

Novembre 2015

FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

■ L'indice del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, aumenta a novembre 2015 a 118,4 da 117,0 del mese precedente. L'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (lesi, Istat economic sentiment indicator) in base 2010=100, mostra una sostanziale stazionarietà (107,1, da 107,0 di ottobre).

■ Gli indicatori prodotti risentono solo in minima parte dei fatti eccezionalmente gravi avvenuti intorno alla metà del mese, in quanto il periodo di rilevazione dei dati è concentrato nei primi 15 giorni.

■ Tutte le stime delle componenti del clima di fiducia dei consumatori aumentano, con un incremento maggiore per quella economica (a 158,3 da 153,3) e più contenuto per quella personale (a 105,0 da 103,9), per quella corrente (a 111,6 da 109,3) e per quella futura (a 128,0 da 127,2).

■ Migliorano le stime sia dei giudizi sia delle attese sull'attuale situazione economica del Paese (a -20 da -31 e a 31 da 28, i rispettivi saldi). I giudizi sui prezzi nei passati 12 mesi restano al livello di ottobre (a -19). Quanto alle attese sui prezzi nei prossimi 12 mesi, il saldo passa a -20 da -23. Diminuiscono le attese di disoccupazione (a -8 da -3).

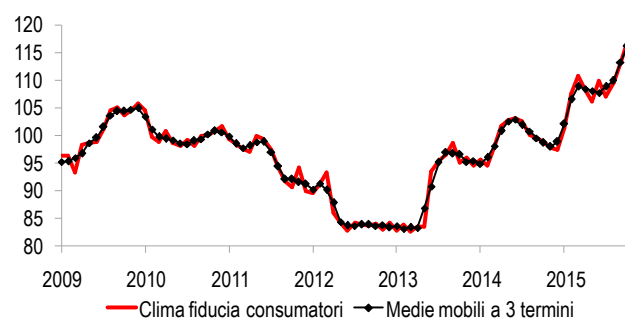
■ Riguardo le imprese, il clima di fiducia cresce nelle costruzioni (a 121,4 da 119,8) e, più lievemente, nei servizi di mercato (a 113,7 da 113,1), mentre scende nella manifattura (a 104,6 da 105,7) e nel commercio al dettaglio (a 115,0 da 116,3).

■ Nelle imprese manifatturiere peggiorano sia i giudizi sugli ordini (a -11 da -10 il saldo) sia le attese sulla produzione (a 13 da 14), mentre i giudizi sulle scorte rimangono stabili (a 3). Nelle costruzioni migliorano i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione (a -29 da -35, il saldo) ma peggiorano le attese sull'occupazione (a -11 da -7).

■ Nei servizi di mercato crescono le attese sugli ordini, (a 9 da 4), ma si contraggono i giudizi sugli ordini (a 4 da 7) e restano stabili (a 27) le attese sull'andamento generale dell'economia. Nel commercio al dettaglio migliorano i giudizi sulle vendite correnti (a 32 da 24) e peggiorano sensibilmente le attese sulle vendite future (a 24 da 40); in ulteriore decumulo sono giudicate le scorte di magazzino (a 3 da 7).

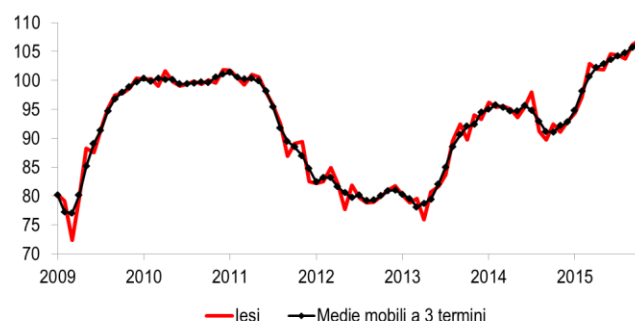
CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

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



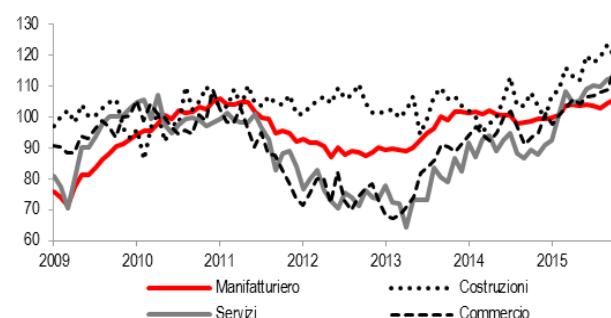
CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE ITALIANE (IESI)

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



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA

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



Prossima diffusione: 29 dicembre 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

La fiducia dei consumatori

A novembre, l'indice del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, aumenta a 118,4 da 117,0. Tutte le componenti aumentano, con un incremento più rilevante per quella economica, il cui indice passa a 158,3 da 153,3, e più contenuto per quella personale (a 105,0 da 103,9), quella corrente (a 111,6 da 109,3) e quella futura (a 128,0 da 127,2).

PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI ITALIANI E COMPONENTI

Luglio - novembre 2015, indici (base 2010=100) e saldi ponderati destagionalizzati

	2015				
	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
CLIMA DI FIDUCIA (a)	107,1	109,6	113,1	117,0	118,4
Clima economico	129,4	133,7	144,2	153,3	158,3
Clima personale (b)	99,5	101,4	103,6	103,9	105,0
Clima corrente (b)	101,7	104,0	108,0	109,3	111,6
Clima futuro	115,2	118,0	122,4	127,2	128,0
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-66	-60	-45	-31	-20
Attese sulla situazione economica dell'Italia	-3	7	15	28	31
Attese sulla disoccupazione	26	26	6	-3	-8
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-46	-41	-37	-36	-35
Attese sulla situazione economica della famiglia (b)	-10	-9	-6	-1	-2
Giudizi sul bilancio familiare (b)	-8	-7	-4	-6	-6
Opportunità attuale del risparmio (b)	126	128	135	141	141
Possibilità future di risparmio (b)	-44	-37	-36	-42	-40
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli (b)	-59	-55	-48	-45	-34

(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 migliorano rispetto al mese di ottobre (a -20 da -31 il saldo); questa variazione è dovuta all'aumento della quota di intervistati che giudicano la situazione "migliorata" (al 25,6% dal 22,3%) e alla diminuzione della quota di coloro che la giudicano "molto peggiorata" (al 17,4% dal 20,4%). Anche per la situazione economica futura del Paese le attese dei consumatori sono orientate al miglioramento (a 31 da 28). Il saldo delle attese sulla disoccupazione diminuisce (a -8 da -3).

Il saldo dei giudizi sulla dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi non muta rispetto al mese precedente (-19). Il saldo riferito alle attese sui prezzi migliora passando a -20 da -23 trainato dall'aumento della quota di coloro che si attendono i prezzi in "incremento più rapido" (al 12,7% dall'11,6%).

FIGURA 1. SITUAZIONE ECONOMICA DELL'ITALIA E MERCATO DEL LAVORO
Gennaio 2009 – novembre 2015, saldi ponderati destagionalizzati

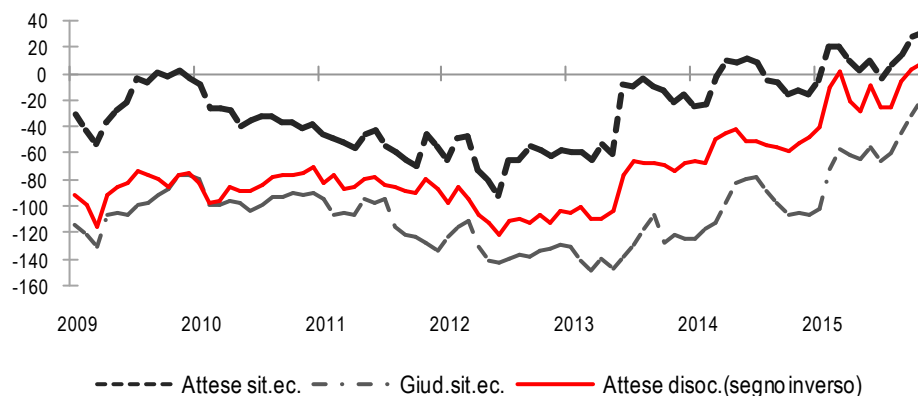
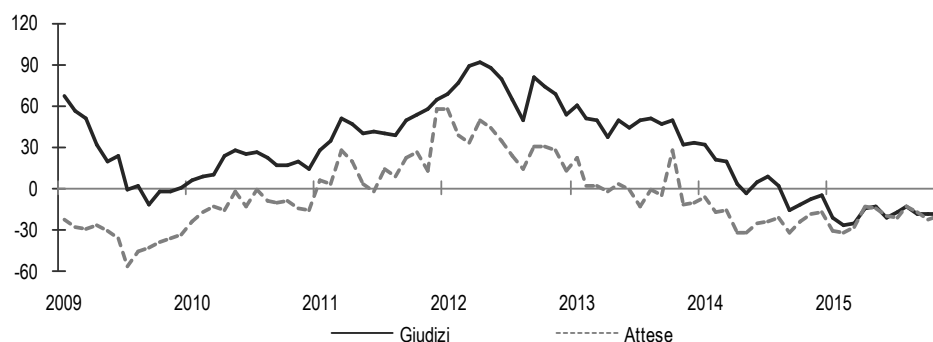


FIGURA 2. GIUDIZI E ATTESE SULL'ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO
Gennaio 2009 – novembre 2015, saldi ponderati grezzi

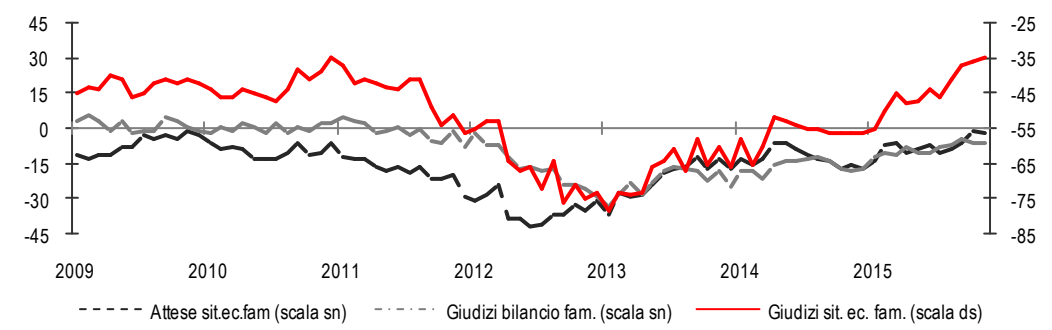


La situazione personale

I giudizi sulla situazione economica della famiglia migliorano leggermente (a -35 da -36 il saldo) a causa dell'aumento della quota di coloro che giudicano "migliorata" la situazione (al 4,4% dal 3,7%). Quanto alle prospettive future, gli intervistati si attendono un leggero peggioramento del quadro familiare (a -2 da -1). Il saldo sui giudizi sulle opportunità attuali di risparmio resta stazionario (a 141). Il saldo delle attese future sulle possibilità di risparmio migliora (a -40 da -42) e quello dei giudizi sul bilancio familiare è invariato (a -6) rispetto al mese precedente.

