




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.

Andamento dei contagi da COVID-19 in Italia

(Curva dei casi registrati in Italia - Aggiornamento al 25 febbraio 2021)

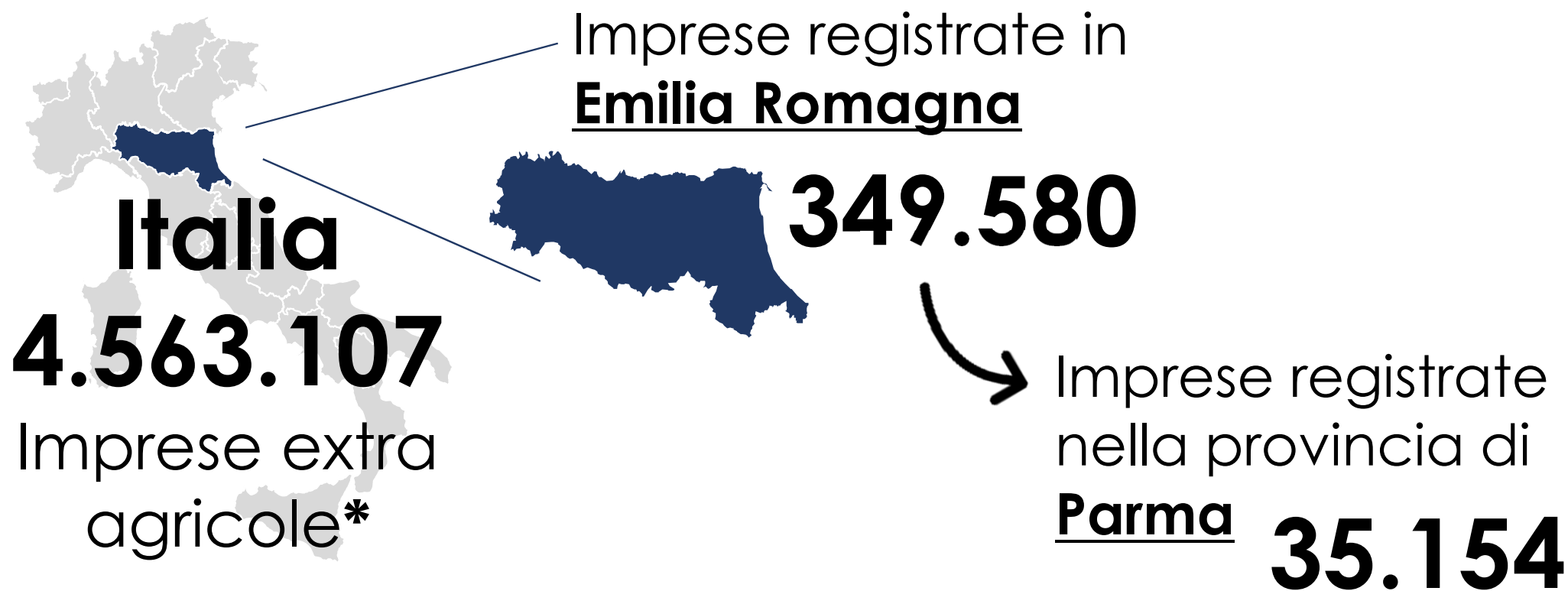


Casi in Italia:
2,9 mln

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**.



*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)».

Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Infocamere (Movimprese 2020).

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.

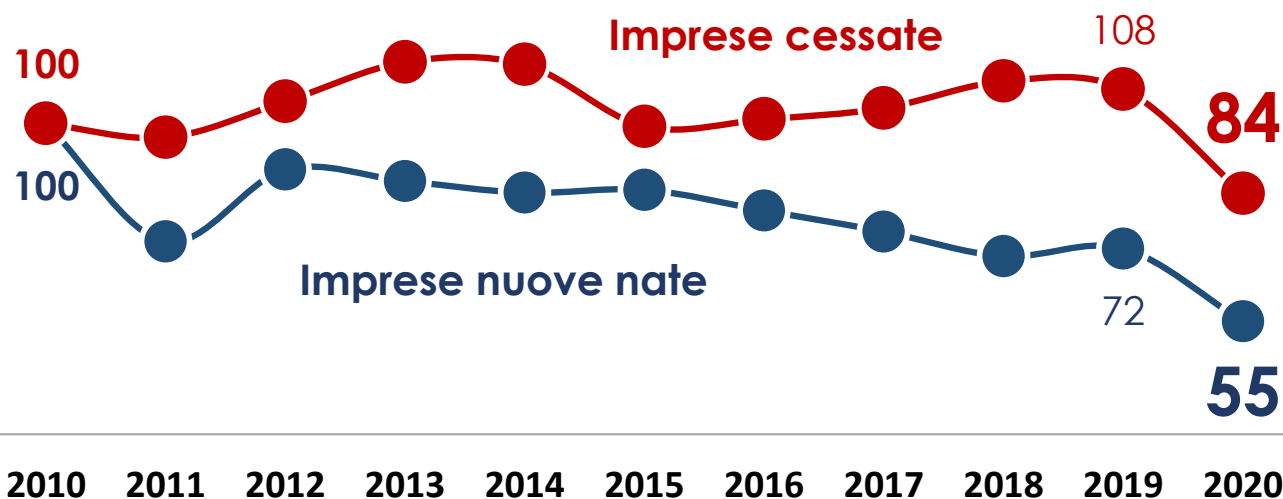
		ITALIA		PARMA	
	Manifattura	577.670	(12,7%)	5.901	(16,8%)
	Costruzioni	832.872	(18,3%)	7.467	(21,2%)
INDUSTRIA		1.410.542	(30,9%)	13.368	(38,0%)
	Commercio	1.497.862	(32,8%)	9.292	(26,4%)
	Turismo	461.244	(10,1%)	3.091	(8,8%)
	Servizi	1.193.459	(26,2%)	9.403	(26,7%)
TERZIARIO		3.152.565	(69,1%)	21.786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

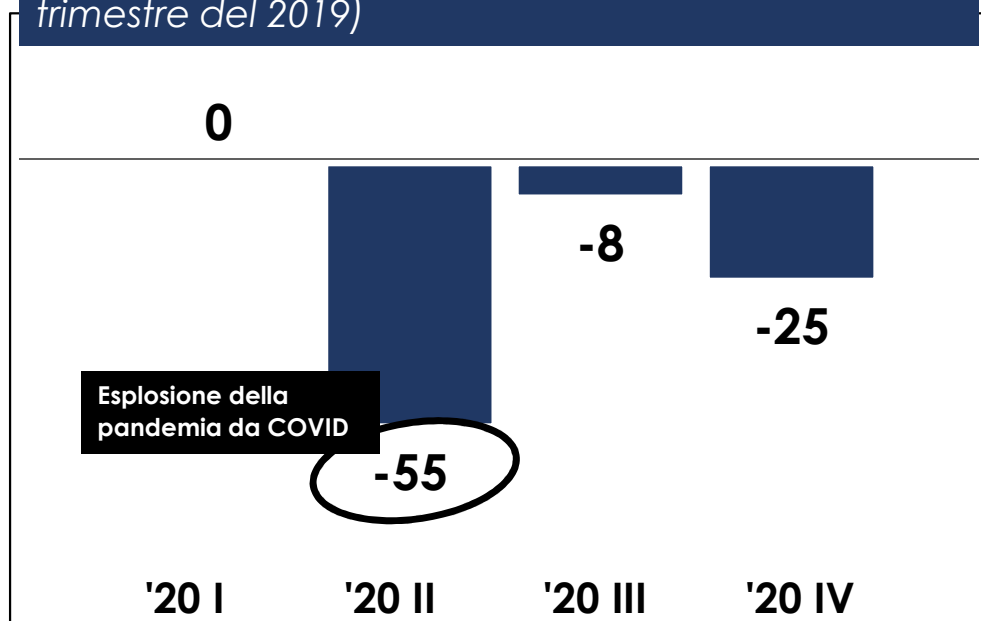
Imprese nuove nate. Valori in base 2010=100. A valori superiori a 100 corrisponde un incremento delle imprese nuove nate. A valori inferiori a 100 corrisponde un decremento delle imprese nuove nate.

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

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%).

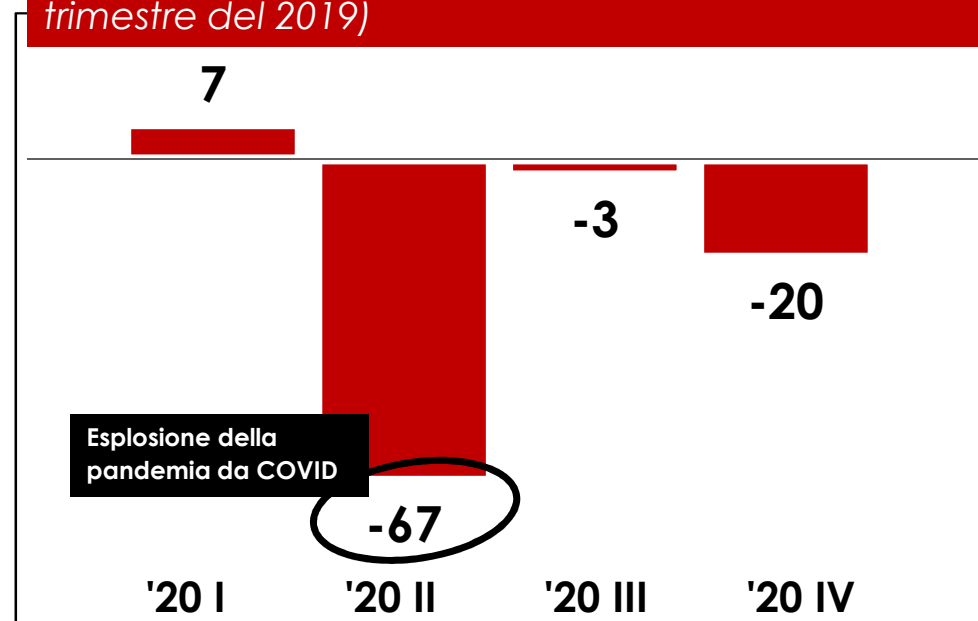
Imprese del Terziario NUOVE NATE nel 2020

(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



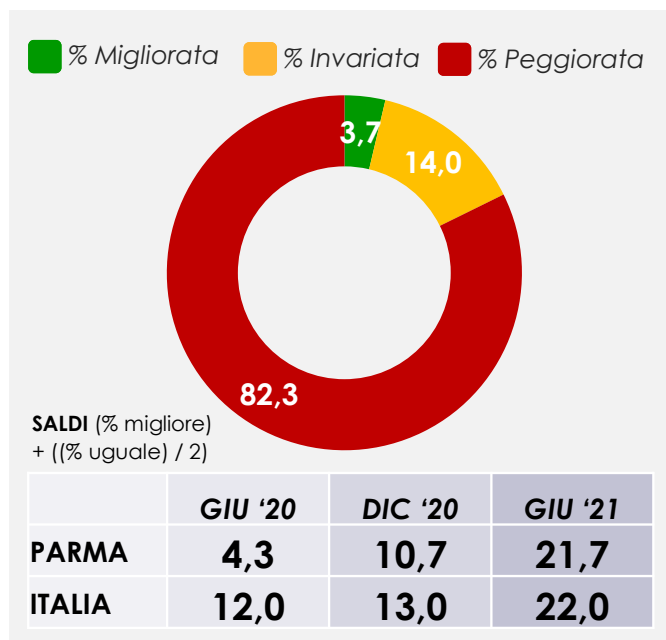
ZONA ARANCIONE



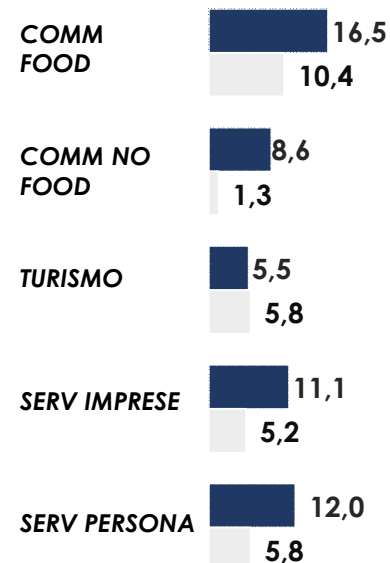
ZONA ROSSA

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.

