



# Osservatorio Congiunturale Confcommercio Friuli Venezia Giulia | Maggio 2023

Rapporto di ricerca

Udine, 24 maggio 2023 (22185fv/02)

# Agenda

*Premessa e considerazioni generali di sintesi*

*Diario economico: il tessuto imprenditoriale*

*Clima di fiducia*

*Congiuntura economica*

*Domanda e offerta di credito*

*Approfondimento: Confidi*

*Approfondimento: Fabbisogni formativi*

*Metodo*

- ➔ Questo documento presenta i risultati dell'Osservatorio Congiunturale **Confcommercio Friuli Venezia Giulia** sull'andamento delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi della regione nel primo trimestre del 2023, il **Diario Economico** e le **prospettive al trenta giugno 2023**.
- ➔ L'Osservatorio viene realizzato trimestralmente da Confcommercio Friuli Venezia Giulia in collaborazione con Format Research. I risultati sono presentati sia a livello regionale, sia segmentati analiticamente per provincia: Gorizia, Pordenone, Trieste, Udine.
- ➔ L'indagine trimestrale è basata su un campione statisticamente rappresentativo dell'Universo delle imprese del terziario della regione. 1.536 unità statistiche.

---






**La prossima edizione dell'osservatorio congiunturale è prevista nella seconda metà del mese di luglio 2023.**

**Universo delle imprese | Le imprese extra agricole «attive» in FVG sono oltre 71 mila. Le imprese del terziario del FVG costituiscono il 68% del totale delle imprese extra-agricole della regione.**



**Friuli Venezia  
Giulia  
71.100**

Imprese attive extra agricole

	FVG		
 <b>Manifattura</b>	<b>9.064</b>	}	<b>INDUSTRIA 23 MILA</b> <i>(32% delle imprese extra agricole)</i>
 <b>Costruzioni</b>	<b>13.813</b>		
 <b>Commercio</b>	<b>17.000</b>	}	<b>TERZIARIO 48 MILA</b> <i>(68% delle imprese extra agricole)</i>
 <b>Turismo</b>	<b>6.980</b>		
 <b>Servizi</b>	<b>24.243</b>		
<b>TOTALE</b>	<b>71.100</b>		

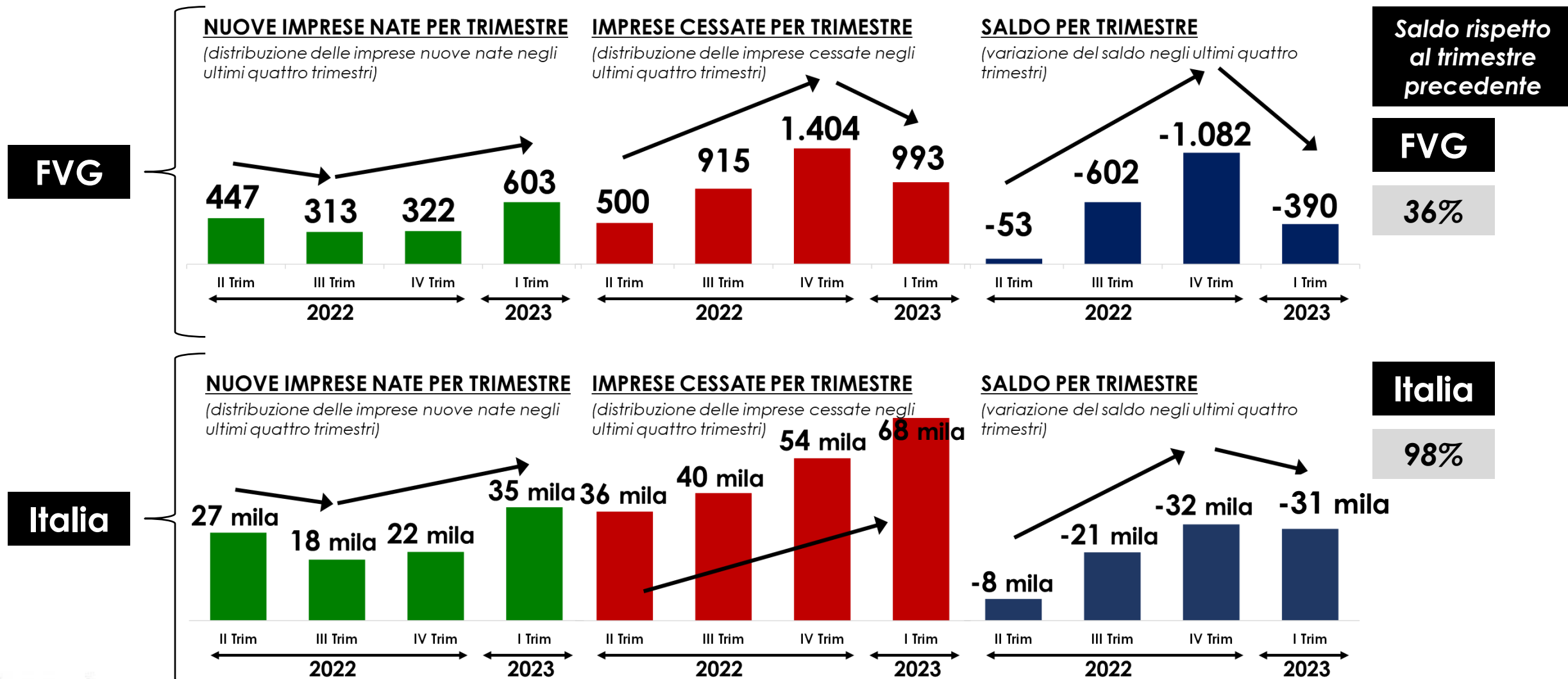


**IMPRESE INCLUSE NELL'ANALISI:** Manifattura (B\_C\_D\_E); Costruzioni (F); Commercio (G); Turismo (I); Servizi (H\_J\_L\_M\_N\_O\_P\_Q\_R).

**IMPRESE ESCLUSE DALL'ANALISI:** Agricoltura (A); Attività finanziarie e assicurative (K); Altre attività di servizi (S); Attività di servizi domestici (T); Organismi extraterritoriali (U); Imprese «non classificate» (NC).

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Infocamere (Movimprese).

# Demografia imprese del TERZIARIO (FVG e Italia) | Il saldo tra imprese nuove nate e imprese cessate in FVG è in deciso miglioramento nell'ultimo trimestre rispetto al periodo precedente (36%) e in controtendenza rispetto al dato nazionale, stazionario se non in peggioramento.

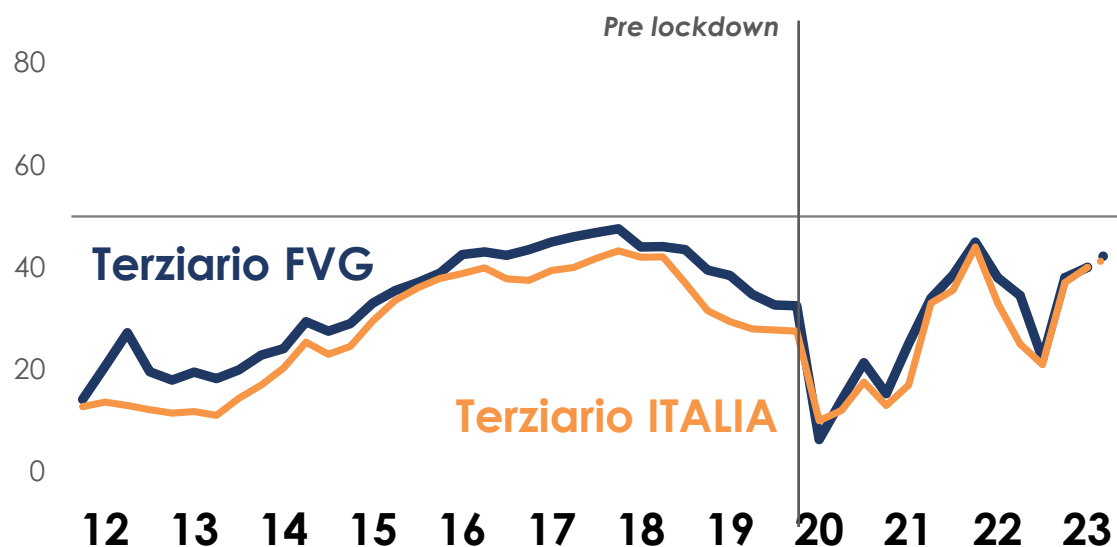


Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Infocamere (Movimprese).

# Fiducia economia italiana | Nel primo trimestre del 2023 migliora la fiducia nell'andamento dell'economia del paese da parte delle imprese del terziario del FVG. Il dato FVG è destinato a migliorare ancora in prospettiva al giugno 2023.

## CLIMA DI FIDUCIA ECONOMIA ITALIANA (FVG vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



A Suo giudizio la situazione economica complessiva dell'Italia, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del suo settore, negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti, è migliorata, invariata, peggiorata?

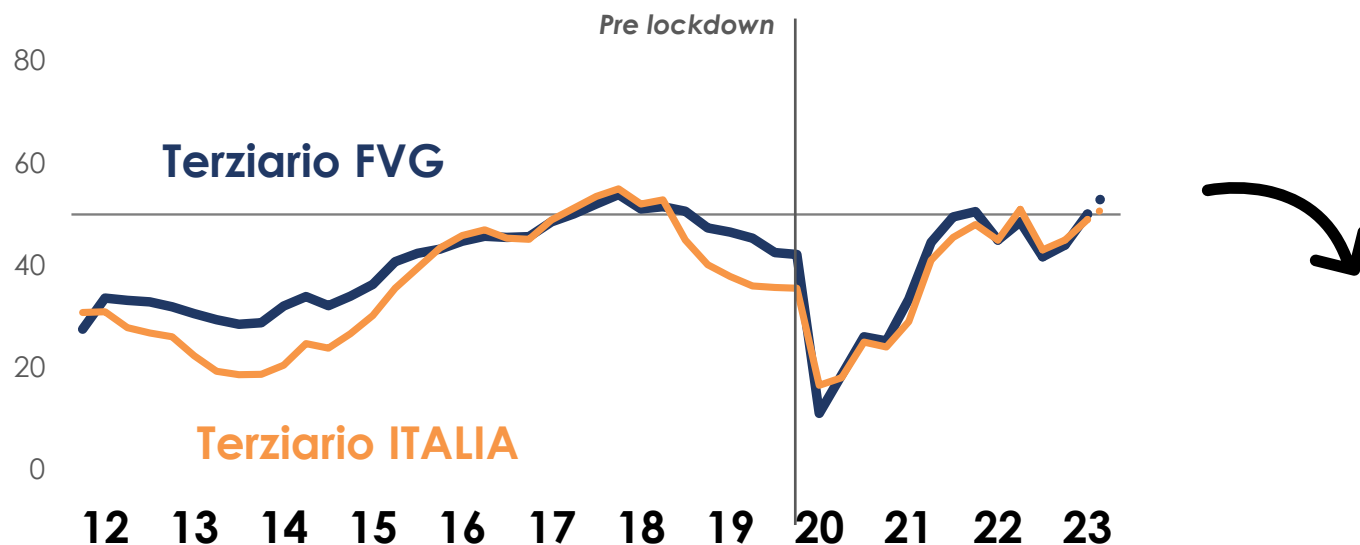
	FVG			INDICE	ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE		
2021 IV	29%	32%	39%	45	44
2022 I	21%	34%	45%	38	33
2022 II	18%	33%	49%	35	25
2022 III	5%	33%	62%	22	21
2022 IV	12%	52%	36%	38	37
2023 I	17%	46%	37%	40	40
2023 II				43	42

Base campione: 1.536 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

**Fiducia andamento impresa | In deciso miglioramento la fiducia delle imprese nell'andamento della propria attività economica. L'indicatore passa da 44 a 50 punti alla fine di marzo 2023 e si ancora decisamente nell'area di espansione del mercato (oltre la linea del «50») in prospettiva al 30 giugno.**

### ANDAMENTO IMPRESA (FVG vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa negli ultimi tre mesi rispetto ai tre mesi precedenti, migliorato, invariato, peggiorato?

