

Dicembre 2011

FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI E DEL COMMERCIO

■ Nel mese di dicembre l'indice destagionalizzato del clima di fiducia continua a scendere sia nelle imprese dei servizi, sia in quelle del commercio al dettaglio. In particolare, l'indice cala da 84,8 a 80,4 nei servizi di mercato e da 86,6 a 81,8 nel commercio al dettaglio.

■ Nei servizi peggiorano le attese e, in misura più sensibile, i giudizi sugli ordini; migliorano, invece, le attese sulla situazione economica in generale del paese.

■ Scendono i saldi relativi ai giudizi e alle attese sull'occupazione e peggiora anche il saldo circa l'andamento degli affari. Risalgono lievemente le attese sulla dinamica dei prezzi di vendita.

■ All'interno del commercio al dettaglio l'indicatore scende da 77,2 a 70,9 nella grande distribuzione e da 97,2 a 94,3 nella distribuzione tradizionale.

■ Peggiorano ulteriormente sia i giudizi che le attese sulle vendite e aumenta il saldo relativo alle scorte di magazzino.

Prossima diffusione 30 gennaio 2012

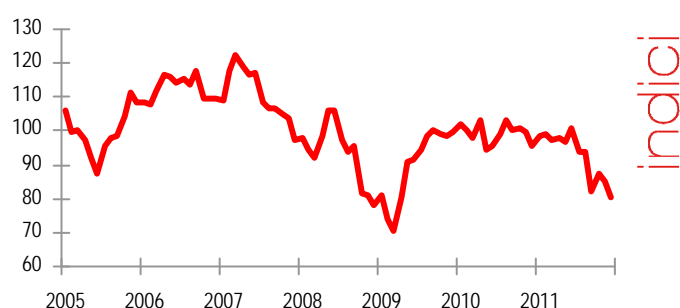
PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011				
	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
CLIMA DI FIDUCIA	94,1	82,3	87,2	84,8	80,4
Giudizi ordini	-3	-9	-2	-9	-22
Attese ordini	4	-6	-11	-10	-14
Attese economia	-29	-48	-35	-37	-32

CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI

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



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO

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



PROSPETTO 2. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011				
	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
CLIMA DI FIDUCIA	93,3	91,4	89,3	86,6	81,8
Giudizi vendite	-22	-24	-30	-33	-38
Attese vendite	3	0	0	-4	-11
Giudizi scorte	12	13	13	13	14

La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio settoriale

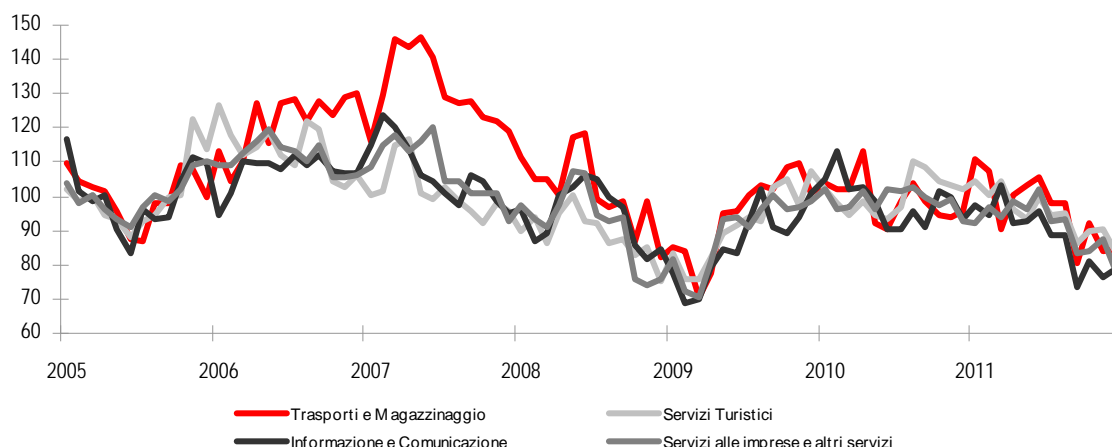
A dicembre, la fiducia delle imprese dei servizi di mercato sale nei trasporti e magazzinaggio (da 83,7 a 84,6) e nei servizi di informazione e comunicazione (da 76,5 a 78,5); scende, invece, nei servizi alle imprese e altri servizi (da 87,6 a 78,6) e in quelli turistici (da 90,6 a 84,0).