I giudizi sull'opportunità attuale di acquisto di beni durevoli migliorano (a -34 da -45 il saldo) per l'aumento della quota di coloro che ritengono di poter spendere "molto di più" che in passato per questi beni (al 26,2% dal 23,2%). Anche per le intenzioni future di spesa per questi beni si registra un miglioramento del saldo (a -66 da -70) influenzato, in particolare, dalla diminuzione della quota di intervistati che si attendono di spendere "molto meno" e "un po' meno" in futuro per questa voce di spesa (al 30,3 % dal 31,7% e al 14,2% dal 15,0%).

FIGURA 3. SITUAZIONE ECONOMICA DELLA FAMIGLIA E BILANCIO FAMILIARE
Gennaio 2009 – novembre 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 che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio (in base 2010=100), sale lievemente a 107,1 da 107,0 di ottobre.

Le imprese manifatturiere

L'indice del clima di fiducia delle imprese manifatturiere scende a 104,6 da 105,7. Peggiorano sia i giudizi sugli ordini sia le attese di produzione, mentre le scorte di magazzino rimangono stabili.

L'indice del clima di fiducia sale soltanto nei beni strumentali (a 113,5 da 111,8), mentre scende nei beni di consumo (a 101,5 da 105,4) e nei beni intermedi (a 99,4 da 100,7). I giudizi sugli ordini migliorano nei beni strumentali (a -4 da -8), ma peggiorano nei beni di consumo e nei beni intermedi (a -14 da -9 e a -15 da -11, rispettivamente). Il saldo relativo ai giudizi sulle scorte di prodotti finiti passa a 3 da 1 nei beni di consumo, a 4 da 5 nei beni intermedi e a 3 da 2 nei beni strumentali. Le attese sulla produzione migliorano nei beni strumentali (a 17 da 15), peggiorano nei beni di consumo (a 12 da 17) e restano stabili nei beni intermedi (a 10).

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

Luglio-novembre 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2015				
	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
INDUSTRIA MANIFATTURIERA					
Clima di fiducia	103,7	102,8	104,3	105,7	104,6
Giudizi sugli ordini	-12	-15	-11	-10	-11
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	3	3	3	3
Attese di produzione	11	11	12	14	13
BENI DI CONSUMO					
Clima di fiducia	101,7	101,9	101,7	105,4	101,5
Giudizi sugli ordini	-12	-11	-11	-9	-14
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	3	5	1	3
Attese di produzione	11	11	11	17	12
BENI INTERMEDI					
Clima di fiducia	100,8	98,1	99,6	100,7	99,4
Giudizi sugli ordini	-15	-18	-15	-11	-15
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	5	4	5	4
Attese di produzione	11	9	9	10	10
BENI STRUMENTALI					
Clima di fiducia	108,5	108,7	112,1	111,8	113,5
Giudizi sugli ordini	-9	-11	-7	-8	-4
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti (a)	6	4	1	2	3
Attese di produzione	11	11	14	15	17

a) Serie non affetta da stagionalità

Le imprese di costruzione

L'indice del clima di fiducia delle imprese di costruzione sale a 121,4 da 119,8 di ottobre; migliorano i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione (a -29 da -35, il saldo) ma peggiorano le attese sull'occupazione (a -11 da -7).

L'indice sale a 127,7 da 112,3 nell'ingegneria civile e a 133,4 da 130,5 nei lavori di costruzione specializzati, mentre scende a 95,7 da 103,1 nella costruzione di edifici.

I giudizi sugli ordini migliorano nell'ingegneria civile e nei lavori di costruzione specializzati (a -2 da -16 e a -23 da -31, i rispettivi saldi), mentre peggiorano nella costruzione di edifici (a -52 da -51); le attese sull'occupazione migliorano nell'ingegneria civile (a -4 da -14), invece peggiorano nella costruzione di edifici e nei lavori di costruzione specializzati (a -20 da -10 e a -7 da -3, rispettivamente).

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

	2015				
	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
COSTRUZIONI					
Clima di fiducia (a)	117,6	119,5	123,3	119,8	121,4
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-34	-32	-30	-35	-29
Attese sull'occupazione (a)	-11	-10	-7	-7	-11
COSTRUZIONE DI EDIFICI					
Clima di fiducia (a)	103,1	102,3	100,9	103,1	95,7
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-49	-48	-48	-51	-52
Attese occupazione (a)	-12	-14	-16	-10	-20
INGEGNERIA CIVILE					
Clima di fiducia (a)	117,4	112,1	123,5	112,3	127,7
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-16	-12	-12	-16	-2
Attese occupazione (a)	-6	-18	0	-14	-4
LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI					
Clima di fiducia (a)	124,8	130,4	135,1	130,5	133,4
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-30	-28	-25	-31	-23
Attese occupazione (a)	-11	-6	-3	-3	-7

(a) Serie non affetta da stagionalità

Le imprese dei servizi di mercato

L'indice del clima di fiducia delle imprese dei servizi di mercato sale a 113,7 da 113,1 di ottobre. Crescono le attese sugli ordini (a 9 da 4), ma si contraggono i giudizi sugli ordini (a 4 da 7) e resta invariato (a 27) il saldo delle attese sull'andamento generale dell'economia. Circa le altre variabili che non rientrano nel computo del clima di fiducia, calano i giudizi sull'occupazione (a -5 da -1) ma non le attese sull'occupazione (a -4 da -8); rimane stabile il saldo dell'andamento degli affari (a 14) e scendono le attese sui prezzi a (-3 da -2).

