



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

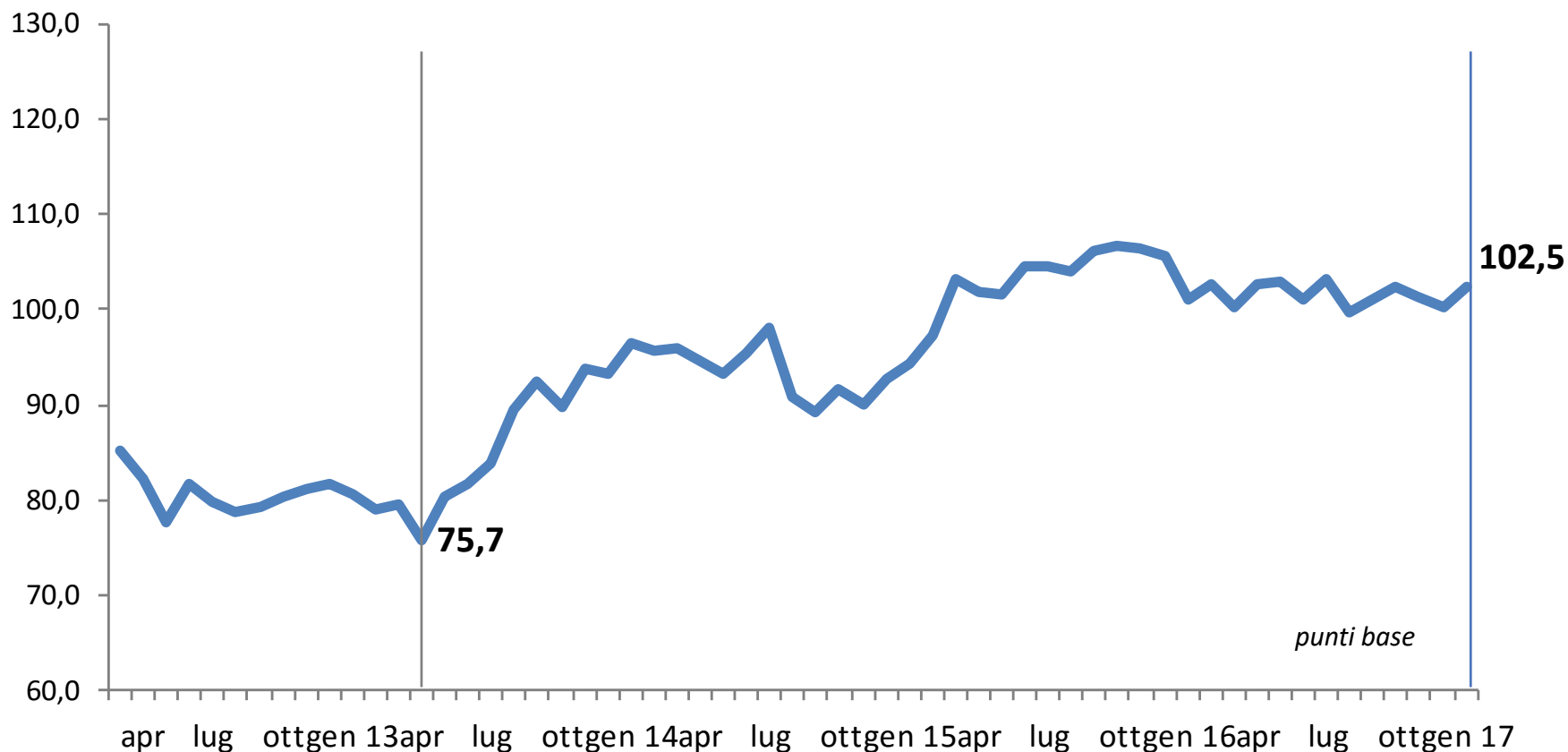
lavoro

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

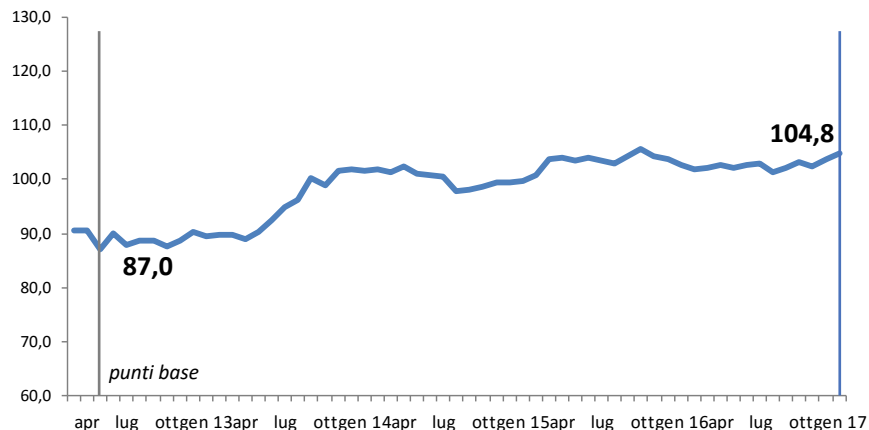


Fonte: Istat, Fiducia delle imprese e dei consumatori, Gennaio 2017

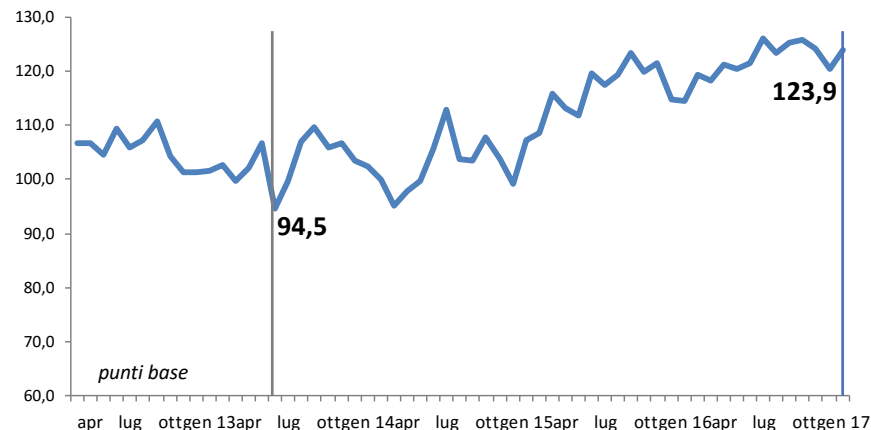
Indici destagionalizzati. Base 2010=100 (nuova riclassificazione).

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

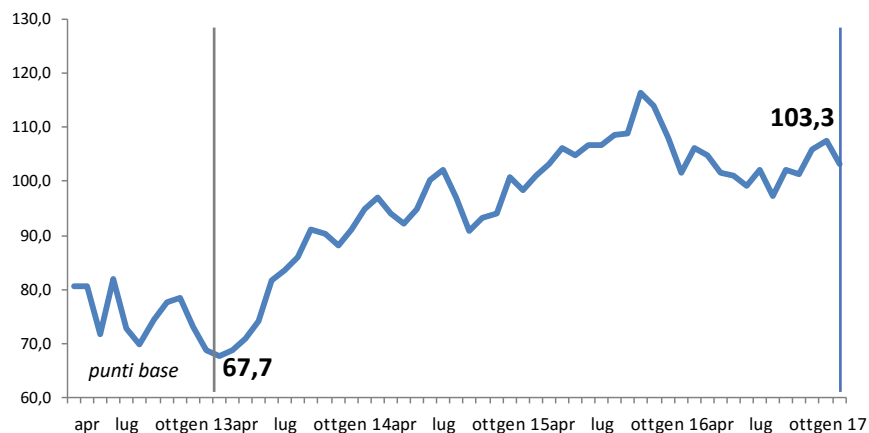
andamento della fiducia delle imprese della manifattura



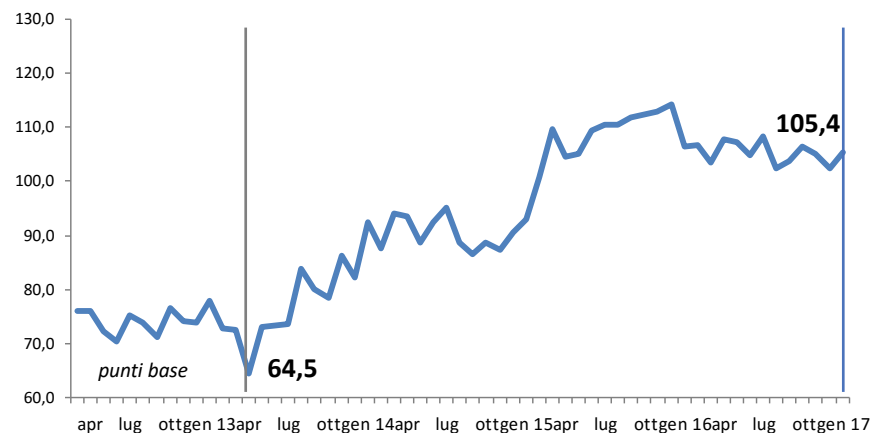
andamento della fiducia delle imprese delle costruzioni



