

Marzo 2011

FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI E DEL COMMERCIO

■ Nel mese di marzo 2011 l'indice del clima di fiducia scende sia per le imprese dei servizi sia, in misura più limitata, per quelle del commercio.

■ L'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese dei servizi di mercato scende da 99,6 di febbraio a 97,9 a marzo.

■ In particolare, peggiorano significativamente i giudizi sugli ordini e diminuiscono le attese sull'andamento dell'economia italiana.

■ Migliorano, invece, le attese sugli ordini, i giudizi e le attese sull'occupazione, mentre si deteriorano i giudizi sull'andamento degli affari e crescono le attese di aumento dei prezzi di vendita.

■ L'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese del commercio scende leggermente, passando da 100,9 di febbraio a 100,4 a marzo.

■ Peggiorano lievemente i giudizi sulle vendite correnti e aumenta in misura limitata il saldo dei giudizi relativi al livello delle scorte di magazzino; sono stabili le attese sulle vendite.

■ L'indicatore aumenta nella distribuzione tradizionale (da 104,9 a 107,6) e cala, invece, nella grande distribuzione (da 99,2 a 95,0).

Prossima diffusione: 28 Aprile 2011

PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2010		2011		
	nov	dic	gen	feb	mar
CLIMA DI FIDUCIA	99,6	95,7	98,5	99,6	97,9
Giudizi ordini	-1	-8	-4	-5	-11
Attese ordini	3	1	6	3	4
Attese economia	-16	-17	-18	-10	-11

CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI

Gennaio 2005-marzo 2011, dati destagionalizzati, indici base 2005=100



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO

Gennaio 2005-marzo 2011, dati destagionalizzati, indici base 2005=100



PROSPETTO 2. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2010		2011		
	nov	dic	gen	feb	mar
CLIMA DI FIDUCIA	102,3	106,4	99,6	100,9	100,4
Giudizi vendite	-12	-9	-14	-14	-15
Attese vendite	11	19	8	12	12
Giudizi scorte	5	4	8	8	9

La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio settoriale

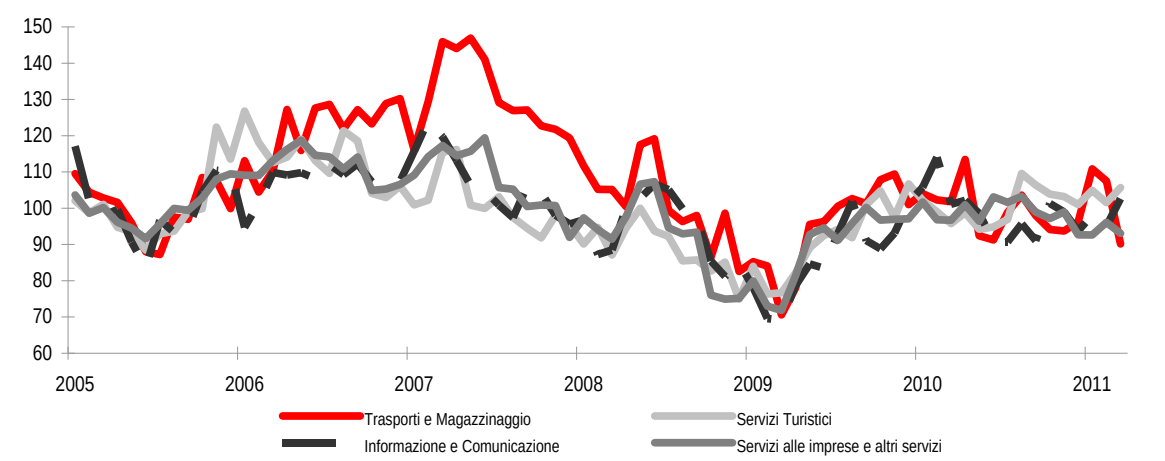
La fiducia scende nei trasporti e magazzinaggio e nei servizi alle imprese e altri servizi: i rispettivi indici diminuiscono da 107,5 di febbraio a 90,2 a marzo e da 96,1 a 93,1. L'indice sale, invece, nei servizi turistici (da 101,5 a 105,7) e nei settori dei servizi di informazione (da 95,0 a 102,6).

I saldi dei giudizi e delle attese sugli ordini scendono nei trasporti e magazzinaggio e nei servizi alle imprese, aumentano, per contro, nei servizi turistici e in quelli di informazione. Le attese sulla situazione generale del paese migliorano nettamente nei servizi di informazione e comunicazione (il saldo sale da -10 a 17) e nei servizi turistici (da -5 a 0), ma peggiorano nei trasporti e magazzinaggio (da 0 a -36) e nei servizi alle imprese e altri servizi (da -21 a -24).

