



Osservatorio Congiunturale Terziario Parma

Marzo 2021

Prima parte: Consumi, Imprese e Occupazione

Parma, 12 marzo 2021 (20206apr/01)

Agenda

-  Considerazioni generali di sintesi
-  Il punto sull'emergenza sanitaria
-  Impatto sul tessuto imprenditoriale
-  Clima di fiducia
-  Consumi e ricavi
-  Occupazione
-  Liquidità e credito
-  Misure anticrisi e ristori
-  Cashback
-  Supporto dell'associazione di categoria
-  Metodo

Presentazione del lavoro | Considerazioni generali di sintesi

Le imprese di Parma **stanno vivendo un momento molto difficile**: il calo dei consumi, le chiusure dovute alle restrizioni dettate dalla seconda ondata di contagi (che si è rivelata peggiore della prima in termini di numero di contagi), la stagione negativa dei saldi, **hanno inciso profondamente sull'andamento economico delle imprese**.

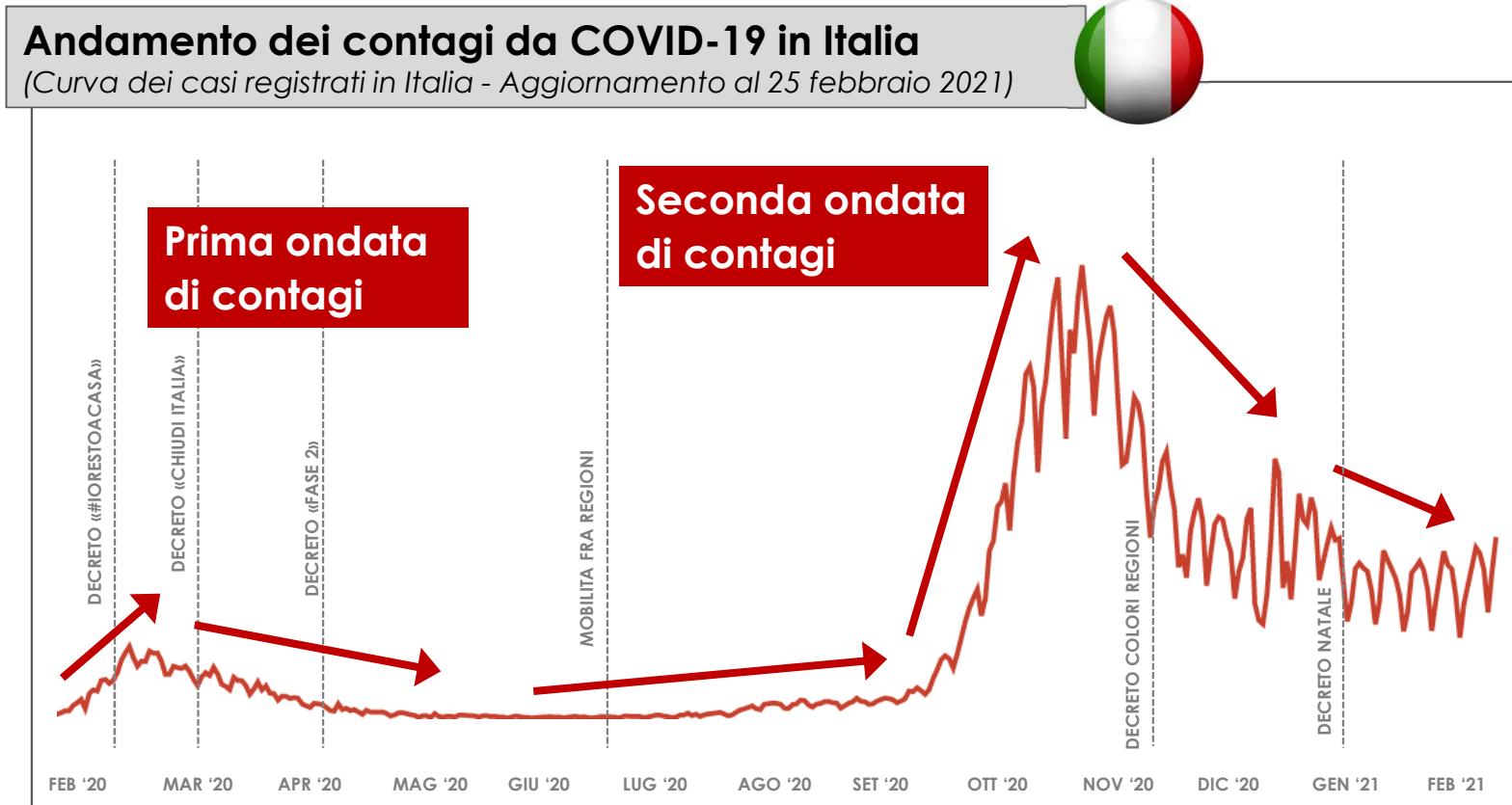
Il clima di fiducia delle imprese di Parma **è molto negativo**, l'indicatore è pari a 10,7 (**più basso della media Italia**). Il dato peggiore si registra presso **le imprese del turismo e del commercio no food** danneggiate dalle chiusure, dalle restrizioni negli spostamenti tra regioni e comuni, dalle ridotte possibilità di spesa dei consumatori e dalla assenza dello shopping tourism. Leggermente superiore l'indicatore relativo **all'andamento dell'impresa ma ben lontano dal tornare nell'area di espansione**.

Le restrizioni e chiusure imposte alle imprese e ai consumatori hanno inciso in modo profondo sugli introiti, basso **l'indicatore relativo ai ricavi (19,6)**. Alcuni settori sono maggiormente in difficoltà: **si tratta delle imprese del turismo, del commercio al dettaglio no food e dei servizi alle persone**. Ad aggravare la situazione inoltre, c'è stata una insoddisfacente stagione dei saldi invernali: il 75% degli imprenditori di Parma ha lamentato **una affluenza inferiore rispetto al medesimo periodo del 2020**.

Le imprese del commercio al dettaglio **hanno registrato un vistoso calo degli incassi, il 58% ha dichiarato di avere venduto in misura inferiore rispetto ai saldi di gennaio 2020**.

La possibilità da parte delle imprese di ricorrere agli ammortizzatori sociali ha mitigato in parte l'impatto della crisi sull'occupazione presso le imprese del terziario di Parma. **Tuttavia gli indicatori previsionali dei livelli occupazionali per i prossimi mesi sono assai preoccupanti. La sospensione del blocco dei licenziamenti dal prossimo mese di marzo rischia di ridurre significativamente gli organici del terziario: nel 2021 lo shock potrebbe essere pari a -14%**.

Diffusione del COVID-19 in Italia | La situazione generata dal Covid-19 è molto drammatica, in Italia ci sono stati oltre 97 mila decessi. La seconda ondata è stata peggiore di quella che aveva colpito l'Italia a febbraio 2020.



Casi in Italia:
2,9 mln

Decessi in Italia:
97 mila

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati GEDI Visual.

Universo delle imprese | In **Italia** esistono oltre **4,5 mln di imprese extra agricole**. In Emilia Romagna, la quota di imprese registrate al 31 dicembre 2020 era pari a circa 349 mila unità, di cui **oltre 35 mila** operative nella **provincia di Parma**.



Imprese registrate in
Emilia Romagna



349.580



Imprese registrate
nella provincia di
Parma **35.154**



*Si tratta di tutte le imprese extra agricole «**REGISTRATE**» al 31 dicembre 2020, **al netto** delle Attività finanziarie e assicurative (K), delle altre attività di servizi (S), delle attività di servizi domestici (T), degli organismi extraterritoriali (U), delle imprese «non classificate (NC)».

Universo delle imprese | Le imprese del terziario (commercio, turismo, servizi) **della provincia di Parma sono oltre 21 mila**, costituiscono il 62% dell'intero tessuto imprenditoriale extra agricolo del territorio.

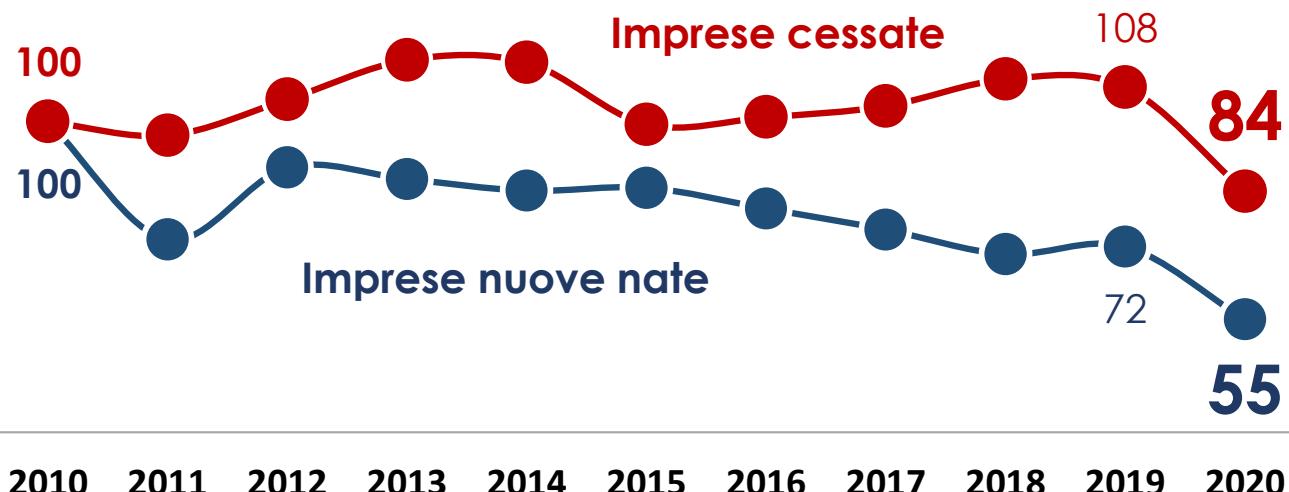
	ITALIA	PARMA
 Manifattura	577.670 (12,7%)	5.901 (16,8%)
 Costruzioni	832.872 (18,3%)	7.467 (21,2%)
INDUSTRIA	1.410.542 (30,9%)	13.368 (38,0%)
 Commercio	1.497.862 (32,8%)	9.292 (26,4%)
 Turismo	461.244 (10,1%)	3.091 (8,8%)
 Servizi	1.193.459 (26,2%)	9.403 (26,7%)
TERZIARIO	3.152.565 (69,1%)	21.786 (62,0%)
TOTALE	4.563.107 (100%)	35.154 (100%)



*Si tratta di tutte le imprese extra agricole «**REGISTRATE**» al 31 dicembre 2020, **al netto** delle Attività finanziarie e assicurative, delle altre attività di servizi, delle attività di servizi domestici, degli organismi extraterritoriali, delle imprese «non classificate».

Demografia delle imprese | Nel 2020 a Parma si è assistito ad un forte congelamento delle imprese cessate (-24%) accompagnato da una forte diminuzione delle imprese «nuove nate» del 17%.

Imprese del Terziario NUOVE NATE e CESSATE nella provincia di Parma



Scostamento ANNO 2020 su ANNO 2019

Nel 2020 sono diminuite

- ✓ **imprese nuove nate (-17%)**
- ✓ **imprese cessate (-24%)**

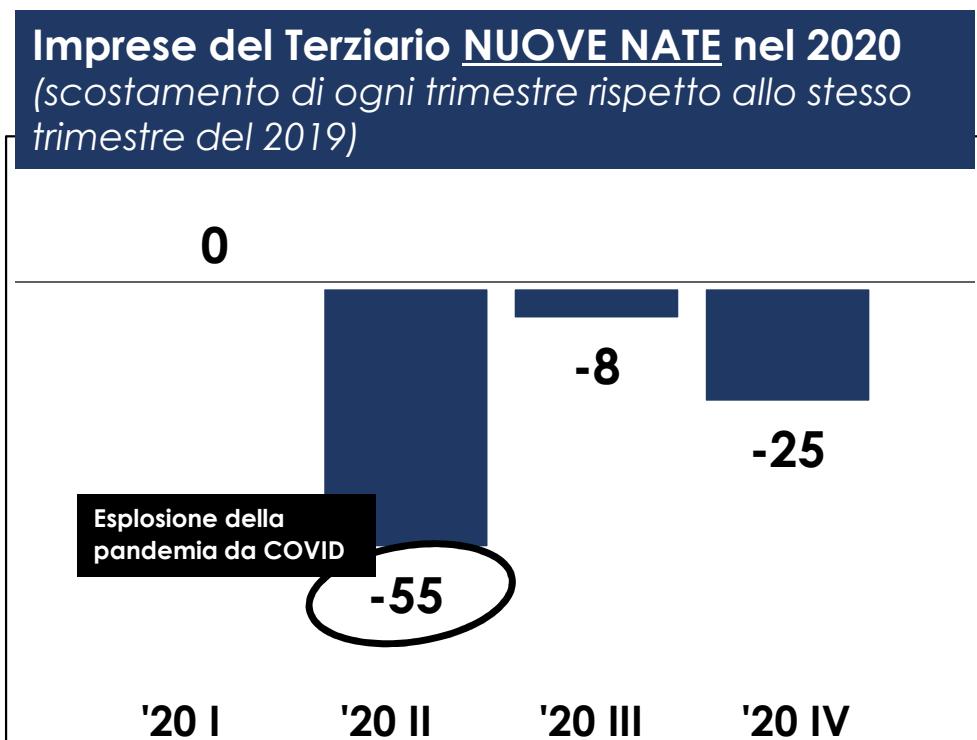
■ **Imprese cessate.** Valori in base 2010=100. A valori superiori a 100 corrisponde un incremento delle imprese cessate. A valori inferiori a 100 corrisponde un decremento delle imprese cessate.

