



## diario economico | febbraio 2017

i principali indicatori economici in italia e nel friuli venezia giulia

rapporto di ricerca – quarto trimestre 2016

udine, 16 febbraio 2017 (14292fv02)

# agenda



## **considerazioni generali di sintesi**

*clima di fiducia*

*demografia delle imprese*

*conti nazionali e consumi*

*lavoro*

*formazione*

*e.commerce*

# considerazioni di sintesi |

## Clima di fiducia

A gennaio torna a migliorare il **clima di fiducia** delle imprese su base mensile, **ferma restando la stagnazione che si è registrata su base trimestrale**. Allo stesso tempo, flette il *sentiment* dei consumatori, in contrazione rispetto a dicembre 2016.

## Demografia delle imprese

In **Italia**, nell'arco del 2016 **sono nate 363.488 nuove imprese**: 282.922 imprese del terziario, 80.566 imprese degli altri settori di attività economica. Allo stesso tempo **sono cessate 322.134 imprese**: 214.549 imprese del terziario, 107.585 imprese degli altri settori di attività economica. Il **saldo tra nuove iscrizioni e cessazioni risulta dunque positivo**: +41.354 imprese (+68.373 del terziario, -27.019 degli altri settori), per una **variazione tendenziale (2016 su 2015) pari a +0,7%**.

In **Friuli Venezia Giulia**, nell'arco del 2016 **sono nate 5.264 nuove imprese**: 3.952 imprese del terziario, 1.312 imprese degli altri settori di attività economica. Allo stesso tempo **sono cessate 6.073 imprese**: 3.811 imprese del terziario, 2.262 imprese degli altri settori di attività economica. Il **tra nuove iscrizioni e cessazioni risulta dunque negativo**: -809 imprese (+155 del terziario, -964 degli altri settori), per una **variazione tendenziale (2016 su 2015) pari a -0,3%**. **La variazione negativa è dovuta solo alle imprese della manifattura e delle costruzioni**.

## Conti nazionali e consumi

La variazione acquisita del **Prodotto Interno Lordo (PIL)** a livello nazionale nel 2016 sul 2015 è stata pari al **+1,1%**. In questo contesto, sono risultati **in crescita gli investimenti fissi lordi** come anche la **produzione industriale**. L'indice dei prezzi al consumo registra un timido miglioramento, dando il via ad un **lento processo di fuoriuscita dal periodo di deflazione** e una scossa alla stagnazione della domanda, con l'**incremento dei consumi su base tendenziale pari al +0,5%** (positivo anche se in rallentamento rispetto a quanto rilevato nel 2015).

## considerazioni di sintesi |

**Risultati in chiaroscuro per gli esercizi commerciali nei corsi delle festività natalizie 2016.** Il 48% degli operatori denuncia un calo dei ricavi rispetto allo scorso anno. Il 52% un aumento o comunque una stabilità. Tra gli esercenti che hanno ravvisato un miglioramento o comunque una stabilità dei ricavi, il 72% ha registrato un aumento del numero di accessi in negozio e il 13% un incremento della spesa media. In media, **la presenza dei mercatini natalizi ha contribuito ad un incremento di circa il +2% degli accessi in negozio.**

### Conti nazionali e consumi

**Nell'arco del 2016** si è registrato un **aumento del tasso di occupazione in Friuli Venezia Giulia**, che si conferma al di sopra della media nazionale. Allo stesso tempo, si registra una **lievissima crescita del tasso di disoccupazione**, pur confermando il **miglior posizionamento della regione rispetto alla media**. La lieve crescita del tasso di disoccupazione è un **fatto positivo** se si considera il **calo degli inattivi: è aumentata la quota di persone alla ricerca di un lavoro**, (un «inattivo» diventa «disoccupato»). **La crescita dell'occupazione nel 2016 in Friuli Venezia Giulia è stata trainata dalle assunzioni a termine e in apprendistato. In calo le assunzioni a tempo indeterminato** (-36,5% in un anno, flessione più forte rispetto al -32,3% registrato a livello nazionale).

### Formazione

Le **competenze professionali** risultano essere un **fattore decisivo in sede di assunzione di nuovo personale** per oltre la metà degli imprenditori. In generale, **il 77% delle imprese non ha incrementato l'organico negli ultimi 12 mesi**. Di queste, **il 17% ne avrebbe avuto bisogno**, ma ha rinunciato anche per la **scarsa presenza di personale qualificato sul mercato**.

**Il 57% degli imprenditori considera la «formazione» un aspetto chiave nell'ottica di disporre di personale qualificato.**

**Oltre il 70%** delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia considera la **formazione svolta in azienda un'attività di primaria importanza**, prevalentemente in termini di crescita professionale per il personale.

## considerazioni di sintesi |

### E.commerce

**Il 65,6% degli italiani dispone di un accesso ad internet.** Tale quota sale al **69,4% in Friuli Venezia Giulia**, che in questo senso è la terza regione dopo Trentino Alto Adige e Lombardia. Il **Friuli Venezia Giulia** si posiziona nettamente **tra le regioni più «avanzate» in Italia** in fatto di infrastrutture telematiche (è al secondo posto per **diffusione di banda larga**).

**Sul lato imprese**, la quota di **quelle che accedono a internet sale a circa il 75% (tutti i settori)**. Il **Friuli Venezia Giulia** compare nella *top ten* tra le regioni italiane per disponibilità di connessione a internet presso le imprese.

Il 62% delle imprese del Friuli Venezia Giulia non rileva deficit infrastrutturali. Ciò nonostante, esiste un 38% di operatori che percepisce un qualche genere di problematica che suggerisce di continuare a lavorare per migliorare.

Isolando il **terziario**, sono **poco meno del 90%** le imprese che dispongono di almeno una connessione a internet (la quota raggiunge quasi il 100% tra gli operatori più grandi e presso quelli dei servizi).

Circa il **69% delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia** sono in possesso di **un proprio sito web**. Si tratta prevalentemente degli operatori più grandi e di quelli dei servizi.

In **Italia**, a disporre di un proprio **sito web sono circa il 67% delle imprese**, di cui poco più dell'**11% lo utilizza per vendere**.

In **Friuli Venezia Giulia** la quota di **operatori che effettuano e.commerce arriva a toccare il 15%**. Tra le imprese della regione che non effettuano e.commerce, **il 34% prenderebbe in considerazione l'idea di farlo a fronte di un miglioramento della situazione delle infrastrutture telematiche**.

Per le imprese del commercio al dettaglio del **Friuli Venezia Giulia** che effettuano attività di e.commerce, **il 24% dei ricavi proviene dal sito di commercio elettronico**.

# agenda



*considerazioni generali di sintesi*

**clima di fiducia**

*demografia delle imprese*

*conti nazionali e consumi*

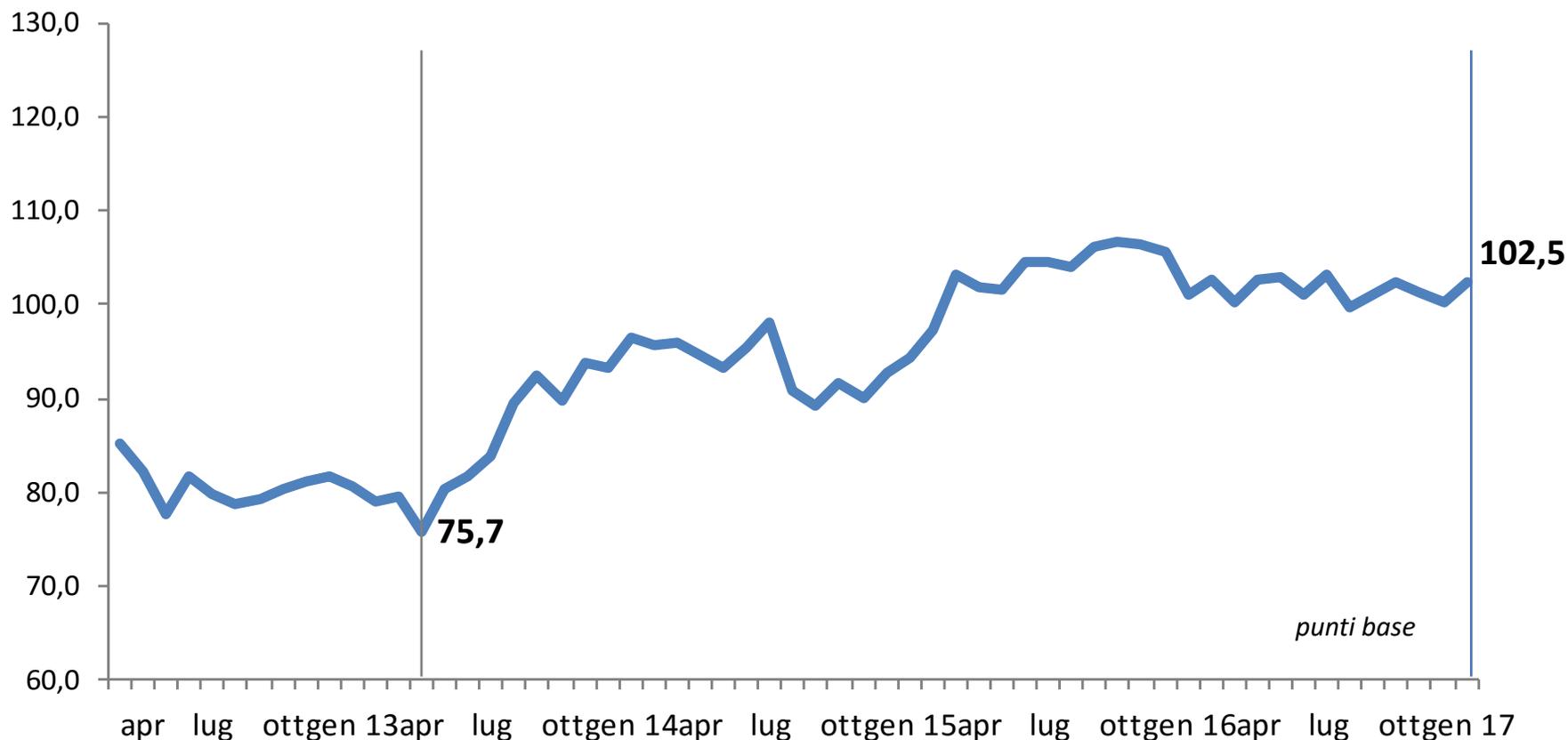
*lavoro*

*formazione*

*e.commerce*

# andamento delle imprese italiane | a gennaio torna a migliorare il clima di fiducia su base mensile, ferma restando la stagnazione che si è registrata su base trimestrale...

## Andamento della fiducia delle imprese italiane secondo l'istituto nazionale di statistica

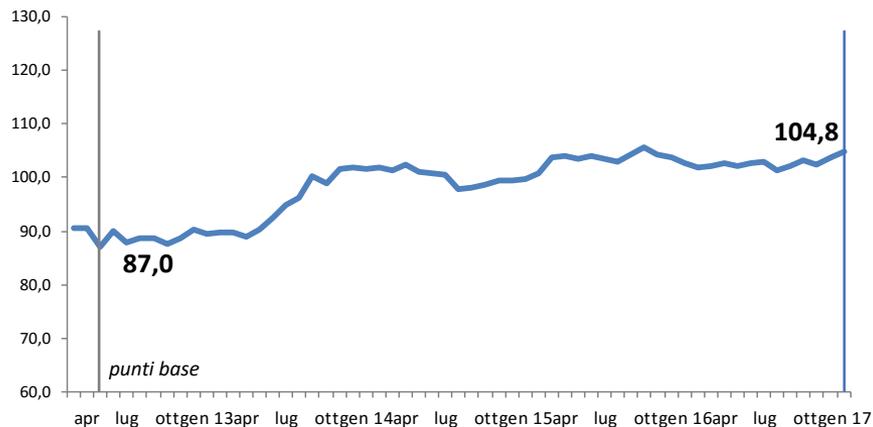


Fonte: Istat, Fiducia delle imprese e dei consumatori, Gennaio 2017

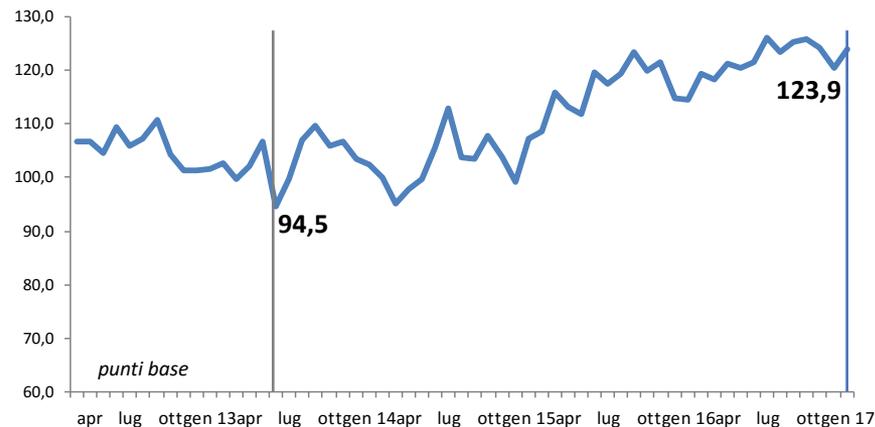
Indici destagionalizzati. Base 2010=100 (nuova riclassificazione).

# andamento delle imprese italiane | ...la fiducia presso le imprese dei vari settori di attività economica...

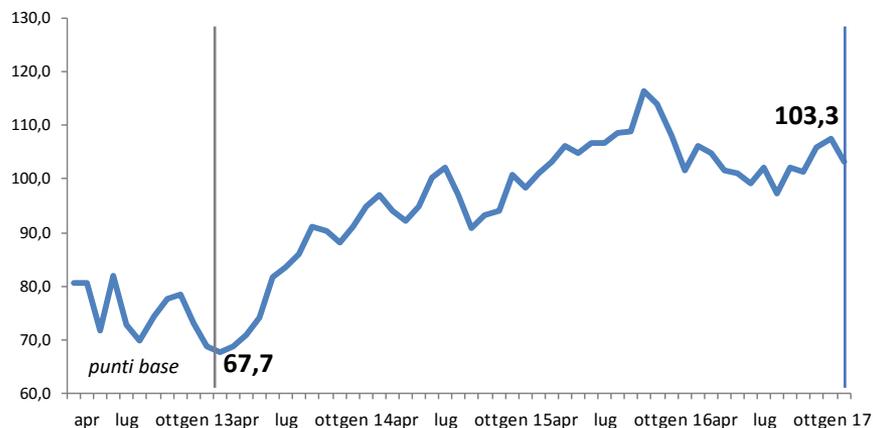
## andamento della fiducia delle imprese della manifattura



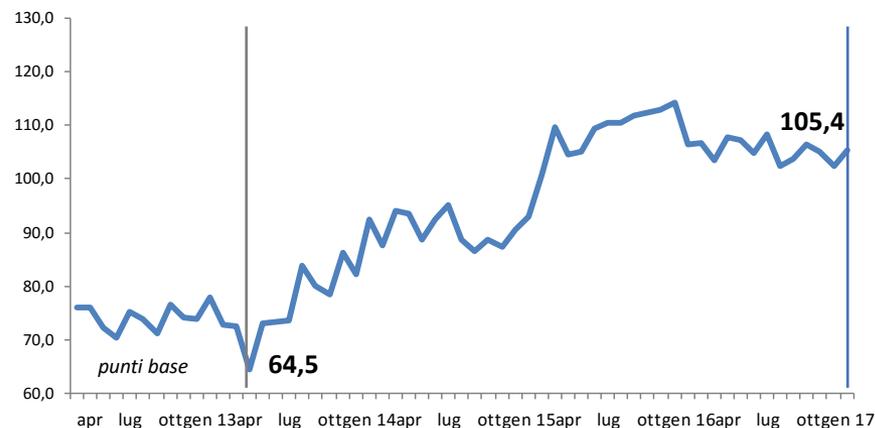
## andamento della fiducia delle imprese delle costruzioni



## andamento della fiducia delle imprese del commercio



## andamento della fiducia delle imprese dei servizi

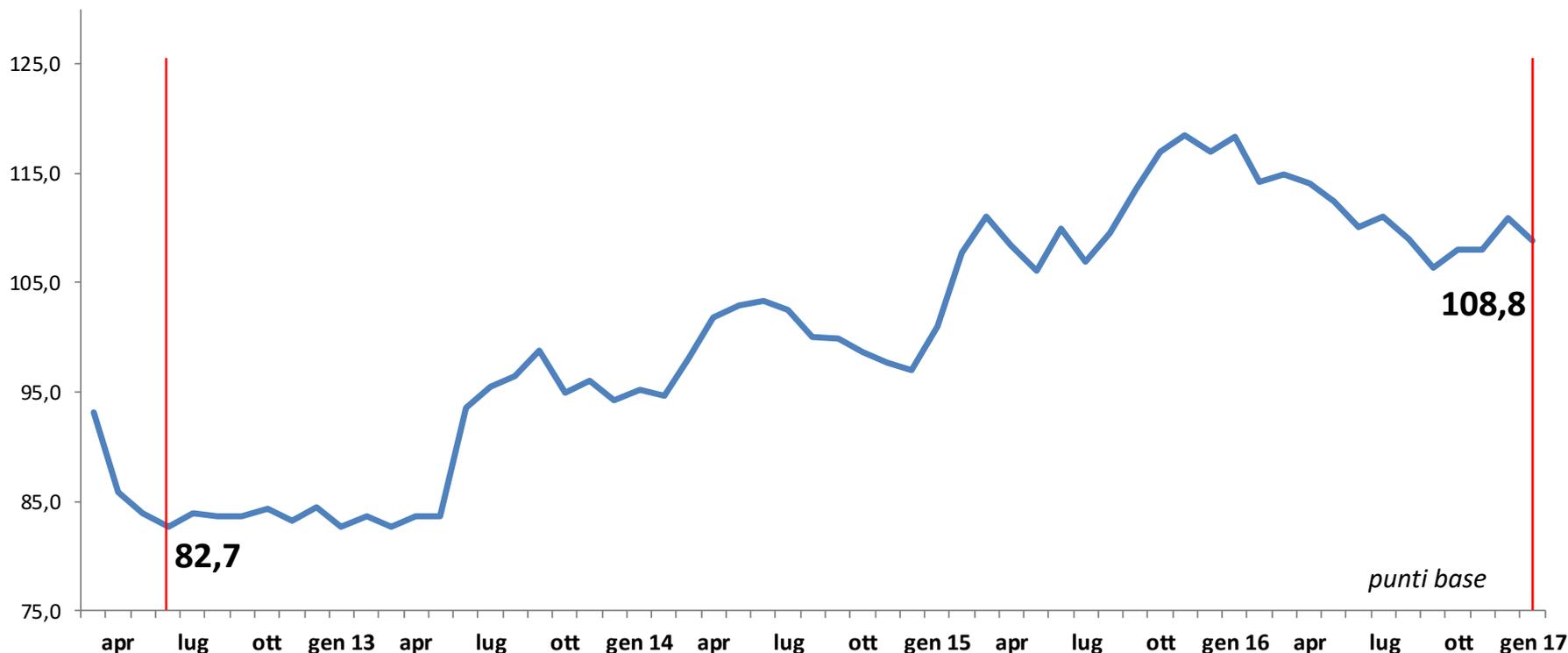


Fonte: Istat, Fiducia delle imprese e dei consumatori, Gennaio 2017

Indici destagionalizzati. Base 2010=100 (nuova riclassificazione).

