

# Le ricadute occupazionali delle vendite straordinarie del Commercio

La lente sul Piemonte Nord

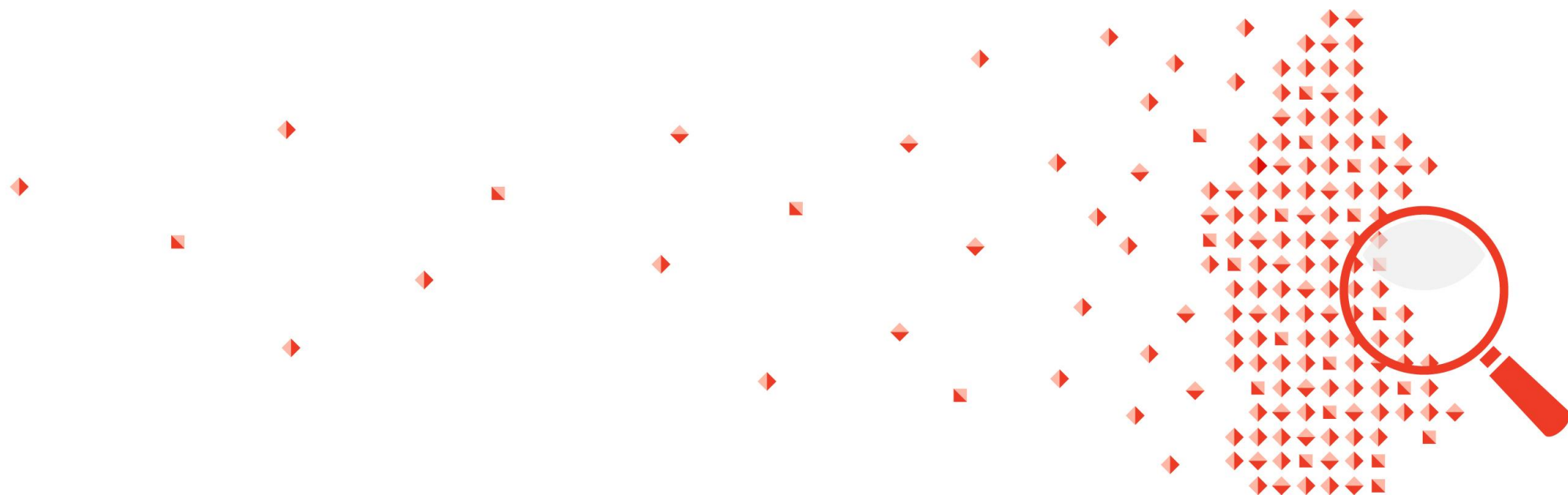
## 2023

**18 maggio 2023**

ENTE BILATERALE TERZIARIO BIELLA  
ENTE BILATERALE TERZIARIO NOVARA E VERBANO CUSIO OSSOLA  
ENTE BILATERALE TERZIARIO VERCELLI

# Il Campione

Le ricadute occupazionali delle vendite straordinarie del Commercio



# Il campione

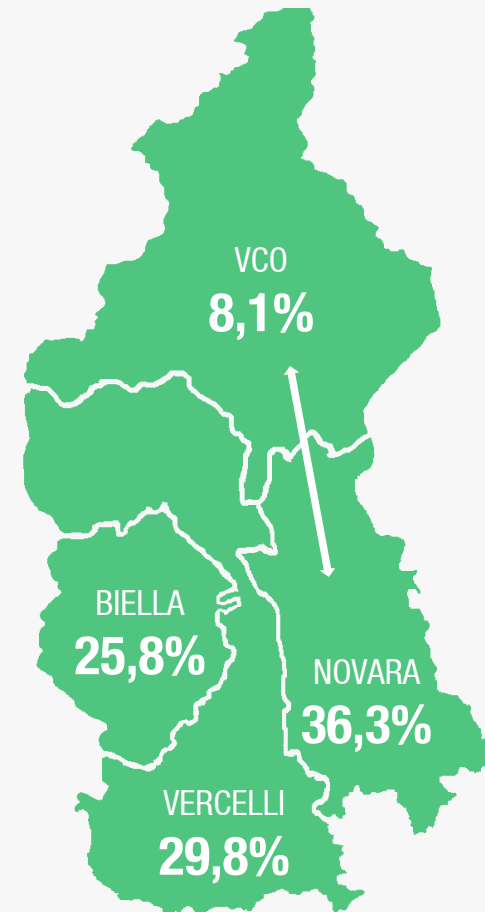
Localizzazione della sede operativa per provincia



Le province di **Novara e Vercelli (36,3% e 29,8%)** vedono il maggior numero di rispondenti sul totale, seguite da **Biella (25,8%)** e infine **VCO (8,1%)**.

L'**Alto Piemonte (AP)**, ovvero Novara e VCO, coprono pertanto il **44,4%** del totale.

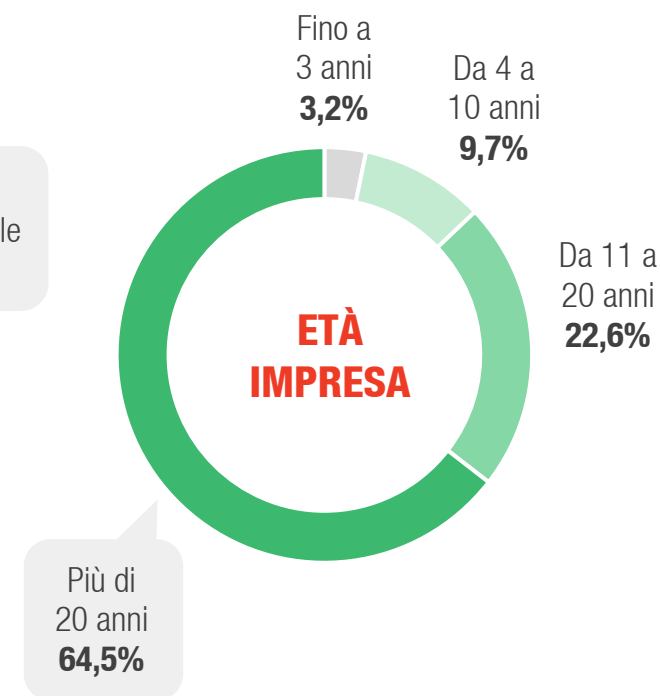
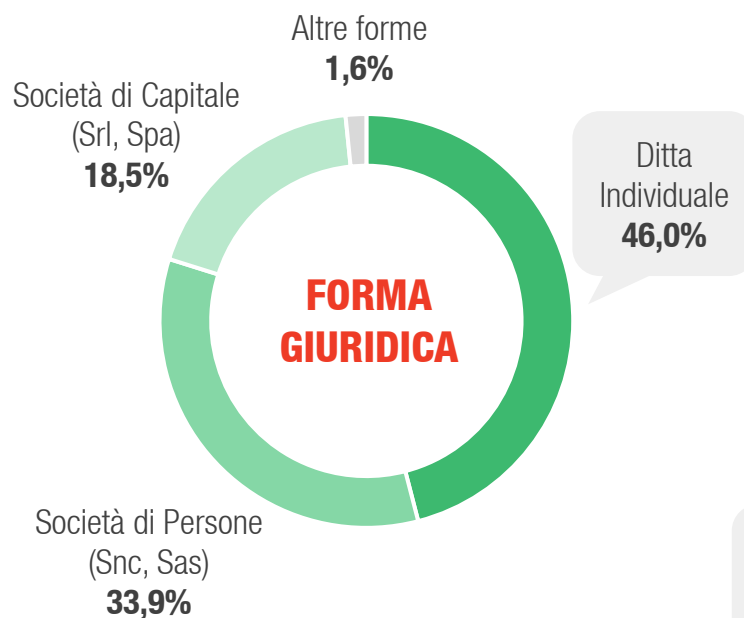
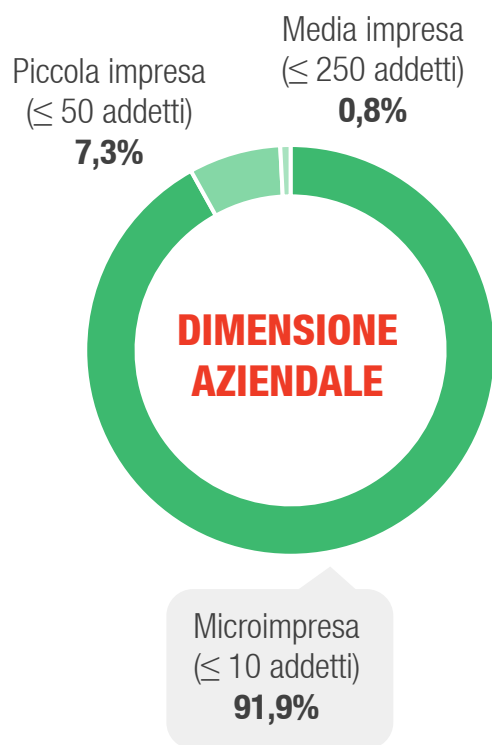
**Il campione risulta in linea con la distribuzione percentuale del tessuto commerciale provinciale**, rispetto al complesso del Piemonte Nord. Al primo semestre 2022 Novara copriva il 39,7%, Vercelli il 21,5%, Biella il 20,9%, infine VCO il 17,9%.