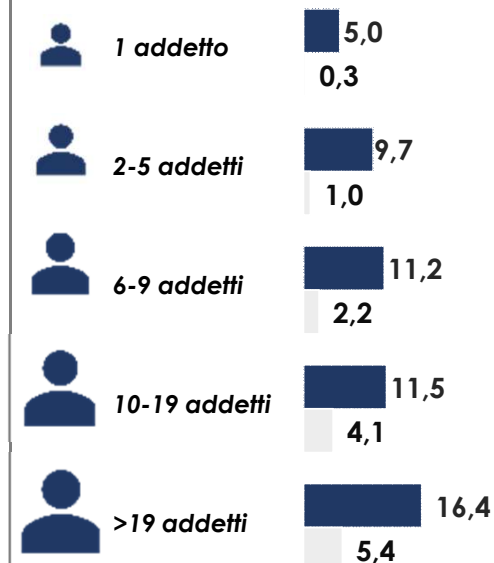
A Suo **giudizio la situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore, negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), rispetto ai sei mesi precedenti, è migliorata, rimasta invariata o peggiorata?



SALDI per SETTORE



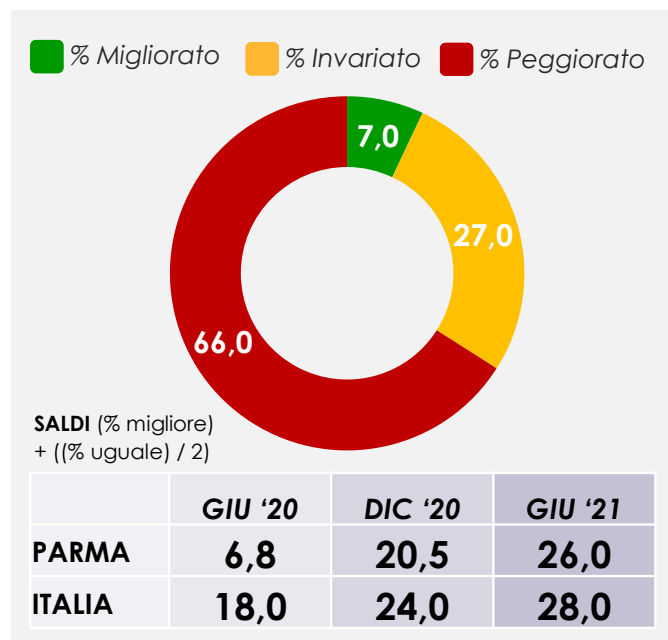
SALDI per DIMENSIONE



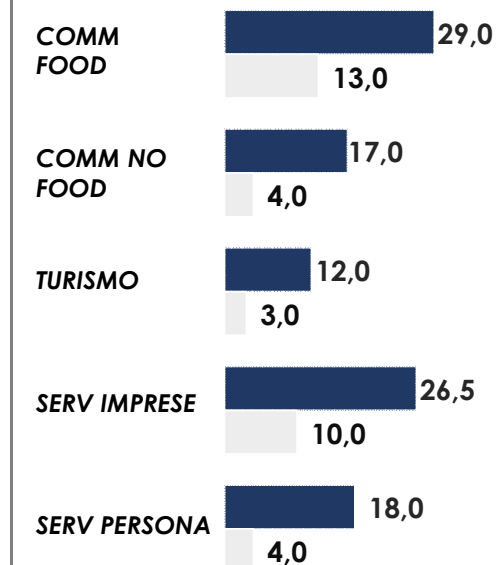
Base campione: 578 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli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

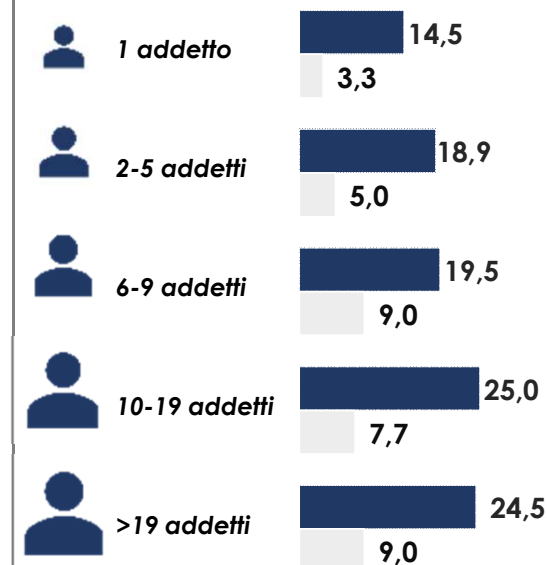
Come giudica l'**andamento economico generale della Sua impresa** negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), rispetto ai sei mesi precedenti, migliorato, invariato o peggiorato?



SALDI per SETTORE



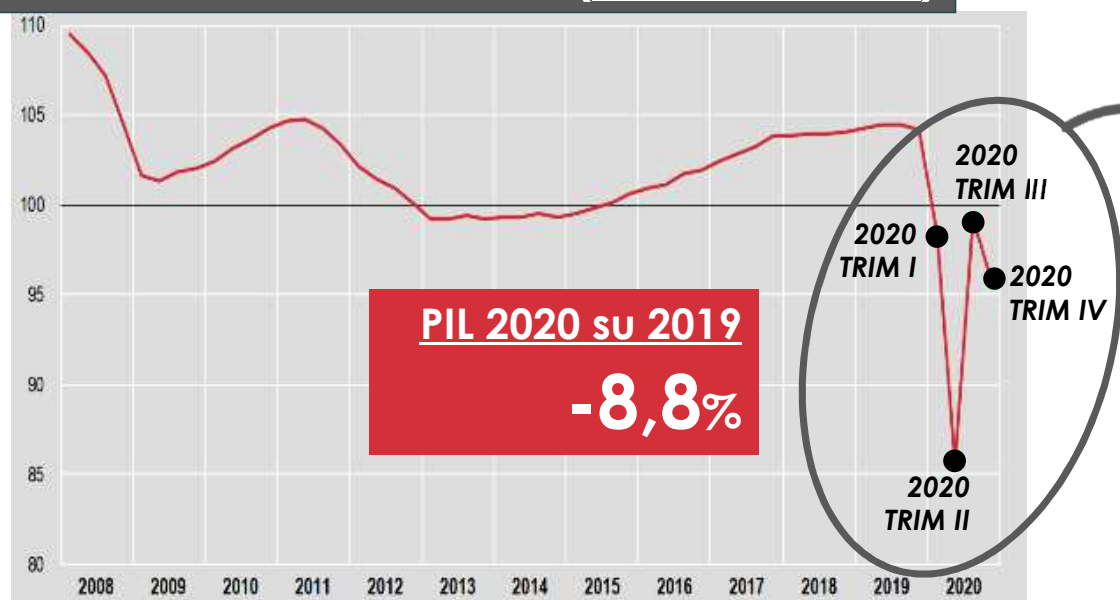
SALDI per DIMENSIONE



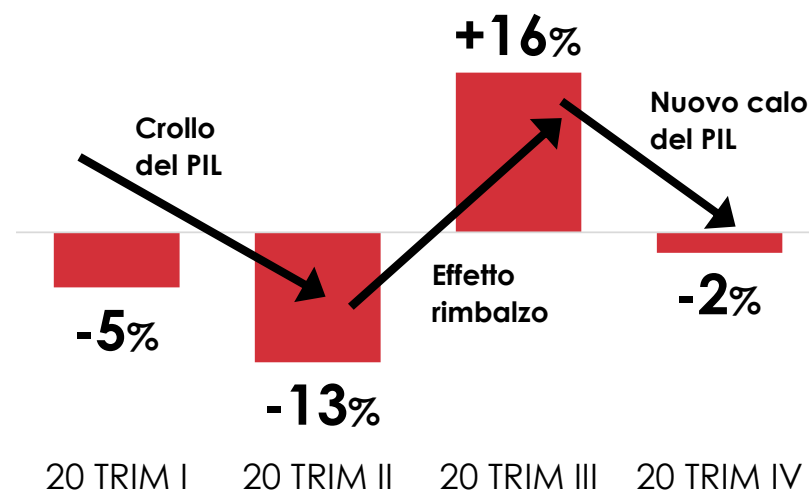
Base campione: 578 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli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