**fiducia dei consumatori | in flessione il clima di fiducia dei consumatori... la contrazione si registra rispetto a dicembre 2016, ma operando un confronto con i mesi precedenti, il dato resta sostanzialmente lineare...**

### Andamento della fiducia dei consumatori secondo l'istituto nazionale di statistica



**Fonte: Istat, Fiducia dei consumatori, Gennaio 2017**

L'indice è elaborato sulla base di nove domande ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori. I risultati delle nove domande, espressi in forma di saldi ponderati su dati grezzi, sono aggregati tramite media aritmetica semplice; il risultato è poi riportato a indice (in base 2010) e destagionalizzato con il metodo diretto.

# agenda



*considerazioni generali di sintesi*

*clima di fiducia*

**demografia delle imprese**

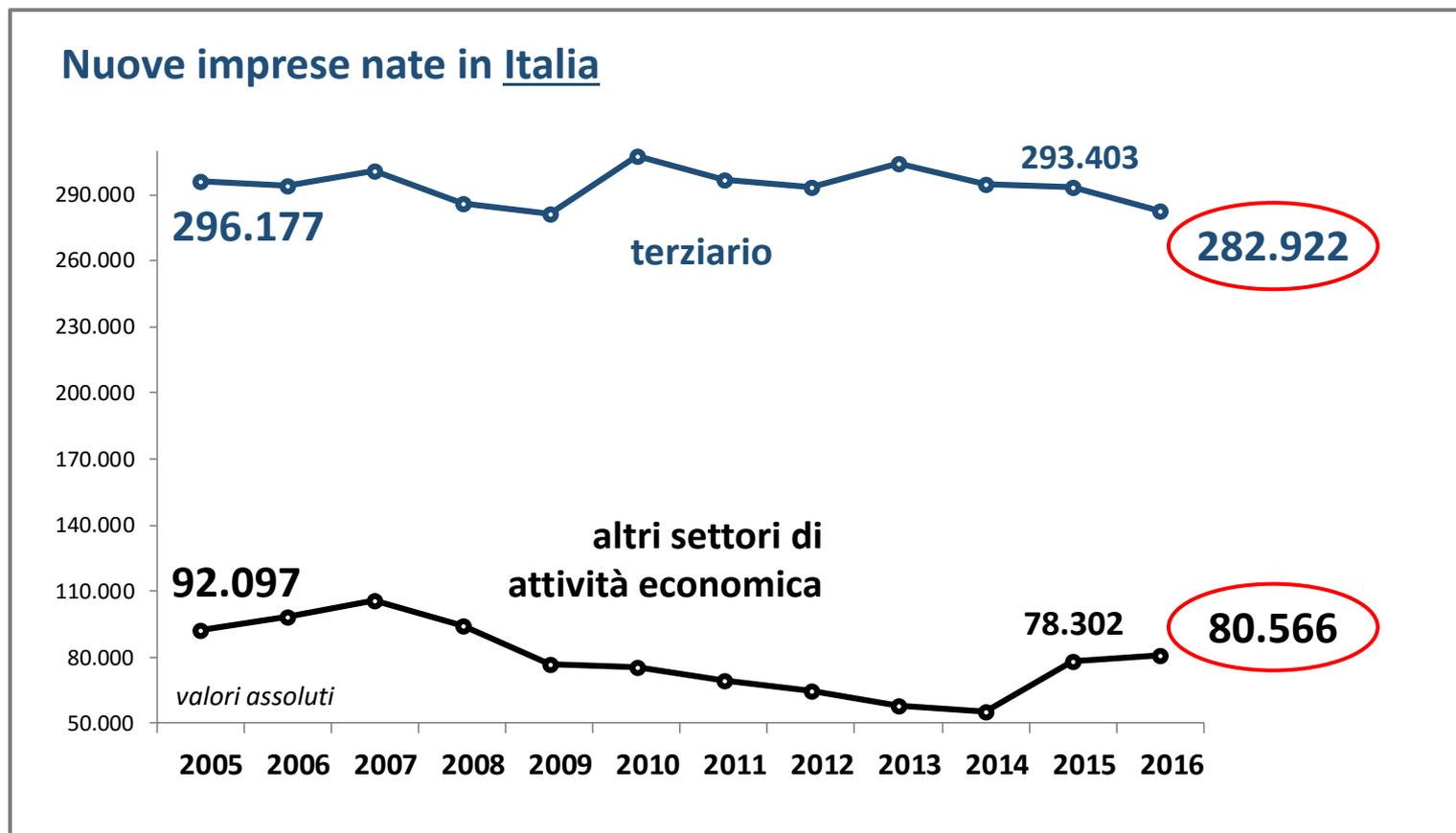
*conti nazionali e consumi*

*lavoro*

*formazione*

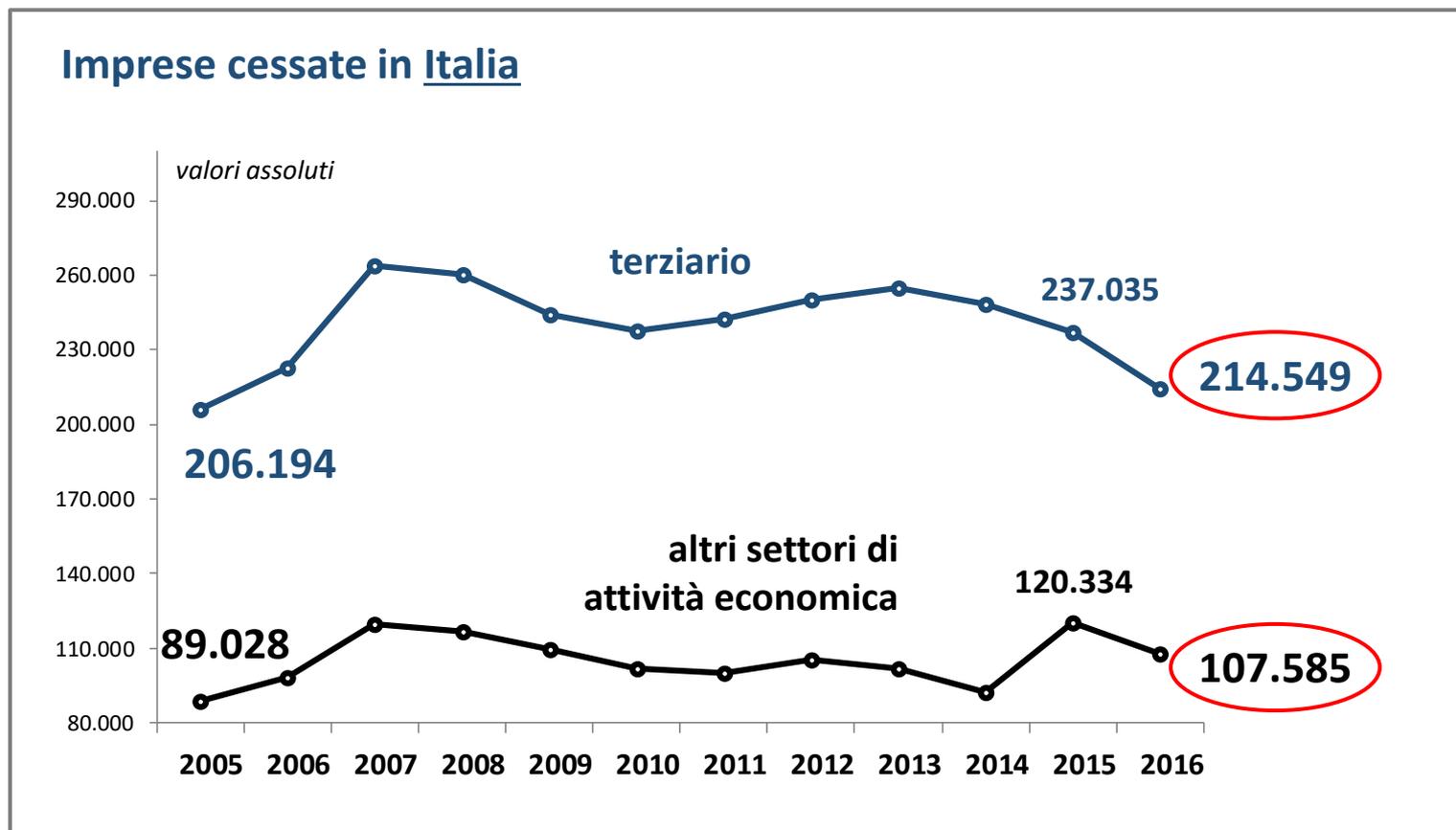
*e.commerce*

**iscrizioni ITALIA 2016 | in italia nell'arco del 2016 sono nate 363.488 nuove imprese: 282.922 imprese del terziario, 80.566 imprese degli altri settori di attività economica...**



Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

**cessazioni ITALIA 2016 | in italia nell'arco del 2016 sono cessate 322.134 imprese: 214.549 imprese del terziario, 107.585 imprese degli altri settori di attività economica...**



Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

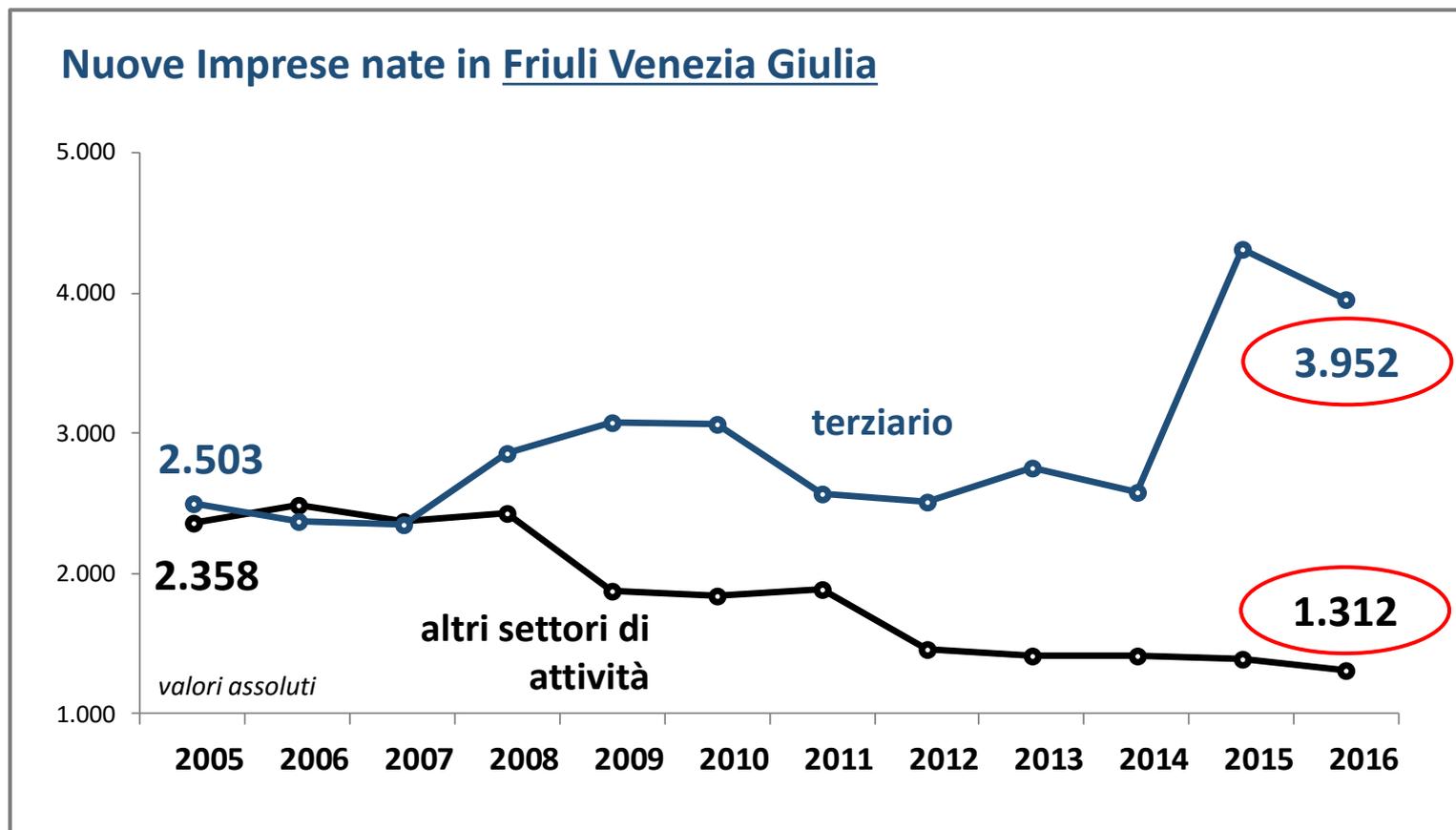
**saldo tra iscritte e cessate ITALIA 2016 | in italia, nel 2016, si è registrato un saldo positivo tra nuove iscrizioni e cessazioni: +41.354 imprese (+68.373 del terziario, -27.019 degli altri settori)...**



**VARIAZIONE**  
**'16 su '15**  
**Imprese**  
**ITALIA:**  
**+0,7%**

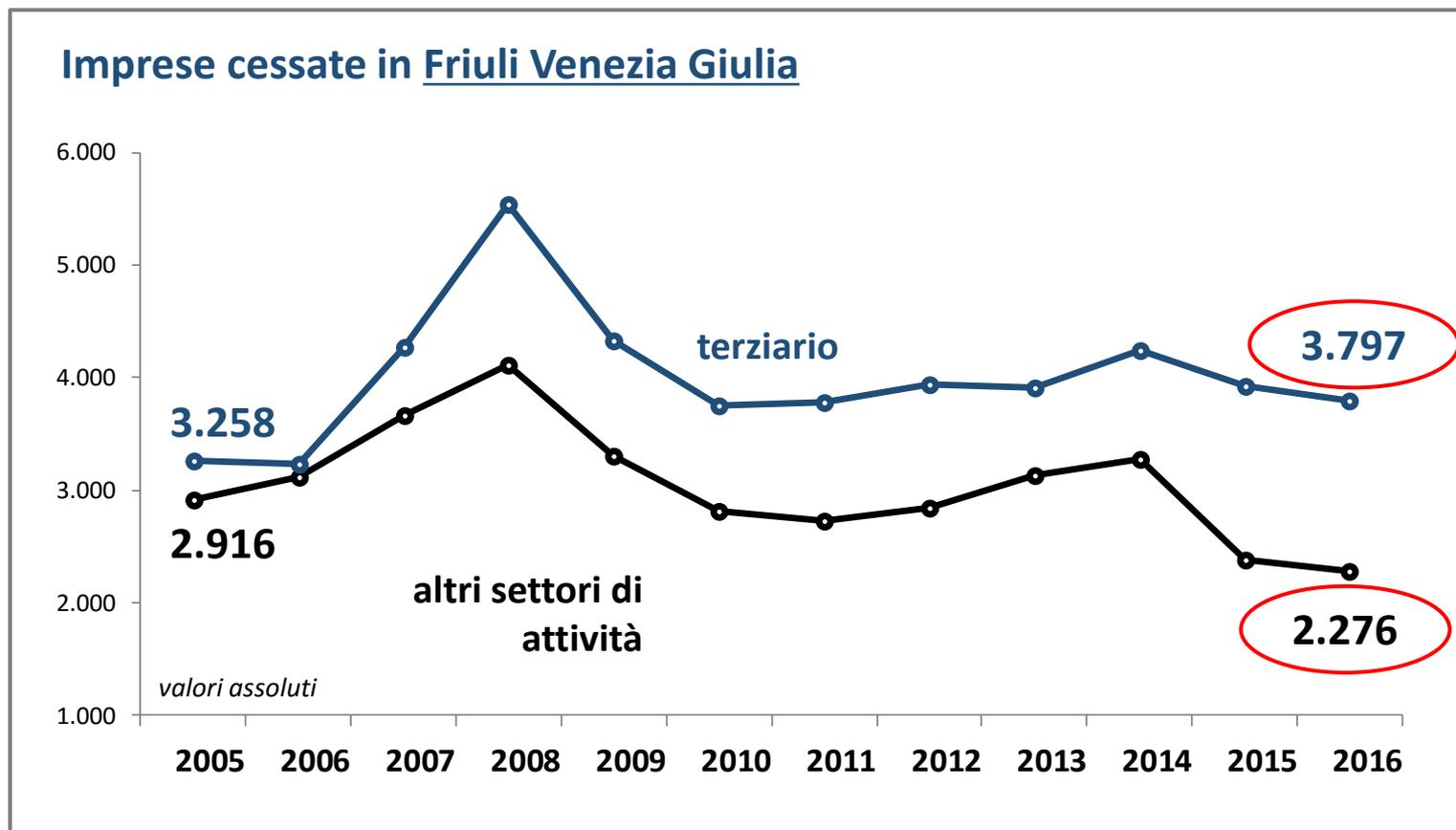
Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

# iscrizioni FVG 2016 | in friuli venezia giulia nell'arco del 2016 sono nate 5.264 nuove imprese: 3.952 imprese del terziario, 1.312 imprese degli altri settori di attività economica...