# Il campione

Forma Giuridica, Dimensione, Età dell'impresa

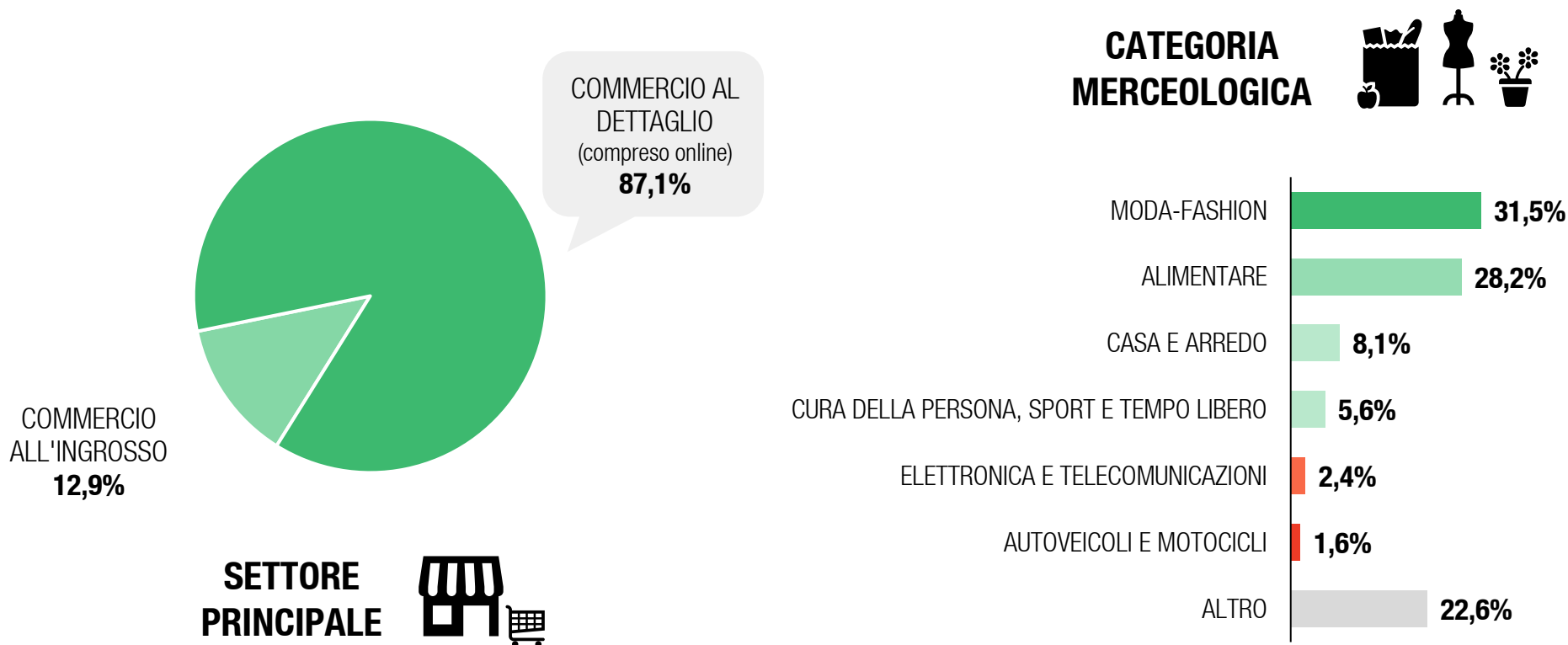
Costituito quasi esclusivamente da **microimprese (91,9%)** con meno di 10 dipendenti attive sul mercato **da più di 20 anni (64,5%)** o **quanto meno da 11 anni (22,6%)**, il campione vede una prevalenza di **ditte individuali (46,0%)** e **società di persone (33,9%)**; le società di capitali sono limitate al 18,5% del totale.



# Il campione

## Composizione settoriale

Le imprese intervistate operano in prevalenza nel settore del **commercio al dettaglio (87,1%)**, mentre i grossisti rappresentano il restante 12,9% del totale. Le categorie merceologiche che vedono il maggior numero di rispondenti sono il «**Moda-Fashion**» (31,5%) e l'«**Alimentare**» (28,2%), seguite dalla composita categoria «**Altro**» (22,6%).

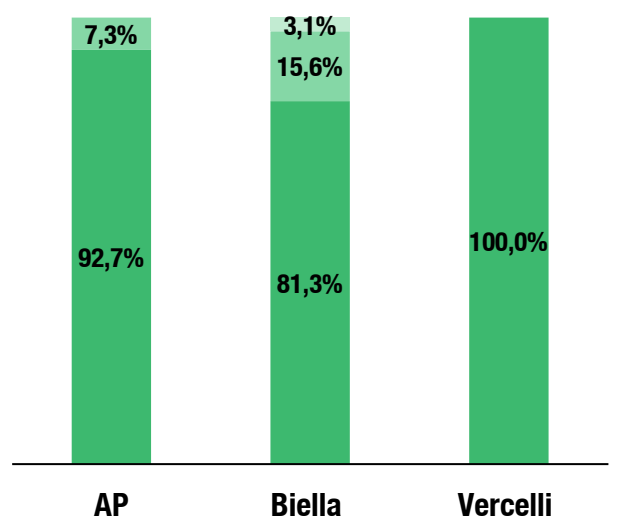


# Il campione per provincia

Forma Giuridica, Dimensione, Età dell'impresa

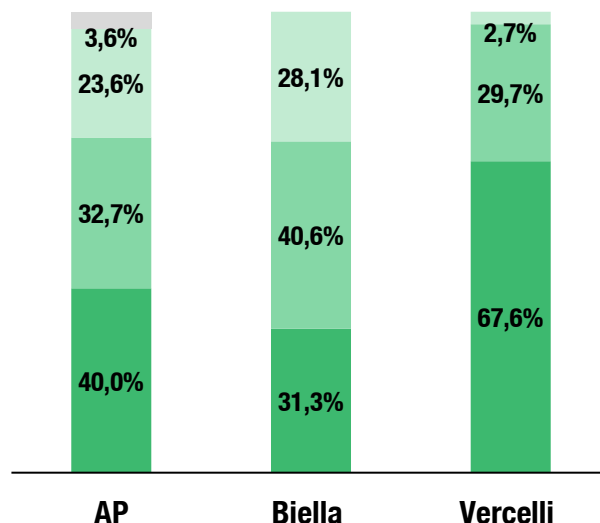
Nei singoli territori si rileva una certa **omogeneità dimensionale** (solo a Biella conta un 3,1% di medie imprese). **Il 67,6% del campione di Vercelli è rappresentato da ditte individuali**, mentre le società di capitali coprono il 23,6% di AP e il 28,1% di Biella. La **quota maggiore di aziende «storiche» si rileva nel Biellese (84,4%)**, mentre per AP e Vercelli siamo sul 60%.

## DIMENSIONE AZIENDALE



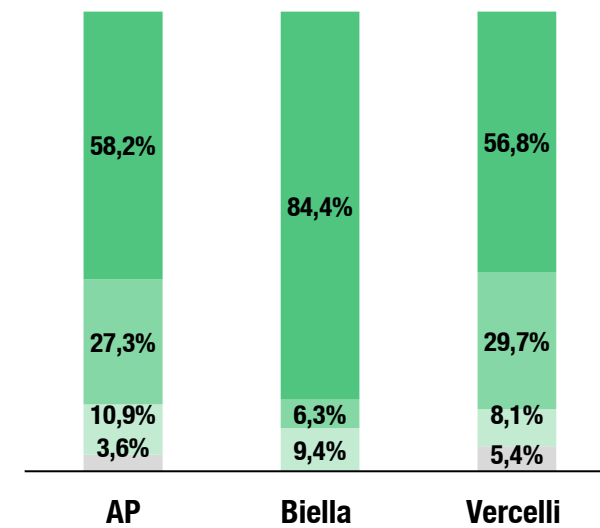
■ Microimpresa (≤ 10 addetti) ■ Piccola impresa (≤ 50 addetti) ■ Media impresa (≤ 250 addetti)

## FORMA GIURIDICA



■ Ditta Individuale ■ Società di Persone (Snc, Sas) ■ Società di Capitale (Srl, Spa) ■ Altre forme

