



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
VENETO

COMUNICATO STAMPA

## **Questionario economico-occupazionale del primo semestre 2023: migliora lo stato di salute generale delle imprese**

**Pubblicati i risultati di un'indagine relativa ai primi sei mesi dell'anno in corso, che ha coinvolto più di 900 aziende del Terziario: cresce del 5% la fiducia nell'immediato futuro e la disponibilità di liquidità nel medio periodo.**

**Mercato del lavoro: aumentano sensibilmente le assunzioni e i rinnovi dei contratti a termine e, parallelamente, crescono le cessazioni specialmente su base volontaria. Permane la difficoltà nel reperire personale cercato principalmente attraverso i social network o "affidandosi" al passaparola.**

**Tra gli investimenti strategici in azienda spiccano l'acquisto di attrezzature, la formazione del personale e le attività di promozione e marketing.**

*Il presidente Bertin: "Situazione generale in leggero miglioramento rispetto allo stesso periodo di un anno fa, l'inflazione è tenuta sotto controllo e la maggior parte delle aziende non intende ritoccare al rialzo i prezzi. Preoccupa però la questione sicurezza: servono azioni concrete e mirate di prevenzione e contrasto alla microcriminalità e al degrado così da proteggere i commercianti nell'esercizio della loro attività e la clientela".*

*(Venezia, 29 luglio 2023) – Migliora lo stato di salute delle imprese venete e aumenta del 5% rispetto a un anno fa la fiducia nell'immediato futuro, ma cresce altresì, da parte degli imprenditori, il senso di insicurezza rilevato nella zona di attività e la percezione che la propria clientela abbia difficoltà economiche. Sono alcune delle osservazioni emerse dal **questionario economico-occupazionale del primo semestre 2023 pubblicato da Confcommercio Veneto**, un'indagine che ha coinvolto nelle scorse settimane circa un migliaio di imprese associate operanti nel commercio, turismo e servizi. Cala leggermente l'inflazione e **la metà delle imprese venete non intende alzare i prezzi nel corso del prossimo semestre**; cresce inoltre la percentuale di aziende che ha cercato personale nei primi mesi dell'anno (+6%) faticando però non poco a trovarlo (82% del totale).*

### **Imprese venete: fatturato, liquidità e rapporti con le banche**

Si registra nel complesso il consolidamento della ripresa dopo la fase travagliata contraddistinta dalla pandemia prima, e dalla crisi energetica poi. Nel dettaglio **ben l'86% delle aziende venete coinvolte nel sondaggio giudica positivamente il**



**proprio stato di salute**, specificando fra chi lo definisce ottimo (7%), buono (38%) e discreto (41%) (slide 16). Se da un lato migliorano le previsioni per il futuro (+5% rispetto a giugno 2022), diminuisce la percentuale di chi dichiara il proprio fatturato aumentato (37% un anno fa a fronte del 31% attuale); **calano fortunatamente le imprese che sottolineano di avere talvolta dei problemi nel pagamento dei fornitori** (-3%) e aumentano di poco gli imprenditori che si rivolgono agli istituti bancari per richiedere un prestito, sia questo a sostegno della liquidità o per effettuare investimenti (+3%) (slide 17 e 18). **Cresce leggermente il livello di liquidità** che se al 30 giugno 2022 era sufficiente anche in una previsione di medio-lungo periodo per il 48% delle imprese, ora tale percentuale si attesta al 53%; un'azienda su tre dichiara poi il proprio livello di liquidità più adeguato nel breve periodo (slide 19).

### Prezzi e rapporto con la clientela

Nonostante permanga una certa preoccupazione per l'effetto dell'inflazione sui costi aziendali e sul comportamento dei clienti per un'azienda su quattro (slide 23), sembra che il peggio sia passato: **il 49% del campione non intende aggiornare i prezzi al rialzo nel prossimo semestre**, un dato che, se confrontato con l'indagine dello scorso anno, registra un +19%. Ad oggi quattro aziende su dieci prevedono dei leggeri aumenti, non superiori in ogni caso al 5% (slide 20). Tutto questo nonostante commercianti e imprenditori del settore Terziario si rendano conto delle **difficoltà economiche dei propri clienti: il 57% degli intervistati la definisce leggera e il 24% marcata**, rispettivamente +2% e - 5% rispetto allo scorso anno. Meno del 20% ritiene di non aver notato negli ultimi mesi problemi economici dovuti alla perdita di potere d'acquisto da parte della clientela (slide 21).

