



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
VENETO

## COMUNICATO STAMPA

### **Forti timori per la stangata d'autunno**

***Publicati i risultati di un'indagine che ha coinvolto più di 900 aziende a livello regionale: a preoccupare gli imprenditori sono l'inflazione, il caro energia e il ritorno del Covid.***

***Mercato del lavoro: difficoltà nella ricerca di personale, assunzioni legate in primis alla stagionalità e cessazioni per lo più per dimissioni volontarie.***

*Il presidente regionale Patrizio Bertin: "Ci aspetta un autunno difficile. Finora le imprese hanno assorbito i rincari restringendo il margine di guadagno, ma non potrà più essere così e i prezzi aumenteranno a tutto discapito dei consumatori. Chiediamo interventi strutturali come l'azzeramento dell'Iva per contrastare gli effetti di una potenziale recessione dagli effetti devastanti"*

(Venezia, 3 agosto 2022) – **"L'inflazione** che non sembra dare tregua e che anzi rischia di aggravarsi avvicinandosi alla doppia cifra percentuale, anche sui beni di prima necessità, preoccupa, e non poco, gli operatori del commercio, del turismo e dei servizi". Questo, il primo commento del **presidente Confcommercio Veneto Patrizio Bertin** di fronte ai risultati del **questionario economico-occupazionale** che ha coinvolto nelle scorse settimane un ampio campione di imprese associate su tutto il territorio regionale, ben **921, in prevalenza piccole e medie imprese**, da cui esce **fotografia sullo stato di salute, le dinamiche del mercato del lavoro e gli investimenti strategici per il prossimo futuro**, in uno scenario di incertezza diffusa. In allegato al presente testo ci sono le slide con tutti i dati, richiamate per una consultazione più agevole nei paragrafi che seguono.

#### **[I TIMORI PER L'AUMENTO DELL'INFLAZIONE: PREZZI E CLIENTELA](#)**

Analizzando i dati emerge come **l'inflazione impatti e non solo sui beni voluttuari ma già sul carrello della spesa quotidiana**: sette aziende su dieci hanno in previsione di aumentare i prezzi nel corso del prossimo semestre: "leggermente" per il 45%, "marcatamente" per il 21%, "molto marcatamente" per il 4%. Nel commercio al dettaglio il 29% degli intervistati, quasi tre imprese su dieci, prevede rialzi oltre il 5-10% ([slide 16](#)). Spiega Bertin: **"Gli operatori si aspettano un autunno difficile nel quale peraltro, dopo mesi nei quali hanno assorbito i rincari con ripercussioni non banali per i bilanci aziendali, si troveranno costretti a ritoccare i prezzi per far fronte agli aumenti soprattutto di energia e trasporti. La perdita del potere d'acquisto della moneta si farà sentire sulla gente"**. Una situazione non facile considerando che gli imprenditori denotano già ora, in maniera pressoché unanime, **sintomi di difficoltà**

**economica fra i propri clienti** (80%) e più del 70% del campione ritiene che tali difficoltà siano aumentate rispetto allo scorso semestre (slide 24). Per ora il “bacino d’utenza” della clientela resta sostanzialmente invariato, ma il quadro è in evoluzione.

### LA SITUAZIONE ECONOMICA: FATTURATO, LIQUIDITÀ, BANCHE

Fortunatamente **l’85% delle aziende ritiene buono il proprio stato di salute** e si registra in generale un primo semestre 2022 positivo rispetto allo stesso periodo di un anno fa: **per il 37% delle imprese il fatturato è aumentato e per il 39% è invariato** (slide 20); solo una su dieci immagina che peggiorerà. Più della metà delle aziende non ha problemi nel **pagamento dei fornitori** (65%) e intrattiene buoni o discreti **rapporti col sistema bancario** pur non avendo fatto recentemente richiesta di prestito: solo l’11% del totale si è rivolto al proprio istituto di credito per richiedere un prestito e ben il 94% l’ha ottenuto (slide 21). **Buono il giudizio sul livello di liquidità aziendale**: ben l’84% delle aziende dichiara di avere disponibilità sufficiente per i prossimi due-tre mesi e quasi la metà va oltre i tre mesi (slide 22). In particolare, il commercio all’ingrosso si rivela il settore con il livello più alto di liquidità nel medio periodo (slide 2 e 15).

