

Marzo 2015

FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

■ A partire da marzo 2015 l'Istat avvia la diffusione degli indici del clima di fiducia nella nuova base 2010=100.

■ L'indice composito del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, aumenta a 110,9 da 107,7 di febbraio 2015. Anche l'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (lesi, Istat economic sentiment indicator), in base 2010=100, mostra un deciso miglioramento, salendo a 103,0 da 97,5 di febbraio.

■ Per il clima di fiducia dei consumatori la componente economica aumenta in misura più consistente (a 144,8 da 138,1) rispetto a quella personale, che passa a 99,7 da 98,0.

■ I giudizi dei consumatori sull'attuale situazione economica del Paese migliorano (-57 da -71 il saldo) e in lieve aumento sono anche le attese future sull'economia (22 da 21). Il saldo dei giudizi sulla dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi mostra un leggero miglioramento a -26 da -27 e quello delle attese per i prossimi 12 mesi conferma questa tendenza (a -28 da -33). Migliorano anche le aspettative sulla disoccupazione (a -3 da 10).

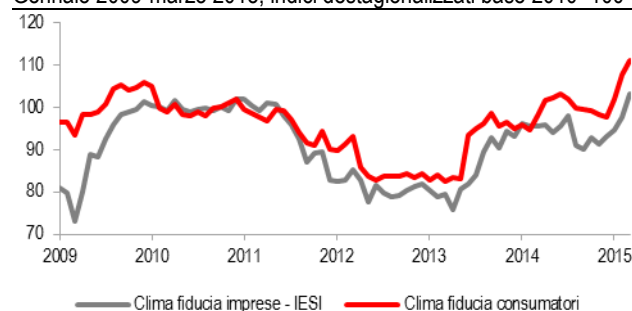
■ Riguardo le imprese, il miglioramento del clima di fiducia coinvolge tutti i principali settori: manifattura (a 103,7 da 100,5), costruzioni (a 116,0 da 108,5), servizi di mercato (a 108,1 da 100,4) e commercio al dettaglio (a 103,0 da 101,0),

■ Nelle imprese manifatturiere migliorano sia i giudizi sugli ordini (a -11 da -17), sia le attese di produzione (a 10 da 8); il saldo dei giudizi sulle scorte di magazzino passa a 3 da 4. Nelle costruzioni migliorano sia i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione, sia – seppur lievemente – le attese sull'occupazione (a -36 da -45 e a -11 da -12 i saldi).

■ Nelle imprese dei servizi migliorano i giudizi e le attese sugli ordini (a 2 da -1 e a 4 da -1, i rispettivi saldi) e le attese sull'andamento dell'economia in generale (a 17 da 2). Nel commercio al dettaglio peggiorano i giudizi sulle vendite correnti (a -5 da 1), mentre migliorano le attese sulle vendite future (a 28 da 19); in decumulo sono giudicate le giacenze di magazzino (a 7 da 10).

■ Le serie riferite al periodo precedente al 2010 sono state riaccolte secondo la metodologia riportata nella Nota Informativa dedicata.

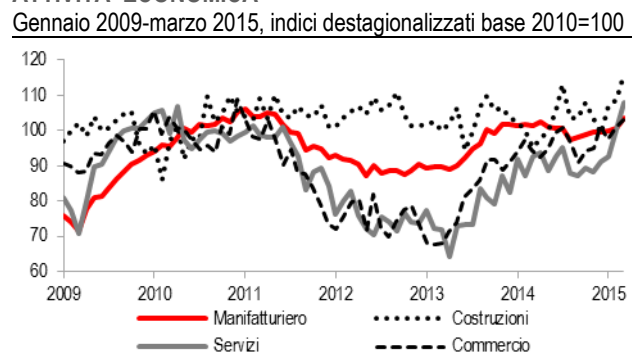
CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE Gennaio 2009-marzo 2015, indici destagionalizzati base 2010=100



CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI – ECONOMICO, PERSONALE, CORRENTE, FUTURO Gennaio 2009-marzo 2015, indici destagionalizzati base 2010=100



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA Gennaio 2009-marzo 2015, indici destagionalizzati base 2010=100



La fiducia dei consumatori

A marzo, l'indice composito del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, aumenta a 110,9 da 107,7. La componente economica e quella riferita al quadro personale aumentano rispettivamente a 144,8 da 138,1 e a 99,7 da 98,0. Quanto alla disaggregazione tra clima di fiducia corrente e futuro, il primo indice passa a 102,2 da 98,5 e il secondo a 123,9 da 121,8.

PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI ITALIANI E COMPONENTI

Novembre 2014 – marzo 2015, indici (base 2010=100) e saldi ponderati destagionalizzati

	2014		2015		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
CLIMA DI FIDUCIA (a)	98,2	97,8	101,8	107,7	110,9
Clima economico	111,5	111,1	117,6	138,1	144,8
Clima personale (b)	93,6	92,6	96,6	98,0	99,7
Clima corrente (b)	91,4	89,7	94,7	98,5	102,2
Clima futuro	107,4	107,6	112,6	121,8	123,9
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-102	-105	-100	-71	-57
Attese sulla situazione economica dell'Italia	-11	-14	-4	21	22
Attese sulla disoccupazione	52	47	39	10	-3
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-56	-56	-55	-50	-45
Attese sulla situazione economica della famiglia (b)	-15	-17	-13	-7	-6
Giudizi sul bilancio familiare (b)	-18	-17	-12	-10	-11
Opportunità attuale del risparmio (b)	115	114	119	125	126
Possibilità future di risparmio (b)	-55	-53	-46	-43	-44
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli (b)	-79	-89	-67	-74	-56

(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 -57 da -71: questa variazione è spiegata da un aumento al 14,3% dal 10,7% della quota di coloro che la ritengono "migliorata" e dalla diminuzione al 26,7% dal 29,9% della quota di coloro che giudicano la situazione del Paese "molto peggiorata". Quanto alle attese sulla situazione economica in generale il saldo aumenta a 22 da 21, decresce, infatti, al 20,2% dal 21,6% la quota di coloro che si attendono un peggioramento della situazione economica del Paese. L'attesa sulla disoccupazione è al ribasso con il saldo che diminuisce a -3 da 10, per questa variabile aumenta in particolare la quota di coloro che si attendono una diminuzione lieve della disoccupazione saliti al 36,6% dal 32,6%.

Il saldo dei giudizi sulla dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi aumenta a -26 da -27, influenzato dal calo della quota di intervistati che giudicano i prezzi in diminuzione (all'8,2% dall'11,2%). Mentre il saldo delle attese sull'andamento dei prezzi nei prossimi 12 mesi aumenta passando a -28 da -33 e questo è in gran parte effetto della diminuzione al 5,9% dal 7,8%, di quanti si attendono i prezzi in diminuzione.

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

Gennaio 2009 – marzo 2015, saldi ponderati destagionalizzati

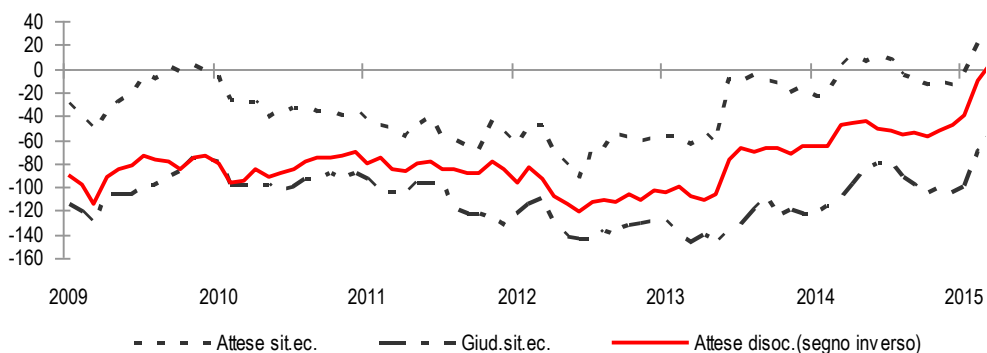
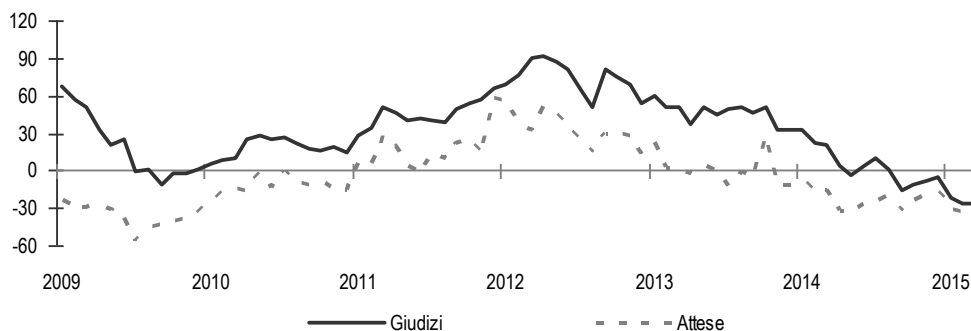