	FVG			INDICE	ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE		
2021 IV	25%	51%	24%	51	48
2022 I	20%	50%	30%	45	45
2022 II	20%	57%	23%	49	51
2022 III	12%	60%	28%	42	43
2022 IV	14%	60%	26%	44	43
2023 I	22%	56%	22%	50	49
2023 II				55	52

**Base campione:** 1.536 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

# Andamento impresa | Accentuazioni per settore.

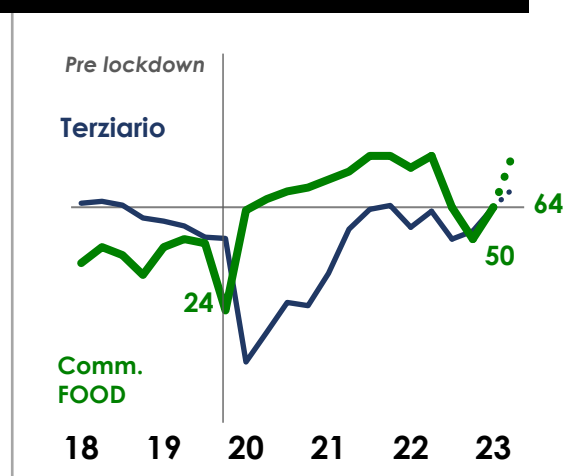


Sono riportati gli indicatori congiunturali relativi a FVG

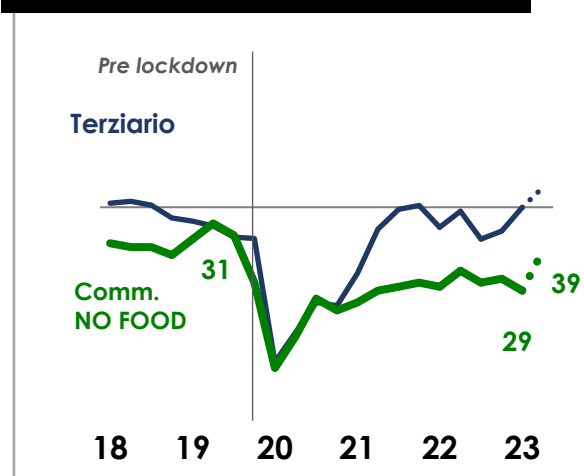
■ Settore di attività economica

■ Totale Terziario

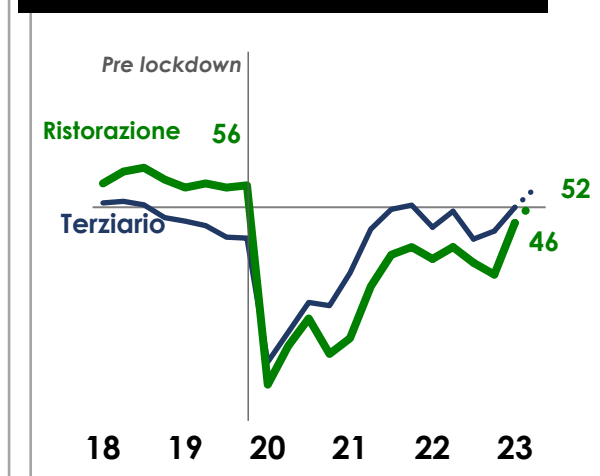
## Commercio FOOD



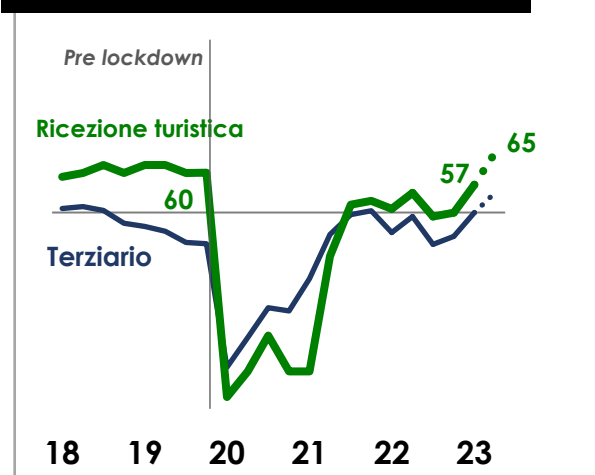
## Commercio NO FOOD



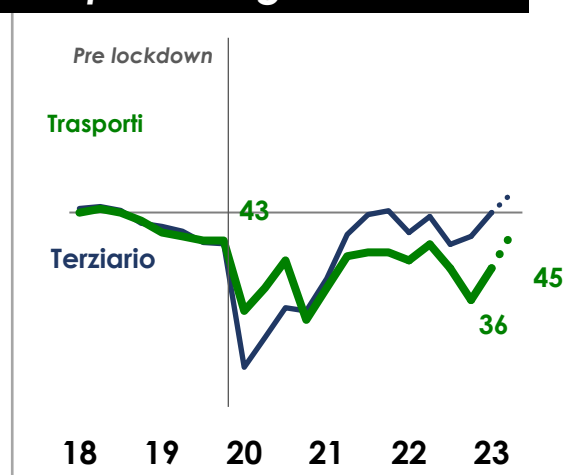
## Ristorazione



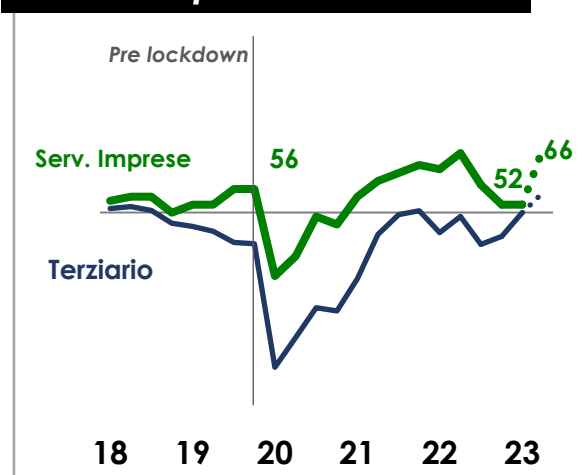
## Ricezione turistica



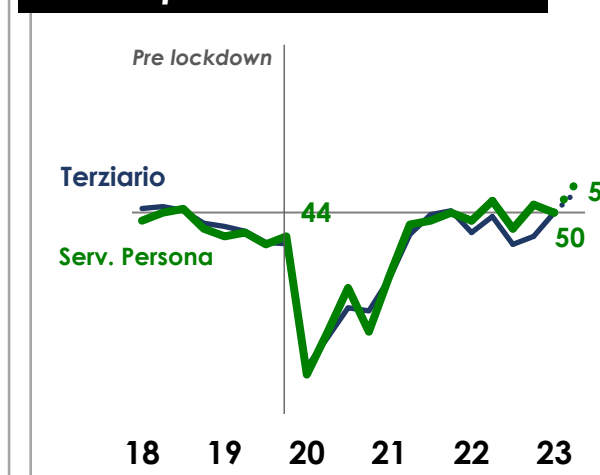
## Trasporti e logistica



## Servizi imprese



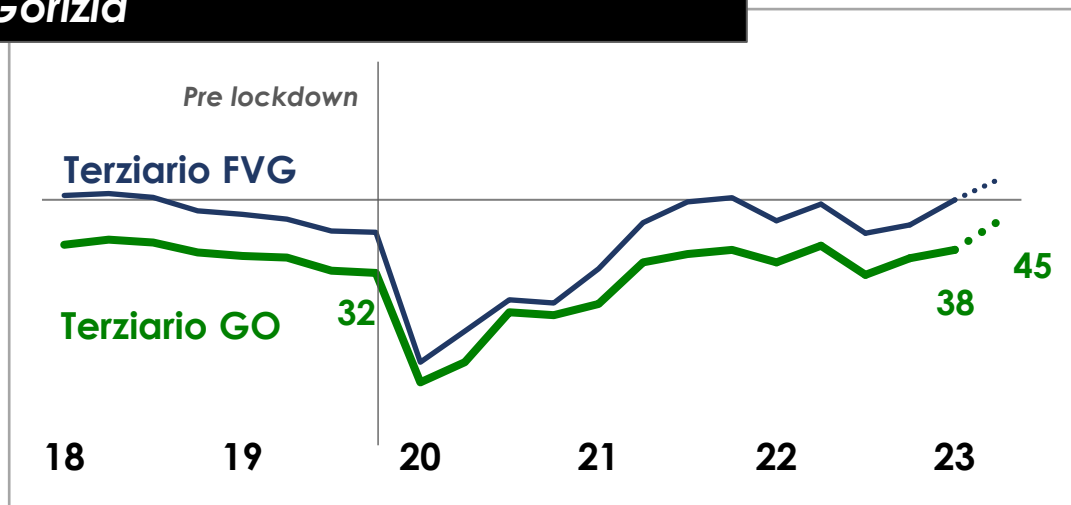
## Servizi persona



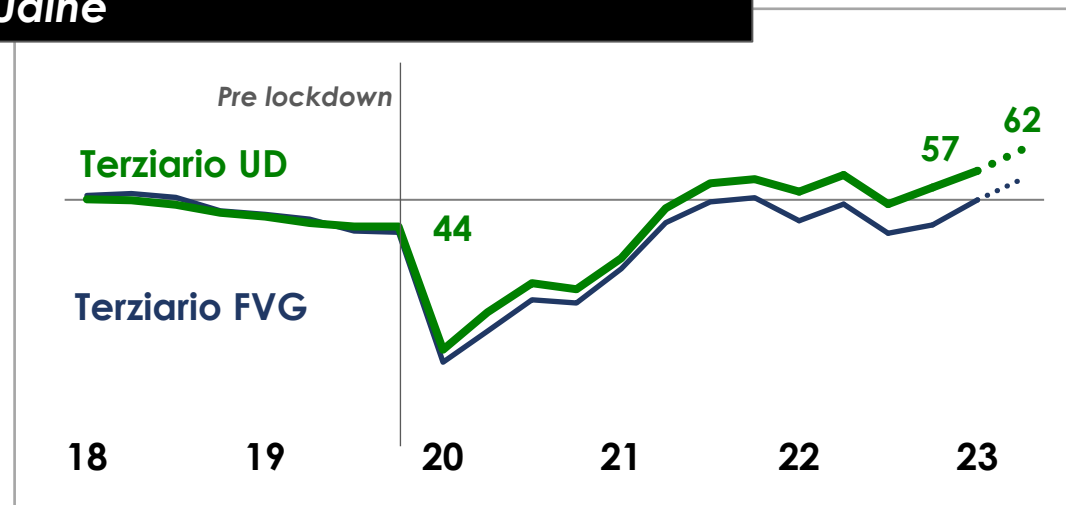


# Andamento impresa | Accentuazioni per provincia.

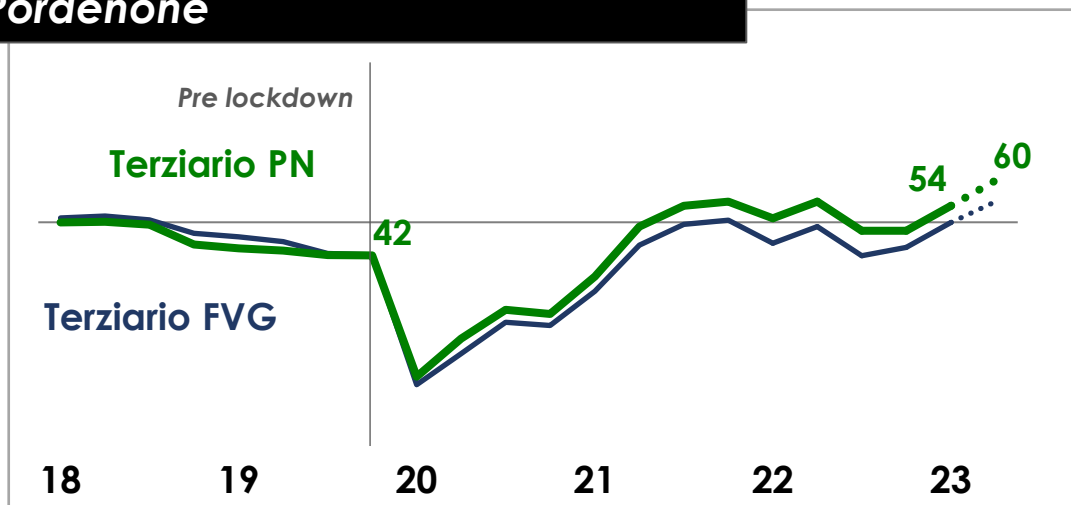
## Gorizia



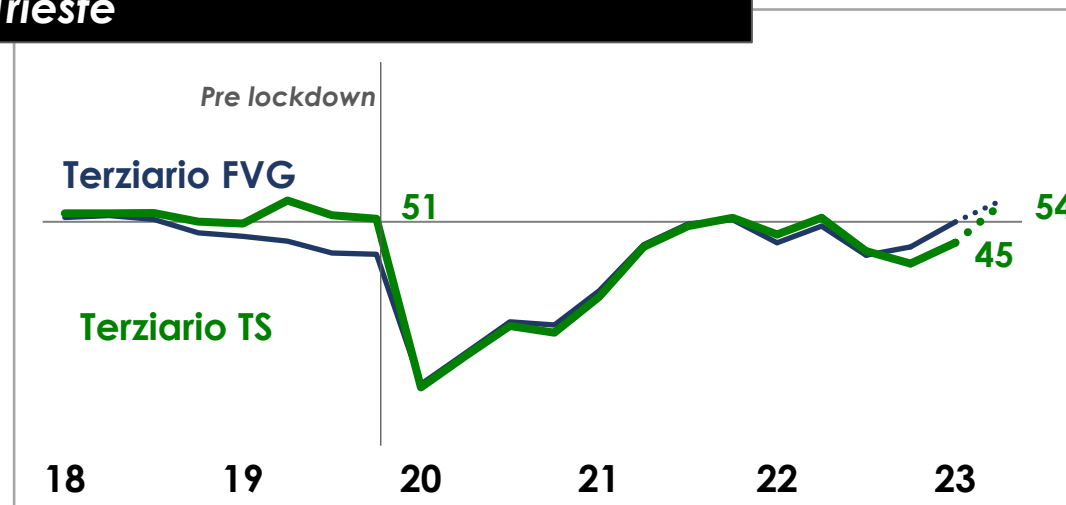
## Udine



## Pordenone



## Trieste



Sono riportati gli indicatori congiunturali per ciascuna provincia:

■ Terziario Provincia

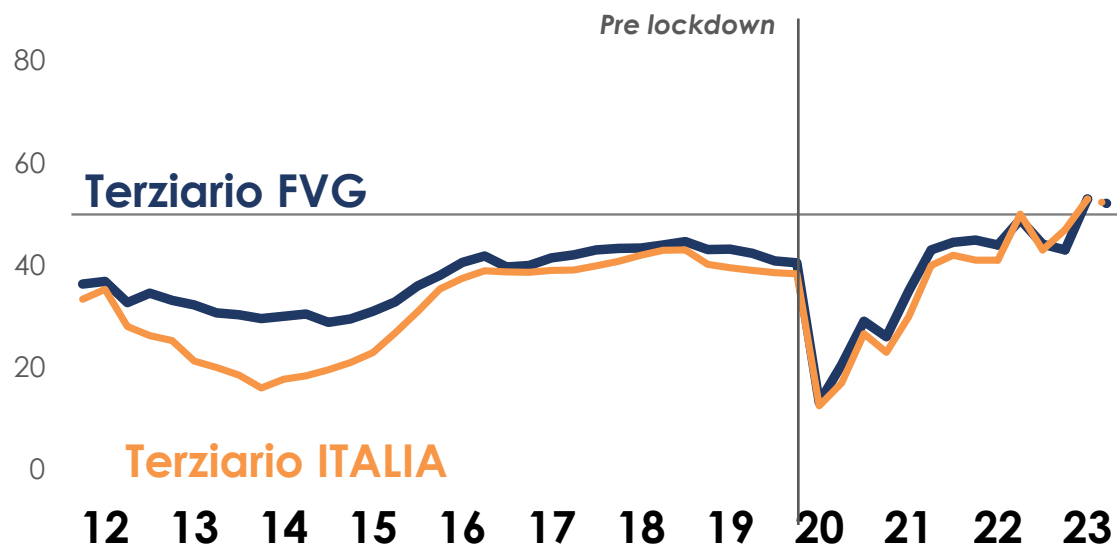
■ Terziario FVG

# Andamento dei ricavi | Migliora l'indice dei ricavi delle imprese del terziario FVG.

L'indicatore a marzo passa a «53» rispetto al precedente «42». Turismo e Servizi vere e proprie locomotive dell'economia del terziario FVG facendo rilevare miglioramenti in termini di trend ormai consolidati e superiori al trend di crescita nazionale.

## RICAVI (FVG vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Tenuto conto dei fattori stagionali, negli ultimi tre mesi, i ricavi della Sua impresa, rispetto ai tre mesi precedenti, sono aumentati, rimasti invariati, diminuiti?

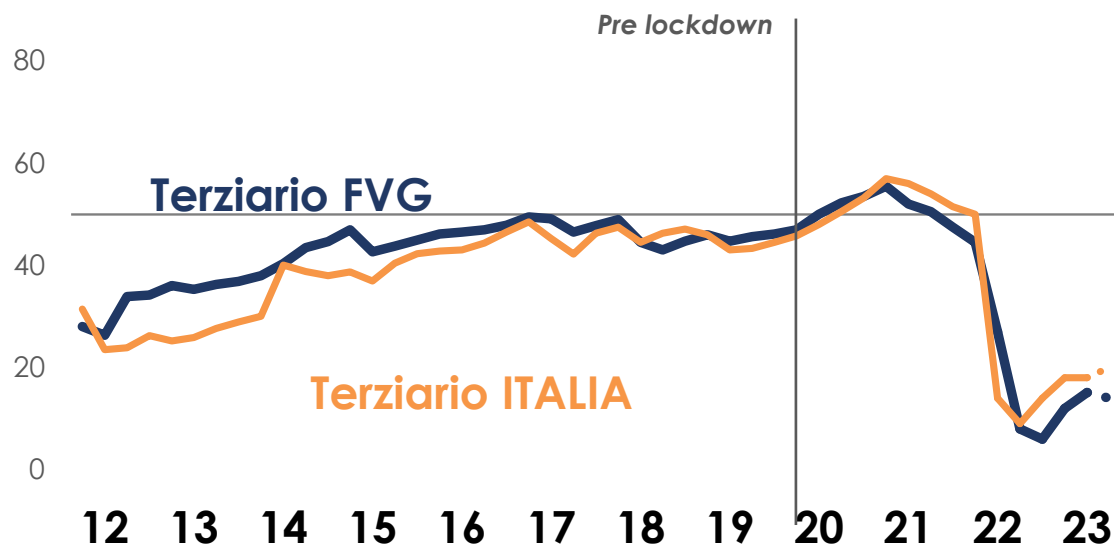
	FVG			INDICE	ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE		
2021 IV	23%	44%	33%	45	41
2022 I	22%	44%	34%	44	41
2022 II	23%	52%	25%	49	50
2022 III	12%	64%	24%	44	43
2022 IV	14%	56%	30%	42	47
2023 I	26%	54%	20%	53	53
2023 II				52	52

Base campione: 1.536 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

**Prezzi fornitori | Non migliora la situazione dei prezzi praticati dai fornitori alle imprese del terziario né a livello regionale, né a livello nazionale. Le imprese del terziario continuano a soffrire a causa dell'aumento dei prezzi dei prodotti, delle materie prime, dei trasporti e della logistica. Lo scenario non sembrerebbe destinato a migliorare.**

### PREZZI FORNITORI (FVG vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



I prezzi praticati alla Sua impresa dai Suoi fornitori, negli ultimi tre mesi, rispetto al trimestre precedente, sono...?

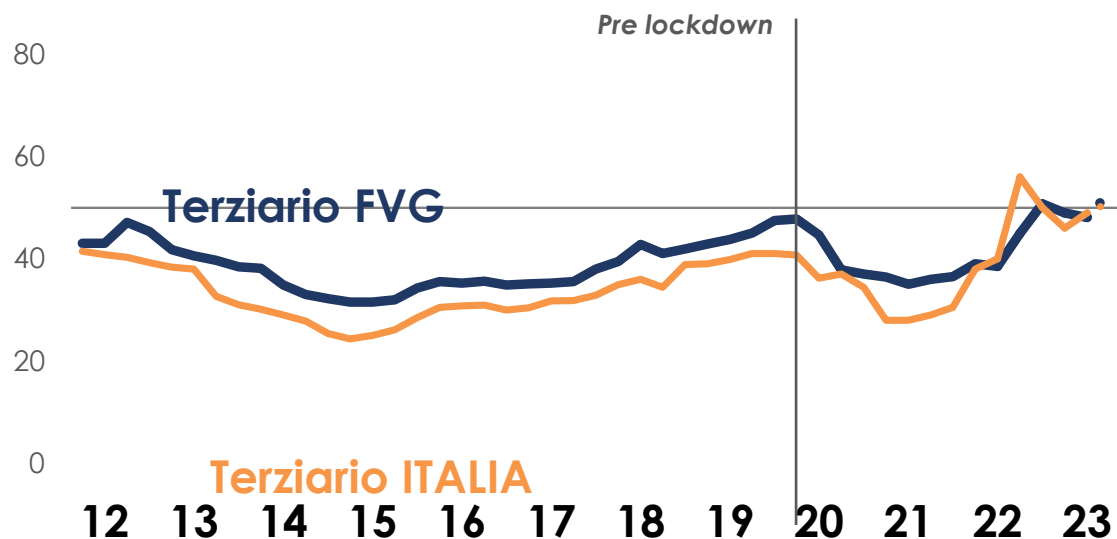
	FVG			INDICE	ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE		
2021 IV	10%	69%	21%	45	50
2022 I	2%	50%	48%	27	14
2022 II	1%	14%	85%	8	9
2022 III	0%	11%	89%	6	14
2022 IV	1%	23%	76%	13	18
2023 I	1%	29%	71%	15	18
2023 II				14	20

**Base campione:** 1.536 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

# Andamento dell'occupazione | In miglioramento la situazione occupazionale delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi FVG. Il dato prospettico in vista dell'inizio dell'estate è pari a «53» in piena area di espansione.

## OCCUPAZIONE (FVG vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Negli ultimi tre mesi, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto ai tre mesi precedenti, è aumentato, rimasto invariato, diminuito?

	FVG				ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE	INDICE	INDICE
2021 IV	7%	64%	29%	39	38
2022 I	6%	65%	29%	39	40
2022 II	10%	70%	20%	45	56
2022 III	6%	90%	4%	51	50
2022 IV	5%	88%	7%	49	46
2023 I	5%	87%	8%	48	49
2023 II				53	51