### Mercato del lavoro e ricerca del personale

**Il mercato del lavoro registra una lieve risalita** rispetto allo stesso periodo di un anno fa: aumentano di poco il numero di aziende senza dipendenti (+2%), la percentuale di lavoratrici donne (+2%), il numero dei contratti a chiamata *job on call* (ancora +2%) e **crescono del 4% i contratti a tempo determinato** (slide 3, 4 e 5). È assunto con questa formula almeno un/a dipendente in azienda (45% del campione) e si registra attualmente una sostanziale parità fra chi nel primo semestre ha optato per il rinnovo dei contratti (51%) e chi invece li ha portati a scadenza non rinnovandoli (49%). Il dato è però in aumento se confrontato con il 2022: **+5% di contratti a termine rinnovati** (slide 6 e 7). **Notizie positive anche sul fronte delle nuove assunzioni che salgono dell'8% rispetto al primo semestre 2022**: le principali figure ricercate dagli imprenditori appartengono, ancora una volta, al mondo della ristorazione e del commercio (camerieri, commessi, cassieri, baristi e altri tipi di figure) (slide 12). Al contempo sono cresciute nel 2023 le **cessazioni di rapporti di lavoro** (27% del totale, +7%): nella metà dei casi le ragioni dell'interruzione sono da ricercarsi nelle dimissioni volontarie del dipendente (slide 9 e 13). E a questo proposito – sottolineano i dati – **nel corso del primo semestre 2023 sono aumentate del 6% le aziende che hanno cercato personale**: ben l'88% della platea coinvolta nel sondaggio dichiara però di aver fatto molta fatica, di non



aver trovato la figura richiesta e/o di averla trovata non all'altezza dei requisiti richiesti. Molto interessante è lo sguardo rivolto ai **canali di ricerca**: crollano i Centri per l'Impiego (-5%) e le Agenzie per il lavoro (-9%) mentre si preferisce affidarsi ai più "tradizionali" passaparola e alle conoscenze personali (37%). Molto gettonati inoltre i social network, utilizzati per la propria ricerca da tre imprenditori su dieci (slide 10). **Se da una parte non si registrano significative previsioni di assunzione nei prossimi mesi** (solo il 27% delle aziende interpellate si muoverà in tal senso) **non vi è nemmeno l'intenzione di licenziare**, ribadendo come il mercato del lavoro sia attualmente in una fase di stabilità o di leggera variazione (slide 14). Uno sguardo positivo, infine, all'utilizzo degli **ammortizzatori sociali**: aumentano del 12% rispetto a un anno fa le aziende che non prevedono di ricorrere a strumenti come la cassa integrazione durante il secondo semestre 2023 (slide 8).

### Investimenti e formazione

**Rispetto al precedente report elaborato un anno fa, le imprese dichiarano di aver investito maggiormente in formazione** specialmente quella obbligatoria: mentre nel 2022 il dato si fermava al 39%, nel primo semestre 2023 almeno la metà delle aziende venete del Terziario e dei Servizi ha coinvolto i propri dipendenti in un percorso di formazione (slide 15). Una voce, questa, indispensabile per migliorare e valorizzare il capitale umano a disposizione e che si colloca al terzo posto nella classifica degli investimenti futuri: al primo posto troviamo l'acquisto di **attrezzature, macchinari e veicoli**, seguito dalle **attività rivolte alla promozione, marketing e internazionalizzazione** dell'azienda (slide 22). Se da una parte si profilano segnali leggermente più incoraggianti rispetto allo stesso periodo di un anno fa, **a preoccupare le imprese è ancora l'effetto dell'inflazione sui consumi** che rischia di mettere a rischio la sopravvivenza del 24% delle aziende. Entra inoltre in classifica la percezione di **insicurezza fra i commercianti** e il timore che la propria attività sia presa di mira da ladri o malintenzionati (35%): una sensazione che coinvolge, ovviamente, anche la clientela che può arrivare ad avere paura nell'uscire di casa la sera o a non recarsi in negozi o locali (slide 23). Nel complesso, dalla lettura dei dati, emerge come le aziende stiano vivendo una fase di relativa stabilizzazione che precede una trasformazione.

### Il presidente di Confcommercio Veneto Patrizio Bertin

Il presidente di Confcommercio Veneto Patrizio Bertin commenta così gli esiti dell'indagine: **"La situazione appare in miglioramento rispetto a un anno fa**, un periodo contraddistinto in parte ancora dai timori di una ripresa della pandemia. **Ad oggi migliora lo stato di salute generale delle imprese del terziario di mercato e i prezzi vengono contenuti nonostante l'inflazione** sia un problema reale che incide da un lato sui costi aziendali e dall'altro limita il potere d'acquisto delle famiglie". Non si registrano percentuali bulgare né sul fronte dei rinnovi contrattuali né per quanto riguarda le prospettive di assunzione nei prossimi mesi, ma sottolinea Bertin: **"Nonostante tutto le imprese non hanno perso la capacità di investire e di scommettere nel futuro, soprattutto per quanto riguarda il capitale umano**: aumentano, rispetto a un anno fa, le ore di formazione in azienda (+11%) nonché gli



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
VENETO

investimenti in attrezzature, promozione e digitalizzazione”. Il campanello d’allarme riguarda, secondo Bertin, la questione sicurezza: “Se già il periodo che stiamo vivendo è delicato, **preoccupa il clima di insicurezza e paura che si respira in alcune zone delle nostre città** che rischia di essere come la goccia che fa traboccare il vaso: servono azioni concrete e mirate di prevenzione e contrasto alla criminalità e al degrado così da proteggere i commercianti e restituire alla collettività gli spazi urbani”.