

Aprile 2012

## FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI E DEL COMMERCIO

■ Nel mese di aprile, l'indice destagionalizzato del clima di fiducia scende sia nelle imprese dei servizi, sia in quelle del commercio al dettaglio. In particolare, l'indice subisce una diminuzione rilevante (da 82,2 a 76,0) nei servizi di mercato e più lieve (da 83,8 a 81,8) nel commercio al dettaglio.

■ Nei servizi peggiorano lievemente i giudizi sugli ordini, le attese registrano un leggero incremento e scende nettamente il saldo relativo alle attese sull'economia in generale.

■ I giudizi sull'occupazione espressi dalle imprese dei servizi sono stabili, ma diminuisce il saldo delle relative attese. Risalgono le attese sulla dinamica dei prezzi di vendita.

■ Dalla consueta indagine trimestrale emerge che la quota di imprese dei servizi che percepisce l'esistenza di ostacoli all'attività produttiva cresce significativamente (dal 52% al 62%) nel primo trimestre 2012.

■ Nel commercio al dettaglio peggiorano sia i giudizi sia le aspettative sulle vendite e torna a diminuire il saldo relativo alle scorte di magazzino.

■ L'indice del clima di fiducia sale da 76,1 a 77,7 nella grande distribuzione e scende da 92,7 a 90,6 in quella tradizionale.

Prossima diffusione: 28 Maggio 2012

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

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011		2012		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>80,1</b>	<b>76,5</b>	<b>78,9</b>	<b>82,2</b>	<b>76,0</b>
Giudizi ordini	-22	-18	-26	-21	-23
Attese ordini	-13	-11	-7	-4	-3
Attese economia	-34	-50	-39	-38	-55

### CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI

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



### CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO

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



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

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011		2012		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>82,1</b>	<b>79,0</b>	<b>81,8</b>	<b>83,8</b>	<b>81,8</b>
Giudizi vendite	-39	-47	-44	-35	-37
Attese vendite	-12	-15	-11	-13	-20
Giudizi scorte	12	9	9	10	7

## La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio settoriale

In aprile la fiducia delle imprese dei servizi di mercato peggiora in tutti i settori: nei servizi turistici cade da 81,5 a 69,5, in quelli alle imprese e altri servizi da 84,4 a 76,2, nei servizi di informazione e comunicazione da 85,1 a 79,8 e nei trasporti e magazzinaggio da 75,4 a 72,1.

Tutte le variabili considerate subiscono marcate diminuzioni dei saldi delle risposte. Le uniche eccezioni sono costituite dai giudizi sugli ordini nei trasporti e magazzinaggio (da -31 a -25), dalle attese sugli ordini nei servizi di informazione e comunicazione (da 3 a 13) e nei servizi alle imprese e altri servizi (da -7 a -6). I cali sono particolarmente marcati nelle attese circa l'andamento generale dell'economia (da -32 a -54 nei servizi turistici e da -36 a -56 in quelli alle imprese ed altri servizi).

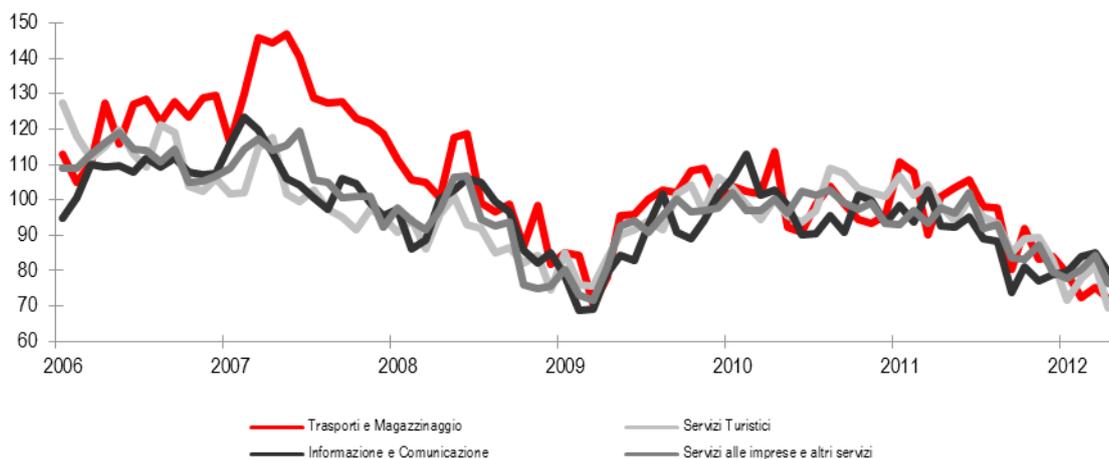
### PROSPETTO 3. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI PER SETTORE