■ **Imprese nuove nate.** Valori in base 2010=100. A valori superiori a 100 corrisponde un incremento delle imprese nuove nate. A valori inferiori a 100 corrisponde un decremento delle imprese nuove nate.

Demografia delle imprese | I dati del 2020 sono fortemente **influenzati** dal periodo compreso tra aprile e giugno, nel quale si è registrato **il picco della denatalità** (-55% su base tendenziale) e del **congelamento delle cessazioni** (-67%).

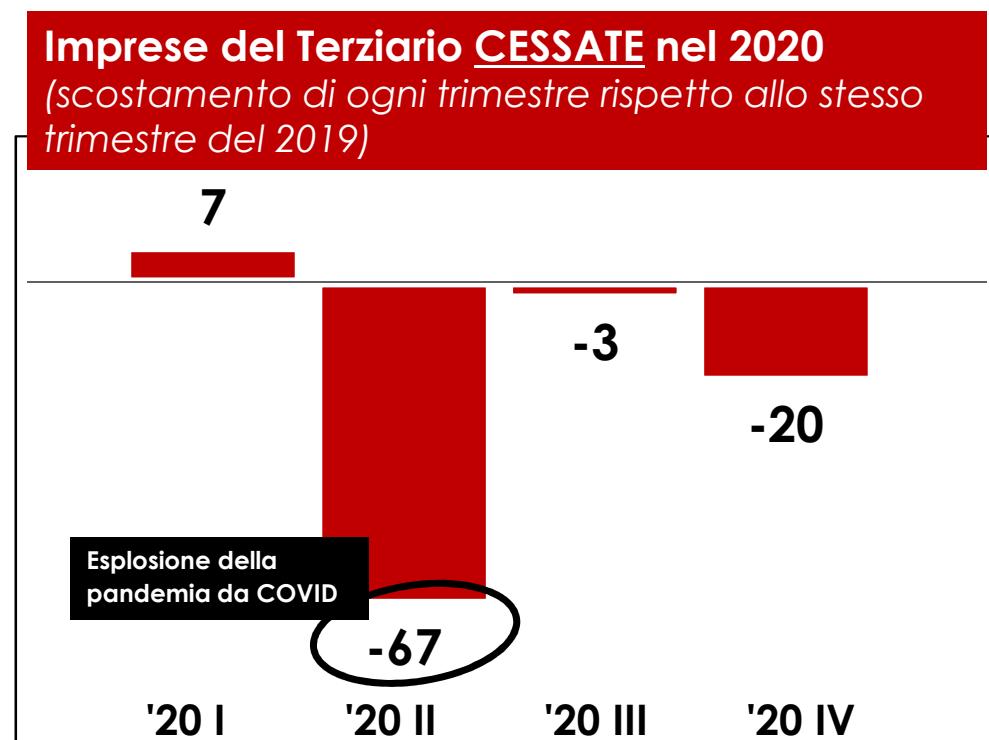
Imprese del Terziario **NUOVE NATE** nel 2020

(scostamento di ogni trimestre rispetto allo stesso trimestre del 2019)



Imprese del Terziario **CESSATE** nel 2020

(scostamento di ogni trimestre rispetto allo stesso trimestre del 2019)



Il 2020 si è chiuso con un **numero di imprese nuove nate** molto più basso del 2019, ma **lo stesso** è avvenuto per le **imprese cessate**. Tale fatto è da ricondurre ai **sostegni intervenuti in favore delle imprese**, che hanno contribuito a **tenere in vita operatori che probabilmente avrebbero chiuso anche in assenza di pandemia**.

Visione di insieme | Il saldo delle imprese esistenti a Parma nel 2020 sul 2019 è legato alle misure erogate alle imprese: «**in assenza**» di questi, nel post-lockdown **si temeva la perdita di 2.800 imprese**. Tuttavia, esistono **almeno 1.450 imprese potenziali «inattive»**.

Saldo del tessuto imprenditoriale nel 2020 rispetto al 2019

	<u>PREVISIONI POST LOCKDOWN</u> (Format, giugno 2020)	<u>DATI UFFICIALI A FINE 2020</u> (Infocamere, dicembre 2020)	<u>STIMA DELLE IMPRESE «ZOMBIE»</u> (Format, febbraio 2021)
 Commercio	-1.200	-159	700
 Turismo	-400	-57	250
 Servizi	-1.200	-86	500
TERZIARIO	-2.800	-302	1.450

Stima delle imprese «zombie». **1)** Definizione della quota di imprese che, nel post- lockdown del giugno 2020, avrebbe rischiato di scomparire in assenza di sostegni; **2)** Revisione (peggiorativa) della quota di imprese a rischio cessazione a seguito delle ulteriori restrizioni nel corso dell'anno; **3)** Identificazione della quota di imprese che dichiara di aver beneficiato realmente dei ristori ottenuti; **4)** Revisione del punto 1) al netto di coloro che hanno beneficiato realmente dei ristori ottenuti → **Si tratta delle imprese che stanno utilizzando i ristori solo per restare a galla, senza possibilità di riprendere la normale attività e con l'elevato rischio che abbiano soltanto rimandato di qualche mese la chiusura.**

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

Le aree di rischio | La città di Parma è stata per oltre 40 giorni in zona arancione tra novembre e gennaio. Il territorio ha subito le pesanti restrizioni e chiusure legate alla fascia in cui è stata collocata.

Novembre 2020

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30

Dicembre 2020

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31				

Gennaio 2021

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31				

 ZONA GIALLA

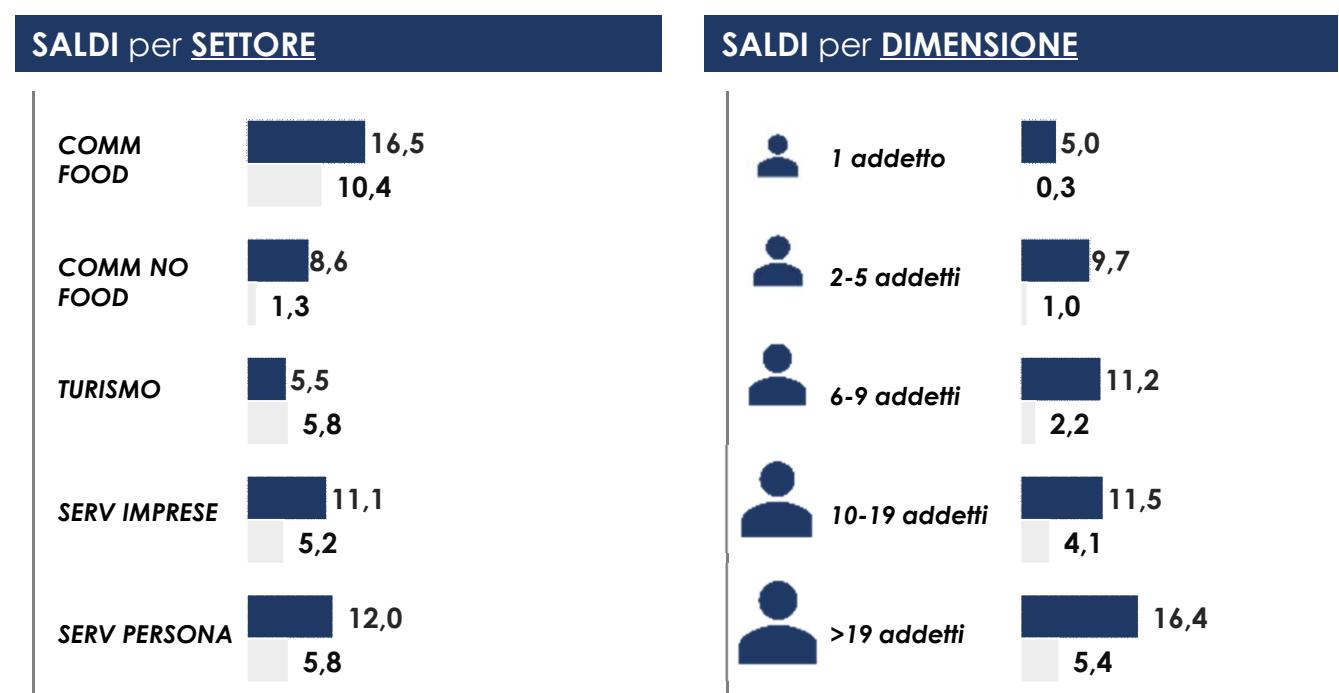
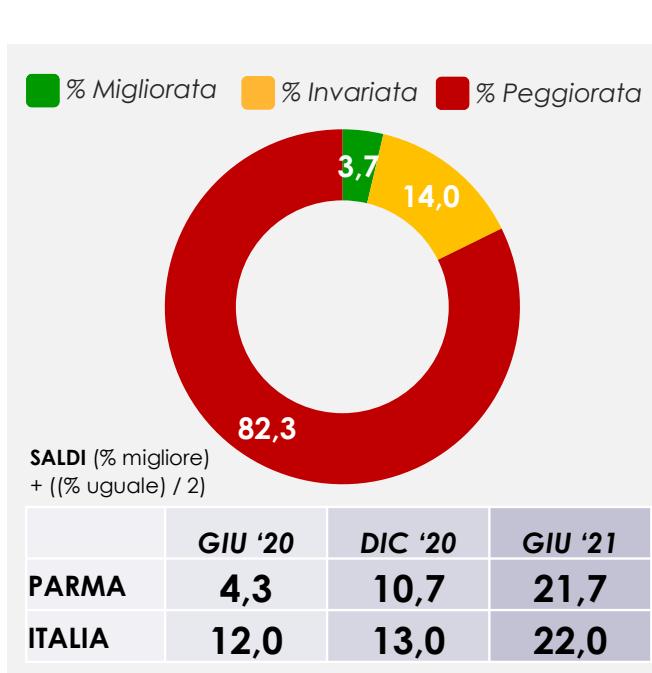
 ZONA ARANCIONE

 ZONA ROSSA

Fiducia economia italiana | Il clima di fiducia delle imprese di Parma è molto negativo, l'indicatore è pari a 10,7 (più basso della media Italia). Il dato peggiore si registra presso le imprese del turismo e del commercio no food.

A Suo **giudizio la situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), rispetto ai sei mesi precedenti, è migliorata, rimasta invariata o peggiorata?

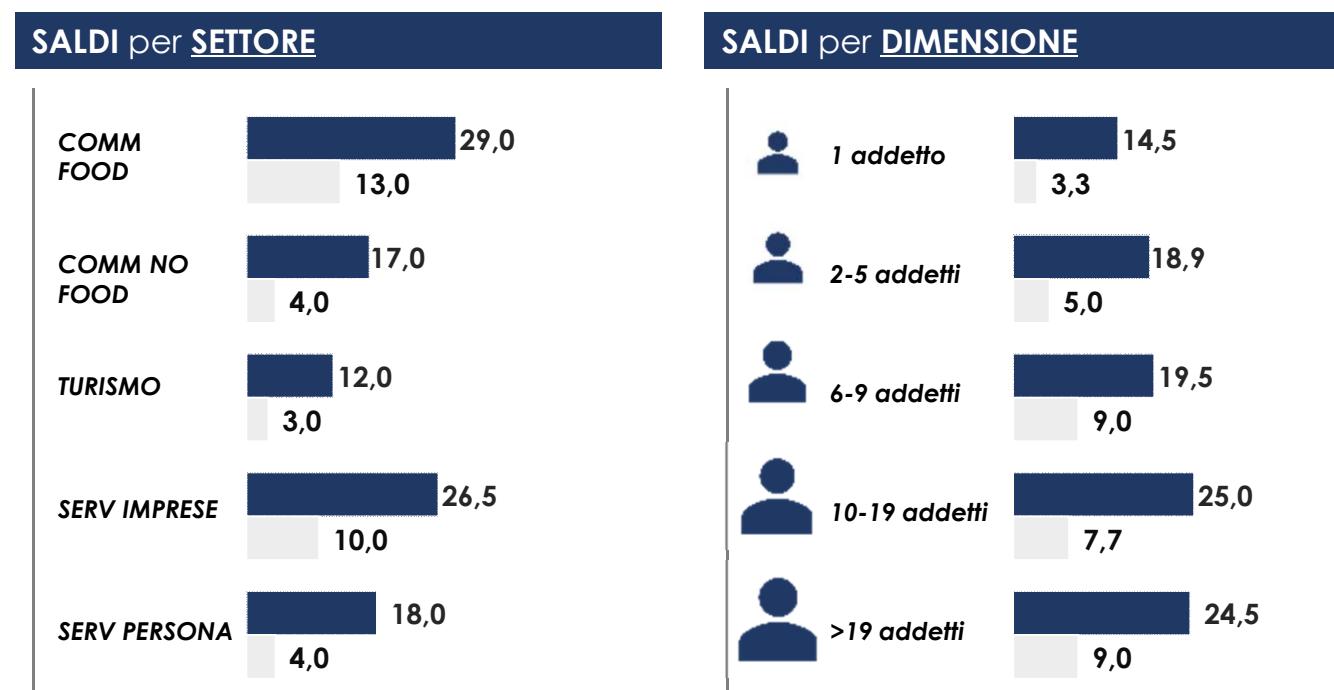
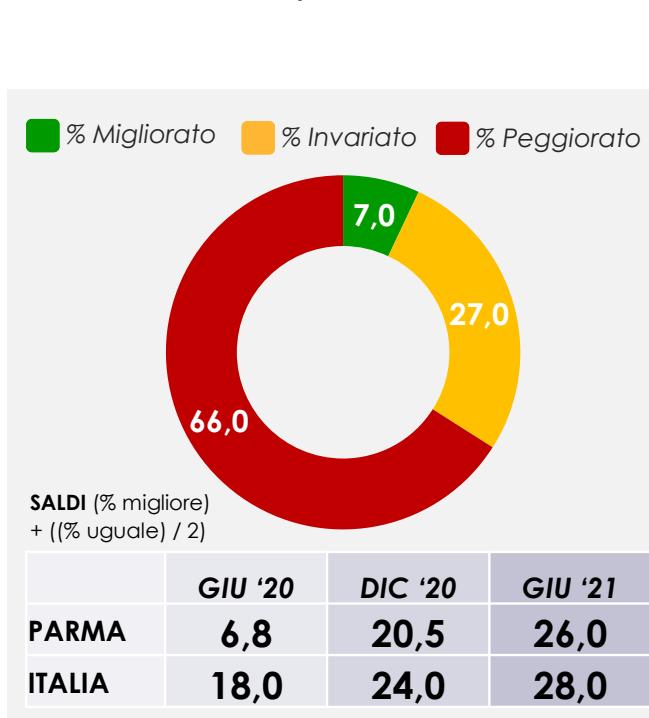
DIC '20 GIU '20