## ETÀ IMPRESA

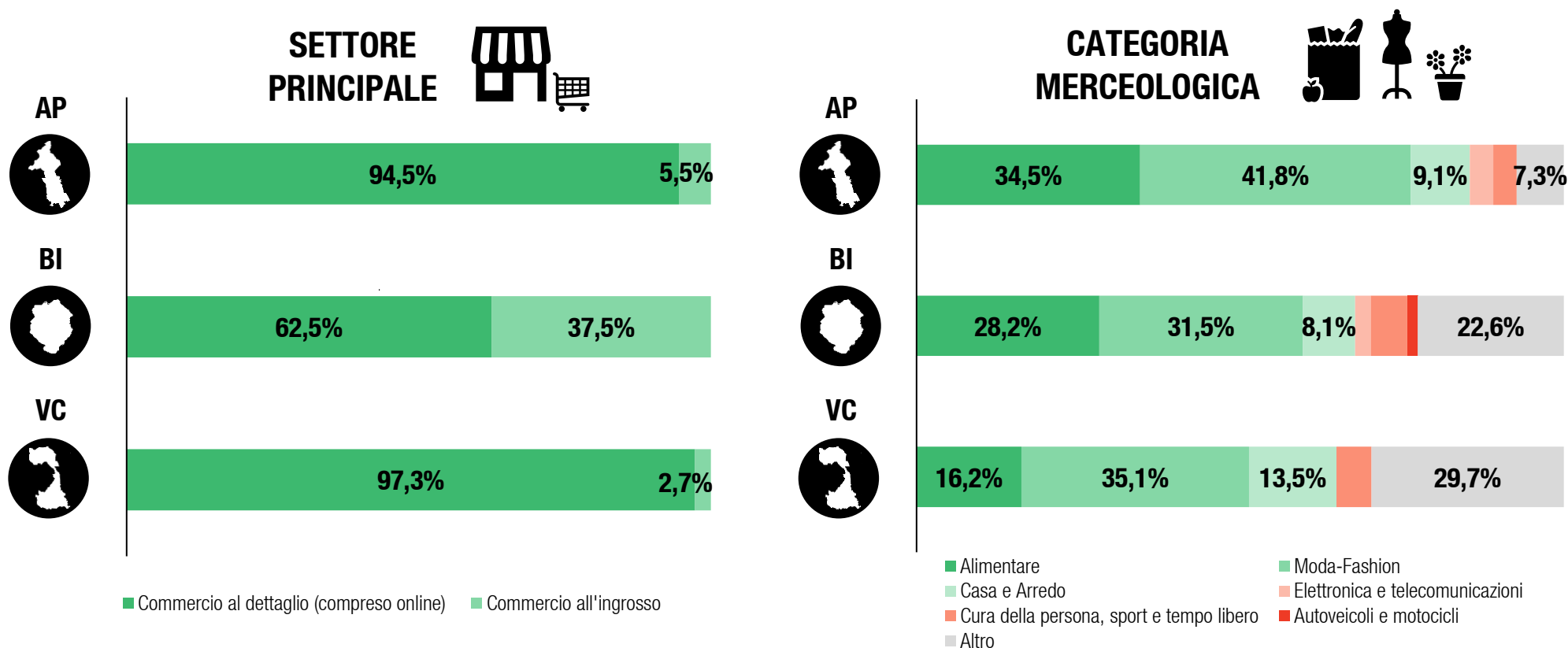


■ Fino a 3 anni ■ Da 4 a 10 anni ■ Da 11 a 20 anni ■ Più di 20 anni

# Il campione per provincia

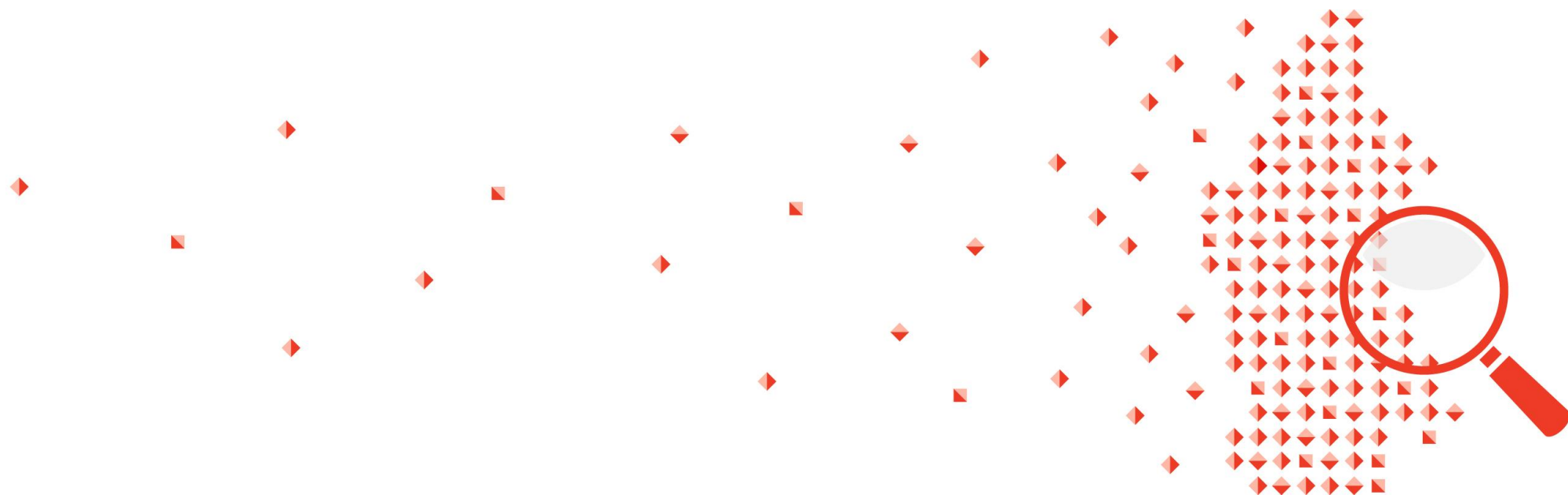
## Composizione settoriale

Le imprese intervistate operano in prevalenza nel settore del commercio al dettaglio, ma **Biella presenta una quota più elevata di grossisti (37,5%), rispetto alle altre province**. In tutti i territori indagati, le due categorie merceologiche più rappresentative sono il «Moda-Fashion» e l'«Alimentare».



# Le vendite straordinarie

Le ricadute occupazionali delle vendite straordinarie del Commercio





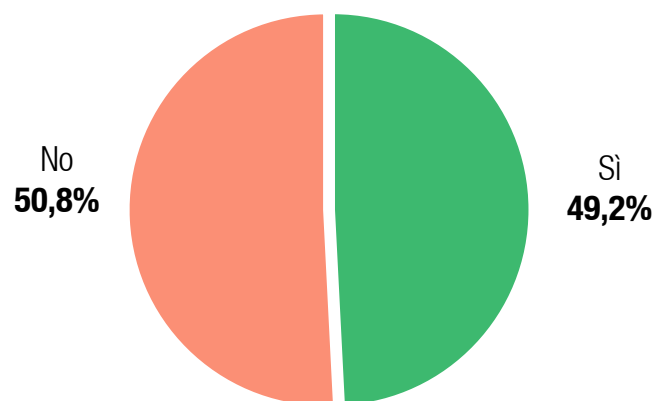
# Le vendite straordinarie

Proposte in corso d'anno

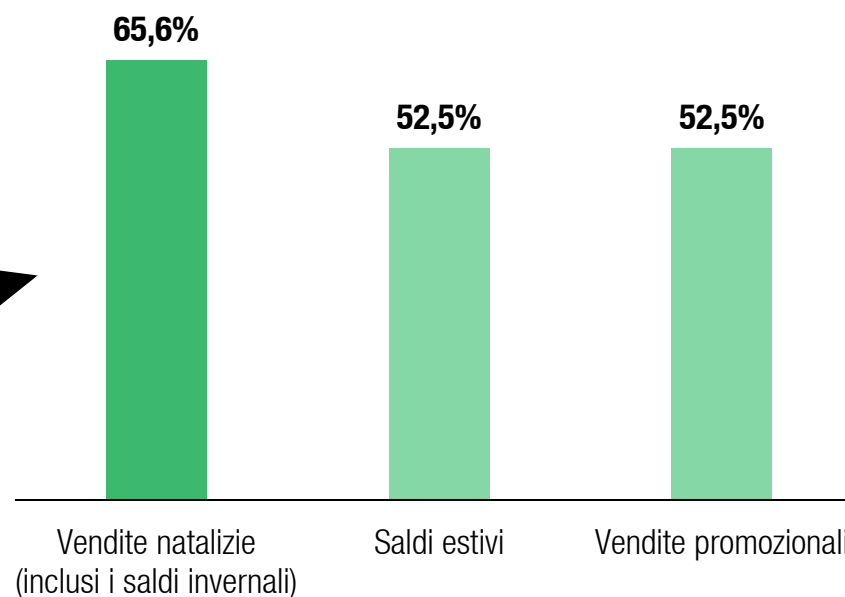
**Quasi la metà (49,2%) degli intervistati propone «vendite straordinarie» nel corso dell'anno.**

Tali eventi vengono effettuati **soprattutto in occasione delle «vendite natalizie, inclusi i saldi invernali»** (65,6% del sotto-campione); «saldi estivi» e «vendite promozionali» sono realizzati, invece, dal 52,5% del sotto-campione.

