

Novembre 2020

## FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

- A novembre 2020 si stima una diminuzione sia dell'indice del clima di fiducia dei consumatori (da 101,7 a 98,1) sia dell'indice composito<sup>1</sup> del clima di fiducia delle imprese che cade da 92,2 a 82,8 per effetto soprattutto del forte peggioramento dei servizi di mercato.
- Tutte le componenti del clima di fiducia dei consumatori sono in calo anche se con intensità differenziate. Il clima economico e il clima futuro registrano le flessioni maggiori, passando, rispettivamente, da 87,2 a 79,3 e da 104,0 a 98,8. Il clima personale scende da 106,4 a 104,7 e quello corrente diminuisce da 99,9 a 97,4.
- Guardando alle imprese, il peggioramento della fiducia è diffuso a tutti i settori: l'industria e il commercio al dettaglio registrano cali più contenuti mentre si evidenzia un crollo dell'indice relativo ai servizi di mercato. In particolare, nel settore manifatturiero l'indice scende da 94,7 a 90,2 e nelle costruzioni cala da 142,5 a 136,8. Nel commercio al dettaglio l'indice diminuisce da 98,9 a 95,2 mentre nei servizi di mercato cade da 87,5 a 74,7.
- Con riferimento alle componenti dell'indice di fiducia, nell'industria manifatturiera e nelle costruzioni tutte le componenti sono in peggioramento.
- Nei servizi di mercato si registra un diffuso e marcato peggioramento dei giudizi sia sugli ordini sia sull'andamento degli affari; le attese sugli ordini subiscono un forte ridimensionamento contribuendo in modo considerevole alla caduta dell'indice di fiducia. Nel commercio al dettaglio, la diminuzione dell'indice è dovuta al forte calo delle aspettative sulle vendite future; invece, i giudizi sulle vendite recuperano e il saldo delle scorte di magazzino è in diminuzione. A livello di circuito distributivo, la fiducia aumenta nella grande distribuzione mentre è in marcata flessione nella distribuzione tradizionale.



### Il commento

Il peggioramento dell'emergenza sanitaria ha influenzato la fiducia sia delle imprese sia dei consumatori. Con riferimento alle imprese, l'impatto negativo è ampio per il settore dei servizi, dove si registrano giudizi estremamente negativi e una caduta delle aspettative, soprattutto nel comparto turistico. Per l'industria e il commercio al dettaglio l'effetto è più contenuto.

Per quanto attiene ai consumatori, la situazione emergenziale ha influito sulle opinioni relative alla situazione economica del Paese, ivi compresa la disoccupazione, che sono in deciso peggioramento rispetto al mese scorso.