FIGURA 2. GIUDIZI E ATTESE SULL'ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO

Gennaio 2009 – marzo 2015, saldi ponderati grezzi

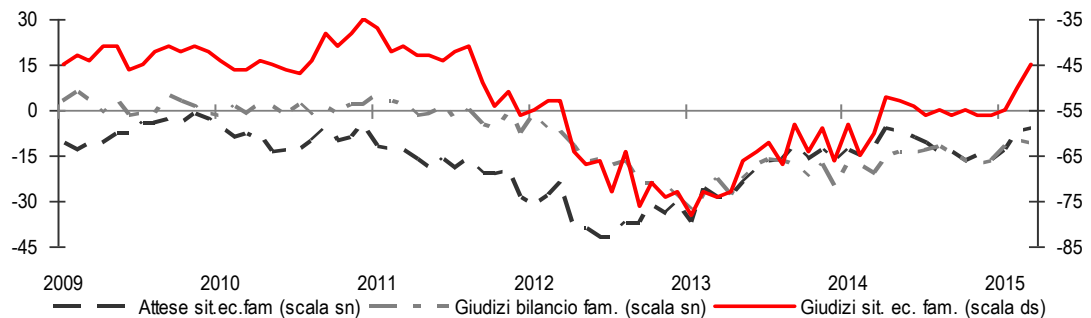


La situazione personale

Migliorano sia i giudizi che le attese sulla situazione economica della famiglia: i saldi passano a -45 da -50 e a -6 da -7, rispettivamente. Per i giudizi diminuisce la quota di coloro che esprimono pareri negativi (al 39,1% dal 41,5). Diminuisce il saldo dei giudizi sul bilancio familiare (a -11 da -10), migliorano i giudizi sull'opportunità attuale di risparmio (a 126 da 125) mentre scende il saldo relativo alle aspettative future di risparmio (a -44 da -43). I giudizi sulla convenienza di effettuare acquisti immediati di beni durevoli sono in crescita (a -56 da -74), per l'aumento della quota di coloro che ritengono, quello attuale, un momento favorevole per fare acquisti (al 22,2% dal 18,8%). In miglioramento sono le intenzioni degli intervistati in merito agli acquisti futuri di beni durevoli (a -76 da -84) in quanto diminuiscono coloro che intendono spendere meno per l'acquisto di beni durevoli (al 34,6% dal 37,6%).

FIGURA 3. SITUAZIONE ECONOMICA DELLA FAMIGLIA E BILANCIO FAMILIARE

Gennaio 2009 – marzo 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 delle variabili che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio (espresso in base 2010=100), sale a 103,0 da 97,5 di febbraio 2015.

Le imprese manifatturiere

A marzo l'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese manifatturiere sale a 103,7 da 100,5. Migliorano sia i giudizi sugli ordini e sia le attese di produzione; il saldo relativo ai giudizi sulle scorte di magazzino passa a 3 da 4.

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

Novembre 2014 - marzo 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2014		2015		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
INDUSTRIA MANIFATTURIERA					
Clima di fiducia	99,5	99,6	99,9	100,5	103,7
Giudizi sugli ordini	-20	-19	-18	-17	-11
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	5	3	4	3
Attese di produzione	6	8	7	8	10
BENI DI CONSUMO					
Clima di fiducia	99,1	98,1	99,1	98,8	100,3
Giudizi sugli ordini	-16	-16	-15	-13	-10
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	2	5	3	5	4
Attese di produzione	6	7	6	6	6
BENI INTERMEDI					
Clima di fiducia	93,5	93,9	95,1	95,3	99,6
Giudizi sugli ordini	-26	-26	-23	-24	-17
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	3	5	3	3	2
Attese di produzione	2	5	4	5	10
BENI STRUMENTALI					
Clima di fiducia	107,3	107,6	106,7	107,2	111,8
Giudizi sugli ordini	-16	-16	-17	-14	-7
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti (a)	4	3	1	5	2
Attese di produzione	12	13	9	11	15