In particolare, i giudizi sugli ordini peggiorano in tutti i settori. I saldi delle attese sull'andamento futuro degli ordini salgono nei trasporti e magazzinaggio e nei servizi di informazione e comunicazione e scendono negli altri due settori. Le attese sull'andamento generale dell'economia migliorano in tutti i settori (soprattutto nell'informazione e comunicazione dove il saldo passa da -53 a -37), ad eccezione che nei servizi alle imprese ed altri servizi dove il saldo scende da -37 a -40.

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

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

	2011				
	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO					
CLIMA DI FIDUCIA	97,9	80,4	92,2	83,7	84,6
Giudizi ordini	-2	-10	16	-18	-26
Attese ordini	2	-31	-32	-18	--13
Attese economia	-28	-36	-26	-31	-26
SERVIZI TURISTICI					
CLIMA DI FIDUCIA	94,8	86,4	90,0	90,6	84,0
Giudizi ordini	-4	-12	-6	-6	-17
Attese ordini	7	4	7	4	-6
Attese economia	-24	-37	-35	-31	-29
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
CLIMA DI FIDUCIA	88,5	73,7	81,3	76,5	78,5
Giudizi ordini	1	-8	-2	0	-13
Attese ordini	1	7	-12	-10	-7
Attese economia	-28	-70	-34	-53	-37
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
CLIMA DI FIDUCIA	93,5	83,1	83,8	87,6	78,6
Giudizi ordini	-8	-12	-13	-8	-21
Attese ordini	2	-9	-4	-7	-17
Attese economia	-29	-44	-46	-37	-40

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


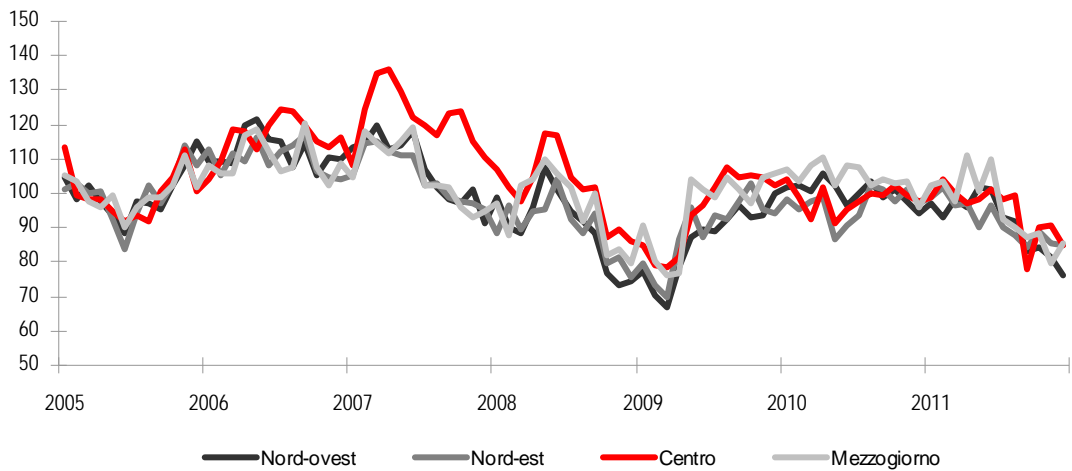
La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio territoriale

Nel mese di dicembre, la fiducia dei servizi scende in tutte le ripartizioni territoriali, ad eccezione del Mezzogiorno: l'indice cala da 81,5 a 76,1 nel Nord-ovest, da 85,7 a 85,0 nel Nord-est e da 90,7 a 84,7 nel Centro; nel Mezzogiorno sale da 79,5 a 85,5.

Nel dettaglio, nelle ripartizioni del Nord e nel Centro si deteriorano i giudizi e le attese sugli ordini, mentre migliorano le attese sull'andamento generale dell'economia. Nel Mezzogiorno, sale il saldo dei giudizi sugli ordini (da -30 a -25), resta stabile a -8 quello relativo alle attese e sale da -47 a -35 quello sulle attese dell'economia in generale.

