo** nella formazione **il settore ingrosso** (70%).

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.

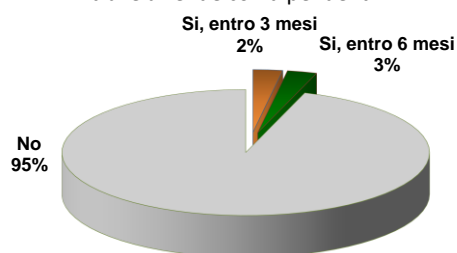
PREVISIONE DI ASSUMERE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



PREVISIONE DI LICENZIARE NEL PROSSIMO SEMESTRE

tra le aziende con dipendenti



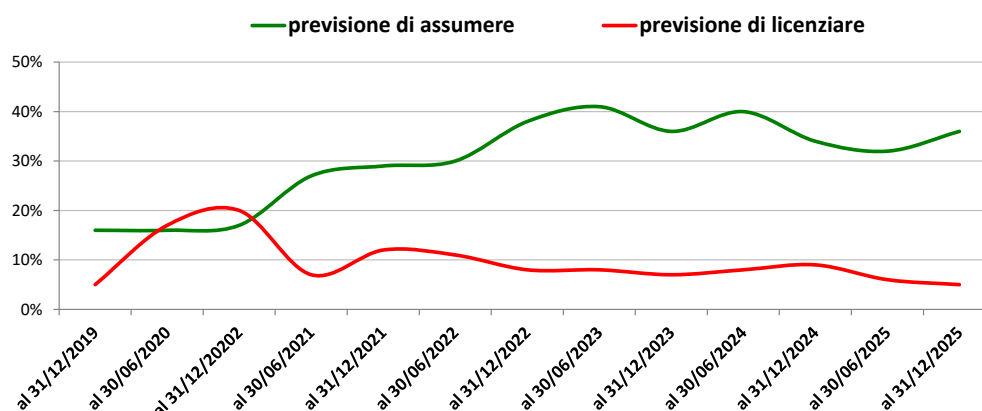
Previsione occupazionale per settore - tra le aziende con dipendenti

	TOTALE TERZIARIO	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristoraz.
<u>prevede di assumere</u> nei prossimi 6 mesi	36%	28%	32%	29%	8%	35%	54%	50%
<u>prevede di licenziare</u> nei prossimi 6 mesi	5%	6%	3%	14%	2%	5%	15%	3%

Una **quota consistente di aziende con dipendenti** intervistate (il 36%) **prevede di assumere** nei prossimi 6 mesi, in particolar modo già nei prossimi 3 mesi. Al contempo, nello stesso periodo, **una quota molto contenuta** (5% 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, per quanto si osservano una **più elevata propensione al licenziamento nel dettaglio alimentare (14%) e nel turismo (15%)**, in quest'ultimo compensata da una **elevata di propensione ad assumerne (54%)**, così come nella **ristorazione (50%)**.

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, 2024 e 2025** 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%).

PROSPETTIVE

In questa rilevazione sono state introdotte alcune domande volte a cogliere alcune prospettive delle aziende (età, previsioni di continuare, previsioni di un passaggio generazionale)

QUANTI ANNI HA LA SUA AZIENDA?

	Comm. al dettaglio di prodotti per la persona	Comm. al dettaglio di prodotti per la casa	Comm. al dettaglio di alimentari	Servizi	Comm. all'ingrosso	Turismo e ristorazione	Totale
Meno di 5 anni	9%	6%	4%	11%	2%	18%	9%
Tra 5 e 10 anni	7%	6%	13%	14%	3%	15%	9%
Tra 10 e 15 anni	4%	3%	4%	14%	6%	12%	7%
Oltre 15 anni	81%	85%	79%	61%	89%	55%	75%

Prevalentemente il campione è costituito da aziende con oltre 15 anni di vita (il 75%). Più "giovane" (in termini di anzianità delle aziende) il settore servizi, più "vecchio" il comparto del commercio, in particolare l'ingrosso.

PER QUANTO TEMPO CREDE CHE CONTINUERA' CON LA SUA ATTUALE ATTIVITA' IMPRENDITORIALE?