**Base campione:** 1.536 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

# Andamento dell'occupazione | Accentuazioni per settore.

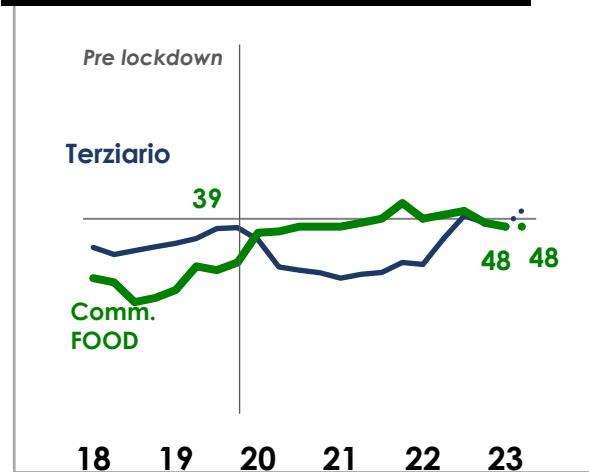


Sono riportati gli indicatori congiunturali relativi a FVG

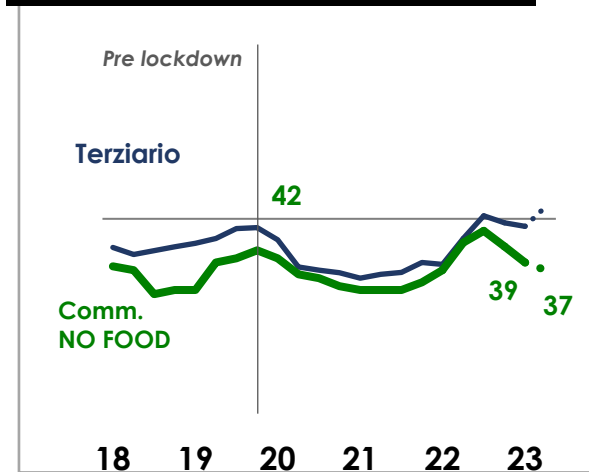
■ Settore di attività economica

■ Totale Terziario

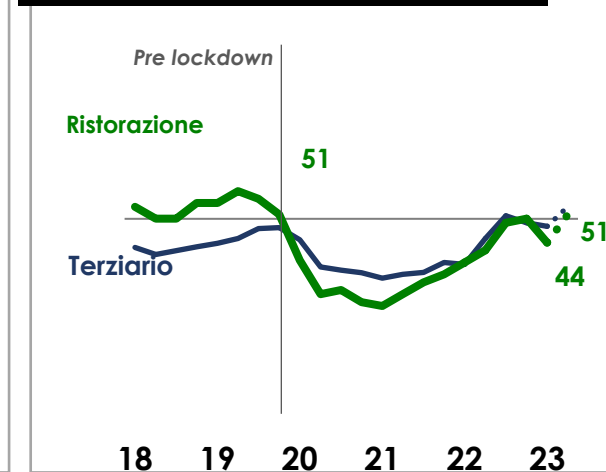
## Commercio FOOD



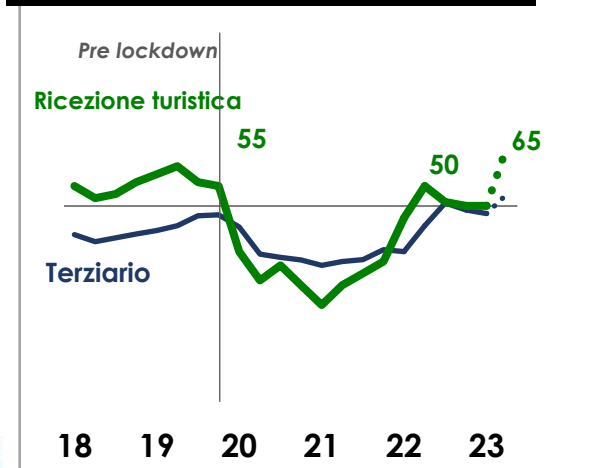
## Commercio NO FOOD



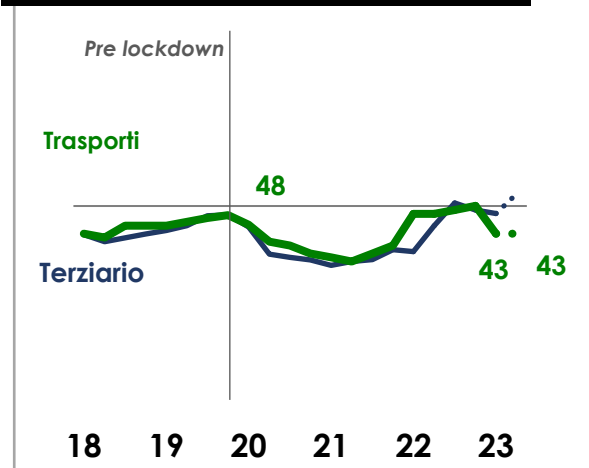
## Ristorazione



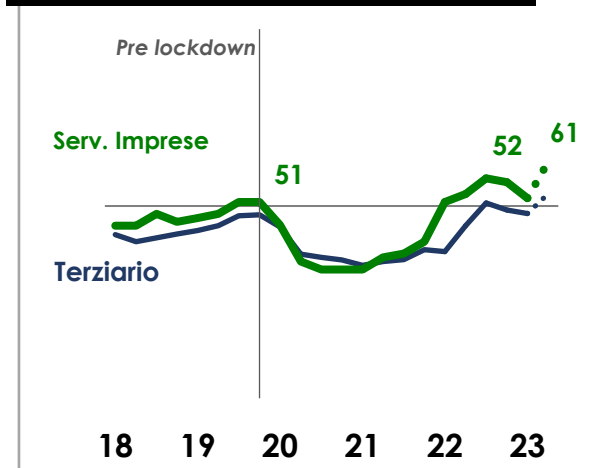
## Ricezione turistica



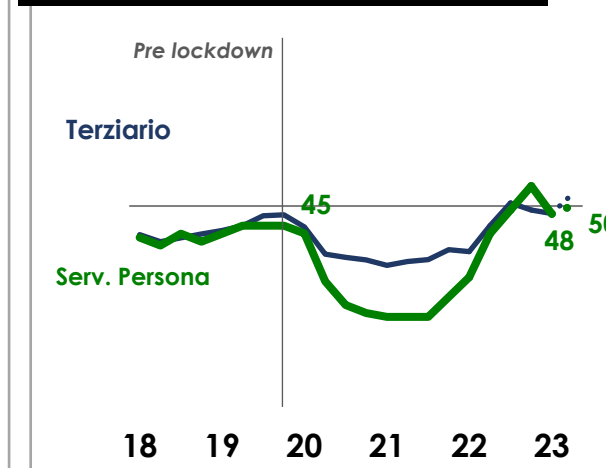
## Trasporti e logistica



## Servizi imprese



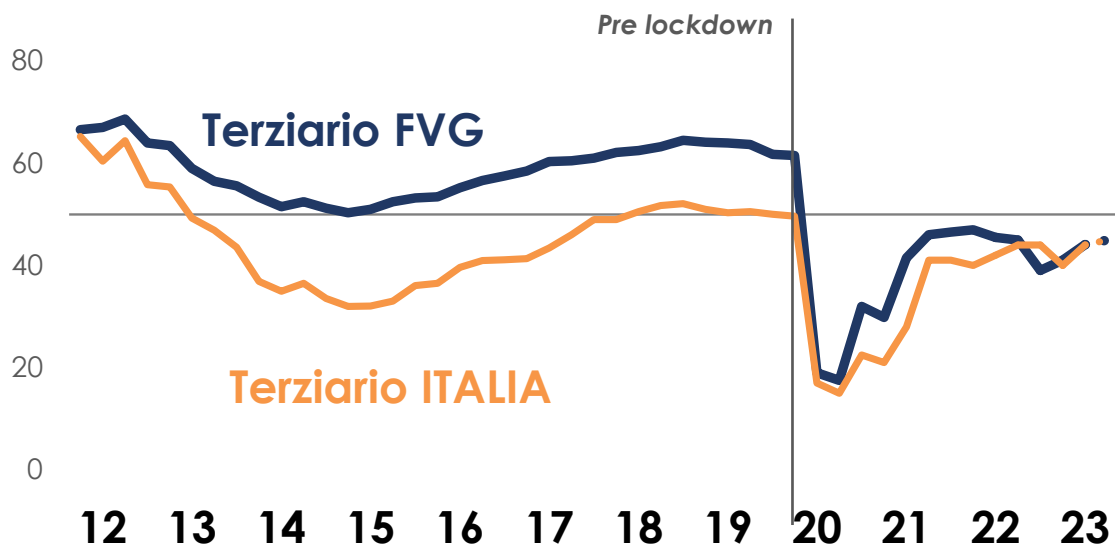
## Servizi persona



# Fabbisogno finanziario | Migliora la capacità delle imprese del terziario del FVG nel fare fronte al proprio fabbisogno finanziario. Il dato è in linea rispetto al dato medio nazionale con un trend che è destinato a migliorare ancora nei prossimi mesi.

## FABBISOGNO FINANZIARIO (FVG vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



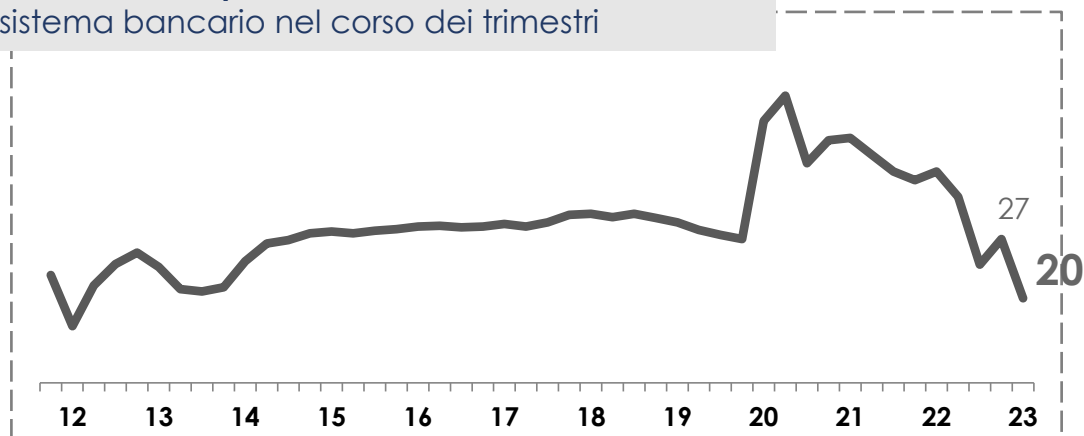
La capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, negli ultimi tre mesi, rispetto ai tre mesi precedenti, è migliorata, rimasta invariata, peggiorata?

	FVG			INDICE	ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE		
2021 IV	11%	72%	17%	47	40
2022 I	10%	71%	19%	46	42
2022 II	8%	74%	18%	45	44
2022 III	2%	73%	25%	39	44
2022 IV	6%	70%	24%	41	40
2023 I	8%	73%	20%	44	44
2023 II				45	45

Base campione: 1.536 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

# Domanda e offerta di credito (FVG) | Diminuisce la percentuale di imprese che hanno chiesto credito nei primi tre mesi dell'anno. Diminuisce significativamente la percentuale delle imprese che ricevono interamente il credito del quale hanno bisogno.

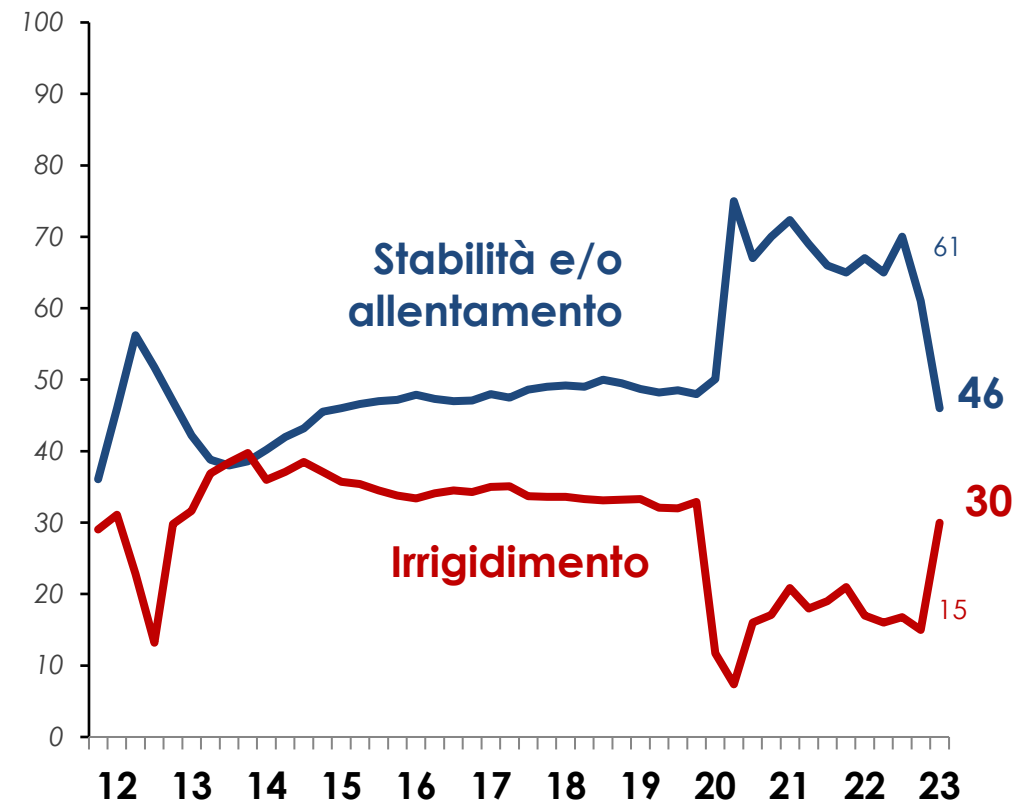
Percentuali di **imprese che hanno chiesto credito** al sistema bancario nel corso dei trimestri



**Esito della domanda di credito (2023 I TRIM)**

<b>Accolta (interamente)</b>	<b>Accolta (inferiore)</b>	<b>Non accolta</b>	<b>Ancora in attesa</b>
<b>46%</b>	<b>18%</b>	<b>12%</b>	<b>24%</b>

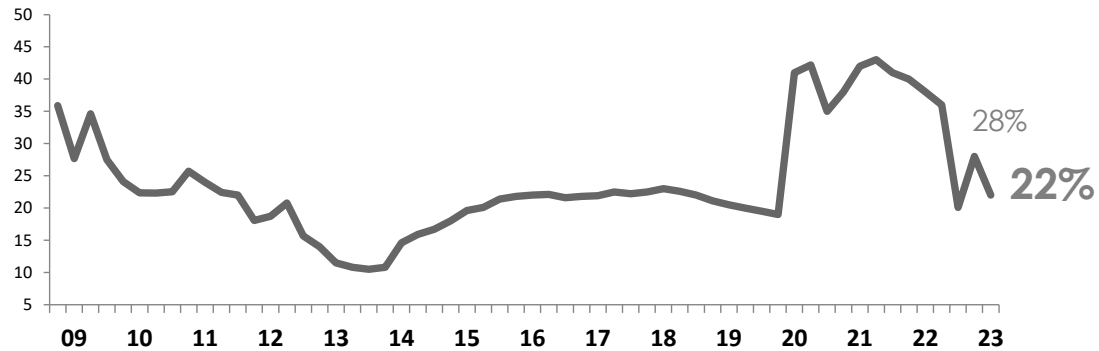
**Esito della domanda di credito (serie storica)**



**Base campione:** 1.536 casi. Percentuali ricalcolate facendo =100,0 le imprese che nei trimestri considerati hanno chiesto un fido o un finanziamento, o hanno chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente. (**Irrigidimento** = richiesta accolta con ammontare inferiore + richiesta non accolta). **Testo originale della domanda:** A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi tre mesi? Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ma non è stata accolta; Sì ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo trimestre; Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre; No non ha fatto richiesta. **I dati sono riportati all'universo.**

# Domanda e offerta di credito | Andamento della domanda e offerta di credito presso le imprese del terziario in Italia (commercio, turismo, servizi)