andamento della fiducia delle imprese del commercio



andamento della fiducia delle imprese dei servizi

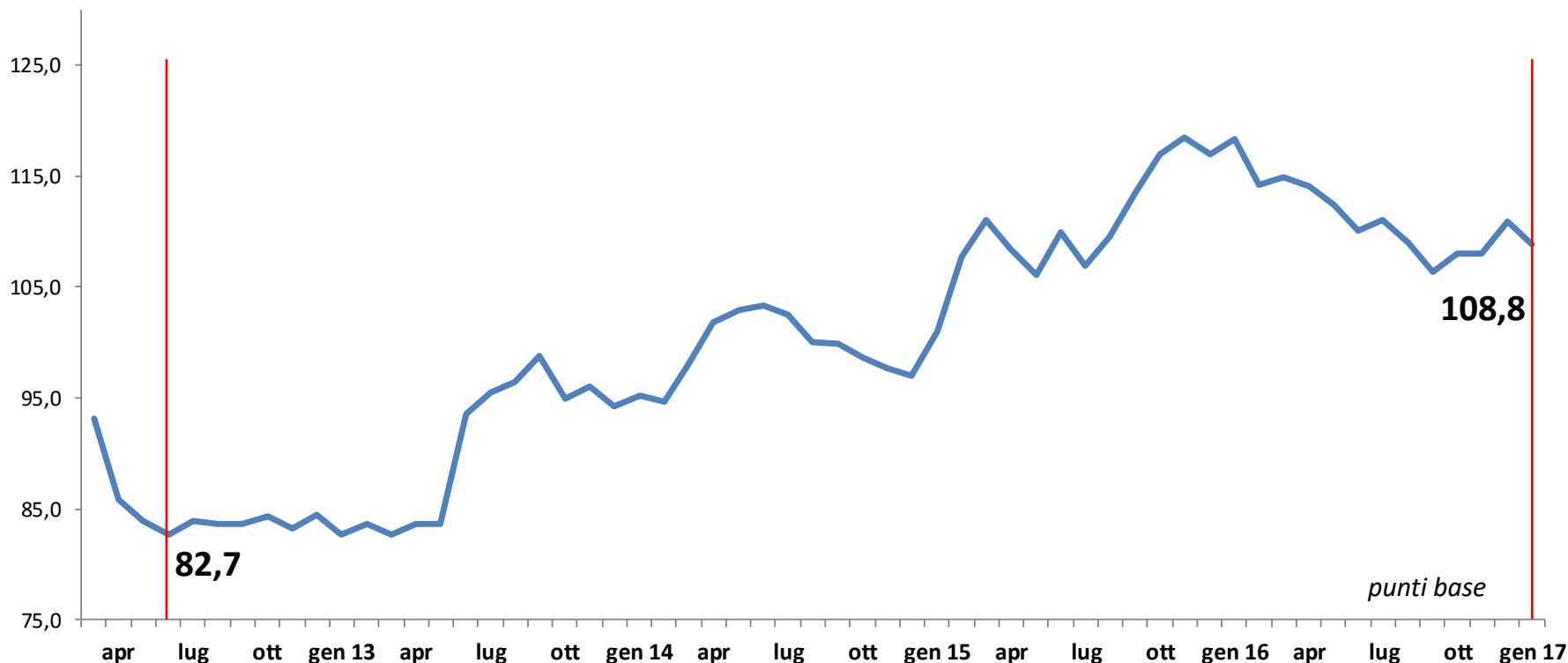


Fonte: Istat, Fiducia delle imprese e dei consumatori, Gennaio 2017

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

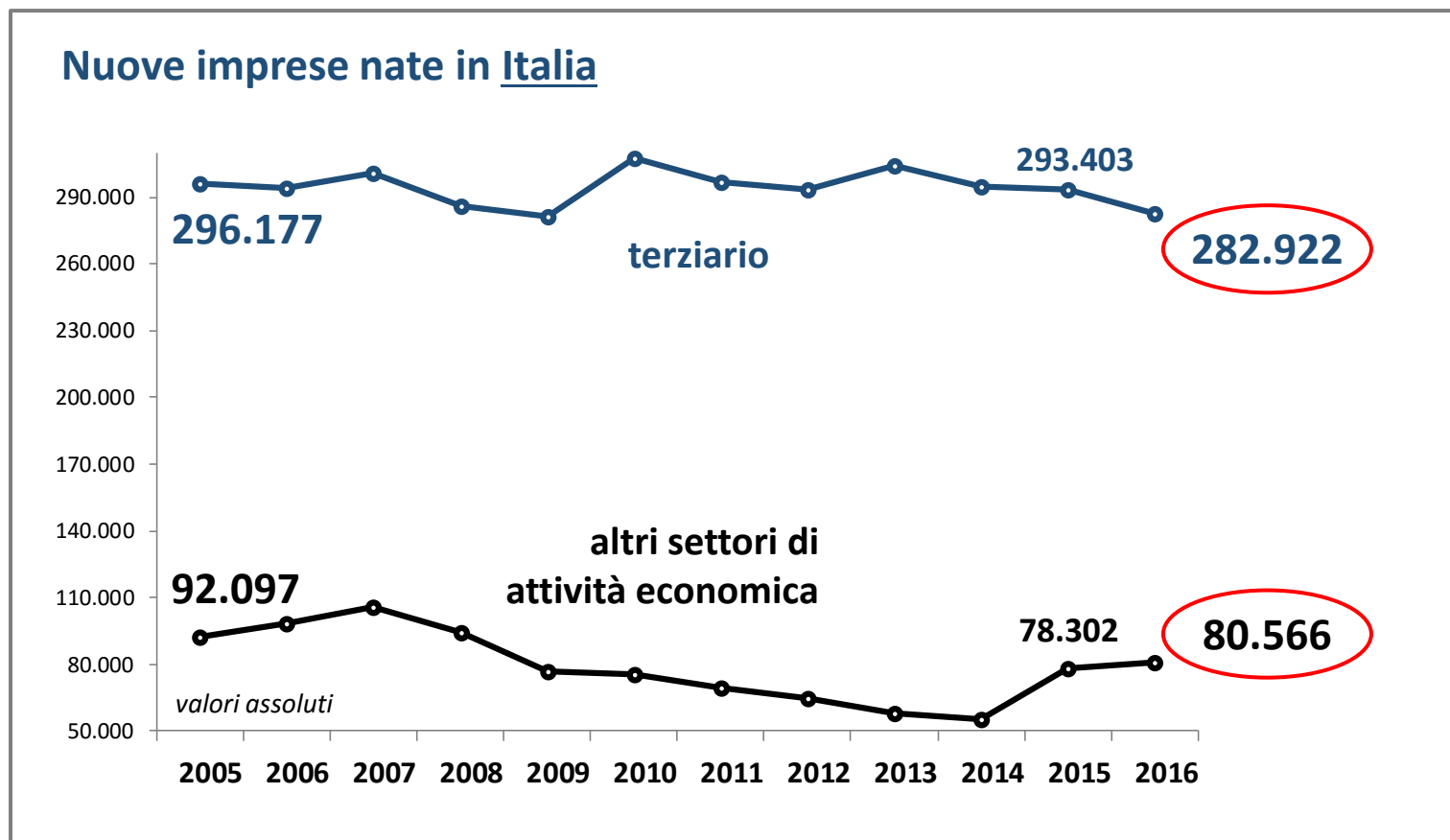
conti nazionali e consumi

lavoro

formazione

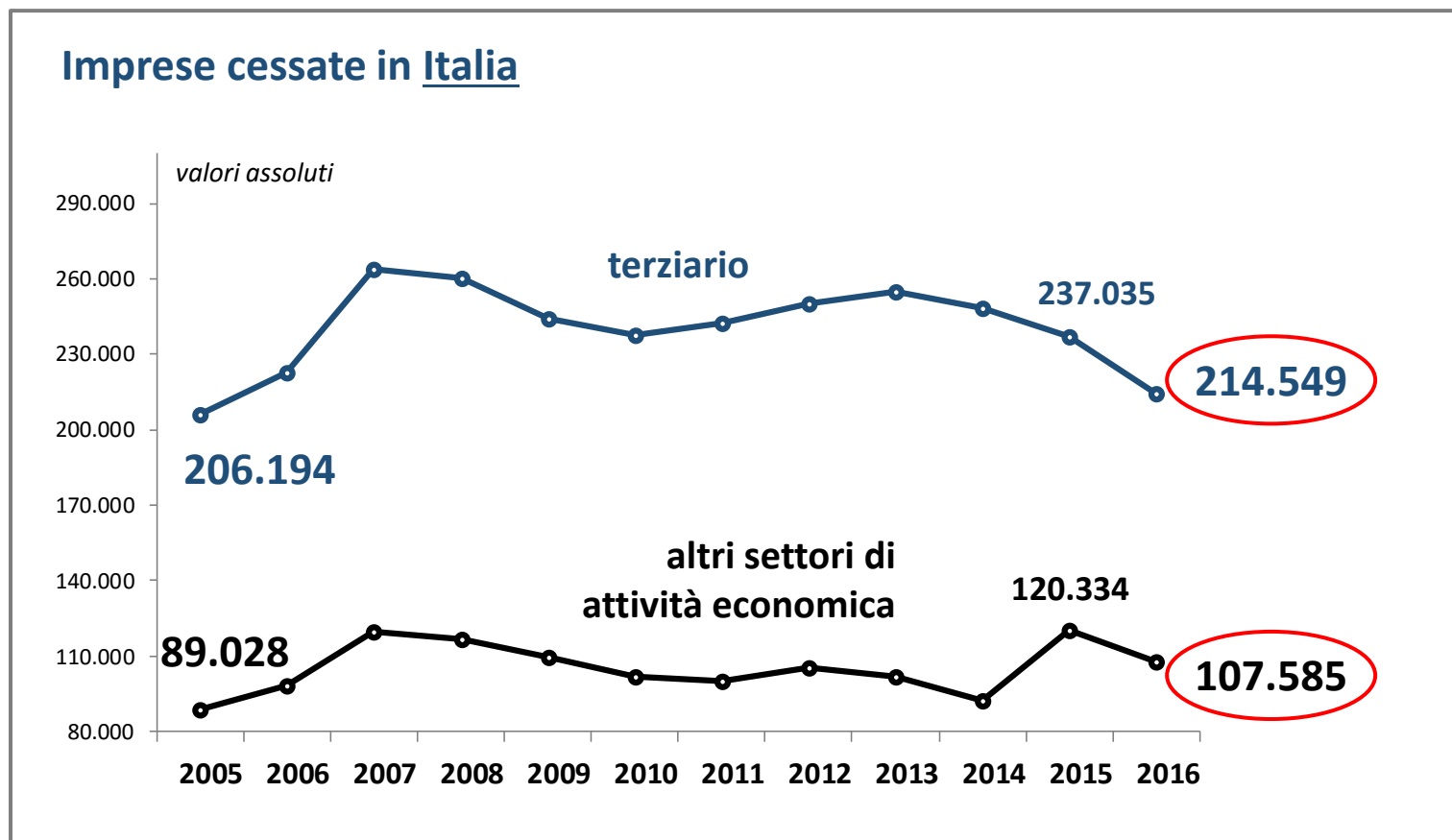
e.commerce

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...



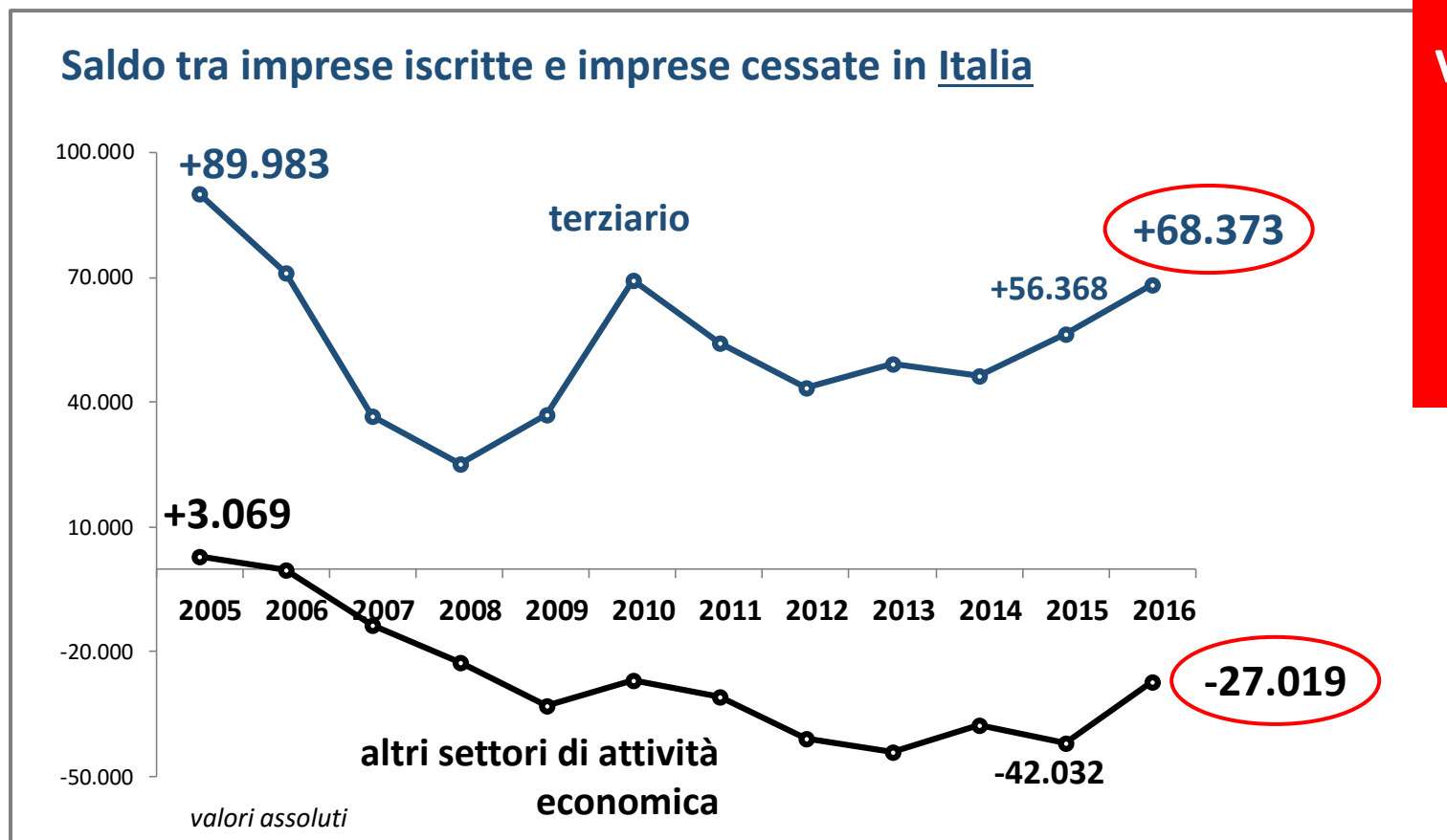
Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

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.

