

Luglio 2011

FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI E DEL COMMERCIO

■ Nel mese di luglio 2011 l'indice destagionalizzato del clima di fiducia scende nelle imprese dei servizi, ma sale in quelle del commercio al dettaglio. In particolare, l'indice cala da 100,9 a 94,3 per le prime e aumenta da 99,5 a 103,3 per le seconde.

■ Nei servizi peggiorano sensibilmente sia i giudizi e le attese sugli ordini, sia le attese sull'andamento dell'economia italiana.

■ Peggiorano i giudizi sull'occupazione e sull'andamento degli affari, mentre migliorano le attese sul mercato del lavoro e torna negativo il saldo delle attese sulla dinamica dei prezzi di vendita.

■ Nel commercio l'indicatore sale sia nella grande distribuzione (da 96,0 a 102,3), sia in quella tradizionale (da 106,0 a 107,2).

■ Migliorano i giudizi e le attese sulle vendite e sono giudicate in diminuzione le scorte di magazzino.

Prossima diffusione 30 Agosto 2011

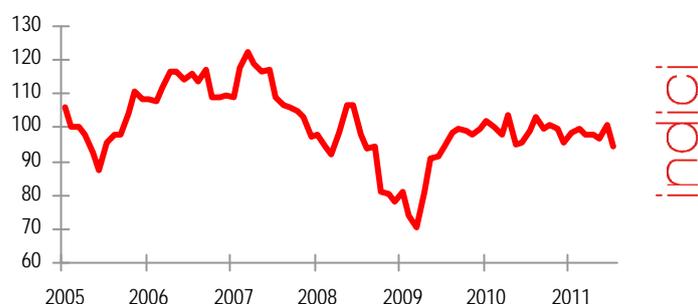
PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI

Indice base 2005=100 e saldi destagionalizzati

	2011				
	mar	apr	mag	giu	lug
CLIMA DI FIDUCIA	97,7	97,9	96,7	100,9	94,3
Giudizi ordini	-11	-4	-4	2	-8
Attese ordini	4	6	-1	6	1
Attese economia	-11	-19	-16	-17	-21

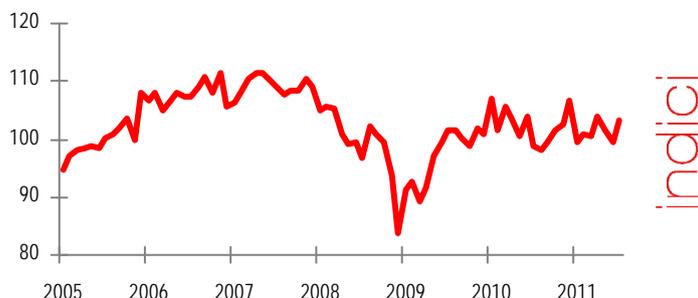
CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEI SERVIZI

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



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO

Gen. 2005-lug. 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				
	mar	apr	mag	giu	lug
CLIMA DI FIDUCIA	100,5	103,9	101,6	99,5	103,3
Giudizi vendite	-14	-10	-12	-13	-10
Attese vendite	12	15	13	9	12
Giudizi scorte	9	7	8	10	6

La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio settoriale

A luglio, la fiducia delle imprese dei servizi cala in tutti i settori, passando da 102,4 a 92,7 nei servizi alle imprese e altri servizi, da 105,6 a 97,9 nei trasporti e magazzinaggio, da 95,6 a 88,8 nei servizi di informazione e comunicazione e da 101,0 a 95,6 nei servizi turistici.

Gran parte dei saldi delle principali variabili rilevate nell'indagine sono in calo in quasi tutti i settori. Fanno eccezione i giudizi sugli ordini nei servizi turistici (con il saldo che sale da 2 a 4), le attese sugli ordini nei servizi di informazione e comunicazione (con il saldo che aumenta da 10 a 12) e le attese sulla situazione generale del paese nei servizi di trasporto e magazzinaggio (il saldo sale da -9 a -7).