Nel dettaglio settoriale, la fiducia diminuisce solo nei trasporti e magazzinaggio (a 117,6 da 121,3) a causa del calo sia nei giudizi che nelle aspettative sugli ordini. L'indice cresce invece nei servizi turistici (a 106,7 da 101,3), dove il miglioramento delle attese compensa il calo dei giudizi sugli ordini, in quelli di informazione e comunicazione (a 109,6 da 105,8), nonostante il calo delle attese dell'andamento generale dell'economia, e nei servizi alle imprese (a 112,4 da 110,2) in cui progrediscono tutte le componenti del clima.

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

Luglio-novembre 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2015				
	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
SERVIZI DI MERCATO					
Clima di fiducia	110,3	110,0	112,2	113,1	113,7
Giudizi ordini	8	4	9	7	4
Attese ordini	9	6	10	4	9
Attese economia	13	19	17	27	27
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO					
Clima di fiducia (a)	125,6	128,3	125,5	121,3	117,6
Giudizi ordini (a)	16	22	19	7	-4
Attese ordini (a)	11	1	5	3	-8
Attese economia (a)	20	31	22	24	37
SERVIZI TURISTICI					
Clima di fiducia	105,1	116,5	103,8	101,3	106,7
Giudizi ordini	15	15	-7	-2	-18
Attese ordini	4	17	15	-1	25
Attese economia	-6	14	0	5	10
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
Clima di fiducia	107,0	102,5	106,2	105,8	109,6
Giudizi ordini (a)	7	-2	9	4	12
Attese ordini	14	10	8	-8	9
Attese economia (a)	29	26	30	49	37
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
Clima di fiducia	105,1	102,0	106,6	110,2	112,4
Giudizi ordini (a)	10	0	3	8	10
Attese ordini	10	3	7	5	10
Attese economia	-7	1	7	14	15

(a) Serie non affetta da stagionalità

La fiducia delle imprese del commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio il clima di fiducia scende a 115,0 da 116,3. Aumenta il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a 32 da 24), ma diminuisce quello relativo alle aspettative sulle vendite future (a 24 da 40); in ulteriore decumulo sono giudicate le scorte di magazzino (a 3 da 7, il relativo saldo).

Il clima di fiducia migliora nella grande distribuzione (a 118,6 da 116,1), ma peggiora in quella tradizionale (a 106,7 da 116,7). Nella prima, aumenta il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a 49 da 29) e peggiora quello relativo alle aspettative sulle vendite future (a 32 da 49); nella seconda, peggiora sia il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a -4 da 10), sia quello delle aspettative sulle vendite future (a 6 da 20). Quanto, infine, alle scorte di magazzino, il saldo della variabile passa a 4 da 9 nella grande distribuzione e resta stabile sui valori dello scorso mese nella distribuzione tradizionale (a 1).

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

Luglio-novembre 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2015				
	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
COMMERCIO					
Clima di fiducia	106,8	108,1	108,8	116,3	115,0
Giudizi vendite	16	15	16	24	32
Attese vendite	22	29	28	40	24
Giudizi scorte	10	12	10	7	3
GRANDE DISTRIBUZIONE					
Clima di fiducia	104,1	106,0	106,6	116,1	118,6
Giudizi vendite	20	17	19	29	49
Attese vendite	24	35	33	49	32
Giudizi scorte	13	15	13	9	4
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
Clima di fiducia	113,5	112,4	113,8	116,7	106,7
Giudizi vendite	5	7	5	10	-4
Attese vendite	18	14	19	20	6
Giudizi scorte	3	4	3	1	1

Nota Metodologica

A - Indagine sul clima di fiducia dei Consumatori, realizzata nell'ambito del progetto armonizzato dell'Unione Europea (Decisione Commissione Europea C(97) 2241 del 15 luglio 1997 e Comunicazione della Commissione Europea COM(2006) 379 del 12 luglio 2006) e cofinanziata dalla Commissione Europea, viene svolta mensilmente dal 1982 sulla base di uno schema metodologico armonizzato a livello europeo.

La raccolta dei dati mensili avviene nei primi 12 giorni lavorativi del mese di riferimento. La rilevazione è effettuata attraverso interviste telefoniche svolte con la tecnica Computer assisted telephone interviewing (Cati). Il campione, di numerosità pari a circa 2.000 unità, è casuale a due stadi, proporzionale all'universo della popolazione residente italiana adulta al 1° ottobre 2012, stratificato per ripartizione geografica e ampiezza dei comuni di residenza. La lista utilizzata è costituita dall'elenco degli abbonati telefonici; l'unità di rilevazione è l'abbonato (selezionato casualmente nell'ambito dello strato), l'unità statistica è costituita dal consumatore, inteso come persona maggiorenne, appartenente al nucleo familiare individuato dal numero telefonico, che contribuisce alla formazione del reddito (anche in termini non monetari) della famiglia di appartenenza. La tecnica di selezione è di tipo sistematico casuale nel primo stadio e per quote nel secondo.