(a) Serie non affetta da stagionalità

L'indice del clima di fiducia sale in tutti i principali raggruppamenti di industrie: nei beni di consumo a 100,3 da 98,8, nei beni intermedi a 99,6 da 95,3 e nei beni strumentali a 111,8 da 107,2. Anche i giudizi sugli ordini migliorano: nei beni di consumo il saldo sale a -10 da -13, nei beni intermedi a -17 da -24 e nei beni strumentali a -7 da -14. Il saldo dei giudizi sulle scorte di prodotti finiti passa a 4 da 5 nei beni di consumo, a 2 da 3 in quelli intermedi e a 2 da 5 nei beni strumentali. Le attese sulla produzione migliorano nei beni intermedi e nei beni strumentali (rispettivamente a 10 da 5 e a 15 da 11), mentre rimangono stabili a 6 nei beni di consumo.

Secondo le indicazioni derivanti dalle consuete domande trimestrali rivolte alle imprese manifatturiere che svolgono attività d'esportazione, nel primo trimestre dell'anno migliorano le attese sul fatturato ma peggiorano i giudizi. Sale a 9 da 7 il saldo destagionalizzato relativo al rapporto fra prezzi all'export e interni; scende al 32% dal 34% la quota delle imprese interpellate che lamenta la presenza di significativi ostacoli all'attività di esportazione; tra questi ostacoli, diminuiscono di importanza quelli legati ai costi, ai finanziamenti, alla burocrazia e alla qualità dei prodotti, mentre aumentano di importanza quelli legati ai tempi di consegna e ad altri motivi. Tra le destinazioni delle esportazioni delle imprese scende l'incidenza dei paesi Ue. La Germania, la Francia e la Cina continuano ad essere considerate dalle imprese italiane tra i maggiori concorrenti internazionali.

Le imprese di costruzione

L'indice del clima di fiducia delle imprese di costruzione sale a 116,0 da 108,5 di febbraio; migliorano sia i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione sia le attese sull'occupazione (a -36 da -45 e a -11 da -12, rispettivamente).

L'indice del clima di fiducia sale a 96,1 da 79,5 nella costruzione di edifici, a 118,4 da 113,4 nell'ingegneria civile e a 125,8 da 123,1 nei lavori di costruzione specializzati.

I giudizi sugli ordini migliorano in tutti i settori delle costruzioni: nella costruzione di edifici, il saldo aumenta a -52 da -65, nell'ingegneria civile a -15 da -23 e nei lavori di costruzione specializzati a -31 da -39; le attese sull'occupazione, invece, migliorano nella costruzione di edifici (a -18 da -28) ma peggiorano nei lavori di costruzione specializzati (a -9 da -4) e rimangono stabili nell'ingegneria civile (a -5).

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

Novembre 2014 - marzo 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2014		2015		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
COSTRUZIONI					
Clima di fiducia (a)	103,7	99,3	107,2	108,5	116,0
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-39	-45	-48	-45	-36
Attese sull'occupazione (a)	-24	-24	-10	-12	-11
COSTRUZIONE DI EDIFICI					
Clima di fiducia (a)	81,4	77,6	88,4	79,5	96,1
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-60	-61	-62	-65	-52
Attese occupazione (a)	-31	-34	-19	-28	-18
INGEGNERIA CIVILE					
Clima di fiducia (a)	106,5	100,4	113,7	113,4	118,4
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-27	-31	-34	-23	-15
Attese occupazione (a)	-11	-16	7	-5	-5
LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI					
Clima di fiducia (a)	114,9	110,8	115,2	123,1	125,8
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-31	-38	-45	-39	-31
Attese occupazione (a)	-23	-21	-9	-4	-9

(a) Serie non affetta da stagionalità

Le imprese dei servizi di mercato

L'indice del clima di fiducia delle imprese dei servizi continua a crescere, attestandosi a 108,1 da 100,4 di febbraio. Migliorano tutte le variabili che compongono il clima: i giudizi sugli ordini passano a 2 da -1, le relative attese a 4 da -1 e le attese sull'andamento dell'economia in generale salgono a 17 da 2. Riguardo le altre variabili che non rientrano nel computo del clima di fiducia, progrediscono i giudizi e le attese sull'occupazione (a -8 da -10 e a 3 da -1, i rispettivi saldi) e sale il saldo relativo alla dinamica dei prezzi di vendita (a -3 da -7); in calo, invece, i giudizi espressi sull'andamento degli affari (a 12 da 15).

