

Gennaio 2015

FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

■ Allo scopo di fornire un'informazione integrata e facilitare una lettura sul clima di fiducia nel Paese, secondo diversi punti di vista, a partire da gennaio 2015 l'Istat diffonde in un unico comunicato stampa i risultati delle indagini sulla fiducia dei consumatori e delle imprese.

■ A gennaio l'indice composito del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2005=100, aumenta in misura significativa, passando a 104,0 da 99,9. Anche l'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (lesi, Istat economic sentiment indicator), in base 2005=100, mostra un miglioramento, salendo a 91,6 da 87,6 di dicembre 2014.

■ Per il clima di fiducia dei consumatori la componente economica e quella riferita al quadro personale aumentano rispettivamente a 109,2 da 103,5 e a 102,2 da 98,0 rispetto al mese precedente.

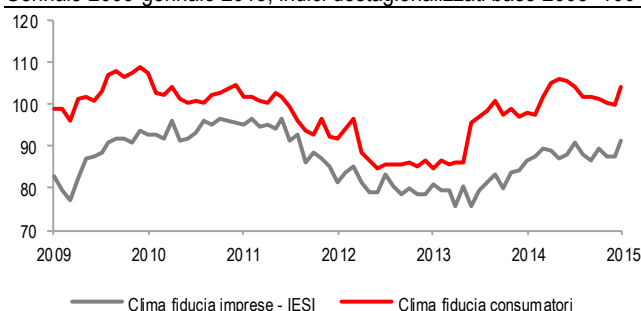
■ I giudizi dei consumatori sull'attuale situazione economica del Paese migliorano (a -104 da -108 il saldo) e così anche per le attese (a -5 da -15 il saldo). Risultano in diminuzione il saldo dei giudizi sulla dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi (a -22 da -5), quello dei giudizi sull'evoluzione dei prezzi nei prossimi dodici mesi (a -31 da -18) e quello delle attese sulla disoccupazione (a 41 da 48).

■ Riguardo le imprese, migliora il clima di fiducia delle imprese dei servizi di mercato (a 94,7 da 86,8) e delle imprese di costruzione (a 77,3 da 72,6), mentre scende lievemente quello delle imprese manifatturiere (a 97,1 da 97,3) e, in misura più consistente, quello del commercio al dettaglio (a 99,5 da 104,7).

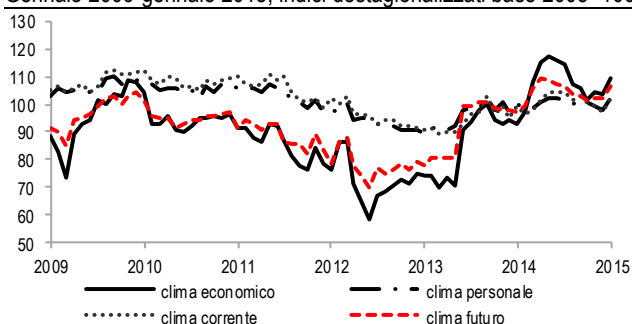
■ Nelle imprese manifatturiere peggiorano le attese di produzione (a 3 da 4) e rimangono stabili i giudizi sugli ordini (a -24); il saldo dei giudizi sulle scorte di magazzino passa a 1 da 2. Nelle costruzioni migliorano le attese sull'occupazione (a -17 da -27, il saldo) mentre i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione rimangono stabili (a -53).

■ Nelle imprese dei servizi crescono i giudizi e le attese sugli ordini (a -9 da -13 e a -3 da -11, i rispettivi saldi) e migliorano pure le aspettative sull'andamento dell'economia in generale (a -17 da -24, il saldo). Nel commercio al dettaglio peggiorano sia i giudizi sulle vendite correnti (a -16 da -14) sia le attese sulle vendite future (a 8 da 13); in accumulo sono giudicate le giacenze di magazzino (a 5 da -3, il saldo).