Base campione: 578 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

Andamento impresa | Leggermente superiore l'indicatore relativo all'andamento dell'impresa ma ben lontano dal tornare in area di espansione. Commercio food e servizi alle imprese presentano valori superiori alla media.

Come giudica **l'andamento economico generale della Sua impresa** negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), rispetto ai sei mesi precedenti, migliorato, invariato o peggiorato?



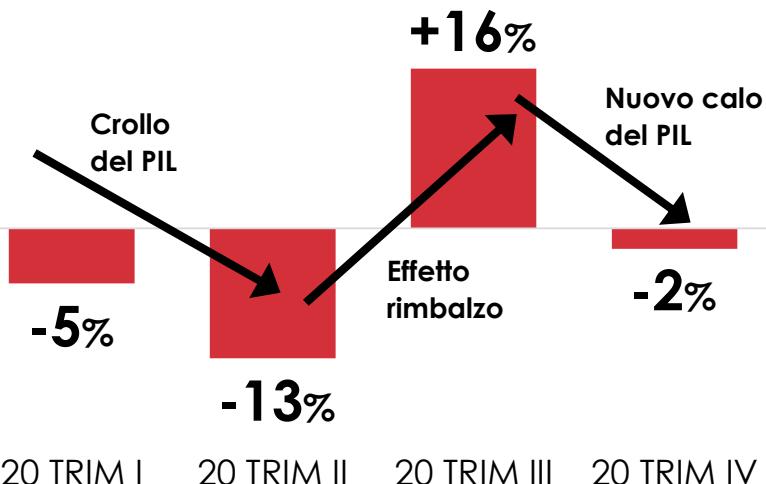
Base campione: 578 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

Crescita in Italia (PIL) | Il 2020 si chiude con un **netto calo del PIL** su base tendenziale: **-8,8%** rispetto al 2019. Il **robusto recupero** del **terzo trimestre 2020** è stato del tutto **annullato dalla nuova contrazione rilevata negli ultimi mesi dell'anno**.

Andamento del PIL in ITALIA (dal 2008 al 2020)



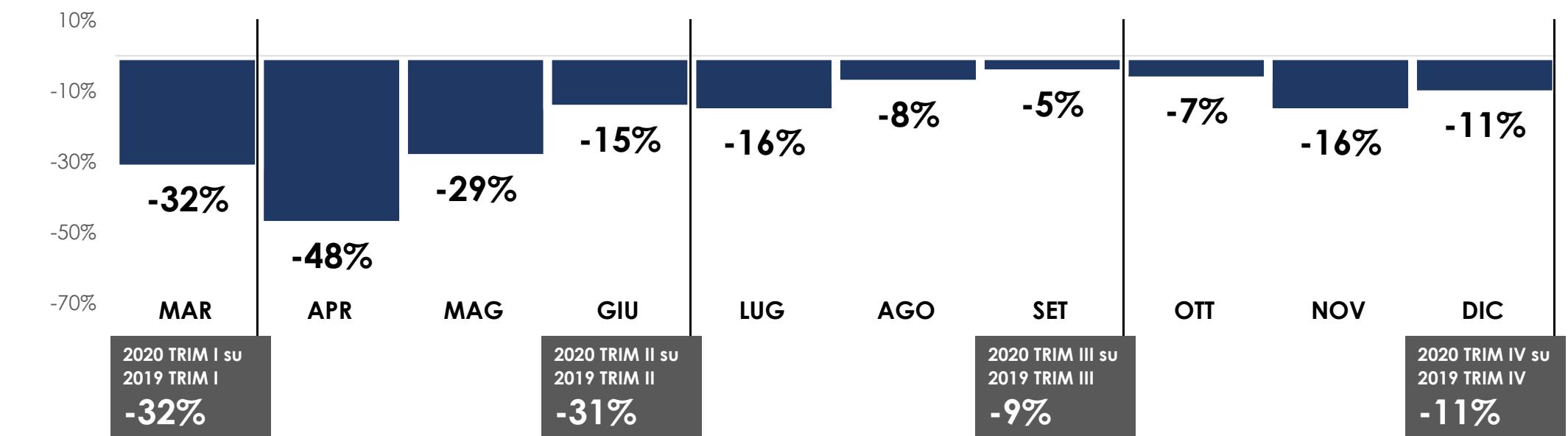
Andamento TRIMESTRALE del PIL (2020)
(Variazione del PIL rispetto al trimestre precedente)



Consumi in Italia | In questo contesto, non stupisce il **segno «meno»** dinanzi alla voce dei **consumi**. Anche in questo caso, il **quarto trimestre** dell'anno ha fatto segnare un **nuovo peggioramento**. Allarmante la situazione per **alberghi e pubblici esercizi**.

Variazione dei consumi dallo scoppio della pandemia – ANNO 2020

(Per ciascun mese del 2020 è riportata la variazione dei consumi rispetto allo stesso mese del 2019)



⚠️ Alberghi
e pubblici
esercizi **-70%**

-70%

-31%

-54%

Consumi in Italia | A gennaio 2021 i consumi segnano una battuta d'arresto del -12,9% rispetto allo scorso anno: a soffrire soprattutto i pubblici esercizi, i negozi al dettaglio, la mobilità e i servizi ricreativi.

Variazioni tendenziali dei consumi

	2019	2020	2020						2021
	Anno	Anno	I trim	II trim	III trim	IV trim	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	0,8	-30,4	-16,5	-52,5	-17,1	-36,1	-38,7	-41,4	-38,0
BENI	0,7	-8,3	-8,8	-18,7	-2,6	-3,5	-7,7	-4,2	-3,1
TOTALE	0,7	-15,0	-11,0	-29,3	-7,4	-12,6	-16,6	-13,8	-12,9
 Beni e servizi ricreativi	0,0	-20,4	-14,6	-37,8	-11,4	-18,2	-24,2	-17,9	-12,1
- servizi ricreativi	4,1	-75,0	-30,6	-97,0	-78,7	-86,2	-85,0	-86,0	-76,0
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	0,9	-15,0	-17,5	-30,9	-2,7	-11,4	-23,9	-12,1	-3,0
Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa	0,9	-41,4	-25,3	-69,5	-20,2	-54,7	-59,3	-62,9	-59,3
- alberghi	2,0	-52,7	-31,8	-87,1	-36,1	-64,3	-68,0	-70,0	-70,0
- pubblici esercizi	0,5	-37,7	-24,1	-63,7	-11,3	-52,9	-58,0	-61,8	-57,4
Beni e servizi per la mobilità	-0,8	-24,2	-28,2	-47,6	-6,2	-12,6	-12,7	-17,3	-13,6
- automobili	0,2	-19,0	-38,3	-46,5	12,0	8,7	12,9	0,1	-0,7
- carburanti	-0,4	-22,1	-18,5	-41,4	-9,2	-19,2	-22,6	-19,5	-16,0
- trasporti aerei	-7,7	-72,7	-32,0	-97,3	-69,3	-83,0	-89,7	-86,7	-79,1
Beni e servizi per la comunicazione	7,5	8,8	4,3	6,4	8,9	14,1	15,1	12,0	9,0
- servizi per le comunicazioni	3,1	2,3	2,6	3,2	2,1	1,6	1,4	1,8	1,6
Beni e servizi per la cura della persona	-0,2	-7,1	-2,7	-17,5	-3,9	-4,1	-3,4	-8,3	-1,0
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-1,1	-4,7	-0,1	-9,6	-5,0	-4,2	-1,9	-9,2	-2,7
Abbigliamento e calzature	1,1	-24,0	-16,7	-45,7	-14,8	-22,0	-39,6	-21,4	-16,4
Beni e servizi per la casa	1,7	-4,1	-5,8	-10,5	-0,1	-0,5	-4,0	-1,6	0,4
- energia elettrica	0,7	-1,5	-0,6	-3,3	-1,7	-0,3	-1,5	1,3	-0,8
- mobili, tessili e arredamento per la casa	0,9	-12,5	-16,7	-34,1	3,0	-4,9	-18,1	0,0	-0,1
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	8,2	-6,0	-8,0	-15,5	-5,7	1,2	-0,2	-9,1	4,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	2,0	4,2	0,6	-0,2	3,3	0,8	5,4	1,8
- alimentari e bevande	0,1	2,3	4,8	0,8	0,0	3,7	0,8	5,9	2,0
- tabacchi	-1,2	-0,4	-0,1	-0,4	-1,4	0,5	0,4	0,7	0,1

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Confcommercio Imprese per l'Italia.



Consumi GENNAIO 2021 (su Gennaio 2020)

-12,9%



Consumi fuori casa -59,3%



Comunicazione +9,0%

Moda -16,4%

Alimentari +1,8%

Mobilità -13,6%

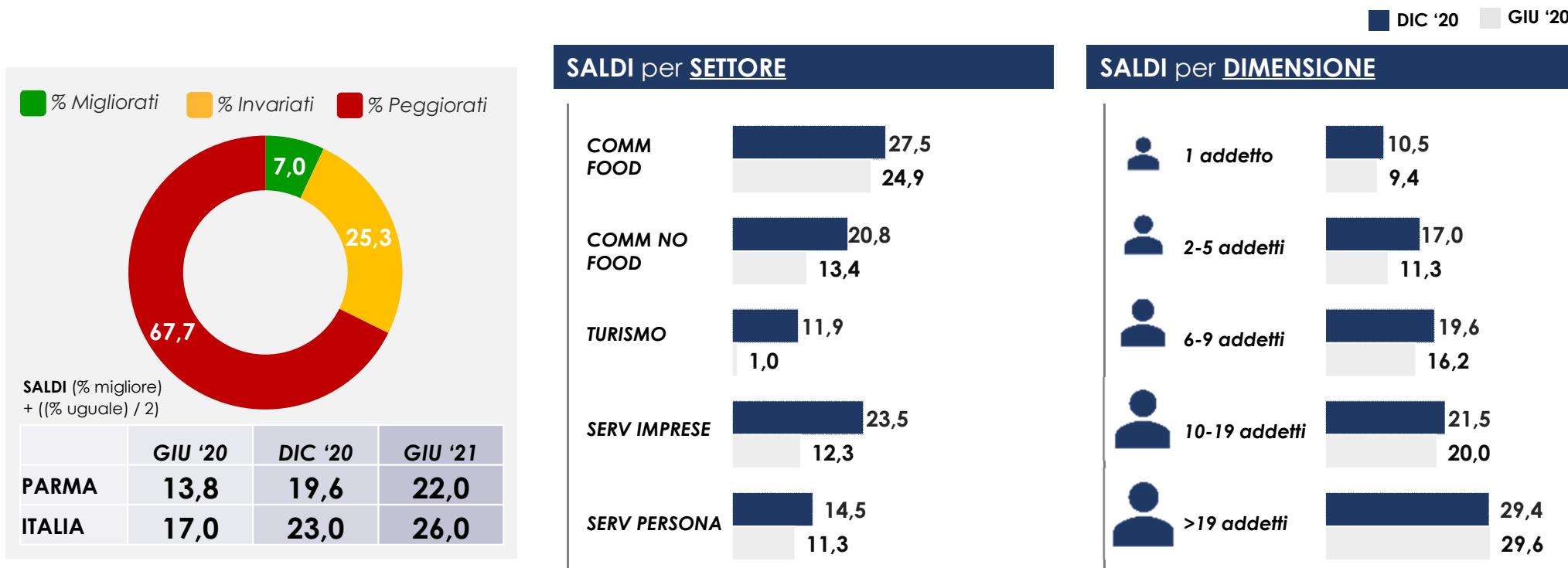
Casa +0,4%

Servizi ricreativi -12,1%

Cura della persona -1,0%

Andamento dei ricavi | Le restrizioni e chiusure imposte alle imprese e ai consumatori hanno inciso in modo profondo sugli introiti, basso l'indicatore relativo ai ricavi (19,6). Decisamente negativi i dati registrati per le imprese del turismo (11,9).