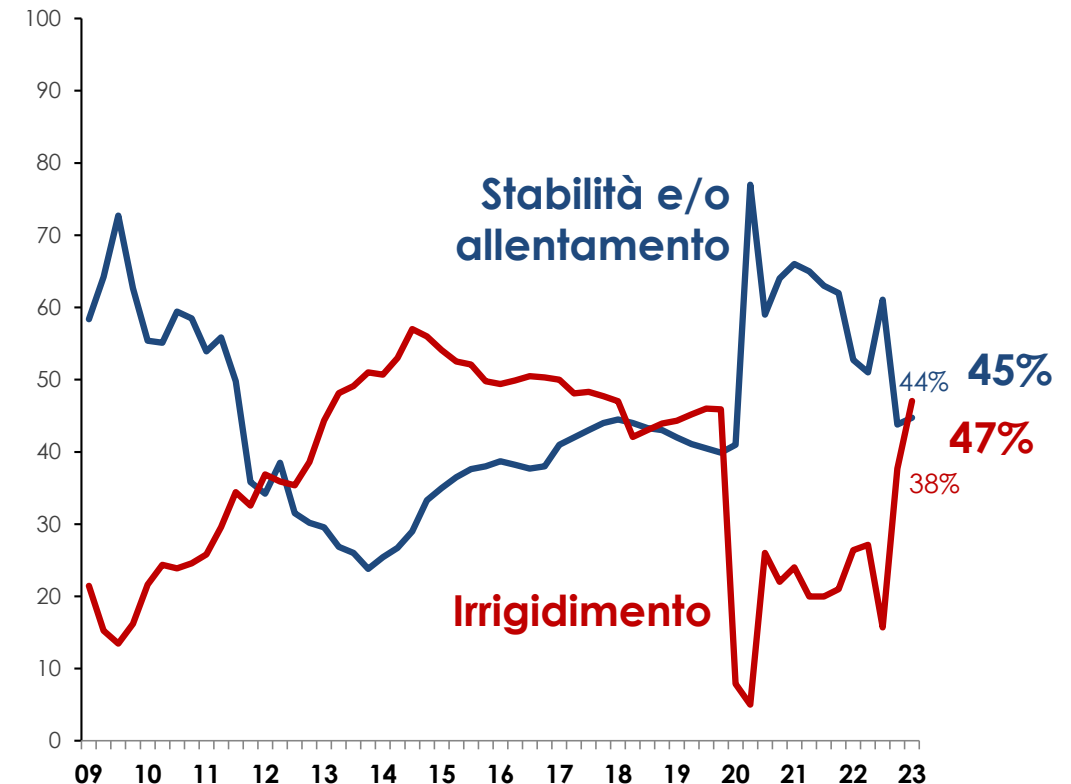
Percentuali di **imprese che hanno chiesto credito** al sistema bancario nel corso dei trimestri



**Esito della domanda di credito** (2023 I TRIM)

<b>Accolta (interamente)</b>	<b>Accolta (inferiore)</b>	<b>Non accolta</b>	<b>Ancora in attesa</b>
<b>45%</b>	<b>32%</b>	<b>15%</b>	<b>8%</b>

**Esito della domanda di credito** (serie storica)



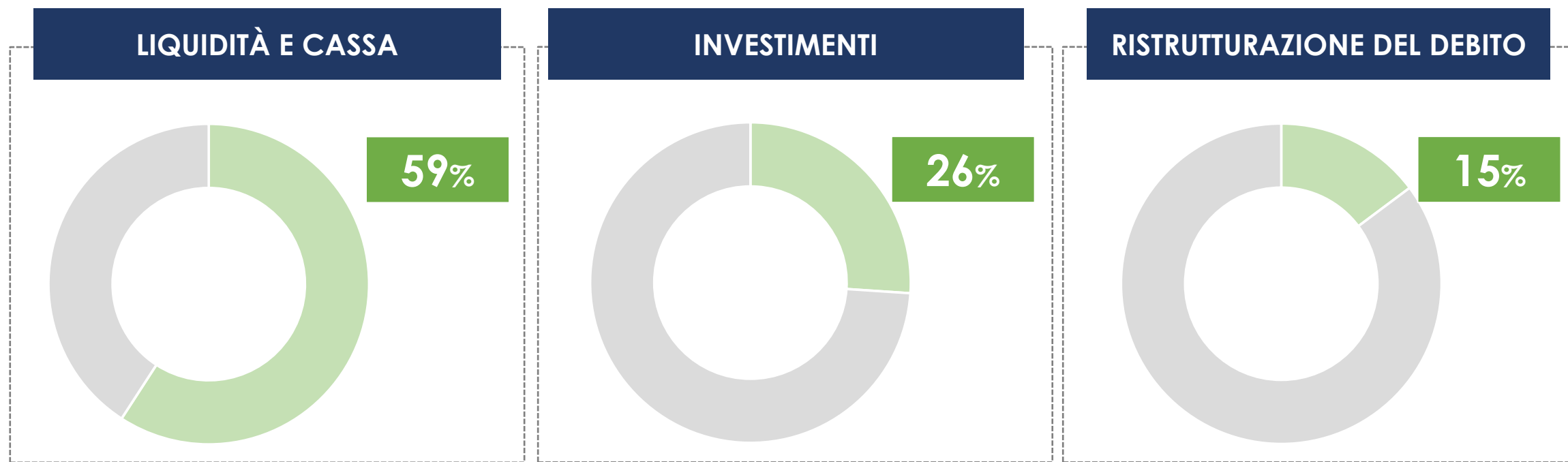
Base campione: 1.675 casi. Stabilità e/o allentamento = richiesta accolta con ammontare pari o superiore a quello desiderato. Irrigidimento = richiesta accolta con ammontare inferiore a quello desiderato + richiesta non accolta. I dati sono riportati all'universo.

Nota. Per «richiesta di credito» si intende la richiesta di un fido o di un finanziamento ex novo o la rinegoziazione di un fido o di un finanziamento esistente.



**Domanda e offerta di credito | Il 59% delle imprese ha fatto richiesta di credito per esigenze di liquidità e cassa, il 26% per effettuare investimenti, il 15% per la ristrutturazione del debito. Un quarto delle imprese del terziario FVG chiede credito per fare investimenti.**

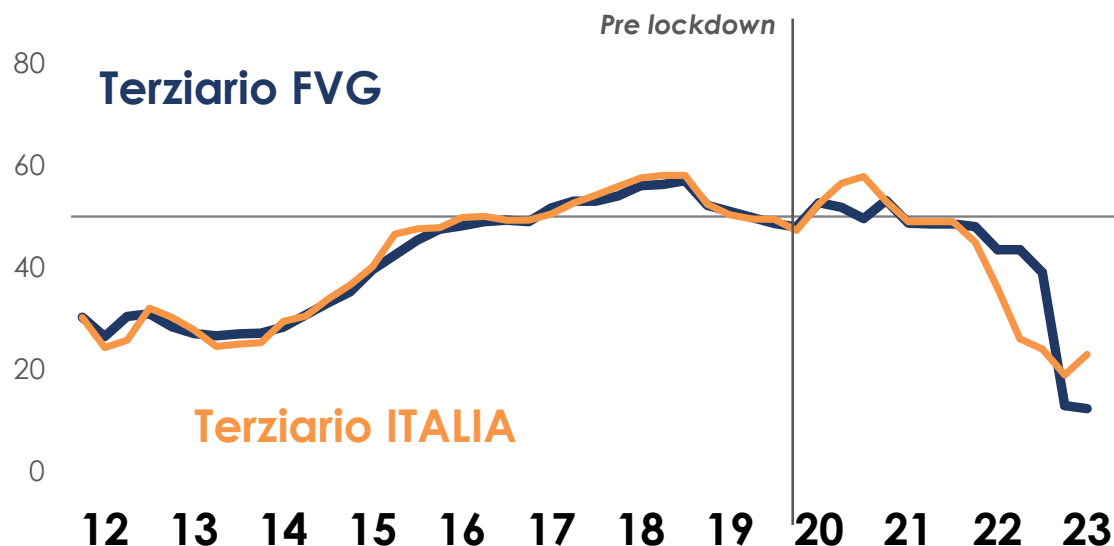
(Solo le imprese che hanno fidi/finanziamenti da oltre sei mesi) Quali sono le ragioni per le quali la sua impresa ha fatto richiesta di credito?



# Costo del finanziamento | I giudizi degli imprenditori del terziario del FVG circa i costi ai quali il credito viene concesso continuano a peggiorare da ormai due trimestri: il credito disponibile «costa» molto di più rispetto al passato.

## COSTO DEL FINANZIAMENTO (FVG vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi tre mesi, ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento al costo del finanziamento?

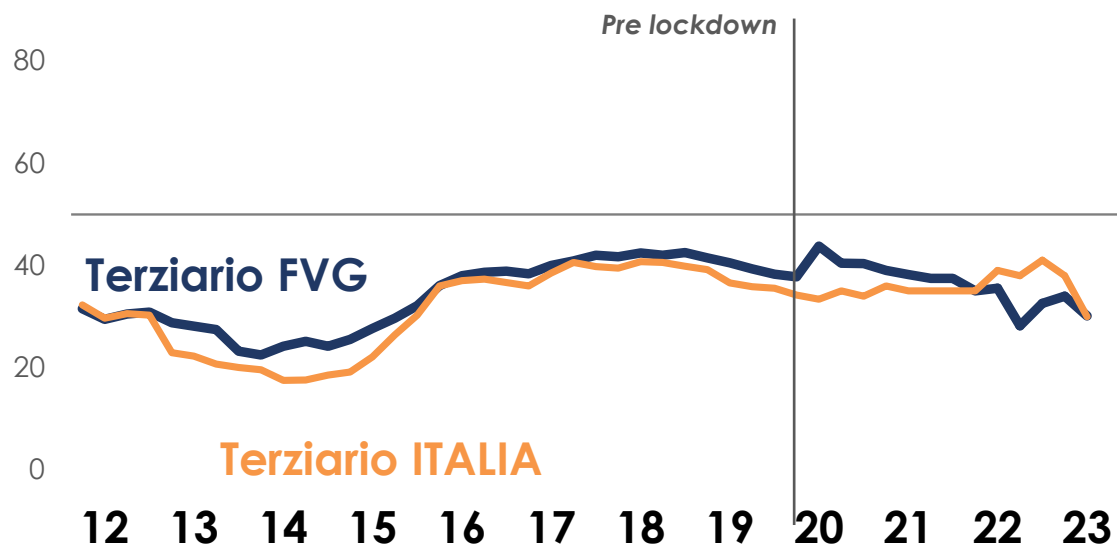
	FVG			INDICE	ITALIA
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE		
2021 IV	15%	66%	19%	48	45
2022 I	14%	66%	20%	47	36
2022 II	12%	63%	25%	44	26
2022 III	10%	58%	32%	39	24
2022 IV	2%	22%	76%	13	19
2023 I	0%	25%	75%	12	23

**Base campione:** 821 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre tre mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

# Garanzie | Peggiora leggermente il giudizio degli imprenditori del terziario del Friuli-Venezia Giulia relativamente alle garanzie richieste dalle banche alle imprese a copertura dei finanziamenti concessi.

## GARANZIE (FVG vs ITALIA)

Indicatori congiunturali: % MIGLIORAMENTO + ½ INVARIANZA



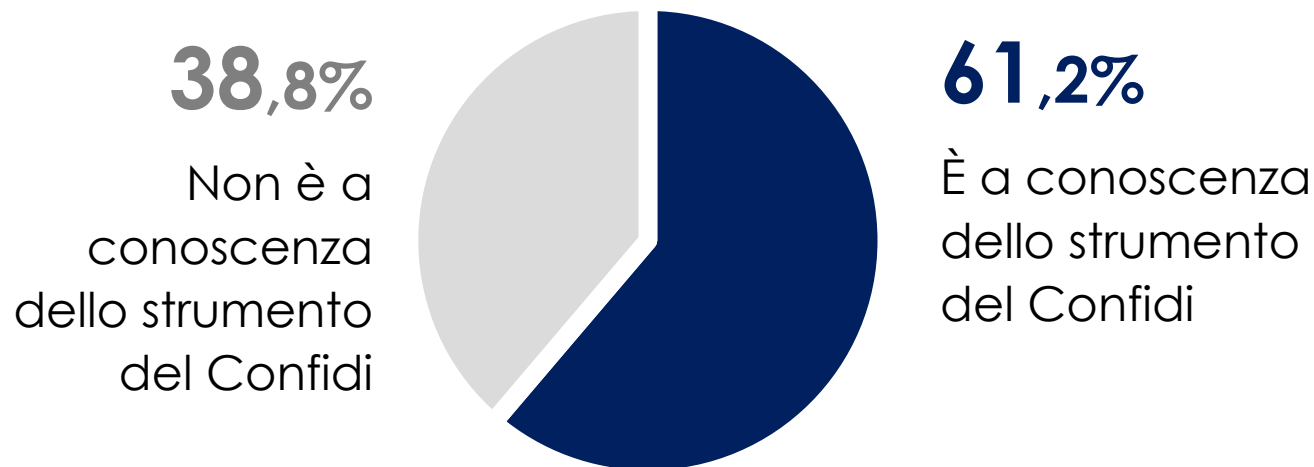
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi tre mesi, ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento alle garanzie richieste?

	FVG			INDICE	ITALIA	INDICE
	MIGLIORE	UGUALE	PEGGIORE			
2021 IV	3%	64%	33%	35		35
2022 I	3%	65%	32%	36		39
2022 II	3%	51%	46%	28		38
2022 III	1%	64%	35%	33		41
2022 IV	3%	62%	35%	34		38
2023 I	1%	58%	41%	30		30

**Base campione:** 821 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre tre mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2).  
 Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

# Conoscenza del Confidi | Il 61,2% delle imprese del terziario del FVG è a conoscenza dello strumento del Confidi. La conoscenza è più accentuata presso le imprese del commercio al dettaglio e presso quelle con oltre dieci addetti.

