

Luglio 2015

FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

■ L'indice del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, diminuisce a luglio 2015 a 106,5 da 109,3 del mese di giugno. L'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (lesi, Istat economic sentiment indicator), in base 2010=100, scende lievemente, da 104,3 da 104,7 di giugno.

■ Diminuiscono tutte le componenti del clima di fiducia dei consumatori. Variazioni più marcate si rilevano per il clima economico e per quello futuro, che passano rispettivamente a 127,9 da 138,6 e a 114,6 da 119,2. Il clima personale e quello corrente diminuiscono in maniera più contenuta attestandosi rispettivamente, a 99,5 da 100,0 e a 101,7 da 103,3.

■ I saldi dei giudizi e delle attese dei consumatori sull'attuale situazione economica del Paese peggiorano passando rispettivamente a -69 da -57 e a -4 da 9. Il saldo relativo ai giudizi sull'andamento dei prezzi passa a -17 da -21, mentre quello riferito alle attese rispetto ai prossimi 12 mesi passa a -22 da -20. Il saldo sulle attese di disoccupazione aumenta a 28 da 10 dello scorso mese.

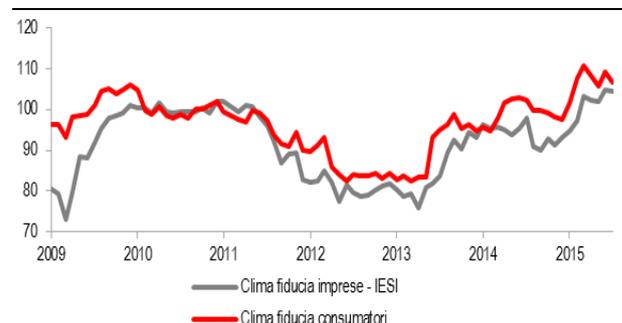
■ Riguardo al clima di fiducia delle imprese, sale a 110,0 da 109,2 il clima delle imprese dei servizi di mercato e a 106,5 da 105,9 quello delle imprese del commercio al dettaglio, mentre scende a 103,6 da 103,9 quello del settore manifatturiero e a 117,6 da 119,7 quello delle costruzioni.

■ Nelle imprese manifatturiere, migliorano i giudizi sugli ordini (a -12 da -13 il saldo), mentre le attese di produzione rimangono stabili (a 11); il saldo dei giudizi sulle scorte di magazzino passa a 3 da 2. Nelle costruzioni peggiorano sia i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione (a -34 da -33) sia le attese sull'occupazione (a -11 da -9).

■ Nelle imprese dei servizi migliorano i giudizi e le attese sugli ordini (a 7 da 4 e a 9 da 5, i rispettivi saldi) ma peggiorano le attese sull'andamento generale dell'economia (a 12 da 18). Nel commercio al dettaglio migliorano i giudizi sulle vendite correnti (a 16 da 7) mentre peggiorano le attese sulle vendite future (a 21 da 23); in accumulo sono giudicate le giacenze di magazzino (a 10 da 5).

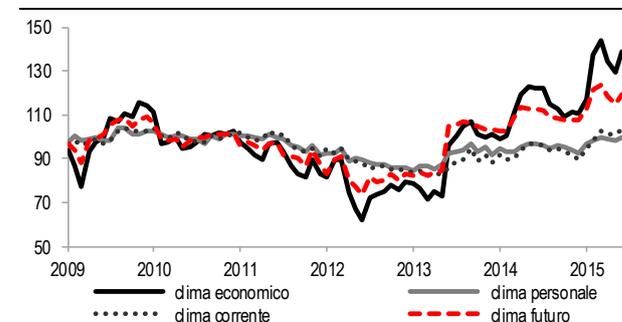
CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

Gennaio 2009-luglio 2015, indici destagionalizzati base 2010=100



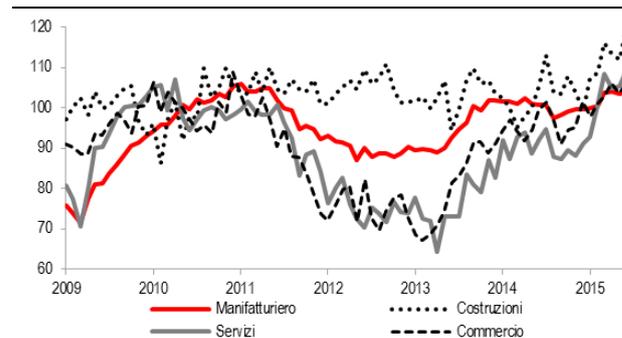
CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI - ECONOMICO, PERSONALE, CORRENTE, FUTURO