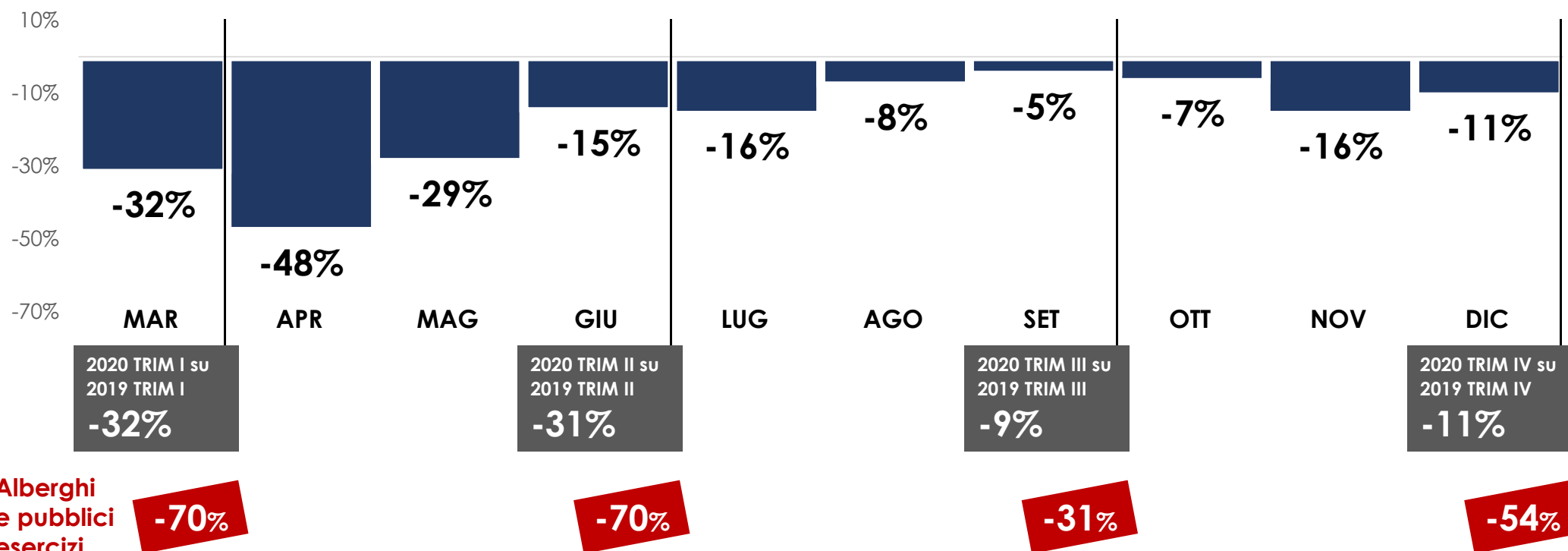


Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Istat, Conti Nazionali. Consumi (valori concatenati).

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%

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

Format
research

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, tessuti 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

Consumi GENNAIO 2021 (su Gennaio 2020)

-12,9%



Consumi fuori casa -59,3%

Moda -16,4%

Mobilità -13,6%

Servizi ricreativi -12,1%

Cura della persona -1,0%



Comunicazione +9,0%

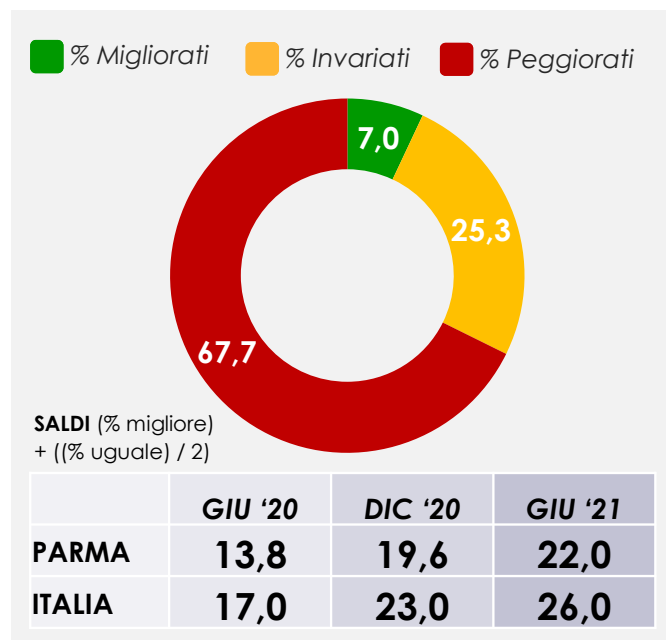
Alimentari +1,8%

Casa +0,4%

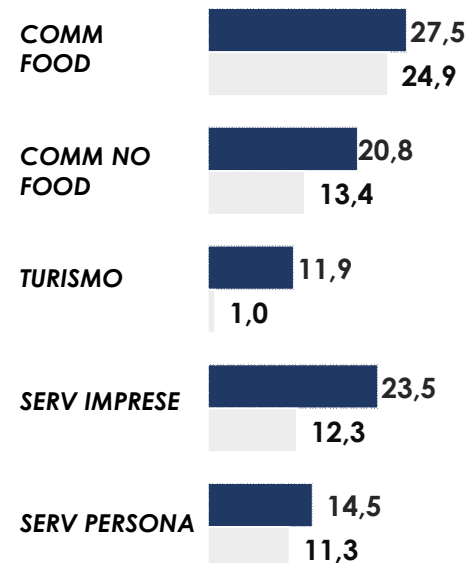
Fonte: Elaborazioni Format Research su dati Confcommercio Imprese per l'Italia.

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).

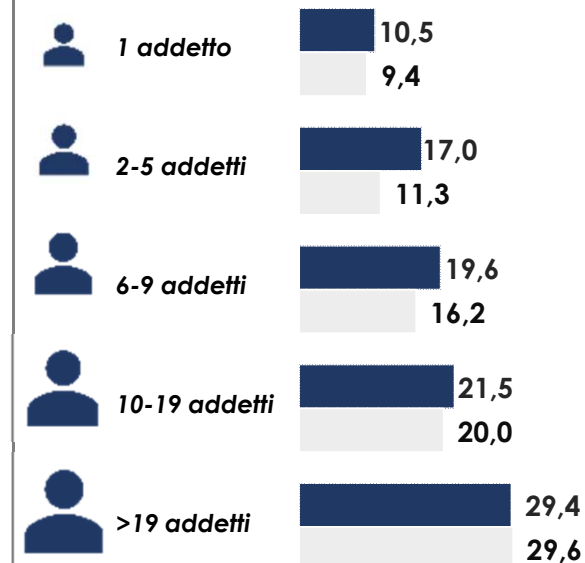
Nel semestre considerato (luglio - dicembre 2020), i ricavi della Sua impresa rispetto al semestre precedente sono migliorati, rimasti invariati o peggiorati?



SALDI per SETTORE



SALDI per DIMENSIONE



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...



IN MISURA MAGGIORE

3,0%



IN EGUALE MISURA

22,0%



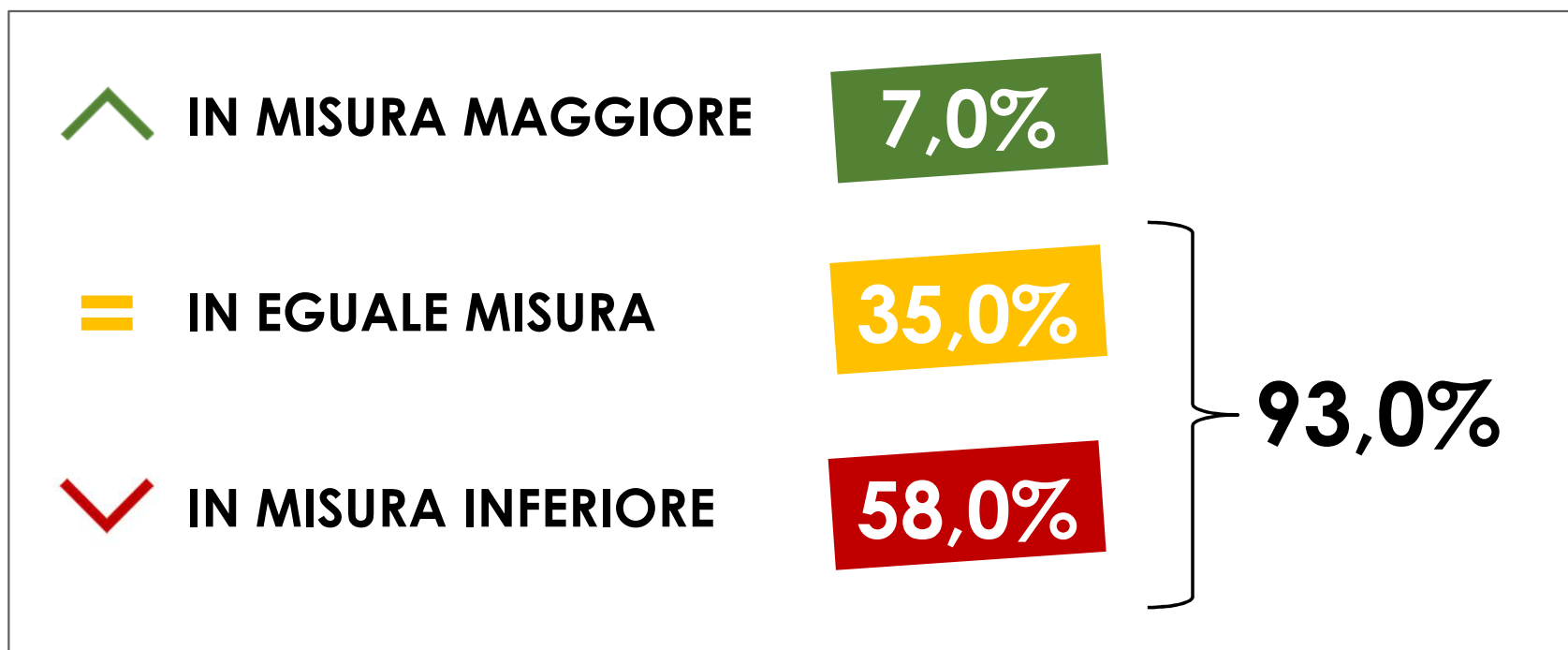
IN MISURA INFERIORE

75,0%

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.

