

Marzo 2012

FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI E DEL COMMERCIO

■ Nel mese di marzo, l'indice destagionalizzato del clima di fiducia cresce sia nelle imprese dei servizi, sia in quelle del commercio al dettaglio. In particolare, l'indice sale da 79,2 a 82,4 nei servizi di mercato e da 81,5 a 83,6 nel commercio al dettaglio.

■ Nei servizi, migliorano sia i giudizi, sia le attese sugli ordini e aumenta lievemente il saldo relativo alle attese sull'economia in generale.

■ Progrediscono giudizi e attese sull'occupazione e sale il saldo relativo all'andamento degli affari. Scendono le attese sulla dinamica dei prezzi di vendita.

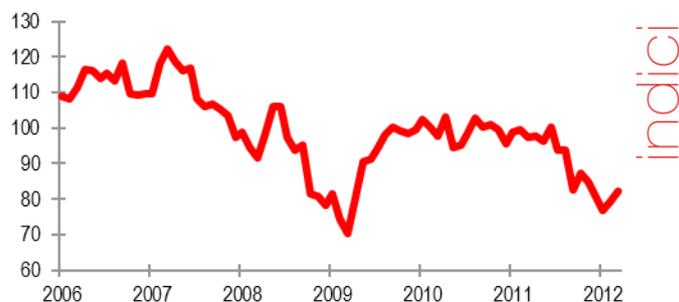
■ Nel commercio al dettaglio migliorano i giudizi sulle vendite correnti, ma peggiorano le aspettative su quelle future; si conferma stabile il saldo relativo alle scorte di magazzino.

■ L'indice del clima di fiducia sale da 68,7 a 76,0 nella grande distribuzione e scende da 93,0 a 92,7 in quella tradizionale.

■ Prossima diffusione: 26 Aprile 2012

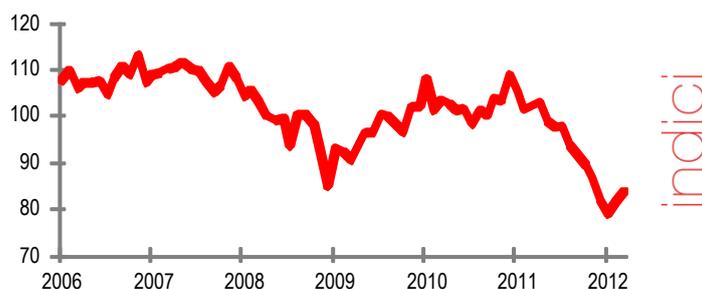
CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI

Gennaio 2006-Marzo 2012, dati destagionalizzati, indici base 2005=100



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO

Gennaio 2006-Marzo 2012, dati destagionalizzati, indici base 2005=100



PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011			2012	
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
CLIMA DI FIDUCIA	84,9	80,5	76,8	79,2	82,4
Giudizi ordini	-9	-22	-18	-26	-21
Attese ordini	-9	-13	-11	-7	-4
Attese economia	-37	-33	-49	-39	-38

PROSPETTO 2. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011			2012	
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
CLIMA DI FIDUCIA	86,6	82,0	78,8	81,5	83,6
Giudizi vendite	-34	-39	-47	-44	-36
Attese vendite	-5	-12	-14	-10	-12
Giudizi scorte	12	13	11	11	11

La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio settoriale

A marzo, la fiducia delle imprese dei servizi di mercato migliora in tutti i settori: nei servizi alle imprese e altri servizi sale da 79,7 a 84,2, in quelli turistici da 78,5 a 82,1, nei trasporti e magazzinaggio da 72,9 a 76,0 e nei servizi di informazione e comunicazione da 84,2 a 85,4.

In particolare, i giudizi sugli ordini migliorano in tutti i settori tranne che nei trasporti e magazzinaggio, dove il saldo segna una lieve diminuzione (da -30 a -31); le relative attese, invece, crescono nei servizi turistici e in quelli alle imprese, restano stabili nei trasporti e magazzinaggio e peggiorano nei servizi di informazione e comunicazione. Le attese sull'andamento dell'economia mostrano lievi variazioni dei relativi saldi (al rialzo nei servizi alle imprese ed altri servizi e in quelli di informazione e comunicazione, al ribasso nei servizi turistici); l'unico movimento ampio si registra nei trasporti e magazzinaggio, dove il saldo sale da -59 a -50.