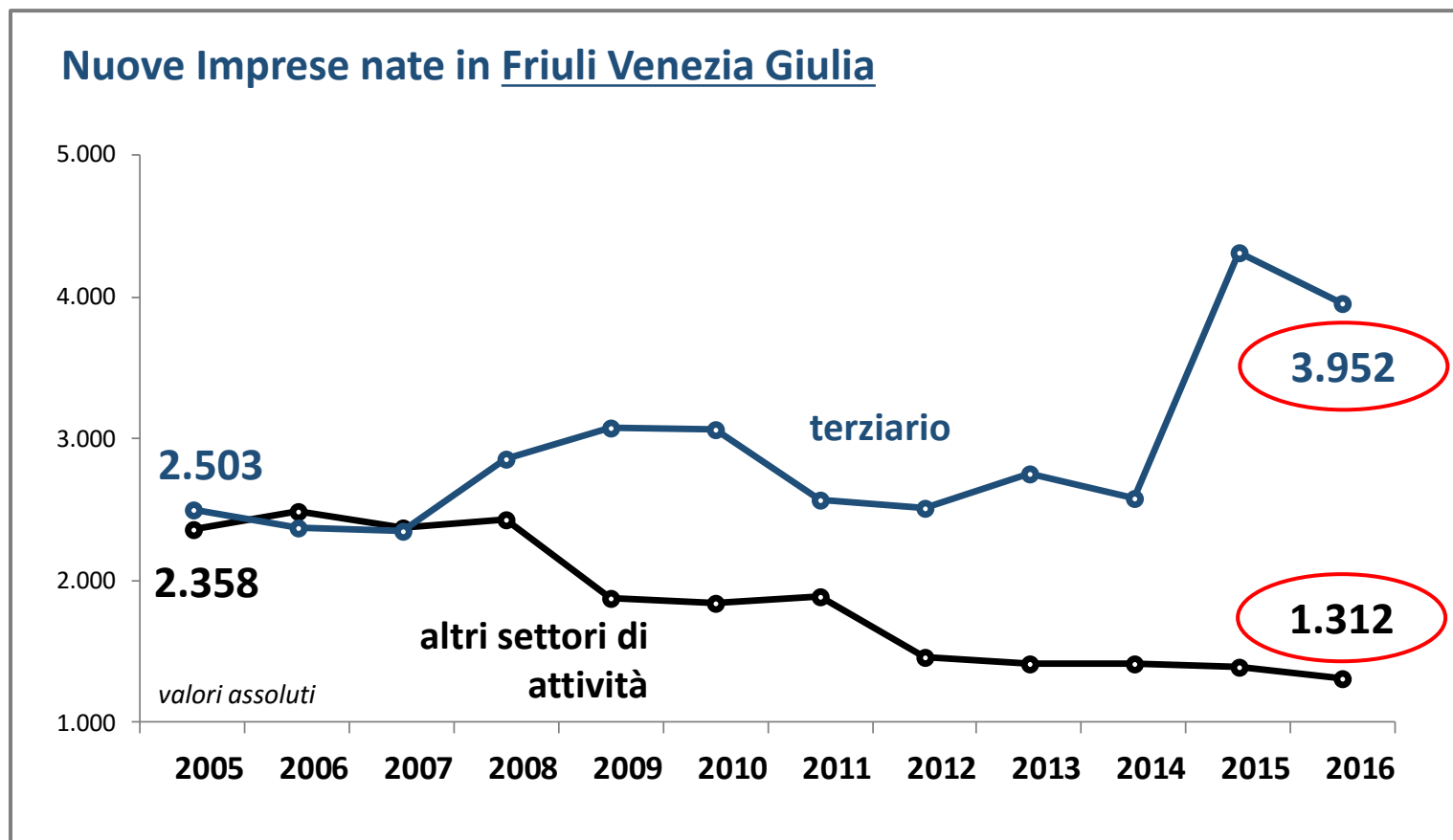
saldo tra iscritte e cessate ITALIA 2016 | in italia, nel 2016, si è registrato un saldo positivo tra nuove iscrizioni e cessazioni: +41.354 imprese (+68.373 del terziario, -27.019 degli altri settori)...



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

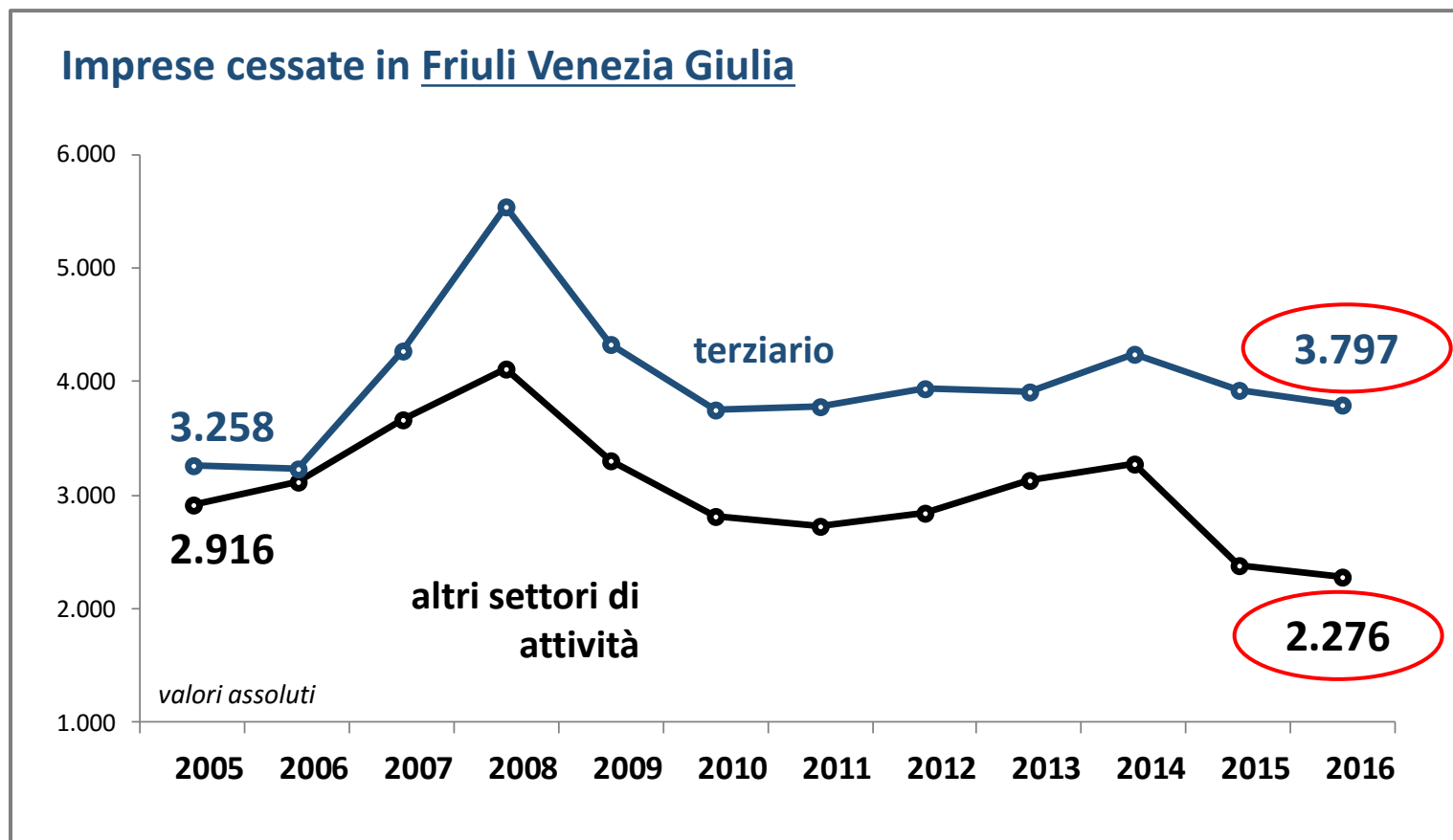
Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

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...



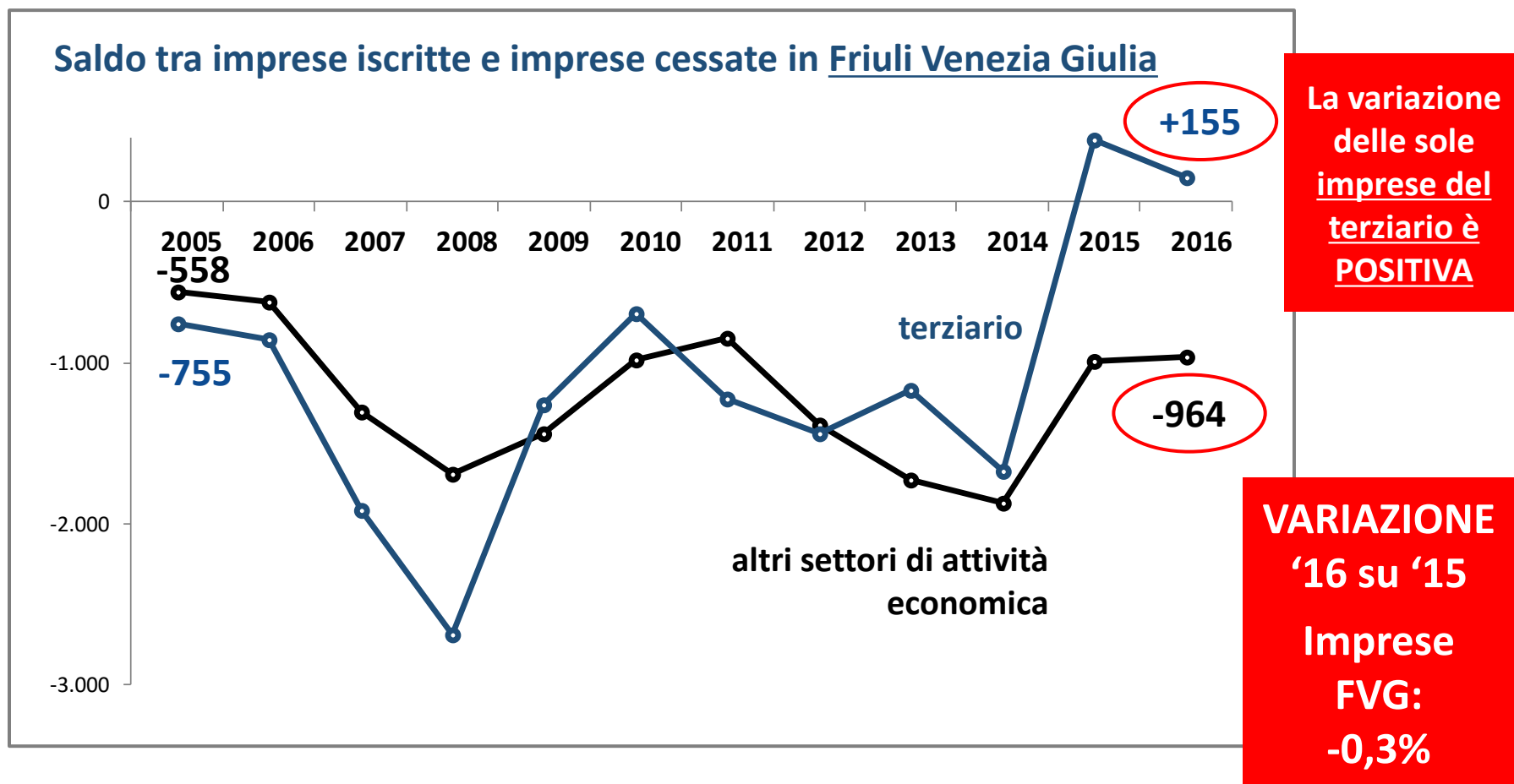
Valori assoluti (numerosità di unità locali). Fonte: elaborazione Format Research su dati Infocamere (Movimprese). Altri settori di attività economica: manifattura, costruzioni, agricoltura.

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 |
| FVG | -964 | 155 | -809 |