Lei è a conoscenza dello strumento del Confidi?



Lei è a conoscenza dello strumento del Confidi ?

		Commercio	Turismo	Servizi	1-9 Addetti	10-19 Addetti	Oltre i 19 Addetti
Sì	% col	68,0	53,2	58,7	51,3	61,0	71,6
No	% col	32,0	46,8	41,3	48,7	39,0	28,4

Base campione: 1536 casi. I dati sono riportati all'universo.

## Utilizzo del Confidi | Quasi il 30% delle imprese del terziario che conoscono il Confidi hanno avuto occasione di utilizzarlo almeno una volta in passato.

La Sua impresa ha mai utilizzato lo strumento del Confidi fino ad oggi?

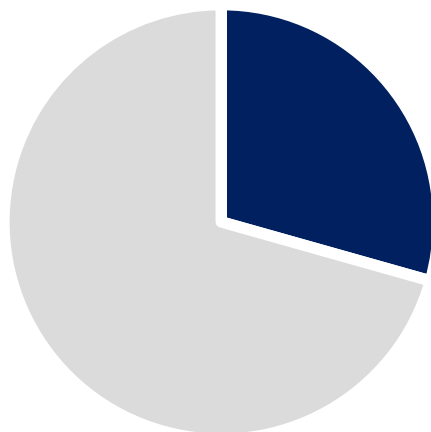
*(Rispondono solo le imprese che conoscono il confidi)*

### Per memoria:

*Le imprese che conoscono il Confidi sono il 61,2%.*

**70,6%**

Non ha mai  
utilizzato il  
Confidi



**29,4%**

Ha utilizzato  
almeno una  
volta il Confidi

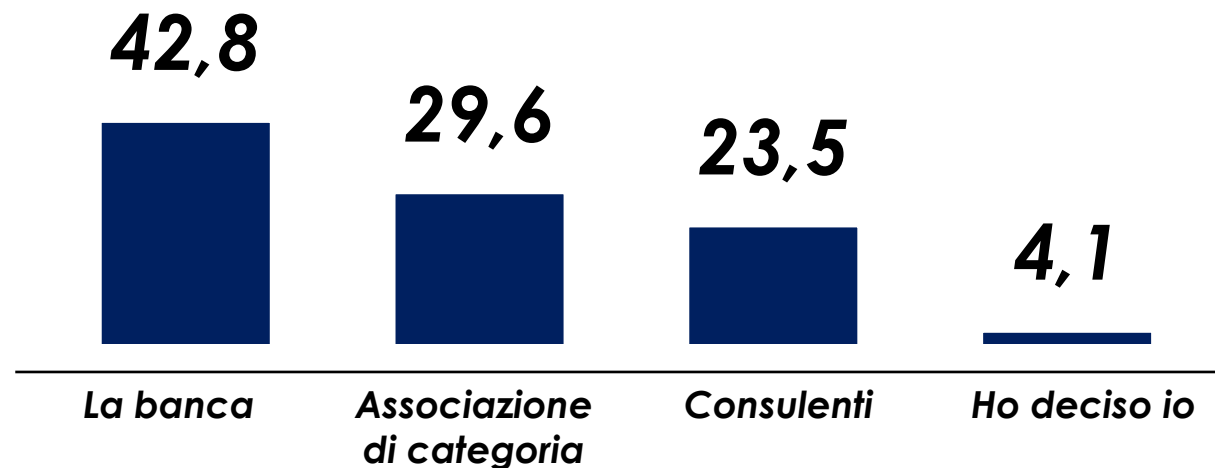
**Utilizzo del Confidi | L'utilizzo dello strumento del confidi è stato proposto alle imprese in prevalenza dalle banche (42,8%) dalle associazioni di categoria (29,6%), dai consulenti (23,5%). L'indicazione delle associazioni di categoria si rivela importante in prevalenza presso le imprese del turismo.**

L'utilizzo dello strumento del Confidi è stato proposto da...?

*(Rispondono solo le imprese che hanno utilizzato il Confidi)*

**Per memoria:**

*Le imprese che hanno utilizzato il Confidi sono il 29,4%.*



**L'utilizzo dello strumento del Confidi...**

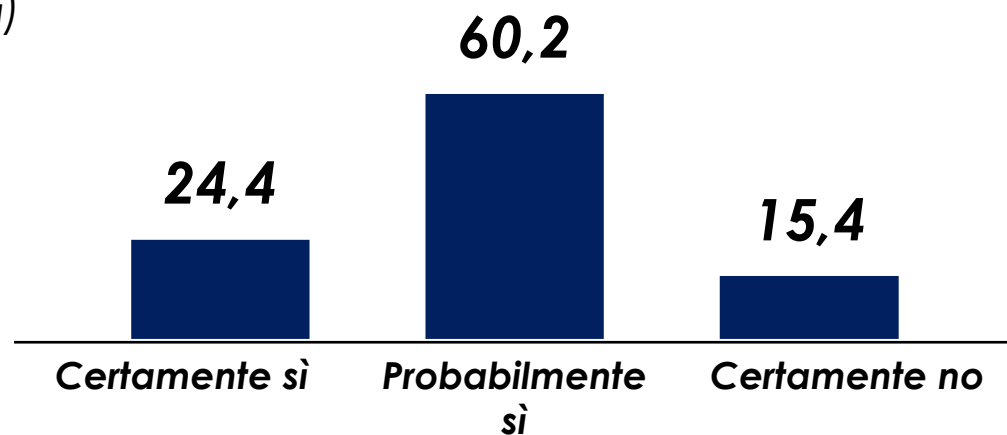
	Commercio	Turismo	Servizi	1-9 Addetti	10-19 Addetti	Oltre i 19 Addetti
...le è stato proposto dall'associazione di categoria	% col 9,7	47,3	22,3	19,4	19,0	62,8
...è stato proposto dalla banca	% col 41,4	2,3	53,2	42,0	70,2	12,4
... è stato proposto dai Suoi consulenti	% col 39,2	50,4	24,5	34,6	5,3	22,5
...non mi è stato proposto da alcun soggetto	% col 9,7	0,0	0,0	4,1	5,4	2,3

Base campione: 276 casi. I dati sono riportati all'universo.

**Confidi e finanziamenti concessi | Il 24,4% delle imprese che hanno utilizzato il Confidi pensa che avrebbe ottenuto il finanziamento anche senza questo strumento. Oltre il 15% delle imprese ritiene che senza il Confidi non avrebbe ottenuto il credito del quale aveva bisogno. Tra queste prevalgono le micro-imprese, operative nei settori del commercio al dettaglio e del turismo.**

Pensa che senza il Confidi avrebbe ugualmente ricevuto il finanziamento richiesto?

*(Rispondono solo le imprese che hanno utilizzato il Confidi e che hanno ottenuto un finanziamento negli ultimi sei mesi)*



Pensa che senza il Confidi avrebbe ugualmente ricevuto il finanziamento richiesto?

		Commercio	Turismo	Servizi	1-9 Addetti	10-19 Addetti	Oltre i 19 Addetti
Certamente sì	% col	21,0	25,0	28,7	16,3	20,0	27,9
Probabilmente sì	% col	51,4	60,6	65,3	46,7	61,2	65,0
Certamente no	% col	27,6	14,4	6,0	37,0	18,8	7,1

Base campione: 63 casi. I dati sono riportati all'universo.

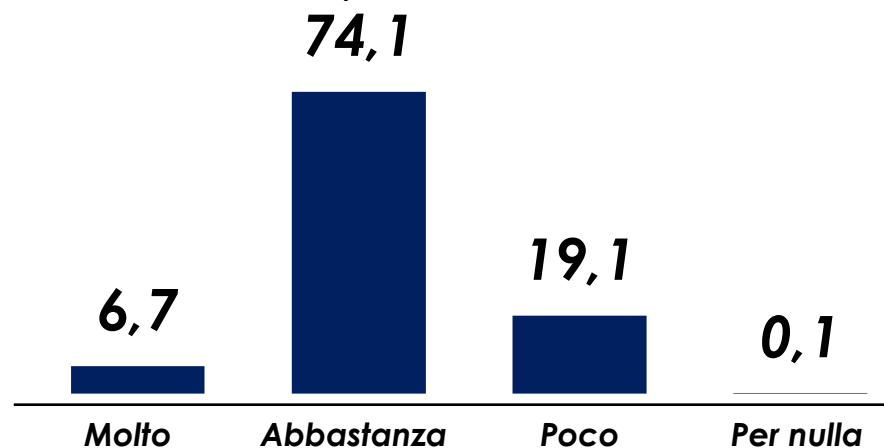
# Soddisfazione del Confidi | Dopo aver utilizzato il Confidi, oltre l'80% delle imprese si è detta «abbastanza» o «molto» soddisfatta di questo strumento rispetto alle aspettative che ne aveva precedentemente.

Dopo avere utilizzato il Confidi, quanto è rimasto soddisfatto di questo strumento, rispetto alle aspettative che ne aveva precedentemente?

(Rispondono solo le imprese che hanno utilizzato il Confidi)

## Per memoria:

Le imprese che hanno utilizzato il Confidi sono il 29,4%.



Dopo avere utilizzato il Confidi, quanto è rimasto soddisfatto di questo strumento, rispetto alle aspettative che ne aveva precedentemente?

		Commercio	Turismo	Servizi	1-9 Addetti	10-19 Addetti	Oltre i 19 Addetti
Molto	% col	7,8	5,4	7,3	6,6	11,8	5,7
Abbastanza	% col	76,0	75,4	66,4	75,0	45,8	74,1
Poco	% col	16,0	19,2	26,3	18,4	42,5	20,0
Per nulla	% col	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2

Base campione: 276 casi. I dati sono riportati all'universo.



**Investimenti futuri | Pensando ai prossimi due anni, nel caso in cui non potessero beneficiare del Confidi, il 12,8% delle imprese effettuerebbe comunque gli investimenti e senza problemi, il 32,6% effettuerebbe gli investimenti ma in misura ridotta mentre il 54,5% delle imprese non investirebbe senza il Confidi.**

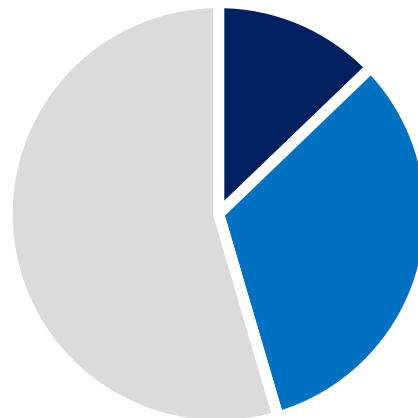
Nel caso in cui non potesse beneficiare del supporto del Confidi, effettuerà investimenti nei prossimi due anni...?

*(Rispondono solo le imprese che hanno utilizzato il Confidi)*

**Per memoria:**

*Le imprese che hanno utilizzato il Confidi sono il 29,4%.*

**54,5%**  
Non li effettuerà



**12,8%**

Li effettuerà comunque e senza problemi

**32,6%**

Li effettuerà ma in misura ridotta

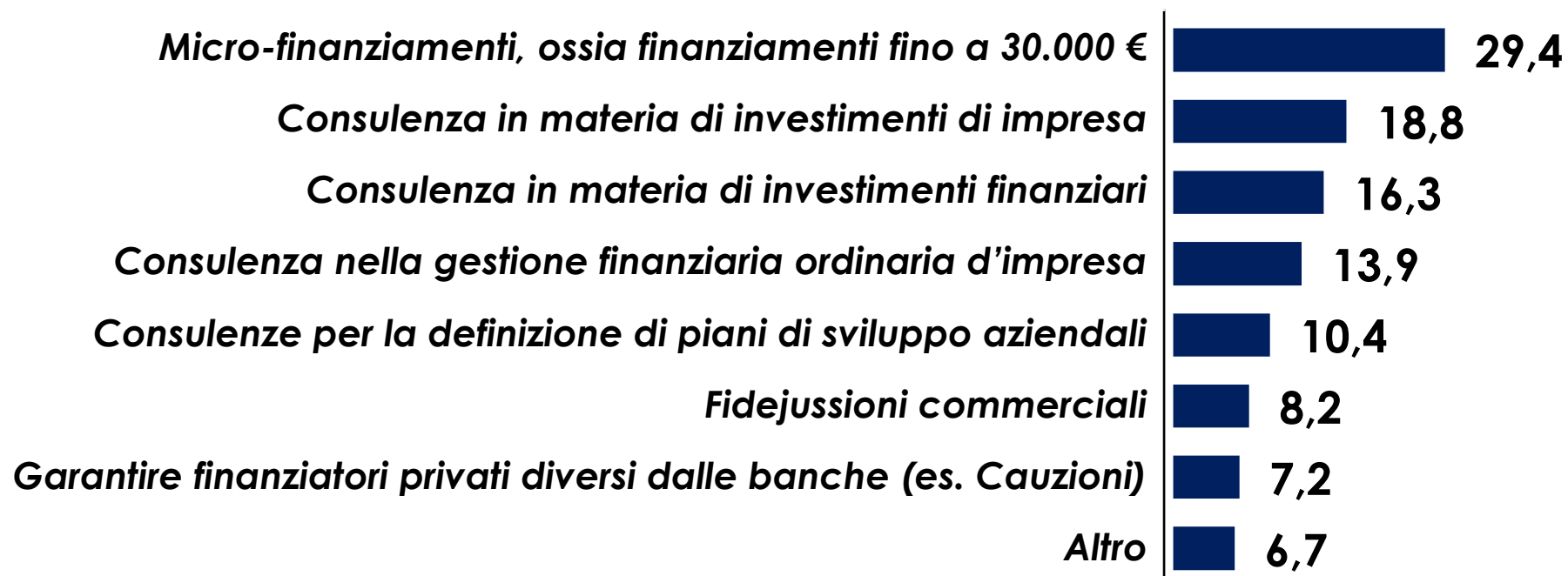
**Nel caso in cui non potesse beneficiare del supporto del Confidi, effettuerà investimenti nei prossimi due anni...?**

		Commercio	Turismo	Servizi	1-9 Addetti	10-19 Addetti	Oltre i 19 Addetti
Li effettuerò comunque senza alcun problema	% col	19,1	2,3	9,5	7,0	22,1	65,3
Li effettuerò, ma in misura ridotta	% col	38,2	50,4	23,6	32,9	33,0	18,6
Non li effettuerò	% col	42,7	47,3	66,9	60,1	44,9	16,1

Base campione: 276 casi. I dati sono riportati all'universo.