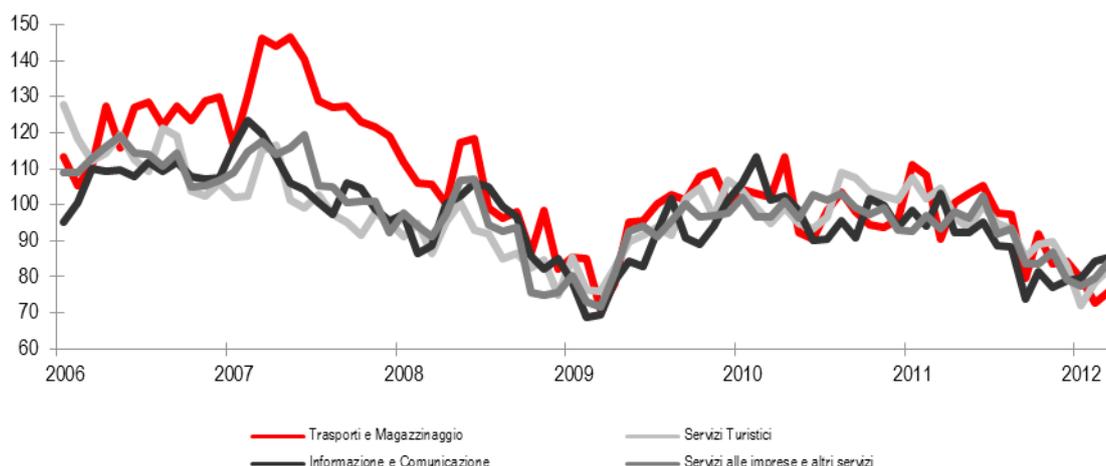
PROSPETTO 3. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI PER SETTORE

Novembre 2011-Marzo 2012, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2011			2012	
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO					
CLIMA DI FIDUCIA	83,6	84,5	79,7	72,9	76,0
Giudizi ordini	-18	-26	-24	-30	-31
Attese ordini	-17	-12	-5	-8	-8
Attese economia	-32	-27	-49	-59	-50
SERVIZI TURISTICI					
CLIMA DI FIDUCIA	89,7	83,1	72,2	78,5	82,1
Giudizi ordini	-7	-18	-27	-31	-21
Attese ordini	3	-7	-16	-8	-6
Attese economia	-31	-29	-44	-30	-31
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
CLIMA DI FIDUCIA	77,0	78,9	79,5	84,2	85,4
Giudizi ordini	0	-13	3	-11	-6
Attese ordini	-9	-6	0	5	3
Attese economia	-52	-37	-56	-33	-32
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
CLIMA DI FIDUCIA	87,0	79,1	77,4	79,7	84,2
Giudizi ordini	-8	-21	-20	-24	-18
Attese ordini	-8	-15	-13	-13	-8
Attese economia	-37	-40	-48	-37	-36

FIGURA 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI: DETTAGLIO SETTORIALE

Gennaio 2006-Marzo 2012, indice destagionalizzato (base 2005=100)



La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio territoriale

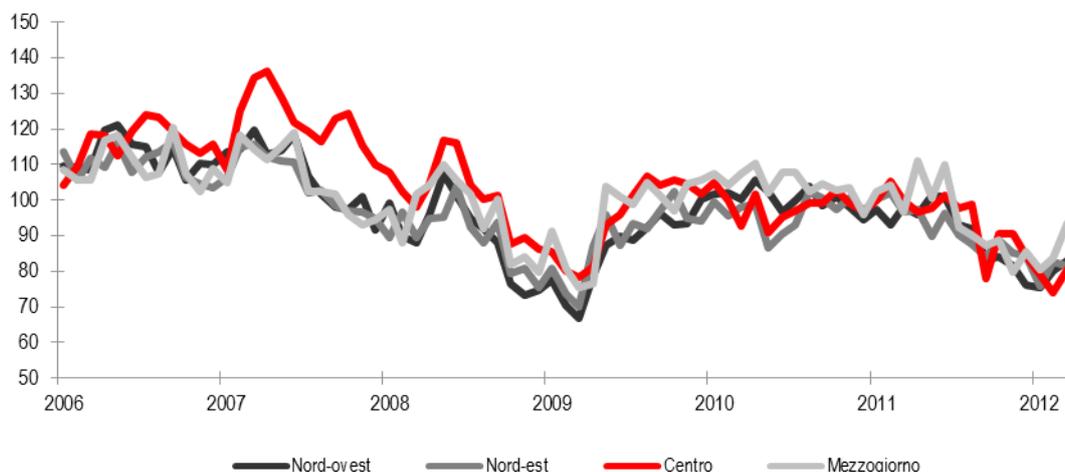
Nel mese di marzo, la fiducia dei servizi sale da 80,2 a 83,0 nel Nord-ovest, da 74,0 a 80,4 nel Centro e da 83,8 a 93,4 nel Mezzogiorno; nel Nord-est, invece, l'indice scende da 82,5 a 81,4.

Nel dettaglio, i giudizi e le attese sugli ordini migliorano ovunque, specialmente nel Mezzogiorno. Si registra una diffusa e sensibile progressione delle attese sull'andamento generale dell'economia, ad eccezione che nel Nord-est, dove il relativo saldo scende da -25 a -42.