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

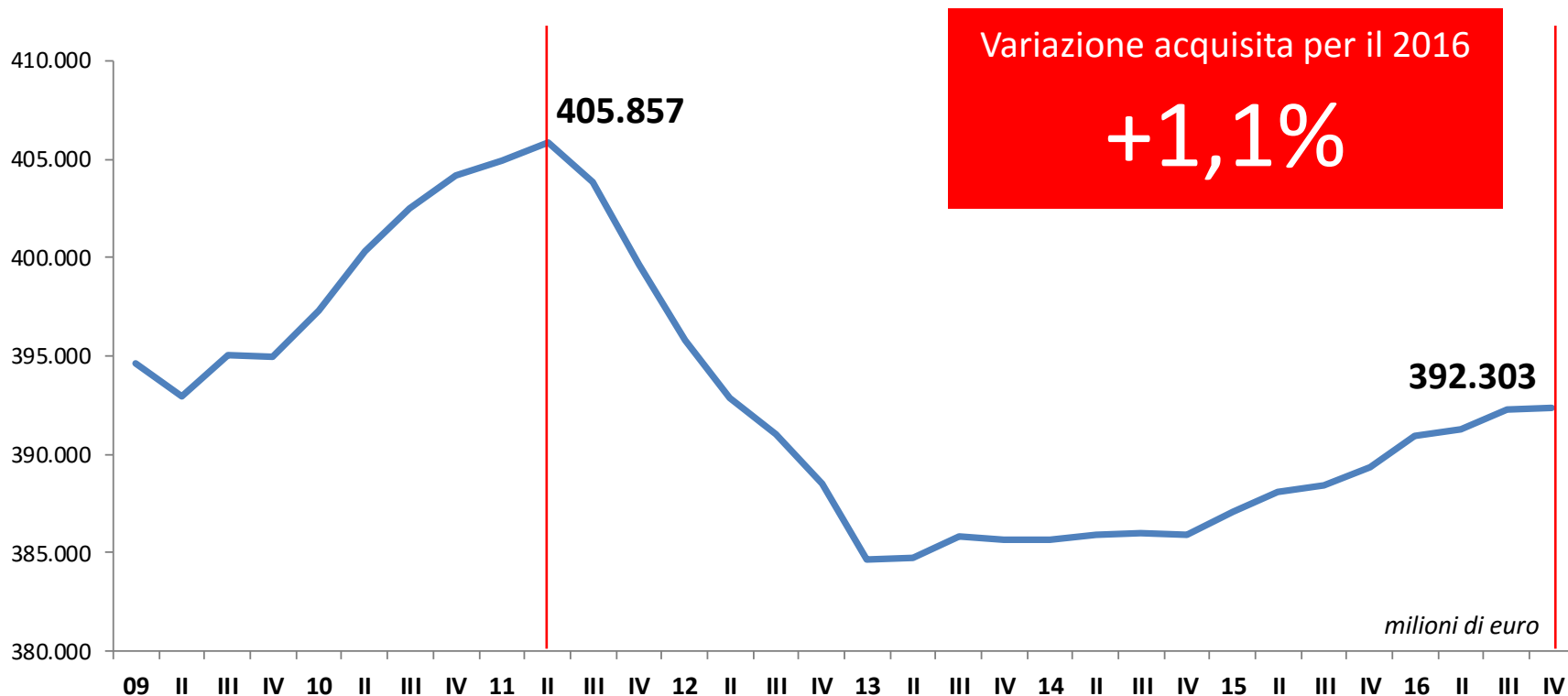
lavoro

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

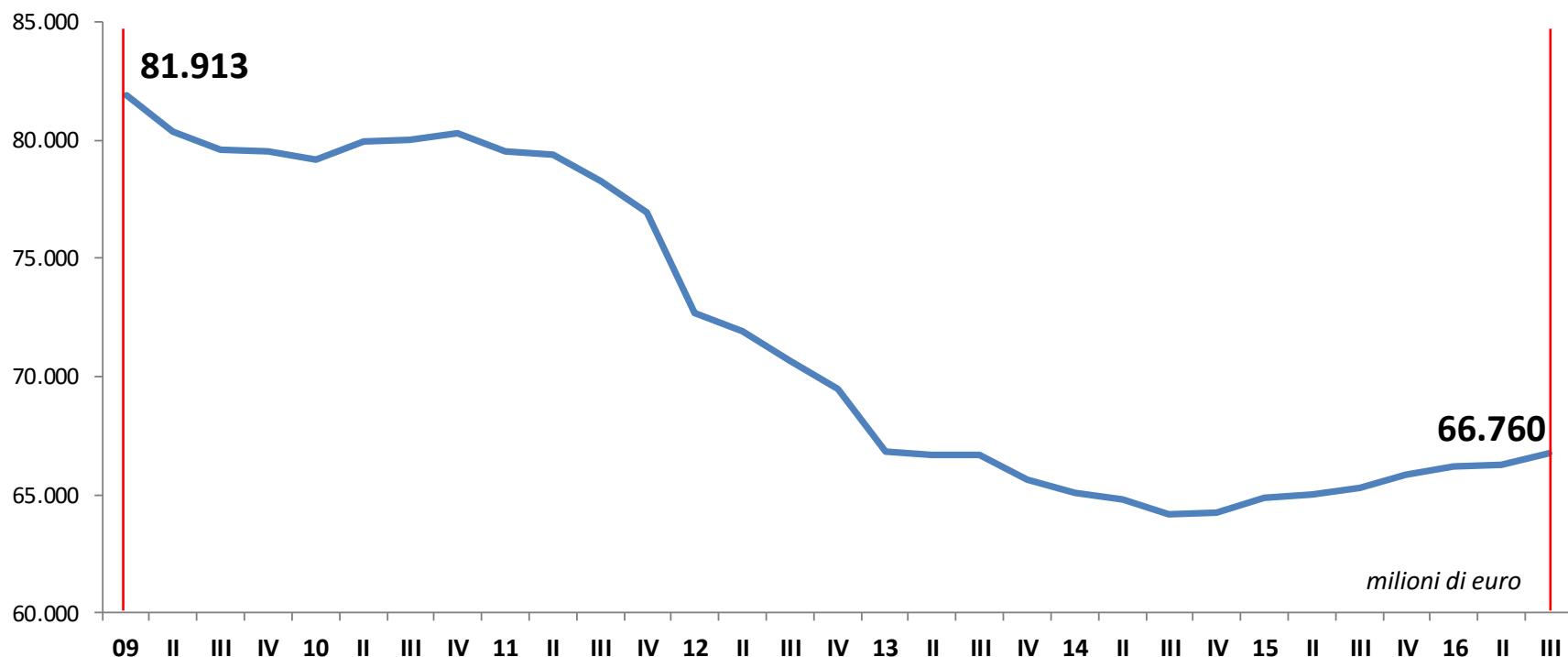


Fonte: Istat, Conti Nazionali

(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

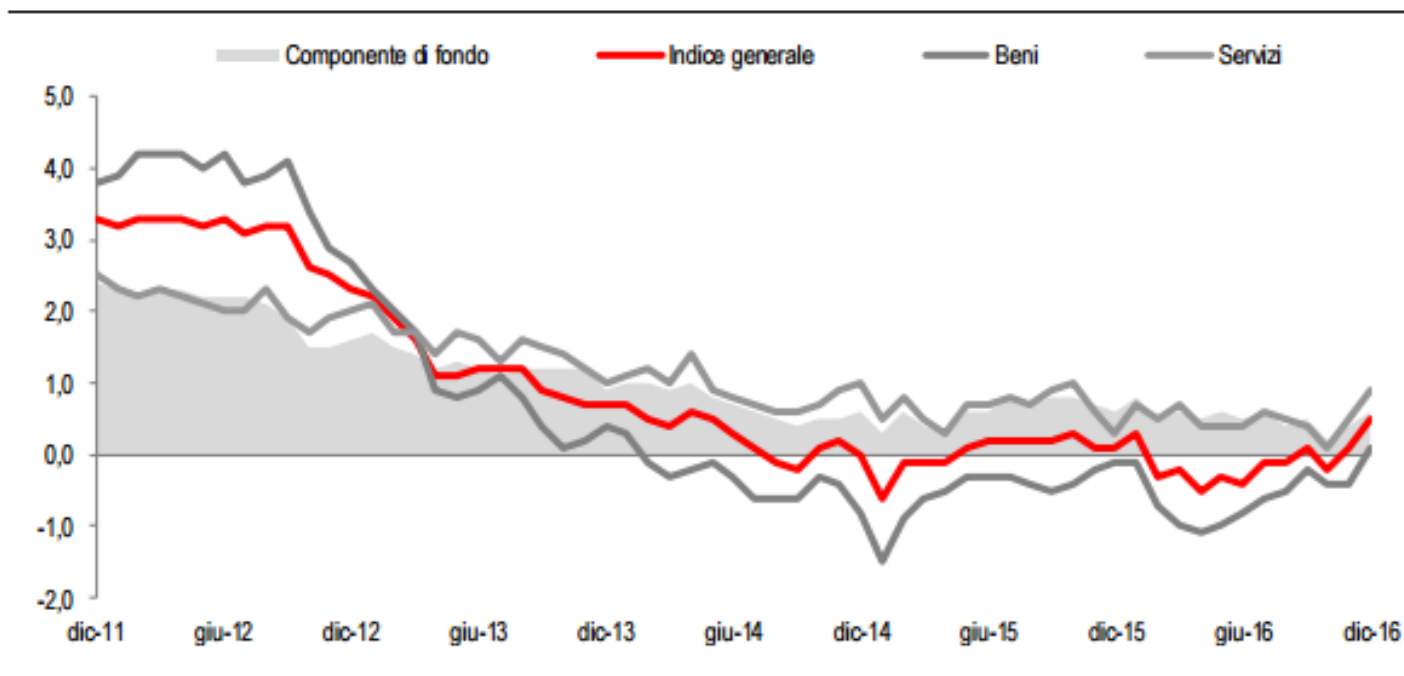


Fonte: Istat, Conti Nazionali

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



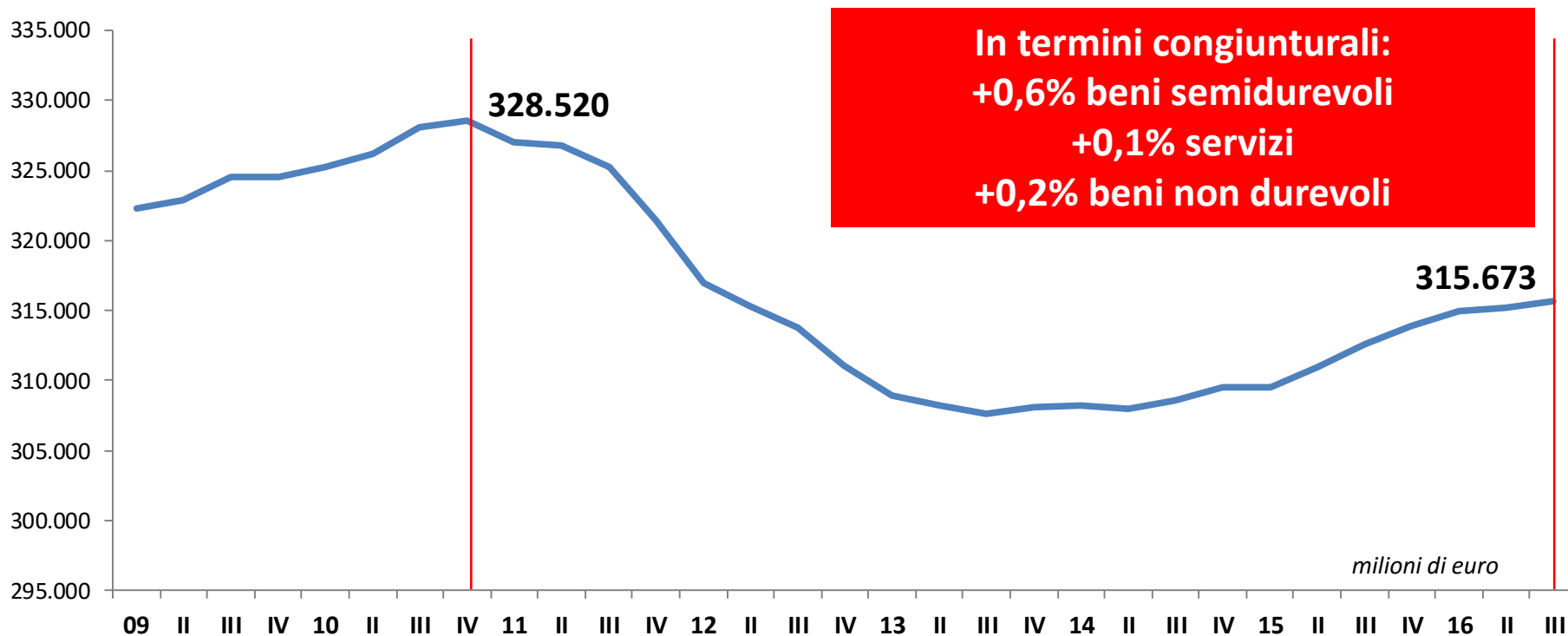
punti base

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

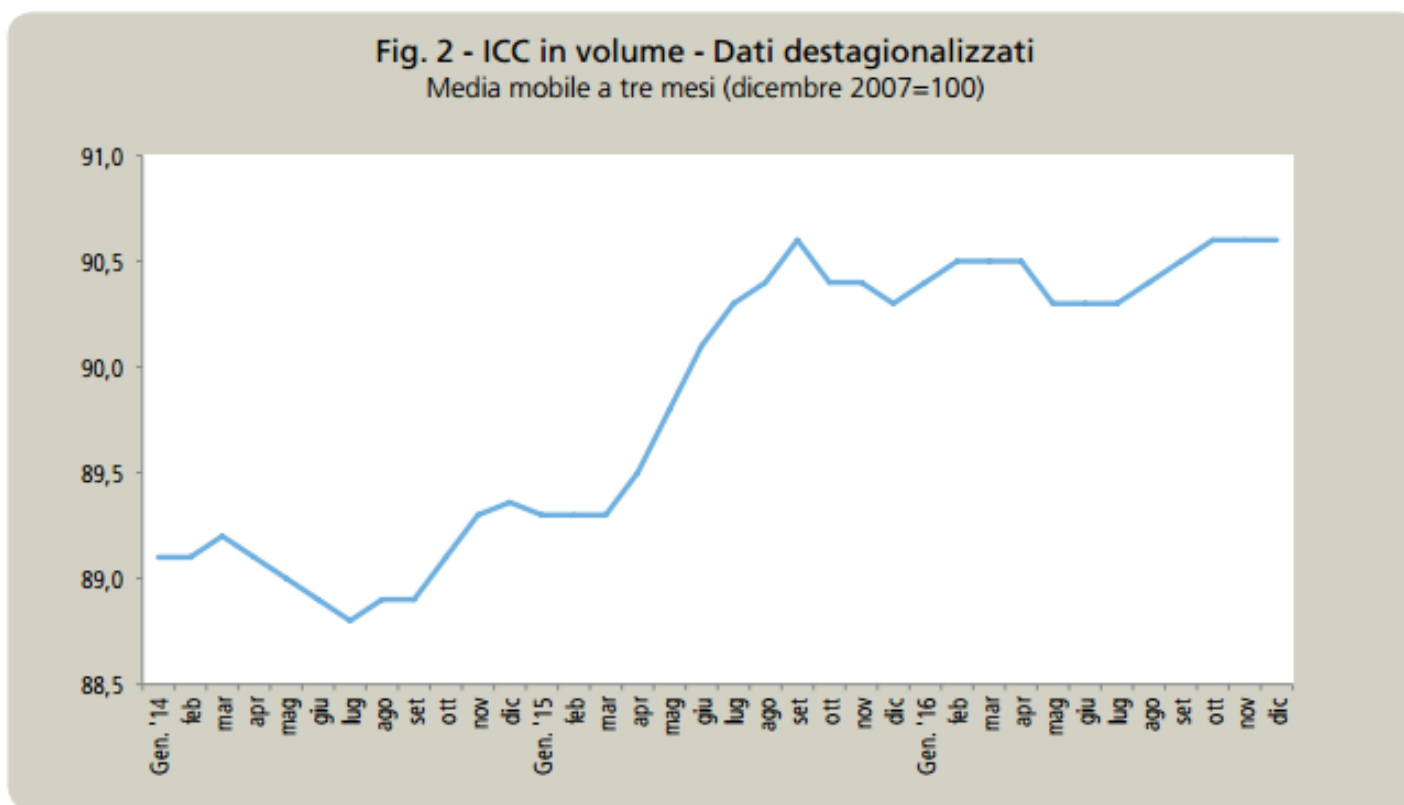


Fonte: Istat, Conti Nazionali

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...