**I servizi desiderati dalle imprese | Tra i diversi servizi che i Confidi potrebbero offrire le imprese suggeriscono maggiormente i micro-finanziamenti (29,4%), e le consulenze in materia di investimenti di impresa (18,8%) e in materia di investimenti finanziari (16,3%).**

Attualmente il Confidi ricopre un ruolo di rilascio di garanzie collettive dei fidi e di servizi connessi o strumentali, a favore delle piccole e medie imprese. Oltre questo, quali tra i seguenti servizi gradirebbe che il Confidi erogasse o potenziasse in favore della Sua impresa?



Base campione: 1.536 casi. La somma dei valori è diversa da 100 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

**Servizi che le imprese acquisterebbero | Rispetto ai servizi desiderati dalle imprese i micro-finanziamenti, oltre ad essere il servizio più desiderato, risulta pure il servizio per cui il maggior numero di imprese sarebbe disposta a pagare. A seguire, le fidejussioni, desiderate solo all'8,2% verrebbero acquistate dal 48,9% di queste imprese.**

La Sua impresa sarebbe disposta ad usufruire dei seguenti servizi a pagamento?

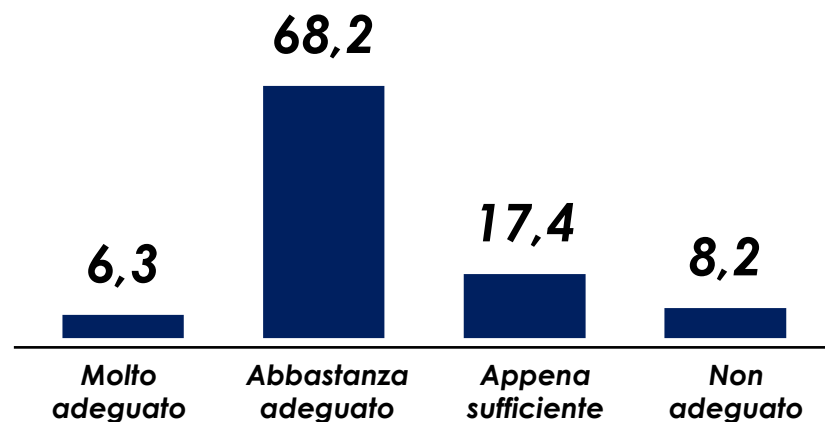
*(Per ciascun item rispondono le imprese che hanno indicato di desiderare il servizio specifico)*

	<b>Lo desiderano (%)</b>	<b>...di cui (%) pagherebbero</b>
<b>Micro-finanziamenti, ossia finanziamenti fino a 30.000 €</b>	29,4	56,4
<b>Consulenza in materia di investimenti di impresa</b>	18,8	34,0
<b>Consulenza in materia di investimenti finanziari</b>	16,3	14,2
<b>Consulenza nella gestione finanziaria ordinaria d'impresa</b>	13,9	30,4
<b>Consulenze per la definizione di piani di sviluppo aziendali</b>	10,4	39,9
<b>Fidejussioni commerciali</b>	8,2	48,9
<b>Garantire finanziatori privati diversi dalle banche (es. Cauzioni)</b>	7,2	34,1
<b>Altro</b>	6,7	0,1

Base campione: Basi campione diverse per ciascun item. I dati sono riportati all'universo.

## Adeguatezza dei Confidi | Oltre il 70% delle imprese giudica «abbastanza» o «molto» adeguato lo strumento del Confidi nel suo ruolo di “supporto” e di “assistenza” nella gestione degli aspetti relazionali con le Banche alle quali si appoggiano.

A Suo avviso, nel rapporto con le banche, quanto considera adeguato lo strumento del Confidi nel suo ruolo di “supporto” e di “assistenza” anche nella gestione degli aspetti relazionali tra la Sua impresa e gli istituti di credito ai quali si appoggia?



A Suo avviso, nel rapporto con le banche, quanto considera adeguato lo strumento del Confidi nel suo ruolo di “supporto” e di “assistenza” anche nella gestione degli aspetti relazionali tra la Sua impresa e gli istituti di credito ai quali si appoggia?

		Commercio	Turismo	Servizi	1-9 Addetti	10-19 Addetti	Oltre i 19 Addetti
Molto adeguato	% col	2,0	6,3	9,3	1,3	6,5	7,4
Abbastanza adeguato	% col	64,3	42,9	58,3	66,7	57,6	70,0
Appena sufficiente	% col	25,4	37,7	25,8	23,4	27,7	17,0
Non adeguato	% col	8,3	13,1	6,6	8,5	8,2	5,6

Base campione: 1.536 casi. I dati sono riportati all'universo.

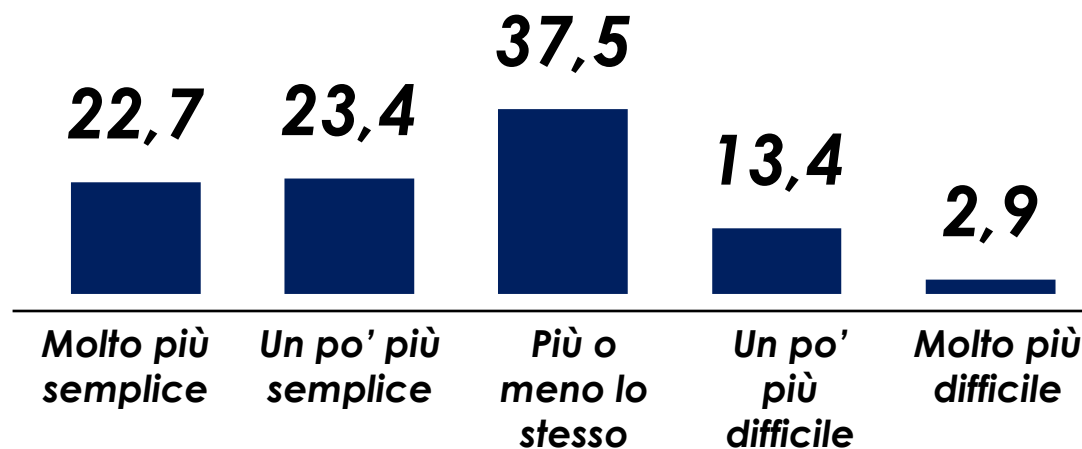
# Il ruolo del Confidi a supporto delle imprese nella relazione con la Banca | Quasi il 50% delle imprese ritiene che grazie al Confidi la relazione con la propria Banca sia più semplice, quando non «molto più semplice». Meno del 40% ritiene che il rapporto con la Banca sia invece più o meno lo stesso.

Pensando alla Sua esperienza, Lei direbbe che interagire con il Confidi, rispetto al rapporto con la banca, è...

*(Rispondono solo le imprese che hanno utilizzato il Confidi)*

## Per memoria:

Le imprese che hanno utilizzato il Confidi sono il 29,4%.



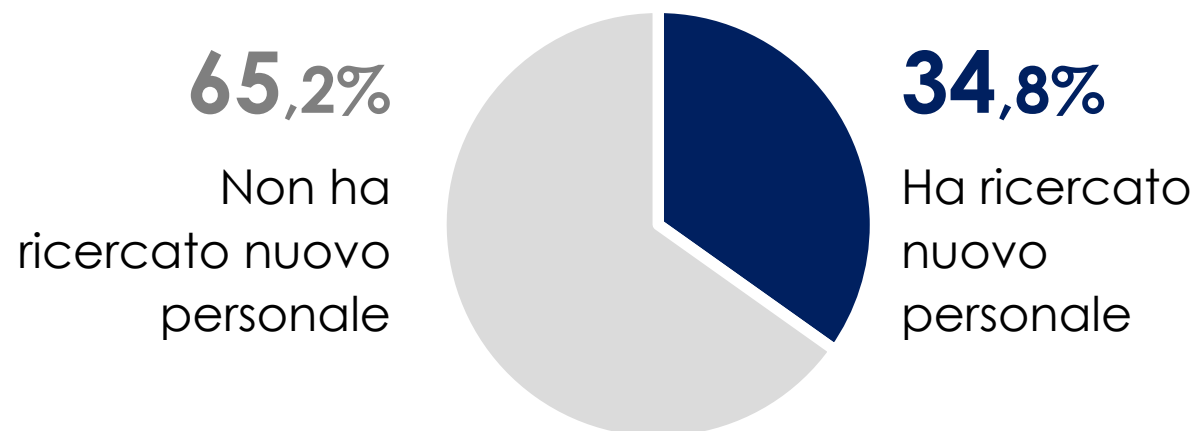
Pensando alla Sua esperienza, Lei direbbe che interagire con il Confidi, rispetto al rapporto con la banca, è...

		Commercio	Turismo	Servizi	1-9 Addetti	10-19 Addetti	Oltre i 19 Addetti
Molto più semplice	% col	15,6	47,3	11,4	13,2	17,3	28,6
Leggermente più semplice	% col	18,7	50,4	9,3	13,2	21,6	30,5
Sostanzialmente uguale	% col	44,6	0,0	64,2	55,2	34,8	32,5
Leggermente più difficile	% col	14,8	0,0	15,2	13,0	26,4	8,2
Molto più difficile	% col	6,3	2,3	0,0	5,4	0,0	0,2

Base campione: 276 casi. I dati sono riportati all'universo.

**Ricerca di personale | Nell'ultimo biennio 2021-2022 il 34,8% delle imprese del Friuli-Venezia Giulia ha cercato nuovo personale. Il rimanente 65,2% non lo ha fatto almeno nell'ultimo biennio.**

La sua impresa ha ricercato nuovo personale nell'ultimo biennio 2021-2022?

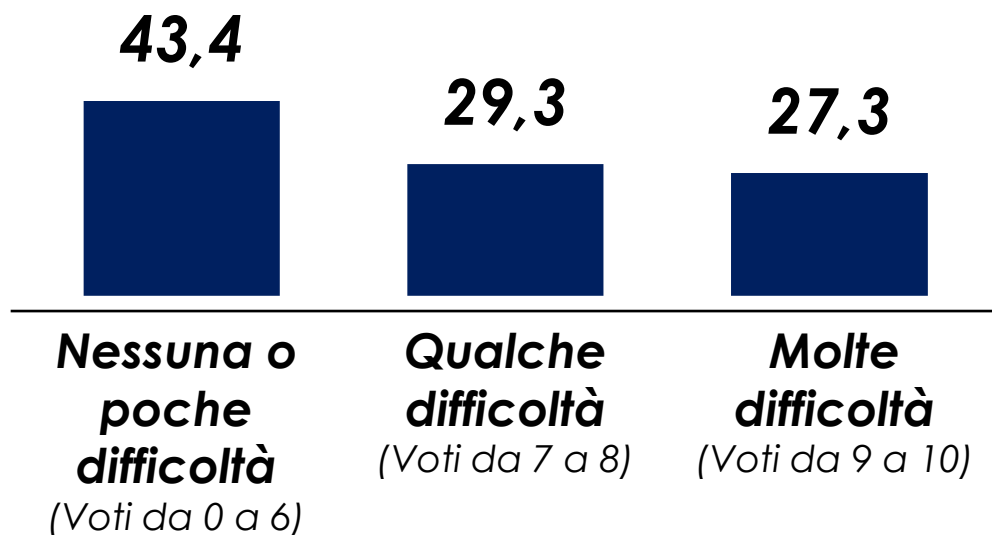


**Difficoltà nella ricerca del personale | Il 43,4% delle imprese che hanno ricercato nuovo personale non hanno riscontrato molte difficoltà, il 29,3% afferma di aver riscontrato qualche difficoltà e il 27,3% ritiene di avere incontrato moltissime difficoltà nel reperimento del personale di cui l'impresa aveva bisogno.**

La Sua impresa ha avuto / sta avendo difficoltà nel reclutamento delle risorse umane ricercate?  
(Rispondono solo le imprese che nell'ultimo biennio hanno ricercato nuovo personale)

**Per memoria:**

Le imprese che hanno ricercato nuovo personale sono il 34,8%.