	Comm. al dettaglio di prodotti per la persona	Comm. al dettaglio di prodotti per la casa	Comm. al dettaglio di alimentari	Servizi	Comm. all'ingrosso	Turismo e ristorazione	Totale
Per meno di 5 anni	25%	19%	25%	14%	13%	33%	22%
Tra i 5 e i 10 anni	38%	41%	29%	39%	14%	29%	30%
Per più di 10 anni	38%	41%	46%	46%	73%	38%	48%

Le prospettive di proseguire la propria attività ancora per poco tempo (inferiori ai 5 anni) vengono manifestate dal 22% delle intervistate e sono più frequenti nel commercio al dettaglio di prodotti per la persona (25%), alimentari (25%), ma soprattutto nel turismo e ristorazione (33%).

HA IN PROGRAMMA DI EFFETTUARE UN PASSAGGIO GENERAZIONALE DELLA SUA AZIENDA O COMUNQUE UNA CONSEGNA DELL'AZIENDA AI FAMILIARI?

	Comm. al dettaglio di prodotti per la persona	Comm. al dettaglio di prodotti per la casa	Comm. al dettaglio di alimentari	Servizi	Comm. all'ingrosso	Turismo e ristorazione	Totale
Sì, lo prevedo entro 5 anni	13%	25%	14%	7%	16%	25%	17%
Sì, ma non prima di 5 anni	16%	10%	7%	20%	25%	13%	16%
Vorrei ma non c'è nessuno a cui passare l'azienda	29%	30%	43%	20%	9%	22%	24%
No, non è mia volontà	23%	15%	29%	20%	19%	19%	20%
La mia azienda è giovane e il problema non si pone	19%	20%	7%	33%	31%	22%	23%

Il 32% delle aziende prevede entro 5 anni (il 17%), o comunque dopo (16%) di effettuare un passaggio generazionale. Un ulteriore 24% vorrebbe ma non ha alcuna persona a cui passare la propria attività. Infine il 43% o non intende o non si pone il problema di un passaggio generazionale.

SINTESI

CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE

Il campione risulta rappresentativo del tessuto economico locale per distribuzione settoriale, dimensione e classe di dipendenti, garantendo attendibilità ai risultati dell'indagine.

STATO DI SALUTE AL 31 DICEMBRE 2025

Lo stato di salute delle imprese è complessivamente positivo (saldo +35), con netta prevalenza di valutazioni buone o ottime. Le criticità si concentrano soprattutto nelle imprese più piccole e in alcuni comparti del commercio al dettaglio e della ristorazione, mentre turismo, servizi, ingrosso e alimentari mostrano performance più solide.

VALUTAZIONE ANDAMENTO STATO DI SALUTE NEL CORSO DEL 2025

Nel 2025 prevale la stabilità, ma con un lieve saldo negativo (-3), segno di un equilibrio tra miglioramenti e peggioramenti. Le difficoltà maggiori emergono nel commercio al dettaglio non alimentare, mentre servizi e turismo registrano un andamento più favorevole.

CLIMA DI FIDUCIA – PREVISIONI PRIMO SEMESTRE 2026

Le aspettative sono orientate alla stabilità, con una maggioranza di imprese che prevede condizioni invariate. Il clima di fiducia è leggermente positivo (+7), con segnali di maggiore ottimismo in ristorazione e servizi.

ANDAMENTO FATTURATI 2025 – 2024

I fatturati mostrano un lieve peggioramento complessivo (saldo -5, variazione media -2%). Le riduzioni prevalgono soprattutto nel commercio non alimentare e nell'ingrosso, mentre alimentari, servizi e ristorazione registrano risultati migliori.

INTENSITÀ DELLA VARIAZIONE DI FATTURATO

Le variazioni, sia positive sia negative, sono generalmente contenute. I cali più spesso sono moderati e gli aumenti significativi sono rari, indicando dinamiche economiche senza forti oscillazioni.

ANDAMENTO FATTURATI – IL TREND

Dopo la forte contrazione del 2020 e la successiva ripresa, negli ultimi due anni si osserva una fase di debolezza con saldo leggermente negativo. I servizi restano il comparto più resiliente, mentre il commercio non alimentare mostra criticità persistenti.