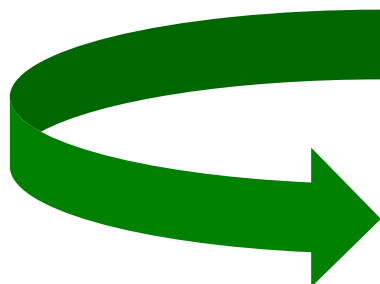
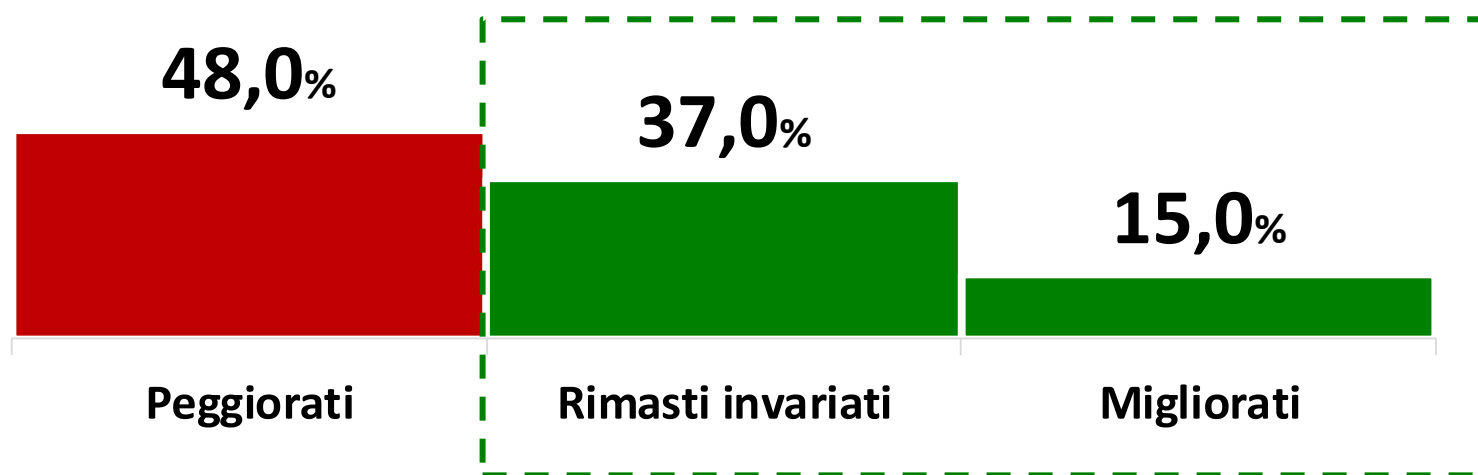
ICC in volume - Dati destagionalizzati (media mobile a tre mesi)



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

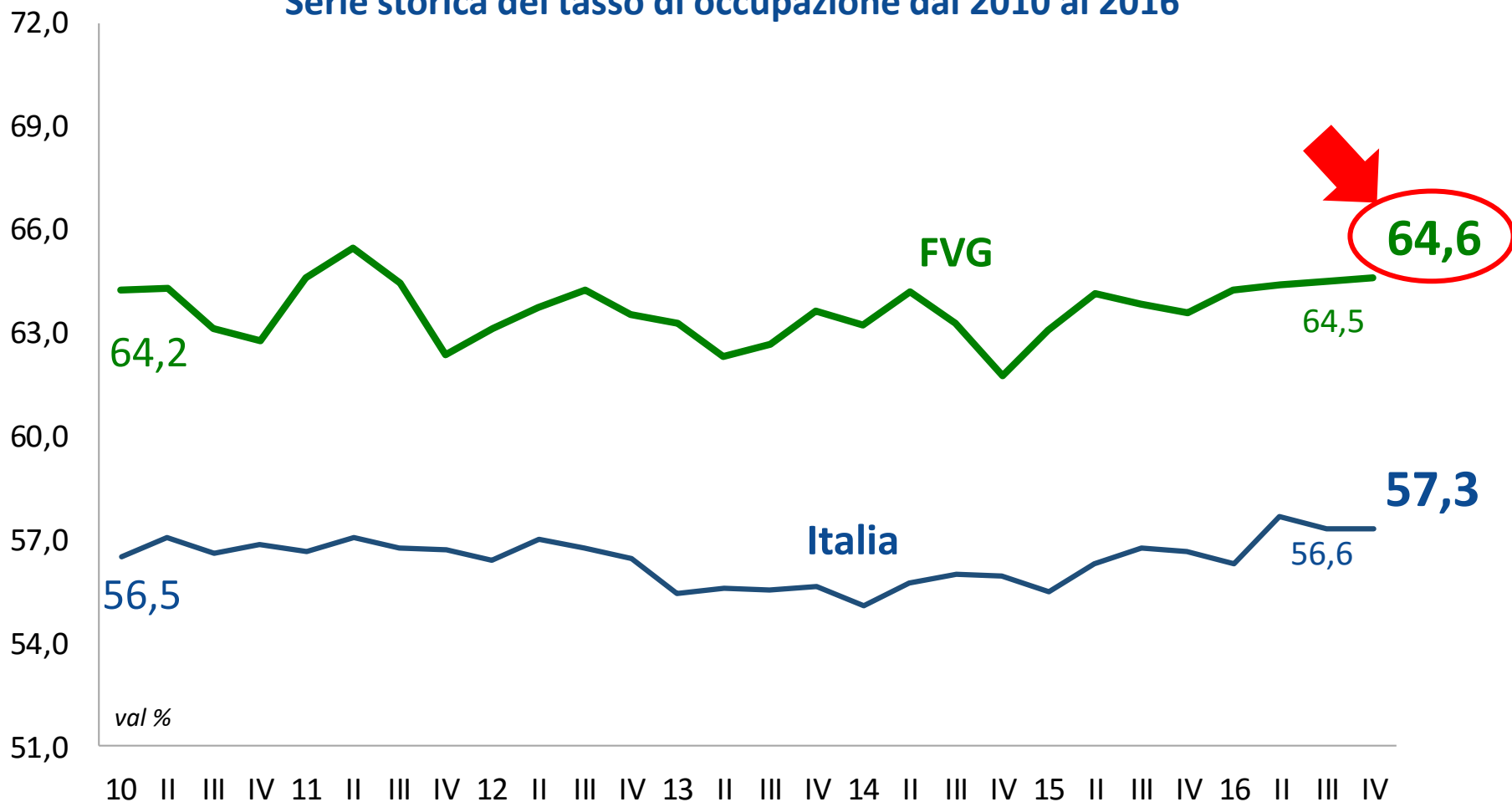
lavoro

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

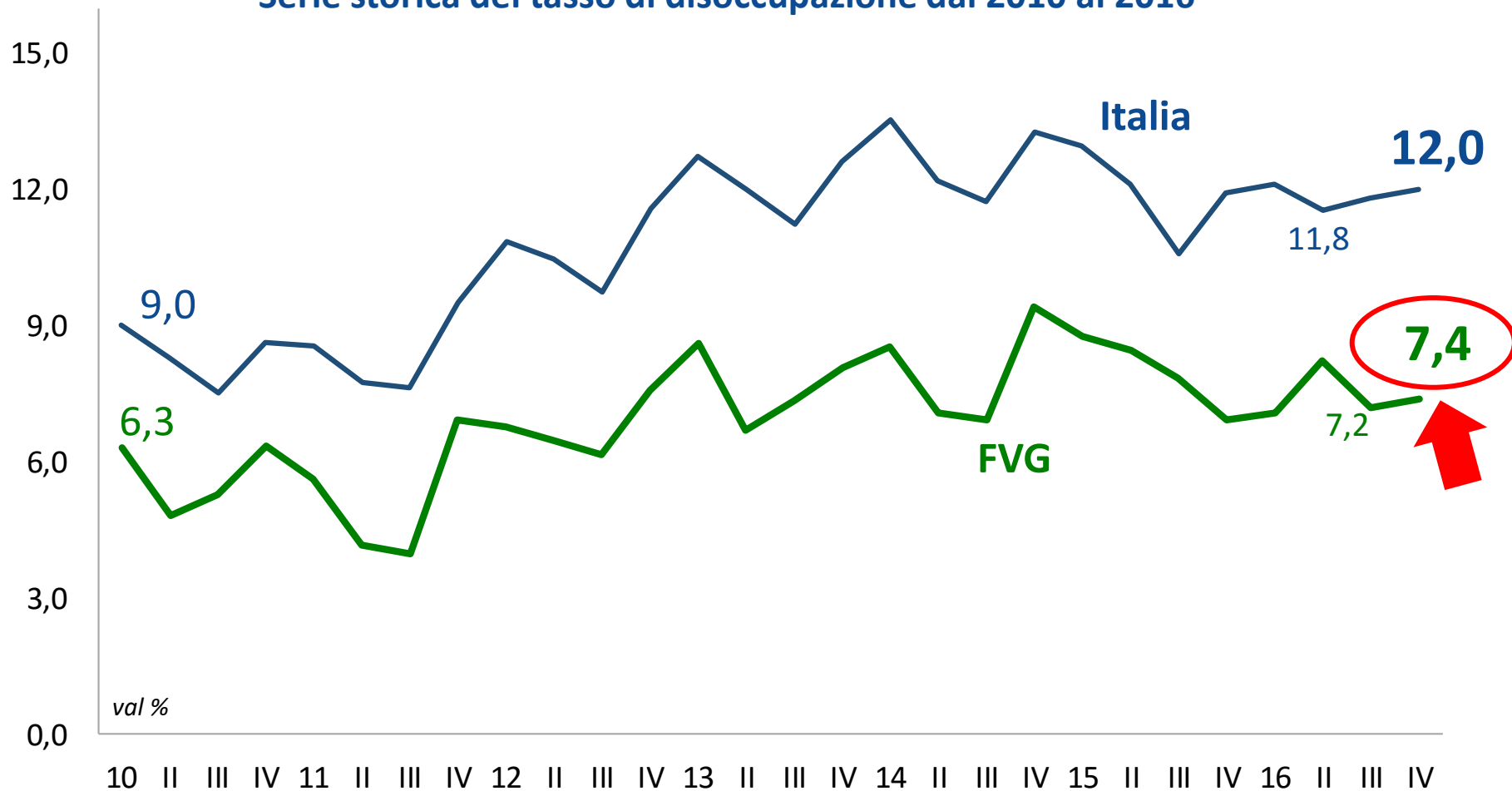


Fonte: Elaborazioni Format Research su dati «Istat, Occupati e disoccupati, Gennaio 2017»

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...