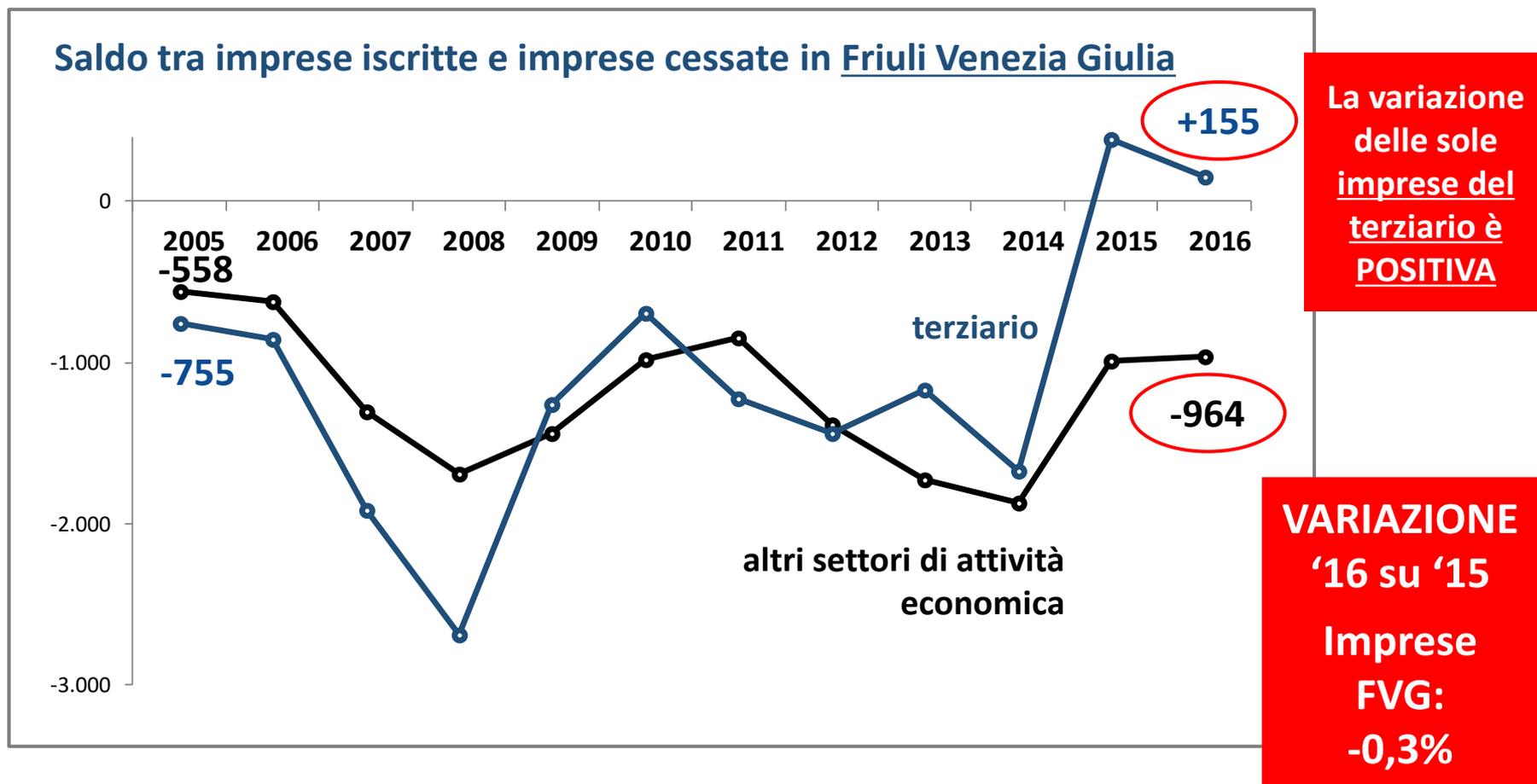
Valori assoluti (numerosità di unità locali). Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

# cessazioni FVG 2016 | in friuli venezia giulia nell'arco del 2016, sono cessate 6.073 imprese: 3.811 imprese del terziario, 2.262 imprese degli altri settori di attività economica...



Valori assoluti (numerosità di unità locali). Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

saldo tra iscritte e cessate FVG 2016 | in friuli venezia giulia, nel 2016, si è registrato un saldo negativo tra nuove iscrizioni e cessazioni: -809 imprese (+155 del terziario, -964 degli altri settori)... **LA VARIAZIONE NEGATIVA È DOVUTA SOLO ALLE IMPRESE DELLA MANIFATTURA E DELLE COSTRUZIONI...**



Valori assoluti (numerosità di unità locali). Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

## saldo tra iscritte e cessate | il saldo tra iscritte e cessate nelle province del friuli venezia giulia...

### Saldo tra imprese iscritte e imprese cessate nel Friuli Venezia Giulia e nelle province (Gorizia, Pordenone, Trieste, Udine)

	Terziario	Altri settori	TOTALE
Gorizia	-101	-57	-158
Pordenone	-265	50	-215
Trieste	-82	72	-10
Udine	-516	90	-426
<b>FVG</b>	<b>-964</b>	<b>155</b>	<b>-809</b>

*Saldo al 31 dicembre 2016*

Valori assoluti (numerosità di unità locali). Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

# agenda



*considerazioni generali di sintesi*

*clima di fiducia*

*demografia delle imprese*

**conti nazionali e consumi**

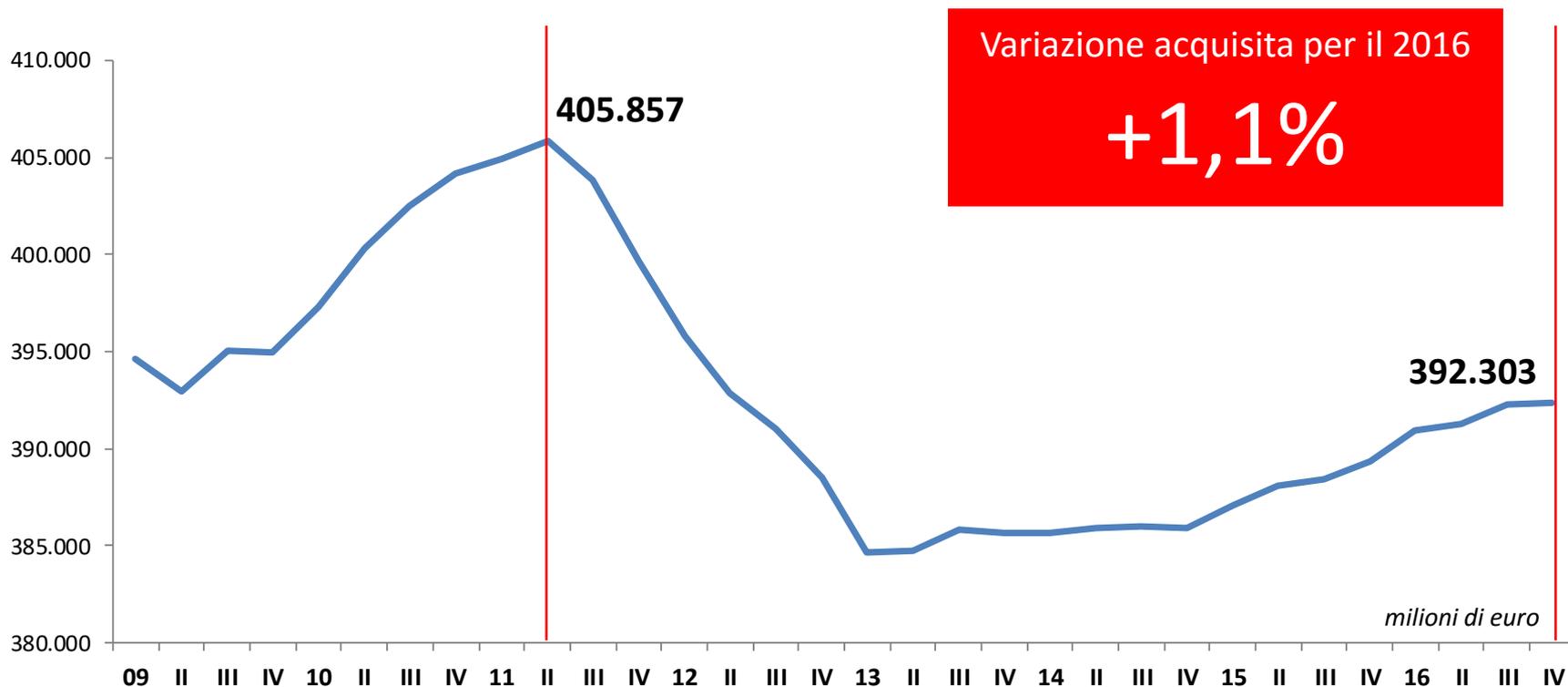
*lavoro*

*formazione*

*e.commerce*

# prodotto interno lordo | al dicembre 2016 il prodotto interno lordo è aumentato sia su base trimestrale sia su base tendenziale...

## Serie storica del Pil dal gennaio 2009 ad oggi

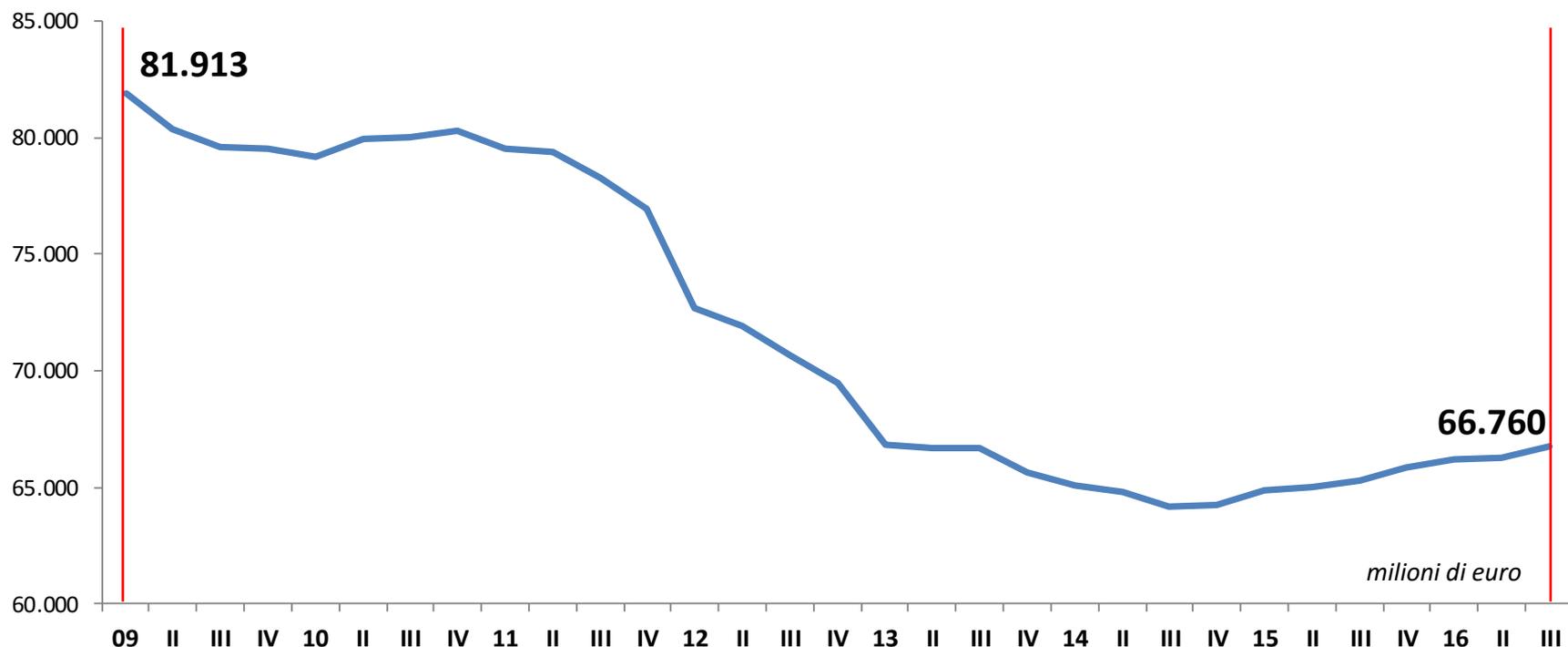


Fonte: Istat, Conti Nazionali

(Conto economico delle risorse e degli impieghi - Valori concatenati [milioni di euro - anno di riferimento 2005]. Dati destagionalizzati e corretti per gli effetti di calendario. Eventuali lievi discrepanze tra i valori qui riportati e quelli contenuti nelle stime preliminari sono attribuibili ad arrotondamenti e revisioni)

**investimenti** | continuano a crescere gli investimenti fissi lordi, come osservato anche nei primi sei mesi del 2016... a livello congiunturale (tre mesi su tre mesi) si registra un incremento del +0,8%...