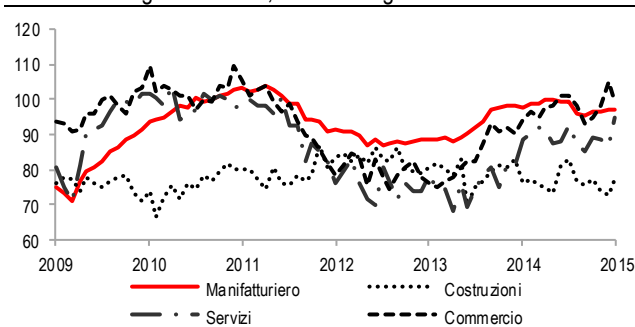
CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE Gennaio 2009-gennaio 2015, indici destagionalizzati base 2005=100



CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI - ECONOMICO, PERSONALE, CORRENTE, FUTURO Gennaio 2009-gennaio 2015, indici destagionalizzati base 2005=100



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA Gennaio 2009-gennaio 2015, indici destagionalizzati base 2005=100



Prossima diffusione: 26 febbraio 2015

La fiducia dei consumatori

A gennaio, l'indice composito del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2005=100, aumenta a 104,0 da 99,9. La componente economica e quella riferita al quadro personale aumentano a 109,2 da 103,5 e a 102,2 da 98,0, rispettivamente. Quanto alla disaggregazione tra clima di fiducia corrente e futuro, si registra un aumento per entrambi: il primo indice passa a 102,5 da 97,2 e il secondo a 106,5 da 101,9.

PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI ITALIANI E COMPONENTI

Settembre 2014 – gennaio 2015, indici (base 2005=100) e saldi ponderati destagionalizzati

	2014				2015
	Sett	Ott	Nov	Dic	Gen
CLIMA DI FIDUCIA (a)	102,0	101,4	100,4	99,9	104,0
Clima economico	105,7	101,5	104,1	103,5	109,2
Clima personale (b)	101,5	100,7	99,1	98,0	102,2
Clima corrente (b)	102,6	100,6	99,0	97,2	102,5
Clima futuro	102,8	101,7	101,9	101,9	106,5
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-100	-106	-105	-108	-104
Attese sulla situazione economica dell'Italia	-8	-16	-12	-15	-5
Attese sulla disoccupazione	55	58	53	48	41
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-56	-55	-57	-56	-55
Attese sulla situazione economica della famiglia (b)	-13	-18	-16	-19	-14
Giudizi sul bilancio familiare (b)	-14	-17	-18	-17	-12
Opportunità attuale del risparmio (b)	114	126	115	114	119
Possibilità future di risparmio (b)	-47	-49	-55	-53	-46
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli (b)	-69	-78	-79	-89	-67

(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 migliorano rispetto al mese precedente, il saldo passa a -104 da -108: questa variazione è spiegata dalla diminuzione al 40,1% dal 46,5% della quota di coloro che giudicano la situazione del paese "molto peggiorata". Quanto alle attese sulla situazione economica in generale il saldo aumenta a -5 da -15, infatti, cresce al 34,5% dal 29,7% la quota di coloro che si attendono un "leggero miglioramento" della situazione economica del Paese. Circa la tendenza della disoccupazione, diminuisce al 15,7% dal 20,6% la quota di coloro che la giudicano in forte aumento portando il saldo a 41 da 48 del mese precedente.

Il saldo dei giudizi sulla dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi diminuisce a -22 da -5. Per le attese future dei prezzi il saldo diminuisce in maniera consistente passando a -31 da -18 e questo si spiega con l'aumento della quota di intervistati che si attendono i prezzi "tendenzialmente stabili" (al 50,7% dal 47,5%) e "in diminuzione" (al 9,3% dal 7,4%).