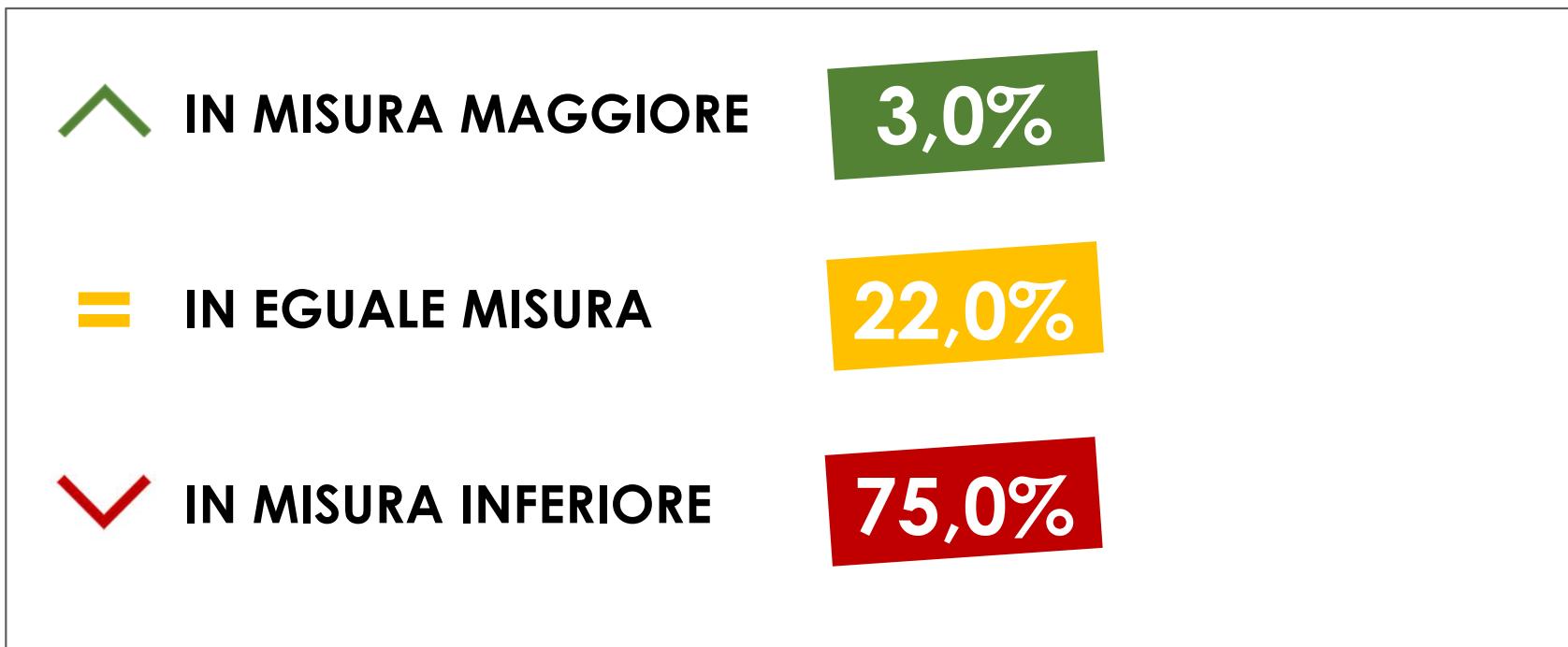
Nel semestre considerato (luglio - dicembre 2020), i **ricavi della Sua impresa** rispetto al semestre precedente sono migliorati, rimasti invariati o peggiorati?



Base campione: 578 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

Saldi invernali (AFFLUENZA) | Le imprese del commercio al dettaglio hanno dichiarato che l'andamento dei saldi è stato molto negativo: il 75% degli imprenditori ha lamentato una affluenza inferiore rispetto al medesimo periodo del 2020.

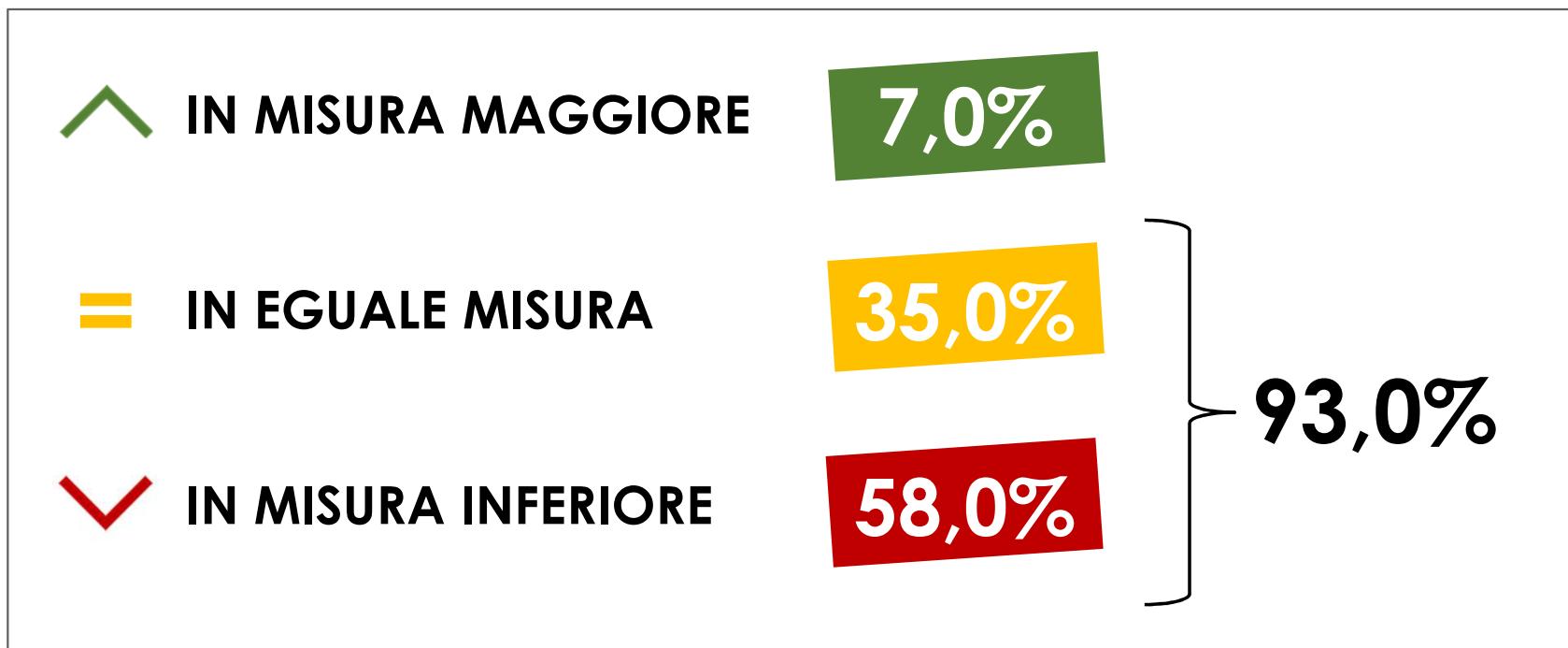
Rispetto ai saldi invernali dello scorso anno (2020), il **Suo negozio**, durante i **saldi invernali di quest'anno (2021)**, è stato visitato...



Base campione: 117 casi. Solo le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

Saldi invernali (INCASSI) | Le imprese del commercio al dettaglio lamentano un vistoso calo degli incassi, il 58% ha dichiarato di avere venduto in misura inferiore rispetto ai saldi di gennaio 2020.

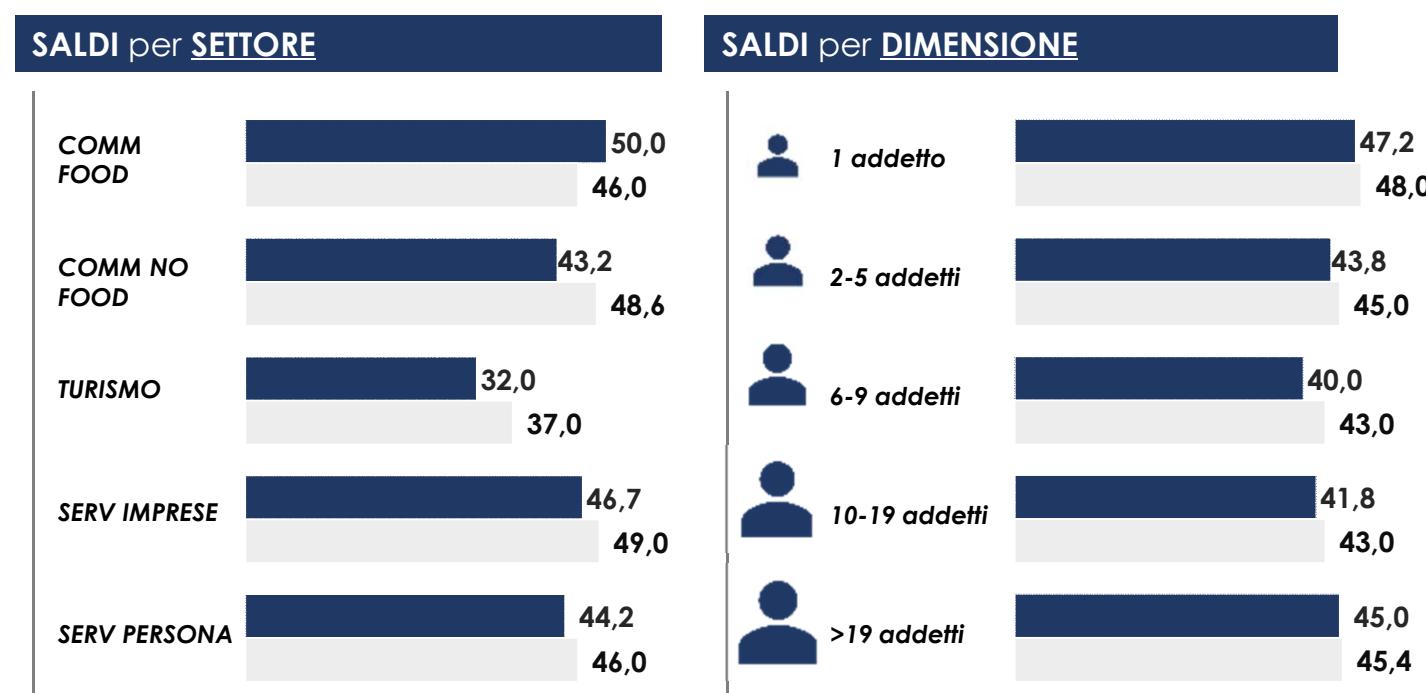
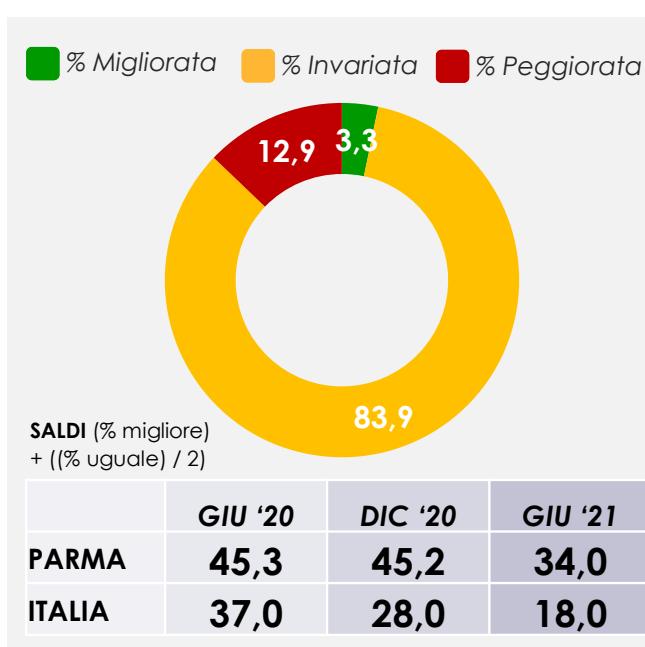
Rispetto all'incasso della passata stagione di saldi invernali (2020), il **Suo negozio durante i saldi di quest'anno (2021) ha incassato...**



Base campione: 117 casi. Solo le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

Andamento dell'occupazione | La possibilità da parte delle imprese di ricorrere agli ammortizzatori sociali ha mitigato in parte l'impatto della crisi sull'occupazione presso le imprese del terziario di Parma. Preoccupante la previsione per i prossimi mesi.