### PROSSIMA DIFFUSIONE

23 dicembre 2020



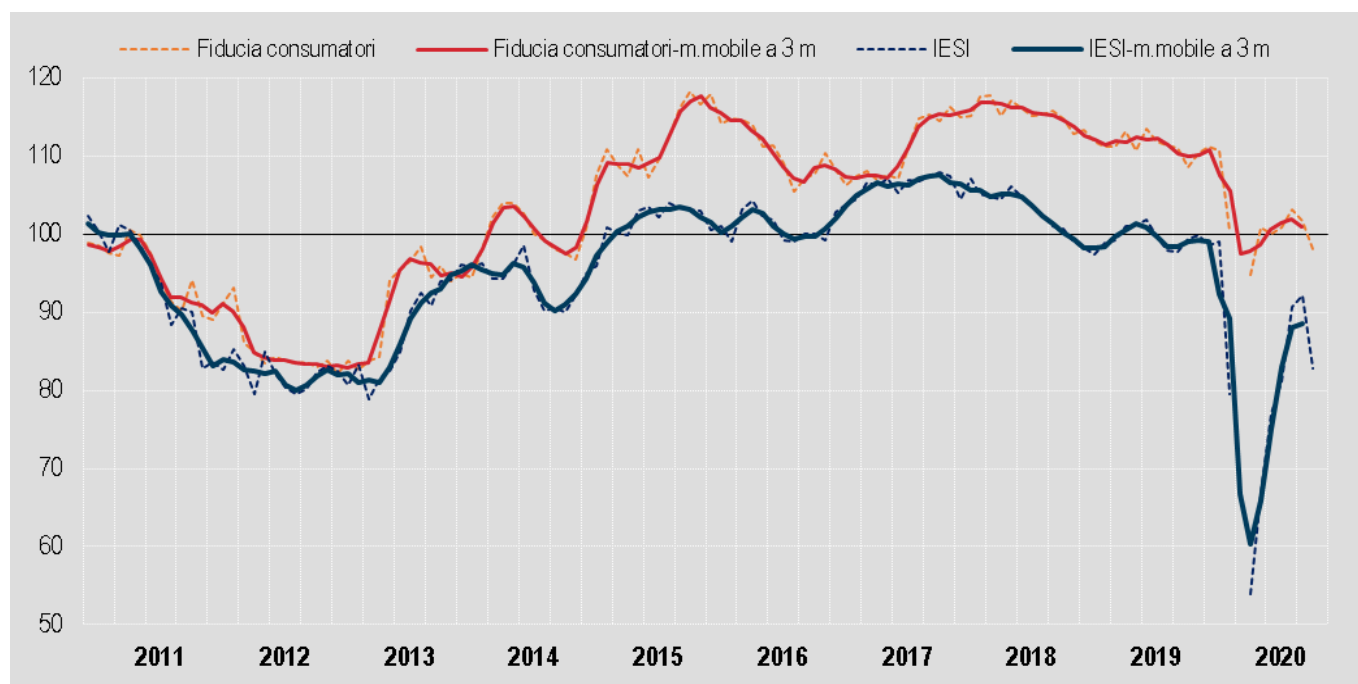
### Link utili

<http://dati.istat.it/><http://www.istat.it/it/congiuntura>

<sup>1</sup> Per una corretta interpretazione dell'andamento dell'indice composito (lesi) rispetto alle dinamiche settoriali si rimanda alla nota metodologica.

**FIGURA 1. INDICI DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE ITALIANE (IESI)**

Gennaio 2011 – novembre 2020, indici destagionalizzati mensili e media mobile a 3 mesi (base 2010=100)



**PROSPETTO 1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI ITALIANI E COMPONENTI**

Luglio – novembre 2020, indici (base 2010=100) e saldi ponderati destagionalizzati

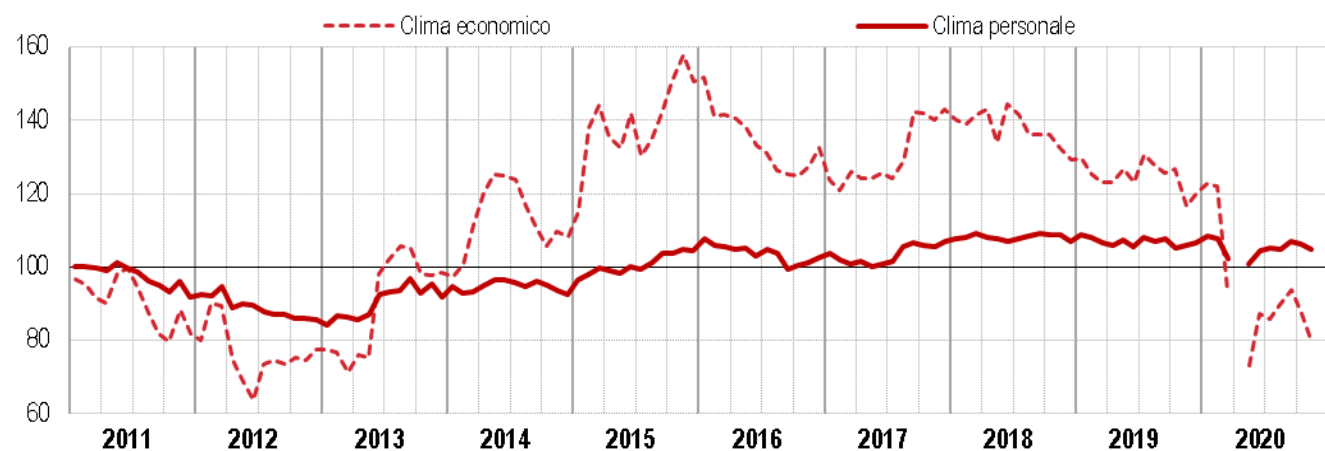
	2020				
	lug	ago	set	ott	nov
	<b>INDICI</b>				
<b>CLIMA DI FIDUCIA (a)</b>	<b>100,1</b>	<b>100,8</b>	<b>103,1</b>	<b>101,7</b>	<b>98,1</b>
Clima economico	85,9	89,8	93,9	87,2	79,3
Clima personale (b)	105,2	104,9	107,1	106,4	104,7
Clima corrente (b)	97,3	98,1	100,2	99,9	97,4
Clima futuro	104,3	105,2	108,8	104,0	98,8
	<b>SALDI</b>				
<b>COMPONENTI</b>					
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-142,1	-142,4	-142,4	-140,3	-140,6
Attese sulla situazione economica dell'Italia	-31,5	-20,7	-17,1	-26,8	-46,2
Attese sulla disoccupazione	+91,4	+86,7	+74,2	+93,4	+105,5
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-34,0	-34,8	-36,7	-34,4	-31,4
Attese sulla situazione economica della famiglia (b)	-9,7	-7,5	-7,0	-8,4	-13,6
Giudizi sul bilancio familiare	+16,2	+8,5	+15,2	+15,7	+16,2
Opportunità attuale del risparmio (b)	+138,1	+145,1	+144,0	+145,1	+142,5
Possibilità future di risparmio (b)	-16,8	-28,5	-17,5	-24,0	-19,3
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli (b)	-67,8	-61,7	-53,2	-53,2	-72,3

