

Marzo 2018

FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

■ A marzo 2018 l'indice del clima di fiducia dei consumatori aumenta da 115,7 a 117,5; peggiora, invece, la fiducia delle imprese, con l'indice composito¹ che passa da 108,5 a 106,0.

■ Per le famiglie, dopo il calo registrato lo scorso mese, la componente economica e quella futura salgono, rispettivamente, da 140,1 a 141,9 e da 119,8 a 121,1; la componente personale e quella corrente confermano la crescita degli ultimi mesi, passando, rispettivamente, da 108,0 a 109,3 e da 113,0 a 115,1.

■ Più in dettaglio, la crescita della componente economica riflette un miglioramento dei giudizi sulla situazione economica del paese e un ridimensionamento delle aspettative sulla disoccupazione; per quanto riguarda la situazione personale, l'evoluzione positiva dell'indice è caratterizzata dal miglioramento dei giudizi e delle aspettative sulla situazione economica familiare nonché da un aumento del numero di coloro che ritengono opportuno risparmiare sia nel momento attuale sia in futuro.

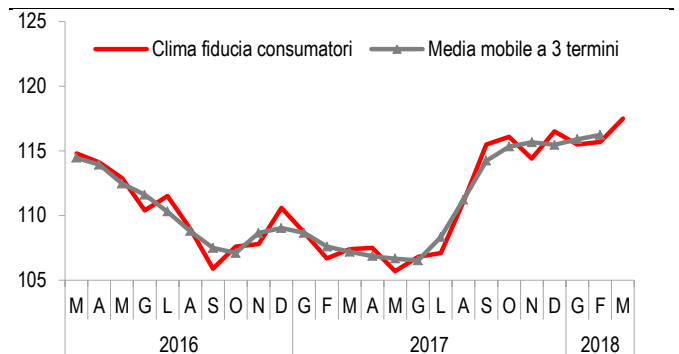
■ Con riferimento alle imprese, a marzo il clima di fiducia diminuisce nel settore manifatturiero (da 110,4 a 109,1) e nei servizi (da 109,8 a 107,2) mentre rimane stabile nel commercio al dettaglio (a quota 105,3). In controtendenza il settore delle costruzioni dove l'indice aumenta lievemente, passando da 132,0 a 132,6.

■ Passando ad analizzare le componenti dei climi di fiducia si segnala che, nel comparto manifatturiero, peggiorano tutte le componenti anche se, sia per i giudizi sugli ordini sia per la tendenza sulla produzione, i relativi saldi si mantengono comunque su valori storicamente elevati; nel settore delle costruzioni, la crescita dell'indice è trainata anche questo mese dall'aumento delle aspettative sull'occupazione presso l'azienda, mentre i giudizi sugli ordini sono in peggioramento.

■ Per quanto riguarda i servizi, il deterioramento dell'indice di fiducia riflette una dinamica negativa di tutte le componenti; nel commercio al dettaglio si evidenzia un miglioramento dei giudizi sulle vendite correnti mentre le aspettative sulle vendite future peggiorano rispetto al mese scorso; il saldo delle scorte di magazzino rimane pressoché stabile rispetto allo scorso mese.

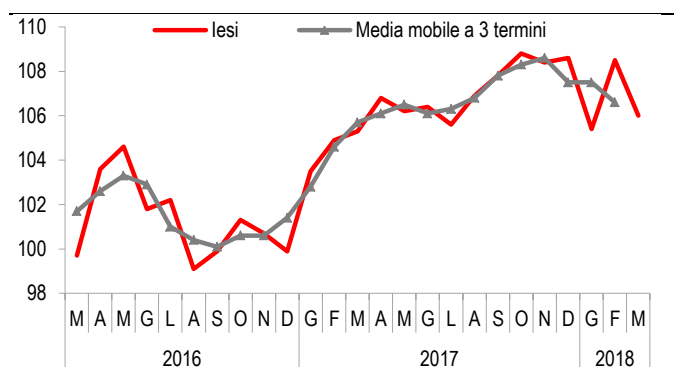
CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Marzo 2016-Marzo 2018, indici destagionalizzati base 2010=100



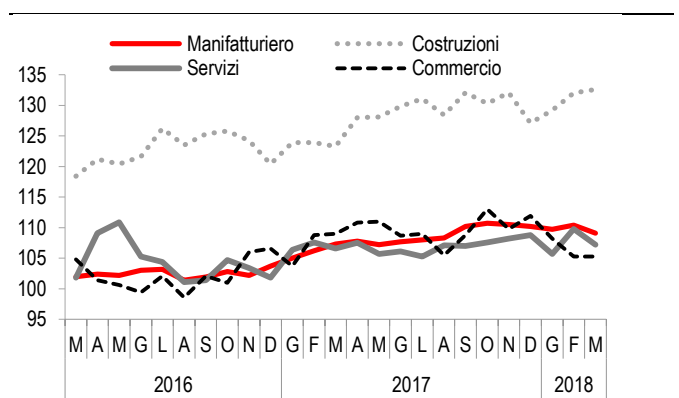
CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE ITALIANE (IESI)

Marzo 2016-Marzo 2018, indici destagionalizzati base 2010=100



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA

Marzo 2016-Marzo 2018, indici destagionalizzati base 2010=100



¹ Per una corretta interpretazione dell'andamento dell'indice composito (Iesi) rispetto alle dinamiche settoriali si rimanda alla nota metodologica.

La fiducia dei consumatori

A marzo l'indice del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, sale da 115,7 a 117,5. Tutte le componenti sono in aumento.

PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI ITALIANI E COMPONENTI

Novembre 2017 – Marzo 2018, indici (base 2010=100) e saldi ponderati destagionalizzati

	2017		2018		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
CLIMA DI FIDUCIA (a)	114,4	116,5	115,5	115,7	117,5
Clima economico	139,3	142,9	141,1	140,1	141,9
Clima personale (b)	105,7	106,9	107,6	108,0	109,3
Clima corrente (b)	110,1	112,0	112,8	113,0	115,1
Clima futuro	119,9	121,3	120,9	119,8	121,1
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia (b)	-32,0	-31,1	-28,8	-27,9	-22,7
Attese sulla situazione economica dell'Italia	-6,3	-2,0	-4,6	-8,8	-9,1
Attese sulla disoccupazione	19,5	11,4	15,8	16,2	11,9
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-26,8	-23,8	-25,5	-21,2	-18,6
Attese sulla situazione economica della famiglia (b)	-3,4	-7,5	-7,3	-2,9	-2,8
Giudizi sul bilancio familiare (b)	11,9	13,2	15,3	12,6	16,4
Opportunità attuale del risparmio (b)	122,4	125,7	133,9	130,1	142,7
Possibilità future di risparmio (b)	-24,5	-23,2	-20,5	-21,2	-20,2
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli (b)	-47,0	-38,1	-43,9	-39,7	-42,7

(a) Il clima di fiducia è la sintesi dei climi economico e personale o, alternativamente, dei climi corrente e futuro. La destagionalizzazione viene effettuata separatamente per l'indice generale e le sue componenti e questo può generare andamenti congiunturali non sempre coerenti tra i vari indici.

(b) Serie non affetta da stagionalità.

Il quadro economico generale

Il saldo relativo ai giudizi dei consumatori sulla situazione economica del paese è in crescita per il quarto mese consecutivo, mentre continua a peggiorare quello relativo alle aspettative. Le opinioni dei consumatori circa l'andamento della disoccupazione sono in netto miglioramento.

Per quanto riguarda l'andamento dei prezzi al consumo, si segnala un incremento della quota di coloro che ritengono i prezzi diminuiti negli ultimi 12 mesi e di quella di coloro che prevedono una diminuzione nei prossimi 12 mesi.