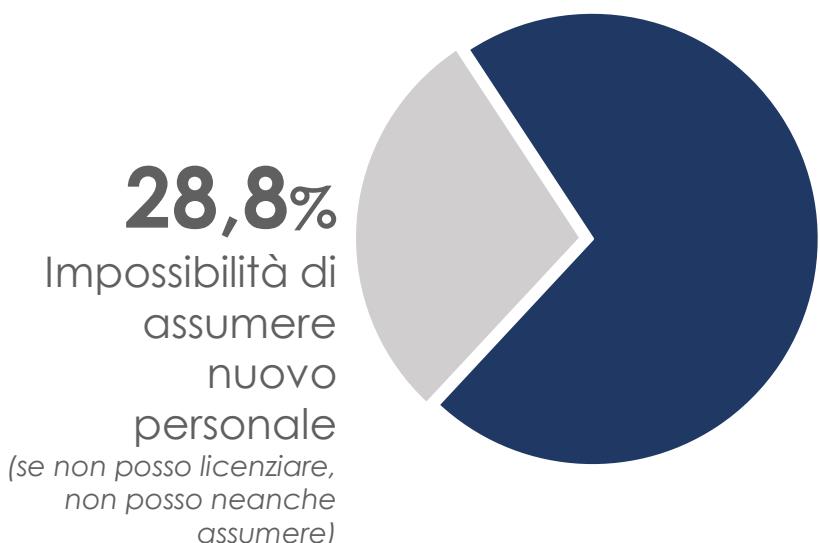
Nel semestre considerato (luglio - dicembre 2020), l'**occupazione complessiva della Sua impresa**, ovvero il numero degli addetti, rispetto al semestre precedente, è migliorata, rimasta invariata o peggiorata?



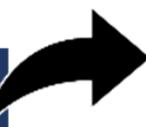
Base campione: 578 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

Effetti del blocco dei licenziamenti | Oltre il 70% delle imprese di Parma hanno dichiarato che il blocco dei licenziamenti ha pesato sui costi sostenuti dall'impresa. In prevalenza per le imprese del turismo e del commercio no food.

Dal marzo 2020 è in vigore il **blocco dei licenziamenti**. Quali sono le **problematiche** che l'impresa è stata **costretta ad affrontare a causa di tale misura**?



71,2%
Impossibilità di diminuire i costi dell'azienda, ossia i costi del personale



<i>Impatto sui costi aziendali</i>	
86%	TURISMO
82%	COMMERCIO NO FOOD
73%	SERVIZI ALLE PERSONE
61%	SERVIZI ALLE IMPRESE
54%	COMMERCIO FOOD

Impatto dello «sblocco» dei licenziamenti | La sospensione del blocco dei licenziamenti dal prossimo mese di marzo rischia di ridurre significativamente gli organici del terziario: nel 2021 lo shock potrebbe essere pari a -14%.

Previsioni della variazione del numero di addetti alla fine del 2021

(Riduzione degli organici prevista al 31 dicembre 2021 rispetto al 31 dicembre 2020)

Valori percentuali.



➤ Imprese con drastico calo dei ricavi

- A soffrire di più: no food, turismo e filiera, discoteche, palestre, servizi alle imprese (spettacolo, eventi...) ambulanti

67%

➤ Imprese che hanno dichiarato il flop dei saldi

75%

➤ Stima delle imprese «zombie»

- Si tratta delle imprese che stanno utilizzando i ristori solo per restare a galla, senza possibilità di riprendere la normale attività e con l'elevato rischio che abbiano soltanto rimandato di qualche mese la chiusura.
- Oltre 180 sfitti nei principali assi del centro storico di Parma

1.450

➤ Riduzione dell'occupazione prevista a fine anno

- Punte nel turismo del -29% 
- Quasi 65 milioni di ore di Cassa Integrazione nel Commercio rispetto ai 536.000 del 2019

-14%



Osservatorio Congiunturale Terziario Parma

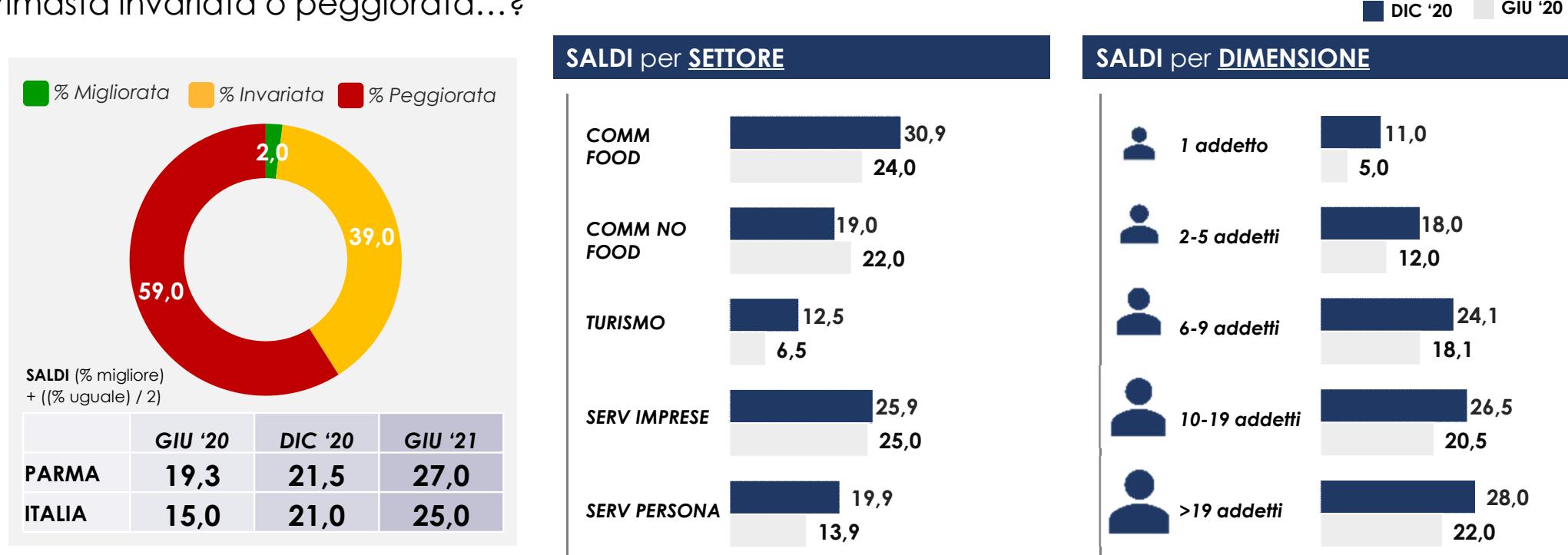
Marzo 2021

Seconda parte: Liquidità, Credito e nuovi Modelli di Business

Parma, 12 marzo 2021 (20206apr/01)

Fabbisogno finanziario | Le chiusure e restrizioni che hanno visto Parma in zona arancione per un lungo periodo hanno pesato moltissimo sulla liquidità: il 59% delle imprese ha dichiarato che la situazione della liquidità è peggiorata negli ultimi mesi.

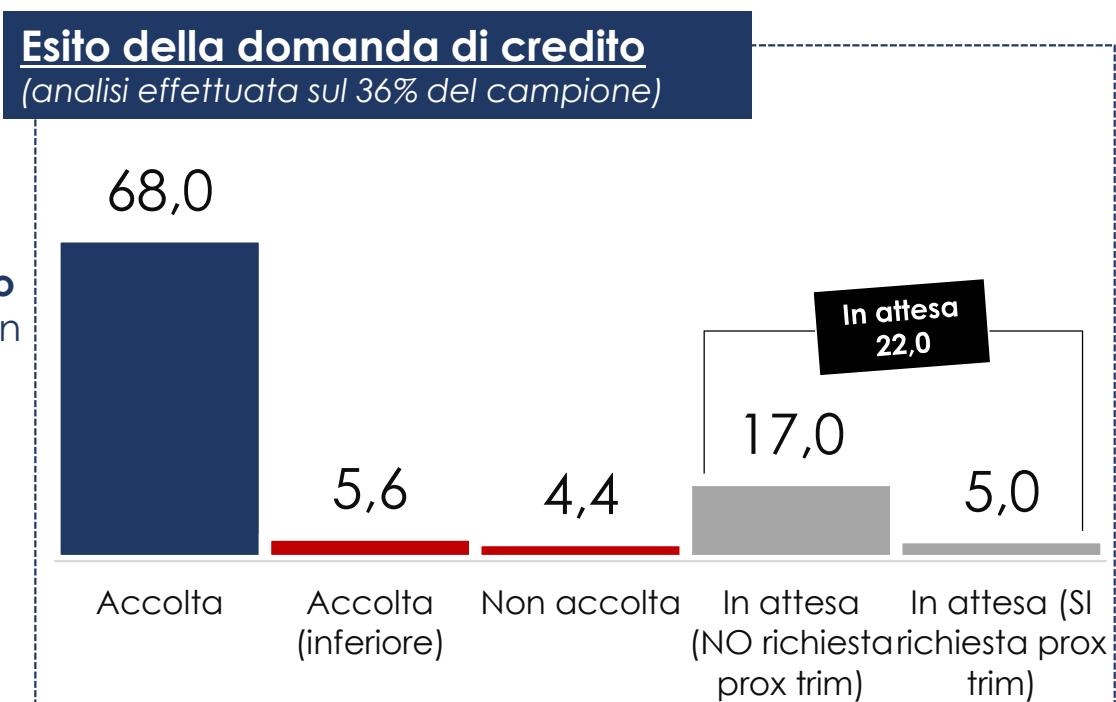
La capacità di fare fronte al **fabbisogno finanziario della Sua impresa**, ovvero la situazione della liquidità, negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), rispetto ai sei mesi precedenti, è migliorata, rimasta invariata o peggiorata...?



Base campione: 578 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

Domanda e offerta di credito | In aumento la percentuale di imprese di Parma che hanno fatto richiesta di credito rispetto a giugno 2020, sono il 36% (erano il 28%). Tra queste il 68% ha visto accolta la propria domanda.

A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, **la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente**, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi sei mesi?

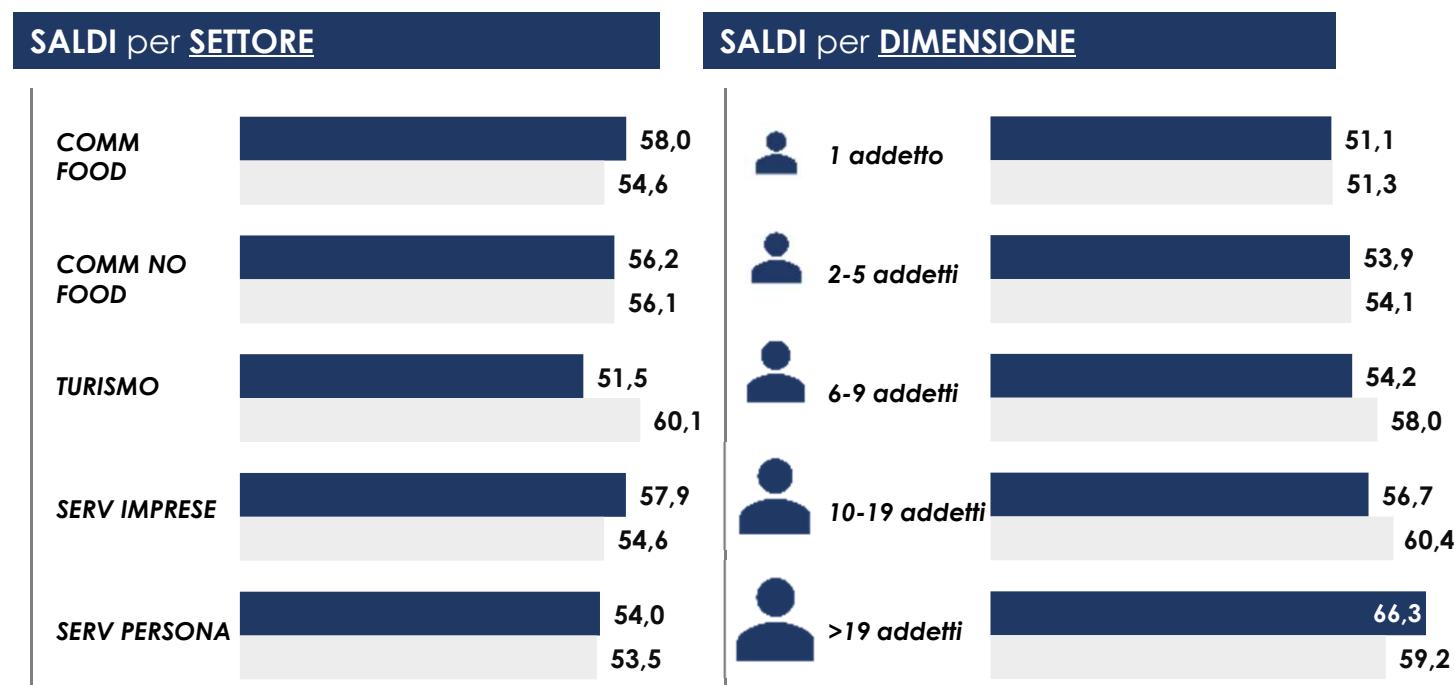
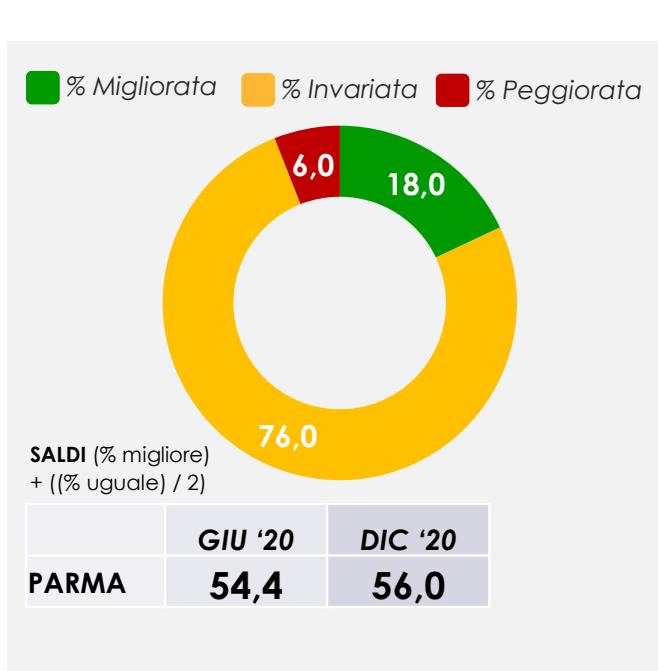


Base campione: 578 casi. I dati sono riportati all'universo.