ANDAMENTO DELL'UTILE 2025 – 2024

La redditività mostra un andamento complessivamente negativo (saldo -8), con risultati molto differenziati tra settori. Servizi e turismo registrano miglioramenti, mentre ingrosso e parte del commercio evidenziano maggiori difficoltà.

RAPPORTI CON I FORNITORI

Oltre un terzo delle imprese segnala difficoltà nei pagamenti, per lo più sporadiche. Le criticità sono più diffuse nelle imprese piccole, nella ristorazione e nel commercio non alimentare, mentre risultano meno frequenti in servizi, turismo e ingrosso.

CREDITO E RAPPORTI CON LE BANCHE

Il rapporto con gli istituti di credito è generalmente positivo (saldo +36) e stabile negli ultimi anni. La maggioranza delle imprese esprime una valutazione almeno discreta, segno di relazioni finanziarie complessivamente equilibrate.

LIQUIDITÀ AL 31 DICEMBRE 2025

La situazione della liquidità è complessivamente buona (saldo +22), con prevalenza di imprese che la giudicano adeguata o abbondante. Le difficoltà sono concentrate soprattutto nelle microimprese e in alcuni comparti del commercio al dettaglio e della ristorazione, mentre servizi, turismo e ingrosso mostrano condizioni finanziarie più solide.

DIFFICOLTÀ DELLA CLIENTELA

Oltre la metà delle imprese non segnala particolari criticità nei pagamenti dei clienti, ma una quota rilevante registra difficoltà occasionali. Le situazioni problematiche risultano più diffuse tra le imprese di dimensioni minori e nei comparti del commercio e della ristorazione, mentre turismo e servizi appaiono più stabili.

INVESTIMENTI REALIZZATI NEL 2025

La propensione agli investimenti è moderata: la maggioranza delle imprese non ha effettuato interventi significativi, mentre una quota più limitata ha investito soprattutto in attrezzature, tecnologie e miglioramenti strutturali. Gli investimenti risultano più frequenti tra le imprese di maggiori dimensioni.

INVESTIMENTI PREVISTI NEL 2026

Le intenzioni di investimento restano prudenti e orientate principalmente al mantenimento o al miglioramento dell'efficienza aziendale. Solo una minoranza delle imprese prevede interventi rilevanti di espansione, segno di un atteggiamento complessivamente cauto verso il futuro.

ANDAMENTO DELL'OCCUPAZIONE NEL 2025

I livelli occupazionali risultano sostanzialmente stabili, con una prevalenza di imprese che non ha modificato l'organico. Le variazioni, quando presenti, sono generalmente contenute e differenziate tra settori.

PREVISIONI SULL'OCCUPAZIONE NEL 2026

Anche per il 2026 prevalgono aspettative di stabilità dell'organico. Le imprese che prevedono nuove assunzioni sono relativamente poche e si concentrano soprattutto nei comparti con migliori prospettive di crescita.

PROSPETTIVE

Le prospettive future sono improntate alla cautela. Le principali preoccupazioni riguardano l'andamento della domanda, i costi di gestione e l'incertezza del contesto economico generale. Pur in presenza di segnali di resilienza, prevale un atteggiamento prudente nelle scelte strategiche delle imprese.

I SETTORI A CONFRONTO

viene di seguito sintetizzato con una tabella a tre colori il **livello di ogni settore rispetto ai principali indicatori esaminati**, non in termini assoluti ma nel confronto con il dato complessivo del terziario.