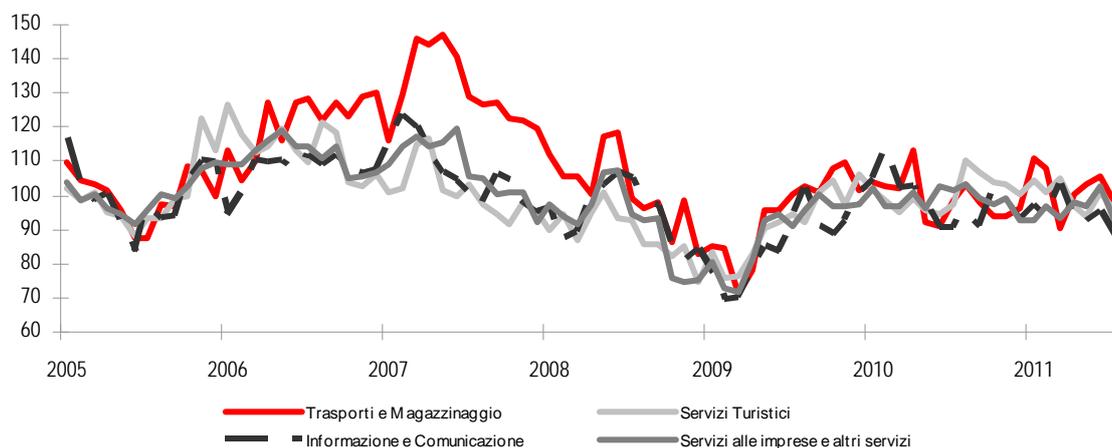
PROSPETTO 3. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI E VARIABILI COMPONENTI PER SETTORE

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

	2011				
	mar	Apr	mag	Giù	Lug
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO					
CLIMA DI FIDUCIA	90,6	100,4	103,4	105,6	97,9
Giudizi ordini	-15	-3	3	-1	-12
Attese ordini	2	-3	-3	4	-9
Attese economia	-34	-14	-12	-9	-7
SERVIZI TURISTICI					
CLIMA DI FIDUCIA	104,9	96,9	94,0	101,0	95,6
Giudizi ordini	0	-3	-5	2	4
Attese ordini	10	11	1	8	-3
Attese economia	-1	-22	-19	-11	-20
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
CLIMA DI FIDUCIA	103,5	92,4	92,9	95,6	88,8
Giudizi ordini	-1	7	2	5	-6
Attese ordini	3	6	-1	10	12
Attese economia	19	-26	-13	-18	-31
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
CLIMA DI FIDUCIA	93,2	98,2	96,6	102,4	92,7
Giudizi ordini	-14	-10	-14	-1	-13
Attese ordini	2	6	1	4	1
Attese economia	-24	-18	-13	-13	-25

FIGURA 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI SERVIZI: DETTAGLIO SETTORIALE

Gennaio 2005-luglio 2011, indice destagionalizzato (base 2005=100)



La fiducia delle imprese dei servizi nel dettaglio territoriale

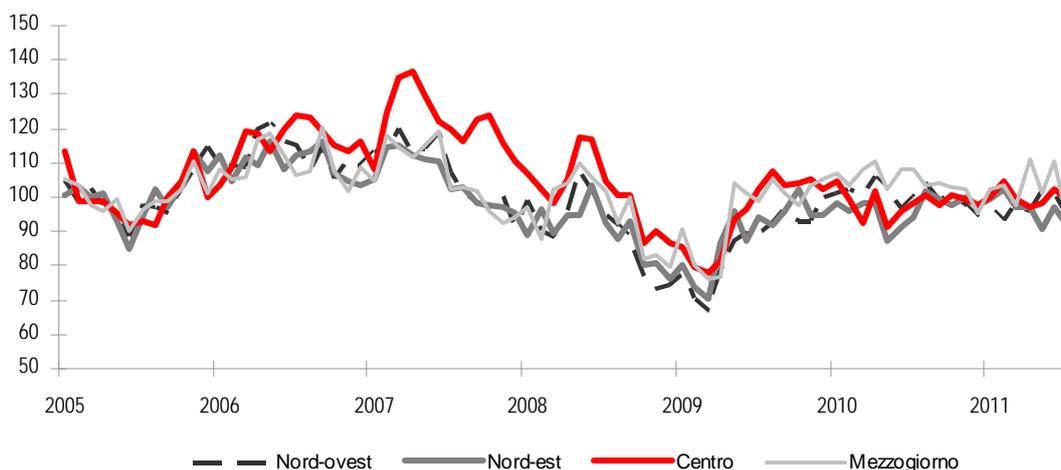
L'indice della fiducia dei servizi diminuisce sensibilmente in tutte le ripartizioni territoriali, scendendo da 101,2 a 93,4 nel Nord-ovest, da 96,9 a 91,5 nel Nord-est, da 102,4 a 99,3 al Centro e da 110,2 a 92,7 nel Mezzogiorno.

