

Ottobre 2011

## FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI E DEL COMMERCIO

■ Nel mese di ottobre 2011 l'indice destagionalizzato del clima di fiducia sale nelle imprese dei servizi, ma scende in quelle del commercio al dettaglio. In particolare, l'indice aumenta da 82,6 a 87,3 per le prime e diminuisce da 94,0 a 92,3 per le seconde.

■ Nei servizi migliorano le attese sull'andamento dell'economia italiana e i giudizi sugli ordini, mentre peggiorano le attese sul livello degli ordini.

■ Migliorano i giudizi sull'occupazione e sull'andamento degli affari e recuperano le attese sul mercato del lavoro; sale il saldo delle attese sulla dinamica dei prezzi di vendita.

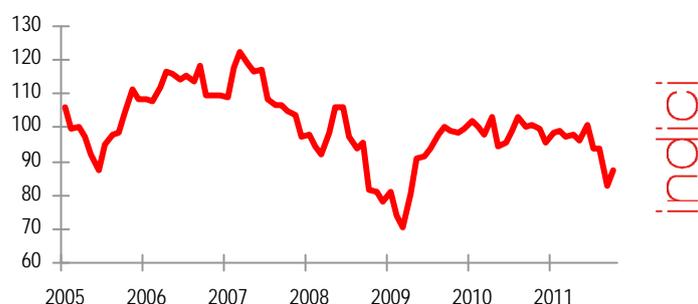
■ Nel commercio l'indicatore scende sia nella grande distribuzione (da 93,0 a 89,8), sia in quella tradizionale (da 97,4 a 96,1).

■ Nel complesso, peggiorano i giudizi e le attese sulle vendite e sono giudicate in diminuzione le scorte di magazzino.

Prossima diffusione 28 novembre 2011

### CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI

Gen. 2005-Ott. 2011, dati destagionalizzati, indici base 2005=100



### CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO

Gen. 2005-Ott. 2011, dati destagionalizzati, indici base 2005=100



#### PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011				
	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>100,6</b>	<b>93,9</b>	<b>94,0</b>	<b>82,6</b>	<b>87,3</b>
Giudizi ordini	2	-8	-3	-9	-2
Attese ordini	6	1	3	-5	-11
Attese economia	-18	-22	-29	-48	-35

#### PROSPETTO 2. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011				
	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>98,2</b>	<b>101,7</b>	<b>96,6</b>	<b>94,0</b>	<b>92,3</b>
Giudizi vendite	-14	-12	-17	-20	-26
Attese vendite	7	10	4	3	1
Giudizi scorte	11	6	9	12	10

### La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio settoriale

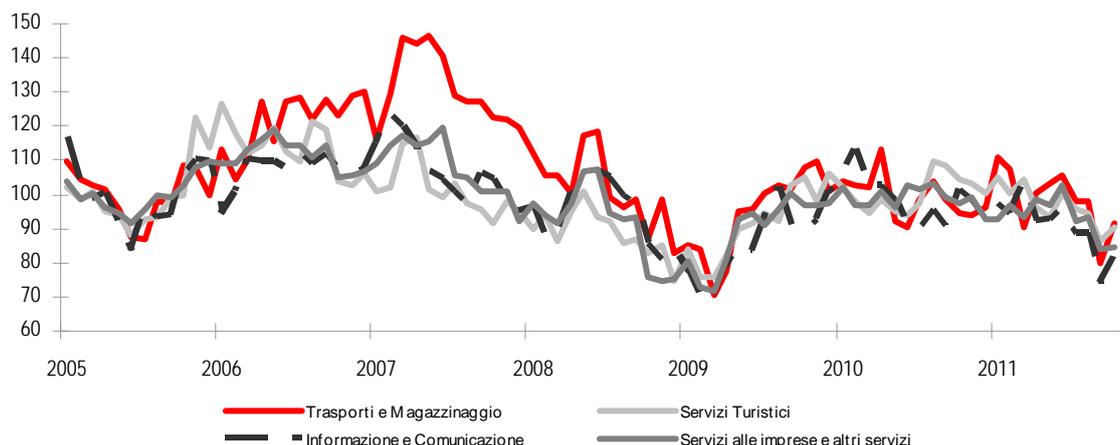
Ad ottobre, la fiducia delle imprese dei servizi migliora in tutti i settori, passando da 80,0 a 91,8 nei trasporti e magazzinaggio, da 86,4 a 90,3 nei servizi turistici, da 73,8 a 81,5 in quelli di informazione e comunicazione e da 83,9 a 84,3 nei servizi alle imprese e altri servizi.