Il questionario armonizzato a livello europeo (ma con domande orientate a soddisfare anche necessità informative nazionali) comprende, oltre ad alcune informazioni strutturali e sui redditi familiari, domande di tipo prevalentemente qualitativo, caratterizzate da tre o cinque modalità ordinali di risposta (ad es. molto in aumento, in aumento, stazionario, in diminuzione, molto in diminuzione), relative alla situazione economica dell'Italia e a quella personale dell'intervistato. Le opinioni sono richieste nella forma di giudizi riguardanti i precedenti dodici mesi oppure nella forma di attese sull'evoluzione futura a breve termine (nei successivi dodici mesi). In dettaglio, l'indagine comprende domande mensili sui seguenti aspetti: giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia; attese sulla disoccupazione; giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; giudizi sul bilancio familiare; giudizi e attese sull'andamento dei prezzi; opportunità attuale e futura di risparmio; opportunità attuale e intenzioni future di acquisto di beni durevoli. In particolare, l'indagine presenta una sezione specifica per l'analisi delle condizioni di accesso al credito da parte dei cittadini. Trimestralmente (a gennaio, aprile, luglio e ottobre) sono rilevate anche le intenzioni di acquisto di un'autovettura, le intenzioni di acquisto e le spese per manutenzione straordinaria dell'abitazione.

Per ogni domanda i risultati sono espressi in termini di frequenze relative delle singole modalità di risposta e di saldi, calcolati come differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e di quelle sfavorevoli.

Un indicatore sintetico complessivo dei risultati dell'indagine finalizzato a valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori italiani è rappresentato dal clima di fiducia totale dei consumatori che è calcolato a partire dai saldi ponderati su dati grezzi relativi a nove domande (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) aggregati tramite media aritmetica semplice; il risultato è poi riportato a indice (in base 2010) e destagionalizzato con il metodo diretto. Esso può essere disaggregato nei climi economico e personale, o, alternativamente, nei climi presente e futuro.

L'indice del clima di fiducia, nonché alcune delle nove serie componenti, presentano effetti stagionali identificabili e sono pertanto destagionalizzate con il metodo Tramo-Seats, che viene applicato a ciascuna serie separatamente (metodo diretto). I modelli sono stati aggiornati a marzo 2015. Poiché la disponibilità di nuove informazioni mensili consente una migliore valutazione delle diverse componenti delle serie, ogni mese i dati destagionalizzati già diffusi sono soggetti a revisione.

I principali indicatori del clima di fiducia dei consumatori sono diffusi nelle tavole allegate alla Nota Flash. Le serie storiche complete sono disponibili nella banca dati I.Stat, accessibile dal sito dell'Istituto (<http://dati.istat.it/>) con la seguente disponibilità:

Climi di fiducia grezzi: da gennaio 1995 per totale Italia e per ripartizione territoriale;

Climi di fiducia destagionalizzati: da gennaio 1995 per totale Italia e per ripartizione territoriale;

Saldi mensili grezzi: da gennaio 1982 per il totale e da gennaio 1995 per ripartizione territoriale;

Saldi mensili destagionalizzati: da gennaio 1995 per il totale Italia;

Saldi mensili grezzi disaggregati per classi di età o per sesso o per livello di istruzione o per condizione professionale: da gennaio 1995 per il totale Italia;

Modalità domande mensili: dati grezzi da gennaio 1982 per totale Italia

Domande trimestrali relative alle previsioni di spesa: dati grezzi da gennaio 2006 per totale Italia

Domande mensili relative alle previsioni di spesa: dati grezzi da gennaio 1995 a dicembre 2010 per totale Italia

B - Le indagini statistiche sul clima di fiducia delle imprese sono realizzate nell'ambito del progetto armonizzato dell'Unione Europea, disciplinato dalla Decisione Commissione Europea C(97) 2241 del 15 luglio 1997 e dalla Comunicazione della Commissione COM (2006) del 12 luglio 2006 e sono cofinanziate dalla Commissione Europea. Le inchieste sono orientate alla misurazione delle opinioni degli operatori riguardo all'evoluzione congiunturale dei maggiori settori produttivi sulla base di una metodologia armonizzata. Lo schema prevede quattro indagini mensili rivolte, rispettivamente, alle imprese dell'industria manifatturiera, delle costruzioni, dei servizi di mercato e del commercio al dettaglio.

La raccolta dei dati avviene nei primi 15 giorni lavorativi del mese di riferimento per tutte le indagini. Ogni unità intervistata è invitata a rispondere alle domande del questionario con riferimento alla sua attività principale, così come individuata dal codice Ateco 2007. La rilevazione è effettuata con tecnica mista, che prevede interviste telefoniche svolte con la tecnica Computer assisted telephone interviewing (Cati), ma anche possibilità di risposta via fax/mail. Le rilevazioni utilizzano campioni "panel" di imprese estratti dall'Archivio statistico delle imprese attive (Asia) stratificati secondo le seguenti variabili: dimensione, settore di attività economica e area geografica. A partire da giugno 2013, per le indagini sul settore manifatturiero, dei servizi e del commercio è stato introdotto un nuovo criterio di stratificazione e di allocazione delle unità. In particolare, le unità con meno di 1000 addetti sono allocate sulla base del criterio *Robust Optimal Allocation with Uniform Stratum Threshold* (ROAUST), mentre per le imprese con almeno 1000 addetti è prevista una rilevazione censuaria. Contemporaneamente, per l'indagine sul settore manifatturiero e dei servizi, sono state introdotte delle soglie di cut-off che escludono dalle rilevazioni le imprese di minori dimensioni.