FIGURA 1. SITUAZIONE ECONOMICA DELL'ITALIA E MERCATO DEL LAVORO

Marzo 2016 - Marzo 2018, saldi ponderati destagionalizzati

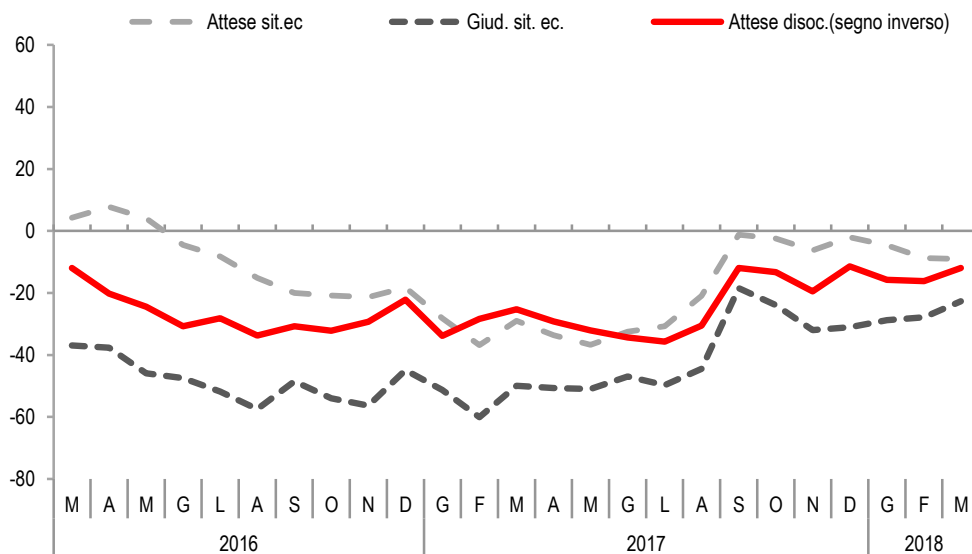
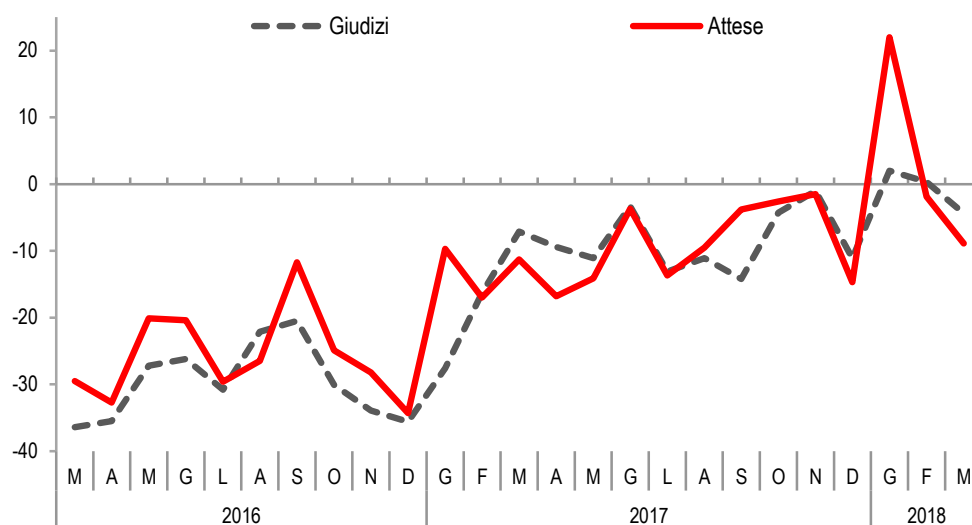


FIGURA 2. GIUDIZI E ATTESE SULL'ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO

Marzo 2016 - Marzo 2018, saldi ponderati grezzi

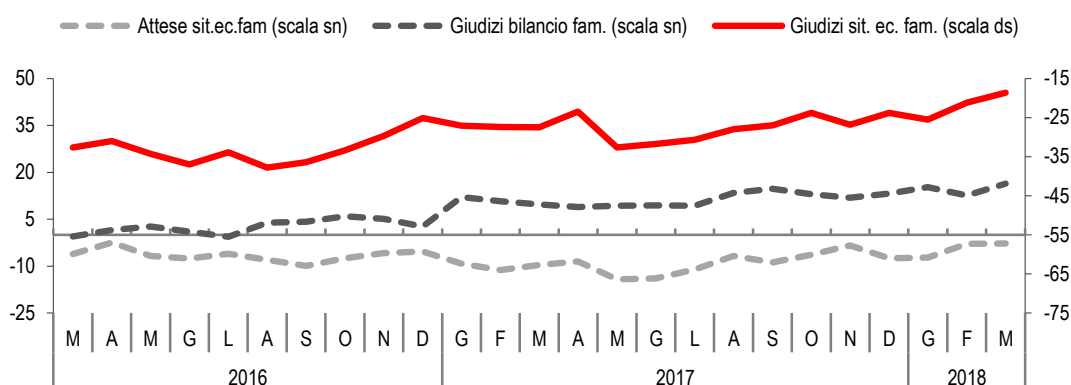


La situazione personale

Relativamente alla situazione personale, sono in miglioramento sia i giudizi sia le aspettative sulla situazione economica familiare. Le opinioni sul bilancio familiare, invece, dopo il peggioramento di febbraio, tornano a migliorare.

FIGURA 3. SITUAZIONE ECONOMICA DELLA FAMIGLIA E BILANCIO FAMILIARE

Marzo 2016 - Marzo 2018, saldi ponderati destagionalizzati



La fiducia delle imprese

A marzo 2018 l'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (lesi, Istat economic sentiment indicator in base 2010=100), che sintetizza le serie dei saldi (destagionalizzate e standardizzate) componenti il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio, diminuisce passando da 108,5 a 106,0.

Le imprese manifatturiere

A marzo, l'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese manifatturiere scende da 110,4 a 109,1. Peggiorano sia i giudizi sugli ordini sia le attese di produzione; in accumulo sono giudicate le scorte di magazzino.

PROSPETTO 2. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE MANIFATTURIERE TOTALE E PER PRINCIPALI RAGGRUPPAMENTI DI INDUSTRIE

Novembre 2017 – Marzo 2018, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2017		2018		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
INDUSTRIA MANIFATTURIERA					
Clima di fiducia	110,5	110,2	109,7	110,4	109,1
Giudizi sugli ordini	0,9	1,9	0,8	1,9	-0,2
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	2,4	3,0	4,3	2,8	4,0
Attese di produzione	16,7	15,6	16,5	15,8	15,4
BENI DI CONSUMO					
Clima di fiducia	106,1	105,6	105,3	106,1	105,7
Giudizi sugli ordini	-4,4	-3,7	-4,4	-4,2	-4,4
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	2,2	3,5	3,8	2,4	2,4
Attese di produzione	15,5	14,8	14,9	15,4	14,7
BENI INTERMEDI					
Clima di fiducia	108,3	107,7	106,5	107,5	104,5
Giudizi sugli ordini	1,3	2,0	0,2	3,7	-1,0
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	2,7	3,4	6,2	4,2	6,3
Attese di produzione	17,3	15,8	16,8	14,3	12,1
BENI STRUMENTALI					
Clima di fiducia	117,8	118,1	117,9	117,5	117,7
Giudizi sugli ordini	5,3	7,0	5,8	5,8	4,3
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti (a)	2,8	2,5	1,6	1,4	2,4
Attese di produzione	18,8	17,7	17,6	16,2	19,3

(a) Serie non affetta da stagionalità

Analizzando i principali raggruppamenti d'industria, l'indice del clima di fiducia scende da 106,1 a 105,7 nei beni di consumo, da 107,5 a 104,5 nei beni intermedi, mentre sale leggermente nei beni strumentali (da 117,5 a 117,7). I giudizi sugli ordini peggiorano nei tre principali raggruppamenti d'industrie; le attese di produzione scendono invece nei beni di consumo e nei beni intermedi, ma aumentano in quelli strumentali. Il saldo relativo ai giudizi sulle scorte di magazzino è in aumento nei beni intermedi ed in quelli strumentali, risulta stabile nei beni di consumo.