PROSPETTO 3. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI PER SETTORE
Novembre 2010-marzo 2011, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2010			2011	
	nov	dic	gen	feb	mar
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO					
CLIMA DI FIDUCIA	93,7	96,2	110,8	107,5	90,2
Giudizi ordini	-7	-3	5	-6	-15
Attese ordini	3	3	22	6	2
Attese economia	-35	32	-18	0	-36
SEVIZI TURISTICI					
CLIMA DI FIDUCIA	103,2	101,0	105,0	101,5	105,7
Giudizi ordini	-1	-5	0	-1	0
Attese ordini	11	5	13	5	11
Attese economia	-4	-3	-4	-5	0
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
CLIMA DI FIDUCIA	99,0	93,7	98,1	95,0	102,6
Giudizi ordini	7	-4	-2	5	-1
Attese ordini	7	5	15	-1	2
Attese economia	-7	-11	-9	-10	17
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
CLIMA DI FIDUCIA	99,0	92,7	92,6	96,1	93,1
Giudizi ordini	-1	-9	-8	-9	-14
Attese ordini	0	-1	-1	3	2
Attese economia	-19	-27	-29	-21	-24

FIGURA 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI: DETTAGLIO SETTORIALE
Gennaio 2005-marzo 2011, indice destagionalizzato (base 2005=100)



La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio territoriale

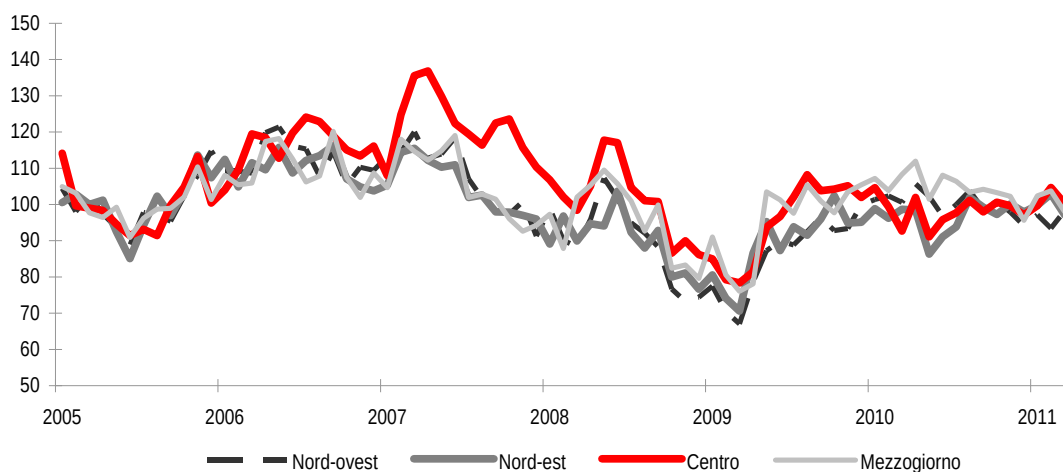
L'indice della fiducia dei servizi peggiora nel Nord-est (da 102,9 di febbraio a 97,2 a marzo), nel Centro (da 104,7 a 100,3) e nel Mezzogiorno (da 103,8 a 98,0), mentre migliora nel Nord-ovest (da 93,4 a 98,2).

I giudizi sugli ordini peggiorano in tutte le ripartizioni, e specialmente nel Nord-est, le attese sugli ordini migliorano solo nel Nord-ovest. Le attese circa l'andamento dell'economia in generale migliorano nelle due ripartizioni settentrionali e nel Centro e peggiorano nel Mezzogiorno.

PROSPETTO 4. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI PER RIPARTIZIONE GEOGRAFICA
Novembre 2010-marzo 2011, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2010			2011	
	nov	dic	gen	feb	mar
Nord-ovest					
CLIMA DI FIDUCIA	97,9	94,1	97,1	93,4	98,2
Giudizi ordini	2	-7	0	-4	-8
Attese ordini	3	1	5	0	10
Attese economia	-20	-19	-21	-23	-15
Nord-est					
CLIMA DI FIDUCIA	100,1	97,9	99,8	102,9	97,2
Giudizi ordini	-1	-1	1	9	-4
Attese ordini	0	-1	5	5	0
Attese economia	-6	-11	-14	-13	-11
Centro					
CLIMA DI FIDUCIA	99,6	97,1	99,7	104,7	100,3
Giudizi ordini	-1	-6	-9	-6	-10
Attese ordini	4	3	8	1	-1
Attese economia	-20	-22	-16	2	4
Mezzogiorno					
CLIMA DI FIDUCIA	102,2	95,6	102,4	103,8	98
Giudizi ordini	-9	-16	-14	-19	-20
Attese ordini	13	7	10	17	11
Attese economia	-27	-33	-20	-18	-27

FIGURA 2. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI: DETTAGLIO TERRITORIALE
Gennaio 2005-marzo 2011, indice destagionalizzato (base 2005=100)



La fiducia delle imprese del commercio per tipologia distributiva

All'interno del commercio, l'indicatore di fiducia sale nella distribuzione tradizionale (da 104,9 di febbraio a 107,6 a marzo) e cala nella grande distribuzione (da 99,2 a 95,0). Nella distribuzione tradizionale recuperano i giudizi sulle vendite correnti e migliorano le attese su quelle future; sono stabili, invece, i giudizi sulle scorte di magazzino. Nella grande distribuzione peggiorano sia i giudizi, sia le attese sulle vendite e risultano in ulteriore risalita i giudizi sul livello delle scorte di magazzino.