Solo nel settore dei servizi turistici si registra un aumento del saldo di tutte le principali variabili rilevate nell'indagine. Gli altri settori sono caratterizzati da risultati eterogenei; in particolare, nei servizi di informazione e comunicazione migliorano sensibilmente le attese sull'andamento dell'economia in generale (da -70 a -34) mentre peggiorano, in misura più rilevante rispetto agli altri settori, quelle relative agli ordini (da 7 a -12). I giudizi sugli ordini recuperano dovunque, tranne che nei servizi alle imprese e altri servizi (da -12 a -13).

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

	2011				
	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott
<b>TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>105,4</b>	<b>97,7</b>	<b>97,7</b>	<b>80,0</b>	<b>91,8</b>
Giudizi ordini	-1	-12	-2	-10	16
Attese ordini	5	-8	2	-32	-34
Attese economia	-10	-8	-28	-35	-26
<b>SERVIZI TURISTICI</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>100,2</b>	<b>95,4</b>	<b>94,3</b>	<b>86,4</b>	<b>90,3</b>
Giudizi ordini	0	4	-3	-11	-5
Attese ordini	8	-2	8	4	8
Attese economia	-12	-21	-26	-39	-36
<b>INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>95,5</b>	<b>88,8</b>	<b>88,7</b>	<b>73,8</b>	<b>81,5</b>
Giudizi ordini	5	-6	1	-8	-2
Attese ordini	9	12	1	7	-12
Attese economia	-18	-30	-28	-70	-34
<b>SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>102,6</b>	<b>92,2</b>	<b>93,6</b>	<b>83,9</b>	<b>84,3</b>
Giudizi ordini	-1	-13	-8	-12	-13
Attese ordini	4	-1	2	-6	-2
Attese economia	-13	-25	-29	-44	-46

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



## La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio territoriale

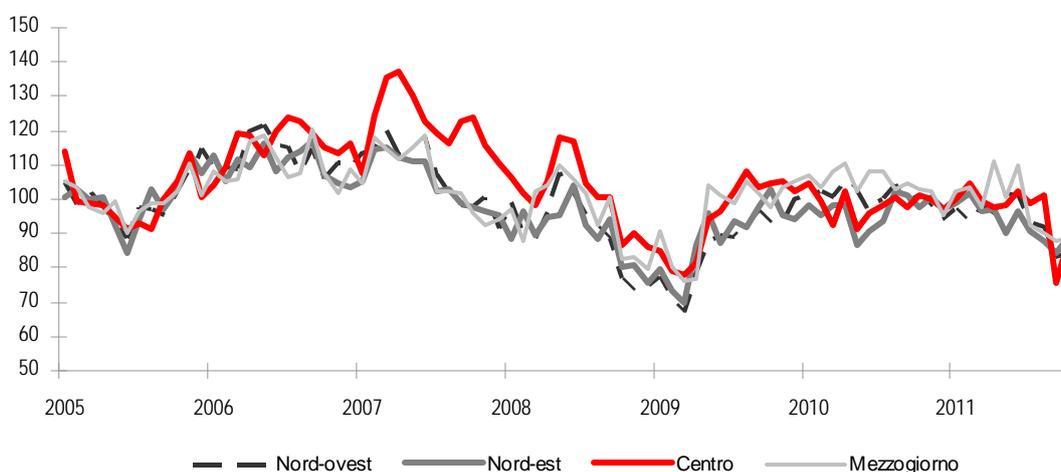
L'indice della fiducia dei servizi cresce in tutte le ripartizioni territoriali, salendo da 83,4 a 84,3 nel Nord-ovest, da 84,5 a 89,1 nel Nord-est, da 75,5 a 88,0 al Centro e da 87,7 a 89,1 nel Mezzogiorno.

I saldi dei giudizi sugli ordini migliorano al Nord e soprattutto al Centro (da -6 a 12 il saldo) ma peggiorano nel Mezzogiorno; le attese sugli ordini migliorano nel Nord-est e nel Mezzogiorno. Le attese circa l'andamento dell'economia in generale, pur rimanendo su livelli ancora molto negativi recuperano in tutte le ripartizioni e soprattutto nel Centro (dove il saldo passa da -60 a -35).