Secondo le indicazioni derivanti dalle consuete domande trimestrali rivolte alle imprese manifatturiere che svolgono attività d'esportazione, nel primo trimestre dell'anno peggiorano nettamente i giudizi sul fatturato ma risultano in aumento le relative attese. Aumenta, rispetto allo scorso trimestre, la quota delle imprese che lamenta la presenza di significativi ostacoli all'attività (dal 19,9% al 21,9%).

Le imprese di costruzione

A marzo 2018, l'indice del clima di fiducia delle imprese di costruzione continua ad aumentare per il terzo mese consecutivo, passando da 132,0 a 132,6: l'indice mantiene un trend positivo collocandosi sul livello più elevato dal 2008; tra le componenti dell'indicatore, migliorano decisamente le attese sull'occupazione presso l'azienda, il cui saldo si mantiene positivo per il secondo mese consecutivo; i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione sono in peggioramento per il quarto mese consecutivo, segnalando il persistere dell'incertezza nella ripresa dei livelli produttivi del settore.

A livello di comparto, il clima aumenta nell'ingegneria civile (da 114,2 a 118,9) e nei lavori di costruzione specializzati (da 142,4 a 143,1), mentre peggiora nella costruzione di edifici (da 120,2 a 118,8).

Per quanto riguarda le componenti dei climi di fiducia, i giudizi sugli ordini peggiorano sia nella costruzione di edifici sia nell'ingegneria civile, mentre le attese sull'occupazione sono in aumento solo nell'ingegneria civile.

PROSPETTO 3. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DI COSTRUZIONE TOTALE E PER SETTORE

Novembre 2017 – Marzo 2018, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2017		2018		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
COSTRUZIONI					
Clima di fiducia (a)	132,1	127,1	129,2	132,0	132,6
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-19,1	-23,3	-24,5	-26,6	-27,3
Attese sull'occupazione (a)	-6,4	-8,8	-4,7	0,9	2,5
COSTRUZIONE DI EDIFICI					
Clima di fiducia (a)	116,9	115,0	120,0	120,2	118,8
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-32,7	-37,6	-32,3	-37,5	-38,9
Attese occupazione (a)	-9,8	-7,4	-6,0	-0,5	-1,0
INGEGNERIA CIVILE					
Clima di fiducia (a)	112,4	115,3	111,0	114,2	118,9
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-16,1	-18,6	-22,9	-18,1	-25,0
Attese occupazione (a)	-13,3	-6,2	-8,6	-8,4	5,5
LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI					
Clima di fiducia (a)	145,2	136,0	138,5	142,4	143,1
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-12,4	-16,7	-20,7	-22,8	-21,6
Attese occupazione (a)	-2,8	-10,2	-3,0	4,1	3,7

(a) Serie non affetta da stagionalità

Le imprese dei servizi di mercato

Nel mese di marzo, l'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese dei servizi di mercato scende da 109,8 a 107,2. Tutte le componenti dell'indice peggiorano, ovvero le attese sugli ordini, i giudizi sull'andamento degli affari e i giudizi sugli ordini.

Analizzando i singoli comparti produttivi, il clima di fiducia scende nel trasporto e magazzinaggio (da 114,5 a 108,3) e nel settore dell'informazione e comunicazione (da 116,9 a 110,0), sale nei servizi alle imprese e altri servizi (da 100,9 a 102,1) e rimane stabile nei servizi turistici (110,1). Riguardo alle componenti dei climi di fiducia dei singoli comparti, i giudizi sugli ordini sono in peggioramento in tutti i settori ad eccezione dei servizi alle imprese e altri servizi; con riferimento ai giudizi sull'andamento degli affari, si segnala un aumento del saldo nel trasporto e magazzinaggio e nei servizi turistici e una diminuzione nell'informazione e comunicazione e nei servizi alle imprese; le attese sugli ordini diminuiscono nel trasporto e magazzinaggio e nell'informazione e comunicazione mentre aumentano nei servizi turistici e nei servizi alle imprese.

PROSPETTO 4. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI DI MERCATO TOTALE E PER SETTORE

Novembre 2017 – Marzo 2018, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2017		2018		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
SERVIZI DI MERCATO					
Clima di fiducia	108,2	108,8	105,7	109,8	107,2
Giudizi ordini	12,9	8,6	9,7	13,1	12,6
Attese ordini	11,3	17,1	6,9	11,5	5,1
Giudizi andamento degli affari	12,2	12,6	12,2	16,9	15,8
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO					
Clima di fiducia (a)	110,5	107,9	107,2	114,5	108,3
Giudizi ordini (a)	14,0	5,7	8,2	15,2	7,9
Attese ordini (a)	5,7	8,5	11,2	21,7	9,8
Giudizi andamento degli affari (a)	14,9	12,5	5,0	9,6	10,1
SERVIZI TURISTICI					
Clima di fiducia	113,7	113,3	96,9	110,1	110,1
Giudizi ordini	9,3	0,6	-5,6	7,2	2,7
Attese ordini	8,2	23,3	-8,8	8,2	11,8
Giudizi andamento degli affari	15,4	8,1	-1,8	7,1	8,0
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
Clima di fiducia	112,6	112,7	115,1	116,9	110,0
Giudizi ordini (a)	30,5	25,3	32,2	35,7	31,1
Attese ordini	19,5	25,3	10,6	13,1	1,5
Giudizi andamento degli affari	29,4	29,3	45,3	45,3	38,1
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
Clima di fiducia	101,6	100,4	101,4	100,9	102,1
Giudizi ordini (a)	1,0	-2,5	4,1	-1,5	2,1
Attese ordini	7,9	10,4	4,9	7,5	8,5
Giudizi andamento degli affari	4,1	1,6	3,4	4,8	4,0

a) Serie non affetta da stagionalità

La fiducia delle imprese del commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio il clima di fiducia si conferma sul valore dello scorso mese (105,3). Tra le componenti dell'indice, risulta in aumento il saldo dei giudizi sulle vendite correnti e, al contrario, in diminuzione quello relativo alle aspettative sulle vendite future; emerge pressoché stabile sui valori dello scorso mese, infine, il saldo dei giudizi sulle scorte di magazzino.

Il clima di fiducia migliora da 106,9 a 107,2 nella grande distribuzione e peggiora da 104,0 a 99,9 in quella tradizionale. Nella prima, aumenta sia il saldo dei giudizi sulle vendite correnti che quello relativo alle aspettative sulle vendite future; nella seconda, al contrario, i saldi di entrambe le variabili emergono in deciso peggioramento. Quanto alle scorte di magazzino, il saldo della variabile aumenta nella grande distribuzione e si conferma sostanzialmente stabile, sui valori dello scorso mese, in quella tradizionale.

PROSPETTO 5. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO TOTALE E PER TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA

Novembre 2017 - Marzo 2018, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2017		2018		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
COMMERCIO					
Clima di fiducia	109,8	111,9	108,2	105,3	105,3
Giudizi vendite	21,6	19,7	19,4	12,3	13,7
Attese vendite	25,2	28,9	26,6	24,6	23,3
Giudizi scorte	9,6	5,1	13,6	13,4	13,6
GRANDE DISTRIBUZIONE					
Clima di fiducia	112,7	114,5	110,0	106,9	107,2
Giudizi vendite	36,4	34,4	32,9	21,7	25,5
Attese vendite	31,7	35,5	31,6	30,2	31,2
Giudizi scorte (a)	9,8	5,9	15,0	12,1	16,1
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
Clima di fiducia	104,2	105,2	106,3	104,0	99,9
Giudizi vendite	-5,8	-8,2	-7,6	-9,0	-14,2
Attese vendite	9,6	13,6	17,3	11,8	5,7
Giudizi scorte	9,8	8,5	9,9	9,4	9,5

(a) Serie non affetta da stagionalità

Glossario

Dati destagionalizzati: dati depurati, mediante apposite tecniche statistiche, dalle fluttuazioni attribuibili alla componente stagionale (dovute a fattori meteorologici, consuetudinari, legislativi, ecc.) e, se significativi, dagli effetti di calendario. Questa trasformazione dei dati è la più idonea a cogliere l'evoluzione congiunturale di un indicatore.