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

Gennaio 2009 – gennaio 2015, saldi ponderati destagionalizzati

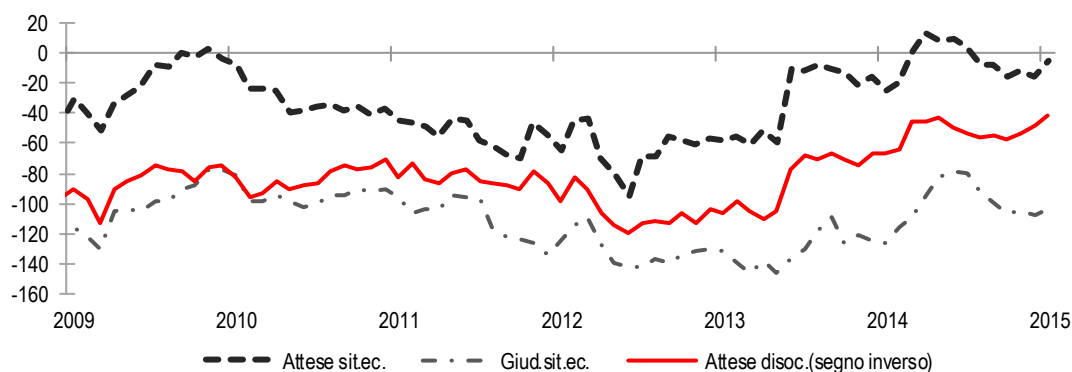
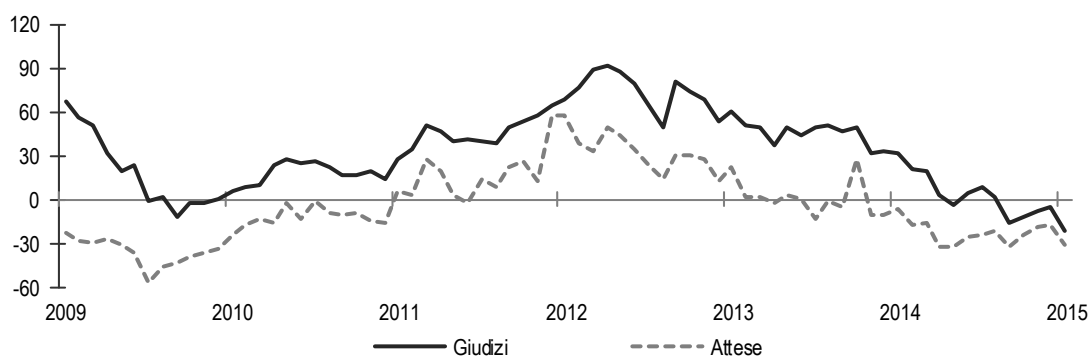


FIGURA 2. GIUDIZI E ATTESE SULL'ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO

Gennaio 2009 – gennaio 2015, saldi ponderati grezzi

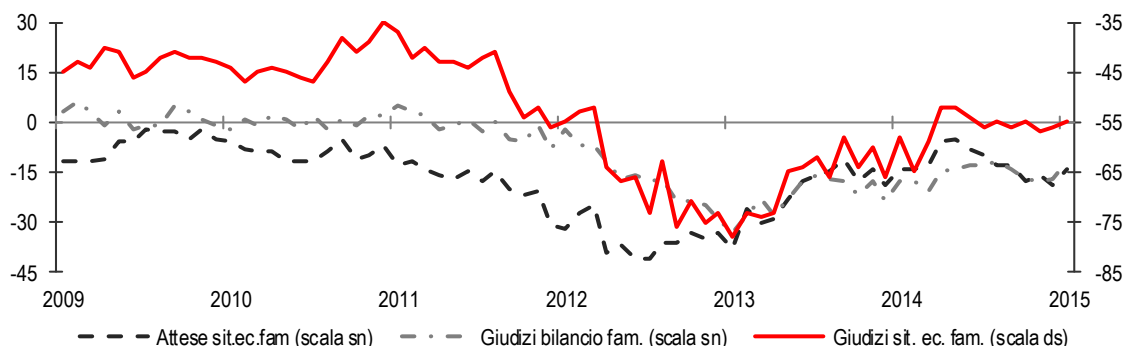


La situazione personale

I giudizi sulla situazione economica della famiglia migliorano lievemente: il saldo passa a -55 da -56. Quanto alle attese future aumentano i pareri positivi (a -14 da -19, il saldo). Anche il saldo relativo ai giudizi sull'attuale situazione finanziaria della famiglia migliora (a -12 da -17).

Aumentano i giudizi positivi sulle opportunità attuali di risparmio (a 119 da 114, il saldo) e le attese positive sulle possibilità future di risparmio (-46 da -53, il saldo). Crescono i giudizi sulla convenienza all'acquisto immediato di beni durevoli (a -67 da -89, il saldo) e anche le intenzioni future di acquisto degli stessi beni sono in aumento (-95 da -100, il saldo).

Le consuete domande trimestrali relative ad alcune spese di particolare rilievo mostrano una stabilità del saldo relativo alle intenzioni di acquisto dell'abitazione (a -189) e un lieve aumento dei saldi sulle intenzioni di effettuare manutenzione straordinaria della propria abitazione (a -140 da -141) e di acquisto dell'autovettura (a -164 da -165).

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


La fiducia delle imprese

L'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (Iesi, Istat economic sentiment indicator), che sintetizza le serie destagionalizzate e standardizzate delle variabili che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio (espresso in base 2005=100), a gennaio sale a 91,6 da 87,6 di dicembre 2014.

Le imprese manifatturiere

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

Settembre 2014 - gennaio 2015, indici destagionalizzati (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2014				2015
	Set	Ott	Nov	Dic	Gen
INDUSTRIA MANIFATTURIERA					
Clima di fiducia	95,5	96,2	96,4	97,3	97,1
Giudizi sugli ordini	-26	-24	-25	-24	-24
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	3	2	2	1
Attese di produzione	2	3	3	4	3
BENI DI CONSUMO					
Clima di fiducia	95,6	95,9	96,9	96,9	96,6
Giudizi sugli ordini	-27	-25	-24	-23	-24
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	2	-1	2	3	2
Attese di produzione	3	-1	3	3	3
BENI INTERMEDI					
Clima di fiducia	96,0	97,6	97,6	99,4	99,6
Giudizi sugli ordini	-27	-25	-25	-23	-24
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	5	4	3	0
Attese di produzione	-1	3	2	5	3
BENI STRUMENTALI					
Clima di fiducia	95,9	95,8	96,5	97,6	95,2
Giudizi sugli ordini	-21	-21	-22	-21	-24
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	3	2	0	0
Attese di produzione	5	5	6	6	3

Nel mese di gennaio l'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese manifatturiere scende lievemente a 97,1 da 97,3 del mese precedente. Le attese di produzione peggiorano, mentre i giudizi sugli ordini rimangono stabili; il saldo relativo ai giudizi sulle scorte di magazzino passa da 2 a 1.

L'indice del clima di fiducia sale lievemente a 99,6 da 99,4 nei beni intermedi ma scende a 96,6 da 96,9 nei beni di consumo e a 95,2 da 97,6 nei beni strumentali. I giudizi sugli ordini peggiorano in tutti i principali raggruppamenti di industrie: in particolare, nei beni di consumo il saldo scende a -24 da -23, nei beni intermedi a -24 da -23 e nei beni strumentali a -24 da -21. Il saldo dei giudizi sulle scorte di prodotti finiti passa a 2 da 3 nei beni di consumo, a 0 da 3 in quelli intermedi, mentre rimane stabile a 0 nei beni strumentali. Le attese sulla produzione peggiorano nei beni intermedi e nei beni strumentali, i cui saldi scendono rispettivamente a 3 da 5 e a 3 da 6, mentre rimangono stabili a 3 nei beni di consumo.