Costo del finanziamento | Gli imprenditori del terziario di Parma indicano un **leggero miglioramento** della situazione dal punto di vista dei **costi ai quali il credito viene concesso**.

Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento ai **tassi di interesse (costo del finanziamento)**?

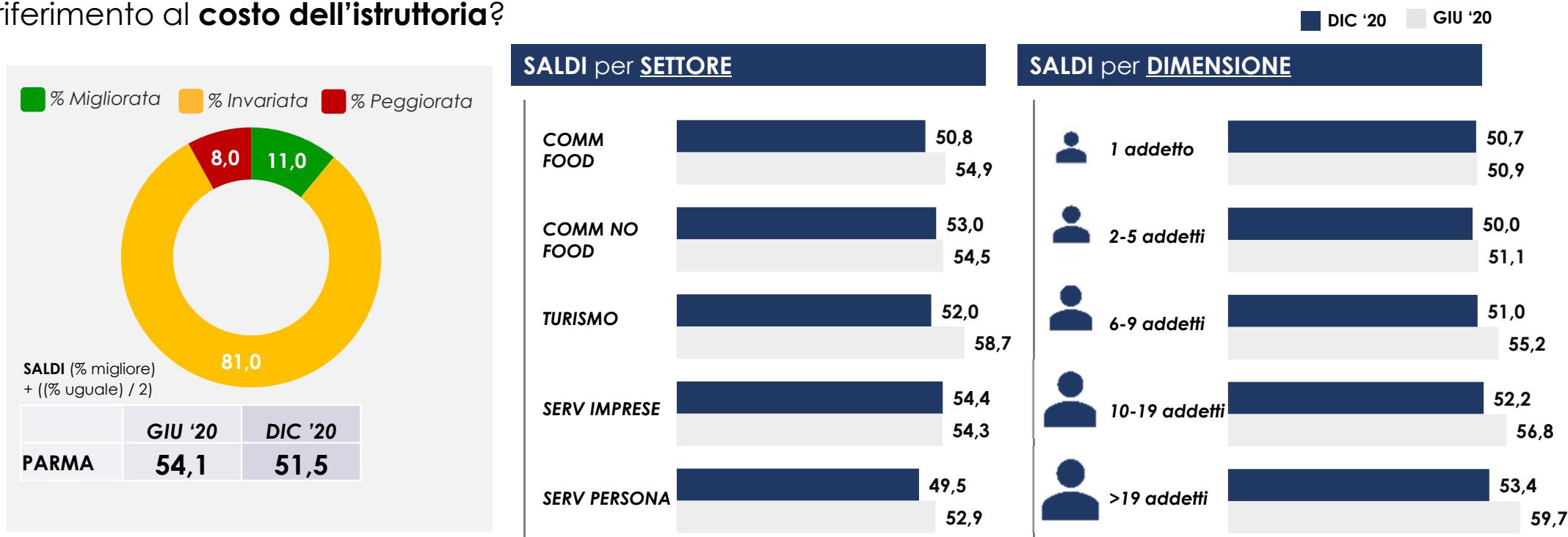
DIC '20 GIU '20



Base campione: 352 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

Costo dell'istruttoria | Anche il **costo dell'istruttoria** viene giudicato in **leggero decremento** dalle imprese del terziario di Parma (la situazione è migliorata).

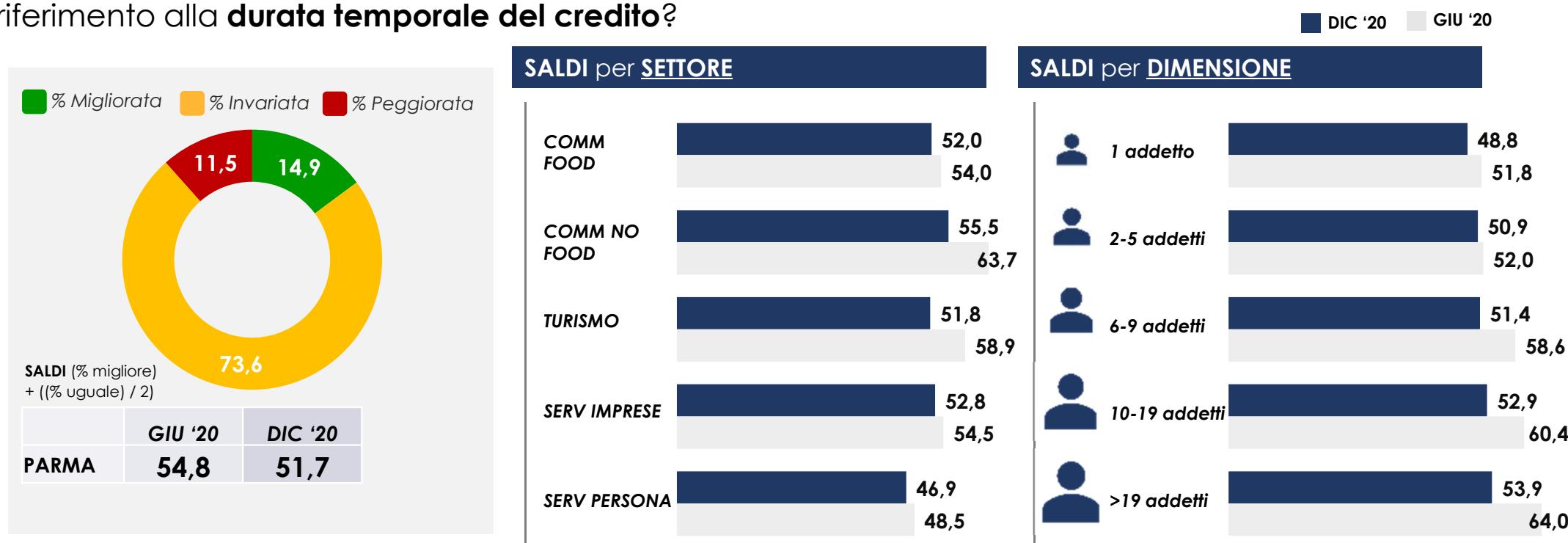
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento al **costo dell'istruttoria**?



Base campione: 352 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

Durata temporale del credito | L'indicatore relativo alla **durata temporale del credito** viene giudicato **in leggero peggioramento** dalle imprese del terziario di Parma.

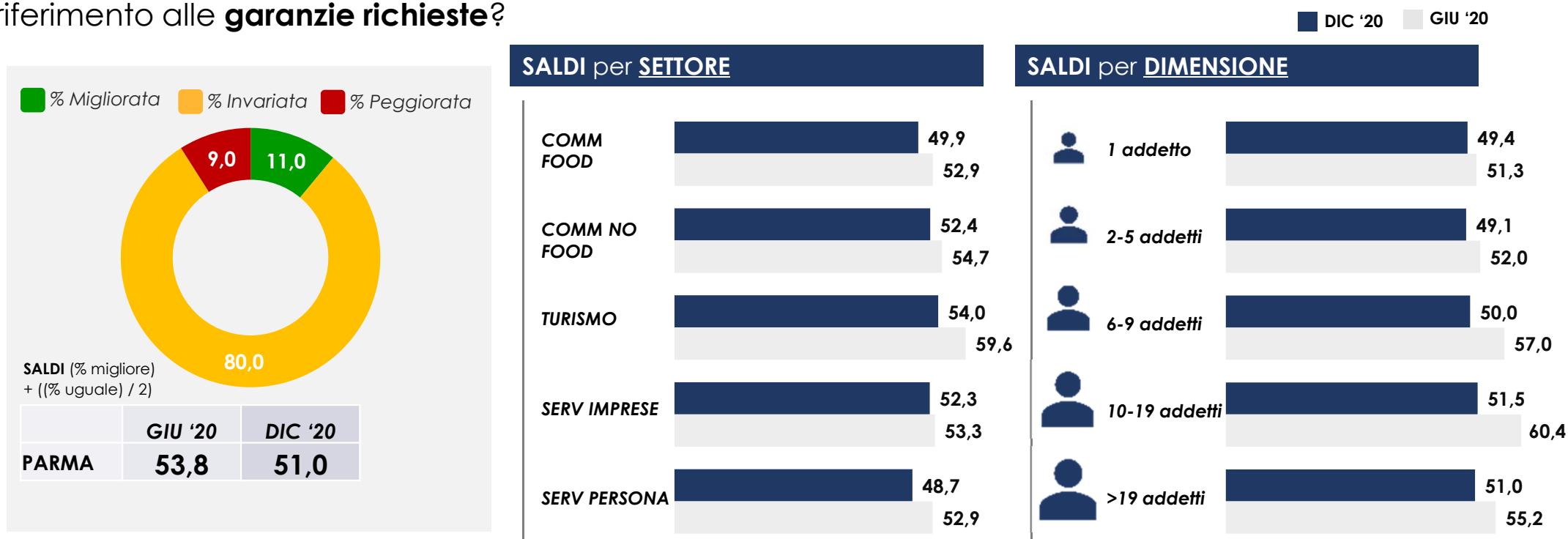
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento alla **durata temporale del credito**?



Base campione: 352 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

Garanzie richieste | In lieve peggioramento anche la percezione degli imprenditori del terziario di Parma rispetto alle **garanzie richieste** dalle banche.

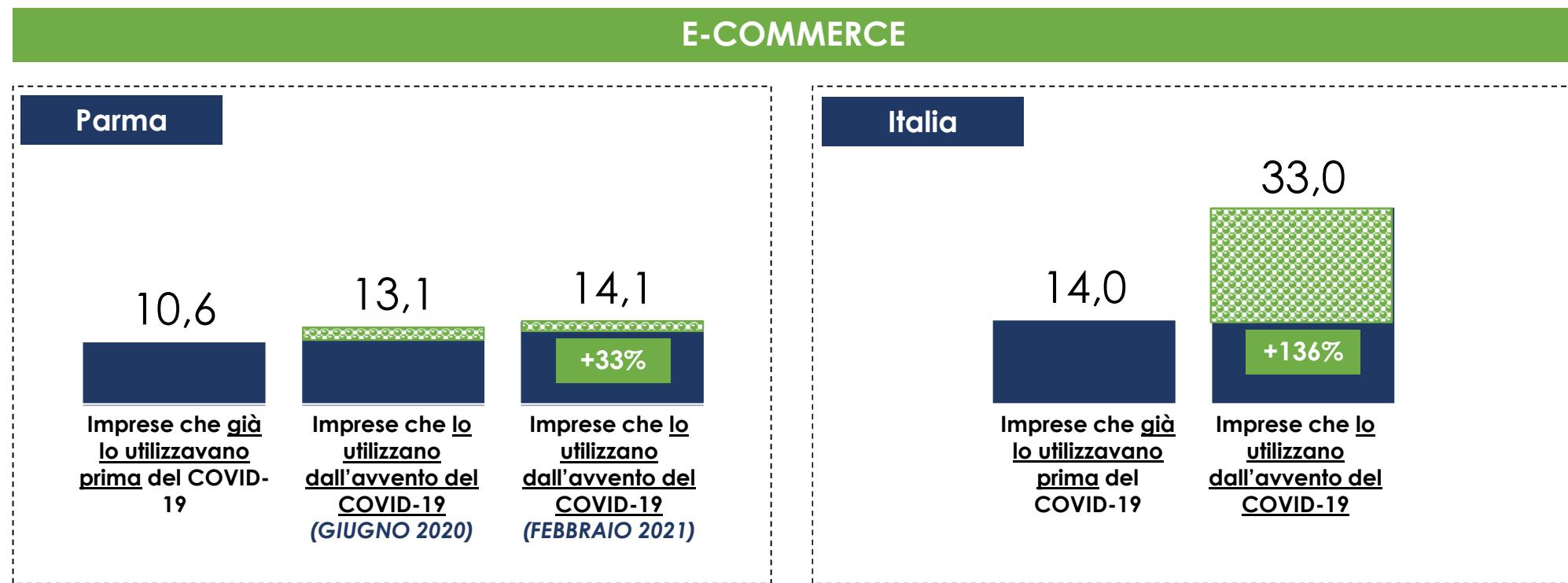
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento alle **garanzie richieste**?