**Nel corso dell'anno  
la vostra azienda propone  
«vendite straordinarie»?**



**Quali?**



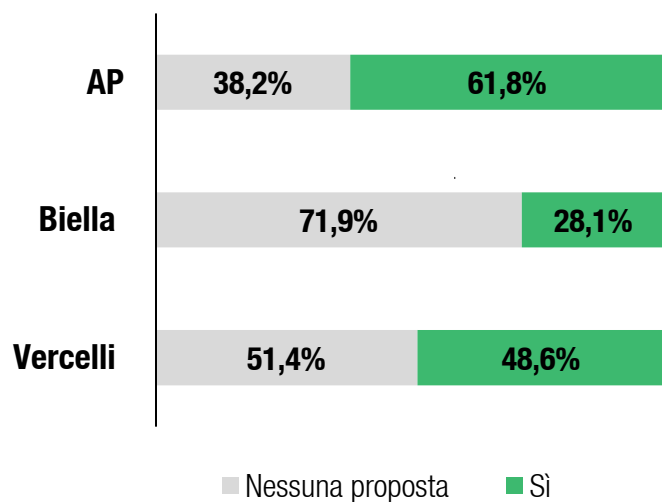
*Domanda a risposta multipla*

# Le vendite straordinarie

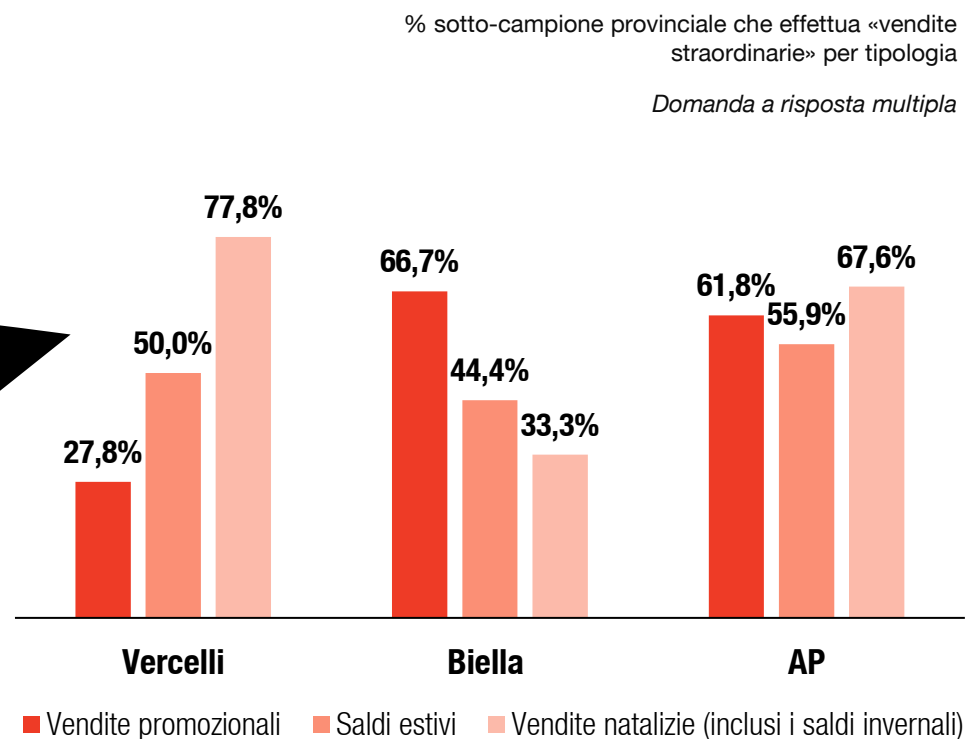
Proposte in corso d'anno per provincia

L'AP è l'area più propositiva a livello di «vendite straordinarie», con una quota del 61,8% dei rispondenti, seguita – pur con una certa distanza – da Vercelli (48,6%). Chiude Biella, con solo il 28,1%. Tali eventi vengono effettuati soprattutto in occasione delle «vendite natalizie, inclusi i saldi invernali» e delle «vendite promozionali».

**Nel corso dell'anno  
la vostra azienda propone  
«vendite straordinarie»?**



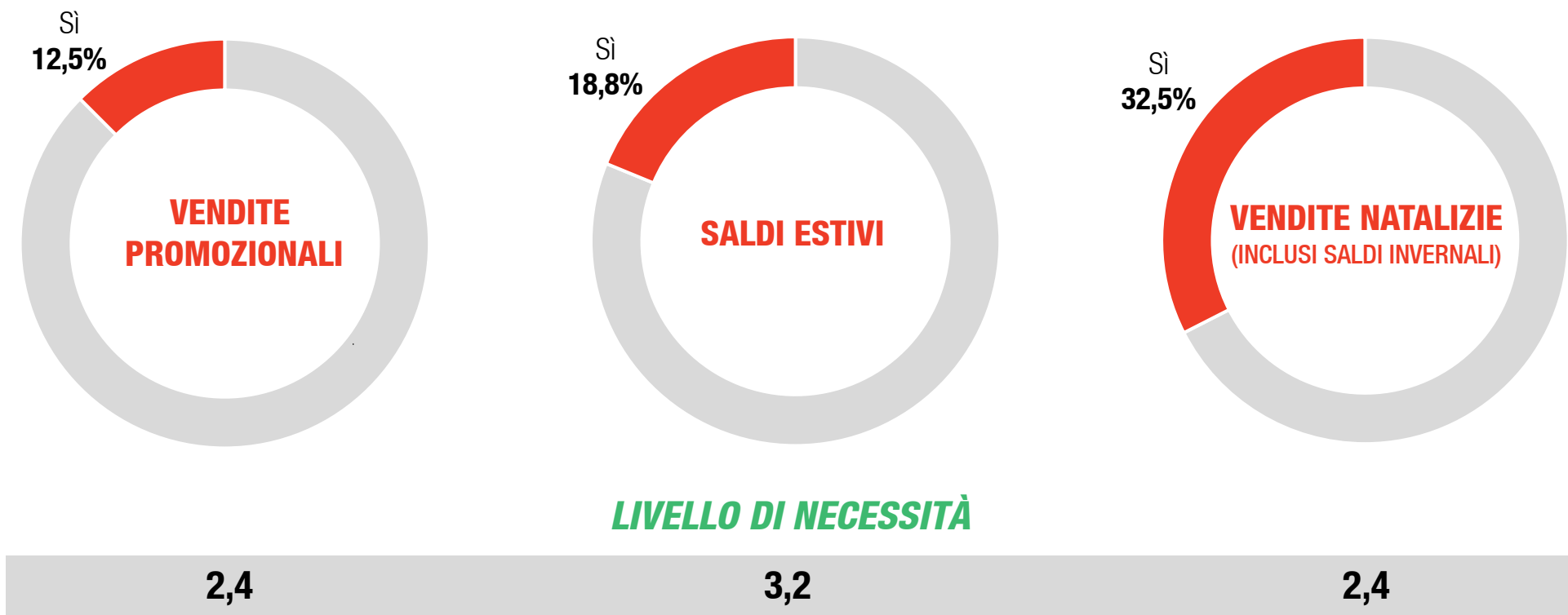
**Quali?**



# Le vendite straordinarie

«Necessità di assunzione» per chi propone vendite straordinarie

Le aziende che propongono almeno una tipologia di vendita straordinaria (49,2% del totale) avrebbero **maggior necessità di assumere personale nel «periodo natalizio, saldi invernali inclusi»**: la quota di quanti rispondono favorevolmente raggiunge il **32,5%**, pari a circa 2,6 volte quella rilevata per le «vendite promozionali» e a circa 1,7 volte quella dei «saldi estivi».



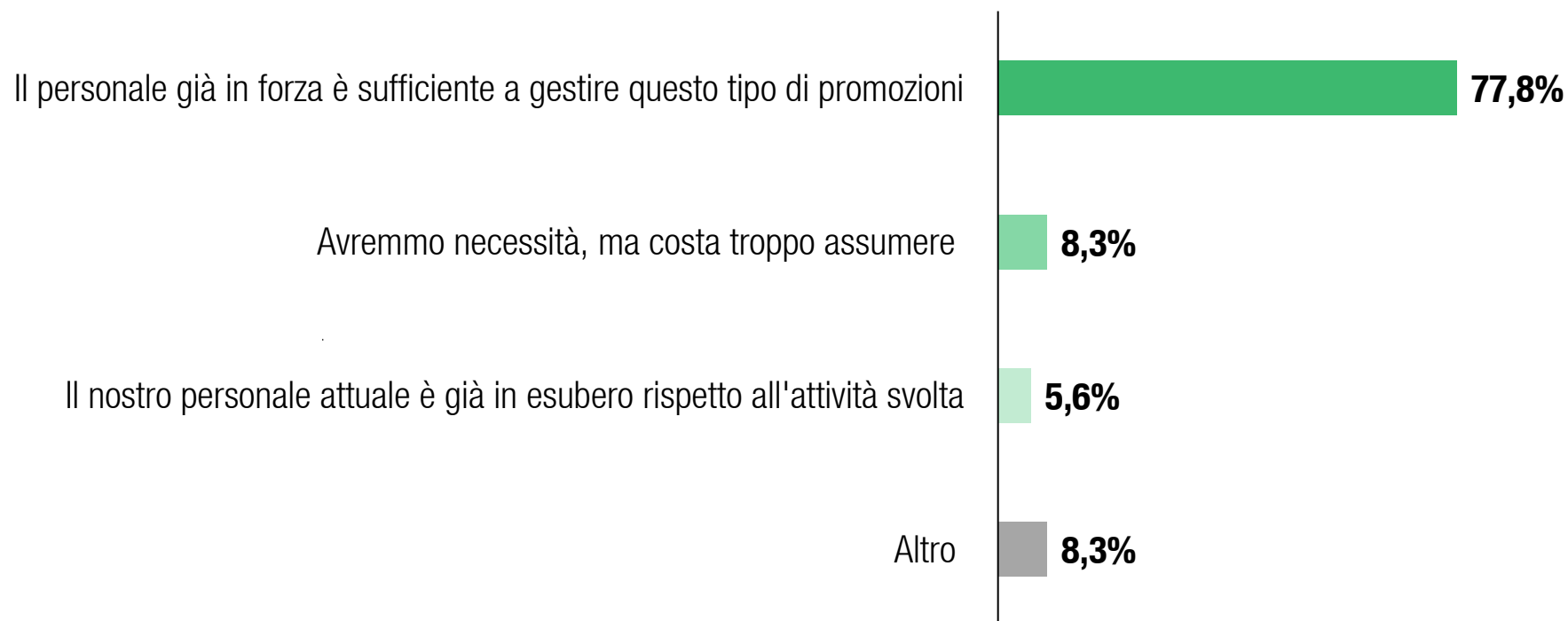
**LIVELLO DI NECESSITÀ**

voto medio da 1 (Bassa) a 5 (Alta)

# Le vendite straordinarie

Perché le aziende che le propongono «non hanno necessità di assumere»

La netta maggioranza di chi *propone* «vendite straordinarie» e indica di *non* avere necessità di assumere motiva tale scelta con il fatto che «**il personale già in forza è sufficiente a gestire questo tipo di promozioni**» (77,8%). L'8,3% ne avrebbe necessità, tuttavia «costa troppo assumere». Solo per il 5,6% «il personale attuale è già in esubero rispetto all'attività svolta».



*Nessuno indica che «Non riusciamo a trovare personale formato/preparato»*

# Le vendite straordinarie

«Assunzione effettiva» da parte di chi le propone

Tra le aziende che propongono almeno una tipologia di vendite straordinarie, **sono poche quelle che in occasione di tali eventi assumono effettivamente personale**: il 6,3% in occasione delle «vendite natalizie, inclusi i saldi invernali»; la quota passa al 7,3% nel caso di «vendite promozionali»; infine, risulta nulla nel caso dei «saldi estivi».