### Serie storica degli investimenti fissi lordi dal gennaio 2009 ad oggi

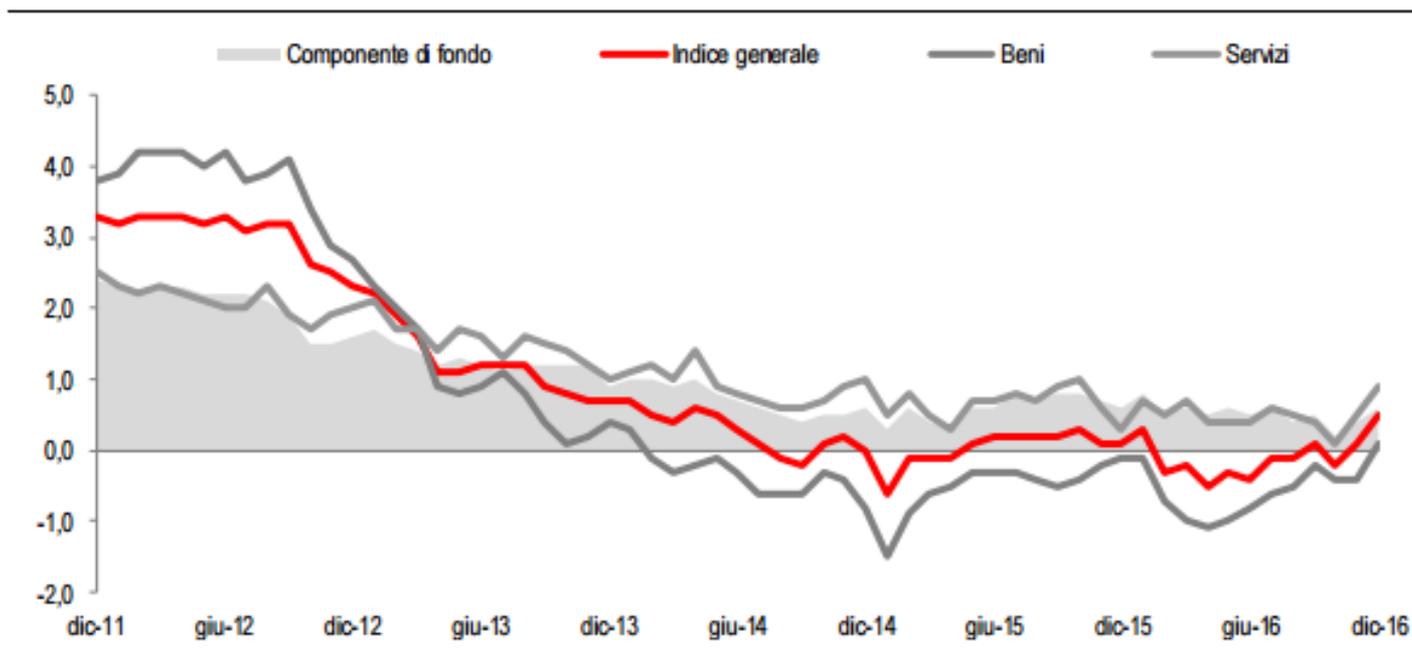


Fonte: Istat, Conti Nazionali

Investimenti fissi lordi - Variazioni percentuali sul trimestre precedente

**prezzi al consumo | l'indice dei prezzi al consumo registra a dicembre un aumento dello +0,4% su base mensile, dando il via ad un lento processo di fuoriuscita dal periodo di deflazione che ha abbracciato tutto il 2016...**

### Serie storica dei prezzi al consumo dal 2011 ad oggi



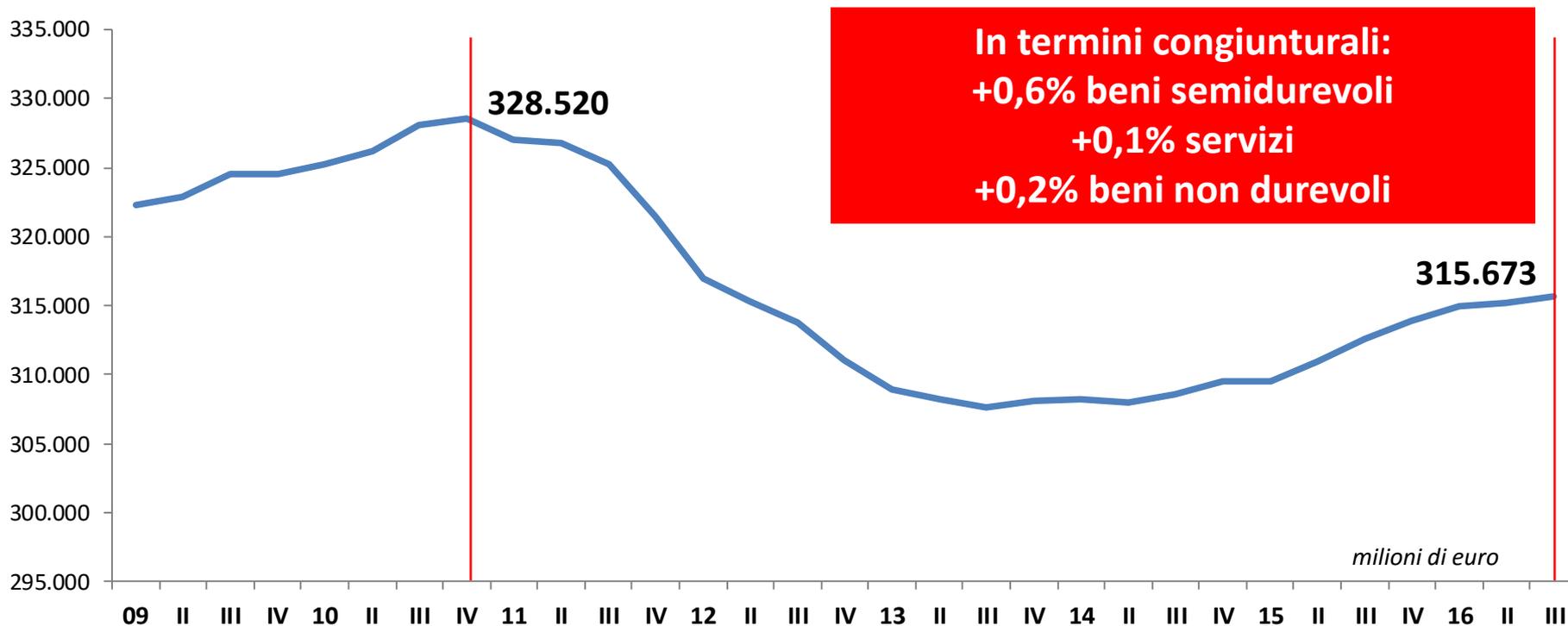
*punti base*

**Fonte: Istat, Prezzi al consumo**

Indice generale nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), al lordo dei tabacchi. Coefficiente di raccordo da base 1995 a base 2010

**consumi** | la spesa delle famiglie sul territorio economico risulta cresciuta del +0,2% a seguito dell'andamento particolarmente vivace della componente di beni durevoli... è aumentata in termini tendenziali dell'1,2%...

### Serie storica dei consumi dal gennaio 2009 ad oggi

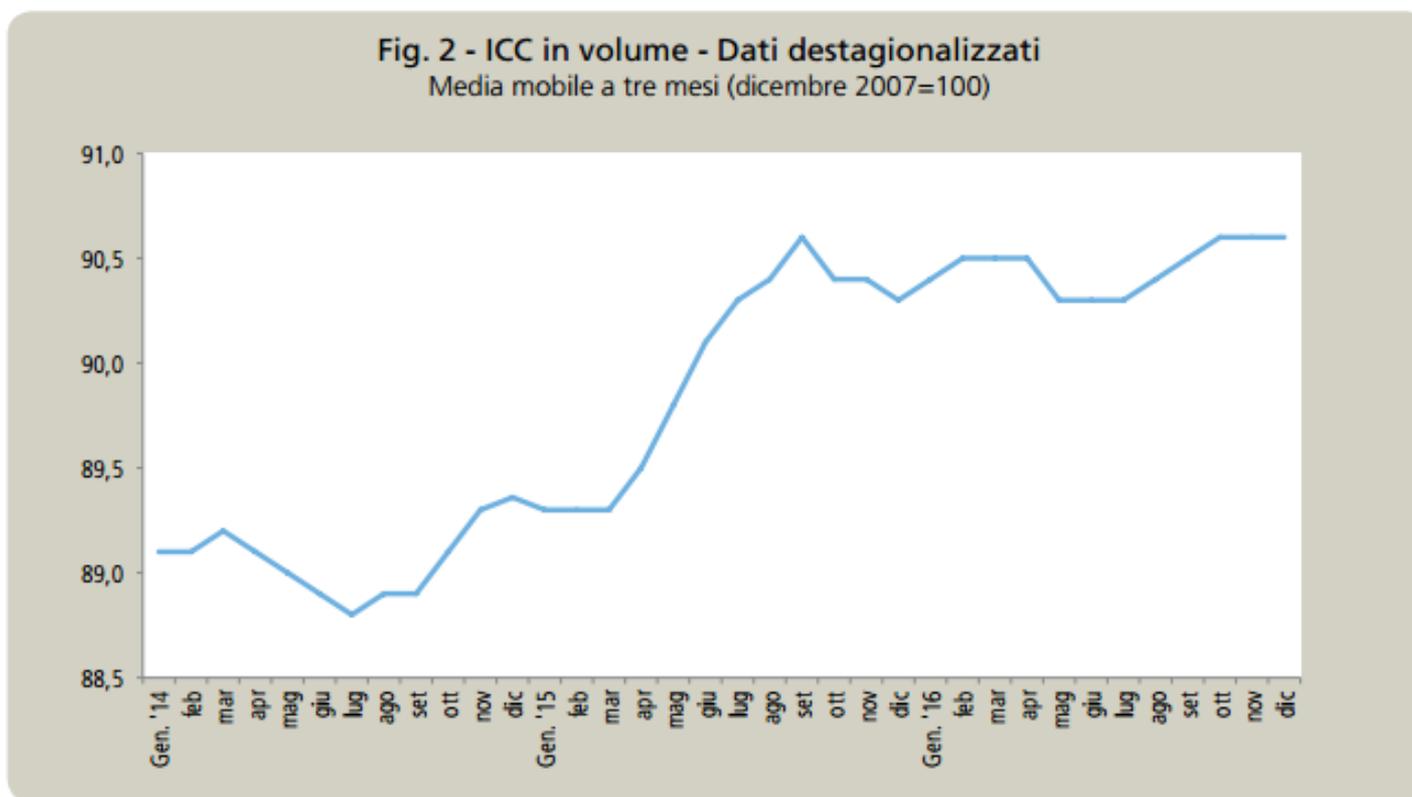


**Fonte: Istat, Conti Nazionali**

Consumi - Valori concatenati [milioni di euro - anno di riferimento 2005]. Dati destagionalizzati e corretti per gli effetti di calendario. Eventuali lievi discrepanze tra i valori qui riportati e quelli contenuti nelle stime preliminari sono attribuibili ad arrotondamenti e revisioni.

**consumi** | l'indicatore dei consumi confcommercio (ICC) ha registrato a dicembre 2016 una crescita del +0,3% rispetto a novembre e del +0,5% su base annua... nel complesso, la variazione 2016 su 2015 è stata pari a +0,5%, in rallentamento rispetto a quanto rilevato nel 2015...

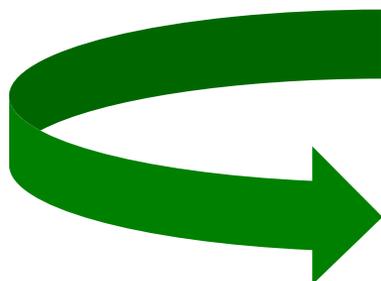
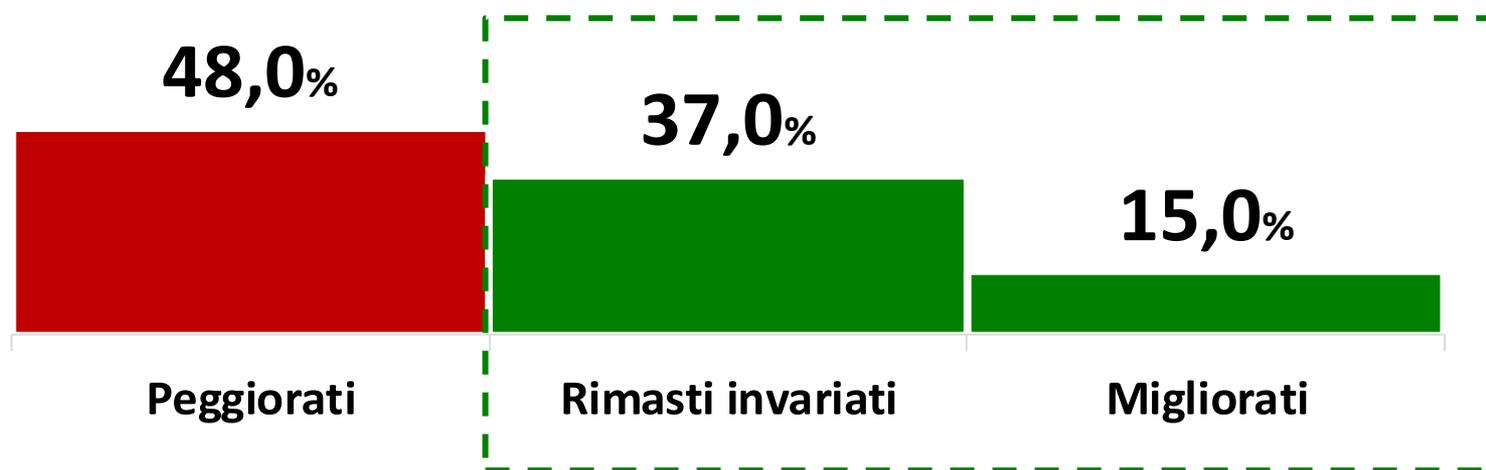
### ICC in volume - Dati destagionalizzati (media mobile a tre mesi)



Fonte: Consumi e prezzi, Ufficio Studi Confcommercio (Febbraio 2017)

**consumi natalizi | RISULTATI IN CHIAROSCURO per gli esercizi commerciali nelle FESTIVITÀ NATALIZIE 2016... il 48% degli operatori denuncia un calo dei ricavi rispetto allo scorso anno... il 52% un aumento o comunque una stabilità...**

Pensando ai ricavi della Sua attività con riferimento al periodo delle festività natalizie 2016, Lei direbbe che, rispetto al Natale 2015, sono...?



*Tra gli esercenti che hanno ravvisato un miglioramento o comunque una stabilità dei ricavi, **il 72% ha registrato un aumento del numero di accessi in negozio** e **il 13% un incremento della spesa media.***

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**consumi natalizi | in media, la PRESENZA DEI MERCATINI NATALIZI ha contribuito ad un incremento di circa il +2% DEGLI ACCESSI IN NEGOZIO...**

Più nel dettaglio, l'aumento del numero di clienti che hanno effettuato acquisti presso il Suo esercizio è riconducibile alla presenza dei cosiddetti mercatini natalizi?

*È riportato l'aumento del numero dei clienti dovuto alla presenza dei mercatini*

Provincia di Udine



*Aumento medio*

**+2,1%**

Provincia di Pordenone



*Aumento medio*

**+1,8%**

Provincia di Trieste



*Aumento medio*

**+2,3%**

Provincia di Gorizia



*Aumento medio*

**+1,4%**

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**consumi natalizi | prevalentemente ITALIANA E STORICA LA CLIENTELA che ha effettuato acquisti presso gli esercizi commerciali del FVG durante il periodo natalizio...**

Facendo uguale a 100 il **totale della clientela** che ha acquistato almeno un articolo presso il Suo esercizio in occasione delle festività natalizie 2016, questa è costituita da...



Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**vendite promozionali | sono circa il 6% GLI ESERCIZI COMMERCIALI DEL FVG che hanno svolto ATTIVITÀ DI VENDITA PROMOZIONALE PRIMA DELL'AVVIO DEI SALDI di gennaio (con un anticipo di 30-40 giorni)...**

La Sua impresa ha svolto attività di vendita promozionale (SCONTI) prima dell'avvio dei saldi di gennaio?

*Hanno svolto attività di vendita promozionale prima dell'avvio dei saldi invernali*

**5,9**

*Con un anticipo di 30-40 giorni*

**Provincia di Udine**



**6,0**

*Con un anticipo di 30-40 giorni*

**Provincia di Pordenone**



**6,5**

*Con un anticipo di 35-45 giorni*

**Provincia di Trieste**



**5,4**

*Con un anticipo di 30-40 giorni*

**Provincia di Gorizia**



**5,0**

*Con un anticipo di 30-45 giorni*

# agenda



*considerazioni generali di sintesi*

*clima di fiducia*

*demografia delle imprese*

*conti nazionali e consumi*

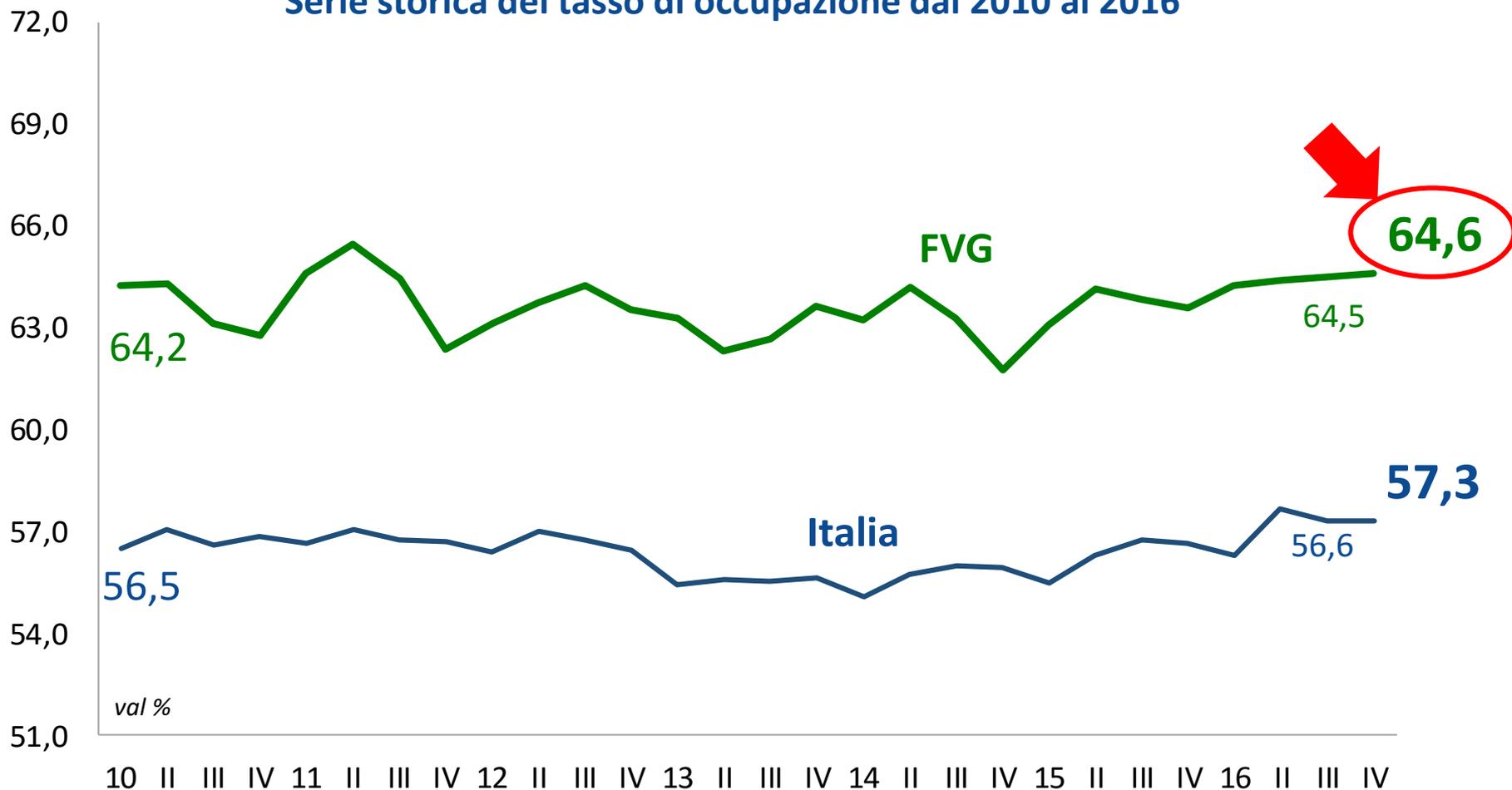
**lavoro**

*formazione*

*e.commerce*

**tasso di occupazione | nell'arco del 2016 si è registrato un AUMENTO DEL TASSO DI OCCUPAZIONE IN FVG, che si conferma AL DI SOPRA DELLA MEDIA NAZIONALE...**