Gennaio 2009-luglio 2015, indici destagionalizzati base 2010=100



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA

Gennaio 2009-luglio 2015, indici destagionalizzati base 2010=100



Prossima diffusione: 28 Agosto 2015

Dal 10 luglio è on line sul sito web dell'Istat una nuova area dedicata alla **congiuntura** che offre una lettura integrata e rappresentazioni grafiche interattive dei fenomeni, oltre al collegamento a dati e comunicati stampa dell'Istat, di Eurostat e di altre organizzazioni internazionali.

La fiducia dei consumatori

A luglio, l'indice composito del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, diminuisce a 106,5 da 109,3. Tutte le componenti diminuiscono, in misura più consistente quella economica e futura i cui indici passano a 127,9 da 138,6 e a 114,6 da 119,2. Le componenti personale e corrente diminuiscono in misura più lieve a 99,5 da 100,0 e a 101,7 da 103,3.

PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI ITALIANI E COMPONENTI

Marzo - luglio 2015, indici (base 2010=100) e saldi ponderati destagionalizzati

	2015				
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
CLIMA DI FIDUCIA (a)	110,7	108,1	105,8	109,3	106,5
Clima economico	144,1	134,2	129,6	138,6	127,9
Clima personale (b)	99,7	98,9	98,5	100,0	99,5
Clima corrente (b)	102,2	101,3	101,0	103,3	101,7
Clima futuro	123,5	118,4	114,5	119,2	114,6
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-57	-62	-65	-57	-69
Attese sulla situazione economica dell'Italia	21	9	1	9	-4
Attese sulla disoccupazione	-1	22	29	10	28
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-45	-48	-47	-44	-46
Attese sulla situazione economica della famiglia (b)	-6	-10	-9	-7	-10
Giudizi sul bilancio familiare (b)	-11	-8	-10	-10	-8
Opportunità attuale del risparmio (b)	126	121	123	125	126
Possibilità future di risparmio (b)	-44	-42	-49	-46	-44
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli (b)	-56	-58	-63	-54	-59

(a) Il clima di fiducia è la sintesi dei climi economico e personale o, alternativamente, dei climi corrente e futuro.

(b) Serie non affetta da stagionalità.

Il quadro economico generale

I giudizi dei consumatori sulla situazione economica del Paese nell'ultimo anno peggiorano rispetto al mese precedente, il saldo passa a -69 da -57; questa variazione è dovuta all'aumento delle quote di coloro che giudicano la situazione "molto peggiorata" e "peggiolata", rispettivamente al 28,9% dal 25,9% e al 22,3% dal 19,4%. Diminuisce il saldo che esprime le attese degli intervistati sulla futura situazione economica del Paese (a -4 da 9) per l'aumento delle quote di intervistati che si attendono un peggioramento lieve o consistente della situazione economica generale (rispettivamente, a 16,5% da 12,7% e a 12,2% da 10,7%). Il saldo delle attese sulla disoccupazione aumenta a 28 da 10 per la crescita delle quote di coloro che si attendono un aumento consistente o lieve del numero dei disoccupati (rispettivamente, al 13,0% dal 9,7% e al 25,7% dal 21,8%).

Il saldo dei giudizi sulla dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi passa a -17 da -21, influenzato dall'aumento della quota di intervistati che giudicano i prezzi "in forte crescita" (all'8,4% dal 7,2%) e dalla diminuzione della quota di coloro che li giudicano "stabili" (al 43,6% dal 46,6%). Circa le attese future sull'andamento dei prezzi per i prossimi 12 mesi, il saldo decresce passando a -22 da -20 per l'aumento della quota di intervistati che si attendono prezzi "tendenzialmente stabili" (al 52,9% dal 50,7%) e la diminuzione di coloro che si attendono prezzi in diminuzione (al 4,9% dal 5,5%).