Secondo le consuete domande trimestrali sulla capacità produttiva, nel quarto trimestre 2014 il grado di utilizzo degli impianti sale a 72,9% da 72,4% del terzo trimestre. Rimane stabile al 35% la quota di operatori che segnala la presenza di ostacoli all'attività produttiva. In particolare, sale la quota di imprese che segnalano vincoli legati all'insufficienza di domanda e scende quella delle imprese che segnalano vincoli legati all'insufficienza di impianti e/o materiali.

Le imprese di costruzione

A gennaio l'indice del clima di fiducia delle imprese di costruzione sale a 77,3 da 72,6; migliorano le attese sull'occupazione (da -27 a -17), mentre rimangono stabili i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione (a -53).

L'indice del clima di fiducia sale da 52,8 a 56,7 nella costruzione di edifici, da 79,1 a 84,9 nell'ingegneria civile e da 92,2 a 95,3 nei lavori di costruzione specializzati.

Le attese sull'occupazione crescono sia nella costruzione di edifici (da -36 a -27), sia nell'ingegneria civile (da -18 a -4) e nei lavori di costruzione specializzati (da -19 a -10); i giudizi sugli ordini, invece, scendono sia nella costruzione di edifici (da -67 a -69), sia nell'ingegneria civile (da -26 a -28) e nei lavori di costruzione specializzati (da -42 a -47)

PROSPETTO 3. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE DI COSTRUZIONE TOTALE E PER SETTORE

Settembre 2014 - gennaio 2015, indici destagionalizzati (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2014				2015
	Set	Ott	Nov	Dic	Gen
COSTRUZIONI					
Clima di fiducia	75,3	77,4	74,0	72,6	77,3
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione	-49	-50	-49	-53	-53
Attese sull'occupazione	-23	-21	-28	-27	-17
COSTRUZIONE DI EDIFICI					
Clima di fiducia	59,8	60,6	56,1	52,8	56,7
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione	-60	-63	-61	-67	-69
Attese occupazione	-31	-26	-36	-36	-27
INGEGNERIA CIVILE					
Clima di fiducia	77,5	74,5	80,7	79,1	84,9
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione	-28	-31	-24	-26	-28
Attese occupazione	-19	-22	-17	-18	-4
LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI					
Clima di fiducia	97,7	101,5	94,5	92,2	95,3
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione	-37	-31	-36	-42	-47
Attese occupazione	-16	-16	-22	-19	-10

Le imprese dei servizi di mercato

L'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese dei servizi cresce a gennaio, attestandosi a 94,7 da 86,8 di dicembre. Crescono i giudizi e le attese sugli ordini (da -13 a -9 e da -11 a -3, i rispettivi saldi) e migliorano pure le aspettative sull'andamento dell'economia in generale (da -24 a -17). Circa le componenti che non rientrano nel clima di fiducia, peggiorano i giudizi sull'occupazione (da -9 a -10) ma non le attese (da -14 a -6); scende il saldo relativo alla dinamica dei prezzi di vendita (da -5 a -12) e migliorano i giudizi sull'andamento degli affari che tornano positivi a 3 da -3.

Nel dettaglio settoriale, il clima di fiducia aumenta in tutti i macrosettori considerati: nei trasporti e magazzinaggio da 80,5 a 108,0, nei servizi turistici da 73,3 a 89,3, nei servizi di informazione e comunicazione da 83,4 a 90,1 e in quelli alle imprese da 85,0 a 90,7. Progrediscono tutte le componenti dell'indice, soprattutto nei primi due settori.