Base campione: 534 casi. I dati sono riportati all'universo.

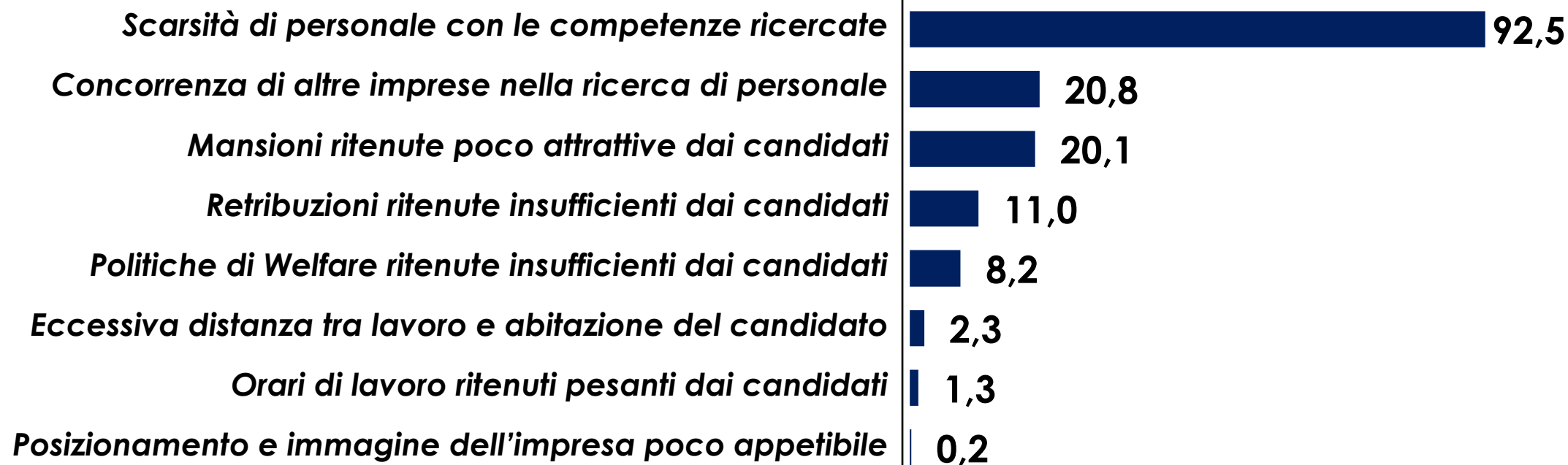
## Le difficoltà incontrate | La scarsità di candidati con le competenze richieste costituisce la ragione principale alla base del mismatch tra domanda e offerta di lavoro.

Quali sono, a Suo avviso, le principali motivazioni a causa delle quali la Sua impresa sta riscontrando difficoltà nel reperire nuovo personale?

*(Rispondono solo le imprese che affermano di aver riscontrato delle difficoltà)*

### **Per memoria:**

Le imprese che hanno riscontrato delle difficoltà (Voti da 7 a 10) sono il 56,6%.



Base campione: 302 casi. I dati sono riportati all'universo.



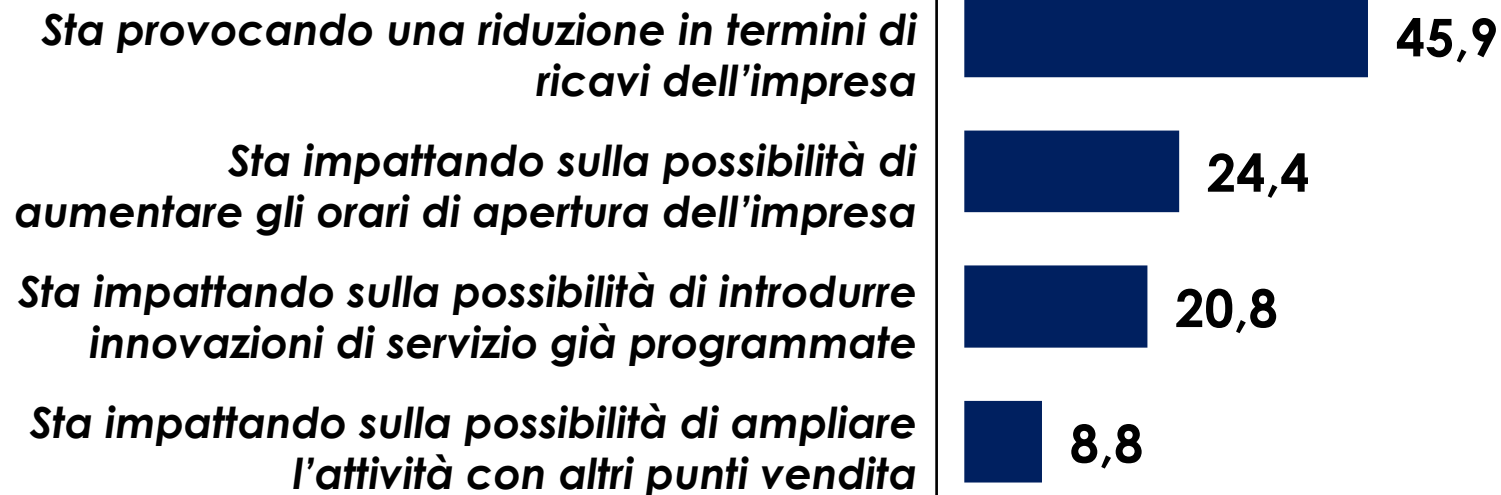
**L'impatto sull'impresa | Gli aspetti del business su cui queste difficoltà di reperimento del personale impattano maggiormente sono una riduzione dei ricavi per il 45,9% delle imprese, impossibilità di ampliare le fasce orarie di apertura al 24,4%, introdurre innovazioni di servizio 20,8% e aprire nuovi locali all'8,8%.**

Su quali aspetti del business della Sua impresa sta impattando la difficoltà di identificare i profili ricercati?

*(Rispondono solo le imprese che hanno riscontrato delle difficoltà)*

**Per memoria:**

*Le imprese che hanno riscontrato delle difficoltà (Voti da 7 a 10) sono il 56,6%.*



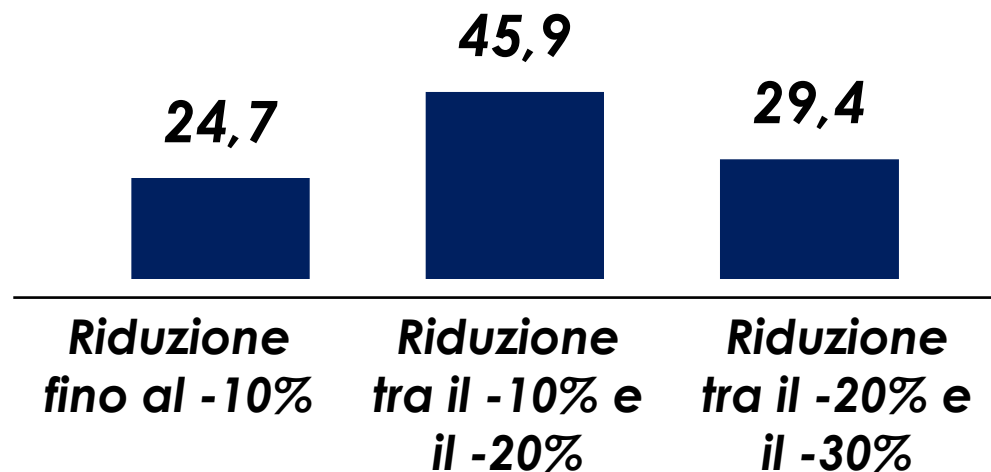
## Riduzione dei ricavi | Le difficoltà delle imprese nel trovare il personale del quale hanno bisogno produce come effetto una riduzione dei ricavi (IN MEDIA) del 18%.

Quanto sta impattando in termini di riduzione dei ricavi per la sua impresa la difficoltà di identificare i profili ricercati?

*(Rispondono solo le imprese che hanno segnalato una riduzione dei ricavi)*

### Per memoria:

*Le imprese che hanno segnalato una riduzione dei ricavi sono il 45,9%.*



### Riduzione media:

*Mediamente la riduzione dei ricavi segnalata è pari al **18%***

# Metodo | Scheda tecnica della ricerca

## COMMITTENTE

Unione Regionale del Commercio del Turismo e dei Servizi delle province del Friuli Venezia Giulia (Confcommercio Friuli Venezia Giulia).

## AUTORE

Format Research Srl ([www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com))

## OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sull'andamento economico e sul fabbisogno del credito delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia.

## DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia. Domini di studio del campione: Dimensione (1-9 addetti, 10-49 addetti, oltre 49 addetti), Settore di attività (commercio all'ingrosso, commercio al dettaglio, turismo, servizi), Territorio (Gorizia, Pordenone, Trieste, Udine).

## NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 1.536 casi (1.536 interviste a buon fine). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 2,5\%$ ). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

## METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati/Cawi

## TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

## PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 5 al 21 aprile 2023.

## CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione Imprese italiani), e della «Legge sulla Privacy» (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003 e Regolamento UE n. 679/2016 art. 13-14).

## DIRETTORE DELLA RICERCA E STAFF

Dott. Pierluigi Ascani

Dott. Stefano Ascani

# Metodo | Universo rappresentato e struttura del campione

## UNIVERSO DELLE IMPRESE DEL FVG DEL COMMERCIO, TURISMO E SERVIZI

		1-9	10-19	>19	Totale
Gorizia	Commercio	1.769	42	15	1.826
	Turismo	754	38	15	807
	Servizi	2.196	63	36	2.295
	<b>Totale</b>	<b>4.719</b>	<b>143</b>	<b>66</b>	<b>4.928</b>
Pordenone	Commercio	4.432	132	63	4.627
	Turismo	1.305	64	22	1.391
	Servizi	5.750	146	71	5.967
	<b>Totale</b>	<b>11.487</b>	<b>342</b>	<b>156</b>	<b>11.985</b>
Trieste	Commercio	2.637	74	31	2.742
	Turismo	1.211	67	24	1.302
	Servizi	4.867	149	102	5.117
	<b>Totale</b>	<b>8.715</b>	<b>290</b>	<b>157</b>	<b>9.161</b>
Udine	Commercio	7.488	218	99	7.805
	Turismo	3.246	166	68	3.480
	Servizi	10.503	221	141	10.864
	<b>Totale</b>	<b>21.237</b>	<b>605</b>	<b>308</b>	<b>22.149</b>
FVG	Commercio	16.326	467	208	17.000
	Turismo	6.516	335	130	6.980
	Servizi	23.316	578	349	24.243
	<b>Totale</b>	<b>46.158</b>	<b>1.379</b>	<b>686</b>	<b>48.223</b>

## CAMPIONE REALIZZATO DELLE IMPRESE DEL FVG DEL COMMERCIO, TURISMO E SERVIZI

		1-9	10-19	>19	Totale
Gorizia	Commercio	91	7	0	98
	Turismo	14	7	0	21
	Servizi	56	14	0	70
	<b>Totale</b>	<b>161</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>189</b>
Pordenone	Commercio	153	60	13	226
	Turismo	3	3	2	8
	Servizi	75	28	20	123
	<b>Totale</b>	<b>231</b>	<b>91</b>	<b>35</b>	<b>357</b>
Trieste	Commercio	91	7	0	98
	Turismo	21	21	0	42
	Servizi	91	56	0	147
	<b>Totale</b>	<b>203</b>	<b>84</b>	<b>0</b>	<b>287</b>
Udine	Commercio	204	98	7	309
	Turismo	49	7	0	56
	Servizi	239	78	21	338
	<b>Totale</b>	<b>492</b>	<b>183</b>	<b>28</b>	<b>703</b>
FVG	Commercio	539	172	20	731
	Turismo	87	38	2	127
	Servizi	461	176	41	678
	<b>Totale</b>	<b>1.087</b>	<b>386</b>	<b>64</b>	<b>1.537</b>

Fonte: I.Stat 2022

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2023 © Copyright Format Research Srl



Format Research s.r.l.  
Via Ugo Balzani 77, 00162 Roma, Italia  
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004  
rea roma 747042, cap. soc. € 25.850,00 i.v.

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
Membro: Assim, Confcommercio, Esomar, SIS

Format Business Intelligence s.r.l.  
Via Sebastiano Caboto 22/a, 33170 Pordenone, Italia  
[format@pec.formatbusinessintelligence.com](mailto:format@pec.formatbusinessintelligence.com)  
cf, p. iva e reg. imp. pordenone 01786200939  
rea pordenone 104460, cap. soc. € 10.000,00 i.v.