I questionari sono armonizzati a livello europeo, ma contengono anche domande orientate a soddisfare necessità informative nazionali. Ogni indagine presenta una sezione dedicata all'analisi delle condizioni di accesso al credito da parte delle aziende e, a cadenza trimestrale, sono richieste ulteriori informazioni specifiche su diversi aspetti della situazione delle imprese. Le informazioni raccolte sono prevalentemente di natura qualitativa e sono finalizzate a ottenere indicazioni sullo stato corrente e sulle aspettative a breve termine (su un orizzonte di 3 mesi) delle principali variabili aziendali. La maggioranza delle domande presenti nei questionari prevedono tre modalità di risposta, del tipo: "alto", "normale", "basso", oppure: "in aumento", "stazionario", "in diminuzione". Il processo di elaborazione prevede che per ogni domanda i dati siano espressi in termini di frequenze relative, ponderate ricorrendo ad un doppio sistema di pesi: a) le frequenze relative a ciascuna modalità di risposta sono dapprima pesate utilizzando il numero degli addetti dichiarato dalle stesse aziende in sede di intervista (peso interno); b) successivamente si ricorre a

pesi fissi che riflettono la distribuzione del valore aggiunto del settore di riferimento (peso esterno). Indicazioni sintetiche dei fenomeni osservati sono espresse dai saldi, calcolati come differenza fra le frequenze della modalità favorevole e sfavorevole. La modalità centrale (invarianza, stazionarietà) non viene considerata nel calcolo.

A partire da marzo 2015, la procedura di aggregazione ricorre ad una struttura di ponderazione esterna derivata dal valore aggiunto al costo dei fattori relativo all'anno 2012. Gli indicatori del clima di fiducia di tutti i comparti indagati sono calcolati come media aritmetica dei saldi destagionalizzati delle variabili ritenute più rappresentative dell'evoluzione congiunturale dello specifico settore e destagionalizzati ricorrendo al metodo indiretto. Le serie del clima di fiducia sono successivamente indicizzate in base 2010=100.

Le serie storiche delle principali variabili tratte dalle indagini e degli indici dei climi di fiducia sono destagionalizzate con la procedura Tramo-Seats e ogni mese i dati destagionalizzati già diffusi sono soggetti a revisione. I modelli statistici utilizzati per la destagionalizzazione (le cui specifiche di elaborazione sono disponibili su richiesta) vengono aggiornati annualmente per assicurare la continuità della loro capacità di corretta rappresentazione dell'andamento della singola serie. L'ultimo aggiornamento è stato effettuato a marzo 2015. I principali indicatori del clima di fiducia sono diffusi nelle tavole allegate alla Nota Flash. Le serie storiche complete degli indicatori relativi alle singole indagini sono presenti nella banca dati I.Stat, accessibile dal sito dell'Istituto (<http://dati.istat.it/>),

Indagine sul clima di fiducia delle imprese manifatturiere. L'indagine congiunturale sul clima di fiducia delle imprese manifatturiere viene svolta mensilmente dal 1962 su un panel che attualmente ha una numerosità di circa 4.000 imprese. Alla luce degli aggiornamenti metodologici introdotti nel giugno 2013, la rilevazione utilizza un campione stratificato secondo: la dimensione d'impresa (5-9 addetti; 10-49 addetti; 50-249; 250-999 addetti; almeno 1000 addetti), la ripartizione geografica (Nord-ovest; Nord-est; Centro; Mezzogiorno), l'attività prevalente (considerando le divisioni dalle 10 alla 33 della classificazione Ateco 2007). Il criterio di campionamento prevede un'estrazione casuale per le imprese con un numero di addetti inferiore a 1.000 ed un inserimento censuario per tutte le unità con 1.000 e più addetti.

Il questionario di rilevazione include domande di natura qualitativa finalizzate ad ottenere informazioni sullo stato corrente e sulle aspettative a breve termine in tema di ordinativi, produzione, giacenze di prodotti finiti, liquidità, occupazione, prezzi, nonché una valutazione della tendenza generale dell'economia italiana. Nei mesi di marzo, giugno, settembre e dicembre sono richieste informazioni su diversi aspetti della situazione dell'impresa con particolare riguardo a posizione concorrenziale, capacità produttiva, numero di ore lavorate, nuovi ordinativi, scorte di materie prime, volume delle esportazioni, ostacoli alla produzione, durata della produzione assicurata e grado di utilizzo degli impianti. Queste variabili sono rilevate alla fine del trimestre di riferimento. Nei mesi di aprile, luglio, ottobre e gennaio sono invece richieste ulteriori informazioni su alcuni aspetti della situazione dell'impresa riguardanti fatturato all'esportazione, prezzi dell'esportazione confrontati con quelli interni, destinazione economica, paesi maggiormente concorrenti, ostacoli all'esportazione. Queste variabili sono rilevate nel mese successivo al trimestre di riferimento.

L'indicatore del clima di fiducia è elaborato come media aritmetica dei saldi destagionalizzati relativi alle domande riguardanti i giudizi sul livello degli ordini totali, sul livello delle scorte (con il segno invertito) e le attese a breve termine sull'andamento della produzione.

La disponibilità delle serie sulla banca dati I.Stat è la seguente: Serie grezze: dal 1986; dal 1991 per le ripartizioni geografiche; serie destagionalizzate: dal 2000. Le variabili trimestrali sulle imprese esportatrici e sulla capacità produttiva sono diffuse grezze a partire rispettivamente dal quarto trimestre del 1985 e dal primo trimestre del 1986; le serie destagionalizzate a partire dal primo trimestre del 2000. Da agosto 2009, su base mensile, sono disponibili le serie grezze delle variabili riguardanti l'accesso al credito. Da aprile 2012,

sono disponibili anche le serie del clima grezzo per il totale manifatturiero, per i principali raggruppamenti di industrie (beni di consumo, beni intermedi e beni strumentali) e per ripartizione geografica (Nord-ovest, Nord-est, Centro e Mezzogiorno).