Il clima di fiducia aumenta in tutti i settori: nel trasporto e magazzinaggio cresce a 127,9 da 116,7 grazie al sensibile miglioramento delle attese sugli ordini e sull'andamento dell'economia italiana; nei servizi turistici sale a 101,7 da 97,5; nei servizi di informazione e comunicazione sale a 105,7 da 93,2, spinto soprattutto dalle attese sull'economia in generale, e nei servizi alle imprese passa a 101,7 da 96,8.

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

Novembre 2014 - marzo 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2014		2015		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
SERVIZI DI MERCATO					
Clima di fiducia	88,2	91,0	92,5	100,4	108,1
Giudizi ordini	-16	-6	-7	-1	2
Attese ordini	-8	-3	0	-1	4
Attese economia	-13	-19	-16	2	17
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO					
Clima di fiducia (a)	87,3	89,3	109,2	116,7	127,9
Giudizi ordini (a)	-31	-23	-2	-1	-3
Attese ordini (a)	-19	-16	9	5	20
Attese economia (a)	-9	-14	-5	18	35
SERVIZI TURISTICI					
Clima di fiducia	83,7	89,7	92,6	97,5	101,7
Giudizi ordini	-22	-9	-2	8	9
Attese ordini	-11	-7	-2	-7	9
Attese economia	-18	-18	-21	-11	-16
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
Clima di fiducia	82,6	83,0	89,5	93,2	105,7
Giudizi ordini (a)	-12	1	1	10	13
Attese ordini	-4	-5	4	3	1
Attese economia (a)	-15	-25	-12	-8	30
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
Clima di fiducia	90,4	93,5	86,4	96,8	101,7
Giudizi ordini (a)	-10	-2	-15	-17	-9
Attese ordini	-8	1	-8	0	8
Attese economia	-13	-21	-20	4	4

(a) Serie non affetta da stagionalità

Le imprese del commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio il clima di fiducia si conferma in miglioramento attestandosi a marzo a 103,0 da 101,0. Migliorano le attese sulle vendite future (a 28 da 19), peggiorano i giudizi su quelle correnti (a -5 da 1); in decumulo risultano le scorte di magazzino (a 7 da 10). Il clima di fiducia migliora sia nella grande distribuzione (a 101,0 da 99,4) che in quella tradizionale (a 106,7 da 103,1). Nella prima il saldo delle attese sulle vendite future aumenta a 35 da 25, mentre quello relativo ai giudizi sulle vendite correnti diminuisce a -3 da 7; nella seconda, il saldo delle attese sale a 12 da 3, mentre quello relativo ai giudizi cala leggermente a -13 da -12. Quanto alle scorte di magazzino, il saldo della variabile diminuisce a 11 da 16, nella grande distribuzione e a -2 da 0, in quella tradizionale.

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

Novembre 2014 - marzo 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2014		2015		
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
COMMERCIO					
Clima di fiducia	95,1	101,3	97,7	101,0	103,0
Giudizi vendite	-15	-9	-6	1	-5
Attese vendite	14	22	18	19	28
Giudizi scorte	7	2	12	10	7
GRANDE DISTRIBUZIONE					
Clima di fiducia	95,0	102,9	99,4	99,4	101,0
Giudizi vendite	-10	1	7	7	-3
Attese vendite	24	31	24	25	35
Giudizi scorte	12	5	15	16	11
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
Clima di fiducia	96,4	99,6	94,6	103,1	106,7
Giudizi vendite	-22	-23	-32	-12	-13
Attese vendite	-9	-1	4	3	12
Giudizi scorte	-3	-5	5	0	-2

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 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"): 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).