(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.

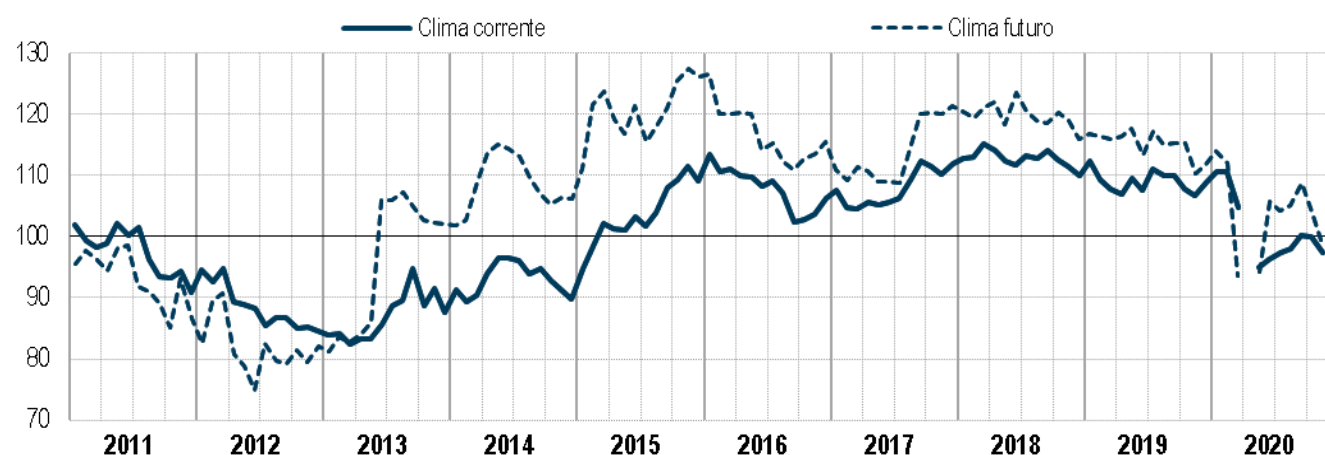
**FIGURA 2. CLIMA ECONOMICO E PERSONALE**

Gennaio 2011 – novembre 2020, indici destagionalizzati (base 2010=100)