FIGURA 1. SITUAZIONE ECONOMICA DELL'ITALIA E MERCATO DEL LAVORO

Gennaio 2009 – luglio 2015, saldi ponderati destagionalizzati

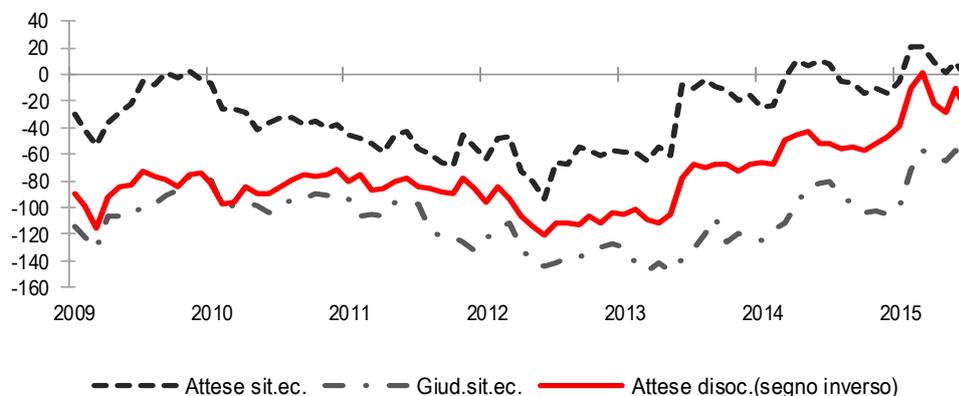
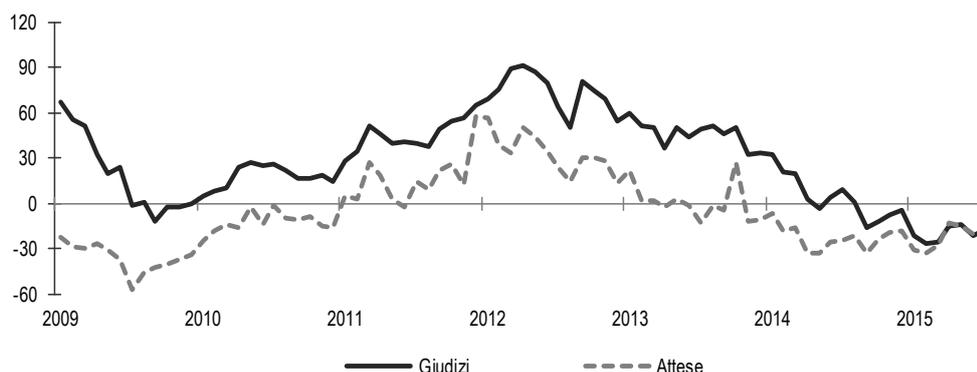


FIGURA 2. GIUDIZI E ATTESE SULL'ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO

Gennaio 2009 – luglio 2015, saldi ponderati grezzi

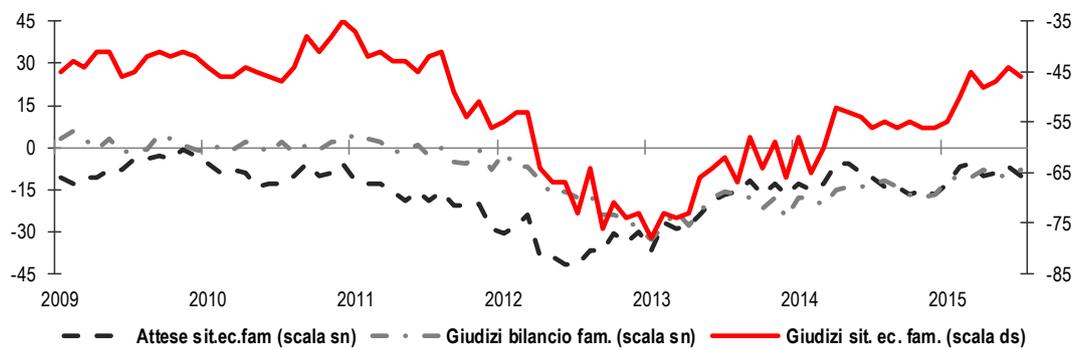


La situazione personale

I giudizi e le attese sulla situazione economica della famiglia peggiorano (rispettivamente, a -46 da -44 e a -10 da -7). Per i giudizi aumenta la quota di coloro che giudicano la situazione della propria famiglia "peggiolata" (al 31,5% dal 27,8%). I pareri sulle opportunità attuali e le possibilità future di risparmio migliorano: i saldi passano a 126 da 125 e a -44 da -46. Il saldo dei giudizi sul bilancio familiare aumenta a -8 da -10, diminuendo la quota di coloro che dichiarano "di usare i risparmi" (al 21,0% dal 23,2%).