PROSPETTO 4. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI PER RIPARTIZIONE GEOGRAFICA
Novembre 2011-Marzo 2012, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2011			2012	
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
Nord-ovest					
CLIMA DI FIDUCIA	81,6	76,2	75,3	80,2	83,0
Giudizi ordini	-5	-20	-14	-21	-18
Attese ordini	-9	-14	-12	-6	-4
Attese economia	-47	-44	-53	-39	-36
Nord-est					
CLIMA DI FIDUCIA	85,2	84,6	75,7	82,5	81,4
Giudizi ordini	-1	-11	-11	-20	-10
Attese ordini	-5	-6	-17	-13	-11
Attese economia	-45	-36	-50	-25	-42
Centro					
CLIMA DI FIDUCIA	90,5	84,3	79,0	74,0	80,4
Giudizi ordini	-9	-26	-21	-26	-21
Attese ordini	-9	-13	-9	-7	-4
Attese economia	-25	-21	-46	-56	-47
Mezzogiorno					
CLIMA DI FIDUCIA	79,6	85,7	80,5	83,8	93,4
Giudizi ordini	-30	-26	-35	-34	-30
Attese ordini	-8	-8	-4	-5	7
Attese economia	-47	-35	-43	-33	-24

FIGURA 2. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI: DETTAGLIO TERRITORIALE
Gennaio 2006-Marzo 2012, indice destagionalizzato (base 2005=100)



La fiducia delle imprese del commercio per tipologia distributiva

All'interno del commercio al dettaglio, l'indicatore di fiducia sale nella grande distribuzione (da 68,7 di febbraio a 76,0) e scende leggermente in quella tradizionale (da 93,0 a 92,7). Nel primo caso, in deciso recupero risultano sia i giudizi, sia le attese sulle vendite, mentre in diminuzione è giudicato il livello delle scorte di magazzino (i saldi delle variabili passano, rispettivamente, da -44 a -32, da -16 a -10 e da 24 a 19). Nella distribuzione tradizionale continuano a migliorare i giudizi sulle vendite correnti (da -43 a -39 il saldo), ma peggiorano le aspettative su quelle future (da -8 a -11); in leggero aumento risulta, infine, il livello delle scorte (da 3 a 4 il saldo).

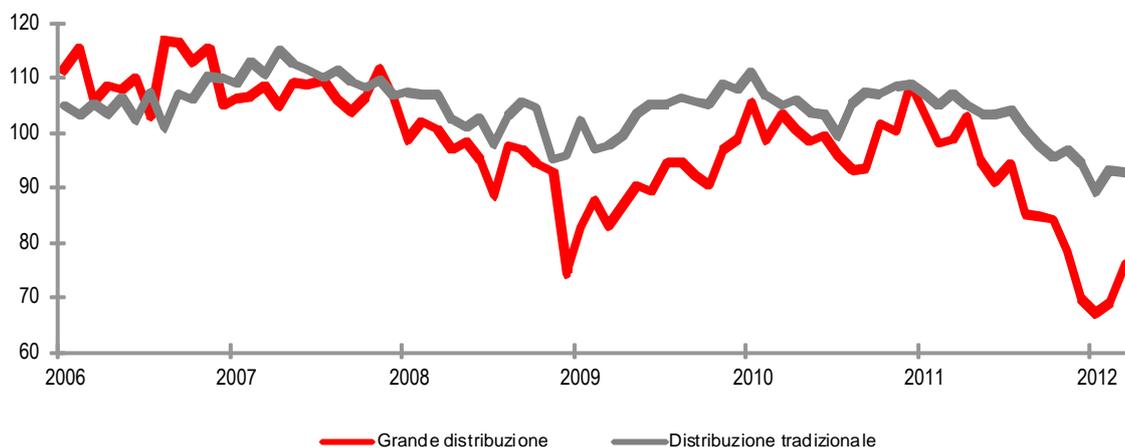
PROSPETTO 5. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI PER TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA

Novembre 2011-Marzo 2012, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2011			2012	
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
GRANDE DISTRIBUZIONE					
CLIMA DI FIDUCIA	78,0	69,5	66,8	68,7	76,0
Giudizi vendite	-35	-42	-52	-44	-32
Attese vendite	2	-17	-19	-16	-10
Giudizi scorte	22	23	18	24	19
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
CLIMA DI FIDUCIA	96,9	94,0	89,2	93,0	92,7
Giudizi vendite	-33	-36	-44	-43	-39
Attese vendite	-5	-9	-15	-8	-11
Giudizi scorte	5	6	4	3	4

FIGURA 3. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO: DETTAGLIO SETTORIALE

Gennaio 2006—Marzo 2012, 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.

Non grande distribuzione (anche 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. (*Imprese operanti su piccola superficie e minimercati*).