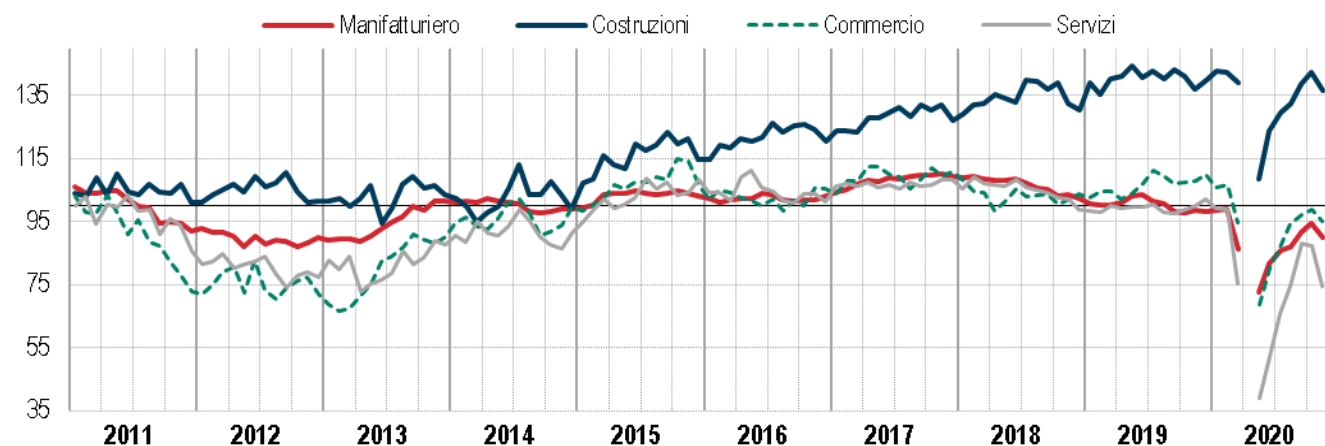
**FIGURA 3. CLIMA CORRENTE E FUTURO**

Gennaio 2011 – novembre 2020, indici destagionalizzati (base 2010=100)



**FIGURA 4. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA**

Gennaio 2011 – novembre 2020, indici destagionalizzati (base 2010=100)



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

Luglio 2020 – novembre 2020, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2020				
	lug	ago	set	ott	nov
<b>INDUSTRIA MANIFATTURIERA</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	86,0	87,0	91,8	94,7	90,2
<b>SALDI</b>					
Giudizi sugli ordini	-45,9	-40,1	-34,3	-26,7	-28,8
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	+5,7	+7,6	+4,0	+2,6	+3,1
Attese di produzione	-3,1	-4,1	+0,1	-0,6	-10,7
<b>BENI DI CONSUMO</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	87,0	86,2	88,9	90,6	86,0
<b>SALDI</b>					
Giudizi sugli ordini	-34,0	-31,4	-28,6	-25,0	-29,3
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	+6,0	+8,5	+6,7	+5,0	+3,7
Attese di produzione	-6,8	-9,0	-5,7	-6,2	-16,5
<b>BENI INTERMEDI</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	81,3	85,0	90,0	94,8	91,7
<b>SALDI</b>					
Giudizi sugli ordini	-54,5	-43,6	-36,6	-25,6	-25,8
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	+5,7	+7,5	+3,9	+1,9	+0,5
Attese di produzione	-2,6	-1,0	+3,1	+4,0	-6,0
<b>BENI STRUMENTALI</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	91,2	90,1	98,7	101,1	93,4
<b>SALDI</b>					
Giudizi sugli ordini	-46,0	-43,5	-34,8	-26,9	-28,9
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti (a)	+6,1	+8,1	+0,9	+1,3	+6,0
Attese di produzione	+0,9	-2,7	+5,0	+4,0	-10,4

(a) Serie non affetta da stagionalità

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

Luglio 2020 – novembre 2020, indici (base 2010=100) e saldi

	2020				
	lug	ago	set	ott	nov
<b>COSTRUZIONI</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	129,7	132,6	138,6	142,5	136,8
<b>SALDI</b>					
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione	-24,3	-25,7	-18,6	-15,0	-17,2
Attese sull'occupazione	-4,4	+1,0	+1,7	+3,2	-2,1
<b>COSTRUZIONE DI EDIFICI</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	126,1	128,2	136,6	136,5	133,5
<b>SALDI</b>					
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione	-24,6	-29,9	-18,6	-20,4	-16,5
Attese occupazione	-5,4	+2,6	+2,7	+4,3	-3,6
<b>INGEGNERIA CIVILE</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	125,4	129,8	128,7	124,9	122,5
<b>SALDI</b>					
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione	-15,5	-9,8	-7,4	-6,5	-8,8
Attese occupazione	+5,9	+7,0	+2,9	-3,8	-5,1
<b>LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	131,5	134,5	141,0	149,4	141,3
<b>SALDI</b>					
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione	-26,3	-27,4	-21,4	-14,2	-19,6
Attese occupazione	-6,3	-1,5	+0,8	+4,3	-0,6