Peggiorano sia i giudizi sull'opportunità attuale di acquisto di elettrodomestici e prodotti elettronici (a -59 da -54), per l'aumento della quota di coloro che ritengono di poter spendere "molto meno" per questi beni (al 51,9% dal 49,4%), sia le intenzioni future di acquisto (a -88 da -83 il saldo), per l'aumento al 40,9% dal 38,2% della quota di coloro che si attendono in futuro di spendere "molto meno" per questi acquisti.

Circa le consuete domande trimestrali sull'acquisto dei principali beni durevoli di maggior rilievo, peggiorano sia le intenzioni di acquisto dell'autovettura (a -168 da -159), sia quelle relative alle spese di manutenzione straordinaria dell'abitazione (a -188 da -187), sia quelle riferite all'acquisto di un'abitazione (a -139 da -128).

FIGURA 3. SITUAZIONE ECONOMICA DELLA FAMIGLIA E BILANCIO FAMILIARE
 Gennaio 2009 – luglio 2015, saldi ponderati destagionalizzati


La fiducia delle imprese

L'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (lesi, Istat economic sentiment indicator), che sintetizza le serie destagionalizzate e standardizzate che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio (in base 2010=100), scende a 104,3 da 104,7 di giugno.

Le imprese manifatturiere

A luglio l'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese manifatturiere scende a 103,6 da 103,9. Migliorano i giudizi sugli ordini mentre le attese di produzione rimangono stabili; il saldo relativo ai giudizi sulle scorte di magazzino passa a 3 da 2.

PROSPETTO 2. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE MANUFATTURIERE TOTALE E PER PRINCIPALI RAGGRUPPAMENTI DI INDUSTRIE

Marzo - luglio 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2015				
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
INDUSTRIA MANUFATTURIERA					
Clima di fiducia	103,6	104,0	103,4	103,9	103,6
Giudizi sugli ordini	-11	-11	-12	-13	-12
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	3	3	2	3
Attese di produzione	10	10	11	11	11
BENI DI CONSUMO					
Clima di fiducia	100,5	101,3	101,2	102,0	101,5
Giudizi sugli ordini	-11	-11	-13	-13	-12
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	4	4	3	0	3
Attese di produzione	7	10	11	10	10
BENI INTERMEDI					
Clima di fiducia	99,7	100,0	100,7	100,6	101,0
Giudizi sugli ordini	-16	-14	-15	-17	-15
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	2	3	1	0	3
Attese di produzione	10	9	10	11	12
BENI STRUMENTALI					
Clima di fiducia	111,7	110,4	109,1	110,0	108,5
Giudizi sugli ordini	-7	-9	-9	-9	-9
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti (a)	2	1	5	5	6
Attese di produzione	14	11	11	14	11

a) Serie non affetta da stagionalità

L'indice del clima di fiducia sale nei beni intermedi (a 101,0 da 100,6) ma scende nei beni di consumo (a 101,5 da 102,0) e nei beni strumentali (a 108,5 da 110,0). I giudizi sugli ordini migliorano nei beni di consumo e nei beni intermedi, dove il saldo passa rispettivamente a -12 da -13 e a -15 da -17, mentre rimangono stabili a -9 nei beni strumentali. Il saldo relativo ai giudizi sulle scorte di prodotti finiti passa a 3 da 0 nei beni di consumo e nei beni intermedi e a 6 da 5 in quelli strumentali. Le attese sulla produzione migliorano nei beni intermedi (a 12 da 11), mentre peggiorano nei beni strumentali (a 11 da 14) e rimangono stabili a 10 nei beni di consumo.