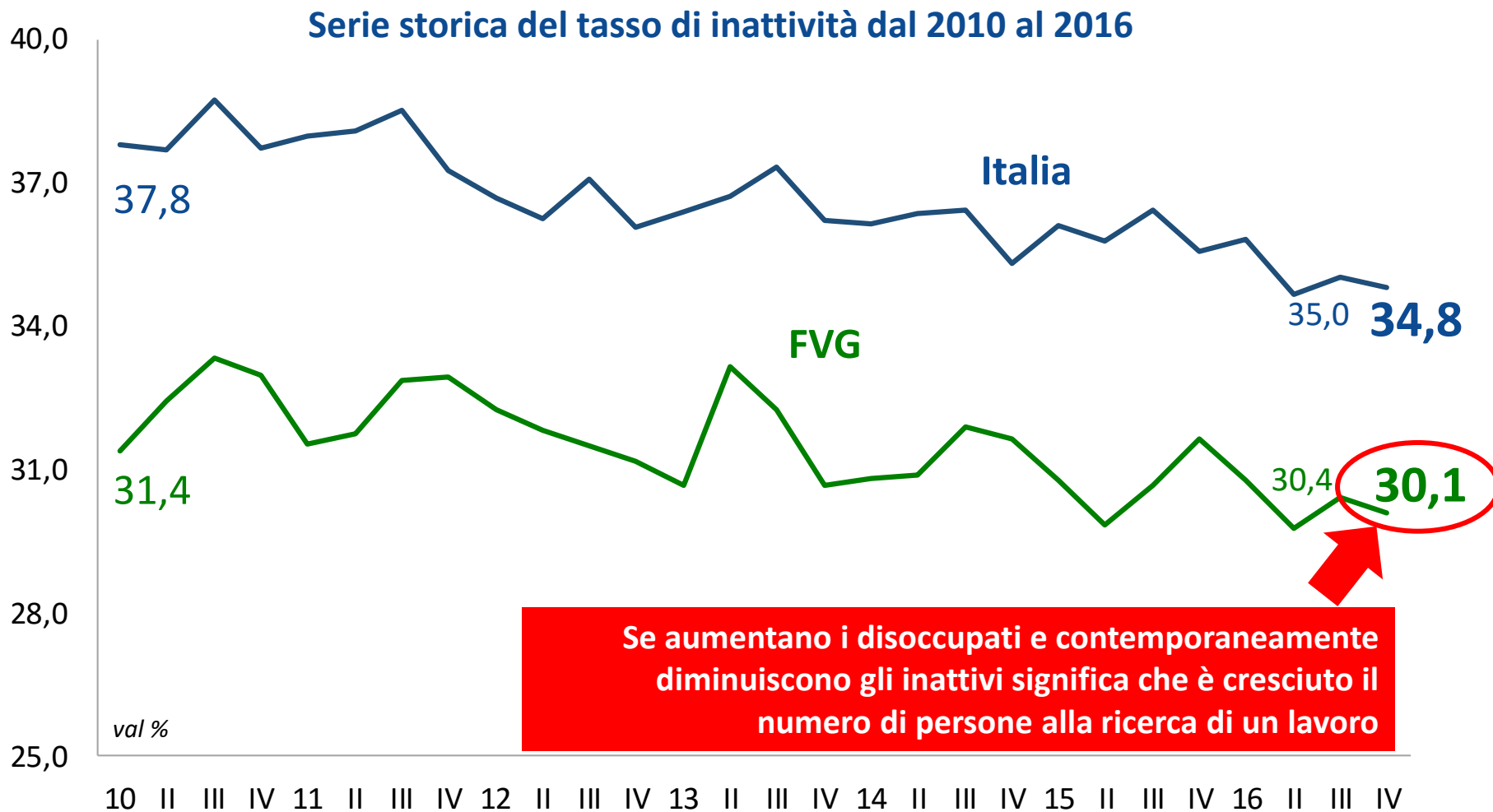
Serie storica del tasso di disoccupazione dal 2010 al 2016



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 | 127.687 | 127.687 | 478.000 | 478.000 | 478.000 | 14.867 | 14.867 | 14.867 | 28.754 | 28.754 | 28.754 | -36,3% | -12,1% |
| ABRUZZO | 33.327 | 33.327 | 33.327 | 101.010 | 101.010 | 101.010 | 10.010 | 10.010 | 10.010 | 10.010 | 10.010 | 10.010 | -37,9% | -8,1% |
| MOLISE | 6.863 | 6.863 | 6.863 | 767 | 767 | 767 | 767 | 767 | 767 | 767 | 767 | 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% |
| ITALIA | 1.194.461 | 1.691.349 | 1.144.558 | 3.140.541 | 3.233.165 | 3.450.243 | 220.277 | 169.342 | 216.009 | 513.206 | 546.138 | 509.995 | -32,3% | -5,7% |
| ESTERO** | 1.132 | 1.270 | 1.032 | 1.088 | 1.015 | 924 | 26 | 30 | 11 | 66 | 109 | 98 | -18,7% | -14,8% |
| TOTALE | 1.195.593 | 1.692.619 | 1.145.590 | 3.141.629 | 3.234.180 | 3.451.167 | 220.303 | 169.372 | 216.020 | 513.272 | 546.247 | 510.093 | -32,3% | -5,7% |

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% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 3.749.395 | 5.004.376 | 5.987.423 | 1.254.981 | 33,5% | 983.047 | 19,6% |
| 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% |
| ITALIA | 68.518.986 | 108.049.073 | 133.827.843 | 39.530.087 | 57,7% | 25.778.770 | 23,9% |

Fonte: Inps, Rapporto sul precariato 2016.

agenda



considerazioni generali di sintesi

clima di fiducia

demografia delle imprese

conti nazionali e consumi

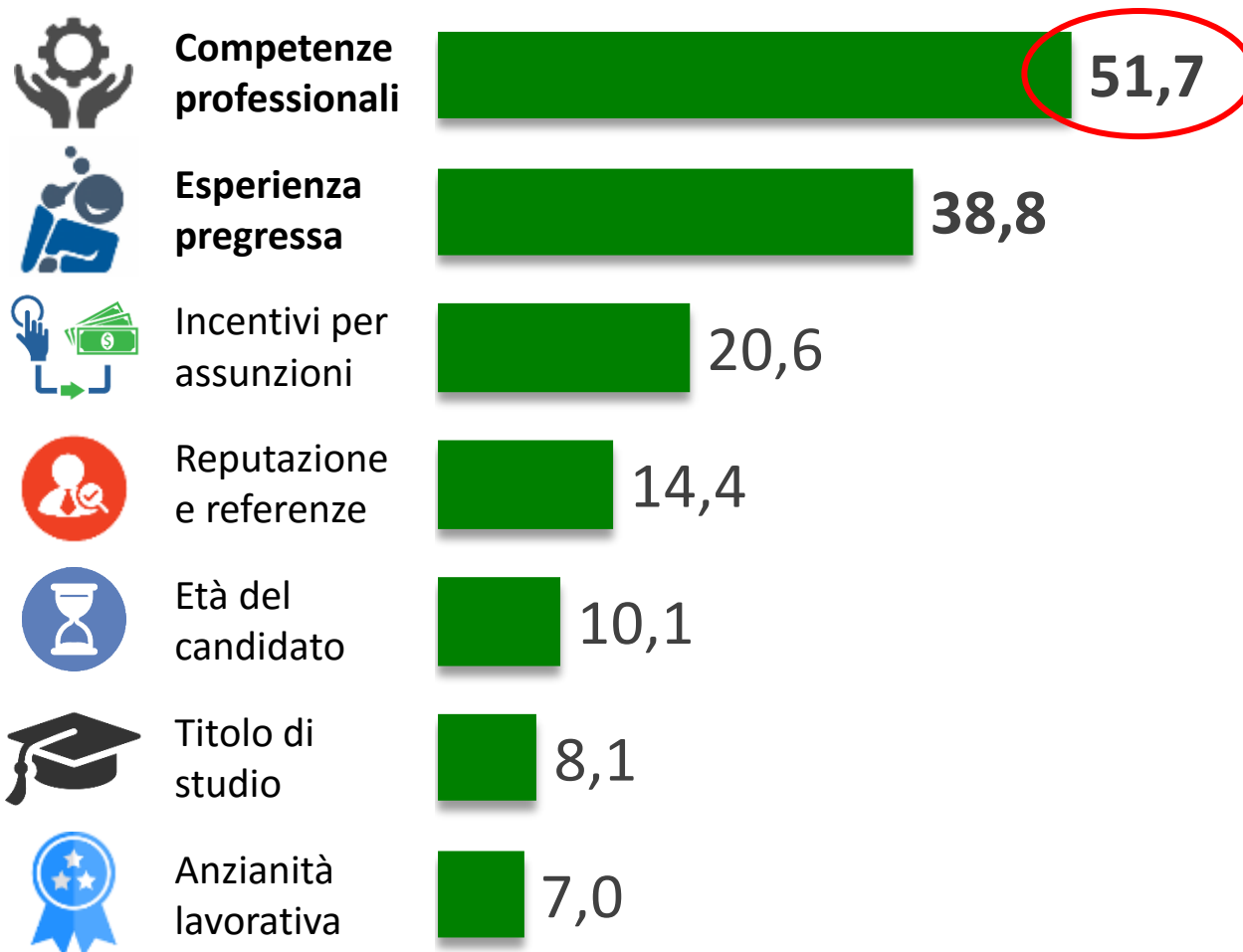
lavoro

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.

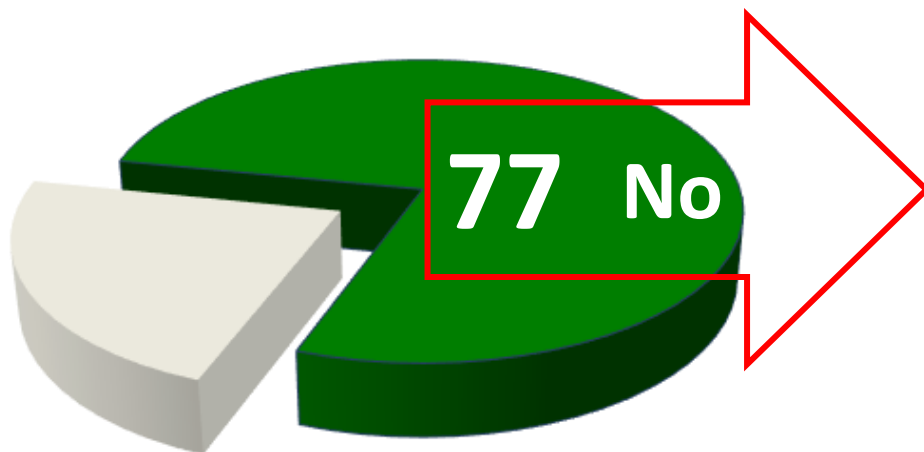
Il 38,8% attribuisce importanza all'esperienza pregressa.

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

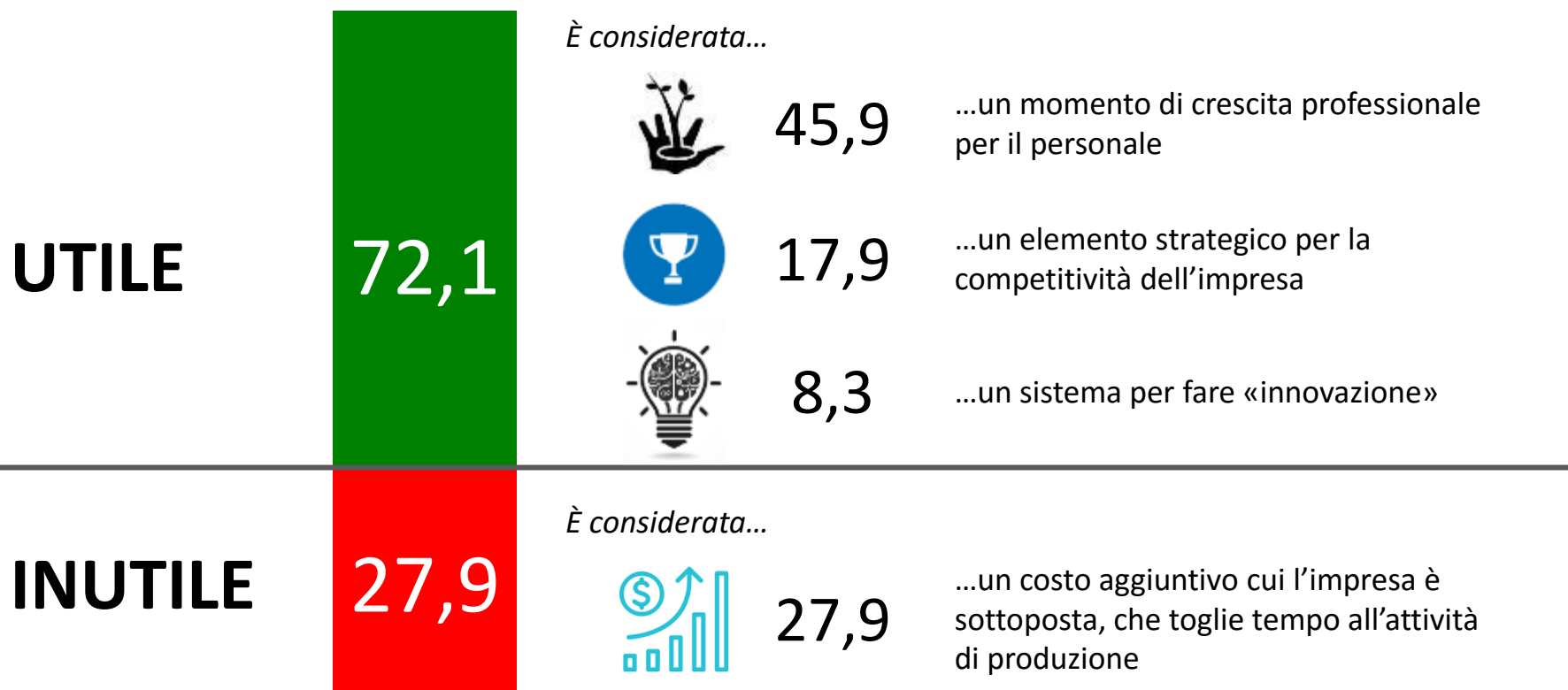
Turismo
67,2

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...