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

Luglio 2020 – novembre 2020, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2020				
	lug	ago	set	ott	nov
<b>SERVIZI DI MERCATO</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	66,0	74,7	88,3	87,5	74,7
<b>SALDI</b>					
Giudizi ordini	-49,0	-30,1	-10,4	-9,3	-19,3
Giudizi andamento degli affari	-47,3	-33,6	-12,6	-10,8	-22,7
Attese ordini	+1,6	-3,9	-2,4	-7,7	-25,8
<b>TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia (a)	69,8	81,4	101,7	100,7	87,2
<b>SALDI</b>					
Giudizi ordini (a)	-60,2	-37,3	-7,1	-3,3	-2,1
Giudizi andamento degli affari (a)	-60,9	-41,0	-8,3	-3,3	-6,4
Attese ordini (a)	+32,3	+24,7	+23,3	+11,5	-27,5
<b>SERVIZI TURISTICI</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	41,1	60,6	84,9	67,0	37,8
<b>SALDI</b>					
Giudizi ordini	-79,8	-47,5	-14,2	-28,3	-69,8
Giudizi andamento degli affari	-75,1	-48,6	-11,2	-35,9	-68,4
Attese ordini	-24,8	-26,3	-25,9	-39,5	-51,1
<b>INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	84,9	85,4	90,4	88,9	85,3
<b>SALDI</b>					
Giudizi ordini (a)	-9,4	-1,2	+5,8	1,6	-3,6
Giudizi andamento degli affari (a)	-15,4	-10,2	-0,5	-1,2	-3,8
Attese ordini	+11,0	-0,6	-0,5	-0,6	-5,0
<b>SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI</b>					
<b>INDICI</b>					
Clima di fiducia	61,5	69,4	77,7	82,3	69,8
<b>SALDI</b>					
Giudizi ordini (a)	-49,6	-33,2	-23,0	-14,3	-23,9
Giudizi andamento degli affari	-47,2	-35,9	-23,0	-12,7	-25,1
Attese ordini	-13,6	-17,0	-14,5	-19,4	-35,8

(a) Serie non affetta da stagionalità

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

Luglio 2020 – novembre 2020, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2020				
	lug	ago	set	ott	nov
<b>COMMERCIO</b>					
	<b>INDICI</b>				
Clima di fiducia	87.1	94.3	97.3	98.9	95.2
	<b>SALDI</b>				
Giudizi vendite	-34.3	-23.7	-2.7	-0.5	+10.4
Giudizi scorte	+14.6	+5.3	+8.9	+10.1	+7.4
Attese vendite	+16.2	+18.6	+10.4	+14.3	-10.8
<b>GRANDE DISTRIBUZIONE</b>					
	<b>INDICI</b>				
Clima di fiducia	89.4	98.7	97.6	96.8	102.1
	<b>SALDI</b>				
Giudizi vendite	-28.7	-11.1	+5.8	+1.2	+29.0
Giudizi scorte (a)	+14.1	+3.2	+9.0	+11.3	+4.8
Attese vendite	+26.9	+28.0	+13.2	+17.8	+0.2
<b>DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE</b>					
	<b>INDICI</b>				
Clima di fiducia	79.7	82.0	96.3	103.8	78.8
	<b>SALDI</b>				
Giudizi vendite	-48.6	-55.1	-22.9	-3.5	-31.1
Giudizi scorte	+18.7	+11.3	+9.6	+10.0	+12.8
Attese vendite	-7.8	-2.2	+4.2	+6.4	-33.7

(a) Serie non affetta da stagionalità

**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 - Iesi):** 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 della manifattura:** i settori della manifattura coperti dall'indagine, con i relativi codici della [classificazione Ateco 2007](#), sono i seguenti: le Industrie alimentari (10), Industria delle bevande (11), Industrie del tabacco (12), Industrie tessili (13), Confezioni di articoli di abbigliamento; confezioni di articoli in pelle e pelliccia (14), Fabbricazione di articoli in pelle e simili (15), Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio (16), Fabbricazione di carta e di prodotti di carta (17), Stampa e riproduzione di supporti registrati (18), Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio (19), Fabbricazione di prodotti chimici (20), Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici (21), Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche (22), Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (23), Metallurgia (24), Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature) (25), Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali,



apparecchi di misurazione e di orologi (26), Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche (27), Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca (28), Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi (29), Fabbricazione di altri mezzi di trasporto (30), Fabbricazione di mobili (31), Altre industrie manifatturiere (32), Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature (33).