Secondo le consuete domande trimestrali sulla capacità produttiva, nel secondo trimestre del 2015 il grado di utilizzo degli impianti rimane stabile al 75,6%, come nel trimestre precedente. Scende al 28% dal 30% la quota di operatori che segnala la presenza di ostacoli all'attività produttiva: in particolare, scende la quota di imprese che segnala vincoli legati ad altri motivi, ma sale quella delle imprese che segnala vincoli legati all'insufficienza di impianti e/o materiali e ai vincoli finanziari.

Le imprese di costruzione

L'indice del clima di fiducia delle imprese di costruzione scende a 117,6 da 119,7 di giugno; peggiorano sia i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione sia le attese sull'occupazione (a -34 da -33 e a -11 da -9, i rispettivi saldi).

L'indice scende a 103,1 da 104,0 nella costruzione di edifici, a 117,4 da 118,5 nell'ingegneria civile e a 124,8 da 127,9 nei lavori di costruzione specializzati.

I giudizi sugli ordini migliorano nell'ingegneria civile (a -16 da -18), peggiorano nei lavori di costruzione specializzati (a -30 da -28) e rimangono stabili nella costruzione di edifici (a -49); le attese sull'occupazione peggiorano sia nella costruzione di edifici (a -12 da -11) sia nell'ingegneria civile (a -6 da -2) sia nei lavori di costruzione specializzati (a -11 da -9).

PROSPETTO 3. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DI COSTRUZIONE TOTALE E PER SETTORE
Marzo - luglio 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2015				
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
COSTRUZIONI					
Clima di fiducia (a)	116,0	113,3	111,8	119,7	117,6
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-36	-38	-37	-33	-34
Attese sull'occupazione (a)	-11	-12	-16	-9	-11
COSTRUZIONE DI EDIFICI					
Clima di fiducia (a)	96,1	89,2	91,3	104,0	103,1
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-52	-58	-59	-49	-49
Attese occupazione (a)	-18	-22	-19	-11	-12
INGEGNERIA CIVILE					
Clima di fiducia (a)	118,4	120,1	120,2	118,5	117,4
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-15	-15	-15	-18	-16
Attese occupazione (a)	-5	-3	-2	-2	-6
LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI					
Clima di fiducia (a)	125,8	124,3	120,1	127,9	124,8
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-31	-33	-30	-28	-30
Attese occupazione (a)	-9	-9	-17	-9	-11

(a) Serie non affetta da stagionalità

Le imprese dei servizi di mercato

Nel mese di luglio, l'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese dei servizi continua a salire portandosi a 110,0 da 109,2 di giugno. Migliorano i giudizi e le attese sugli ordini (a 7 da 4 e a 9 da 5, i rispettivi saldi) ma peggiorano le attese sull'andamento generale dell'economia (a 12 da 18). Tra le altre variabili non rientranti nel computo del clima di fiducia, aumenta il saldo relativo ai giudizi sull'occupazione (a 9 da 5), mentre scendono le relative attese (a 5 da 6); progredisce l'andamento degli affari (a 18 da 11) e calano a -1 da -3 i prezzi.

Nel dettaglio settoriale, la fiducia scende nei trasporti e magazzinaggio, a 125,6 da 126,7 l'indice, come anche il saldo relativo alle attese sull'andamento dell'economia italiana (a 20 da 37), e nei servizi di informazione e comunicazione (a 106,8 da 109,4) dove si deteriorano anche i giudizi sul livello degli ordini. Il clima di fiducia migliora, invece, nei servizi turistici ed in quelli alle imprese (rispettivamente a 104,8 da 101,9 e a 104,4 da 100,4) grazie alla progressione dei giudizi e delle attese sugli ordini e ad un calo più moderato dei saldi sulle attese dell'andamento dell'economia.