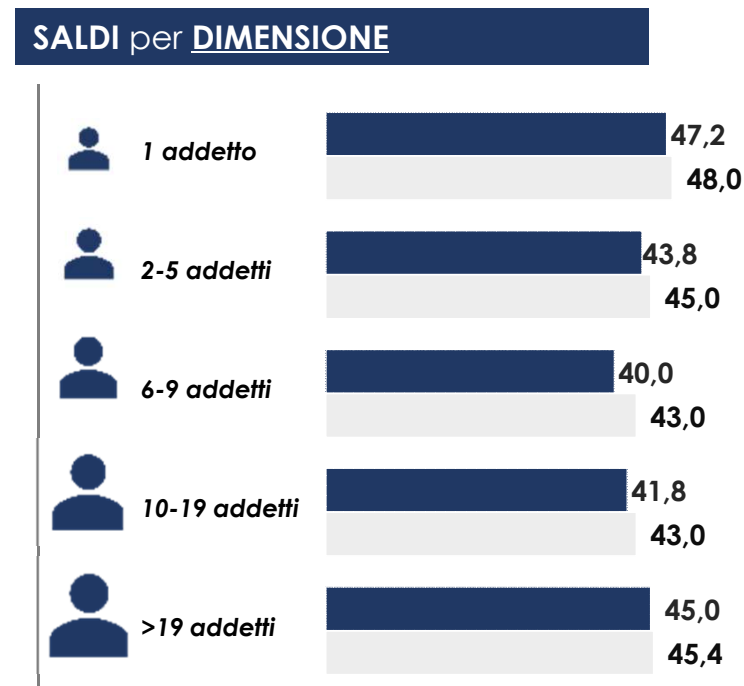
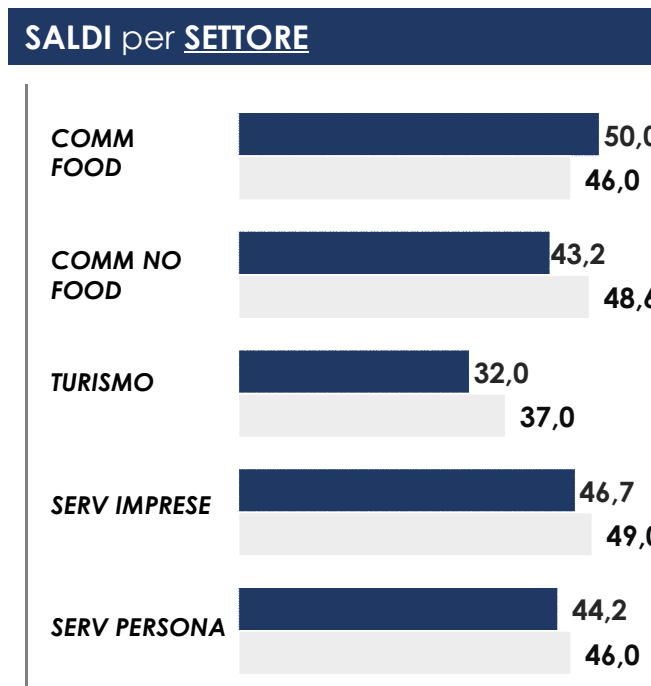
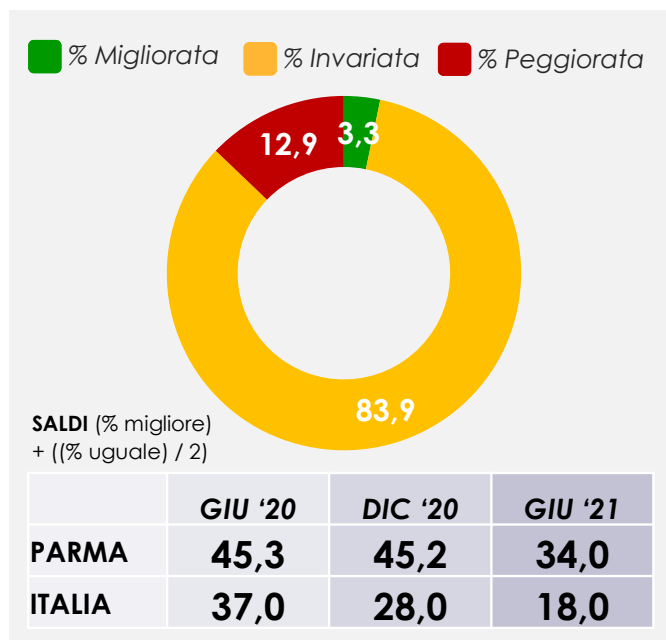
Rispetto all'incasso della passata stagione di saldi invernali (2020), **il Suo negozio durante i saldi di quest'anno (2021) ha incassato...**



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?



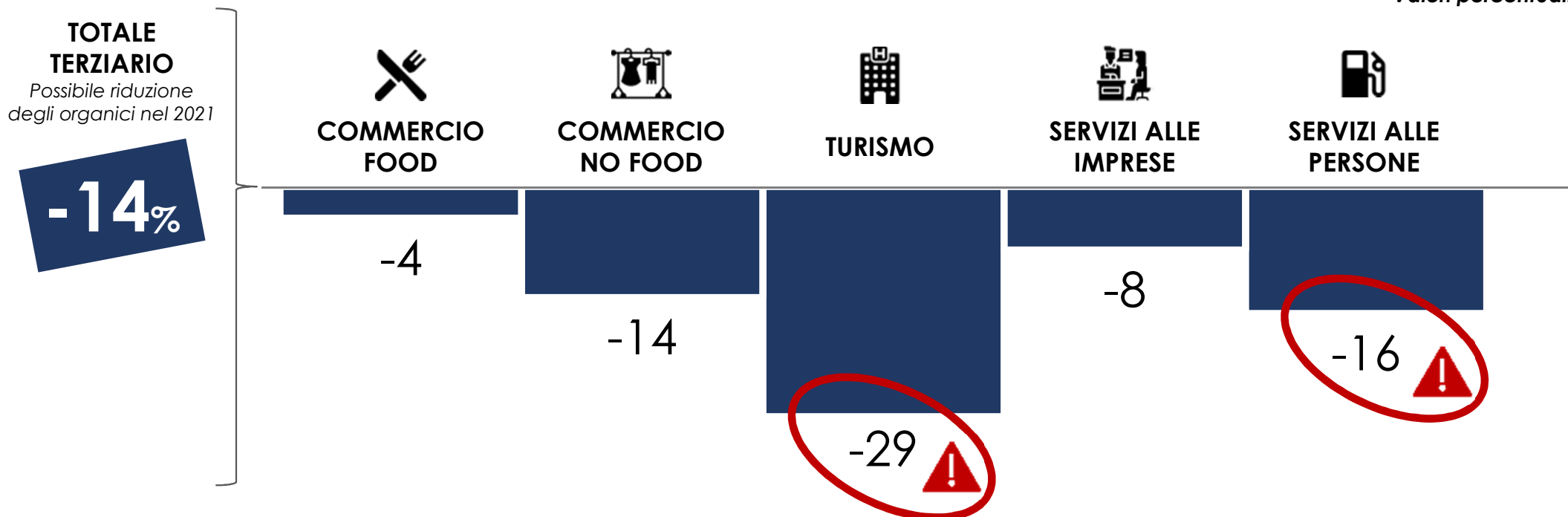
Base campione: 433 casi (solo le imprese con oltre 1 addetto). I dati sono riportati all'universo.

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.



Base campione: 433 casi (solo le imprese con oltre 1 addetto). I dati sono riportati all'universo.

-
- **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

-14%

 - **Riduzione dell'occupazione prevista a fine anno**
 - Ponte nel turismo del -29% 
 - Quasi 65milioni di ore di Cassa Integrazione nel Commercio rispetto ai 536.000 del 2019



Osservatorio Congiunturale Terziario Parma

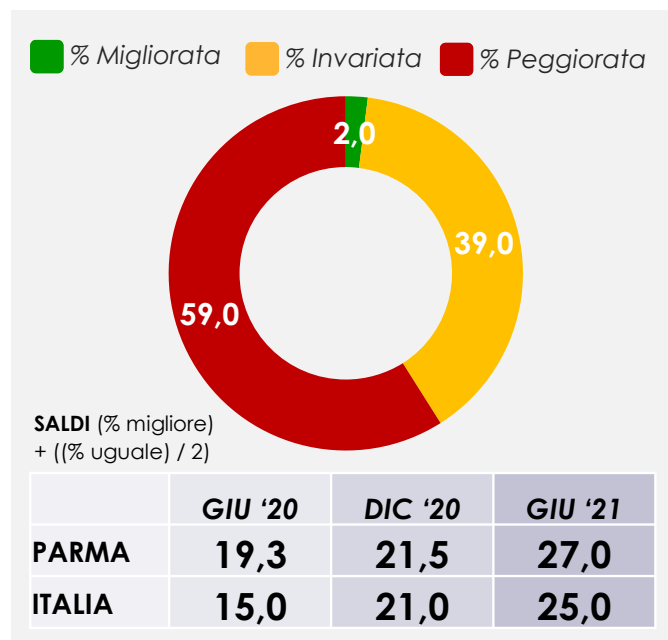
Marzo 2021

Seconda parte: Liquidità, Credito e nuovi Modelli di Business

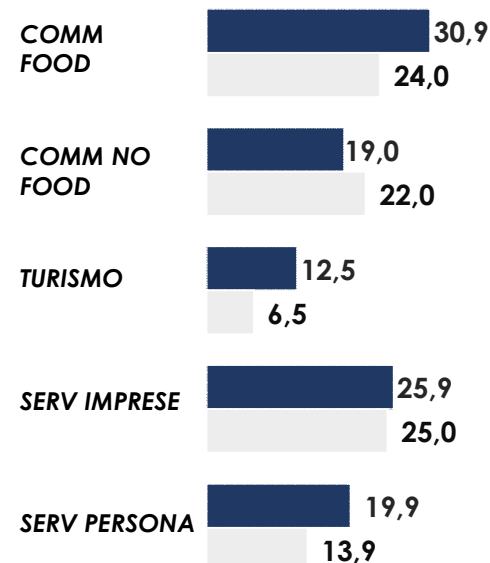
Parma, 12 marzo 2021 (20206apr/01)

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.

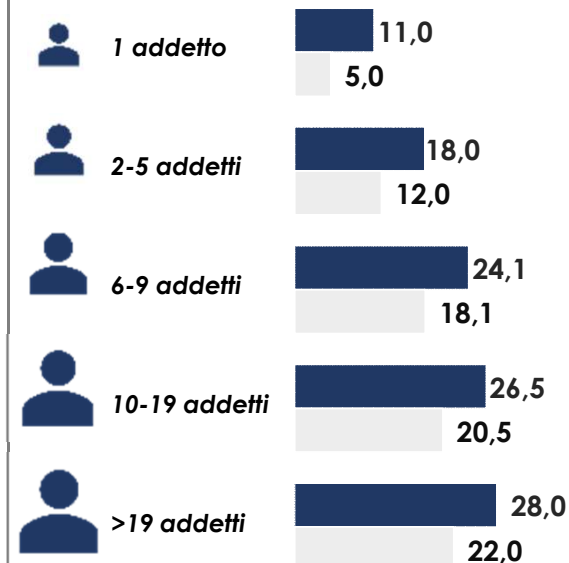
La capacità di fare fronte al **fabbisogno finanziario della Sua impresa**, ovvero la situazione della liquidità, negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), rispetto ai sei mesi precedenti, è migliorata, rimasta invariata o peggiorata...?