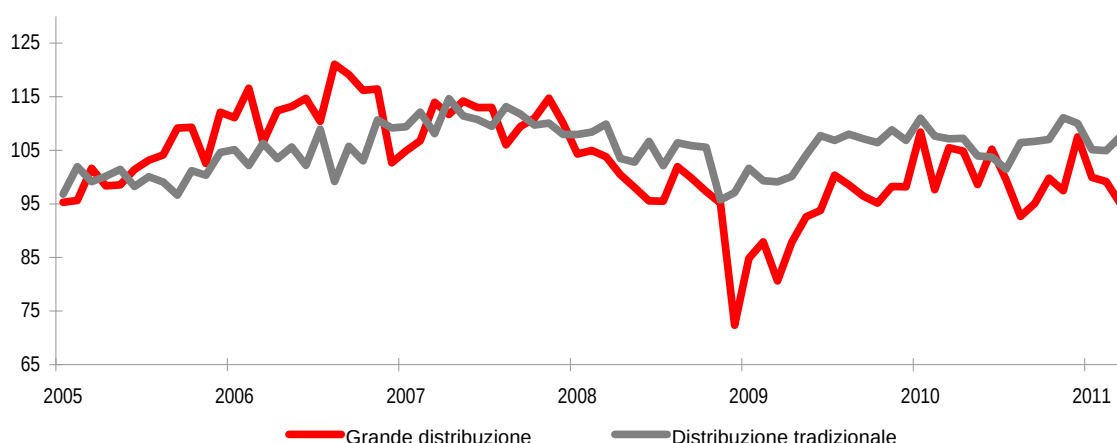
PROSPETTO 5. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI PER TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA

Novembre 2010-marzo 2011, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2010		2011		
	nov	dic	gen	feb	mar
GRANDE DISTRIBUZIONE					
CLIMA DI FIDUCIA	97,5	107,5	99,9	99,2	95,0
Giudizi vendite	-8	7	2	-6	-13
Attese vendite	10	21	10	17	14
Giudizi scorte	4	0	7	8	11
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
CLIMA DI FIDUCIA	111,1	110,0	105,1	104,9	107,6
Giudizi vendite	-17	-20	-20	-20	-18
Attese vendite	15	14	4	5	10
Giudizi scorte	6	5	8	9	9

FIGURA 3. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO: DETTAGLIO SETTORIALE

Gennaio 2005-marzo 2011, indice destagionalizzato (base 2005=100)



Glossario

Clima di fiducia dei servizi: l'indice del clima è costruito come media aritmetica semplice dei saldi delle domande sui giudizi e le attese degli ordini e sulla tendenza dell'economia.

Clima di fiducia del commercio: l'indice del clima di fiducia è costruito come media aritmetica semplice dei saldi destagionalizzati (TRAMO-SEATS) di tre domande: giudizi sulle vendite; attese a tre mesi sulle vendite; giudizi sulle scorte (con il segno invertito).

Ripartizioni: comprendono, rispettivamente, le seguenti regioni:

Nord-ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria e Lombardia;

Nord-est: Emilia-Romagna, Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia;

Centro: Toscana, Marche, Umbria e Lazio;

Mezzogiorno: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna.

Saldi: per ogni domanda i risultati sono espressi in termini di frequenze percentuali relative delle singole modalità di risposta (in generale tre, ad esempio: "alto", "normale", "basso"). Indicazioni quantitative sintetiche dei fenomeni osservati sono espresse dai saldi, che consistono nelle differenze fra le modalità favorevoli e sfavorevoli. La modalità centrale (invarianza, stazionarietà) non viene considerata nel calcolo.

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

Servizi alle imprese e altri servizi, che comprendono 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), 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);

Trasporto e magazzinaggio che comprende 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 che comprende 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 dove sono considerati 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).

Tipologia distributiva delle imprese del commercio

Grande distribuzione: le 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 uguale o superiore ai 400 mq.

Distribuzione tradizionale: le imprese che si configurano come punti di vendita specializzati non appartenenti alla grande distribuzione, caratterizzati da una superficie di vendita inferiore ai 400 mq. Gli esercizi che attuano in prevalenza vendita di prodotti alimentari possono avere una superficie di vendita inferiore ai 250 mq.