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

	2011				
	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
Nord-ovest					
CLIMA DI FIDUCIA	91,9	83,3	84,2	81,5	76,1
Giudizi ordini	-6	-14	-8	-5	-20
Attese ordini	1	1	-6	-10	-14
Attese economia	-26	-44	-40	-47	-44
Nord-est					
CLIMA DI FIDUCIA	87,8	84,5	89,0	85,7	85,0
Giudizi ordini	-4	-5	-1	-1	-11
Attese ordini	-2	-3	3	-4	-5
Attese economia	-37	-44	-42	-44	-35
Centro					
CLIMA DI FIDUCIA	99,7	78,1	90,1	90,7	84,7
Giudizi ordini	3	-6	12	-9	-26
Attese ordini	3	-13	-19	-9	-14
Attese economia	-23	-60	-37	-24	-19
Mezzogiorno					
CLIMA DI FIDUCIA	90,0	87,1	88,6	79,5	85,5
Giudizi ordini	-16	-18	-22	-30	-25
Attese ordini	4	-5	-1	-8	-8
Attese economia	-44	-41	-37	-47	-35

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

La fiducia delle imprese del commercio per tipologia distributiva

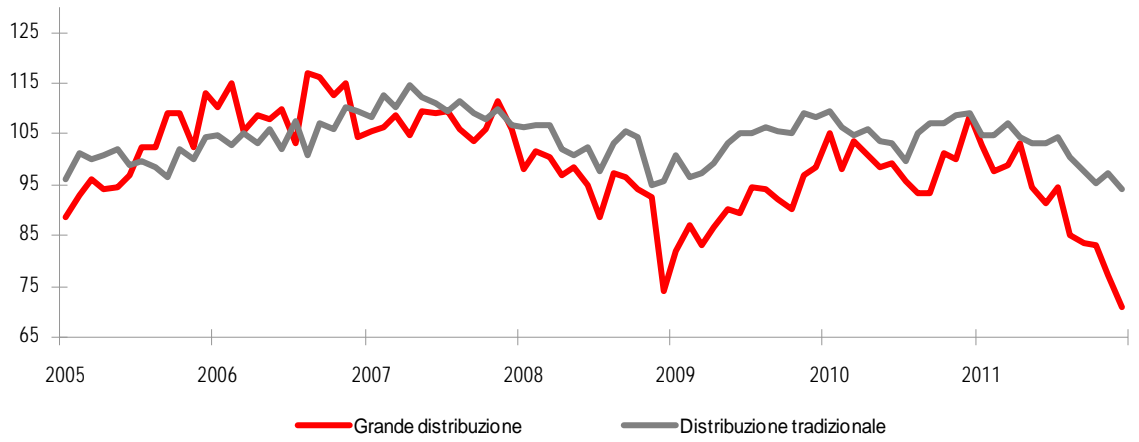
Nel commercio al dettaglio, l'indicatore di fiducia scende sia nella grande distribuzione (da 77,2 di novembre a 70,9), sia in quella tradizionale (da 97,2 a 94,3). Nel primo caso peggiorano fortemente i giudizi e le attese sulle vendite (i saldi passano, rispettivamente, da -35 a -42 e da 0 a -12) e sale lievemente (da 22 a 23) il saldo dei giudizi sulle scorte di magazzino. Nella distribuzione tradizionale tornano a peggiorare i giudizi e le attese sulle vendite (da -32 a -35 e da -4 a -8, i rispettivi saldi) e aumenta il saldo dei giudizi sul livello delle scorte da (5 a 7).

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

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

	2011				
	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
GRANDE DISTRIBUZIONE					
CLIMA DI FIDUCIA	85,2	83,4	83,3	77,2	70,9
Giudizi vendite	-15	-17	-27	-35	-42
Attese vendite	4	0	11	0	-12
Giudizi scorte	21	22	23	22	23
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
CLIMA DI FIDUCIA	100,6	97,7	95,3	97,2	94,3
Giudizi vendite	-28	-33	-35	-32	-35
Attese vendite	0	-2	-7	-4	-8
Giudizi scorte	5	6	5	5	7

FIGURA 3. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO: DETTAGLIO SETTORIALE
Gennaio 2005-Dicembre 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.

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*).