### IL MERCATO DEL LAVORO: PERSONALE E FORMAZIONE

Situazione sostanzialmente di stasi per quanto riguarda l’incontro fra domanda e offerta nel mercato del lavoro, dove a prevalere sono i rapporti di lavoro dipendente. Se a trainare le **assunzioni del secondo semestre 2022 sono stati il settore turistico-alberghiero e dei pubblici esercizi**, con figure legate alla stagionalità quale personale di cucina e sala, commessi, cassieri e baristi, a oggi il 74% delle aziende, tre su quattro, non ricerca personale. Nessuna previsione di assunzione nemmeno per l’immediato futuro con solo un’azienda su tre che ricercherà dipendenti da qui a sei mesi (slide 12, 13, 17). Prendendo in esame il secondo trimestre 2022, appare **scarso inoltre il ricorso a lavoratori a chiamata**, in quanto meno di un’azienda su cinque dichiara di averne avuto bisogno; circa il 40% degli intervistati afferma di avere avuto personale con **contratto a tempo determinato**, di cui pochi in scadenza d’ora in avanti. Sul fronte delle **cessazioni dei rapporti di lavoro** meno della metà dei contratti a termine è stato oggetto di rinnovo (44%) e la maggior parte delle **cessazioni** sono state su base volontaria (**dimissioni**). Inoltre, solo una minima parte delle aziende coinvolte nel sondaggio ha fatto ricorso agli **ammortizzatori sociali** (slide 6-9) come, ad esempio, la cassa integrazione. *“Abbiamo registrato problemi – sottolinea Bertin – sul reperimento dei collaboratori e rispetto diverso approccio, nei confronti del lavoro, venutosi a determinare dopo due anni di pandemia con uscite volontarie mai registrate prima e difficoltà enormi soprattutto per bar, alberghi e ristoranti, ma anche per i negozi”*. La quasi totalità degli imprenditori lamenta, infatti, molta difficoltà nel reperire figure specializzate. Alla domanda su quali canali avessero utilizzato per ampliare il proprio staff, solo **il 32% delle aziende afferma di essersi rivolto a centri per il lavoro, agenzie per il**

**lavoro o associazioni di categoria** preferendo altre formule come il classico **passaparola o l'annuncio su Internet**. Carente, infine, lo spazio dedicato alla formazione poiché **solo sei aziende su dieci hanno introdotto momenti formativi per i loro dipendenti**, per la maggior parte obbligatori e non professionalizzanti. (slide 4-17).

### GLI INVESTIMENTI

Uno sguardo rapidissimo, infine, al campo degli **investimenti strategici** che sono rivolti soprattutto all'**innovazione e modernizzazione delle imprese**: nei primi tre posti della classifica trovano spazio l'acquisto di attrezzature e macchinari, la scelta di tecnologie per un miglior risparmio energetico, ritenuto fondamentale in tempi di rincari proprio sotto questo punto di vista, e la spesa dedicata a promozione e al marketing aziendale (slide 26).

### L'APPELLO DEL PRESIDENTE BERTIN

In conclusione, il presidente Bertin rilancia la richiesta degli imprenditori del commercio al dettaglio, perché si attuino azioni mirate per aiutare i consumatori: *"Inflazione, caro energia e ritorno del Covid, sono per gli imprenditori motivi di preoccupazione. Quando gli intervistati denunciano che il 40% della clientela degli esercizi del commercio al minuto ha difficoltà "marcate" e comunque un restante 52% ha difficoltà "leggere", significa che l'economia batte in testa. Servono interventi strutturali a partire dall'azzeramento dell'Iva per contrastare una potenziale recessione dagli effetti devastanti"*.