SALDI per SETTORE



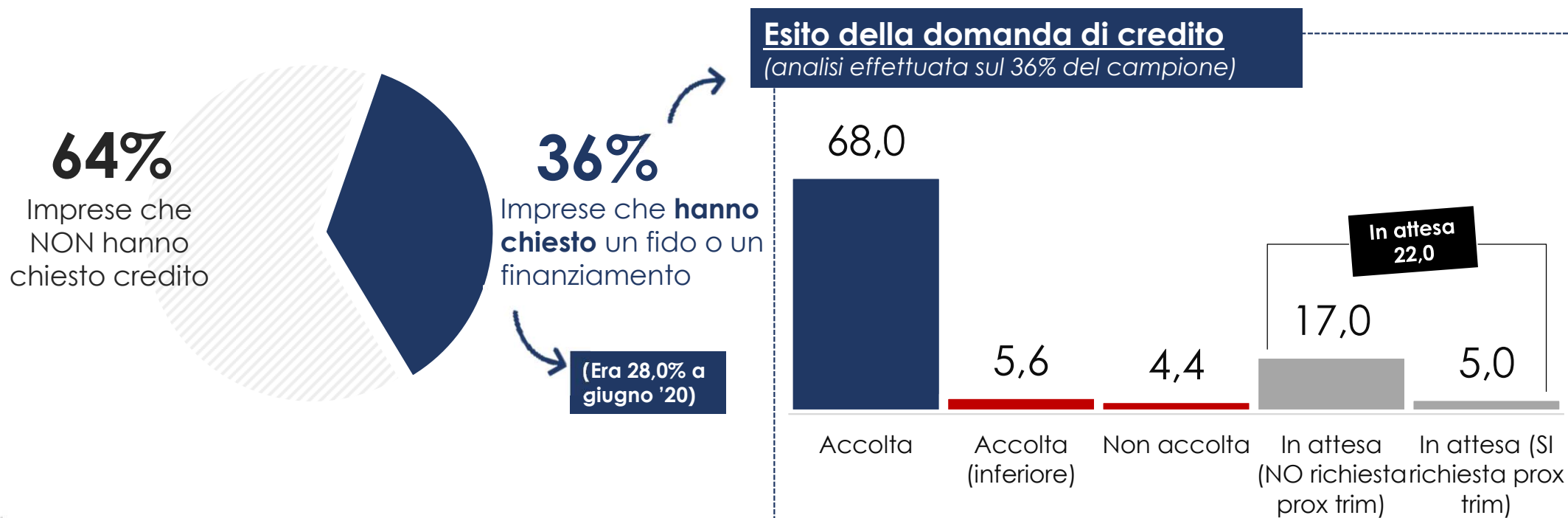
SALDI per DIMENSIONE



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.

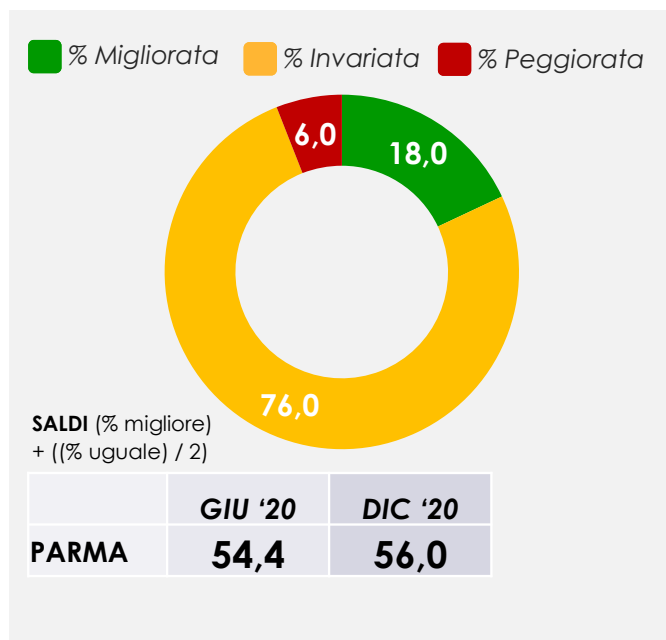
A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, **la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente**, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi sei mesi?



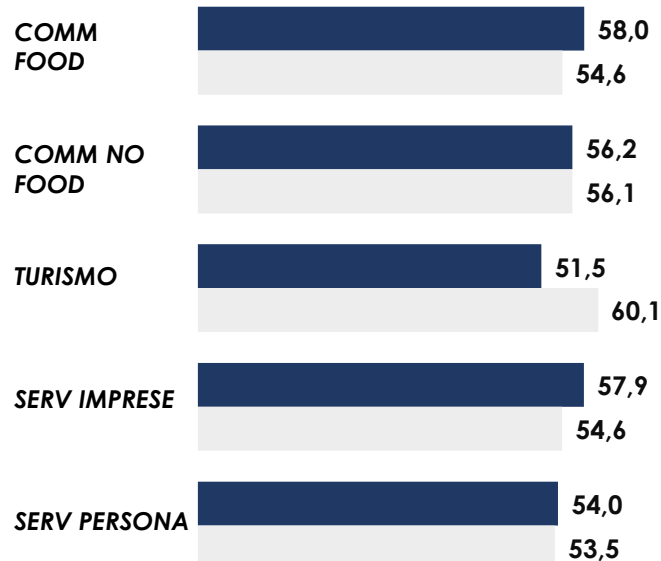
Base campione: 578 casi. I dati sono riportati all'universo.

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**.

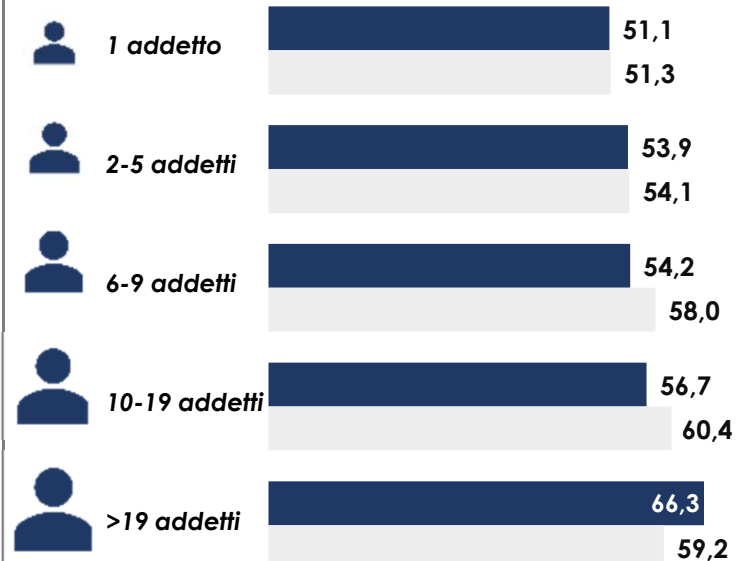
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento ai **tassi di interesse (costo del finanziamento)**?



SALDI per SETTORE



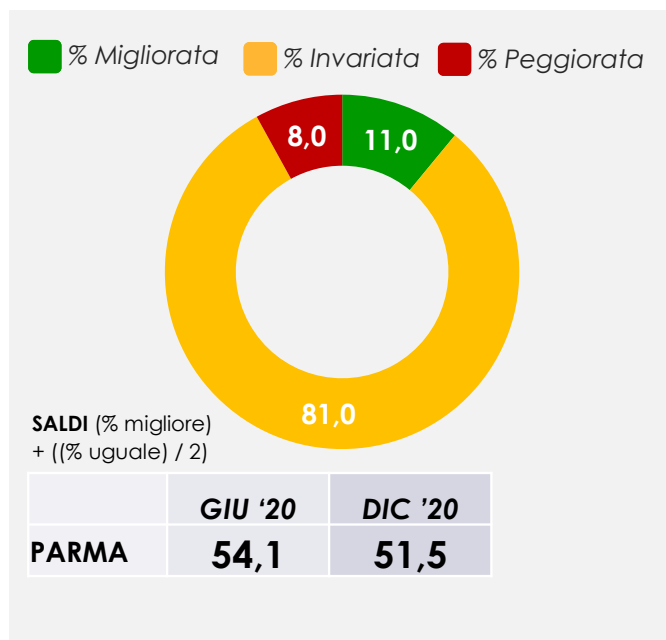
SALDI per DIMENSIONE



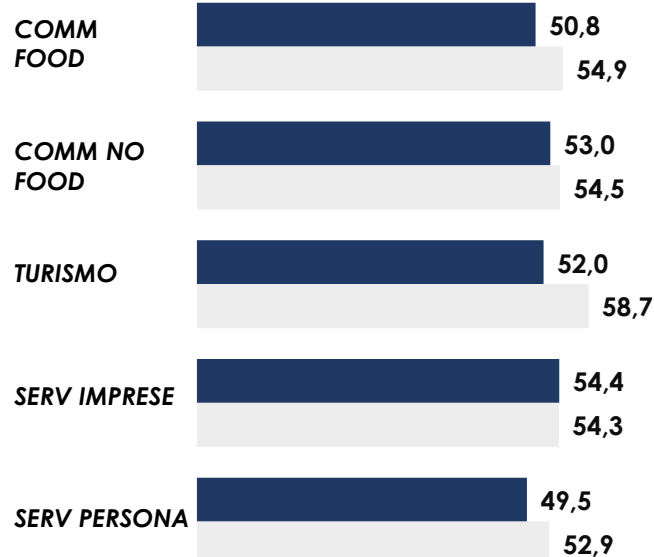
Base campione: 352 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse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

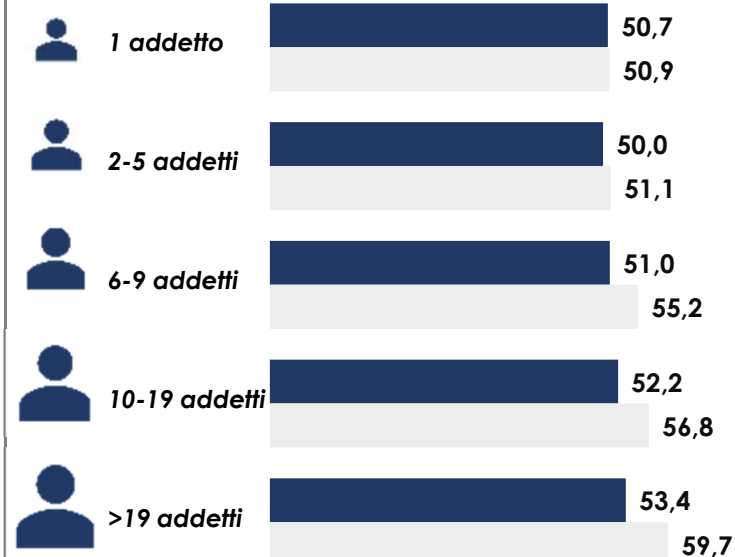
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento al **costo dell'istruttoria**?