**FREQUENZA DI ASSUNZIONE**

Spesso/qualche volta  Sempre/qualche volta

*frequenza media tra «sempre», «spesso», «qualche volta»*

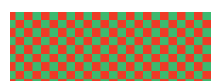
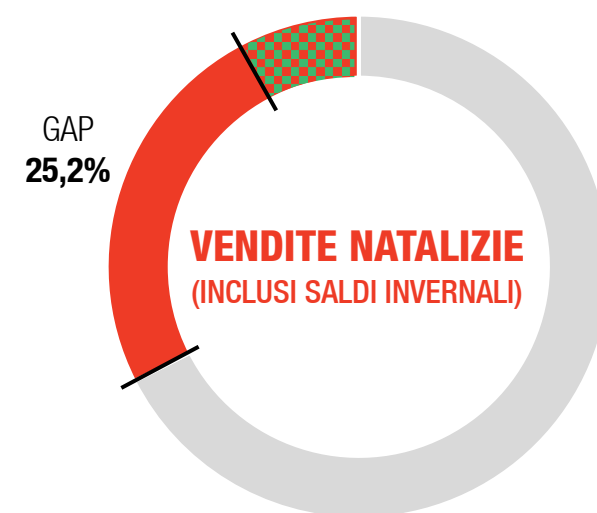
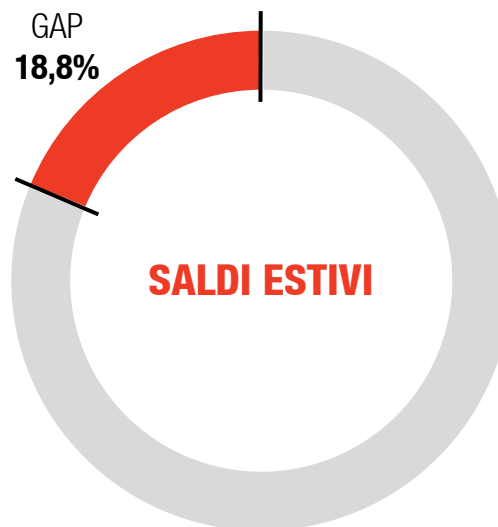
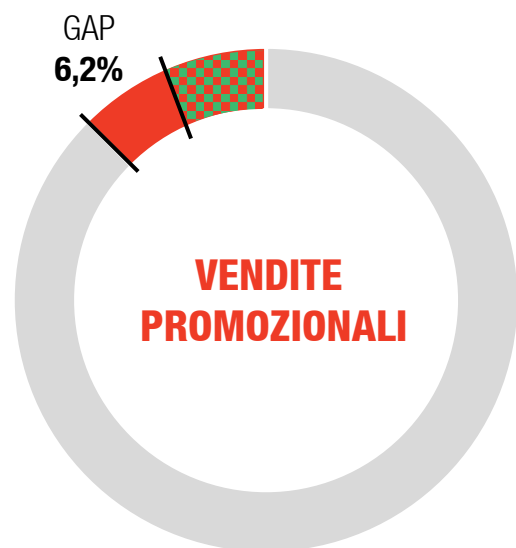
# Le vendite straordinarie

Gap tra «necessità di assunzione» e «assunzione effettiva»

Tra le aziende che propongono «vendite promozionali» **il 12,5% ha necessità di assumere, ma il 6,2% non lo fa.**

Tra le aziende che propongono «saldi estivi» **il 18,8% ha necessità di assumere, ma non lo fa.**

Tra le aziende che propongono «vendite natalizie» **il 32,5% ha necessità di assumere, ma il 25,2% non lo fa.**



Chi ha necessità di assumere e «assume»



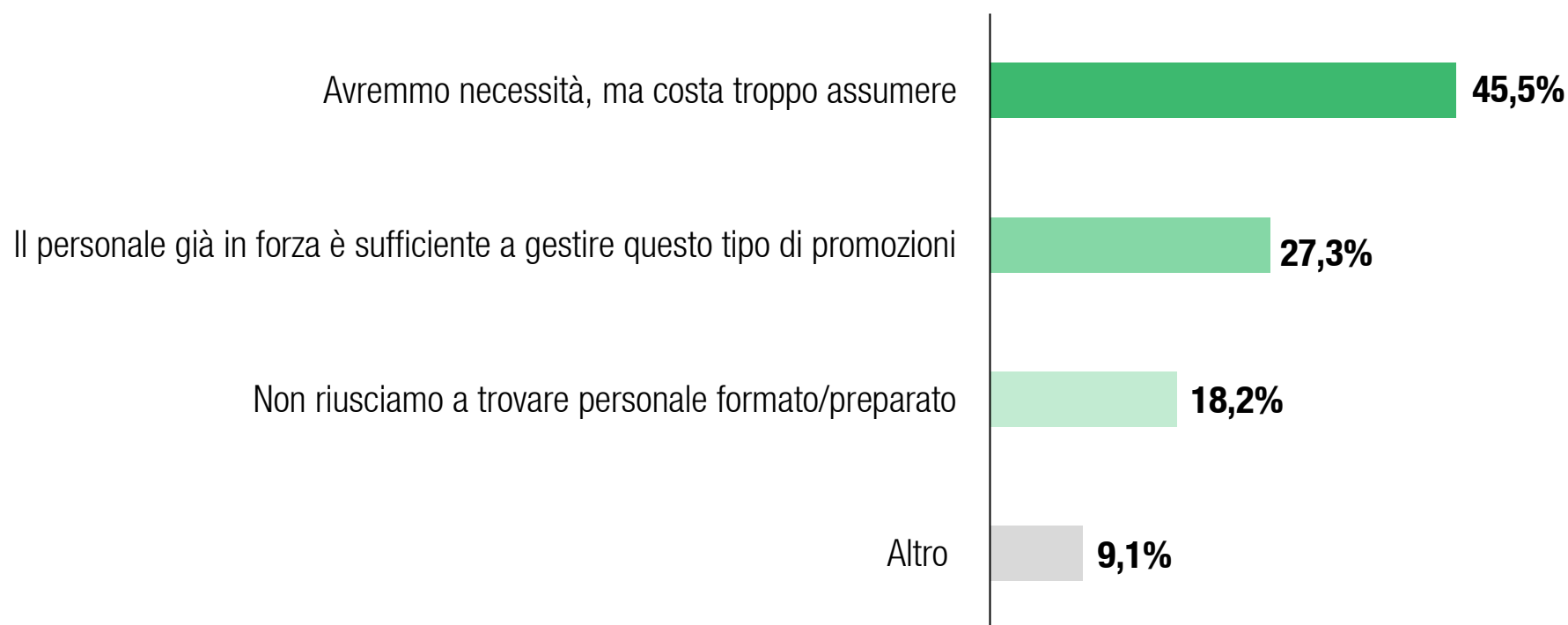
**GAP**

Chi ha necessità di assumere, ma «non assume»

# Le vendite straordinarie

Perché le aziende che hanno necessità di assumere «non lo fanno»

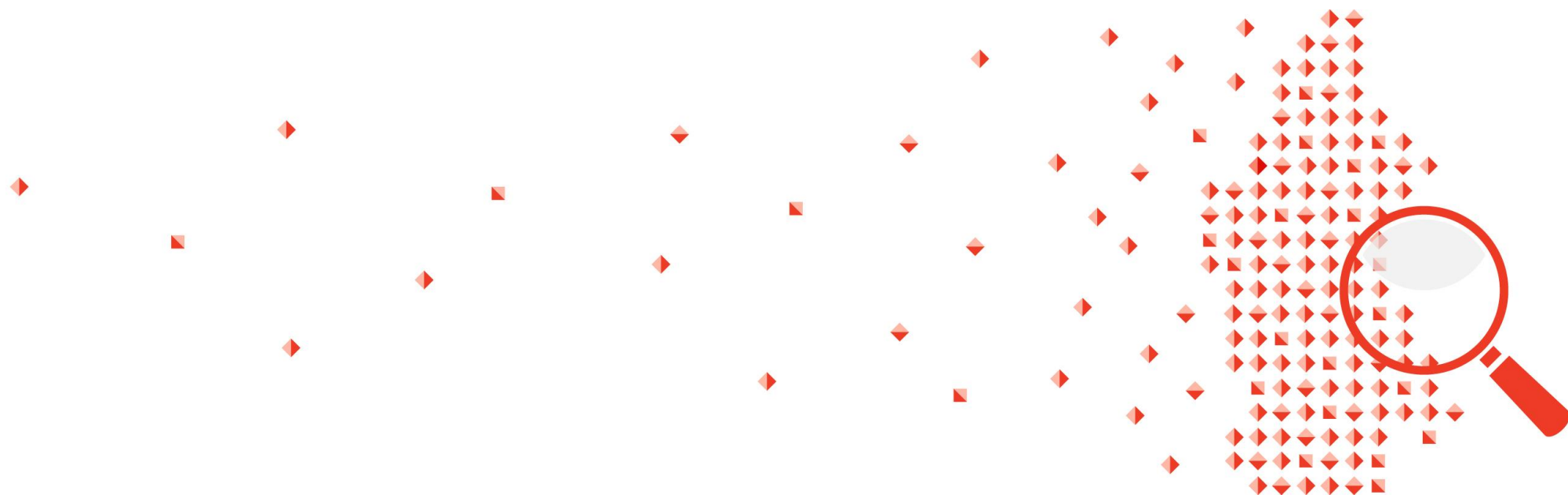
Tra le aziende che hanno necessità di assumere personale, **il 45,5% non lo fa perché «costa troppo assumere»**. Il 27,3% di tale sotto-campione, nonostante la necessità, riesce a gestire questi eventi con «il personale già in forza», mentre il 18,2% dichiara di «non riuscire a trovare personale formato/preparato».



*Nessuno indica che «Il nostro personale attuale è già in esubero rispetto all'attività svolta»*

# Il profilo del personale assunto

Le ricadute occupazionali delle vendite straordinarie del Commercio





# Il personale assunto

Genere, Età, e Nazionalità

Tra le aziende che assumono personale in occasione delle vendite straordinarie, **genere e nazionalità dei candidati non sono caratteristiche che influiscono sulla scelta**. Differente la situazione per quanto riguarda l'età, per la quale **il 50% dei rispondenti indica una preferenza per i candidati con «meno di 50 anni»**.