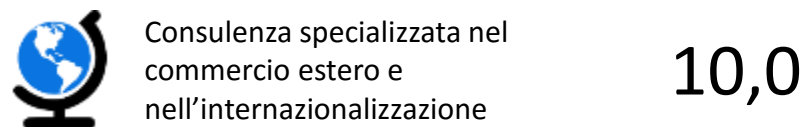
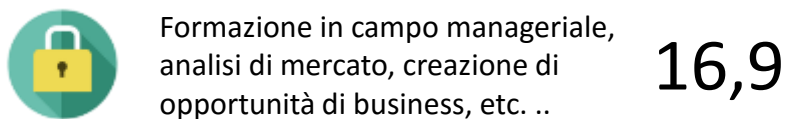
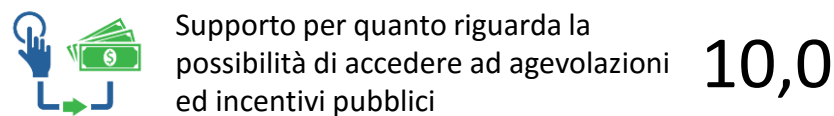
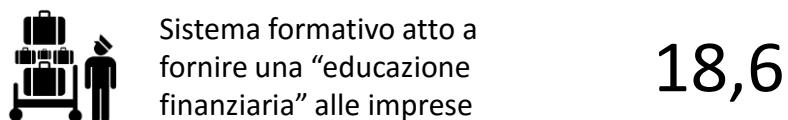
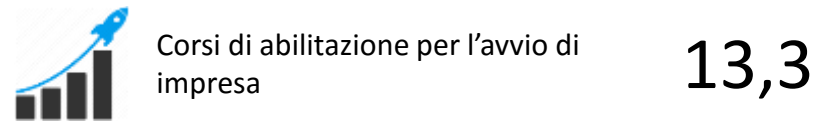
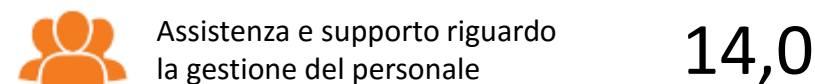
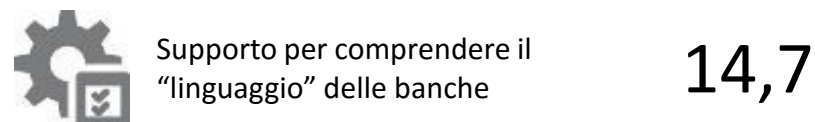
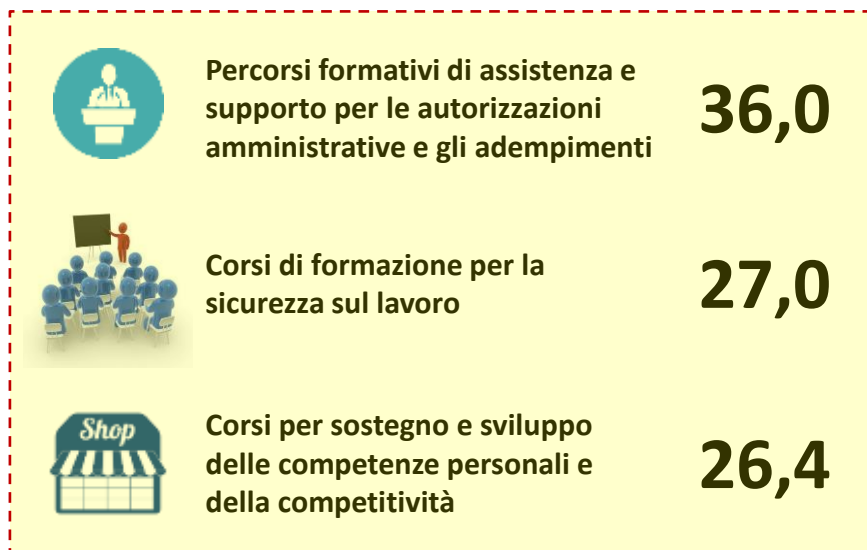
Secondo la Sua esperienza, l'attività di formazione, se svolta in azienda, è...?



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

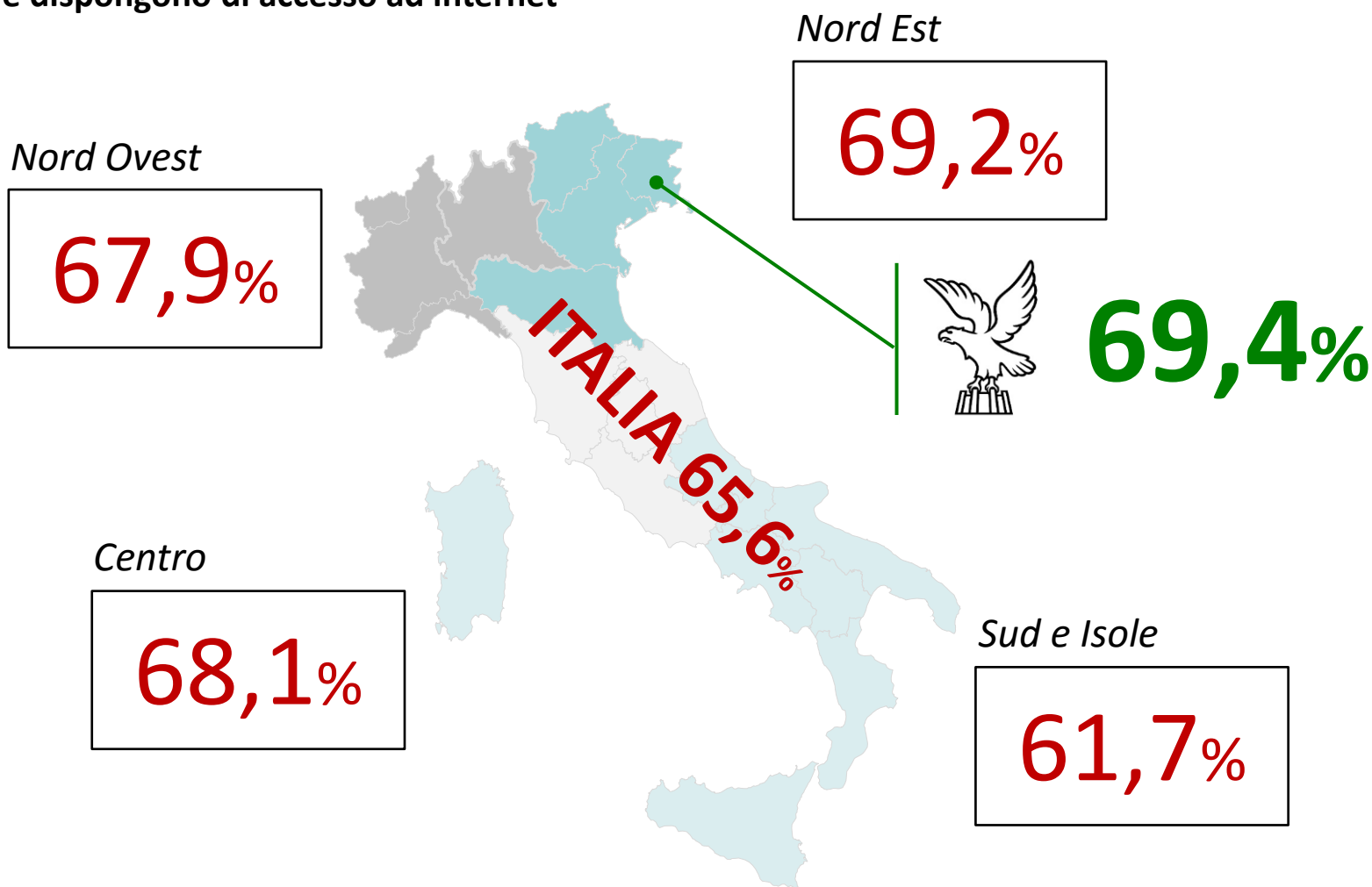
lavoro

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...

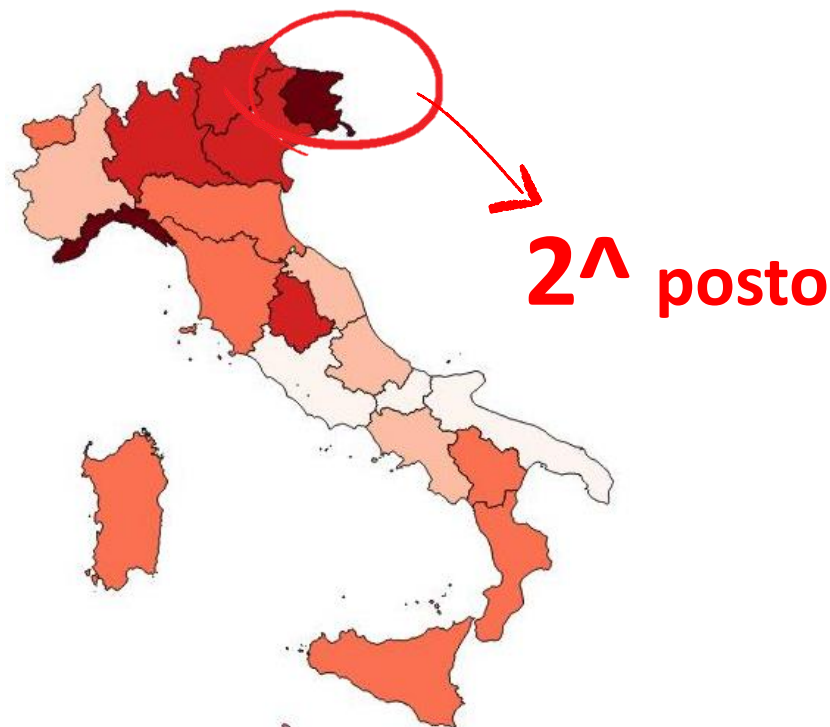
Italiani che dispongono di accesso ad internet
in Italia...



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^a posto per diffusione di banda larga)...

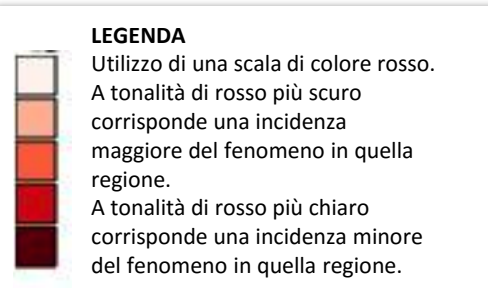
Diffusione della banda larga



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^a 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)

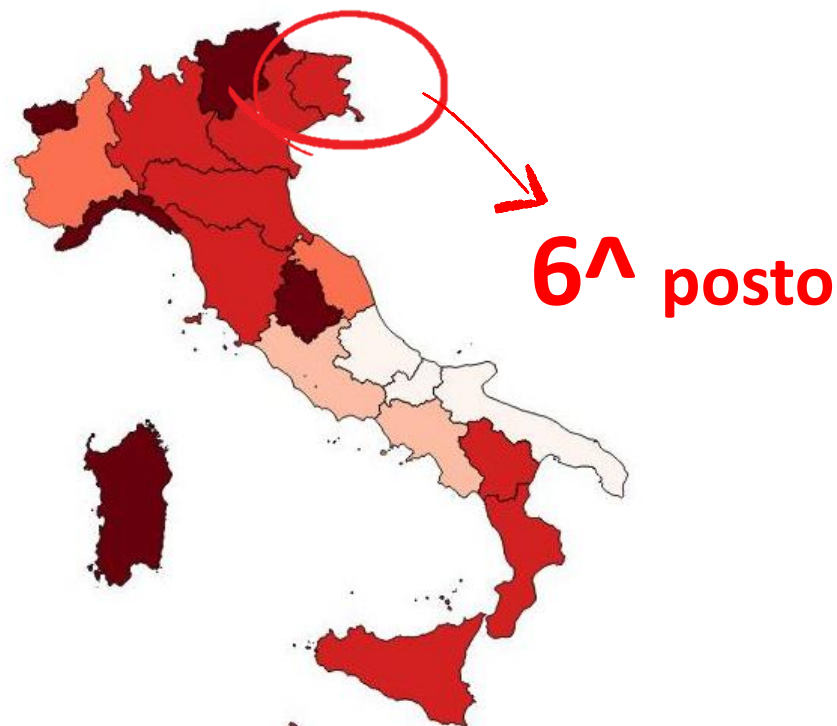
e.commerce | ...in ogni caso, **L'ITALIA STA RECUPERANDO TERRENO**
 considerando che risulta **NONA NELLA TOP TEN** dei Paesi UE **PER INCREMENTO**
DEGLI ACCESSI AD INTERNET...

| | 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 |
| 9 | Italia | +5,8 | +1,7 |
| 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)

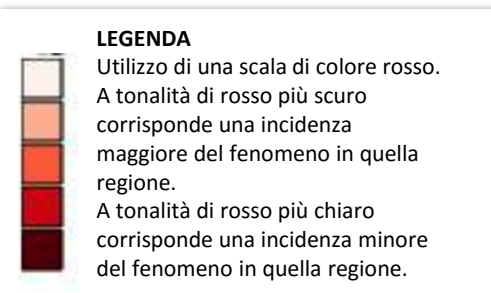
e.commerce | ...sul lato imprese, la quota di quelle che accedono a internet sale a circa il 75% (TUTTI I SETTORI)... il **FVG COMPARE NELLA TOP TEN** tra le regioni italiane per **DISPONIBILITÀ DI CONNESSIONE** a internet presso le imprese...