PROSPETTO 4. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI DI MERCATO TOTALE E PER SETTORE

Marzo – luglio 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2015				
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
SERVIZI DI MERCATO					
Clima di fiducia	108,2	104,8	105,2	109,2	110,0
Giudizi ordini	2	2	1	4	7
Attese ordini	5	3	6	5	9
Attese economia	17	8	7	18	12
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO					
Clima di fiducia (a)	127,9	116,9	119,5	126,7	125,6
Giudizi ordini (a)	-3	-3	-4	3	16
Attese ordini (a)	20	17	12	10	11
Attese economia (a)	35	8	23	37	20
SERVIZI TURISTICI					
Clima di fiducia	102,5	91,7	105,6	101,9	104,8
Giudizi ordini	9	-2	7	-3	15
Attese ordini	9	-14	-3	1	3
Attese economia	-13	-12	10	5	-7
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
Clima di fiducia	105,8	103,7	101,1	109,4	106,8
Giudizi ordini (a)	13	8	2	21	7
Attese ordini	2	0	1	-1	13
Attese economia (a)	30	30	27	37	29
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
Clima di fiducia	101,7	99,5	101,6	100,4	104,4
Giudizi ordini (a)	-9	-4	5	-2	10
Attese ordini	8	4	10	5	10
Attese economia	4	-5	-12	-5	-9

(a) Serie non affetta da stagionalità

Nel secondo trimestre 2015, torna ad alzarsi la quota di imprese che percepisce l'esistenza di ostacoli all'attività produttiva (al 47% dal 44% del periodo precedente). Guardando ai motivi dell'impedimento, "l'insufficienza della domanda" cresce al 52% (dal 43%), gli "altri motivi" salgono al 39% (dal 31%) e i "vincoli finanziari", invece, scendono al 31% (dal 39%).

Le imprese del commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio il clima di fiducia sale a 106,5 da 105,9. Aumenta il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a 16 da 7) e diminuisce quello relativo alle aspettative sulle vendite future (a 21 da 23); in accumulo sono giudicate le scorte di magazzino (a 10 da 5 il relativo saldo). Il clima di fiducia peggiora nella grande distribuzione (a 103,6 da 106,1), ma migliora in quella tradizionale (a 113,1 da 107,8). Nella prima, aumenta il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a 19 da 14) e diminuisce quello relativo alle aspettative sulle vendite future (a 23 da 28); nella seconda, recupera il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a 4 da -6) ed aumenta quello relativo alle aspettative (a 18 da 11). Quanto, infine, alle scorte di magazzino, il saldo della variabile passa a 13 da 5 nella grande distribuzione e a 3 da 1 in quella tradizionale

PROSPETTO 5. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO TOTALE E PER TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA

Marzo – luglio 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2015				
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
COMMERCIO					
Clima di fiducia	103,0	105,9	103,6	105,9	106,5
Giudizi vendite	-5	3	2	7	16
Attese vendite	28	26	22	23	21
Giudizi scorte	7	4	6	5	10
GRANDE DISTRIBUZIONE					
Clima di fiducia	101,0	106,1	103,6	106,1	103,6
Giudizi vendite	-3	6	8	14	19
Attese vendite	35	36	29	28	23
Giudizi scorte	11	5	8	5	13
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
Clima di fiducia	106,7	103,5	105,3	107,8	113,1
Giudizi vendite	-12	-7	-11	-6	4
Attese vendite	12	1	8	11	18
Giudizi scorte	-1	2	0	1	3

Glossario

Dati destagionalizzati: serie temporali di indici sottoposti ad una procedura che rimuove la componente della serie storica attribuibile agli effetti stagionali. Questa trasformazione dei dati è la più idonea a cogliere l'evoluzione congiunturale di un indicatore.

Clima di fiducia dei Consumatori: è elaborato sulla base di nove domande ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori (e precisamente: giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia; attese sulla disoccupazione; giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; opportunità attuale e possibilità future del risparmio; opportunità all'acquisto di beni durevoli; giudizi sul bilancio familiare). I risultati delle nove domande, espressi in forma di saldi ponderati su dati grezzi, sono aggregati tramite media aritmetica semplice; il risultato è poi riportato a indice (in base 2010) e destagionalizzato con il metodo diretto. Vengono proposte anche delle disaggregazioni del clima totale, che sono riportati a indice (in base 2010) e destagionalizzati (ove necessario) con il metodo diretto, ovvero: a) **Clima economico**, media aritmetica semplice dei saldi ponderati relativi a giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia, attese sulla disoccupazione (quest'ultima con segno invertito); b) **Clima personale**, media aritmetica semplice dei saldi ponderati delle rimanenti sei domande componenti il clima di fiducia (giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; opportunità attuale e possibilità future del risparmio; opportunità all'acquisto di beni durevoli; bilancio finanziario della famiglia); c) **Clima corrente**, media delle domande relative ai giudizi (situazione economica dell'Italia e della famiglia; opportunità attuale del risparmio e acquisto di beni durevoli; bilancio finanziario della famiglia); d) **Clima futuro:** media delle attese (situazione economica dell'Italia e della famiglia; disoccupazione; possibilità future di risparmio). I **Saldi relativi alle variabili dell'indagine sui consumatori** consistono nella differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e quelle sfavorevoli e forniscono indicazioni sintetiche sui fenomeni osservati. Si utilizzano i saldi ponderati con peso doppio per le modalità estreme. Le domande del questionario (prevalentemente di tipo qualitativo ordinale chiuso) prevedono cioè una gamma predeterminata ed esaustiva di possibilità di risposta (da tre a cinque, con l'aggiunta della modalità non so/non risponde) del tipo: "Molto alto"; "Alto"; "Stazionario", "Basso", "Molto basso".