Dicembre 2011-Aprile 2012, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2011			2012	
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
<b>TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>84,1</b>	<b>79,1</b>	<b>72,4</b>	<b>75,4</b>	<b>72,1</b>
Giudizi ordini	-26	-24	-30	-31	-25
Attese ordini	-13	-6	-9	-9	-15
Attese economia	-28	-50	-59	-51	-59
<b>SERVIZI TURISTICI</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>82,7</b>	<b>71,6</b>	<b>77,9</b>	<b>81,5</b>	<b>69,5</b>
Giudizi ordini	-18	-27	-31	-21	-27
Attese ordini	-7	-17	-8	-7	-14
Attese economia	-30	-45	-31	-32	-54
<b>INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>78,8</b>	<b>79,6</b>	<b>84,0</b>	<b>85,1</b>	<b>79,8</b>
Giudizi ordini	-13	3	-11	-6	-14
Attese ordini	-6	0	5	3	13
Attese economia	-37	-56	-34	-33	-52
<b>SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>79,7</b>	<b>77,8</b>	<b>80,2</b>	<b>84,4</b>	<b>76,2</b>
Giudizi ordini	-21	-20	-24	-18	-23
Attese ordini	-14	-11	-12	-7	-6
Attese economia	-40	-48	-37	-36	-56

FIGURA 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI: DETTAGLIO SETTORIALE

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



## La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio territoriale

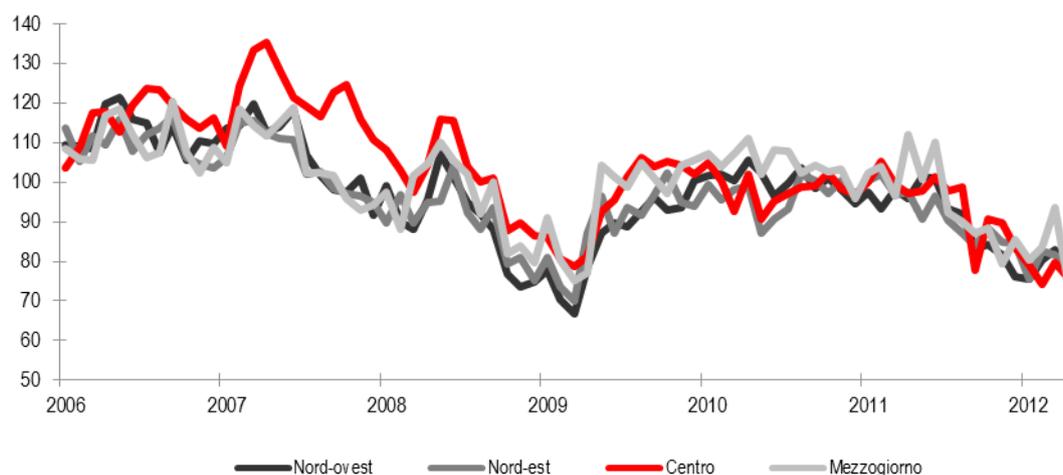
Nel mese di aprile, la fiducia dei servizi scende in tutte le ripartizioni territoriali, con una caduta particolarmente ampia nel Mezzogiorno, dove l'indice diminuisce da 93,5 a 73,0.

In particolare, peggiorano ovunque i giudizi sugli ordini, mentre le attese sugli ordini migliorano nel Nord-est (da -10 a -4) e nel Nord-ovest (da -4 a -3) e si riducono al Centro (da -4 a -5) e nel Mezzogiorno (da 7 a -12); si registra ovunque una marcata riduzione dei saldi sull'andamento generale dell'economia, con il calo più ampio nel Mezzogiorno (da -24 a -58).