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.

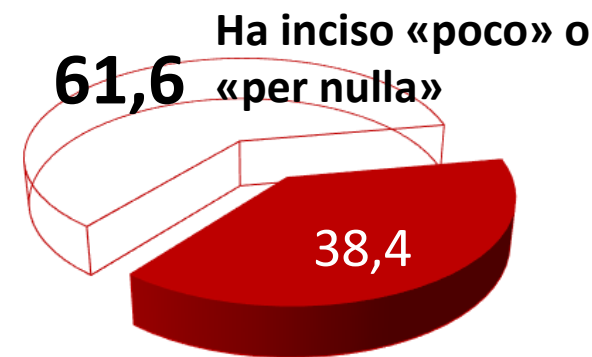
Ancora molto indietro Abruzzo, Puglia e Molise.



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 | 40,0 | 60,0 |
|  Pordenone | 36,0 | 64,0 |
|  Trieste | 38,0 | 62,0 |
|  Gorizia | 42,0 | 58,0 |

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...?

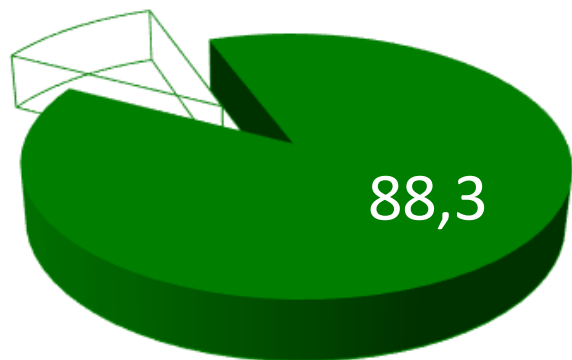
55,2

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 |

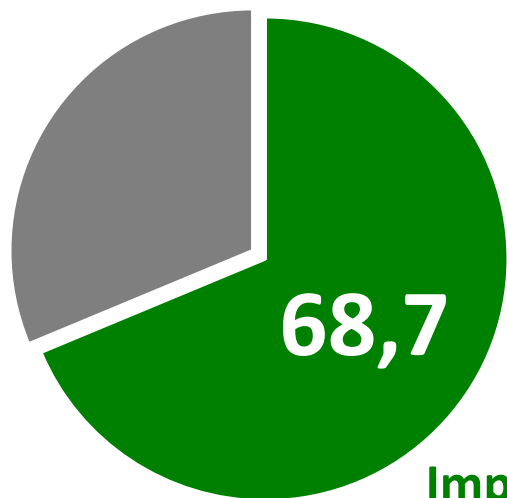
Il dettaglio per settore...

| | |
|------|---------------------|
| 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 |

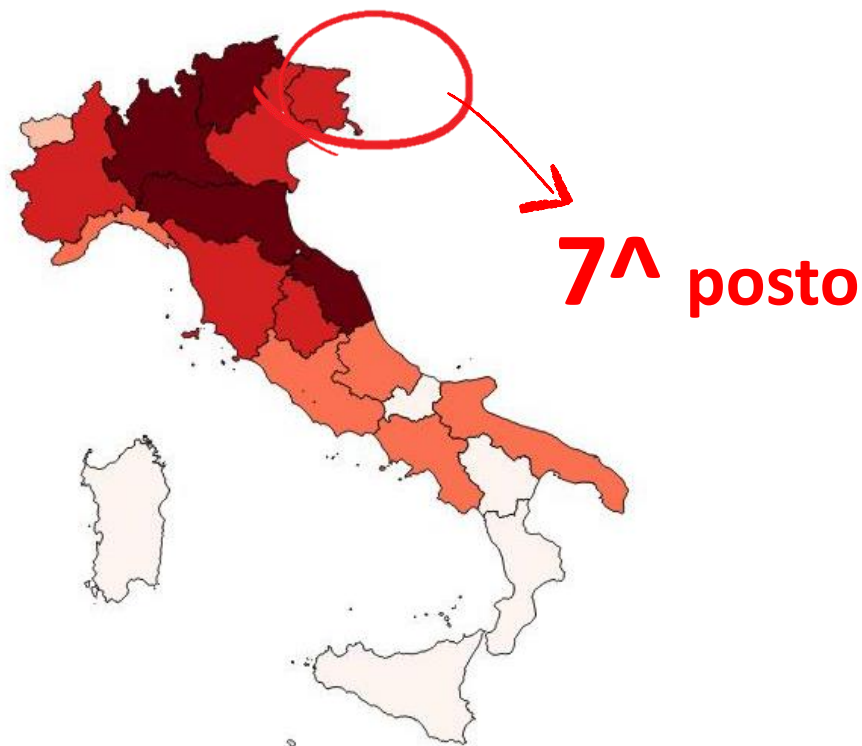
Il dettaglio per settore...

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

Fonte: Format Research, Osservatorio Credito Confcommercio FVG.

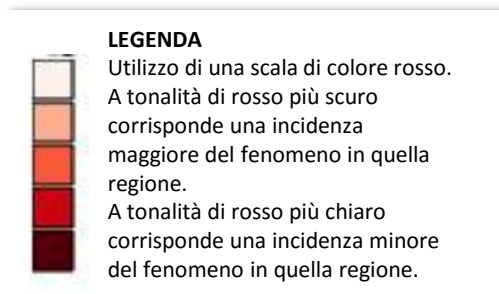
e.commerce | ...in generale, **IL FVG È AL SETTIMO POSTO** tra le regioni italiane con riferimento alla **PERCENTUALE DI IMPRESE** che possiedono **UN PROPRIO SITO WEB**...

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

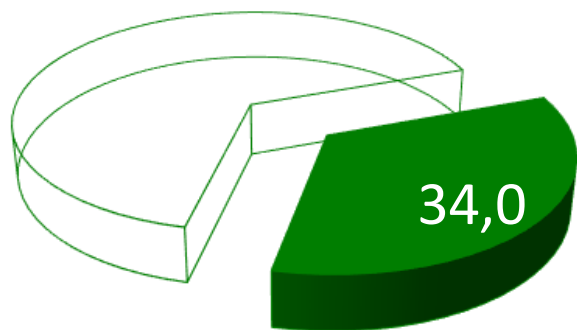
...solo per **VETRINA**

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



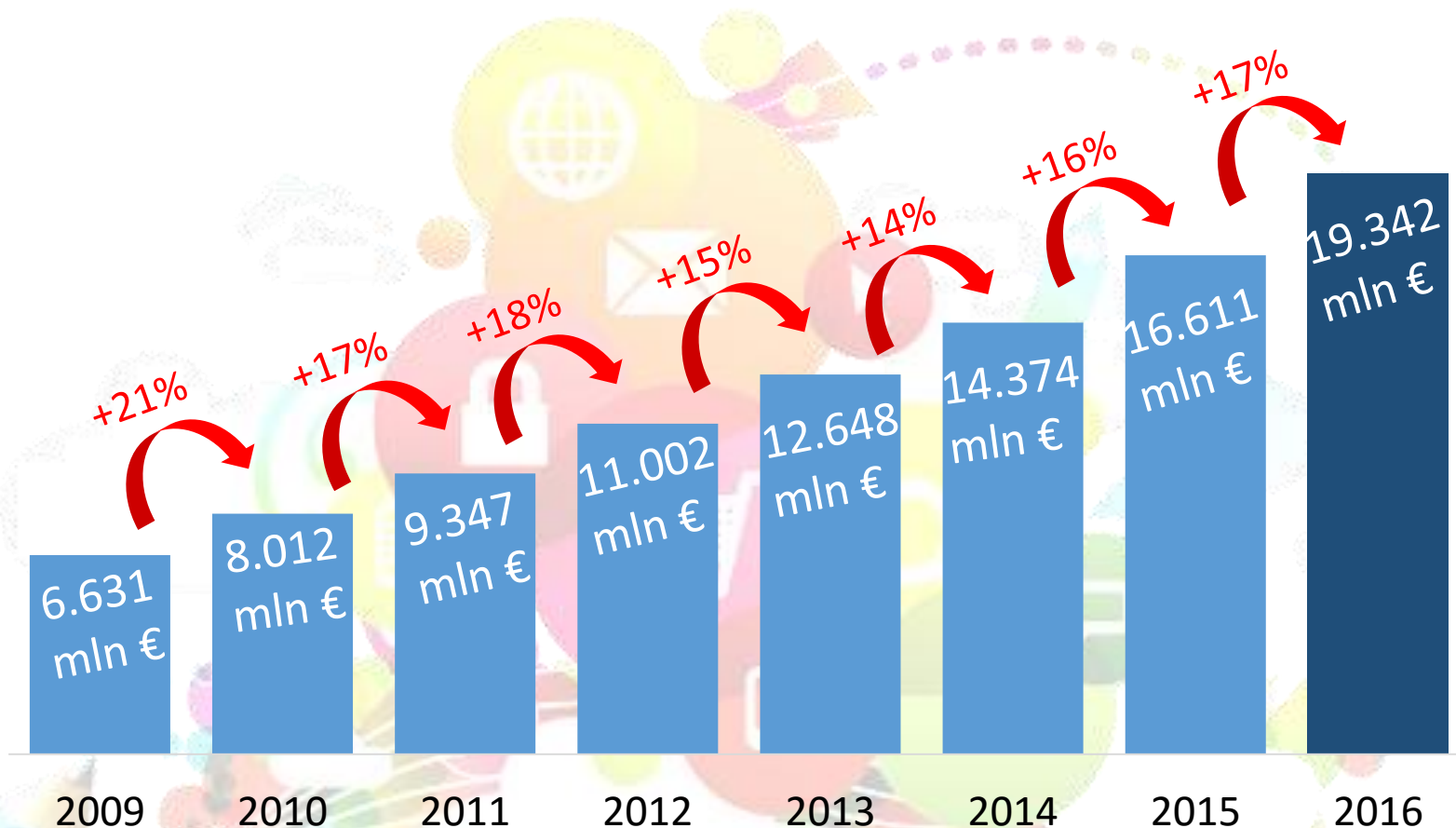
Gorizia

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%

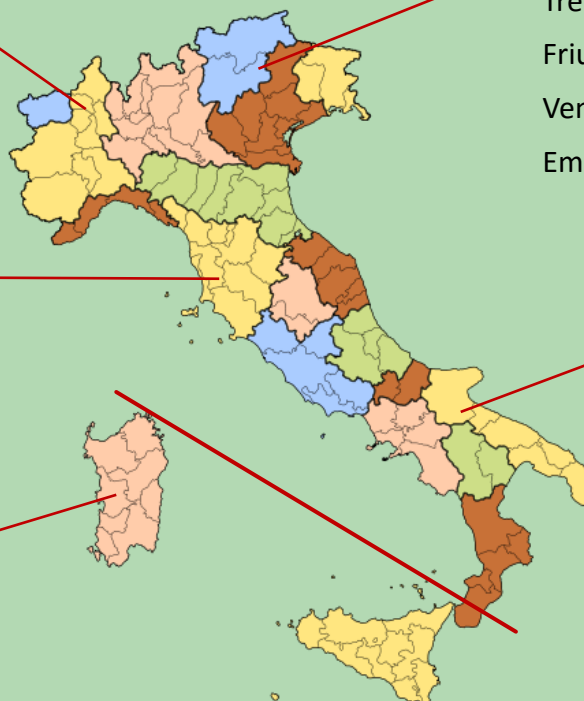
Basilicata: 20,8%

Calabria: 17,6%

Isole: 22,2%

Sicilia: 18,1%

Sardegna: 32,5%



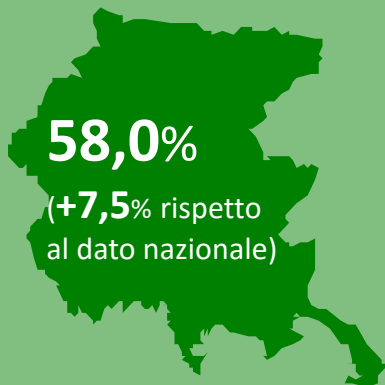
* PER 100 PERSONE DI 15 ANNI E PIÙ DELLA STESSA ZONA CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI

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



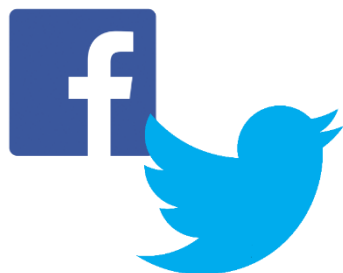
25%

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
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

Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049