Clima di fiducia dei Consumatori: è elaborato sulla base di nove domande ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori (e precisamente: giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia; attese sulla disoccupazione; giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; opportunità attuale e possibilità future del risparmio; opportunità all'acquisto di beni durevoli; giudizi sul bilancio familiare). I risultati delle nove domande, espressi in forma di saldi ponderati su dati grezzi, sono aggregati tramite media aritmetica semplice; il risultato è poi riportato a indice (in base 2010) e destagionalizzato con il metodo diretto. Vengono proposte anche delle disaggregazioni del clima totale, che sono riportati a indice (in base 2010) e destagionalizzati (ove necessario) con il metodo diretto, ovvero: a) **Clima economico**, media aritmetica semplice dei saldi ponderati relativi a giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia, attese sulla disoccupazione (quest'ultima con segno invertito); b) **Clima personale**, media aritmetica semplice dei saldi ponderati delle rimanenti sei domande componenti il clima di fiducia (giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; opportunità attuale e possibilità future del risparmio; opportunità all'acquisto di beni durevoli; bilancio finanziario della famiglia); c) **Clima corrente**, media delle domande relative ai giudizi (situazione economica dell'Italia e della famiglia; opportunità attuale del risparmio e acquisto di beni durevoli; bilancio finanziario della famiglia); d) **Clima futuro**: media delle attese (situazione economica dell'Italia e della famiglia; disoccupazione; possibilità future di risparmio). I **Saldi relativi alle variabili dell'indagine sui consumatori** consistono nella differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e quelle sfavorevoli e forniscono indicazioni sintetiche sui fenomeni osservati. Si utilizzano i saldi ponderati con peso doppio per le modalità estreme. Le domande del questionario (prevalentemente di tipo qualitativo ordinale chiuso) prevedono cioè una gamma predeterminata ed esaustiva di possibilità di risposta (da tre a cinque, con l'aggiunta della modalità non so/non risponde) del tipo: "Molto alto"; "Alto"; "Stazionario", "Basso", "Molto basso".

Clima di fiducia delle imprese per settore: è elaborato tramite media aritmetica semplice dei saldi destagionalizzati delle domande ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo delle imprese. Il risultato è poi riportato a indice in base 2010. Il clima di fiducia delle imprese manifatturiere include giudizi sul livello degli ordini, giudizi sul livello delle scorte di magazzino (con segno invertito) e attese sul livello della produzione. Le domande che contribuiscono al calcolo del clima di fiducia delle imprese delle costruzioni comprendono i giudizi sul livello degli ordini e/o piani di costruzione e le attese sull'occupazione. Per le imprese dei servizi di mercato il calcolo del clima di fiducia comprende le domande relative ai giudizi e alle attese sugli ordini e i giudizi sull'andamento degli affari. Per le imprese del commercio al dettaglio, infine, il clima include le domande riguardanti i giudizi sulle vendite, le attese sulle vendite e i giudizi sulle scorte (con il segno invertito). I Saldi alle variabili delle indagini sulle imprese consistono nelle differenze fra le modalità favorevoli e sfavorevoli. La modalità centrale (invarianza, stazionarietà) non viene considerata nel calcolo. Per ogni domanda i risultati sono espressi in termini di frequenze percentuali relative alle singole modalità di risposta (in genere tre, ad esempio: "Alto", "Normale", "Basso").

Clima di fiducia delle imprese italiane (Istat economic sentiment indicator - lesi): è elaborato come media aritmetica ponderata dei saldi destagionalizzati e standardizzati delle variabili che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio. Il risultato è riportato a indice in base 2010.

Raggruppamenti principali di industrie (Rpi): beni di consumo, beni intermedi e beni strumentali. Il regolamento della Commissione europea n.656/2007 (G.U. delle Comunità europee del 15 giugno 2007) stabilisce, per tutti i paesi membri, i criteri per la definizione degli Rpi: a ciascuno di essi vengono attribuiti, secondo il criterio della prevalenza, interi gruppi e/o divisioni di attività economica.

Settori delle costruzioni: i settori delle costruzioni oggetto d'indagine, con i relativi codici della classificazione Ateco 2007, sono la costruzione di edifici (41), l'ingegneria civile (42) e i lavori di costruzione specializzati (43). La *costruzione di edifici* include lavori generali per la costruzione di edifici di qualsiasi tipo. L'*ingegneria civile* comprende i lavori generali per la costruzione di opere di ingegneria civile quali autostrade, strade, ponti, gallerie, ferrovie, campi di aviazione, porti ed altre opere idrauliche, nonché la costruzione di sistemi di irrigazione e di fognatura, condotte e linee elettriche, impianti sportivi all'aperto, eccetera. I *lavori di costruzione specializzati* comprendono attività specializzate (quali l'infissione di pali, i lavori di fondazione eccetera), attività di finitura e completamento degli edifici e attività di installazione di tutti i tipi di servizi, necessarie al funzionamento della costruzione.

Settori dei servizi di mercato: i settori economici oggetto d'indagine, individuati con riferimento alla classificazione Ateco 2007, sono di seguito elencati:

Servizi alle imprese e altri servizi: Attività immobiliari (68), Attività legali e contabilità (69), Attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale (70), Attività degli studi di architettura e ingegneria; collaudi e analisi tecniche (71), Ricerca scientifica e sviluppo (72), Pubblicità e ricerche di mercato (73), Altre attività professionali, scientifiche e tecniche (74), Servizi Veterinari (75), Attività di noleggio e leasing operativo (77), Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale (78), Servizi di vigilanza e investigazione (80), Attività di servizi per edifici e paesaggio (81), Attività di supporto per le funzioni di ufficio e altre attività di supporto (82); Attività creative, artistiche e di intrattenimento (90); Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali (91); Attività riguardanti le lotterie, le scommesse, le case da gioco (92); Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento (93); Riparazione di computer e di beni per uso personale e per la casa (95); Altre attività di servizi alla persona (96);

Trasporto e magazzinaggio: Trasporto terrestre e trasporto mediante condotte (Ateco 49), Trasporto marittimo e per vie d'acqua (50), Trasporto aereo (51), Magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti (52), Servizi postali e attività di corriere (53);

Informazione e comunicazione: Attività editoriali (58), Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore (59), Attività di programmazione e trasmissione (60), Telecomunicazioni (61), Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse (62), Attività dei servizi di informazione e altri servizi informatici (63);

Servizi turistici: Alloggio (55), Attività dei servizi di ristorazione (56) e Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse (79).

Settori del commercio al dettaglio: i settori economici oggetto di indagine sono quelli compresi nelle divisioni della classificazione Ateco 2007: *Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli* (45), *Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e motocicli* (47).

Tipologia distributiva delle imprese del commercio al dettaglio

Grande distribuzione: imprese che possiedono punti di vendita operanti nella forma di Supermercato, Ipermercato, Discount, Grande magazzino o altra grande superficie specializzata o non, con superficie di vendita superiore ai 400 mq.

Distribuzione tradizionale (anche "Imprese operanti su piccola superficie e minimercati"): le imprese che si configurano come punti di vendita specializzati non appartenenti alla grande distribuzione, caratterizzati da una superficie di vendita non superiore ai 400 mq.

