



Istituto  
nazionale  
di statistica

NOTA PER LA STAMPA

## Indagine sulla fiducia delle imprese del commercio al dettaglio febbraio 2011

Nel mese di febbraio 2011 l'indice del clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio, con base 2005=100, sale a 101,0 da 99,8 di gennaio. Migliorano le attese sulle vendite (da 8 a 12 il saldo), mentre restano stazionari i giudizi sulle scorte (con saldo pari a 8) e sulle vendite correnti (saldo pari a -14).

Sale da -10 a -3 il saldo relativo alle attese sul volume degli ordini e da -1 a 2 quello sugli occupati. Quanto, infine, alla dinamica inflazionistica, hanno registrato un marcato aumento sia il saldo relativo all'andamento corrente dei prezzi dei fornitori (da 30 a 41), sia quello relativo alle attese sui prezzi di vendita (da 15 a 29).

Tabella 1. Clima di fiducia del commercio al dettaglio e variabili componenti (Indice base 2005=100 e saldi; dati destagionalizzati)

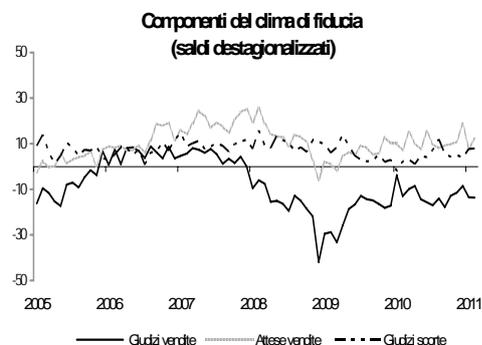
	2010			2011	
	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	101,8	102,4	106,6	99,8	101,0
Giudizi vendite	-13	-11	-9	-14	-14
Attese vendite	10	11	19	8	12
Giudizi scorte	4	5	4	8	8

Direzione centrale comunicazione  
ed editoria  
tel. +39 064673.2244-2243  
Centro di informazione statistica  
tel. +39 064673.3106

Informazioni e chiarimenti  
Dipartimento per la produzione  
statistica e il coordinamento  
tecnico scientifico

Marco Malgarini tel. + 39 06 44482725  
Solange Leproux tel. +39 0644482851

Prossimo comunicato:  
29 marzo 2011



*La fiducia delle imprese  
del commercio per  
tipologia distributiva*

Considerando le due grandi tipologie distributive, l'indicatore resta pressoché stabile nella *distribuzione tradizionale* (dove si attesta a 104,8 da 105,0 di gennaio) e cala invece nella *grande distribuzione* (da 100,3 a 99,4). Nella *distribuzione tradizionale* si confermano stabili i giudizi sulle vendite (-20 il saldo) e quelli sulle scorte di magazzino (saldo 8); recuperano lievemente le attese sulle vendite (da 4 a 5). Nella *grande distribuzione*, migliorano le attese sulle vendite ma peggiorano i giudizi relativi al loro andamento recente (i rispettivi saldi passano da 11 a 17 e da 3 a -5). Infine, risultano in ulteriore risalita i giudizi sul livello delle scorte di magazzino (il saldo passa da 7 a 8).

Tabella 2 - Clima di fiducia e serie componenti per tipologia distributiva (Indice base 2005=100 e saldi; dati destagionalizzati)

	2010			2011	
	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb
GRANDE DISTRIBUZIONE					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>99,8</b>	<b>97,5</b>	<b>107,8</b>	<b>100,3</b>	<b>99,4</b>
Giudizi vendite	-8	-8	8	3	-5
Attese vendite	15	10	21	11	17
Giudizi scorte	1	4	0	7	8
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>107,0</b>	<b>111,1</b>	<b>110,0</b>	<b>105,0</b>	<b>104,8</b>
Giudizi vendite	-20	-17	-20	-20	-20
Attese vendite	7	15	14	4	5
Giudizi scorte	6	6	5	8	8

## NOTE INFORMATIVE

L'indagine congiunturale sul commercio al minuto tradizionale e della grande distribuzione ha avuto inizio nel 1986, su base bimestrale. A partire dal 1992 è divenuta mensile, coinvolgendo le imprese dei settori classificati nelle divisioni 50 e 52 dell'Ateco 2002. Da maggio 2010, è stata adottata la nuova classificazione delle attività economiche Ateco 2007 (versione italiana della classificazione europea Nace Rev.2) e le informazioni sono raccolte presso le imprese commerciali comprese nelle divisioni 45 e 47.