Indagine sulla fiducia delle imprese di costruzione. L'indagine congiunturale sulla fiducia delle imprese di costruzione viene svolta mensilmente dal 1966 su un panel che, attualmente, ha una numerosità di circa 700 imprese. Dal mese di novembre 2011 l'impianto di gestione dell'indagine è stato completamente rinnovato. In occasione del cambiamento del metodo di rilevazione (da postale a telefonico) è stato operato anche un ridisegno del campione di imprese, con un sostanziale ampliamento della sua numerosità. Il campione è ora costituito da un panel stratificato secondo la dimensione delle unità produttive (3-9 addetti, 10-249, almeno 250 addetti), il comparto di attività economica (considerando i settori: 41 - costruzione di edifici; 42 - ingegneria civile; 43 - lavori di costruzione specializzati) e le quattro ripartizioni territoriali (Nord-ovest, Nord-est, Centro e Mezzogiorno). E' stata fissata una soglia di cut-off che esclude dalla rilevazione le imprese con meno di tre addetti mentre per le imprese con almeno 250 addetti è prevista una rilevazione censuaria. L'insieme delle modifiche apportate ha prodotto una discontinuità nell'indagine rendendo parziale la confrontabilità dei risultati successivi al novembre 2011 con quelli precedenti.

Nel questionario sono formulate sei domande di natura qualitativa, finalizzate ad ottenere informazioni riguardanti i giudizi sugli ordini e/o sui piani di costruzione e sull'attività di costruzione; l'esistenza di ostacoli limitanti l'attività di costruzione e le tipologie di ostacoli; le attese a breve termine sui piani di costruzione, sui prezzi e sull'occupazione. Inoltre, è prevista una domanda strutturale a carattere quantitativo sul numero medio di occupati nel mese. Trimestralmente, nei mesi di gennaio, aprile, luglio e ottobre è richiesta una stima in mesi della durata dell'attività assicurata dai lavori in corso o da eseguire (fino ad agosto 2012, la variabile trimestrale era rilevata nei mesi di marzo, giugno, settembre e dicembre; la periodicità è stata modificata a partire dalla rilevazione del mese di settembre 2012).

L'indicatore del clima di fiducia è calcolato come media aritmetica dei saldi grezzi relativi alle domande riguardanti i giudizi sugli ordini e/o i piani di costruzione e le attese sull'occupazione.

La disponibilità delle serie sulla banca dati I.Stat è la seguente: Serie grezze: dal 1985; serie stagionalizzate: dal 2000. La serie del clima grezzo sono disponibili per il totale e per i tre settori economici corrispondenti alle tre divisioni dell'Ateco 2007 (41: costruzione di edifici, 42: ingegneria civile e 43: lavori di costruzione specializzati); inoltre i saldi e i climi relativi ai suddetti settori economici così come la variabile rilevata trimestralmente sulla durata di attività garantita dai lavori o da eseguire (in mesi) sono disponibili solo in termini grezzi, in quanto non risultano affetti da stagionalità. Da maggio 2009, su base mensile, sono disponibili le serie grezze delle variabili riguardanti l'accesso al credito.

Indagine sul clima di fiducia delle imprese dei servizi di mercato. L'indagine congiunturale sul clima di fiducia delle imprese dei servizi di mercato viene svolta mensilmente dal 2003 su un campione di circa 2.000 imprese del settore. Nel giugno 2013 è stata fissata una soglia di cut-off che esclude dalla rilevazione le imprese con meno di tre addetti, mentre per le imprese con almeno 1000 addetti è prevista una rilevazione censuaria. Il nuovo schema di campionamento prevede un panel stratificato secondo la dimensione dell'impresa (da 3 a 999 addetti e da almeno 1.000 addetti), la ripartizione geografica (Nord-ovest, Nord-est; Centro e Mezzogiorno) e l'attività prevalente (classificata secondo l'Ateco 2007), sono comprese le divisioni da 49 a 82 (escluse la 64, 65, 66 e 75).

Il questionario comprende domande qualitative orientate a raccogliere informazioni in tema di giudizi su ordini, occupazione e andamento degli affari; attese su ordini, occupazione, prezzi di vendita ed evoluzione dell'economia. Ogni trimestre (rilevazioni di gennaio, aprile, luglio e ottobre) si interpellano le imprese sull'esistenza di vincoli che ostacolano lo sviluppo dell'azienda e sul loro grado di capacità produttiva.

Gli indicatori dei climi di fiducia, elaborati per il settore dei servizi nel complesso, per i quattro macrosettori di “Trasporto e magazzinaggio”, “Servizi turistici”, “Servizi di informazione e comunicazione”, “Servizi alle imprese ed altri servizi”, e per le quattro ripartizioni territoriali, sono costruiti come media aritmetica semplice dei saldi delle domande sui giudizi e le attese degli ordini e sulla tendenza dell’economia.

La disponibilità delle serie sulla banca dati I.Stat è la seguente: Serie grezze: dal 2003; serie destagionalizzate: dal 2003. La variabile mensile “Andamento generale dell’azienda” è rilevata dal marzo 2010; la variabile trimestrale “Grado di utilizzo nel settore dei servizi” è rilevata a partire dal quarto trimestre 2009. Da agosto 2009 sono disponibili, su base mensile le serie grezze delle variabili riguardanti l’accesso al credito.