Clima di fiducia delle imprese per settore: è elaborato tramite media aritmetica semplice dei saldi destagionalizzati delle domande ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo delle imprese. Il risultato è poi riportato a indice in base 2010. Il clima di fiducia delle imprese manifatturiere include giudizi sul livello degli ordini, giudizi sul livello delle scorte di magazzino (con segno invertito) e attese sul livello della produzione. Le domande che contribuiscono al calcolo del clima di fiducia delle imprese delle costruzioni comprendono i giudizi sul livello degli ordini e/o piani di costruzione e le attese sull'occupazione. Per le imprese dei servizi di mercato il calcolo del clima di fiducia comprende le domande su giudizi e attese sugli ordini e sulla tendenza dell'economia. Per le imprese del commercio al dettaglio, infine, il clima include le domande riguardanti i giudizi sulle vendite, le attese sulle vendite e i giudizi sulle scorte (con il segno invertito). I Saldi alle variabili delle indagini sulle imprese consistono nelle differenze fra le modalità favorevoli e sfavorevoli. La modalità centrale (invarianza, stazionarietà) non viene considerata nel calcolo. Per ogni domanda i risultati sono espressi in termini di frequenze percentuali relative alle singole modalità di risposta (in genere tre, ad esempio: "Alto", "Normale", "Basso").

Clima di fiducia delle imprese italiane (Istat economic sentiment indicator - lesi): è elaborato come media aritmetica ponderata dei saldi destagionalizzati e standardizzati delle variabili che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio. Il risultato è riportato a indice in base 2010.

Raggruppamenti principali di industrie (Rpi): beni di consumo, beni intermedi e beni strumentali. Il regolamento della Commissione europea n.656/2007 (G.U. delle Comunità europee del 15 giugno 2007) stabilisce, per tutti i paesi membri, i criteri per la definizione degli Rpi: a ciascuno di essi vengono attribuiti, secondo il criterio della prevalenza, interi gruppi e/o divisioni di attività economica.

Settori delle costruzioni: i settori delle costruzioni oggetto d'indagine, con i relativi codici della classificazione Ateco 2007, sono la costruzione di edifici (41), l'ingegneria civile (42) e i lavori di costruzione specializzati (43). La *costruzione di edifici* include lavori generali per la costruzione di edifici di qualsiasi tipo. L'*ingegneria civile* comprende i lavori generali per la costruzione di opere di ingegneria civile quali autostrade, strade, ponti, gallerie, ferrovie, campi di aviazione, porti ed altre opere idrauliche, nonché la costruzione di sistemi di irrigazione e di fognatura, condotte e linee elettriche, impianti sportivi all'aperto, eccetera. I *lavori di costruzione specializzati* comprendono attività specializzate (quali l'infissione di pali, i lavori di fondazione eccetera), attività di finitura e completamento degli edifici e attività di installazione di tutti i tipi di servizi, necessarie al funzionamento della costruzione.

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

Servizi alle imprese e altri servizi: 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: 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: 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: 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).

Settori del commercio al dettaglio: i settori economici oggetto di indagine sono quelli compresi nelle divisioni della classificazione Ateco 2007: *Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli* (45), *Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e motocicli* (47).

Tipologia distributiva delle imprese del commercio al dettaglio

Grande distribuzione: 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 (anche "Imprese operanti su piccola superficie"): 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).