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

	2011		2012		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
<b>Nord-ovest</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>76,2</b>	<b>75,4</b>	<b>80,3</b>	<b>83,0</b>	<b>75,7</b>
Giudizi ordini	-20	-14	-21	-18	-21
Attese ordini	-14	-12	-6	-4	-3
Attese economia	-44	-53	-39	-36	-54
<b>Nord-est</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>84,6</b>	<b>75,6</b>	<b>82,6</b>	<b>81,5</b>	<b>79,1</b>
Giudizi ordini	-11	-12	-20	-9	-17
Attese ordini	-6	-17	-13	-10	-4
Attese economia	-36	-51	-25	-42	-47
<b>Centro</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>83,5</b>	<b>79,1</b>	<b>74,1</b>	<b>79,8</b>	<b>75,5</b>
Giudizi ordini	-26	-21	-26	-21	-22
Attese ordini	-13	-9	-7	-4	-5
Attese economia	-23	-46	-55	-48	-58
<b>Mezzogiorno</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>85,5</b>	<b>80,3</b>	<b>83,6</b>	<b>93,5</b>	<b>73,0</b>
Giudizi ordini	-26	-35	-34	-30	-33
Attese ordini	-8	-5	-6	7	-12
Attese economia	-35	-43	-33	-24	-58

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



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

Nel primo trimestre 2012, sale dal 52% al 62% la quota di imprese che percepisce l'esistenza di ostacoli all'attività produttiva. L'insufficienza di domanda resta l'ostacolo allo sviluppo dell'attività produttiva più segnalato dalle imprese coinvolte nell'indagine, ma la relativa incidenza si riduce lievemente (da 84% a 81%); cresce la percentuale di imprese che segnala la presenza di vincoli finanziari (da 11% a 14%).

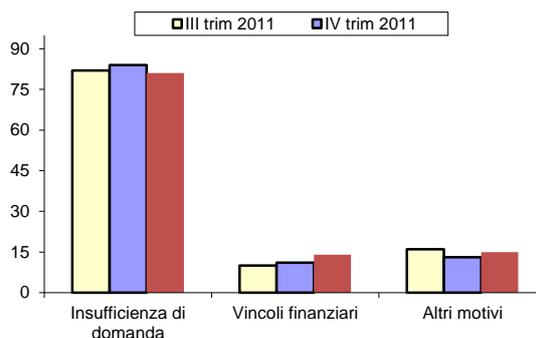
### PROSPETTO 5. OSTACOLI ALLA PRODUZIONE

Il trimestre 2011- I trimestre 2012, valori percentuali

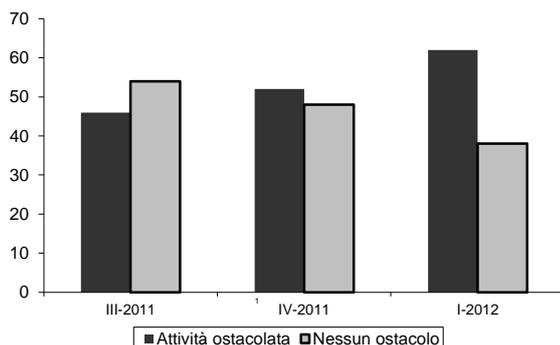
	Attività ostacolata		Motivi ostacoli (*)				
	SI	NO	Insufficienza di domanda	Scarsità di manodopera	Insufficienza di spazi e/o macchinari	Vincoli finanziari	Altri motivi
<b>TOTALE</b>							
II-2011	37	63	82	1	1	11	16
III-2011	46	54	82	2	1	10	16
IV-2011	52	48	84	1	0	11	13
I-2012	62	38	81	0	0	14	15
<b>TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO</b>							
II	52	48	74	0	0	8	27
III	56	44	77	1	0	10	15
IV	63	37	78	0	0	7	23
I	72	28	80	0	0	17	16
<b>SERVIZI TURISTICI</b>							
II	35	65	85	0	0	12	17
III	35	65	77	7	0	10	18
IV	56	44	86	0	0	8	15
I	61	39	87	0	1	8	14
<b>INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE</b>							
II	33	67	89	1	0	15	8
III	37	63	74	0	0	22	18
IV	52	48	83	0	0	23	9
I	53	47	75	2	0	27	15
<b>SERVIZI ALLE IMPRESE ED ALTRI SERVIZI</b>							
II	33	67	83	2	1	10	13
III	49	51	88	2	1	6	15
IV	44	56	87	1	0	9	10
I	61	39	81	0	0	11	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