Peggiorano dovunque i saldi dei giudizi e delle attese sugli ordini. Le attese circa l'andamento dell'economia in generale peggiorano in tutte le ripartizioni a eccezione del Centro che risale da -15 a -12.

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

	2011				
	mar	apr	mag	giu	lug
Nord-ovest					
CLIMA DI FIDUCIA	98,2	95,9	101,6	101,2	93,4
Giudizi ordini	-8	-2	-2	0	-8
Attese ordini	10	4	4	8	5
Attese economia	-15	-22	-5	-12	-25
Nord-est					
CLIMA DI FIDUCIA	96,9	96,9	90,7	96,9	91,5
Giudizi ordini	-4	-3	-7	-1	-8
Attese ordini	0	9	-8	5	-2
Attese economia	-13	-22	-19	-21	-22
Centro					
CLIMA DI FIDUCIA	99,7	97,2	98,1	102,4	99,3
Giudizi ordini	-10	-9	-5	4	-3
Attese ordini	-2	0	-2	2	-3
Attese economia	-5	-14	-13	-15	-12
Mezzogiorno					
CLIMA DI FIDUCIA	97,6	111,2	100,9	110,2	92,7
Giudizi ordini	-19	-3	-14	-3	-19
Attese ordini	10	12	-2	1	-8
Attese economia	-27	-9	-11	0	-23

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



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

Nel secondo trimestre 2011, scende dal 43% al 37% la quota di imprese che percepisce l'esistenza di ostacoli all'attività produttiva. All'interno di tale gruppo, aumenta la percentuale di imprese che denuncia l'esistenza di vincoli dal lato della domanda (da 72% a 82%) e diminuisce lievemente quella che segnala la presenza di vincoli finanziari (da 12% a 11%).

PROSPETTO 5. OSTACOLI ALLA PRODUZIONE

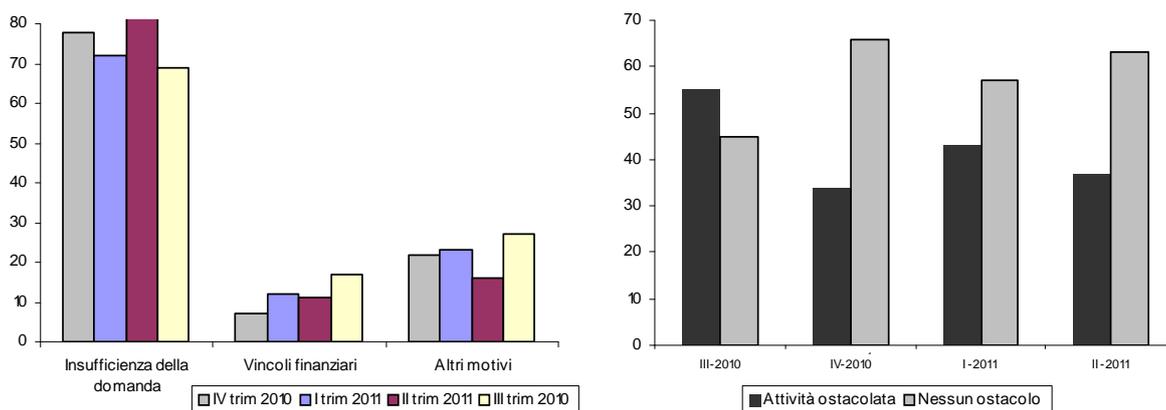
III trimestre 2010- II trimestre 2011, valori percentuali