**Serie storica del tasso di occupazione dal 2010 al 2016**

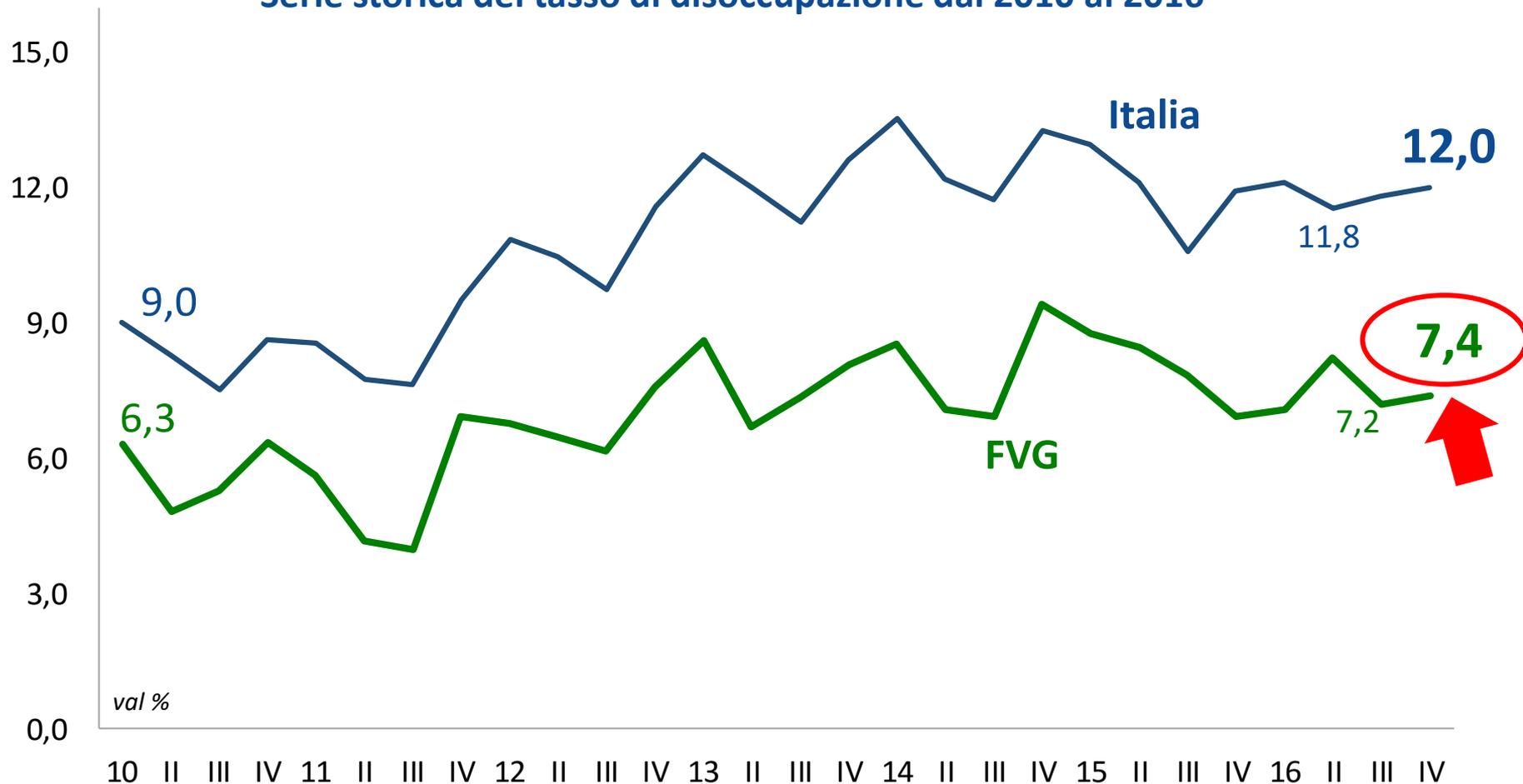


**Fonte: Elaborazioni Format Research su dati «Istat, Occupati e disoccupati, Gennaio 2017»**

Il tasso di occupazione è il rapporto tra gli occupati (persone occupate dai 15 ai 64 anni) e la popolazione. I dati sono destagionalizzati.

**tasso di disoccupazione | ...allo stesso tempo, si registra una LIEVISSIMA CRESCITA DEL TASSO DI DISOCCUPAZIONE, pur confermando il MIGLIOR POSIZIONAMENTO DELLA REGIONE rispetto alla media nazionale...**

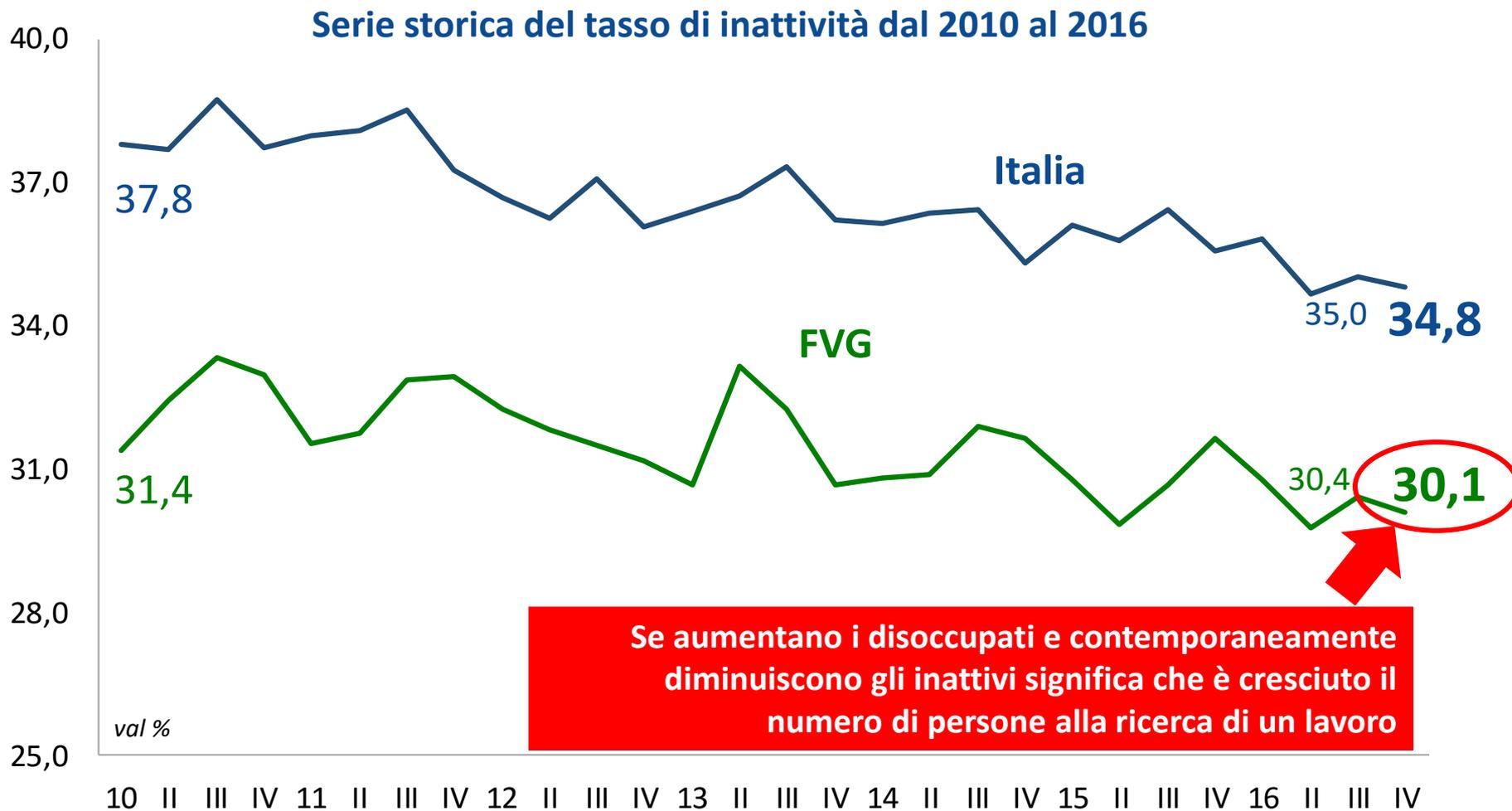
**Serie storica del tasso di disoccupazione dal 2010 al 2016**



**Fonte: Elaborazioni Format Research su dati «Istat, Occupati e disoccupati, Gennaio 2017»**

Il tasso di disoccupazione è il rapporto tra i disoccupati (persone non occupate tra i 15 e i 74 anni) e le corrispondenti forze di lavoro. I dati sono destagionalizzati.

**tasso di inattività | ...la lieve crescita del tasso di disoccupazione è un fatto positivo se si considera il CALO DEGLI INATTIVI: È AUMENTATA LA QUOTA DI PERSONE ALLA RICERCA DI UN LAVORO (un «inattivo» diventa «disoccupato»)...**



**Fonte: Elaborazioni Format Research su dati «Istat, Occupati e disoccupati, Gennaio 2017»**

Il tasso di inattività è il rapporto tra gli inattivi e la popolazione di riferimento. La somma del tasso di inattività e del tasso di attività è pari al 100%. I dati sono destagionalizzati.

nuove assunzioni | la **CRESCITA DELL'OCCUPAZIONE** nel 2016 in FVG è stata trainata dalle **ASSUNZIONI A TERMINE E IN APPRENDISTATO... IN CALO LE ASSUNZIONI A TEMPO INDETERMINATO** (-36,5% in un anno, flessione più forte rispetto al -32,3% registrato a livello nazionale)...

Nuovi rapporti di lavoro attivati nel 2016 e confronto con i due anni precedenti

Area Geografica	Assunzioni a tempo indeterminato			Assunzioni a termine			Assunzioni in apprendistato			Assunzioni stagionali			Assunzioni tempo indet.	Complesso Assunzioni
	gen - nov			gen - nov			gen - nov			gen - nov			2016/2015	2016/2015
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	%	%
PIEMONTE	57.081	94.250	61.522	212.624	215.496	231.949	18.147	13.870	17.419	14.320	15.884	17.352	-34,7%	-3,3%
VALLE D'AOSTA	2.048	2.952	1.843	7.659	7.162	9.140	893	850	919	4.211	4.275	4.365	-37,6%	6,7%
LIGURIA	22.119	34.551	22.674	93.785	92.077	99.805	8.339	6.240	7.021	12.752	12.781	12.597	-34,4%	-2,4%
LOMBARDIA	226.009	333.199	239.670	648.027	700.622	710.838	40.086	30.685	37.249	35.674	39.193	36.802	-28,1%	-7,2%
TRENTINO ALTO ADIGE	15.294	23.715	16.636	58.012	59.499	67.852	5.460	4.880	5.566	49.488	50.984	52.152	-29,9%	2,2%
VENETO	77.944	122.408	82.131	260.647	275.889	307.998	26.165	22.332	27.224	61.884	65.869	63.119	-32,9%	-1,2%
FRIULI VENEZIA GIULIA	13.055	25.019	15.893	63.515	65.418	71.492	4.458	3.256	4.061	8.507	9.462	9.165	-36,5%	-2,5%
EMILIA ROMAGNA	71.136	113.368	76.150	274.332	273.753	312.740	23.458	19.054	22.668	79.431	78.643	70.685	-32,8%	-0,5%
TOSCANA	79.872	793	75.931	211.146	207.047	223.867	19.376	15.366	18.572	40.069	41.559	37.620	-31,5%	-5,0%
UMBRIA	11.339	11.339	11.143	38.238	37.696	41.845	4.473	3.534	4.294	2.844	3.445	2.761	-43,1%	-6,6%
MARCHE	21.642	25.227	21.005	82.228	80.487	87.070	8.507	6.821	7.800	14.867	15.280	14.878	-40,3%	-4,2%
LAZIO	127.687											28.754	-36,3%	-12,1%
ABRUZZO	33.327											10.010	-37,9%	-8,1%
MOLISE	6.863											767	-37,9%	-10,2%
CAMPANIA	153.559	195.529	133.228	203.395	207.966	224.917	9.724	6.897	11.285	46.041	49.225	47.632	-31,9%	-9,3%
PUGLIA	90.697	109.341	73.236	186.078	178.914	192.722	8.403	5.895	9.372	28.356	30.039	28.581	-33,0%	-6,3%
BASILICATA	12.007	16.759	10.869	26.227	33.083	32.838	1.019	733	1.244	3.278	3.985	3.359	-35,1%	-11,5%
CALABRIA	35.337	43.447	30.499	48.405	47.384	52.762	3.286	2.258	3.389	12.219	12.695	12.558	-29,8%	-6,2%
SICILIA	111.763	125.868	91.685	162.558	162.093	174.692	8.642	6.220	11.718	22.171	22.395	22.716	-27,2%	-5,0%
SARDEGNA	25.682	36.123	22.563	71.820	70.096	79.012	1.790	1.243	1.568	30.732	32.697	34.122	-37,5%	-2,1%
<b>ITALIA</b>	<b>1.194.461</b>	<b>1.691.349</b>	<b>1.144.558</b>	<b>3.140.541</b>	<b>3.233.165</b>	<b>3.450.243</b>	<b>220.277</b>	<b>169.342</b>	<b>216.009</b>	<b>513.206</b>	<b>546.138</b>	<b>509.995</b>	<b>-32,3%</b>	<b>-5,7%</b>
ESTERO**	1.132	1.270	1.032	1.088	1.015	924	26	30	11	66	109	98	-18,7%	-14,8%
<b>TOTALE</b>	<b>1.195.593</b>	<b>1.692.619</b>	<b>1.145.590</b>	<b>3.141.629</b>	<b>3.234.180</b>	<b>3.451.167</b>	<b>220.303</b>	<b>169.372</b>	<b>216.020</b>	<b>513.272</b>	<b>546.247</b>	<b>510.093</b>	<b>-32,3%</b>	<b>-5,7%</b>

La variazione delle assunzioni a tempo indeterminato 2016 su 2014 in FVG è comunque positiva (+2.838 unità)

Fonte: Inps, Rapporto sul precariato 2016.

**utilizzo dei voucher | nel 2016 risulta IN CRESCITA RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE IL NUMERO DEI VOUCHER VENDUTI IN FVG (+19,6%)... si tratta di un incremento meno forte rispetto a quello nazionale (+23,9%)... in entrambi i casi, l'aumento è più contenuto di quelli degli anni precedenti (superiori al 30%)...**

**Voucher valore nominale € 10 venduti nei mesi da gennaio a dicembre del 2014, 2015, 2016**

	gen - dic			gen - dic 2015 su 2014		gen - dic 2016 su 2015	
	2014	2015	2016	variazione assoluta	variazione %	variazione assoluta	variazione %
PIEMONTE	5.816.336	8.849.291	10.877.722	3.032.955	52,1%	2.028.431	22,9%
VALLE D'AOSTA	296.031	436.067	509.198	140.036	47,3%	73.131	16,8%
LIGURIA	2.079.587	3.614.758	4.474.142	1.535.171	73,8%	859.384	23,8%
LOMBARDIA	11.684.537	19.747.193	25.092.314	8.062.656	69,0%	5.345.121	27,1%
TRENTINO ALTO ADIGE	3.600.603	4.621.455	5.576.049	1.020.852	28,4%	954.594	20,7%
VENETO	9.612.212	14.292.133	17.129.045	4.679.921	48,7%	2.836.912	19,8%
<b>FRIULI VENEZIA GIULIA</b>	<b>3.749.395</b>	<b>5.004.376</b>	<b>5.987.423</b>	<b>1.254.981</b>	<b>33,5%</b>	<b>983.047</b>	<b>19,6%</b>
EMILIA ROMAGNA	8.676.204	13.544.331	16.779.451	4.868.127	56,1%	3.235.120	23,9%
TOSCANA	4.430.767	7.392.497	9.563.565	2.961.730	66,8%	2.171.068	29,4%
UMBRIA	1.185.050	1.834.598	2.242.834	649.548	54,8%	408.236	22,3%
MARCHE	3.099.634	4.741.842	5.617.850	1.642.208	53,0%	876.008	18,5%
LAZIO	3.101.334	5.113.007	6.387.596	2.011.673	64,9%	1.274.589	24,9%
ABRUZZO	1.356.290	2.316.084	2.816.980	959.794	70,8%	500.896	21,6%
MOLISE	292.297	461.842	579.373	169.545	58,0%	117.531	25,4%
CAMPANIA	1.645.615	2.743.691	3.849.068	1.098.076	66,7%	1.105.377	40,3%
PUGLIA	2.986.341	5.098.506	6.231.212	2.112.165	70,7%	1.132.706	22,2%
BASILICATA	527.075	804.699	959.832	277.624	52,7%	155.133	19,3%
CALABRIA	811.717	1.249.067	1.491.050	437.350	53,9%	241.983	19,4%
SICILIA	1.435.406	2.607.072	3.431.439	1.171.666	81,6%	824.367	31,6%
SARDEGNA	2.132.555	3.576.564	4.231.700	1.444.009	67,7%	655.136	18,3%
<b>ITALIA</b>	<b>68.518.986</b>	<b>108.049.073</b>	<b>133.827.843</b>	<b>39.530.087</b>	<b>57,7%</b>	<b>25.778.770</b>	<b>23,9%</b>

Fonte: Inps, Rapporto sul precariato 2016.