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

	2011				
	Giù	Lug	Ago	Sett	Ott
<b>Nord-ovest</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>101,1</b>	<b>93,3</b>	<b>92,0</b>	<b>83,4</b>	<b>84,3</b>
Giudizi ordini	0	-8	-6	-14	-8
Attese ordini	8	5	1	2	-6
Attese economia	-12	-25	-26	-44	-40
<b>Nord-est</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>96,5</b>	<b>90,7</b>	<b>87,8</b>	<b>84,5</b>	<b>89,1</b>
Giudizi ordini	0	-8	-5	-6	-1
Attese ordini	5	-2	-2	-3	3
Attese economia	-22	-25	-36	-44	-41
<b>Centro</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>102,2</b>	<b>99,0</b>	<b>101,3</b>	<b>75,5</b>	<b>88,0</b>
Giudizi ordini	4	-3	3	-6	12
Attese ordini	3	-2	9	-20	-26
Attese economia	-16	-14	-24	-60	-35
<b>Mezzogiorno</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>110,1</b>	<b>92,5</b>	<b>90,4</b>	<b>87,7</b>	<b>89,1</b>
Giudizi ordini	-3	-19	-16	-17	-22
Attese ordini	1	-8	5	-4	0
Attese economia	0	-23	-44	-41	-37

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



## Domande trimestrali: i fattori di ostacolo all'attività delle imprese di servizi

Nel terzo trimestre 2011, sale dal 37% al 46% la quota di imprese che percepisce l'esistenza di ostacoli all'attività produttiva: all'interno di tale gruppo, resta invariata all'82% la percentuale di imprese che denuncia l'esistenza di vincoli dal lato della domanda e diminuisce lievemente quella che segnala la presenza di vincoli finanziari (da 11% al 10%).

### PROSPETTO 5. OSTACOLI ALLA PRODUZIONE

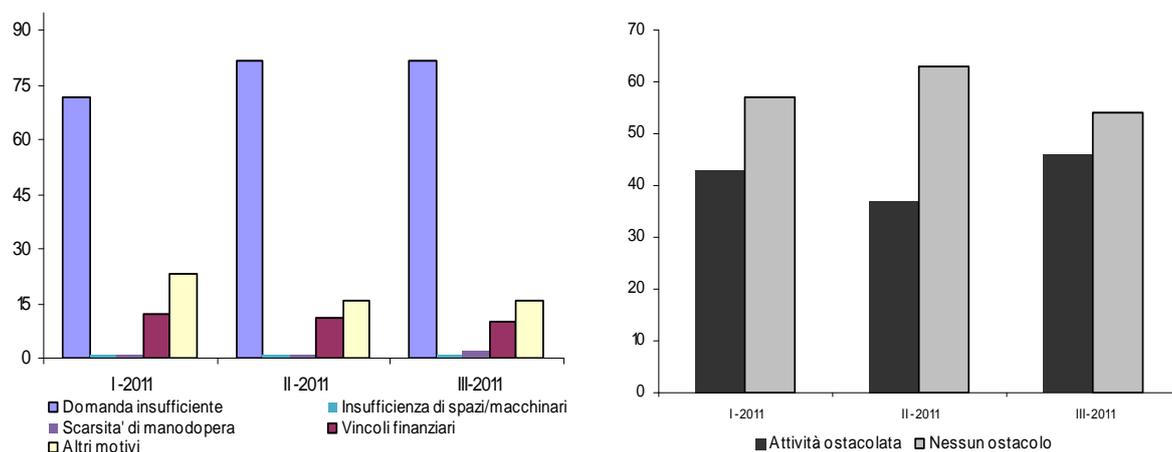
IV trimestre 2010- III trimestre 2011, valori percentuali

	Attività ostacolata		Motivi ostacoli (*)				
	SI	NO	Insufficienza di domanda	Scarsità di manodopera	Insufficienza di spazi e/o macchinari	Vincoli finanziari	Altri motivi
<b>TOTALE</b>							
IV-2010	34	66	78	0	2	7	22
I-2011	43	57	72	1	1	12	23
II	37	63	82	1	1	11	16
III	46	54	82	2	1	10	16
<b>TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO</b>							
IV-2010	44	56	63	0	3	12	33
I-2011	53	47	65	0	0	11	33
II	52	48	74	0	0	8	27
III	56	44	77	1	0	10	15
<b>SERVIZI TURISTICI</b>							
IV-2010	36	64	84	0	3	6	13
I-2011	47	53	71	5	0	11	20
II	35	65	85	0	0	12	17
III	35	65	77	7	0	10	18
<b>INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE</b>							
IV-2010	25	75	71	1	0	18	14
I-2011	39	61	69	0	0	16	20
II	33	67	89	1	0	15	8
III	37	63	74	0	0	22	18
<b>SERVIZI ALLE IMPRESE ED ALTRI SERVIZI</b>							
IV-2010	37	63	84	0	3	2	25
I-2011	39	61	77	1	2	11	20
II	33	67	83	2	1	10	13
III	49	51	88	2	1	6	15