Il campione teorico dell'indagine è un panel di 1.000 imprese, operanti su tutto il territorio nazionale tramite punti vendita in sede fissa. Il passaggio dalla classificazione Ateco 2002 alla nuova Ateco 2007 ha implicato una modifica parziale dello schema originario di campionamento. A partire da maggio 2010, in particolare, il campione risulta stratificato per due tipologie aziendali (grande distribuzione e distribuzione tradizionale), per quattro ripartizioni territoriali (Nord-ovest, Nord-est, Centro, Mezzogiorno) e - diversamente in questo dalla stratificazione originaria - per le cinque attività economiche prevalenti: vendita di motoveicoli; manutenzione di motoveicoli e vendita di accessori; vendita al dettaglio di alimentari, bevande e tabacco; vendita al dettaglio di carburante per autotrazione; vendita al dettaglio di altri beni. La numerosità di strato è proporzionale a quella delle imprese del commercio con tre o più addetti presenti nell'archivio ASIA.

La tecnica di rilevazione è stata quella postale fino all'agosto 2006; dal successivo mese di settembre le interviste sono svolte per via telefonica con il metodo CATI. Il questionario è caratterizzato da sette domande qualitative con tre modalità di risposta. Le domande riguardano in particolare: i giudizi sull'andamento delle vendite, sul volume delle scorte e sul livello dei prezzi dei fornitori; le attese a tre mesi sul volume degli ordini, sul numero delle persone occupate, sul livello dei prezzi di vendita e, infine, sull'andamento delle vendite.

Da quando l'inchiesta è telefonica, ogni impresa appartenente al campione è invitata a rispondere al questionario con riferimento alla sua attività principale, così come individuata dal codice Ateco.

La seconda sezione del questionario prevede quattro domande strutturali a carattere quantitativo le cui risposte vengono utilizzate solo in forma aggregata per le elaborazioni statistiche dei risultati complessivi dell'inchiesta.

La tecnica adottata per la quantificazione dei dati è quella del saldo, ottenuto come differenza fra le frequenze percentuali corrispondenti alle modalità di risposta estreme. Fino ad aprile 2010, per ciascuna domanda, le frequenze e i saldi erano calcolati distintamente per i due caratteri: commercio al minuto tradizionale e commercio della grande distribuzione. L'aggregazione dei due saldi, finalizzata all'ottenimento di un valore rappresentativo per l'intero commercio, veniva effettuata assegnando il peso che ciascun comparto aveva sul valore complessivo del fatturato del settore. In occasione del passaggio all'Ateco 2007, è stata operata una profonda revisione del sistema di elaborazione degli indicatori con l'adozione di un nuovo sistema di ponderazione progressiva. Questo consente di aggregare i risultati a diversi livelli: dimensionale (per ottenere il dato relativo al comparto nel suo insieme), ripartizionale (per ottenere il dato a livello nazionale) e di gruppo Ateco (per ottenere il dato a livello settoriale). La nuova procedura utilizza come pesi, oltre al numero degli occupati dell'impresa (quale peso interno), il valore aggiunto al costo dei fattori riferito all'anno 2005 (peso esterno).

Per la destagionalizzazione delle serie storiche dei saldi si utilizza la procedura Tramo-Seats. Poiché l'aggiunta di una nuova informazione mensile consente una migliore valutazione delle diverse componenti delle serie, ogni mese i dati già pubblicati relativi agli ultimi anni sono soggetti a revisione.

Gli indicatori del clima di fiducia (relativi al commercio nel complesso, alla distribuzione tradizionale e alla grande distribuzione) vengono elaborati, in linea con la procedura adottata in sede comunitaria, come media aritmetica semplice dei saldi destagionalizzati delle domande riguardanti: i giudizi e le attese sull'andamento delle vendite e i giudizi sulle scorte (questa serie viene inserita nel calcolo con il segno invertito). Le serie del clima di fiducia, così ottenute, sono trasformate in numeri indice in base 2005.

I principali dati relativi agli indicatori del clima di fiducia e alla frequenza delle modalità di risposta sono pubblicati nelle serie storiche allegate; la diffusione di tutte le serie storiche disponibili avverrà in futuro tramite il datawarehouse I.Stat, mentre è al momento assicurata su richiesta diretta degli utilizzatori.