Base campione: 352 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

Nuovi modelli di business | Le imprese di Parma si sono attivate per modificare i propri modelli di business: **+33% le imprese che utilizzano l'e-commerce dall'avvento del Covid.**

La Sua impresa **ha attivato nuove modalità operative di erogazione del servizio e/o impiego di nuovi canali commerciali per fare fronte all'emergenza sanitaria?**



Base campione: 578 casi. I dati sono riportati all'universo.

Variazione percentuale rilevata nel periodo indicato, rispetto all'inizio della pandemia.

Nuovi modelli di business | Le imprese di Parma nonostante le difficoltà che stanno vivendo **mostrano una certa resilienza: +161% le imprese che hanno implementato le consegne a domicilio.**

La Sua impresa **ha attivato nuove modalità operative di erogazione del servizio e/o impiego di nuovi canali commerciali per fare fronte all'emergenza sanitaria?**

CONSEGNE A DOMICILIO

Parma

5,5

Imprese che già lo utilizzavano prima del COVID-19

11,7

Imprese che lo utilizzano dall'avvento del COVID-19 (GIUGNO 2020)

14,4

Imprese che lo utilizzano dall'avvento del COVID-19 (FEBBRAIO 2021)

Italia

7,0

Imprese che già lo utilizzavano prima del COVID-19

22,0

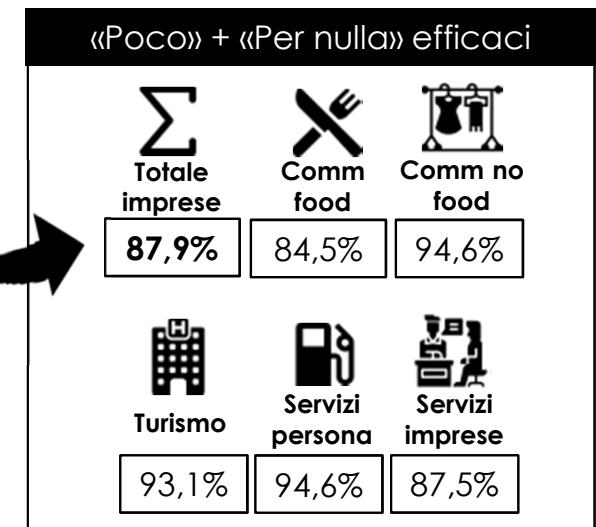
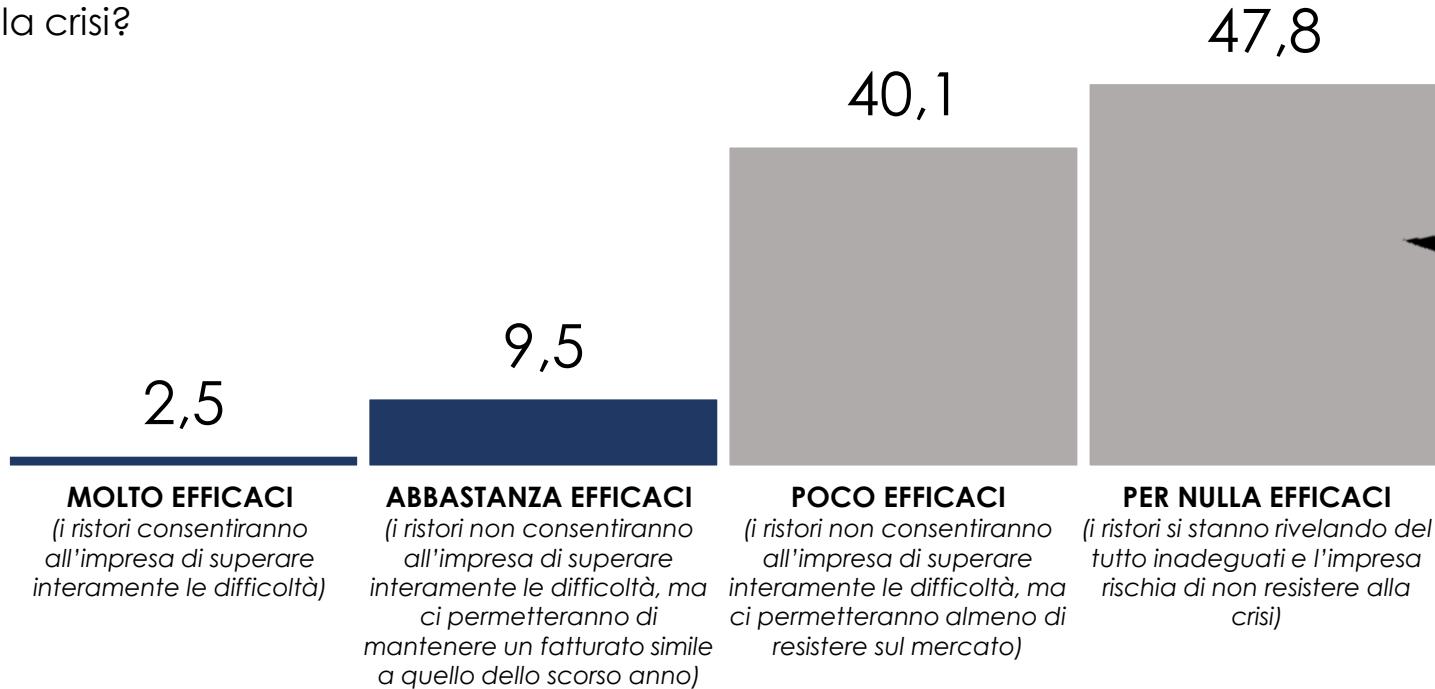
Imprese che lo utilizzano dall'avvento del COVID-19

Variazione percentuale rilevata nel periodo indicato, rispetto all'inizio della pandemia.

Base campione: 578 casi. I dati sono riportati all'universo.

Giudizio sui ristori | I contributi a fondo perduto sono considerati dall'88% delle imprese **come inefficaci**. Di queste, il **47,8%** li **considera del tutto inadeguati** (l'impresa rischia di non resistere alla crisi) ed il **40,1%** **come poco efficaci** (l'impresa, pur restando sul mercato, non sarà in grado di superare le difficoltà future).

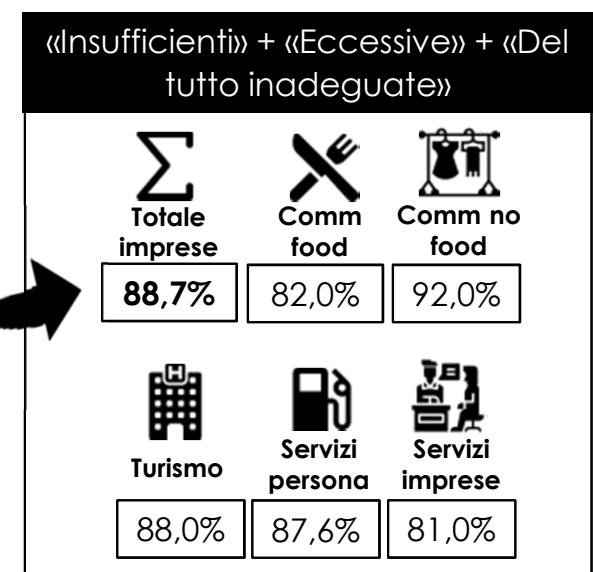
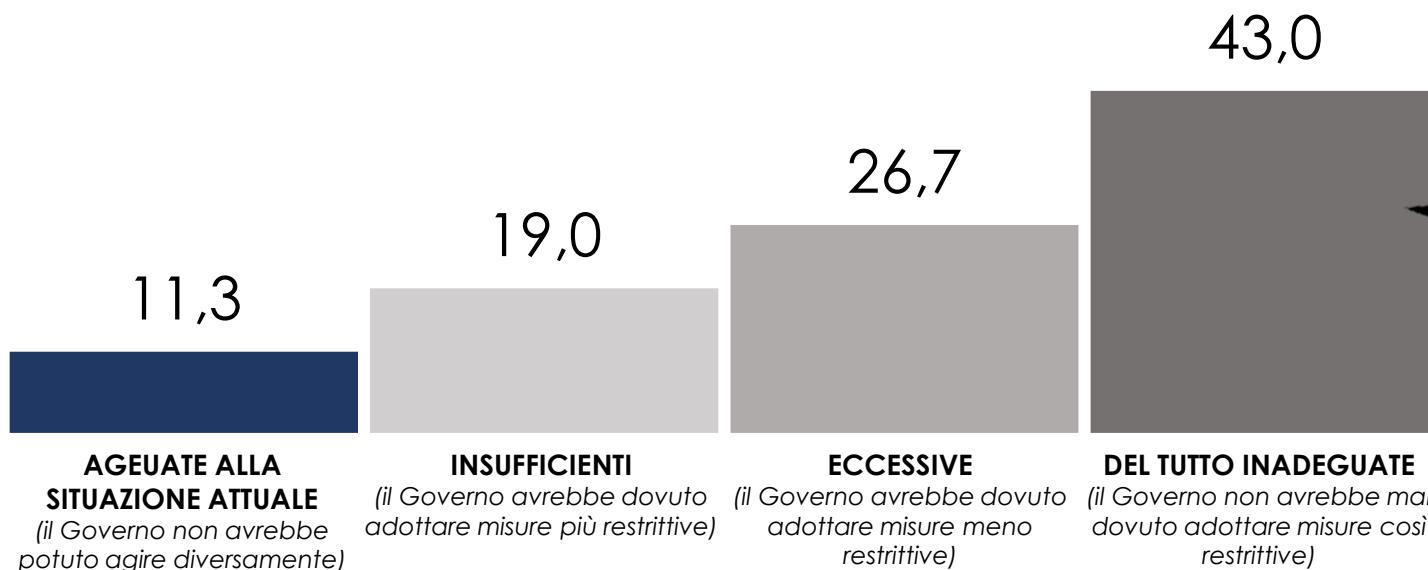
Pensi alle **misure fin qui adottate dal Governo a guida Conte a contrasto dell'emergenza da COVID-19** dal punto di vista economico (i cosiddetti ristori). **Quanto considera efficaci tali misure** per consentire alla Sua impresa di superare la crisi?



Base campione: 578 casi. I dati sono riportati all'universo.

Giudizio sulle restrizioni imposte dal Governo a guida Conte | Solo l'11,3% degli intervistati considera adeguate le restrizioni imposte dal Governo a guida Conte nel periodo natalizio (Decreto Natale). Di contro, **il 43% le considera del tutto inadeguate, il 26,7% eccessive ed il 19% insufficienti.**

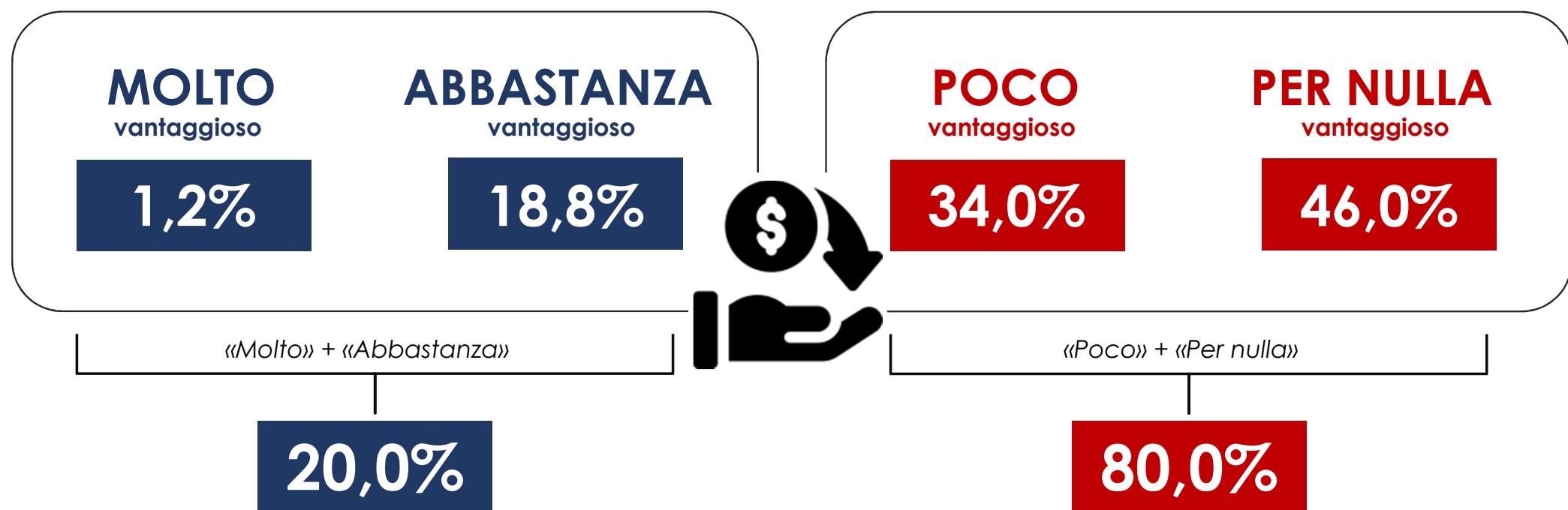
Più nel dettaglio, pensando alle restrizioni imposte dal Governo a guida Conte nell'ultimo periodo (Decreto Natale), **Lei considera le misure adottate...**



Base campione: 578 casi. I dati sono riportati all'universo.