Nota Metodologica

Indagini sulla fiducia dei consumatori e delle imprese

Introduzione e quadro normativo

Le indagini sulla fiducia dei consumatori e delle imprese sono cinque indagini campionarie mensili rivolte agli individui e alle imprese: un'indagine che rileva i dati sugli individui e quattro indagini che si rivolgono alle imprese. In particolare, le indagini sulle imprese coprono 4 settori economici (manifatturiero, costruzioni, servizi e commercio al dettaglio) individuati in base alla classificazione delle attività economiche (ATECO 2007) attualmente in vigore. Lo scopo originale delle indagini, rimasto invariato nel tempo, è quello di raccogliere le opinioni (giudizi ed aspettative) di tutti gli agenti economici riguardo a specifiche variabili connesse al loro comportamento futuro ed all'ambiente economico in cui essi operano. Le informazioni rilevate, prevalentemente di natura qualitativa, sono ritenute significative perché in grado di rilevare modifiche nei comportamenti degli individui e mutamenti, correnti e futuri, dei settori economici oggetto di indagine. Le opinioni espresse dalle unità intervistate su variabili chiave, opportunamente quantificate e trattate permettono, inoltre, di ottenere una indicazione sul grado di fiducia presente nei settori indagati.

Concepite per esigenze di analisi congiunturale, tali indagini si distinguono fortemente da quelle statistiche di natura quantitativa: operano infatti in ambiti diversi dell'agire economico che sfuggono, per la loro natura, alla misurazione quantitativa (si pensi, in particolare, alle aspettative). I risultati provenienti dalle indagini sulla fiducia sono caratterizzati dalla capacità di monitorare il sistema economico nel suo complesso e, pertanto, sono spesso utilizzati anche nei modelli econometrici.

Le indagini, previste nell'accordo quadro tra l'Istat e la Commissione Europea (Framework Partnership Agreement ECFIN/209/2014 e Specific Grant Agreement ECFIN/034/2017/751973), fanno parte di un progetto armonizzato a livello europeo coordinato dalla Commissione Europea; attualmente il progetto è disciplinato dalla Decisione della Commissione Europea C(97) 2241 del 15 luglio del 1997 e dalla Comunicazione della Commissione COM(2006) del 12 luglio 2006 (link: <http://siqua1-intra.istat.it/SIQual/sorgentiNormative.do?id=8888946>).

In quanto inserite in un progetto armonizzato a livello europeo, le principali caratteristiche delle indagini, sia per l'aspetto metodologico sia per le definizioni relative ad alcune variabili rilevate, seguono le linee guida fornite dalla Commissione Europea. In particolare, i questionari utilizzati per le cinque indagini contengono sia quesiti armonizzati a livello europeo sia domande aggiuntive orientate a soddisfare necessità informative a livello nazionale.

Le indagini sono inserite nel Programma Statistico Nazionale (edizione in vigore: Psn 2017-2019) approvato con DPR del 31 gennaio 2018, pubblicato nel Supplemento Ordinario n.12 alla Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 66 del 20 marzo 2018.

Popolazione di riferimento, unità di rilevazione e di analisi

Indagine sulla fiducia dei consumatori - La popolazione di riferimento è costituita dagli individui con almeno 18 anni.

L'unità di rilevazione è l'abbonato al telefono fisso presente nella lista utilizzata per l'estrazione dei nominativi.

L'Unità di analisi è l'individuo con almeno 18 anni.

Indagini sulla fiducia delle imprese - La popolazione di riferimento è costituita dalle imprese con almeno 5 addetti per il settore manifatturiero, con almeno 3 addetti per le costruzioni e per i servizi mentre per il commercio è costituita da tutte le imprese operanti sul territorio nazionale.

L'unità di rilevazione e di analisi è l'impresa per tutte e quattro le indagini.

Il disegno di campionamento

Indagine sulla fiducia dei consumatori - Il campione, di numerosità pari a circa 2.000 unità, è a due stadi, stratificato per ripartizione geografica e ampiezza dei comuni di residenza. L'allocatione

delle unità negli strati è proporzionale all'universo della popolazione residente italiana maggiorenne. La lista utilizzata per l'estrazione dei nominativi è costituita dall'elenco degli abbonati al telefono fisso; l'unità di primo stadio è l'abbonato mentre l'unità di secondo stadio è costituita dal consumatore, inteso come persona maggiorenne, appartenente al nucleo familiare individuato dal numero telefonico. La tecnica di selezione delle unità è di tipo sistematico nel primo stadio e per quote nel secondo.

Indagini sulla fiducia delle imprese - Le rilevazioni utilizzano campioni "panel" di imprese estratti dall' Archivio statistico delle imprese attive (Asia) stratificati secondo le seguenti variabili: dimensione, settori di attività economica (individuati dall'ATECO 2007) e area geografica. A partire dal novembre 2011 (per il settore delle costruzioni e, successivamente, dal giugno 2013 per le indagini sul settore manifatturiero, dei servizi e del commercio) è stato introdotto un nuovo criterio di stratificazione e di allocazione delle unità. In particolare, sono state individuate le soglie di cut-off in entrata (definite in base al numero di addetti così come riportato sotto), che escludono dalle rilevazioni le imprese di minori dimensioni (tale soglia prevede che siano escluse dalla rilevazione tutte le imprese della popolazione con meno di 3 addetti per l'indagine nel settore delle costruzioni e dei servizi e con meno di 5 addetti nel settore manifatturiero; per l'indagine sulla fiducia del commercio non è stato introdotto il cut-off in entrata) nonché una soglia, anch'essa definita in termini di addetti, che identifica gli strati "censuari" delle rilevazioni (strati in cui sono incluse nel campione tutte le unità presenti nella popolazione). Le soglie sono le seguenti: imprese con almeno 1000 addetti per il settore manifatturiero, dei servizi e del commercio; imprese con almeno 250 addetti per il settore delle costruzioni. Per quanto riguarda la numerosità degli strati non censuari, le unità sono allocate sulla base del criterio *Robust Optimal Allocation with Uniform Stratum Threshold* (ROAUST)².

Indagine sulla fiducia delle imprese manifatturiere - L'indagine sulla fiducia delle imprese manifatturiere viene svolta mensilmente dal 1962 su un panel che attualmente ha una numerosità di circa 4.000 imprese. Alla luce degli aggiornamenti metodologici introdotti nel giugno 2013, la rilevazione utilizza un campione stratificato secondo la dimensione d'impresa (5-9 addetti; 10-49 addetti; 50-249; 250-999; almeno 1000 addetti), la ripartizione geografica (Nord-ovest; Nord-est; Centro; Mezzogiorno), l'attività prevalente (considerando le divisioni dalla 10 alla 33 della classificazione Ateco 2007). La tecnica di selezione delle unità prevede un'estrazione casuale per le imprese con un numero di addetti inferiore a 1.000 ed un inserimento censuario per tutte le unità con 1.000 e più addetti.

Indagine sulla fiducia delle imprese di costruzione - L'indagine sulla fiducia delle imprese di costruzione viene svolta mensilmente dal 1966 su un panel che, attualmente, ha una numerosità di circa 700 imprese. Il campione è costituito da un panel stratificato secondo la dimensione delle unità produttive (3-9 addetti, 10-249, almeno 250 addetti), il comparto di attività economica (considerando i settori: 41 - costruzione di edifici; 42 - ingegneria civile; 43 - lavori di costruzione specializzati) e le quattro ripartizioni territoriali (Nord-ovest, Nord-est, Centro e Mezzogiorno). La tecnica di selezione delle unità prevede un'estrazione casuale per le imprese con un numero di addetti inferiore a 250 ed un inserimento censuario per tutte le unità con 250 e più addetti.

Indagine sulla fiducia delle imprese dei servizi di mercato - L'indagine sulla fiducia delle imprese dei servizi di mercato viene svolta mensilmente dal 2003 su un campione di circa 2.000 imprese del settore. Il campione è costituito da un panel stratificato secondo la dimensione dell'impresa (3 - 999 addetti, almeno 1.000 addetti), la ripartizione geografica (Nord-ovest, Nord-est; Centro e Mezzogiorno) e l'attività prevalente (classificata secondo l'Ateco 2007, identificata da tutte le divisioni dalla 49 alla 96, escluse: la 54, 57, 64, 65, 66, 67, 76, dalla 83 alla 89 e la divisione 94). La tecnica di selezione delle unità prevede un'estrazione casuale per le imprese con un numero di addetti inferiore a 1000 ed un inserimento censuario per tutte le unità con 1000 e più addetti.