	INDICATORE CRITICO RISPETTO AL DATO COMPLESSIVO DEL TERZIARIO
	INDICATORE IN LINEA CON IL DATO COMPLESSIVO DEL TERZIARIO
	INDICATORE MIGLIORE RISPETTO AL DATO COMPLESSIVO DEL TERZIARIO

	Dettaglio Persona	Dettaglio Casa	Dettaglio Alimentare	Servizi	Ingrosso	Turismo	Ristorazione
Stato di salute al 31.12.2025							
Andamento stato di salute –2025							
Clima di fiducia – prossimo semestre							
Andamento fatturati (2025 –2024)							
Andamento utile (2025 –2024)							
Difficoltà a pagare i fornitori al 31.12.2025							
Rapporto con le banche							
Liquidità al 31 dicembre 2025							
Clientela in difficoltà al 31.12.2025							
Andamento difficoltà clientela- rispetto a 6 mesi fa							
Numero medio clienti rispetto a 12 mesi fa							
Aumento costi aziendali – 2025							
Andamento occupazionale – secondo semestre 2025							
Previsioni occupazionali prossimi 6 mesi							

Commercio al dettaglio di prodotti per la persona e per la casa sono senza dubbio **i settori in cui gli indicatori mostrano più frequentemente criticità**, rispetto al livello complessivo del terziario. **Anche il settore ristorazione mostra criticità.**

ANALISI DEL BOLLETTINO CONGIUNTURALE INVERNALE

– REGIONE VENETO –

Sintesi del bollettino congiunturale invernale 2026 della Regione del Veneto.

Il Bollettino socio-economico del Veneto (o Bollettino congiunturale) è un fascicolo periodico, curato dall'Ufficio di Statistica della Regione, che raccoglie e analizza i principali indicatori economici e sociali del territorio. Pubblicato con cadenza mensile o trimestrale, fornisce un quadro aggiornato su PIL, export, occupazione, inflazione e andamento settori produttivi.

1. CONTESTO ECONOMICO GENERALE (NAZIONALE E INTERNAZIONALE)

- Nel 2025 migliora il clima di fiducia delle imprese (soprattutto nei servizi), mentre quello dei consumatori torna a crescere dopo un calo temporaneo.
- Il fatturato industriale registra oscillazioni, con debolezza più marcata nella componente estera.
- Le tensioni commerciali si attenuano e i tassi d'interesse scendono, riducendo l'incertezza globale.
- Tuttavia, all'inizio del 2026 emergono nuovi fattori di instabilità che fanno prevedere un rallentamento dell'economia mondiale.
- Il Fondo Monetario Internazionale stima crescita globale stabile al +3,3% sia nel 2025 sia nel 2026.

2. PRODOTTO INTERNO LORDO (PIL) E CRESCITA ECONOMICA

- **Veneto**
 - +0,5% crescita stimata nel 2025.
 - +0,8% prevista nel 2026.
- **Consumi e investimenti**
 - Consumi delle famiglie: +1,1% nel 2025.
 - Investimenti fissi lordi: +4,5% nel 2025 (forte espansione).
- **Confronto nazionale**
 - Crescita simile a quella dell'Italia.
- **Indicatori strutturali favorevoli:**
 - PIL pro capite superiore alla media nazionale.
 - Produttività del lavoro più elevata.

In sintesi: crescita moderata ma solida, trainata soprattutto dagli investimenti.

3. INFLAZIONE

- Dopo il forte rallentamento del 2024, nel 2025 i prezzi tornano a crescere:
 - Veneto: +1,7%.
 - Italia: +1,5%.
- Aumenti più rilevanti:
 - alimentari e bevande,
 - ristorazione e ricettività,
 - istruzione.
- Prezzi in calo:
 - comunicazioni,
 - trasporti.

Inflazione contenuta ma in ripresa, con impatto soprattutto sui servizi.

4. SISTEMA DELLE IMPRESE

- Continua la **diminuzione delle imprese attive**:
 - circa 414 mila a fine 2025.
 - -1% su base annua.
- Crescono solo le società di capitali, ma non compensano il calo di:
 - ditte individuali,
 - società di persone.
- Riduzioni diffuse in tutti i macro-settori, soprattutto:
 - agricoltura,
 - industria,
 - costruzioni.
- Nei servizi crescono:
 - attività finanziarie,
 - servizi alle imprese.
- In calo:
 - commercio,
 - trasporti,
 - turismo-ristorazione.

Struttura imprenditoriale in contrazione, con spostamento verso attività più capitalizzate.