**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). Nell'ambito della divisione 47, sono esclusi dal campo di osservazione dell'indagine i seguenti gruppi: commercio al dettaglio ambulante (47,8) e commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati (47,9).

## 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.

## 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/019/2020/Sl.824991), 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. 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, aggiornamento 2018-2019) approvato con DPR del 20 maggio 2019, pubblicato nel Supplemento Ordinario n. 30 alla Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 165 del 16 luglio 2019.

## 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 teorico, 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 allocatione 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, il numero delle unità è allocato sulla base del criterio *Robust Optimal Allocation with Uniform Stratum Threshold* (ROAUST)<sup>2</sup>.

*Indagine sulla fiducia delle imprese manifatturiere* - L'indagine sulla fiducia delle imprese manifatturiere viene svolta mensilmente dal 1962 su un panel di circa 4,000 imprese. Alla luce degli aggiornamenti metodologici introdotti nel giugno 2013, la rilevazione utilizza un campione teorico 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 di circa 700 imprese. Il campione teorico 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 panel di circa 2,000 imprese del settore. Il campione teorico 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 teorico 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 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,

<sup>2</sup> 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.

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://siqual.istat.it/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). A partire da 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.

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](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:

$$\text{saldo} = \text{fr}("++") \cdot w_1 + \text{fr}("+") \cdot w_2 + \text{fr}("=") \cdot w_3 - \text{fr}("-") \cdot w_4 - \text{fr}("--") \cdot w_5$$

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.

$w_1, \dots, w_5$  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:

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

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

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

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, 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. 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 (saldo inserito con segno inverso), 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 (inserito con segno inverso), 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 l’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 (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 ulteriori dettagli sulla revisione dei dati consultare la [sezione dedicata](#), in particolare la scheda <https://www.istat.it/it/files/2016/07/scheda-ClimaFiducia.pdf>.

## 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](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 per acquisto autovettura, acquisto abitazione, manutenzione abitazione: dati grezzi da gennaio 2006 per totale Italia; domande mensili relative alle previsioni di spesa per acquisto autovettura, acquisto abitazione, manutenzione abitazione: dati grezzi da gennaio 1995 a dicembre 2005 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 serie destagionalizzate 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 sono disponibili 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 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.

## La gestione degli effetti dell'emergenza sanitaria sulle rilevazioni

L'emergenza sanitaria Covid-19 non ha determinato particolari criticità nel periodo di conduzione della raccolta dei dati effettuata dal 2 al 19 novembre 2020. Complessivamente, le indagini hanno incontrato la fattiva collaborazione sia degli individui sia delle imprese coinvolti nelle diverse rilevazioni.

Con riferimento alla procedura di destagionalizzazione utilizzata per trattare gli indicatori usualmente diffusi, al fine di gestire le eccezionali variazioni registrate dal mese di marzo 2020, si è proceduto a rivedere i modelli di destagionalizzazione, prendendo in considerazione le indicazioni contenute nelle linee guida diffuse da Eurostat, disponibili all'URL:

[https://ec.europa.eu/eurostat/documents/10186/10693286/Time\\_series\\_treatment\\_guidance.pdf](https://ec.europa.eu/eurostat/documents/10186/10693286/Time_series_treatment_guidance.pdf)

Pertanto, nelle serie storiche si è tenuto conto – a partire da marzo – sia del dato mancante di aprile 2020 sia dell'ampiezza inusuale delle variazioni dei dati grezzi inserendo nei modelli statistici di destagionalizzazione, ove statisticamente significativi, regressori aggiuntivi (cosiddetti valori anomali additivi). Tale procedura, che tende a rendere minime, al momento, le revisioni dei valori passati delle serie destagionalizzate, è stata mantenuta fino allo scorso mese di luglio. Non appena le informazioni disponibili consentiranno una valutazione complessiva della fase di accresciuta variabilità degli indicatori, si procederà a una eventuale revisione/modifica dei modelli di destagionalizzazione. In quella circostanza potranno emergere revisioni dei dati destagionalizzati già diffusi più ampie di quelle usuali.

## Per chiarimenti tecnici e metodologici

**Luciana Crosilla**

tel. 06 4673.6440

[lcrosilla@istat.it](mailto:lcrosilla@istat.it)