Il cashback | Otto imprese del commercio al dettaglio su dieci si sono espresse sfavorevolmente rispetto al cashback: dal lato imprese, il 46,0% lo considera per nulla vantaggioso ed il 34,0% come poco vantaggioso.

Quanto considera vantaggioso il Cashback per la Sua impresa?

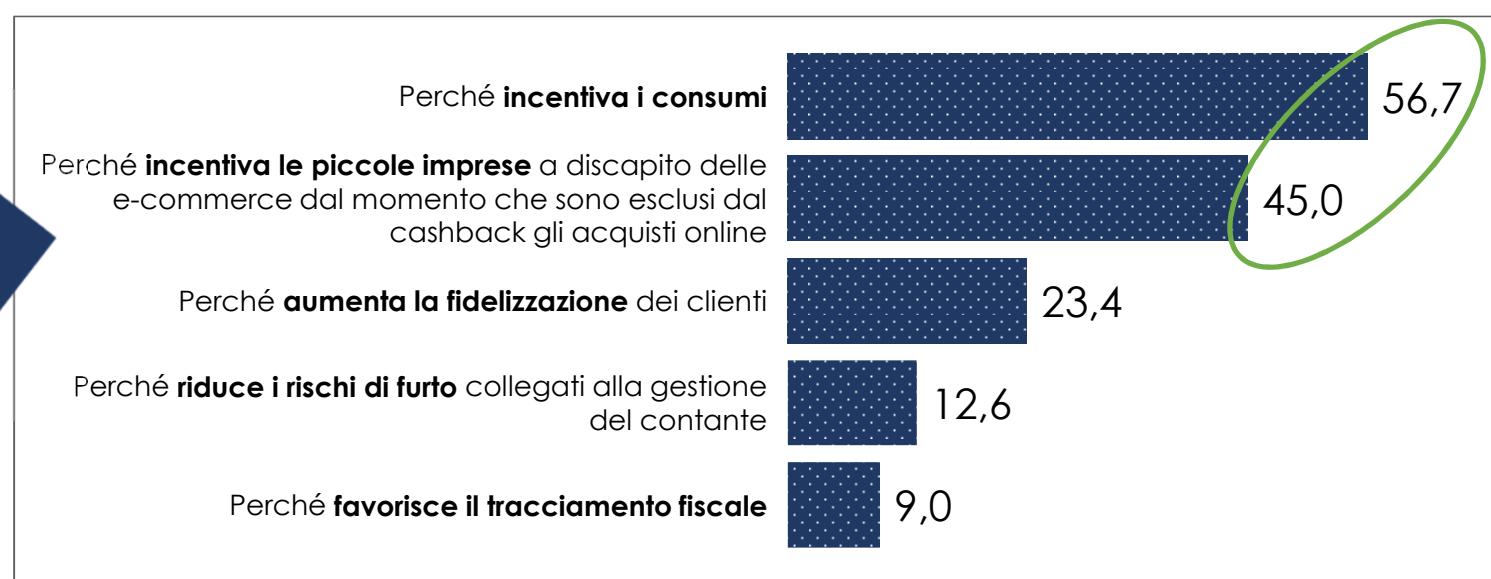
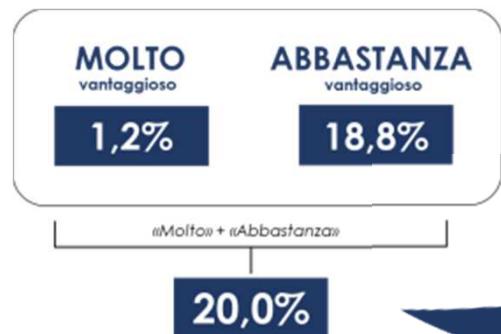


Base campione: 117 casi. Solo le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

I vantaggi del cashback | Le imprese del commercio al dettaglio che ritengono il cashback «molto» o «abbastanza» vantaggioso (20%) indicano quali principali aspetti positivi il fatto che **questo incentivi i consumi (56,7%) e favorisca le piccole imprese a discapito dell'e-commerce (45,0%)**.

Per quale motivo il **Cashback è vantaggioso** per la Sua attività?

...per memo



Base campione: Solo le imprese del commercio al dettaglio che ritengono il cashback «molto» o «abbastanza» vantaggioso. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **I dati sono riportati all'universo.**

Gli svantaggi del cashback | Le imprese del commercio al dettaglio che ritengono il cashback «poco» o «per nulla» vantaggioso (80%) indicano come aspetto negativo prevalente **il costo delle commissioni a carico degli esercenti per le transazioni elettroniche (69,0%)**.

Per quale motivo il **Cashback non è vantaggioso** per la Sua attività?

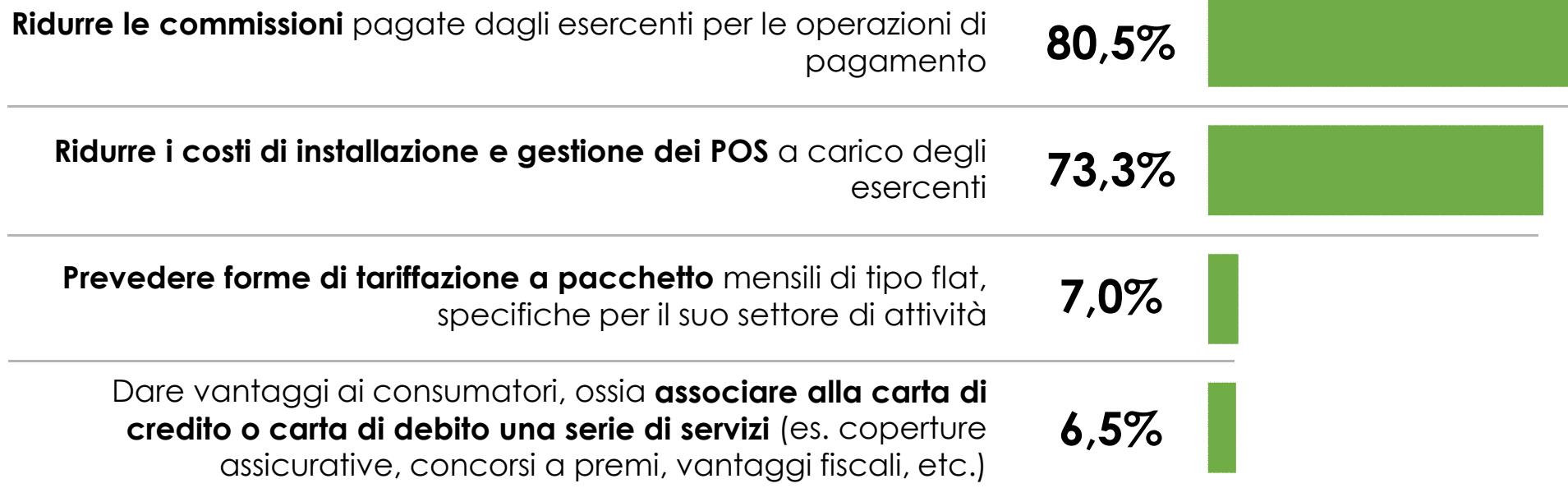
...per memo



Base campione: Solo le imprese del commercio al dettaglio che ritengono il cashback «poco» o «per nulla» vantaggioso. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **I dati sono riportati all'universo.**

Azioni per agevolare le imprese | Due sono i provvedimenti in grado di agevolare le imprese del settore rispetto ai pagamenti elettronici nel sentimento delle imprese: **riduzione delle commissioni a carico degli esercenti (80,5%) e riduzione dei costi di installazione e gestione del Pos (73,3%)**.

A Suo giudizio, **quale provvedimento potrebbe agevolare le imprese del suo settore** rispetto ai pagamenti elettronici?



Base campione: 117 casi. Solo le imprese del commercio al dettaglio. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

Azioni messe in campo da Confcommercio Parma | Le imprese associate a Confcommercio Parma sono soddisfatte delle azioni messe in campo dalla Ascom in prevalenza per le modalità con le quali ha fornito informazioni sulla emergenza in atto (76,2%).

Qual è il Suo livello di soddisfazione riguardo le azioni messe in campo dalla Ascom Parma a supporto delle imprese al fine di fronteggiare l'attuale situazione di emergenza sanitaria?

(Domanda rivolta esclusivamente agli associati a Confcommercio Parma)

Imprese <u>«SODDISFATTE»</u> (Voti da 6 a 10)	Totale TERZIARIO	Totale TERZIARIO (a Giugno '20)	COMMERCIO FOOD	COMMERCIO NO FOOD	TURISMO	SERVIZI IMPRESE	SERVIZI PERSONA
Modalità con le quali la Ascom Parma ha <u>fornito le informazioni sulla situazione in atto</u>	76,2	73,4	73,0	77,0	72,0	79,0	80,0
Modalità con le quali la Ascom Parma ha <u>risposto alle esigenze della Sua impresa</u>	75,9	69,6	69,0	82,0	77,8	73,9	76,7
Efficacia di Ascom Parma nell' <u>erogazione dei servizi</u>	70,4	70,8	69,0	71,0	74,0	63,9	74,0

Base campione: Solo le imprese associate a Confcommercio Parma. I dati sono riportati all'universo.

Giudizio complessivo su Confcommercio Parma | In aumento, rispetto a giugno 2020, la percentuale di imprese di Parma soddisfatte dalle azioni messe in campo dalla Ascom per fronteggiare la situazione di emergenza sanitaria ed economica.

Qual è il Suo livello di soddisfazione riguardo le azioni messe in campo dalla Ascom Parma a supporto delle imprese al fine di fronteggiare l'attuale situazione di emergenza sanitaria?

(Domanda rivolta esclusivamente agli associati a Confcommercio Parma)

Imprese «SODDISFATTE» (Voti da 6 a 10)	Totale TERZIARIO	Totale TERZIARIO (a Giugno '20)	COMMERCIO CIO FOOD	COMMERCIO NO FOOD	TURISMO	SERVIZI IMPRESE	SERVIZI PERSONA
OVERALL SATISFACTION	74,2	71,2	71,2	70,8	77,0	74,5	77,7

Metodo | Scheda tecnica della ricerca

COMMITTENTE

Ascom Parma Confcommercio Imprese per l'Italia.

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine sull'andamento economico e sul fabbisogno del credito delle imprese del terziario di Parma.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle imprese del terziario della provincia di Parma. Domini di studio del campione: Settore di attività (commercio food, commercio no food, turismo, servizi alle imprese, servizi alle persone); numero di addetti (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, oltre 19 addetti).

NUMEROSITA' CAMPIONARIA

Numerosità campionaria complessiva: 578 casi (578 interviste a buon fine). Anagrafiche «non reperibili»: 355 (31,3%); «rifiuti»: 201 (17,7%); «sostituzioni»: 556 (49%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 4,0\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Camere di commercio.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer assisted telephone interview) e Cawi (Computer assisted web interview).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 28 gennaio al 17 febbraio 2021.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della Legge sulla privacy D.lgs 196/03, Regolamento (UE) n. 2016/679 (GDPR).

DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani
Dott.ssa Gaia Petrucci

Metodo | Universo rappresentato e struttura del campione

Universo di riferimento

	1	2-5	6-9	10-19	>19	Totale
Commercio	4.814	3.674	484	211	109	9.292
Turismo	559	1.846	424	194	68	3.091
Servizi	5.488	2.980	440	243	252	9.403
Totale	10.861	8.500	1.348	648	429	21.786

Fonte: Movimprese IV trim 2020

Campione realizzato

	1	2-5	6-9	10-19	>19	Totale
Commercio	58	106	26	36	23	249
Turismo	15	33	27	15	5	95
Servizi	72	78	17	30	37	234
Totale	145	217	70	81	65	578

➤ **Imprese che hanno dichiarato un peggioramento della propria liquidità**

59%

➤ **Imprese che hanno fatto richiesta di credito**

- Erogati con Confidi Parma 11 milioni di finanziamento per le imprese

36%

➤ **Imprese che giudicano inefficaci i ristori** 

- Servizi di Ristorazione: ristori medi alle imprese nel 2020 € 11.480
- Sport e intrattenimento: ristori medi alle imprese nel 2020 € 5.468
- Commercio al dettaglio: ristori medi alle imprese nel 2020 € 4.218
- Servizi alla persona: ristori medi alle imprese nel 2020 € 2.657
- Trasporti: ristori medi alle imprese nel 2020 € 2.366

88%

➤ **Imprese che hanno implementato il delivery**

14%

➤ **Imprese che hanno utilizzato e-commerce**

- Importanza della formazione e cultura digitale

14%

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.

2021 © 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. € 25.8500,00 i.v.

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

www.formatresearch.com
Membro: Asseprim, Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049