III trimestre 2011- I trimestre 2012, valori percentuali



### La fiducia delle imprese del commercio per tipologia distributiva

Nel commercio al dettaglio, l'indicatore di fiducia sale nella grande distribuzione (da 76,1 di marzo a 77,7) e scende in quella tradizionale (da 92,7 a 90,6). Nel primo caso, migliorano i giudizi sulle vendite, ma peggiorano in misura marcata le aspettative relative alla medesima variabile (i saldi passano, rispettivamente, da -31 a -29, da -11 a -21); in ulteriore diminuzione è giudicato il livello delle scorte di magazzino (il saldo scende da 18 a 5).

Nella distribuzione tradizionale, tornano a peggiorare sia i giudizi, sia le aspettative sulle vendite (da -39 a -43 e da -12 a -15 i rispettivi saldi) ed in lieve calo è giudicato il livello delle scorte (da 3 a 2).

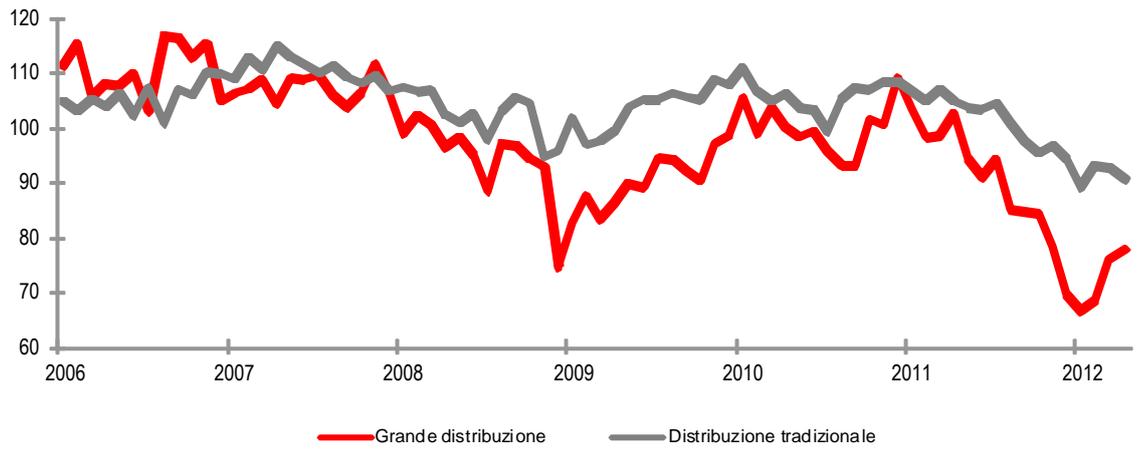
#### PROSPETTO 6. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI PER TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA

Dicembre 2011-Aprile 2012, indice destagionalizzato (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2011		2012		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
<b>GRANDE DISTRIBUZIONE</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>69,5</b>	<b>66,4</b>	<b>68,4</b>	<b>76,1</b>	<b>77,7</b>
Giudizi vendite	-41	-52	-44	-31	-29
Attese vendite	-17	-21	-18	-11	-21
Giudizi scorte	23	18	23	18	5
<b>DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE</b>					
<b>CLIMA DI FIDUCIA</b>	<b>94,0</b>	<b>89,2</b>	<b>93,0</b>	<b>92,7</b>	<b>90,6</b>
Giudizi vendite	-36	-44	-43	-39	-43
Attese vendite	-9	-15	-8	-12	-15
Giudizi scorte	6	4	3	3	2

#### FIGURA 4. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO: DETTAGLIO SETTORIALE

Gennaio 2006—Aprile 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*).