## GENERE

Maschio, Femmine, Indifferente

Indifferente

100%



## ETÀ

Giovani fino a 29 anni, Adulti (30-49 anni), Senior (dai 50 anni in su), Indifferente

fino a 29 anni

25%

30-49 anni

25%

Indifferente

50%



## NAZIONALITÀ

Italiana, Straniera, Indifferente

Indifferente

100%

# Il personale assunto

## Residenza e Mansioni

Il «comune di residenza» risulta non influente nella scelta del personale per il 70% delle aziende, anche se un terzo preferisce candidati residenti nello stesso comune della sede aziendale o comunque in un limitrofo.

**Sono 5 le mansioni più richieste**, tra le quali emerge quella di «commesso/a».



### RESIDENZA

Stesso comune della sede aziendale o limitrofi, Stessa provincia, Stessa regione, Fuori regione, Indifferente

Stesso comune/limitrofo

30%

Indifferente

70%



### MANSIONI

Possibili al massimo tre risposte

Commesso/a

40,0%

Commerciale (acquisti e vendite)

20,0%

Addetto magazzino e logistica

20,0%

Addetto e-commerce

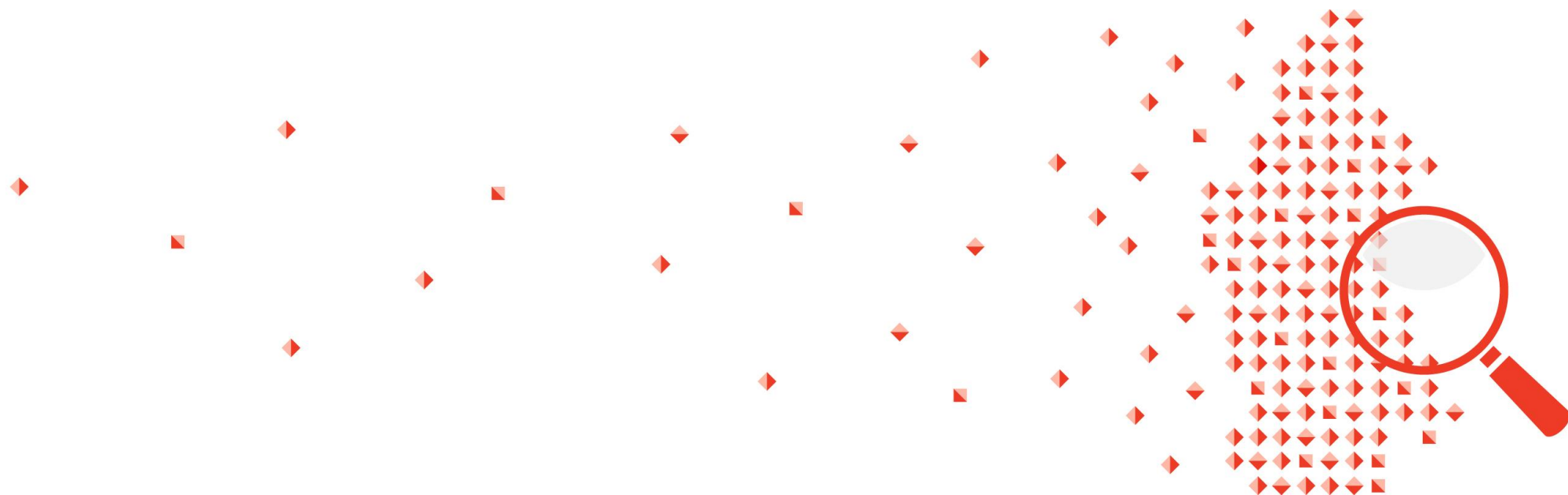
20,0%

Addetto assistenza e post vendita

20,0%

# Le ricadute occupazionali

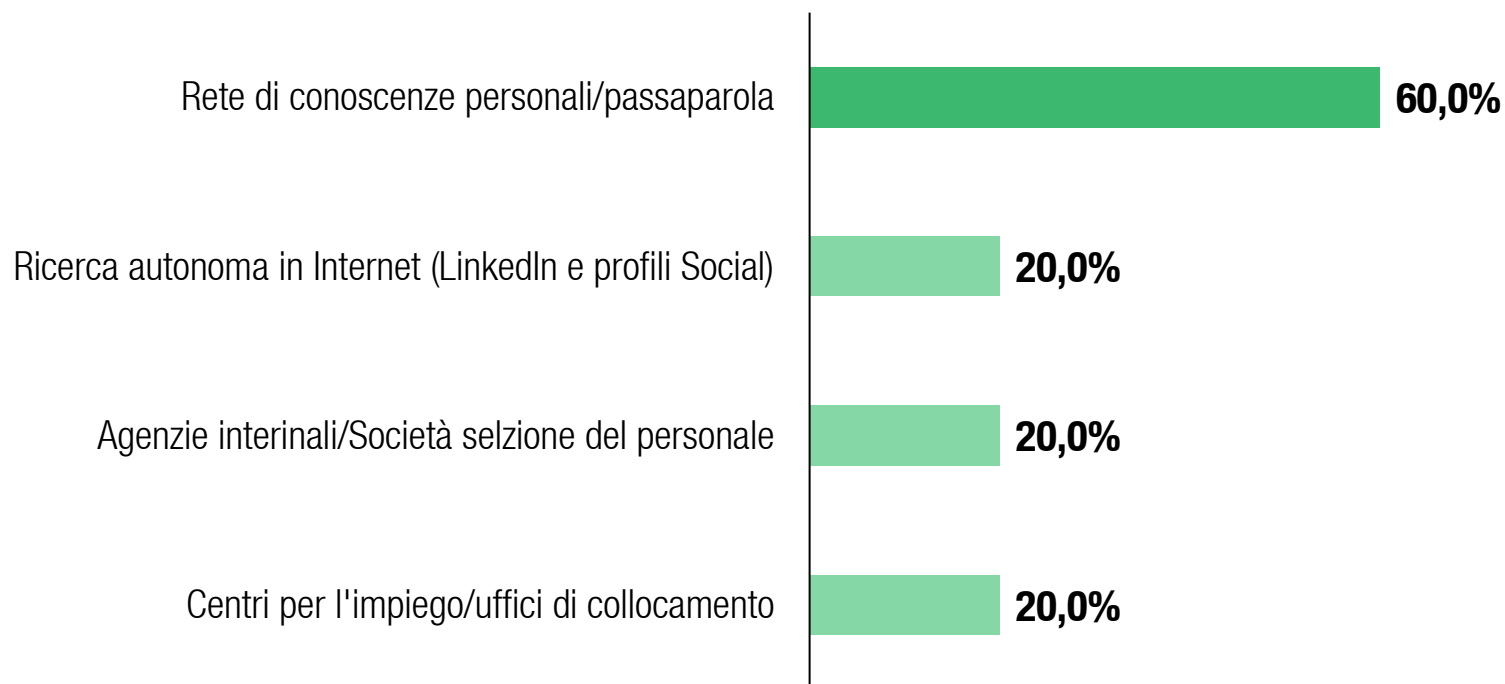
Le ricadute occupazionali delle vendite straordinarie del Commercio



# Ricadute occupazionali

Canali di reclutamento prevalentemente utilizzati per l'assunzione

Tra i canali di reclutamento maggiormente utilizzati, **il 60,0% delle aziende indica di avvalersi della «rete di conoscenze personali/passaparola»**. Il restante 40,0% si divide equamente tra chi «ricerca autonomamente in Internet», chi si affida ad «agenzie interinali/società di selezione del personale» e chi si rivolge ai «centri per l'impiego/uffici di collocamento».



Possibili al massimo 2 risposte

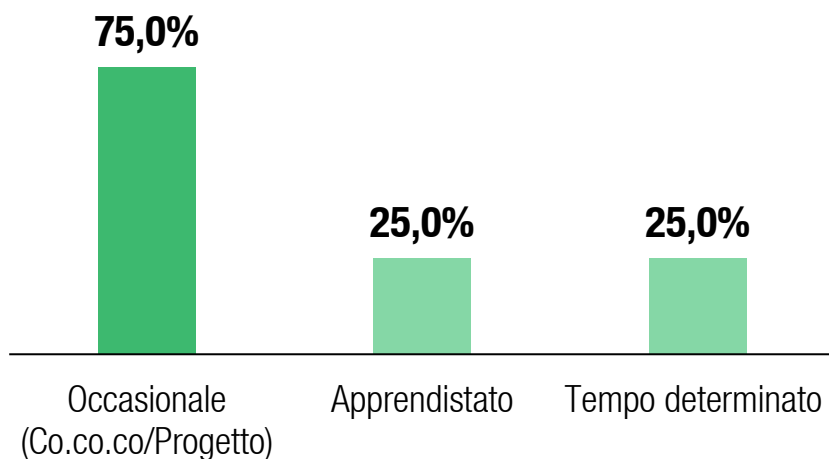
Nessuna risposta per «CV inviati in azienda», «contatto diretto con chi ha già lavorato in azienda» e «accordi con istituti scolastici»

# Ricadute occupazionali

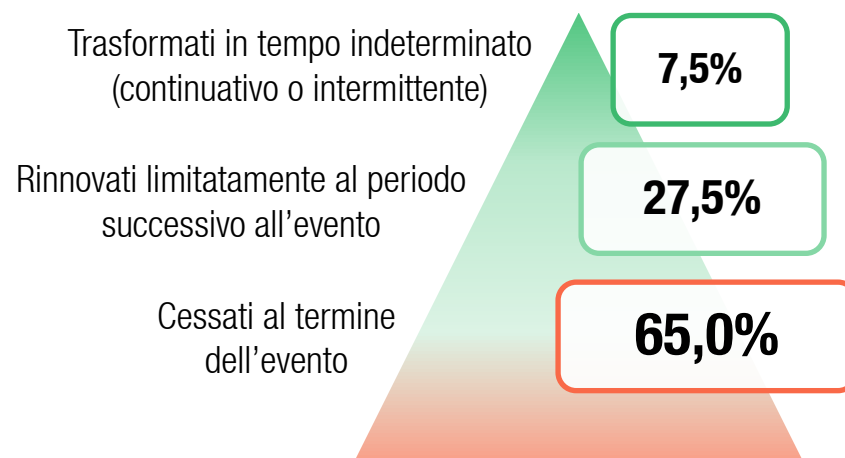
Forme contrattuali più utilizzate ed eventuali rinnovi

In occasione di tali eventi, le forme contrattuali prevalentemente utilizzate sono quelle riconducibili al **lavoro «occasionale (co.co.co/progetto)» (75%)**. Per la maggior parte, **i contratti siglati vengono «cessati al termine delle vendite straordinarie» (65%)** o «rinnovati limitatamente al periodo successivo all'evento» (27,5%).