Indagine sulla fiducia delle imprese del commercio al dettaglio - L'indagine sulla fiducia delle imprese del commercio al dettaglio ha avuto inizio nel 1986, su base bimestrale. A partire dal 1992, la periodicità di rilevazione è divenuta mensile. Dal mese di maggio 2010 le informazioni sono raccolte presso un panel di circa 1.000 imprese commerciali comprese nelle divisioni 45 (Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli) e 47 (Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli) della classificazione Ateco 2007. Il campione

² A questo proposito si veda P. M. Chiodini, G. Manzi, B.M. Martelli, F. Verrecchia, "The ISAE Manufacturing Survey Sample: Validating the Nace Rev.2 Sectorial Allocation", 2010, lavoro presentato alla 30° Conferenza CIRET, New York, 13-16 ottobre.

è stratificato per dimensione dell'impresa (1-2 addetti; 3-5; 6-999; almeno 1000 addetti), per ripartizione geografica (Nord-ovest; Nord-est; Centro; Mezzogiorno) e per attività prevalente (45.1 vendita di motoveicoli; 45.2-45.4 manutenzione di motoveicoli e vendita di accessori; 47.1, 47.2 vendita al dettaglio di alimentari, bevande e tabacco; 47.3 vendita al dettaglio di carburante per autotrazione; 47.4-47.7 vendita al dettaglio di altri beni). Lo schema di campionamento, che non ricorre ad alcuna selezione di tipo cut-off in entrata, prevede un'estrazione casuale per le imprese con un numero di addetti inferiore a 1000 ed un inserimento censuario per tutte le unità con 1000 e più addetti.

La raccolta delle informazioni

La raccolta dei dati è mensile e avviene nei primi 15 giorni del mese di riferimento dei dati per l'indagine sui consumatori. Per quanto riguarda le imprese, la raccolta dei dati avviene nei primi 16/18 giorni lavorativi del mese di riferimento dei dati; ogni impresa intervistata è invitata a rispondere alle domande del questionario con riferimento alla sua attività prevalente. La raccolta dei dati è effettuata con tecnica Cati (*Computer assisted telephone interview*) per tutte e 5 le indagini.

Per l'indagine sulla fiducia dei consumatori, il questionario armonizzato a livello europeo comprende, oltre ad alcune informazioni strutturali e sui redditi familiari, domande di tipo prevalentemente qualitativo, caratterizzate, escludendo l'opzione "Non so", da tre o cinque modalità ordinali di risposta (ad es. molto in aumento, in aumento, stazionario, in diminuzione, molto in diminuzione), relative alla situazione economica dell'Italia e a quella personale dell'intervistato. Le opinioni sono richieste nella forma di giudizi riguardanti i precedenti dodici mesi, oppure nella forma di attese sull'evoluzione futura a breve termine (nei successivi dodici mesi). Trimestralmente (a gennaio, aprile, luglio e ottobre) sono rilevate anche le intenzioni di acquisto di un'autovettura, le intenzioni di acquisto e le spese per manutenzione straordinaria dell'abitazione.

Per le indagini sulle imprese, i questionari sono armonizzati a livello europeo, ma contengono anche domande orientate a soddisfare necessità informative nazionali (per esempio, la sezione dedicata all'analisi delle condizioni di accesso al credito). Le informazioni raccolte sono prevalentemente di natura qualitativa e sono finalizzate a ottenere indicazioni sullo stato corrente e sulle aspettative a breve termine (su un orizzonte di 3 mesi) delle principali variabili aziendali. La maggioranza delle domande presenti nei questionari prevedono tre modalità di risposta, del tipo: "alto", "normale", "basso", oppure: "in aumento", "stazionario", "in diminuzione".

Ulteriori informazioni sulle indagini sulla fiducia e sui questionari utilizzati per la raccolta dei dati sono disponibili al seguente link: <http://kentucky.istat.it:8080/SIQual/welcome.do>.

L'elaborazione dei dati: processo, strumenti e tecniche

Indagine sulla fiducia dei consumatori – Il processo di elaborazione prevede la stima delle frequenze percentuali di risposta relative alle singole modalità di risposta. L'attuale processo di aggregazione dei micro dati non prevede l'utilizzo di pesi campionari nel processo di stima.

Le serie storiche dei saldi e degli indici di fiducia sono destagionalizzate con il metodo Tramo-Seats. Per gli indici di fiducia si procede alla destagionalizzazione con il metodo diretto.

Le frequenze percentuali, calcolate con il processo di stima, sono arrotondate al primo decimale.

Indagini sulla fiducia delle imprese - Il processo di elaborazione prevede la stima delle frequenze percentuali relative alle opzioni di risposta di ogni domanda prevista nel questionario. A tal fine, l'elaborazione dei micro dati è basata su un doppio sistema di pesi: a) le frequenze relative a ciascuna modalità di risposta sono dapprima pesate utilizzando il numero degli addetti dichiarato dalle stesse aziende in sede di intervista (peso interno) per l'indagine sul settore manifatturiero, delle costruzioni e del commercio; per quanto riguarda l'indagine sui servizi, il peso interno è costituito dal valore centrale della classe di fatturato a cui appartiene ogni singola impresa; b) successivamente, per tutte e quattro le indagini, si ricorre a pesi fissi che riflettono la distribuzione del valore aggiunto del settore di riferimento (peso esterno). Con la pubblicazione del mese di marzo 2015, la procedura di aggregazione ricorre ad una struttura di ponderazione esterna

derivata dal valore aggiunto al costo dei fattori relativo all'anno 2012 (ricostruzione delle serie dal gennaio 2010).

Le serie storiche dei saldi delle principali variabili rilevate nelle indagini e quelle degli indici dei climi di fiducia sono destagionalizzate con il metodo Tramo-Seats.

Le frequenze percentuali calcolate con il processo di stima, sono arrotondate al primo decimale.

L'output: principali misure di analisi

Le rilevazioni sulla fiducia dei consumatori e delle imprese hanno l'obiettivo di produrre indicatori in grado di misurare il "sentiment" degli operatori economici. A tal fine, all'interno dei questionari sono formulate domande in grado di catturare i giudizi e le aspettative degli intervistati, sulla base dei quali è possibile costruire degli indicatori di fiducia. Le definizioni e i principi per la formulazione dei quesiti necessari a rilevare tali variabili sono riportati nella Business and Consumer Surveys User Guide della Commissione Europea (2017) disponibile al link: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/indicators-statistics/economic-databases/business-and-consumer-surveys/methodology-business-and-consumer-surveys/methodological-guidelines-and-other-documents_en.

Indicazioni sintetiche sull'andamento delle variabili qualitative rilevate, sono espresse dai saldi calcolati come differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e di quelle sfavorevoli.

Indagine sulla fiducia dei consumatori. In particolare, per l'indagine sulla fiducia dei consumatori, si calcola il saldo ponderato, la cui formula generale, nel caso di cinque modalità di risposta, è la seguente:

$$\text{saldo} = \text{fr}(++) * w1 + \text{fr}(+) * w2 + \text{fr}(=) * w3 - \text{fr}(-) * w4 - \text{fr}(-) * w5$$

dove fr("...") rappresenta la frequenza percentuale della modalità "..."; le modalità di risposta sono le seguenti: "++" molto aumentato/molto di più/crescerà certamente, "+" poco aumentato/crescerà poco/poco di più, "=" uguale/stazionario/rimarrà lo stesso, "-" corrisponde al poco diminuito/poco di meno/improbabile e "- -" corrisponde all'opzione di risposta molto diminuito/ molto di meno/molto improbabile.

w1...,w5 sono i pesi da attribuire alle singole modalità di risposta. Nel caso del saldo ponderato tali pesi assumono, rispettivamente, i valori: 2;1;0;1;2. L'ultima modalità di risposta, corrispondente al "non so", non viene inclusa nel calcolo del saldo. Nel caso di una domanda con 4 opzioni di risposta, il calcolo del saldo è così ottenuto:

$$\text{saldo} = \text{fr}(++) * 2 + \text{fr}(+) - \text{fr}(-) - \text{fr}(-) * 2$$

per le domande con tre modalità di risposta il saldo è il seguente:

$$\text{saldo} = \text{fr}(++) * 2 - \text{fr}(-) * 2.$$

I saldi sono calcolati sulle frequenze percentuali con tutti i decimali (ovvero l'output del processo di stima) e poi sono arrotondati al primo decimale.