# agenda



*considerazioni generali di sintesi*

*clima di fiducia*

*demografia delle imprese*

*conti nazionali e consumi*

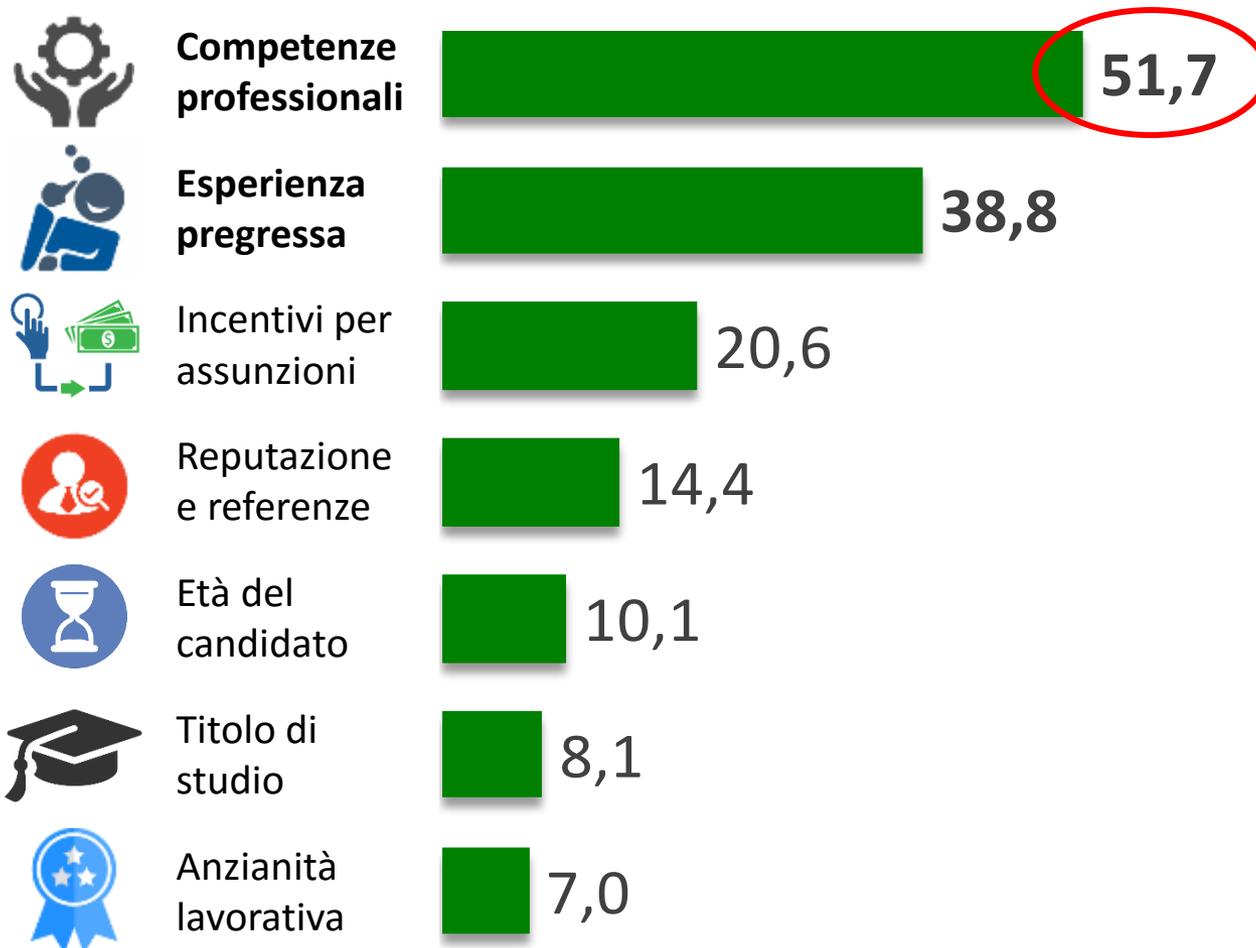
*lavoro*

**formazione**

*e.commerce*

## formazione | le **COMPETENZE PROFESSIONALI** sono un fattore decisivo in sede di assunzione di nuovo personale per oltre la metà degli imprenditori...

*Generalmente, a quali dei seguenti aspetti attribuisce maggiore rilevanza in sede di assunzione di nuovo personale?*



*Il 51,7% degli imprenditori del terziario del FVG, in sede di assunzione di nuovo personale, prende in considerazione in via prioritaria le competenze professionali del candidato.*

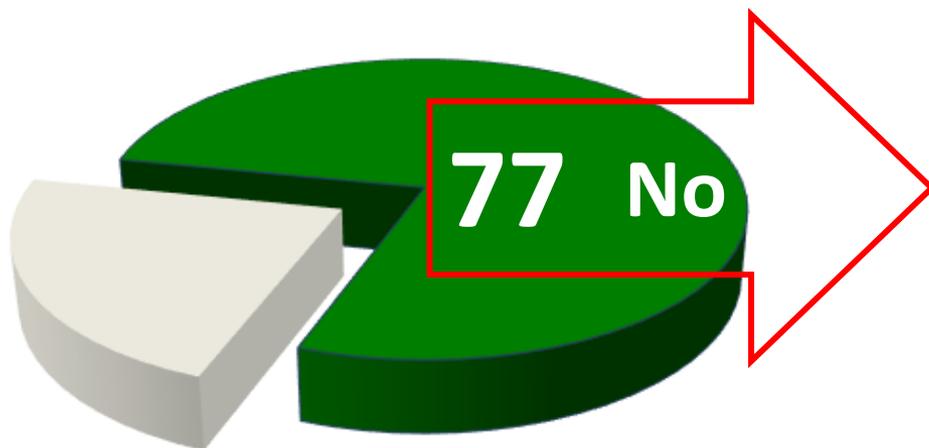
*Il 38,8% attribuisce importanza all'esperienza pregressa.*

*Età del candidato, titolo di studio e anzianità lavorativa sembrano condizionare in modo molto meno marcato le scelte degli imprenditori.*

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**formazione | il 77% delle imprese non ha incrementato l'organico negli ultimi 12 mesi... di queste, IL 17% NE AVREBBE AVUTO BISOGNO, ma ha rinunciato anche per la SCARSA PRESENZA DI PERSONALE QUALIFICATO sul mercato...**

**Negli ultimi 12 mesi, la Sua impresa ha incrementato l'organico attraverso nuove assunzioni?**



**Per quale motivo non ha incrementato l'organico?**

*(Analisi effettuata presso il 77,4% delle imprese)*

**83,0** «Non ne avevamo bisogno»

**17,0** «Ne avevamo bisogno»

*Tra coloro che avevano bisogno di incrementare l'organico, il 49% ha preferito rinunciare a causa della situazione economica dell'impresa, il 26% ha preferito rinunciare a causa della scarsa fiducia data l'instabilità generale della situazione economica, il 25% ha dovuto rinunciare a causa della scarsa presenza di personale qualificato sul mercato.*

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**formazione** | il 57% degli imprenditori considera la «**FORMAZIONE**» un **ASPETTO CHIAVE** nell'ottica di disporre di personale qualificato...

*È d'accordo con l'idea che «un'adeguata formazione gioca oggi un ruolo strategico nell'individuazione di personale qualificato»?*



**È d'accordo**

**57,0**



**È in disaccordo**

**43,0**

Gorizia  
53,0

Pordenone  
60,1

Trieste  
56,0

Udine  
61,4

Ingresso  
53,0

Dettaglio  
50,0

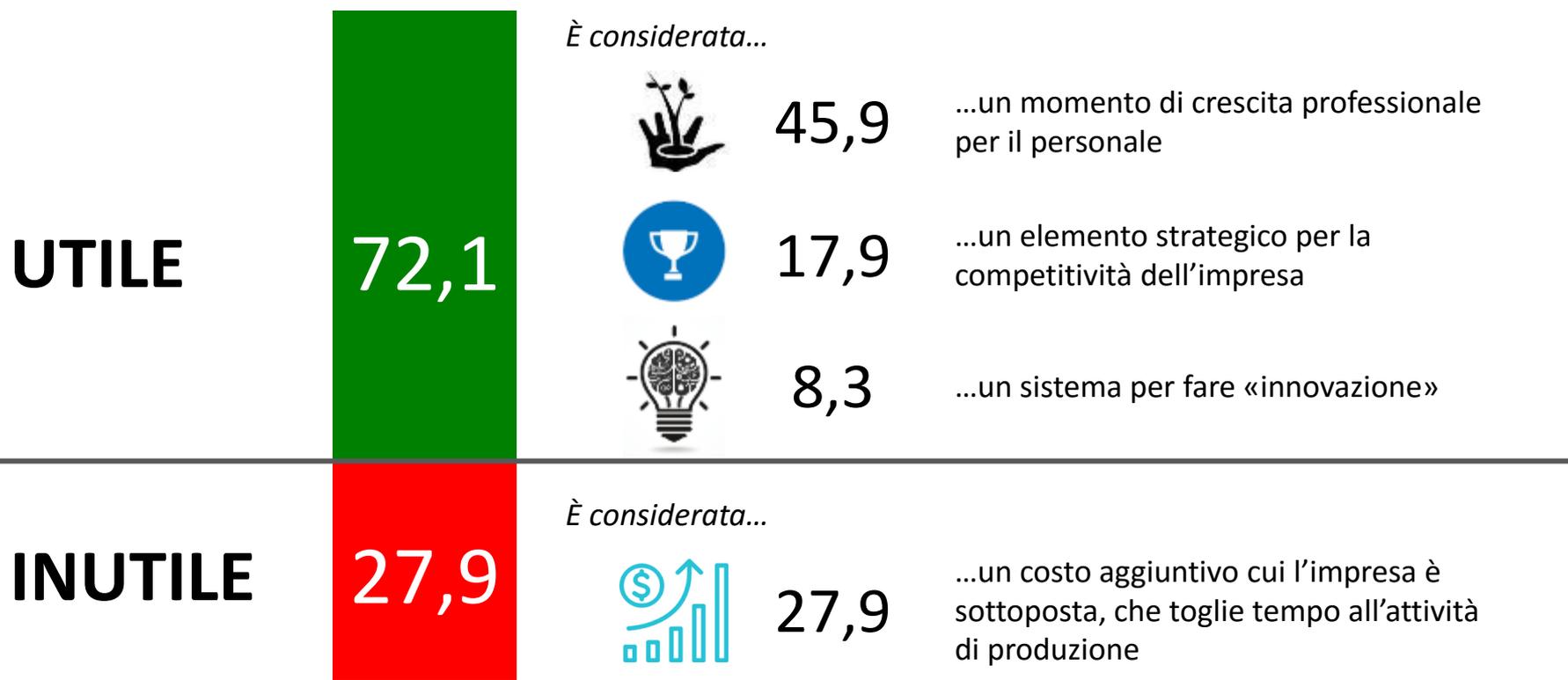
Turismo  
67,2

Servizi  
69,3

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**formazione** | oltre il 70% delle imprese del terziario del FVG considera la **FORMAZIONE SVOLTA IN AZIENDA** un'attività di **PRIMARIA IMPORTANZA**, prevalentemente in termini di crescita professionale per il personale...

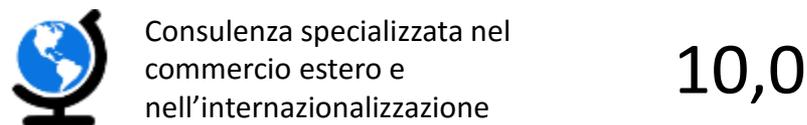
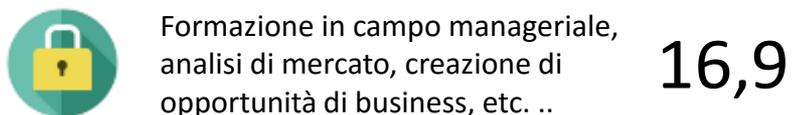
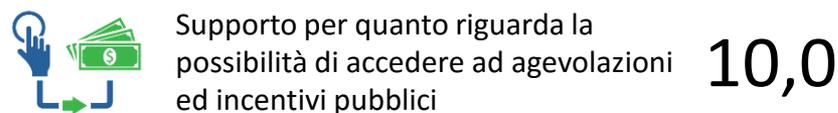
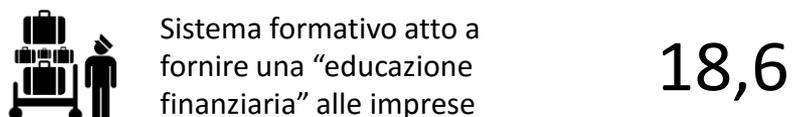
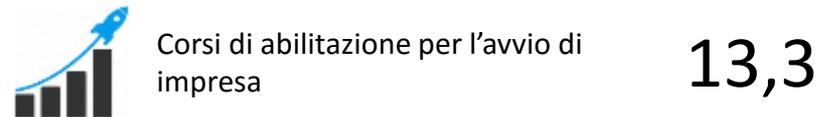
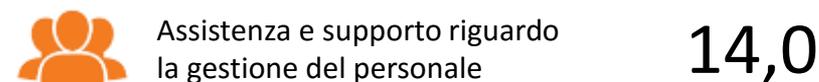
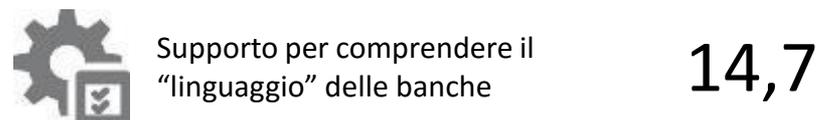
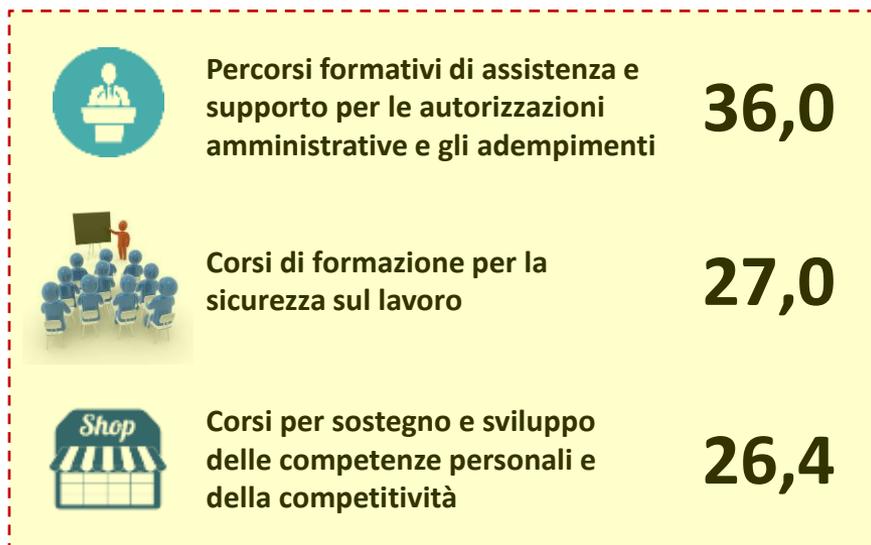
*Secondo la Sua esperienza, l'attività di formazione, se svolta in azienda, è...?*



Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**formazione | FORMAZIONE per le autorizzazioni amministrative, per la sicurezza sul lavoro e corsi per lo sviluppo delle competenze personali sono i PRINCIPALI BISOGNI che confcommercio potrebbe intercettare...**

*Quali tra i seguenti servizi, in termini di formazione, riterebbe utili se offerti da Confcommercio in favore della Sua impresa?*



Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

# agenda



*considerazioni generali di sintesi*

*clima di fiducia*

*demografia delle imprese*

*conti nazionali e consumi*

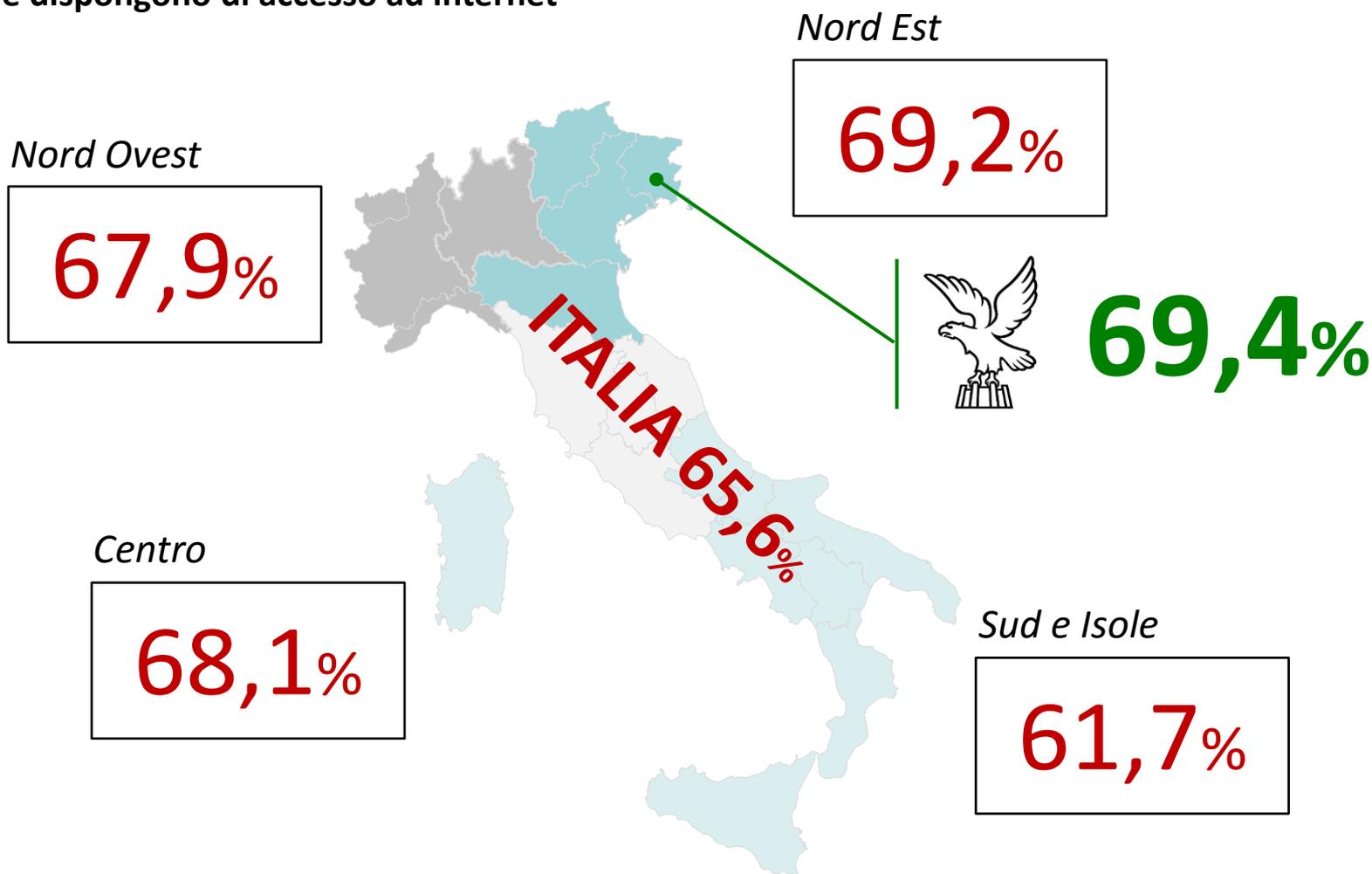
*lavoro*

*formazione*

**e.commerce**

e.commerce | il **65,6% DEGLI ITALIANI** dispone di un **ACCESSO AD INTERNET...**  
tale quota sale al **69,4% IN FVG**, che **È LA TERZA REGIONE** dopo trentino alto  
adige e lombardia...

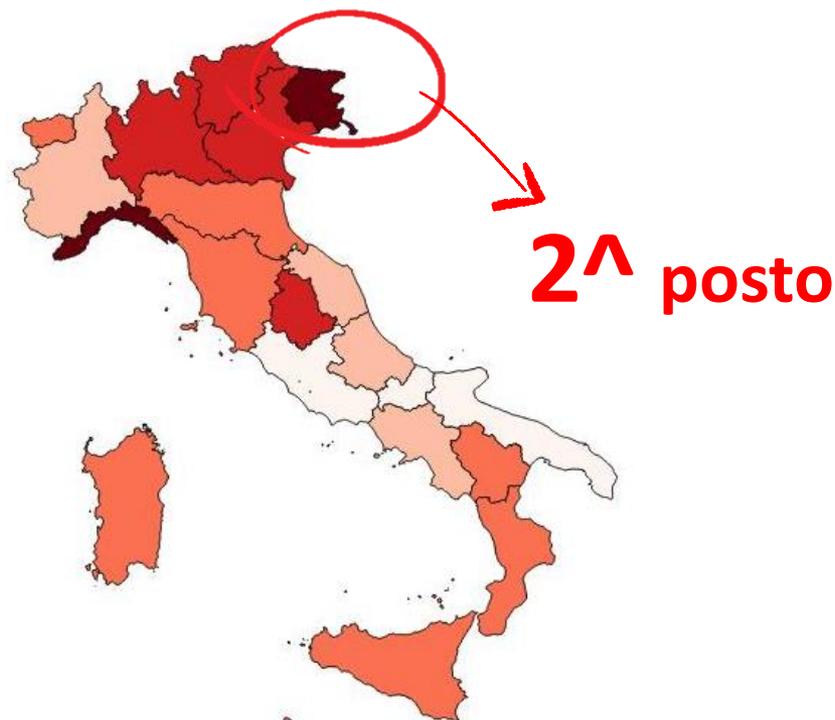
Italiani che dispongono di accesso ad internet  
in Italia...



Fonte: ISTAT – *Cittadini, imprese e ICT.*

e.commerce | ...IL FVG si posiziona nettamente tra le REGIONI PIÙ «AVANZATE» IN ITALIA IN FATTO DI INFRASTRUTTURE TELEMATICHE (2<sup>a</sup> posto per diffusione di banda larga)...

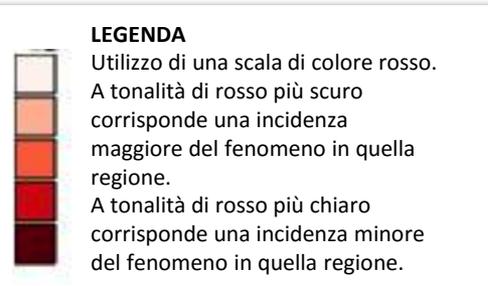
Diffusione della banda larga



Il **Friuli Venezia Giulia** si posiziona al **secondo posto** tra le regioni italiane per diffusione della banda larga (mobile o fissa).

È preceduto soltanto dalla Liguria.

Ancora molto indietro Lazio, Molise e Puglia.



Fonte: I.Stat 2016 (Datawarehouse Istat)

e.commerce | ...in generale, nell'arco del 2016 la **QUOTA DI ITALIANI** che ha avuto accesso alla rete **È RISULTATA IN CRESCITA** rispetto all'anno precedente...

**2016**

**2015**

Italiani che utilizzano Internet

**39.211.518**  
mln

**38.544.596**  
mln

Penetrazione del fenomeno (% Pop)

**65,6%**

**63,9%**

Incremento percentuale 2016 su 2015

**+1,7%**

incremento % degli italiani che utilizzano internet (pari a **+666.922 individui**)

Fonte: Internet Live Stats. Dati Elaborati da International Telecommunication Union (ITU), World Bank, and United Nations Population Division (2016)

e.commerce | ...tuttavia, il **CONFRONTO COL RESTO DELL'EUROPA** ci vede **ANCORA INDIETRO** (l'italia è al 25<sup>a</sup> posto per accesso a internet)...



- Le famiglie che dispongono di accesso ad internet in Italia, al nel 2016, sono state il 65,6%...

- La situazione è ben distante dalla top 10 dei paesi europei...

- ...e anche rispetto alla media dei Paesi UE (80%)...tra i quali risulta **25esima, seguita da Grecia, Romania e Bulgaria...**

**Fonte:** Internet Live Stats. Dati Elaborati da International Telecommunication Union (ITU), World Bank, and United Nations Population Division (2016)

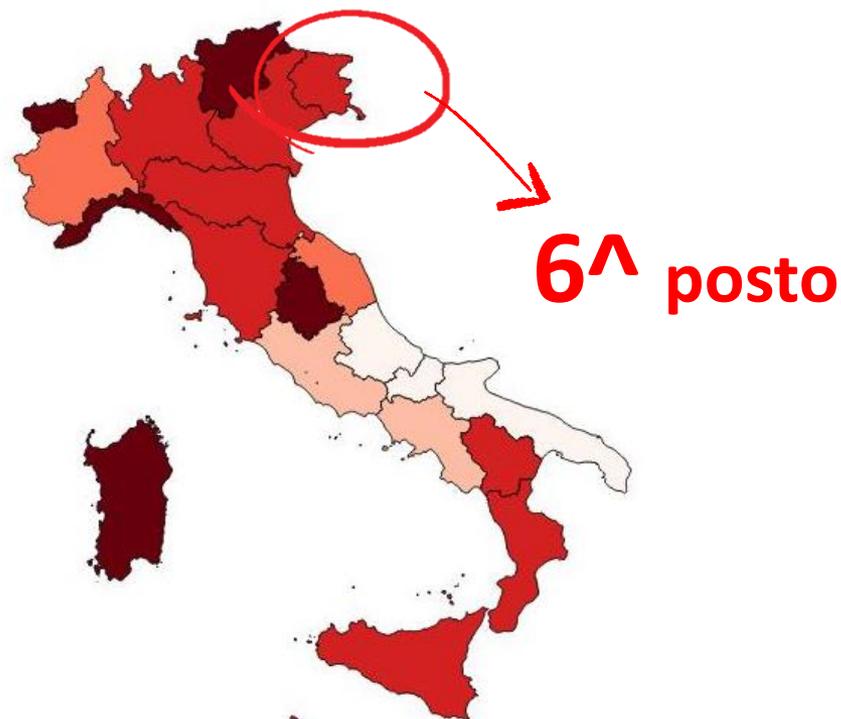
**e.commerce | ...in ogni caso, L'ITALIA STA RECUPERANDO TERRENO considerando che risulta NONA NELLA TOP TEN dei Paesi UE PER INCREMENTO DEGLI ACCESSI AD INTERNET...**

	Var. %	2016 su 2014	2016 su 2015
1	Rep. Ceca	+10,9	+3,2
2	Malta	+8,7	+2,6
3	Polonia	+8,7	+2,5
4	Estonia	+8,6	+2,5
5	Croazia	+8,2	+4,1
6	Spagna	+7,9	+2,2
7	Romania	+7,2	+2,1
8	Lituania	+7,1	+2,1
<b>9</b>	<b>Italia</b>	<b>+5,8</b>	<b>+1,7</b>
10	Bulgaria	+5,4	+1,6

**Fonte:** Internet Live Stats. Dati Elaborati da International Telecommunication Union (ITU), World Bank, and United Nations Population Division (2016)

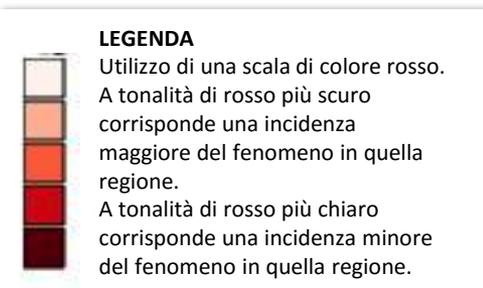
**e.commerce** | ...sul lato imprese, la quota di quelle che accedono a internet sale a circa il 75% (TUTTI I SETTORI)... il **FVG COMPARE NELLA TOP TEN** tra le regioni italiane per **DISPONIBILITÀ DI CONNESSIONE** a internet presso le imprese...

Imprese che hanno accesso ad Internet



Il **Friuli Venezia Giulia** si posiziona al **sesto posto** tra le regioni italiane per disponibilità di connessione a internet presso le imprese. È preceduto da Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Liguria, Umbria, Sardegna.

Ancora molto indietro Abruzzo, Puglia e Molise.



Fonte: I.Stat 2016 (Datawarehouse Istat)

**e.commerce | il 62% delle imprese del FVG non rileva deficit infrastrutturali... ciò nonostante, esiste un 38% DI IMPRESE che PERCEPISCE UN QUALCHE GENERE DI PROBLEMATICA che suggerisce di continuare a lavorare per migliorare...**

**Quanto ha inciso** sull'andamento economico della Sua impresa (e sulle possibilità di sviluppo) il deficit infrastrutturale dal punto di vista telematico?



**Ha inciso «molto» o «abbastanza»**

*La percentuale calcolata su tutte le imprese (critiche e non critiche) è pari al 23,2%. In sostanza, il deficit infrastrutturale rappresenta un intralcio allo sviluppo aziendale per quasi un'impresa del terziario su quattro. Le imprese più colpite sono quelle di medie e grandi dimensioni (oltre 49 addetti) e quelle dei servizi.*

	Ha inciso	Non ha inciso
 Udine	<b>40,0</b>	<b>60,0</b>
 Pordenone	<b>36,0</b>	<b>64,0</b>
 Trieste	<b>38,0</b>	<b>62,0</b>
 Gorizia	<b>42,0</b>	<b>58,0</b>

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**e.commerce** | in generale, la **SCARSA VELOCITÀ DELLE CONNESSIONI**, unitamente ai costi elevati (di installazione e di servizio), rappresentano i fattori che più degli altri risultano in qualche modo penalizzanti...

Quali tra i seguenti aspetti ritiene **più penalizzanti** per la Sua impresa?

49,0

Velocità delle  
connessioni

37,6

Costi elevati di  
installazione

36,5

Costi elevati delle  
connessioni (servizio)

31,3

Costi di allaccio

29,7

Possibilità di disporre delle  
connessioni sul territorio

29,2

Costi elevati per router,  
firewall, etc.

28,4

Scarsa concorrenza tra  
operatori economici

23,6

Difficoltà nel reperire risorse  
umane per la consulenza

20,7

Difficoltà nel reperire risorse  
umane per l'assistenza

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**e.commerce | oltre la metà delle imprese del terziario del FVG punterebbe su AGEVOLAZIONI FISCALI DA APPLICARE SULLA DOMANDA piuttosto che sull'offerta per un maggiore sviluppo delle reti telematiche del territorio...**

Lei ritiene che politiche per lo sviluppo delle reti telematiche nel Suo territorio potrebbero essere favorite da iniziative quali...?

55,2

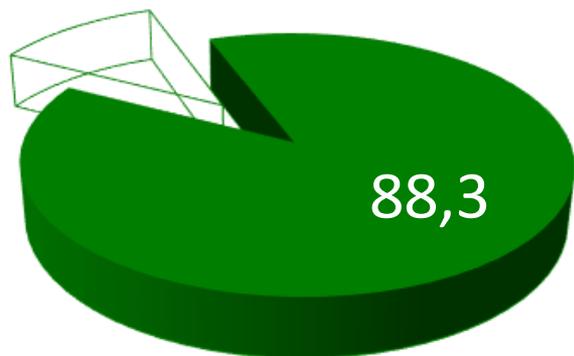
Politiche di agevolazioni fiscali per le imprese che usufruiscono dei servizi telematici

---

*Prevalentemente le imprese della provincia di Gorizia e Udine, di micro e piccole dimensioni, operative nel commercio all'ingrosso*

**e.commerce** | isolando il **TERZIARIO**, sono **POCO MENO DEL 90%** le imprese del che dispongono di almeno una **CONNESSIONE A INTERNET**... la quota raggiunge quasi il **100%** tra gli operatori più grandi e presso quelli dei servizi...

La Sua impresa dispone di una connessione a internet?



**Dispongono di una connessione**  
*(di queste, nove su dieci si basano su una connessione fissa)*

*Il dettaglio per dimensione...*

86,2	Micro imprese
93,5	Piccole imprese
96,2	Medie e grandi imprese

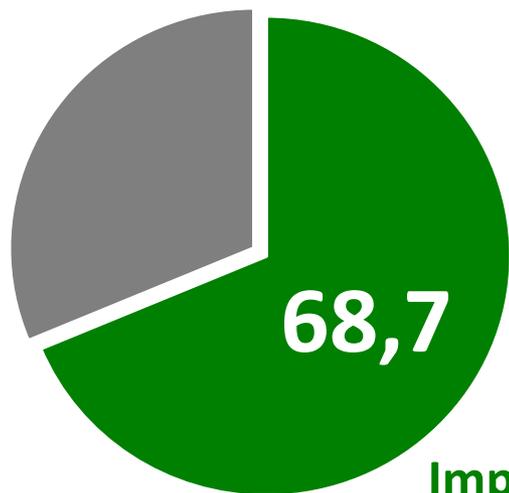
*Il dettaglio per settore...*

92,2	Commercio Ingrosso
70,0	Commercio Dettaglio
95,0	Turismo
97,2	Servizi

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

e.commerce | **CIRCA IL 69% DELLE IMPRESE DEL TERZIARIO FVG** sono in possesso di **UN PROPRIO SITO WEB**... si tratta prevalentemente degli operatori più grandi e di quelli dei servizi...