SALDI per SETTORE



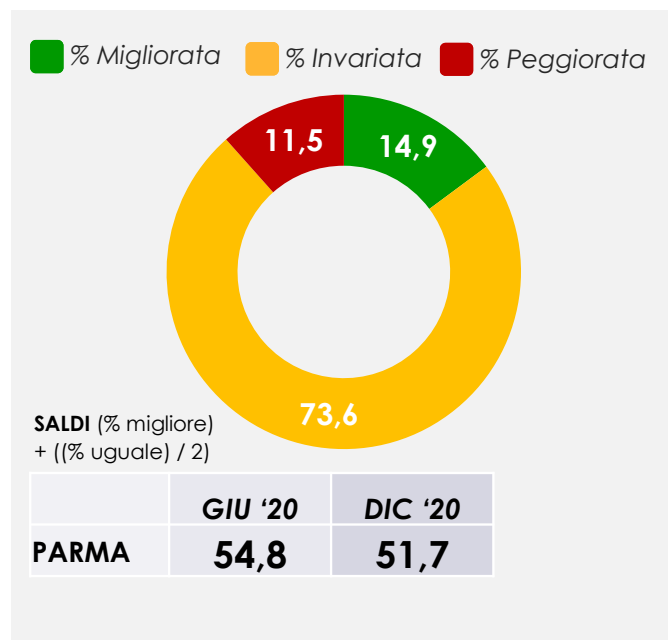
SALDI per DIMENSIONE



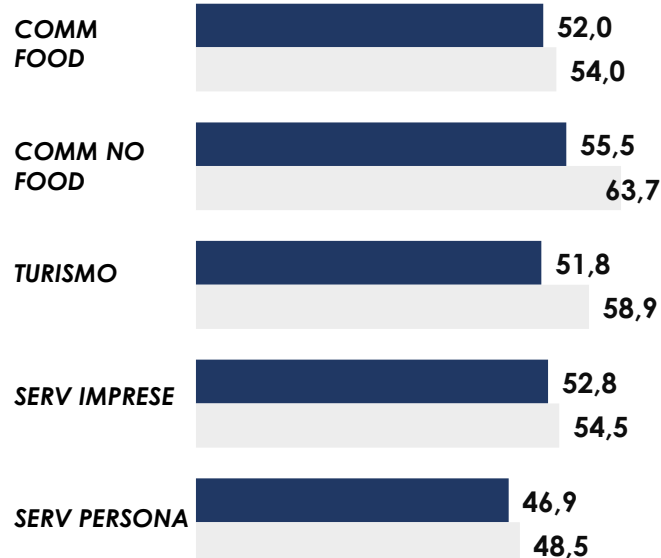
Base campione: 352 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse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

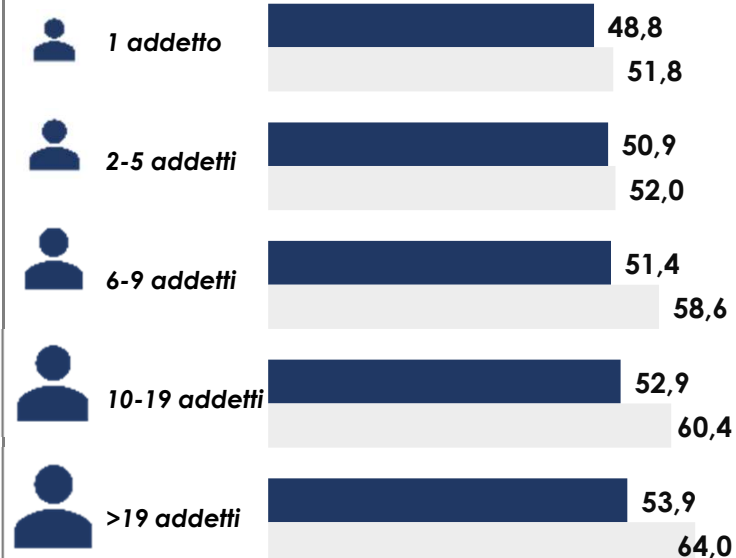
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento alla **durata temporale del credito**?



SALDI per SETTORE



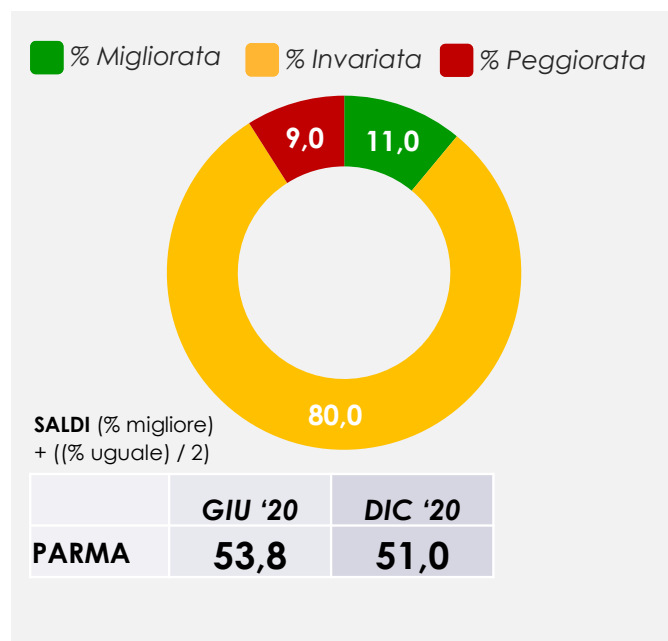
SALDI per DIMENSIONE



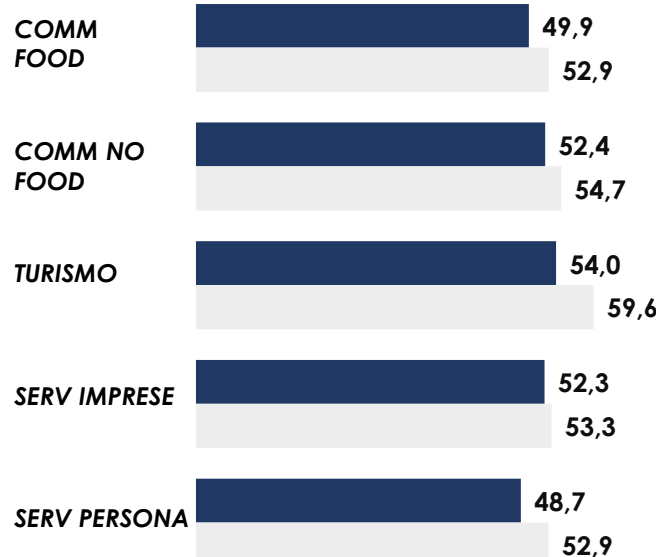
Base campione: 352 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse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

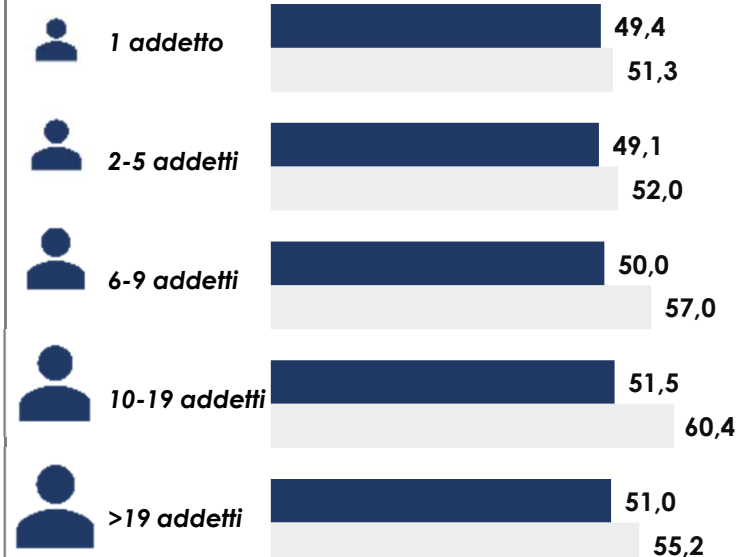
Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche negli ultimi sei mesi (luglio - dicembre 2020), ritiene che la situazione sia migliorata, rimasta invariata o peggiorata con riferimento alle **garanzie richieste**?



SALDI per SETTORE



SALDI per DIMENSIONE

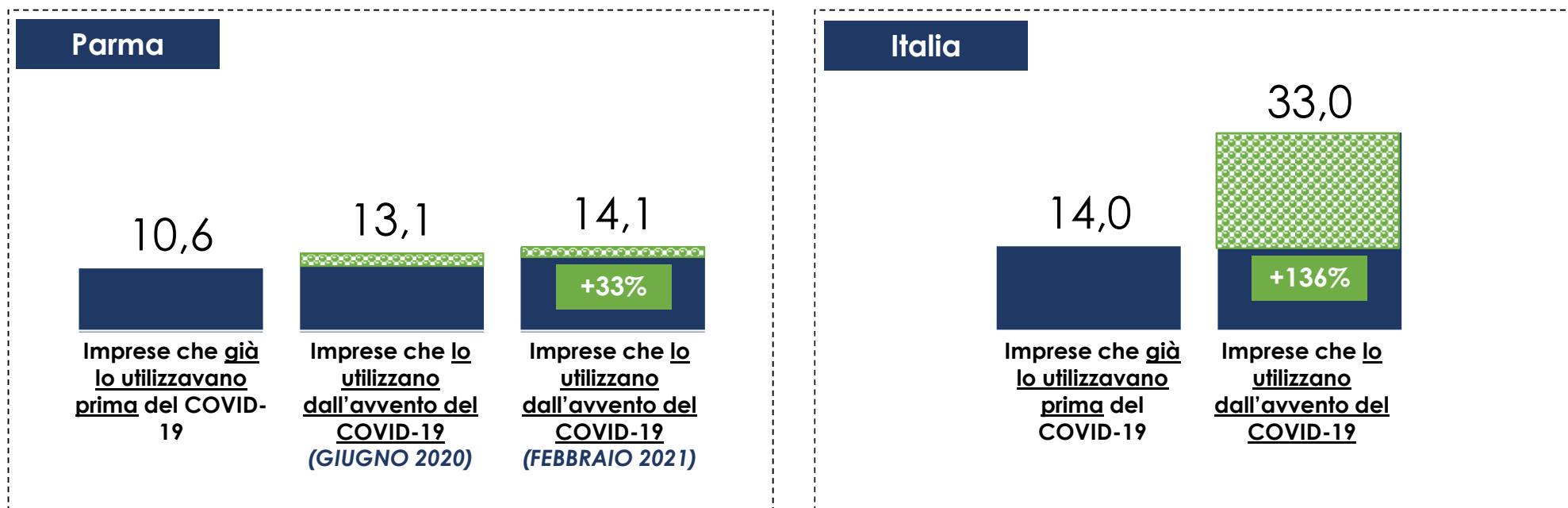


Base campione: 352 casi. Solo le imprese che hanno dei fidi o finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse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