	Attività ostacolata		Motivi ostacoli (*)				
	SI	NO	Insufficienza di domanda	Scarsità di manodopera	Insufficienza di spazi e/o macchinari	Vincoli finanziari	Altri motivi
TOTALE							
III-2010	55	45	69	1	1	17	27
IV-2010	34	66	78	0	2	7	22
I -2011	43	57	72	1	1	12	23
II - 2011	37	63	82	1	1	11	16
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO							
III-2010	81	19	52	1	1	37	25
IV-2010	44	56	63	0	3	12	33
I -2011	53	47	65	0	0	11	33
II - 2011	52	48	74	0	0	8	27
SERVIZI TURISTICI							
III-2010	64	36	59	2	0	16	42
IV-2010	36	64	84	0	3	6	13
I -2011	47	53	71	5	0	11	20
II - 2011	35	65	85	0	0	12	17
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE							
III-2010	38	62	86	0	0	10	16
IV-2010	25	75	71	1	0	18	14
I -2011	39	61	69	0	0	16	20
II - 2011	33	67	89	1	0	15	8
SERVIZI ALLE IMPRESE ED ALTRI SERVIZI							
III-2010	50	50	74	1	1	9	29
IV-2010	37	63	84	0	3	2	25
I -2011	39	61	77	1	2	11	20
II - 2011	33	67	83	2	1	10	13

(*) 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 2010-II trimestre 2011, valori percentuali



La fiducia delle imprese del commercio per tipologia distributiva

Nel commercio, l'indicatore di fiducia sale sia nella grande distribuzione (da 96,0 di giugno a 102,3 in luglio), sia in quella tradizionale (da 106,0 a 107,2). Nel primo caso recuperano i giudizi sulle vendite correnti e migliorano le attese sulle vendite future (i saldi delle variabili passano, rispettivamente, da -4 a 2 e da 11 a 17); il livello delle scorte di magazzino è giudicato in netto ridimensionamento (da 14 a 6 il saldo delle risposte). Nella distribuzione tradizionale recuperano i giudizi sulle vendite correnti (da -22 a -20), ma peggiorano lievemente le attese su quelle future (da 8 a 7); infine, scende (da 7 a 5) il saldo delle risposte riguardanti il livello delle scorte di magazzino.

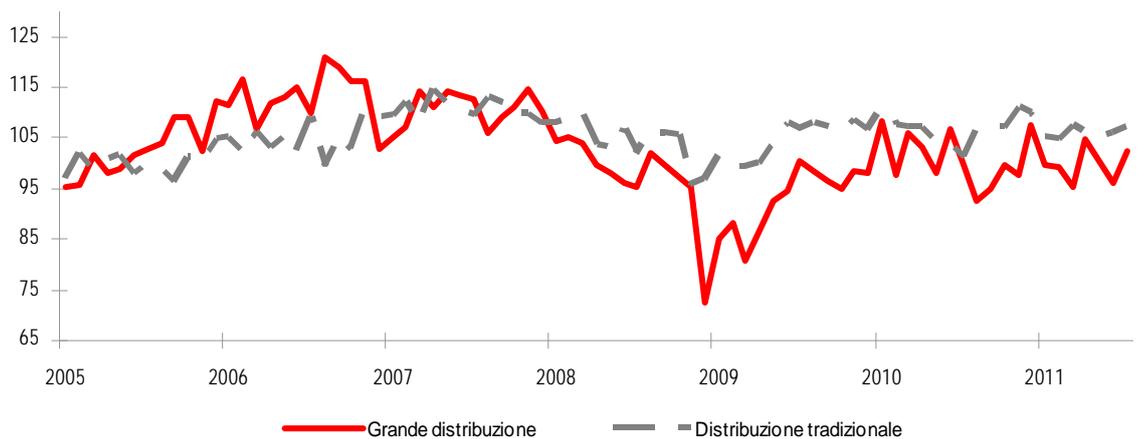
PROSPETTO 5. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO E VARIABILI COMPONENTI PER TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA

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

	2011				
	mar	apr	Mag	giu	lug
GRANDE DISTRIBUZIONE					
CLIMA DI FIDUCIA	95,4	104,9	100,4	96,0	102,3
Giudizi vendite	-13	4	-2	-4	2
Attese vendite	15	23	19	11	17
Giudizi scorte	11	7	9	14	6
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
CLIMA DI FIDUCIA	107,6	106,5	105,2	106,0	107,2
Giudizi vendite	-18	-21	-22	-22	-20
Attese vendite	10	6	7	8	7
Giudizi scorte	9	6	8	7	5

FIGURA 3. CLIMA DI FIDUCIA DEL COMMERCIO: DETTAGLIO SETTORIALE

Gennaio 2005-luglio 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.