5. COMMERCIO ESTERO

- Nei primi 9 mesi del 2025:
 - export veneto -0,6%.
 - andamento peggiore della media nazionale.
- Cause principali: tensioni geopolitiche.
- Settori in crescita:
 - agroalimentare,
 - macchinari,
 - oreficeria.
- Mercati:
 - crescita verso alcuni paesi europei,
 - forti cali verso Stati Uniti e Regno Unito.
- Importazioni in aumento (+6,4%).
- Saldo commerciale comunque elevato (export pari a circa il 40% del PIL regionale).

Economia molto aperta, ma più sensibile agli shock internazionali.

6. TURISMO

- Gli stranieri spendono in Veneto circa **7 miliardi di euro** (2024).
- I residenti spendono all'estero circa 2,4 miliardi → saldo turistico positivo.
- Spesa media giornaliera turista straniero: **136 €**.
- Motivazione principale: vacanza.
- Valutazione media del soggiorno: 8,9/10.
- Aspetti più apprezzati:
 - cibo,
 - ospitalità,
 - qualità alloggi.
- Aspetto più criticato: trasporti.

Turismo internazionale molto rilevante e ben valutato, con margini di miglioramento nella mobilità.

7. GIOVANI E ISTRUZIONE

- Il calo demografico riduce il numero di classi scolastiche, soprattutto:
 - scuola primaria,
 - primi anni di corso.
- Forte aumento delle pluriclassi (tipiche dei piccoli centri).
- Riduzione più marcata:
 - zone montane,
 - aree rurali,
 - piccoli comuni.
- Rischio: perdita di servizi scolastici nei territori spopolati.

Effetti strutturali dell'invecchiamento demografico sull'organizzazione scolastica.

8. MERCATO DEL LAVORO

- Diminuzione complessiva degli occupati nel 2025, soprattutto tra le donne.
- Occupazione totale in calo su base annua.
- Disoccupazione in aumento, ma ancora su livelli relativamente bassi.
- Nel lungo periodo (dal 2019) l'occupazione rimane comunque più alta.
- Tassi di occupazione elevati rispetto al passato.

Segnali recenti di indebolimento, ma quadro ancora complessivamente solido.

9. AMBIENTE E GESTIONE RIFIUTI

- Raccolta differenziata regionale al 78,2% (dato 2024).

Livello molto elevato nel panorama nazionale.

10. MOBILITÀ E TRASPORTI

- Andamento positivo del sistema portuale nel 2025.

Segnale favorevole per logistica e commercio.

11. POPOLAZIONE E SOCIETÀ

- Popolazione complessivamente stabile nel 2024.

Stabilità apparente, ma con dinamiche interne di invecchiamento e calo delle nascite.

SINTESI INTERPRETATIVA COMPLESSIVA

Il Veneto mostra:

- crescita economica moderata ma stabile,
- forte apertura internazionale,
- buon posizionamento produttivo e turistico.

Tuttavia emergono alcune criticità strutturali:

- riduzione del numero di imprese tradizionali,
- fragilità dell'export agli shock geopolitici,
- calo demografico con effetti su scuola e territori,
- recente indebolimento del mercato del lavoro.

In breve: economia ancora solida, ma con pressioni demografiche e trasformazioni strutturali in atto.

SINTESI DEL REPORT "LA BUSSOLA"

– BILANCIO DEL MERCATO DEL LAVORO IN VENETO 2025 -

Sintesi principali sezioni del documento "Bussola" sul mercato del lavoro veneto (bilancio annuale 2025).

La "Bussola" è una pubblicazione mensile di monitoraggio congiunturale curata dall'Osservatorio di Veneto Lavoro. Analizza le dinamiche del mercato del lavoro regionale, fornendo dati tempestivi su assunzioni, cessazioni e saldo occupazionale nel settore privato, basandosi sul Sistema informativo lavoro veneto (Silv)

Bilancio complessivo del mercato del lavoro 2025

- Saldo occupazionale **positivo: +14.600 posizioni di lavoro dipendente privato.**
- Risultato però **dimezzato rispetto al 2024** (+29.500).
- Cause principali:
 - riduzione delle attivazioni contrattuali (-1%)
 - aumento delle cessazioni (+1%)
- Segnale generale: **forte rallentamento della crescita occupazionale.**

Fonte: elaborazioni di Veneto Lavoro.