Un indicatore sintetico complessivo dei risultati dell'indagine, finalizzato a valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori italiani, è rappresentato dal clima di fiducia. L'indicatore di fiducia è ottenuto aggregando con media aritmetica semplice i saldi ponderati grezzi calcolati per nove domande presenti sul questionario: giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia, attese sulla disoccupazione (inserito nel calcolo con segno inverso), giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia, opportunità attuale e possibilità future del risparmio, opportunità all'acquisto di beni durevoli, giudizi sulla situazione finanziaria della famiglia. L'indicatore ottenuto è poi trasformato in numero indice con base 2010=100. L'indicatore di fiducia complessivo può essere disaggregato nei climi economico e personale, o, alternativamente, nei climi presente e futuro. Il clima economico, personale, corrente e futuro si ottengono come media aritmetica dei saldi di alcune domande che compongono il clima generale; anche in questo caso, gli indicatori ottenuti sono poi trasformati in numero indice con base 2010=100. Più in dettaglio, il clima economico si ottiene aggregando i saldi relativi alle domande sui giudizi e le aspettative sulla situazione economica generale e il saldo della domanda relativa alle aspettative sulla

disoccupazione (inserita nel calcolo con segno inverso); il clima personale si ottiene come media aritmetica dei saldi relativi ai giudizi e alle aspettative sulla situazione economica della famiglia, ai giudizi sulla situazione finanziaria della famiglia, all'opportunità attuale e alle possibilità future del risparmio nonché all'opportunità all'acquisto di beni durevoli; il clima corrente è calcolato utilizzando i saldi relativi ai giudizi sulla situazione economica generale e sulla situazione economica della famiglia, ai giudizi sulla situazione finanziaria della famiglia, all'opportunità attuale di risparmio e all'opportunità all'acquisto di beni durevoli; infine, il clima futuro è dato dall'aggregazione dei saldi relativi alle aspettative sulla situazione economica generale, sulla situazione economica della famiglia, sulla disoccupazione e a quelli relativi alle possibilità future di risparmio.

Indagini sulla fiducia delle imprese – Nel caso delle indagini sulle imprese, i saldi sono calcolati come differenza fra le frequenze della modalità favorevole e sfavorevole. La modalità centrale (invarianza, stazionarietà) non viene considerata nel calcolo. I saldi sono calcolati sulle frequenze percentuali con tutti i decimali (ovvero l'output del processo di stima) e poi sono arrotondati al primo decimale.

Anche per le imprese viene calcolato mensilmente il clima di fiducia, un indicatore sintetico che riassume il grado di fiducia presente nei vari settori economici. Gli indicatori del clima di fiducia dei comparti indagati sono calcolati come media aritmetica dei saldi destagionalizzati delle variabili ritenute più rappresentative dell'evoluzione congiunturale dello specifico settore. Le serie del clima di fiducia sono successivamente indicizzate in base 2010=100. In particolare, il clima di fiducia del settore manifatturiero è ottenuto come media aritmetica dei saldi destagionalizzati relativi alle domande riguardanti i giudizi sul livello degli ordini totali, sul livello delle scorte (inserita nel calcolo con il segno invertito) e le attese a breve termine sull'andamento della produzione; il clima di fiducia relativo al settore delle costruzioni è calcolato considerando i giudizi sul livello degli ordini e le aspettative sull'occupazione; per il settore dei servizi le variabili che compongono il clima sono i giudizi e le attese sugli ordini e i giudizi sull'andamento degli affari mentre per il commercio si considerano i giudizi e le attese sull'andamento delle vendite e i giudizi sulle scorte (questa serie viene inserita nel calcolo con il segno invertito).

Nel comunicato stampa mensile "Fiducia dei consumatori e delle imprese" sono diffusi gli indicatori del clima di fiducia di ciascun comparto economico oggetto di indagine nonché i saldi delle principali variabili rilevate. Inoltre, per l'indagine sui consumatori è prevista anche la diffusione del clima di fiducia economico, personale, corrente e futuro. Per le imprese manifatturiere, delle costruzioni e dei servizi, il clima di fiducia è diffuso anche per macro-settori economici. Per le imprese del commercio al dettaglio, infine, l'indice è diffuso anche per tipologia di vendita (grande distribuzione e distribuzione tradizionale). Per ulteriori dettagli relativi alla diffusione si veda l'apposita sezione di questa nota metodologica.

Nel comunicato, è diffuso anche ***l'Istat Economic Sentiment Indicator (IESI)***. L'indice costituisce una misura complessiva dello stato di fiducia del comparto produttivo italiano ed è elaborato aggregando i saldi delle variabili che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere (giudizi sulla domanda in generale, attese sulla produzione e giudizi sulle giacenze di prodotti finiti), delle costruzioni (giudizi sugli ordini e attese sull'occupazione), dei servizi di mercato (giudizi e attese sugli ordini, giudizi sull'andamento degli affari) e del commercio al dettaglio (giudizi e attese sulle vendite, giudizi sulle giacenze). Sulla base della procedura adottata dall'Istat per il calcolo dello IESI, è possibile rilevare discrepanze tra l'evoluzione dell'indice composito e le dinamiche dei climi di fiducia a livello settoriale. La procedura è coerente con l'approccio correntemente utilizzato dalla Commissione europea che prevede la standardizzazione delle serie dei saldi, procedura non prevista per il calcolo dei climi. Pertanto, l'indice IESI non è direttamente ricavabile a partire dalle stesse variabili, ancorché ponderate, costituenti i climi di fiducia settoriali.

Con la pubblicazione del mese di maggio 2017 (mese di riferimento dei dati maggio 2017), una delle serie storiche componenti lo IESI è stata sostituita. In particolare, con riguardo al settore dei servizi, la serie dei saldi relativa alla domanda sulle attese sull'economia è stata sostituita con la serie dei saldi relativa alla domanda sull'andamento degli affari, coerentemente con la nuova definizione dell'indice del clima di fiducia dei servizi. La metodologia di calcolo dell'indicatore è rimasta invariata. La serie storica è stata ricalcolata dal mese di marzo 2005. La serie dell'indicatore composito ottenuta è stata trasformata in numero indice calcolato in base 2010=100. Le serie iniziali dei saldi (11 in totale) sono destagionalizzate con il metodo Tramo-

Seats e standardizzate. La loro sintesi è ottenuta con media ponderata, utilizzando come pesi le quote calcolate sul livello 2012 del valore aggiunto di competenza di ciascun settore. In particolare, il valore aggiunto considerato è quello espresso al costo dei fattori. Il sistema di ponderazione utilizzato nell'elaborazione dell'indicatore composito è riportato nella Tavola 1. I pesi sono calcolati al netto delle divisioni Ateco che non risultano incluse nelle singole indagini e si riferiscono ai rispettivi domini di osservazione: in particolare, il peso del settore manifatturiero è riferito all'universo di imprese con almeno 5 addetti, mentre per le costruzioni e i servizi di mercato l'universo considerato è quello delle imprese con almeno 3 addetti.