(\*) E' consentita la risposta multipla

FIGURA 3. Fattori di ostacolo all'attività dell'impresa (Totale servizi); Percentuale di imprese che dichiarano l'esistenza di vincoli all'attività

I trimestre 2011-III trimestre 2011, valori percentuali



## La fiducia delle imprese del commercio per tipologia distributiva

Nel commercio, l'indicatore di fiducia scende sia nella grande distribuzione (da 93,0 di settembre a 89,8 in ottobre), sia in quella tradizionale (da 97,4 a 96,1). Nel primo caso peggiorano nettamente i giudizi sulle vendite correnti, ma migliorano le attese sulle vendite future (i saldi delle variabili passano, rispettivamente, da -8 a -20 e da 10 a 13). Il saldo delle risposte sul livello delle scorte sale lievemente (da 17 a 18). Nella distribuzione tradizionale, peggiorano sia i giudizi sulle vendite correnti, sia le attese su quelle future (il saldo della prima variabile scende lievemente, passando da -34 a -35; quello relativo alla seconda cala da -2 a -9); infine, scende (da 7 a 3) il saldo delle risposte riguardanti il livello delle scorte di magazzino.

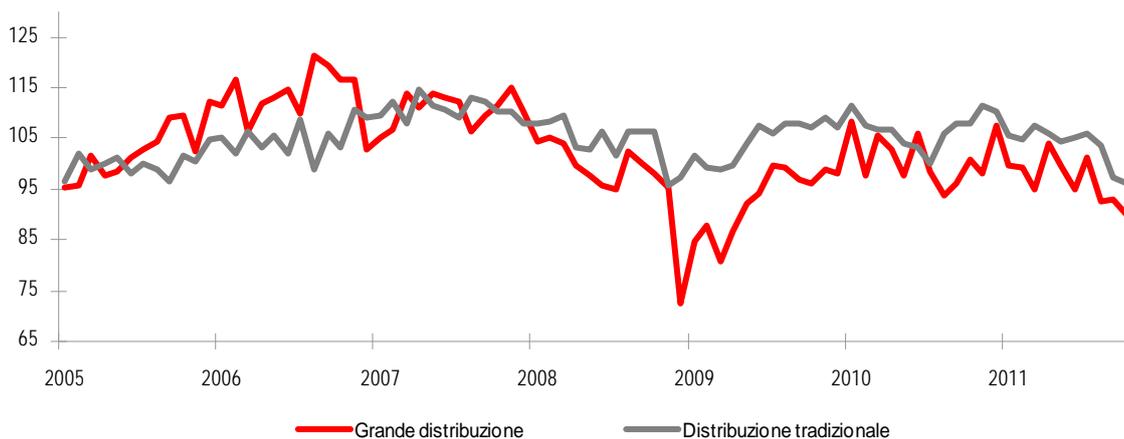
### PROSPETTO 5. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI PER TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA

Giugno 2011-Ottobre 2011, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2011				
	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott
<b>GRANDE DISTRIBUZIONE</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>95,1</b>	<b>101,1</b>	<b>92,6</b>	<b>93,0</b>	<b>89,8</b>
Giudizi vendite	-5	0	-9	-8	-20
Attese vendite	10	15	9	10	13
Giudizi scorte	14	7	17	17	18
<b>DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>105,2</b>	<b>106,0</b>	<b>103,7</b>	<b>97,4</b>	<b>96,1</b>
Giudizi vendite	-23	-22	-25	-34	-35
Attese vendite	7	6	3	-2	-9
Giudizi scorte	7	5	6	7	3

### FIGURA 3. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO: DETTAGLIO SETTORIALE

Gennaio 2005-Ottobre 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/Vallée d'Aoste, Liguria e Lombardia;

Nord-est: Emilia-Romagna, Veneto, Trentino-Alto Adige/Südtirol, 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 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 non superiore ai 400 mq.