E-COMMERCE



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

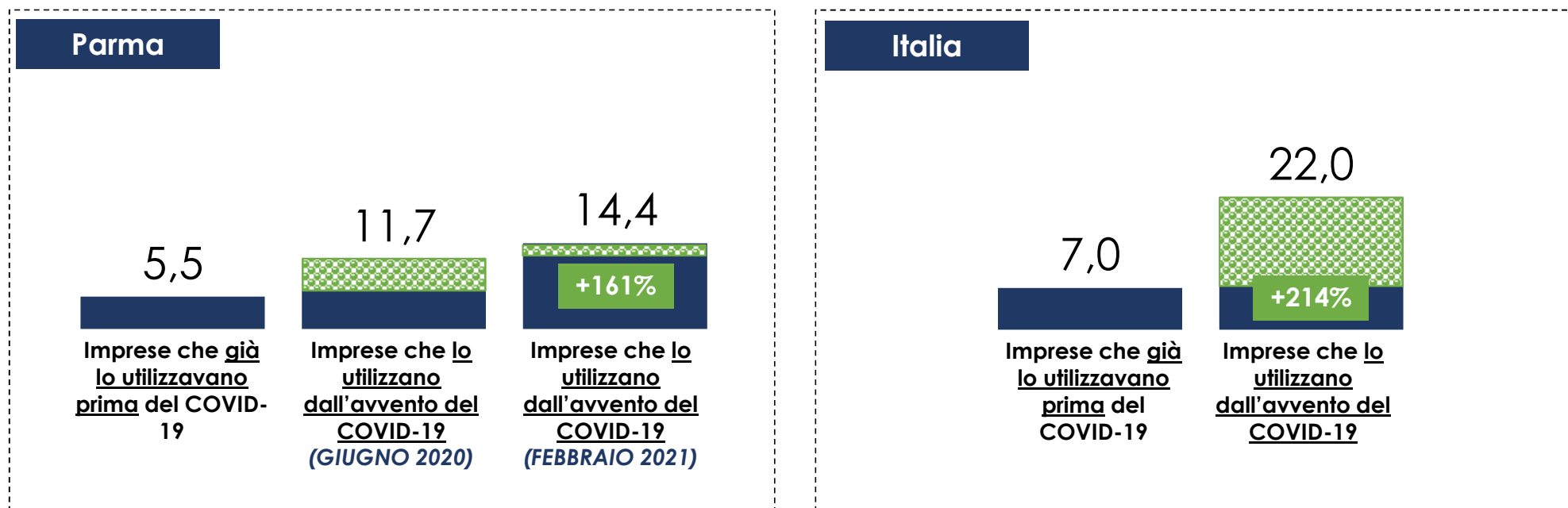
Format
research

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



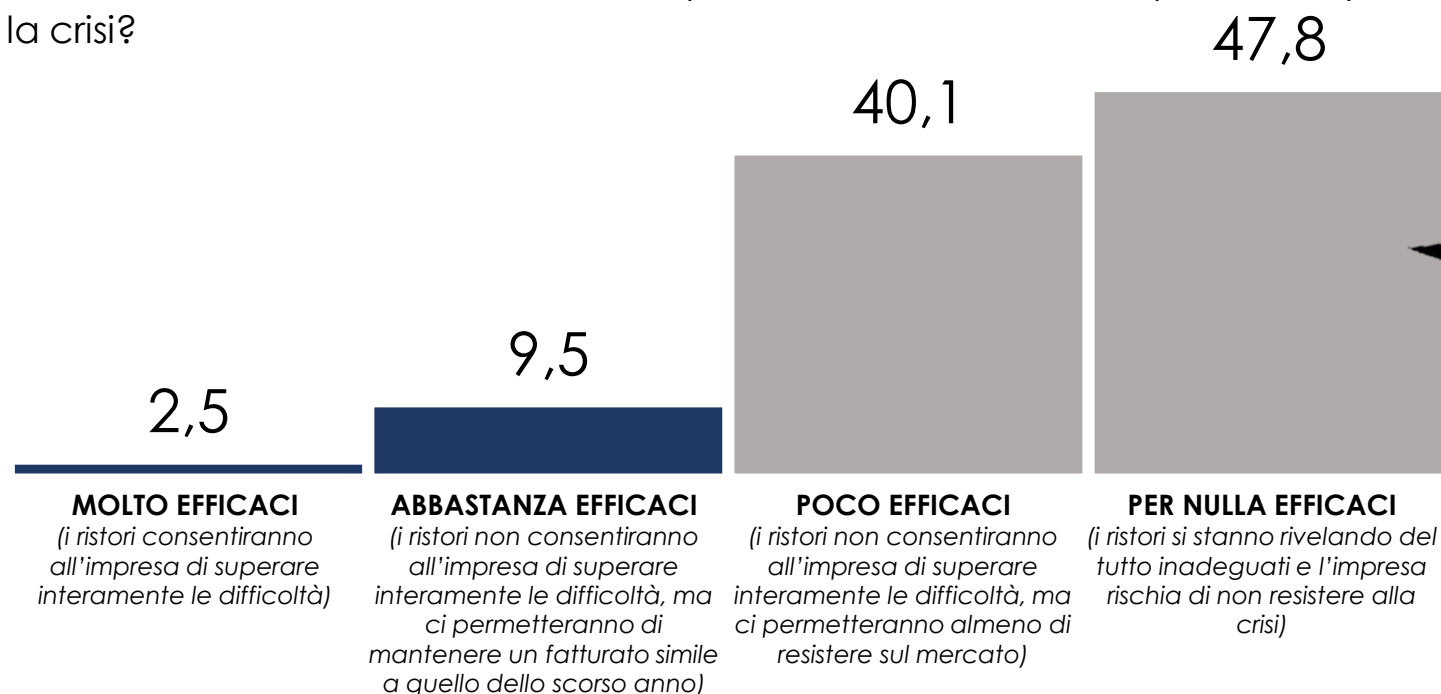
Base campione: 578 casi. I dati sono riportati all'universo.

Format
research

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

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?

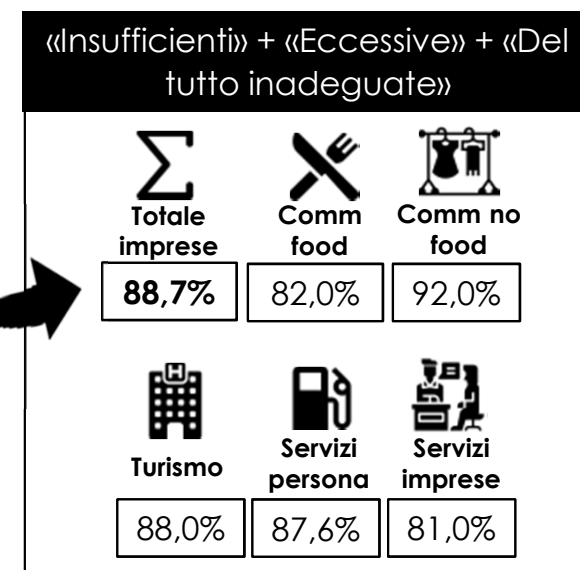
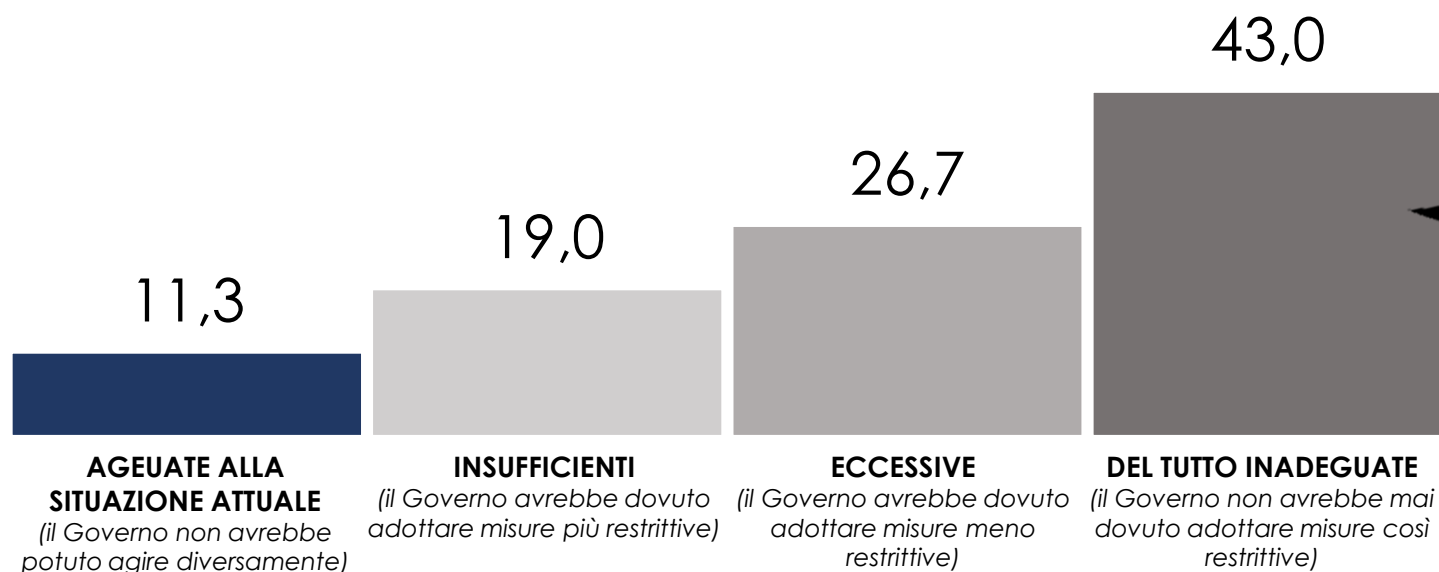


«Poco» + «Per nulla» efficaci		
Σ Totale imprese	Comm food	Comm no food
87,9%	84,5%	94,6%
Turismo	Servizi persona	Servizi imprese
93,1%	94,6%	87,5%