TAVOLA 1. INDICE DI FIDUCIA DELLE IMPRESE ITALIANE IESI. La struttura di ponderazione dell'indice in base 2010

SETTORI	Peso totale (% valore aggiunto)	Numero serie componenti
Manifatturiero	39,26	3
Costruzioni	8,74	2
Commercio al dettaglio	11,4	3
Servizi	40,6	3

La metodologia applicata fa riferimento a quella adottata dalla Commissione Europea per la costruzione dell'ESI (Economic Sentiment Indicator); si veda *European Commission 2007. The Joint Harmonized EU Programme of Business and Consumer Surveys. User Guide. Brussels: Directorate-General for Economic and Financial Affairs disponibile sul web in formato pdf.* L'indicatore Iesi dell'Istat, a differenza dell'ESI della Commissione Europea, non include nella sua costruzione l'indice del clima di fiducia dei consumatori.

La revisione dei dati

Le stime mensili sono diffuse in forma definitiva entro la fine dello stesso mese di riferimento dei dati.

Le serie mensili destagionalizzate vengono stimate ogni mese includendo l'ultimo dato grezzo disponibile e aggiornando la stima dei parametri dei modelli (*partial concurrent approach*). Con riferimento ai dati destagionalizzati, pertanto, si osservano revisioni tutti i mesi. La revisione dei modelli di destagionalizzazione è effettuata una volta l'anno. Per l'indagine sulla fiducia dei consumatori, l'ultima revisione è avvenuta nel mese di marzo 2017 mentre per le indagini sulle imprese l'ultimo aggiornamento è stato effettuato a giugno 2017.

Informazioni sulla riservatezza dei dati

I dati raccolti dalle indagini sulla fiducia sono tutelati dal segreto statistico e sottoposti alla normativa sulla protezione dei dati personali. Questi possono essere utilizzati, anche per successivi trattamenti, esclusivamente per fini statistici, dai soggetti del Sistema statistico nazionale. Essi possono, altresì, essere comunicati, per finalità di ricerca scientifica, alle condizioni e secondo le modalità previste dall'art. 7 del Codice di deontologia per il trattamento di dati personali effettuato nell'ambito del Sistema statistico nazionale e dal regolamento comunitario n. 831/2002. Le stime diffuse in forma aggregata non consentono di risalire ai soggetti che hanno fornito i dati né a quelli a cui i dati si riferiscono.

Copertura e dettaglio territoriale

Le stime commentate nel comunicato mensile "Fiducia dei consumatori e delle imprese" sono disponibili anche per ripartizioni geografiche per quanto riguarda l'indagine sulla fiducia dei consumatori e per quanto riguarda le indagini sulla fiducia delle imprese manifatturiere e dei servizi di mercato.

Tempestività

Le stime mensili sono diffuse entro la fine dello stesso mese di riferimento dei dati, in forma definitiva. Sono pubblicate anche dalla Commissione Europea nel data base dedicato alle indagini sulla fiducia (link: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/indicators-statistics/economic-databases/business-and-consumer-surveys/download-business-and-consumer-survey-data/time-series_en).

Diffusione

I dati mensili sia destagionalizzati sia non destagionalizzati sono disponibili su [I.Stat](#), il data warehouse dell'Istat. In particolare, per l'indagine sulla fiducia dei consumatori i dati sono disponibili alla sezione "Condizioni economiche delle famiglie e disuguaglianze/Fiducia dei consumatori"; con riferimento all'indagine sul settore manifatturiero e a quella sul settore delle costruzioni i dati sono disponibili, rispettivamente, alle sezioni "Industria e costruzioni/fiducia delle imprese manifatturiere" e "Industria e costruzioni/fiducia delle imprese di costruzione". Per l'indagine sui servizi e sul commercio al dettaglio le sezioni sono, rispettivamente, "servizi/fiducia delle imprese dei servizi" e "Servizi/fiducia delle imprese del commercio".

La disponibilità delle serie storiche dei saldi e degli indici di fiducia relative alle indagini sulla fiducia (lunghezza della serie storica, disaggregazioni etc.) varia per ogni indagine. Di seguito, per ogni indagine, le disponibilità delle principali variabili diffuse in I.stat.

Indagine sulla fiducia dei consumatori. Climi di fiducia grezzi: da gennaio 1995 per totale Italia e per ripartizione territoriale; climi di fiducia destagionalizzati: da gennaio 1995 per totale Italia e per ripartizione territoriale; saldi mensili grezzi: da gennaio 1982 per il totale e da gennaio 1995 per ripartizione territoriale; saldi mensili destagionalizzati: da gennaio 1995 per il totale Italia; saldi mensili grezzi disaggregati per classi di età o per sesso o per livello di istruzione o per condizione professionale: da gennaio 1995 per il totale Italia; opzioni di risposta per domande mensili: dati grezzi da gennaio 1982 per totale Italia; domande trimestrali relative alle previsioni di spesa: dati grezzi da gennaio 2006 per totale Italia; domande mensili relative alle previsioni di spesa: dati grezzi da gennaio 1995 a dicembre 2010 per totale Italia.

Indagine sulla fiducia delle imprese manifatturiere. Serie grezze: dal 1986; dal 1991 per le ripartizioni geografiche; serie destagionalizzate: dal 2000. Le variabili trimestrali sulle imprese esportatrici e sulla capacità produttiva sono diffuse grezze a partire rispettivamente dal quarto trimestre del 1985 e dal primo trimestre del 1986; le relative serie destagionalizzate sono diffuse a partire dal primo trimestre del 2000. Le serie grezze riguardanti l'accesso al credito sono disponibili a partire dall'agosto 2009 fino al settembre 2015 su base mensile; a partire dal mese di ottobre 2015, le stesse sono disponibili su base trimestrale.

Indagine sulla fiducia delle imprese di costruzione. Serie grezze: dal 1985; serie destagionalizzate: dal 2000. La serie del clima grezzo è disponibile per il totale e per i tre settori economici corrispondenti alle tre divisioni dell'Ateco 2007 (41: costruzione di edifici, 42: ingegneria civile e 43: lavori di costruzione specializzati); inoltre i saldi e i climi relativi ai suddetti settori economici così come la variabile rilevata trimestralmente sulla durata di attività garantita dai lavori in corso o da eseguire (in mesi) sono disponibili solo in termini grezzi, in quanto non risultano affetti da stagionalità. Da maggio 2009 fino a settembre 2015 le serie grezze delle variabili riguardanti l'accesso al credito sono disponibili su base mensile; a partire dal mese di ottobre 2015, le stesse sono disponibili su base trimestrale.

Indagine sulla fiducia delle imprese dei servizi. Climi (sia grezzi sia destagionalizzati): da marzo 2005; serie grezze dei saldi e delle frequenze: dal 2003; serie destagionalizzate dei saldi e delle frequenze: dal 2003. La variabile mensile "Andamento generale dell'azienda" è rilevata dal marzo 2005; la variabile trimestrale "Grado di utilizzo nel settore dei servizi" è disponibile a partire dal primo trimestre 2010. Le serie grezze riguardanti l'accesso al credito sono disponibili a partire dall'agosto 2009 fino al settembre 2015 su base mensile; a partire dal mese di ottobre 2015, le stesse sono disponibili su base trimestrale.

Indagine sulla fiducia delle imprese del commercio al dettaglio. Serie grezze per l'intero comparto e per divisione Ateco 2007 (45: commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e

motocicli, 47: commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli): dal 1986, su base bimestrale; dal 1992, su base mensile. Serie grezze e destagionalizzate per tipologia distributiva (grande distribuzione e imprese operanti su piccole superfici): dal 2003. La variabile “Attese a tre mesi sul livello dei prezzi di vendita” è rilevata a partire da novembre 2003. Le serie grezze e destagionalizzate di tale variabile sono quindi diffuse solo a partire da tale data. Le serie grezze riguardanti l’accesso al credito sono disponibili a partire dall’agosto 2009 fino al settembre 2015 su base mensile; a partire dal mese di ottobre 2015, le stesse sono disponibili su base trimestrale.

Per lo IESI, è disponibile la serie storica del clima di fiducia delle imprese italiane a partire da marzo 2005.