## FORME CONTRATTUALI PREVALENTEMENTE UTILIZZATE PER L'ASSUNZIONE



## A SEGUITO DI ASSUNZIONI IN OCCASIONE DI VENDITE STRAORDINARIE, I CONTRATTI A TERMINE VENGONO IN MEDIA

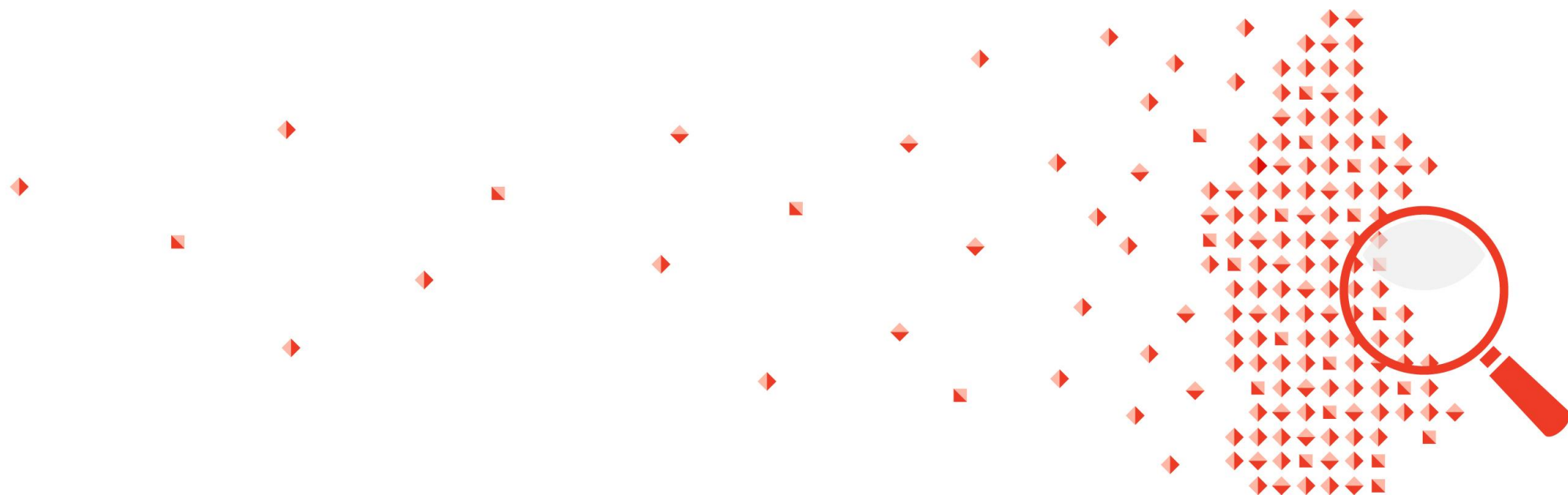


Possibili al massimo due risposte

Nessuna risposta per le altre alternative proposte ovvero «indeterminato», «intermittente» e «sommministrato»

# Le previsioni per il 2023

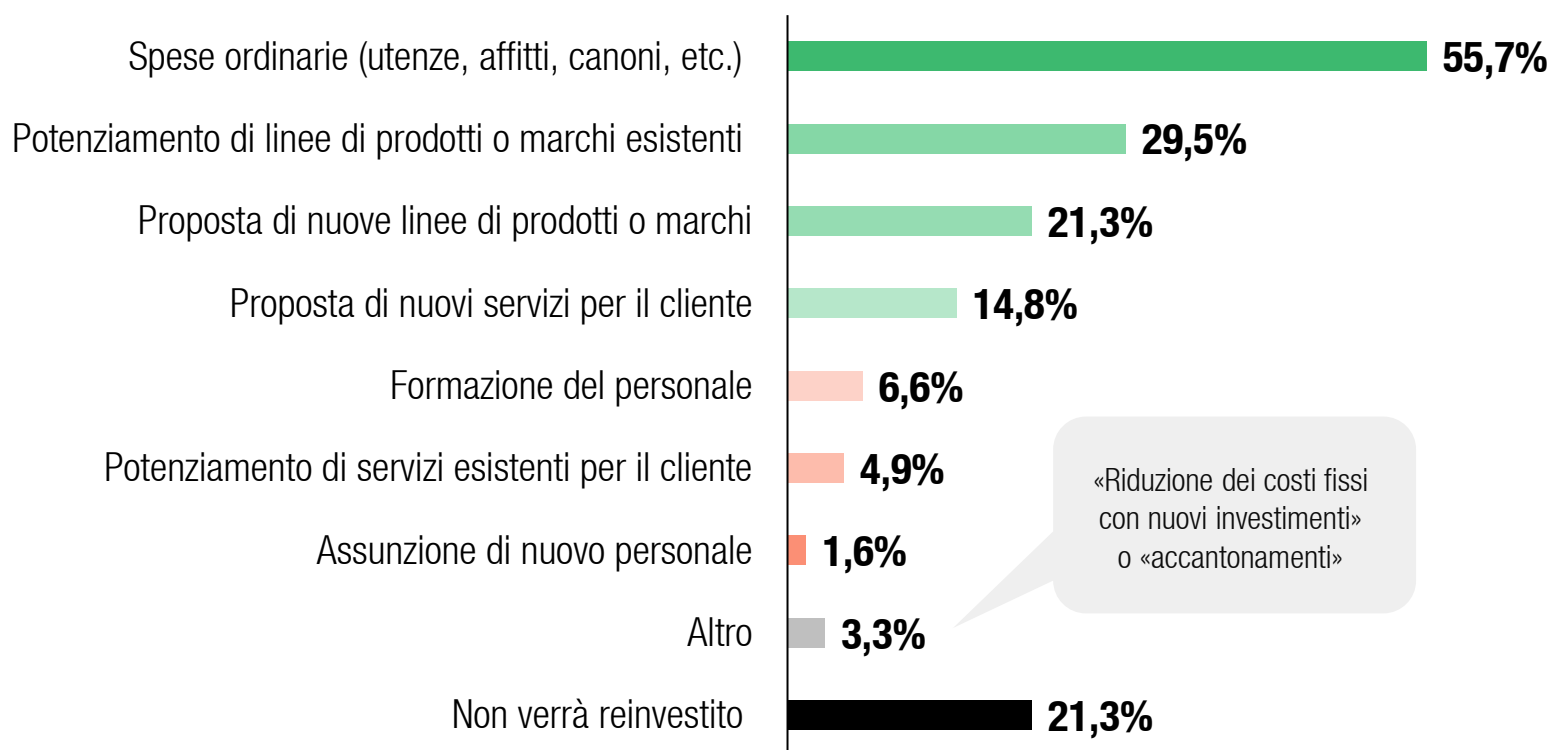
Le ricadute occupazionali delle vendite straordinarie del Commercio



# Fatturato aggiuntivo

## Ambiti di re-investimento

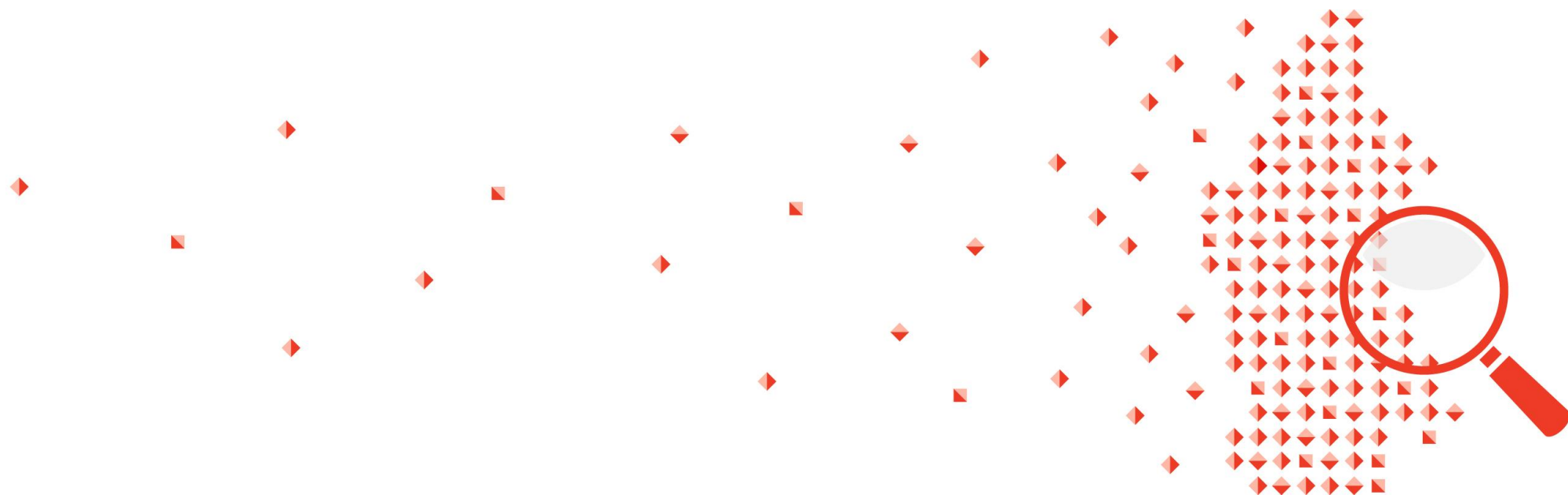
Alla luce dell'andamento di tali eventi nel 2022, il totale campione investirà il fatturato aggiuntivo generato **in gran parte per coprire le «spese ordinarie» (55,7%)**, ma anche per **«potenziare linee di prodotti o marchi già presenti della propria offerta» (29,5%)** o **«proporne di nuovi» (21,3%)**. Il 21,3% delle aziende dichiara tuttavia di non volerlo investire.