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.**

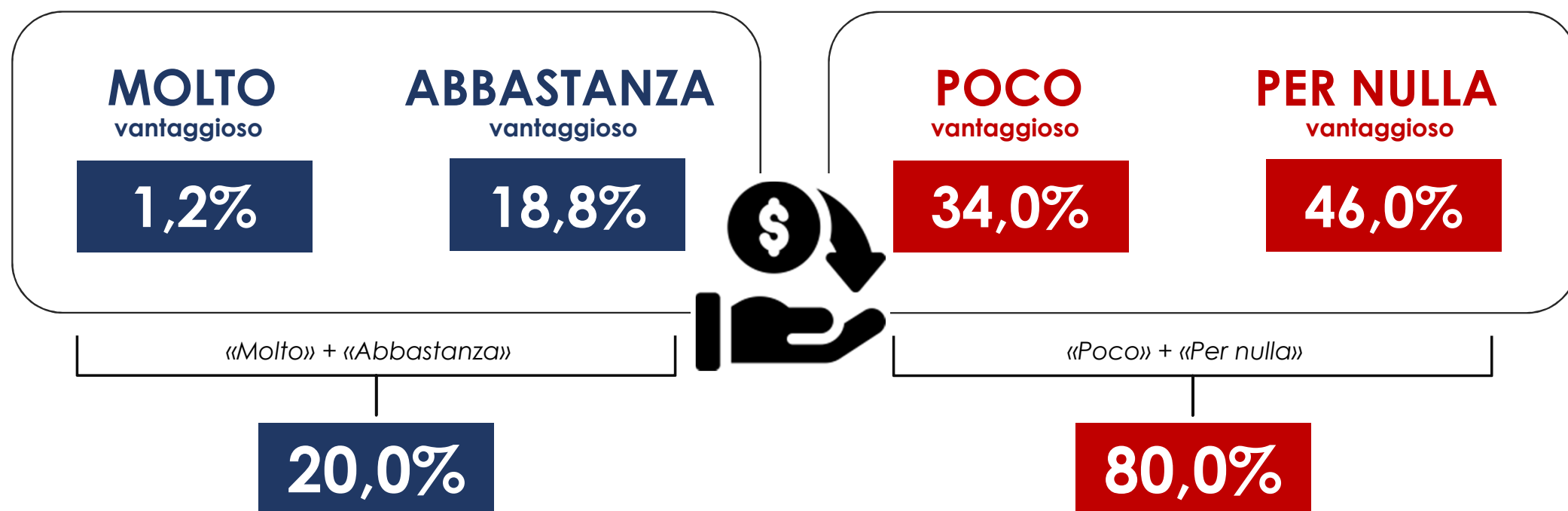
Più nel dettaglio, pensando alle restrizioni imposte dal Governo a guida Conte nell'ultimo periodo (Decreto Natale), **Lei considera le misure adottate...**



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?

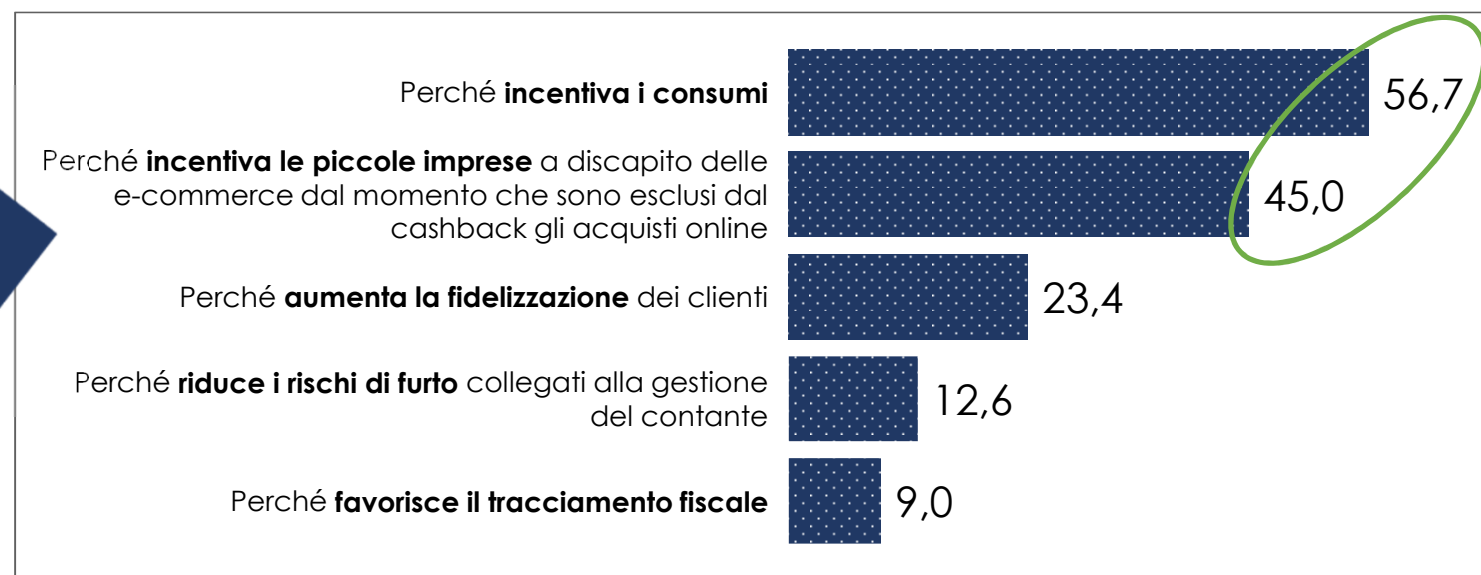
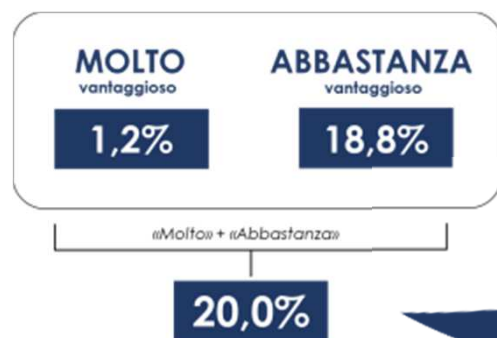


Base campione: 117 casi. Solo le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

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

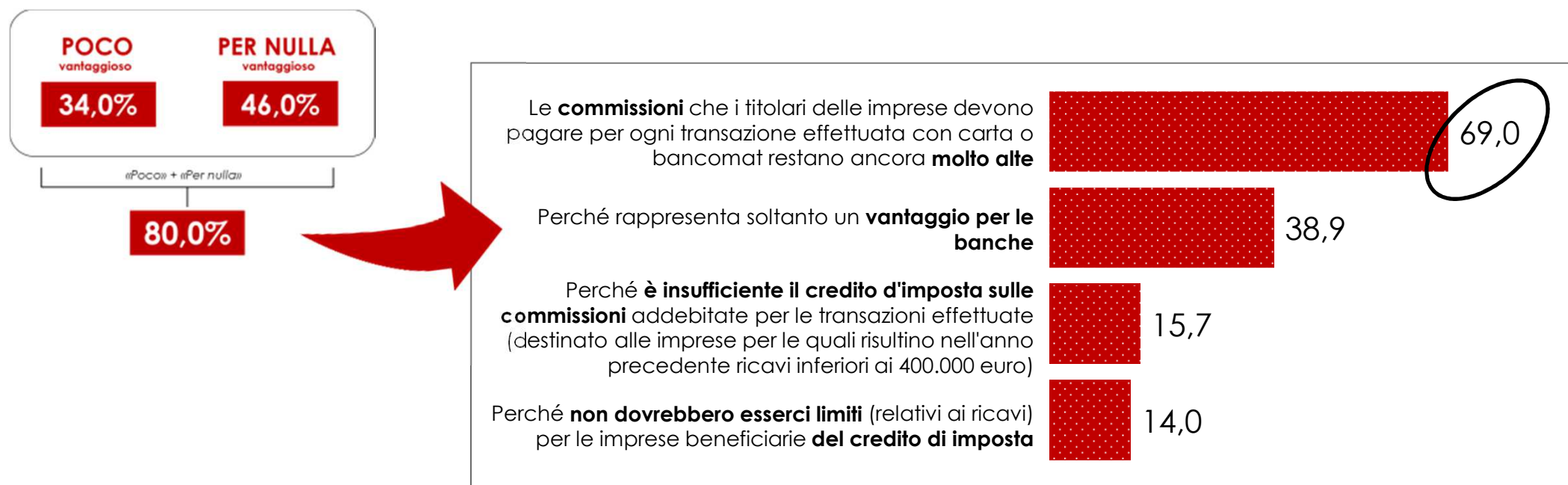


Base campione: Solo le imprese del commercio al dettaglio che ritengono il cashback «molto» o «abbastanza» vantaggioso. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **I dati sono riportati all'universo.**

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?

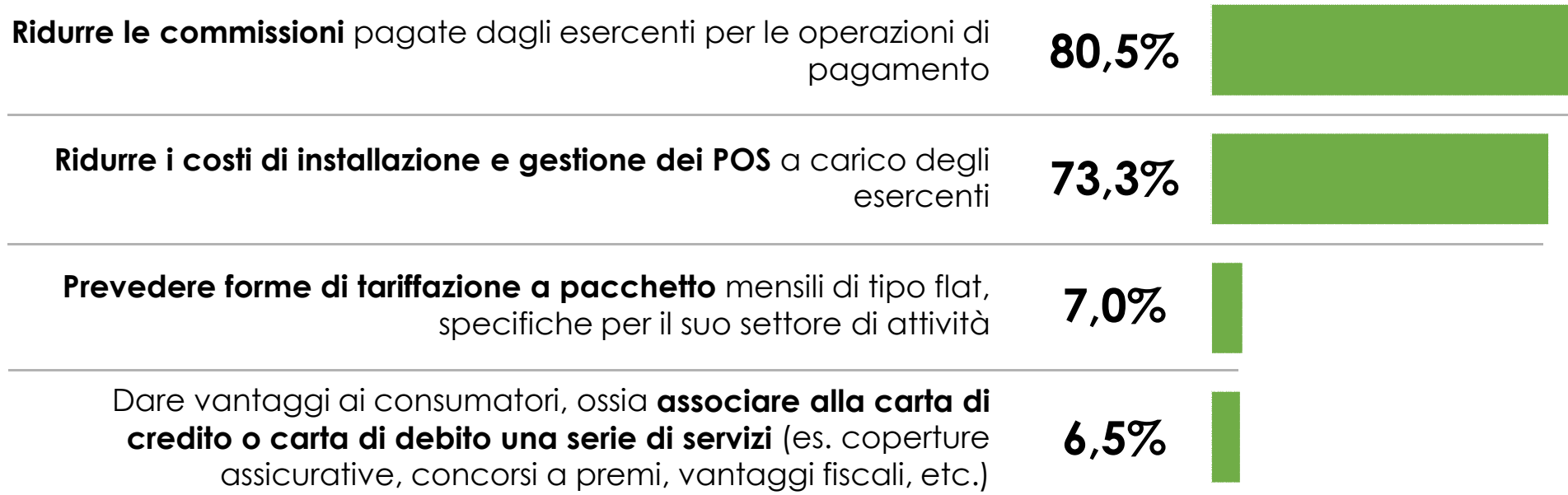
...per memo



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 sentiment 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 « SODDISFATTE » (Voti da 6 a 10)	Totale TERZIARIO	Totale TERZIARIO (a Giugno '20)	COMMER CIO 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 « <u>SODDISFATTE</u> » (Voti da 6 a 10)	Totale TERZIARIO	Totale TERZIARIO (a Giugno '20)	COMMER CIO FOOD	COMMER CIO 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%



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

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