Andamento per tipologia contrattuale (anno 2025)

- **Tempo indeterminato**
 - saldo positivo: circa **+24.000**
 - inferiore al 2024 per riduzione delle assunzioni (-6%)
- **Tempo determinato**
 - saldo **negativo: -5.700**
 - peggioramento rispetto al saldo positivo del 2024
 - principale causa: aumento delle cessazioni, soprattutto in agricoltura
- **Apprendistato**
 - saldo **negativo: -3.700**
 - peggioramento rispetto al 2024
 - motivato dal calo delle attivazioni (-6%)

☞ Quadro generale: crescita concentrata nel tempo indeterminato, ma indebolimento delle forme contrattuali più flessibili.

Assunzioni per genere e orario

- Calano **solo le assunzioni femminili (-3%)**, sia full-time sia soprattutto part-time (-6%).
- Assunzioni maschili complessivamente stabili.
- **Part-time molto diffuso**: 33,1% del totale delle assunzioni.
 - stabile tra gli uomini (~23%)
 - in lieve calo tra le donne (48,6%)

Caratteristiche socio-anagrafiche

- Bilancio occupazionale positivo per tutte le categorie ma **peggioramento diffuso rispetto al 2024.**
- Assunzioni in calo per:
 - donne (-3%)
 - italiani (-2%)
 - fasce d'età centrali (-5%)
- **Unico gruppo in crescita: lavoratori senior (+6%).**

Andamento territoriale

- Saldo annuo positivo in tutte le province **tranne Rovigo**.
 - Domanda di lavoro in diminuzione quasi ovunque.
 - Uniche eccezioni:
 - Treviso: stabile
 - Venezia: in crescita (+3%)
 - Peggioramenti più marcati: Padova e Rovigo.
-

Andamento per macro-settori economici

Agricoltura

- Bilancio annuo **negativo (-660)**.
- Forte crescita delle cessazioni (+9%) superiore alle assunzioni (+2%).

Industria (incluso manifatturiero)

- Saldo positivo ma ridotto (+3.600 contro +5.100 nel 2024).
- Diminuzione delle assunzioni superiore alla riduzione delle cessazioni.
- **Made in Italy in forte difficoltà (-1.500)**, soprattutto:
 - tessile-abbigliamento
 - occhialeria
 - industria alimentare (in peggioramento)
- Costruzioni in rallentamento (meno assunzioni).
- Metalmeccanico tiene su base annua ma con segnali di debolezza.

Terziario

- Saldo ancora positivo (+11.700) ma molto inferiore al 2024.
 - Riduzione diffusa della domanda di lavoro in molti comparti:
 - commercio al dettaglio
 - turismo
 - logistica
 - attività professionali
 - servizi di pulizia (saldo negativo)
 - Migliora invece il bilancio dei servizi alle imprese.
 - Crescono i reclutamenti in editoria e cultura (contratti brevi).
-

Focus industria (anno 2025)

- Rallentamento o riduzione occupazionale in varie aree del manifatturiero.
 - Bilancio industriale ancora positivo ma tra i più bassi degli ultimi anni (escluso periodo pandemico).
 - Metalmeccanico complessivamente stabile grazie a qualche ripresa della domanda.
 - Made in Italy in contrazione strutturale.
 - Aumento del ricorso alla cassa integrazione, che ha probabilmente contenuto gli effetti occupazionali delle difficoltà produttive.
 - Diminuiscono dimissioni volontarie.
 - Aumentano licenziamenti per motivi economici in alcuni comparti.
-

Lavoro in somministrazione (gennaio-novembre 2025)

- Attivazioni: circa 114.000.
 - Domanda di lavoro inferiore al 2024 (-3%).
 - Saldo occupazionale positivo (+4.500) ma crescita moderata.
-

Valutazione complessiva dell'anno 2025

- Occupazione ancora in crescita ma con **netto rallentamento strutturale**.
- Minore domanda di lavoro da parte delle imprese.
- Incremento progressivo delle cessazioni.
- Difficoltà industriali (soprattutto manifattura tradizionale).
- Terziario ancora trainante ma in raffreddamento.
- Espansione occupazionale sempre più debole e selettiva