La Sua impresa dispone di un sito web?



Imprese del terziario FVG in possesso di un proprio sito web

*Il dettaglio per dimensione...*

50,0	Micro imprese
69,9	Piccole imprese
78,7	Medie e grandi imprese

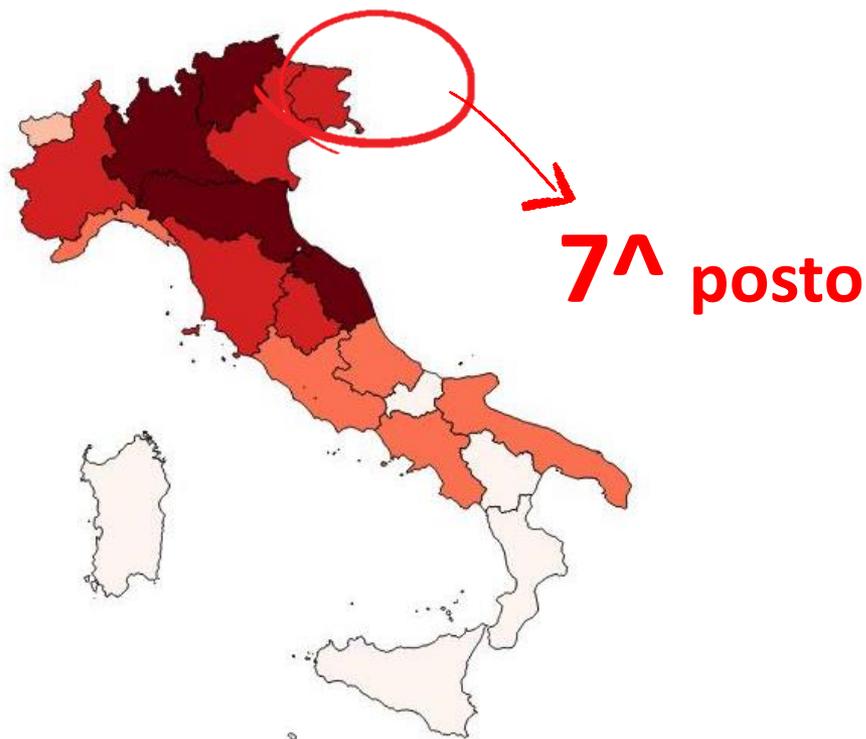
*Il dettaglio per settore...*

43,5	Commercio Ingrosso
35,4	Commercio Dettaglio
77,7	Turismo
86,9	Servizi

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

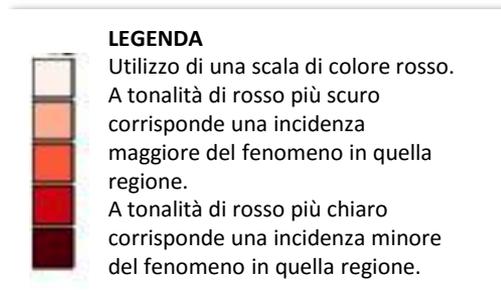
e.commerce | ...in generale, **IL FVG È AL SETTIMO POSTO** tra le regioni italiane con riferimento alla **PERCENTUALE DI IMPRESE** che possiedono **UN PROPRIO SITO WEB...**

Imprese che possiedono un **proprio sito web**



Il **Friuli Venezia Giulia** si posiziona al **settimo posto** tra le regioni italiane relativamente alla quota di imprese in possesso di un sito web. È preceduto da Trentino Alto Adige, Marche, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, Piemonte.

Ancora molto indietro Calabria, Sardegna, Molise.



Fonte: I.Stat 2016 (Datawarehouse Istat)

**e.commerce | in italia, a disporre di un proprio sito web sono circa il 67% delle imprese, di cui poco più dell'11% lo utilizza per vendere... IN FVG LA QUOTA DI OPERATORI CHE EFFETTUANO E.COMMERCE ARRIVA A TOCCARE IL 15%...**

*Imprese del terziario (ITALIA)  
con un sito web*

67,4

*Qual è la principale funzione del sito web dell'impresa?*

...per attività di **COMMERCIO ELETTRONICO**

11,4

...solo per **VETRINA**

88,6

*Imprese del terziario (FVG)  
con un sito web*

68,7

*Qual è la principale funzione del sito web dell'impresa?*

...per attività di **COMMERCIO ELETTRONICO**

15,1

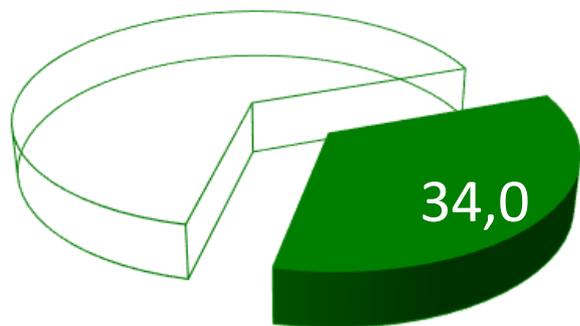
...solo per **VETRINA**

84,9

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

**e.commerce | ...tra le imprese del FVG che non effettuano e.commerce, IL 34% PRENDEREBBE IN CONSIDERAZIONE L'IDEA DI FARLO a fronte di un MIGLIORAMENTO DELLA SITUAZIONE DELLE INFRASTRUTTURE TELEMATICHE...**

Lei ritiene che una maggiore efficienza delle infrastrutture telematiche possa spingerla a svolgere attività di e.commerce in futuro?



Potrebbero svolgere attività di e.commerce in futuro

**Analisi per provincia**



Udine

34,6



Pordenone

35,4



Trieste

31,0



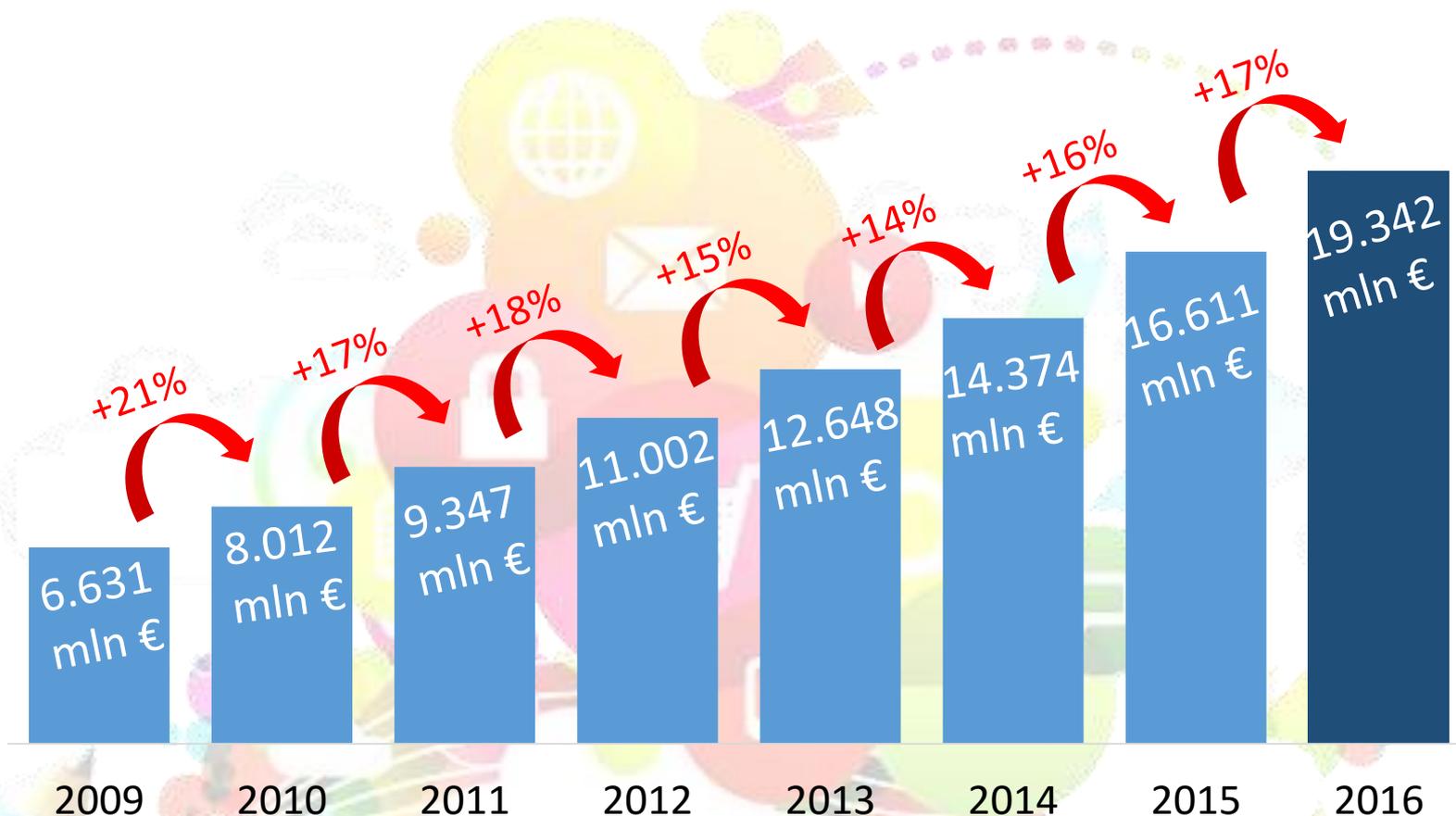
Gorizia

35,8

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

e.commerce | la progressione del fenomeno dell'**E.COMMERCE** è evidente negli anni... rispetto al 2009, **IL GIRO D'AFFARI VALE OGGI OLTRE 10 MILIARDI IN PIÙ...**

Valore degli acquisti online dei consumatori italiani (*serie storica 2009 – 2016*)



Fonte: Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano. Osservatorio eCommerce B2c

# e.commerce | ...negli ultimi tre mesi, circa il 29% degli internauti ha **UTILIZZATO INTERNET PER EFFETTUARE ACQUISTI...** IL FVG È LA SESTA REGIONE IN ITALIA (dopo veneto e piemonte)...

## UTENTI\* INTERNET CHE NEGLI ULTIMI 3 MESI HANNO ORDINATO/COMPRATO ONLINE PER REGIONE

### Nord Ovest: 34,3%

Valle d'Aosta: 38,7%  
Lombardia: 35,4%  
Piemonte: 33,0%  
Liguria: 29,2%

### Nord Est: 33,7%

Trentino Alto Adige: 37,3%  
Friuli Venezia Giulia: 32,7%  
Veneto: 35,2%  
Emilia Romagna: 31,3%

### Centro: 28,9%

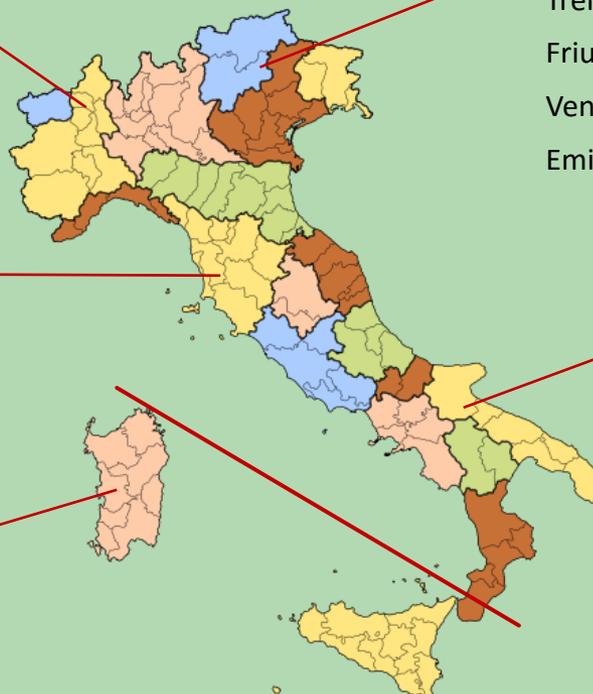
Toscana: 31,5%  
Lazio: 26,8%  
Umbria: 28,1%  
Marche: 31,7%

### Sud: 18,8%

Abruzzo: 30,7%  
Molise: 25,8%  
Campania: 14,4%  
Puglia: 20,2%  
Basilicata: 20,8%  
Calabria: 17,6%

### Isole: 22,2%

Sicilia: 18,1%  
Sardegna: 32,5%



\* PER 100 PERSONE DI 15 ANNI E PIÙ DELLA STESSA ZONA CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI

**MEDIA ITALIA: 28,7%**

Fonte: ISTAT – *Cittadini, imprese e ICT.*

e.commerce | ...negli ultimi tre mesi nel FVG, **UN UTENTE SU DUE HA UTILIZZATO SERVIZI BANCARI ONLINE**... quasi similmente sono stati utilizzati servizi a pagamento per effettuare acquisti...

**FRIULI VENEZIA GIULIA –  
UTENTI INTERNET CHE NEGLI ULTIMI TRE  
MESI HANNO UTILIZZATO INTERNET**



UTENTI INTERNET CHE NEGLI ULTIMI TRE  
MESI HANNO ORDINATO/COMPRATO  
MERCÌ/SERVIZI ONLINE

**32,7%**

+4,0% rispetto al dato nazionale

Per svolgere attività di



**Utilizzo servizi bancari**

**50,0%** +8,7% rispetto  
al dato nazionale



**Utilizzo servizi di pagamento**  
(es. paypal) per acquistare

**40,2%** +5,8% rispetto  
al dato nazionale



**Vendita merci o servizi**  
(es. aste online, eBay)

**13,4%** +4,1% rispetto  
al dato nazionale



**Operazioni finanziarie**  
(es. azioni, polizze, mutui)

**3,7%** +1,2% rispetto  
al dato nazionale

Fonte: ISTAT – *Cittadini, imprese e ICT.*

**e.commerce | per le imprese del commercio al dettaglio del FVG che effettuano attività di e.commerce, IL 24% DEI RICAVI PROVIENE DAL SITO DI COMMERCIO ELETTRONICO...**

Facendo uguale a 100 il totale dei ricavi della Sua impresa nel 2016, come si distribuiscono tra ricavi dal negozio fisico e ricavi dal sito di commercio elettronico...?

*Ricavi provenienti  
dal sito di  
e.commerce*

**24%**

Provincia di Udine



**22%**

Provincia di Pordenone



**24%**

Provincia di Trieste



**24%**

Provincia di Gorizia



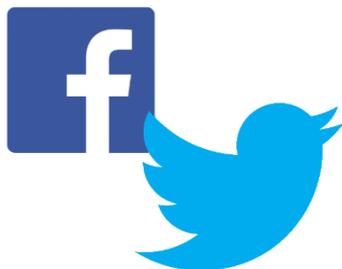
**25%**

e.commerce | **TRE IMPRESE DEL TERZIARIO SU DIECI DEL FVG** utilizzano i **SOCIAL NETWORK** per la propria attività commerciale...

La Sua impresa utilizza i social network (Facebook, LinkedIn, Twitter, etc)?

*Imprese FVG che utilizzano i social network*

**31%**



Provincia di Udine



**33%**

Provincia di Pordenone



**30%**

Provincia di Trieste



**31%**

Provincia di Gorizia



**32%**

e.commerce | **QUATTRO IMPRESE DEL TERZIARIO SU CINQUE DEL FVG utilizzano i SOCIAL NETWORK per acquisire visibilità...**

Qual è la **finalità principale** della presenza della Sua impresa sui **social network**?

Acquisire visibilità

78,8

Comunicare in modo diretto con i propri clienti

5,8

Incrementare le vendite presso la clientela storica

6,7

Limitarsi a fornire informazioni sui propri servizi di assistenza

2,9

Incentivare le vendite presso la nuova clientela

5,8

*La gran parte delle imprese del terziario del Friuli Venezia Giulia è presente sui Social Network con la finalità di acquisire visibilità. Le motivazioni secondarie sono legate al desiderio di incrementare le vendite presso la clientela sia storica che nuova, comunicare in modo diretto con i clienti e limitarsi a fornire informazioni sui propri servizi di assistenza.*

### Fonti dei dati:

- Format Research, «Osservatorio Credito Confcommercio Friuli Venezia Giulia», «Osservatorio Credito Confcommercio».
- Confcommercio Imprese per l'Italia, «Consumi e prezzi, Ufficio Studi Confcommercio Imprese per l'Italia» (Febbraio 2017)
- Inps, Rapporto sul precariato 2016
- Istat, «Fiducia delle imprese e dei consumatori, gennaio 2017»
- Istat, «Occupati e disoccupati, gennaio 2017»
- Istat, «Conto economico trimestrale delle amministrazioni pubbliche»
- Istat, «Prezzi al consumo»
- Istat, «Produzione industriale»
- Istat, «I.Stat 2016 (Datawarehouse Istat)»
- Infocamere, «Movimprese».

***Il documento è stato realizzato con le informazioni disponibili al 13 febbraio 2017.***

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.

2017 © 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. € 10.340,00 i.v.

unità operativa - via sebastiano caboto 22/a  
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)

Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS



UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049