Possibili al massimo tre risposte

# Il Voucher Lavoro

Le ricadute occupazionali delle vendite straordinarie del Commercio



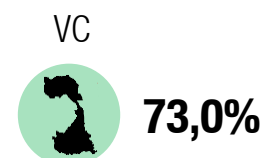
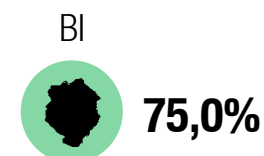
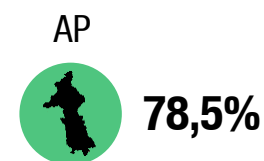
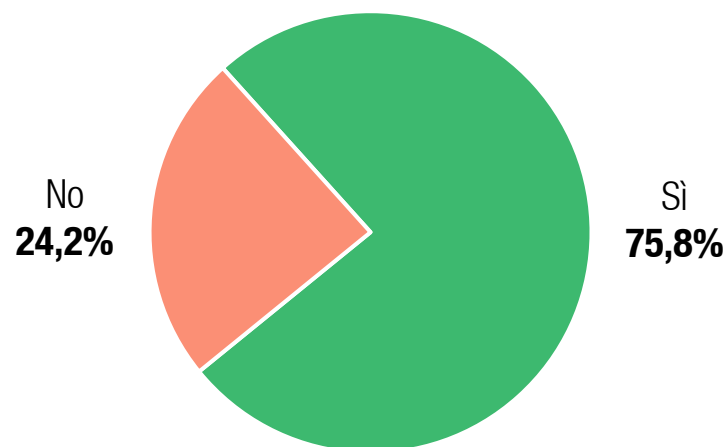


# Voucher Lavoro

Opinione circa un'estensione al «Commercio»

Per il 2023 è stato reintrodotta il «Voucher Lavoro Occasionale», limitatamente ad alcuni settori come agricoltura, bar/ristorazione, servizi di cura. Ben il **75,8% degli intervistati dichiara che sarebbe stato favorevole ad un'estensione della possibilità di ricorso al voucher anche nel Commercio.**

**Sarebbe stato favorevole ad un'estensione del voucher anche nel Suo settore?**

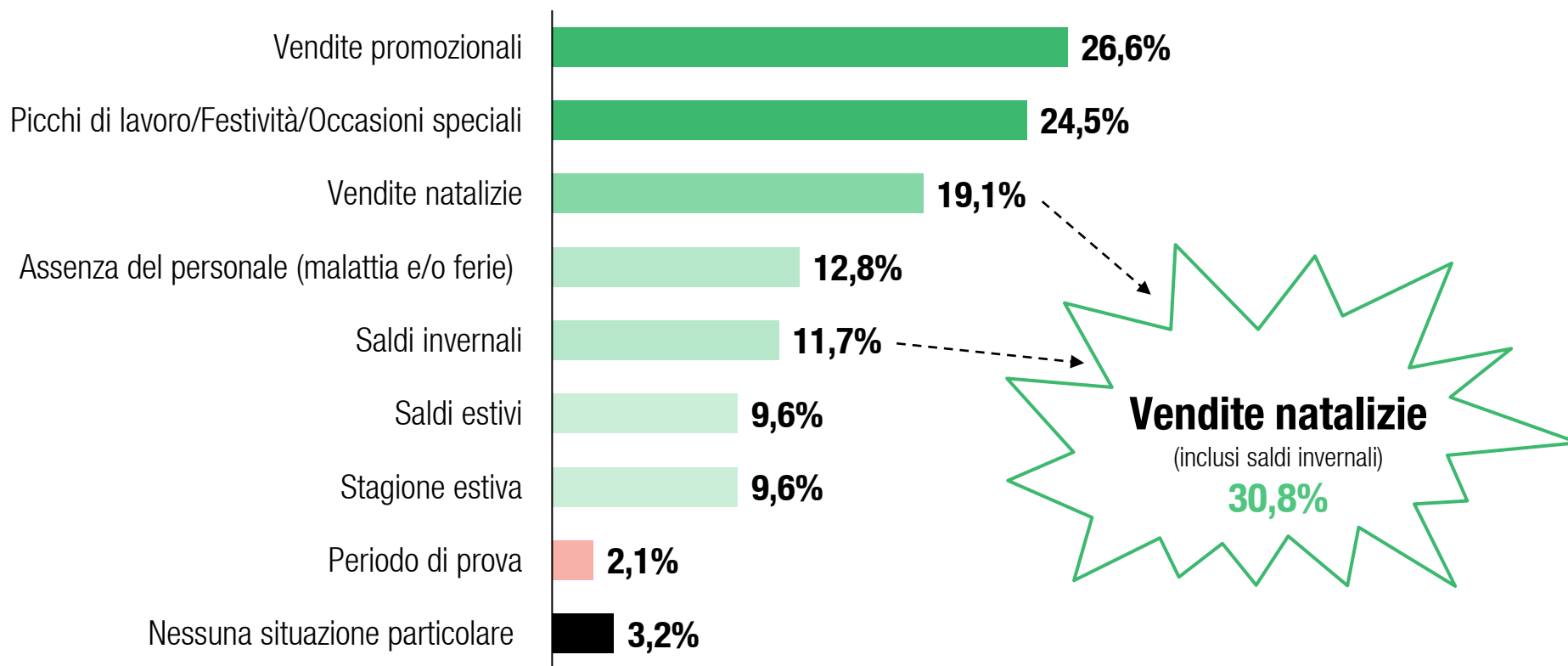


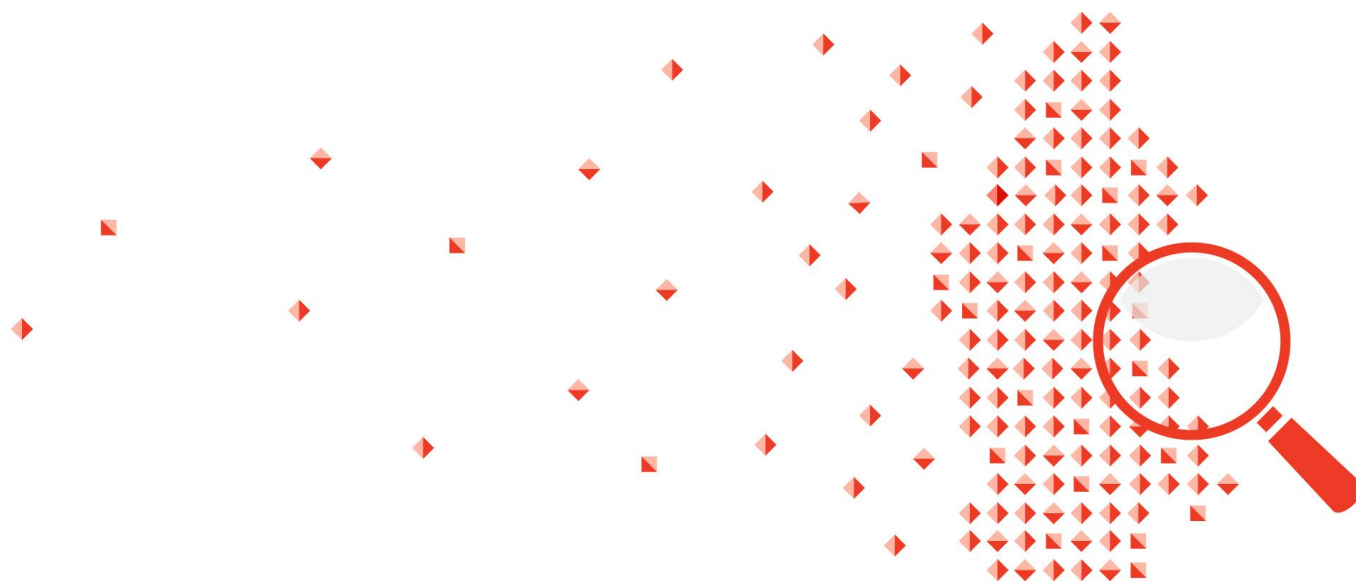
# Voucher Lavoro

Indicazioni circa il potenziale utilizzo

In quali occasioni i commercianti avrebbero utilizzato il «Voucher Lavoro Occasionale»? Tra le opzioni maggiormente indicate troviamo le «**vendite promozionali**» (26,6%) e i «**picchi di lavoro/festività/occasioni speciali**» (24,5%).

**Se sommate, le quote destinate al «Natale» e ai «saldi invernali» raggiungono il 30,8%.**





**Grazie**  
per  
l'attenzione

**18 maggio 2023**

ENTE BILATERALE TERZIARIO BIELLA  
ENTE BILATERALE TERZIARIO NOVARA E VERBANO CUSIO OSSOLA  
ENTE BILATERALE TERZIARIO VERCELLI