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

Settembre 2014 - gennaio 2015, indici destagionalizzati (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2014				2015
	Set	Ott	Nov	Dic	Gen
SERVIZI DI MERCATO					
Clima di fiducia	85,2	89,3	88,8	86,8	94,7
Giudizi ordini	-17	-15	-19	-13	-9
Attese ordini	-5	1	-7	-11	-3
Attese economia	-33	-28	-18	-24	-17
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO					
Clima di fiducia	82,8	85,1	90,6	80,5	108,0
Giudizi ordini	-25	-29	-20	-31	2
Attese ordini	-22	-3	-19	-23	10
Attese economia	-22	-31	-8	-22	-11
SERVIZI TURISTICI					
Clima di fiducia	68,8	84,3	66,9	73,3	89,3
Giudizi ordini	-39	-21	-38	-26	-22
Attese ordini	-23	-7	-26	-21	-3
Attese economia	-34	-22	-35	-29	-9
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
Clima di fiducia	93,4	92,9	84,9	83,4	90,1
Giudizi ordini	-5	-7	-19	-4	-4
Attese ordini	10	18	-5	-5	0
Attese economia	-29	-32	-16	-31	-14
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
Clima di fiducia	84,8	83,9	90,3	85,0	90,7
Giudizi ordini	-18	-15	-16	-10	-11
Attese ordini	-4	-11	-3	-9	-10
Attese economia	-41	-30	-21	-28	-19

Nel quarto trimestre 2014 si riduce ancora la quota di imprese che percepisce l'esistenza di ostacoli all'attività produttiva, che scende al 48% dal 49% del precedente trimestre. Tra i motivi dell'impedimento, "l'insufficienza della domanda" diminuisce dal 76% al 54%, mentre i "vincoli finanziari" aumentano al 34% e gli "altri motivi" al 38%.

Le imprese del commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio il clima di fiducia peggiora a 99,5 da 104,7 di dicembre. Tornano a diminuire sia il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a -16 da -14) che quello delle aspettative sulle vendite future (a 8 da 13); in accumulo sono giudicate le scorte di magazzino (a 5 da -3 il saldo). Disaggregando i risultati per tipologia distributiva, la fiducia peggiora in entrambe i circuiti passando a 99,8 da 105,5 nella grande distribuzione e a 99,7 da 104,6 in quella tradizionale. Nella prima, in particolare, è in lieve aumento il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a 4 da 3), ma in forte diminuzione quello delle attese sulle vendite future (a 20 da 31). Nella seconda, si ridimensiona il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a -32 da -28) e scende a -3 da -2 quello relativo alle attese sulle vendite future. Quanto, infine, alle scorte di magazzino, il saldo della variabile torna ad aumentare in entrambe le tipologie distributive, portandosi a 10 da 2 nella grande distribuzione e a 1 da -7 in quella tradizionale.

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

Settembre 2014 - gennaio 2015, indici destagionalizzati (base 2005=100) e saldi destagionalizzati

	2014				2015
	Set	Ott	Nov	Dic	Gen
COMMERCIO					
Clima di fiducia	93,2	94,6	98,1	104,7	99,5
Giudizi vendite	-27	-25	-20	-14	-16
Attese vendite	-3	-1	3	13	8
Giudizi scorte	1	1	0	-3	5
GRANDE DISTRIBUZIONE					
Clima di fiducia	90,9	92,2	95,0	105,5	99,8
Giudizi vendite	-17	-17	-13	3	4
Attese vendite	7	8	19	31	20
Giudizi scorte	4	1	7	2	10
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
Clima di fiducia	95,2	97,0	101,2	104,6	99,7
Giudizi vendite	-37	-33	-27	-28	-32
Attese vendite	-13	-11	-11	-2	-3
Giudizi scorte	-2	-1	-6	-7	1

Glossario

Ripartizioni territoriali: 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.

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 2005) e destagionalizzato con il metodo diretto. Vengono proposte anche delle disaggregazioni del clima totale, che sono riportati a indice (in base 2005) 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 2005. 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 2005.

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, 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).

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: 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 (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).