Indagine sul clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio. L’indagine congiunturale sul clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio tradizionale e della grande distribuzione ha avuto inizio nel 1986, su base bimestrale. A partire dal 1992 la periodicità di rilevazione è divenuta mensile. Dal mese di maggio 2010 le informazioni sono raccolte presso un panel di circa 1.000 imprese commerciali comprese nelle divisioni 45 (Commercio all’ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli) e 47 (Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli) della classificazione Ateco 2007. A partire da giugno 2013 lo schema di campionamento prevede un campione stratificato per dimensione dell’impresa (1-2 addetti; 3-5 addetti; 6-999 addetti; almeno 1000 addetti), per ripartizione geografica (Nord-ovest; Nord-est; Centro; Mezzogiorno) e per attività prevalente (45.1 vendita di motoveicoli; 45.2-45.4 manutenzione di motoveicoli e vendita di accessori; 47.1, 47.2 vendita al dettaglio di alimentari, bevande e tabacco; 47.3 vendita al dettaglio di carburante per autotrazione; 47.4-47.7 vendita al dettaglio di altri beni). Lo schema di campionamento, che non ricorre ad alcuna selezione di tipo cut-off in entrata, prevede un’estrazione casuale per le imprese con un numero di addetti inferiore a 1000 ed un inserimento censuario per tutte le unità con 1000 e più addetti.

Il questionario, nella sua formulazione base, è caratterizzato da sette domande qualitative che riguardano i giudizi sull’andamento delle vendite, sul volume delle scorte e sul livello dei prezzi dei fornitori, le attese a tre mesi sul volume degli ordini, sul numero delle persone occupate, sul livello dei prezzi di vendita e, infine, sull’andamento delle vendite.

Gli indicatori del clima di fiducia (relativi al commercio al dettaglio nel complesso, alla distribuzione tradizionale e alla grande distribuzione) vengono elaborati come media aritmetica semplice dei saldi destagionalizzati delle domande riguardanti: i giudizi e le attese sull’andamento delle vendite e i giudizi sulle scorte (questa serie viene inserita nel calcolo con il segno invertito).

La disponibilità delle serie sulla banca dati I.Stat è la seguente: Serie grezze per l’intero comparto: dal 1986, su base bimestrale; dal 1992, su base mensile. Serie grezze per tipologia distributiva (grande distribuzione e distribuzione tradizionale): dal 2003. Serie destagionalizzate: dal 2003. La variabile “Attese a tre mesi sul livello dei prezzi di vendita” è rilevata a partire da novembre 2003. Le serie grezze e destagionalizzate di tale variabile sono quindi diffuse solo a partire da tale anno. I risultati sono disponibili anche secondo la classificazione delle attività economiche Ateco 2007. Da agosto 2009, su base mensile, sono disponibili le serie grezze delle variabili riguardanti l’accesso al credito.

Istat Economic Sentiment Indicator (IESI). L’indice costituisce una misura complessiva dello stato di fiducia del comparto produttivo ed è elaborato aggregando i saldi delle variabili che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere (giudizi sulla domanda in generale, attese sulla produzione e giudizi sulle giacenze di prodotti finiti), delle costruzioni (giudizi sugli ordini e attese sull’occupazione), dei servizi di mercato (giudizi e attese sugli ordini, attese sull’economia in generale) e del commercio al dettaglio (giudizi e attese sulle vendite, giudizi sulle giacenze).

Le serie iniziali (11 in totale) sono destagionalizzate con il metodo Tramo-Seats e standardizzate. La loro sintesi è ottenuta con media ponderata, utilizzando come pesi le quote calcolate sul livello 2012 del valore aggiunto di competenza di ciascun settore. In

particolare, il valore aggiunto considerato è quello espresso al costo dei fattori. Il sistema di ponderazione utilizzato nell'elaborazione dell'indicatore composito è riportato nella Tavola 1. I pesi sono calcolati al netto delle divisioni Ateco che non risultano incluse nelle singole indagini e si riferiscono ai rispettivi domini di osservazione: in particolare il peso del settore manifatturiero è riferito all'universo di imprese con almeno 5 addetti, mentre per le costruzioni e i servizi di mercato l'universo considerato è quello delle imprese con almeno 3 addetti.

Tavola 1 - INDICE DI FIDUCIA DELLE IMPRESE ITALIANE IESI.

La struttura di ponderazione dell'indice in base 2010

Settori	Peso totale (% valore aggiunto)	Numero serie componenti
Manifatturiero	40,2	3
Costruzioni	9,0	2
Commercio al dettaglio	11,7	3
Servizi	39,1	3

La metodologia applicata fa riferimento a quella adottata dalla Commissione Europea per la costruzione dell'Esi (Economic sentiment indicator), si veda European Commission. 2007. *The Joint Harmonized EU Programme of Business and Consumer Surveys. User Guide*. Brussels: Directorate-General for Economic and Financial Affairs disponibile al seguente link: http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/documents/userguide_en.pdf. L'indicatore Iesi dell'Istat, a differenza dell'Esi della Commissione Europea, non include nella sua costruzione l'indice del clima di fiducia dei consumatori.

Nella banca dati I.Stat è disponibile la serie del clima di fiducia delle imprese italiane a partire da da gennaio 2003.

Glossario

Dati destagionalizzati: dati depurati, mediante apposite tecniche statistiche, dalle fluttuazioni attribuibili alla componente stagionale (dovute a fattori meteorologici, consuetudinari, legislativi, ecc.) e, se significativi, dagli effetti di calendario. 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 - Iesi): 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 e minimercati"): 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.