

Aprile 2015

FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

■ L'indice composito del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, diminuisce ad aprile 2015 a 108,2 da 110,7 del mese precedente. Anche l'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (Iesi, Istat economic sentiment indicator), in base 2010=100, mostra un calo, scendendo a 102,1 da 103,0 di marzo.

■ Sono in diminuzione tutti gli indici delle componenti del clima di fiducia dei consumatori: in particolare quello economico, che passa a 134,4 da 144,1; quello personale, a 98,9 da 99,7; quello corrente, a 101,3 da 102,2 e quello futuro a 118,6 da 123,6.

■ Peggiorano i giudizi dei consumatori sull'attuale situazione economica del Paese (a -62 da -57 il saldo) e le attese sull'economia (a 10 da 22). Il saldo dei giudizi sulla dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi aumenta passando a -15 da -26 e quello delle attese per i prossimi 12 mesi conferma questa tendenza (a -13 da -28). Peggiorano le aspettative sulla disoccupazione (a 22 da -1 il saldo).

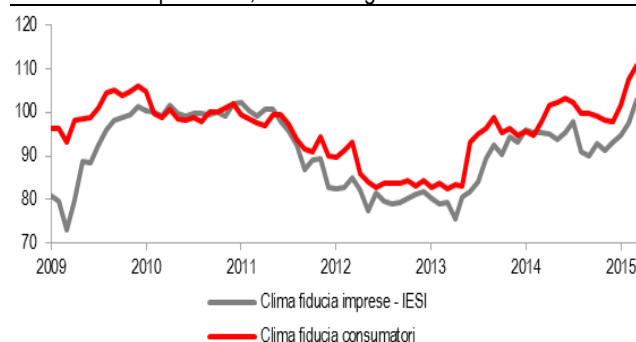
■ Riguardo le imprese, migliora l'indice del clima di fiducia del settore manifatturiero (a 104,1 da 103,7) e del commercio al dettaglio (a 105,9 da 103,0), mentre scende quello delle imprese di costruzione (a 113,3 da 116,0) e dei servizi di mercato (a 104,4 da 108,1).

■ Nelle imprese manifatturiere migliorano lievemente i giudizi sugli ordini (a -10 da -11 i saldi) ma le attese di produzione rimangono stabili (a 10), così come il saldo dei giudizi sulle scorte di magazzino (a 3). Nelle costruzioni peggiorano sia i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione (a -38 da -36), sia le attese sull'occupazione (a -12 da -11).

■ Nelle imprese dei servizi peggiorano le attese sugli ordini e sull'andamento generale dell'economia (a 2 da 4 e a 8 da 17, i rispettivi saldi); sono, invece, stabili a 2 i giudizi sul livello degli ordini. Nel commercio al dettaglio migliorano i giudizi sulle vendite correnti (a 3 da -5), mentre peggiorano le attese sulle vendite future (a 26 da 28); in decumulo sono giudicate le giacenze di magazzino (a 4 da 7).

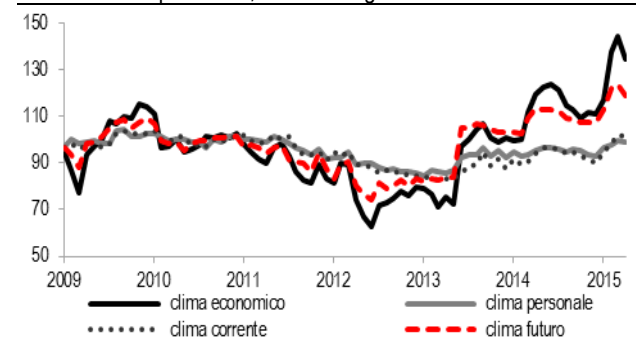
CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

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



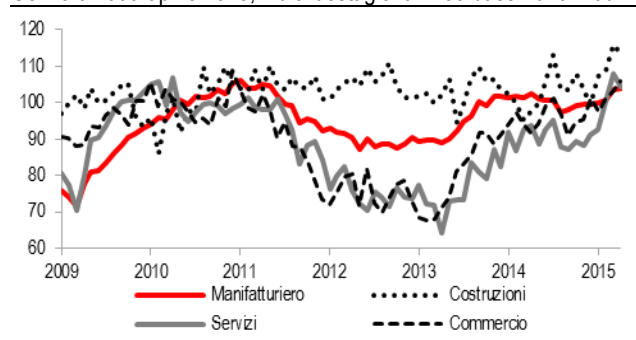
CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI – ECONOMICO, PERSONALE, CORRENTE, FUTURO

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



CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA

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



Prossima diffusione: 28 Maggio 2015

La fiducia dei consumatori

Ad aprile, l'indice composito del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, diminuisce a 108,2 da 110,7. La componente economica diminuisce a 134,4 da 144,1 e quella riferita al quadro personale a 98,9 da 99,7. Quanto alla disaggregazione tra clima di fiducia corrente e futuro, il primo indice passa a 101,3 da 102,2 mentre la diminuzione risulta più consistente per il secondo l'indice che passa a 118,6 da 123,6.

PROSPETTO 1. CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI ITALIANI E COMPONENTI

Dicembre 2014 - aprile 2015, indici (base 2010=100) e saldi ponderati destagionalizzati

	2014		2015		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
CLIMA DI FIDUCIA (a)	97,8	101,7	107,6	110,7	108,2
Clima economico	110,7	117,0	137,5	144,1	134,4
Clima personale (b)	92,6	96,6	98,0	99,7	98,9
Clima corrente (b)	89,7	94,7	98,5	102,2	101,3
Clima futuro	107,5	112,5	121,6	123,6	118,6
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-105	-100	-71	-57	-62
Attese sulla situazione economica dell'Italia	-14	-4	21	22	10
Attese sulla disoccupazione	47	39	11	-1	22
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-56	-55	-50	-45	-48
Attese sulla situazione economica della famiglia (b)	-17	-13	-7	-6	-10
Giudizi sul bilancio familiare (b)	-17	-12	-10	-11	-8
Opportunità attuale del risparmio (b)	114	119	125	126	121
Possibilità future di risparmio (b)	-53	-46	-43	-44	-42
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli (b)	-89	-67	-74	-56	-58

(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 peggiorano rispetto al mese precedente, il saldo passa a -62 da -57 e la variazione è spiegata da un aumento dal 26,7% al 28,3% della quota di coloro che ritengono la situazione economica Italiana "molto peggiorata". Quanto alle attese il saldo diminuisce a 10 da 22 e in questo caso aumentano le quote di coloro che si attendono un "lieve" o un "consistente" peggioramento della situazione economica del Paese (rispettivamente a 13,6 da 10,6 e a 11,8 da 9,6). Il saldo delle attese sulla disoccupazione passa a 22 da -1, infatti, cresce la quota di coloro che si attendono incrementi più o meno consistenti del numero di disoccupati (rispettivamente al 12,5% dal 10,1% e al 25,5% dal 20,3%).

Il saldo dei giudizi sulla dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi 12 mesi cresce a -15 da -26, influenzato dall'aumento della quota di intervistati che giudicano i prezzi in "forte crescita" (al 9,9% dall'8,3%). Anche il saldo delle attese sull'andamento dei prezzi nei prossimi 12 mesi sale a -13 da -28, ciò è legato all'incremento della quota di chi si attende prezzi in "forte crescita" (al 14,1% dal 10,9%) o in "crescita moderata" (al 18,4% dal 14,9%).

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

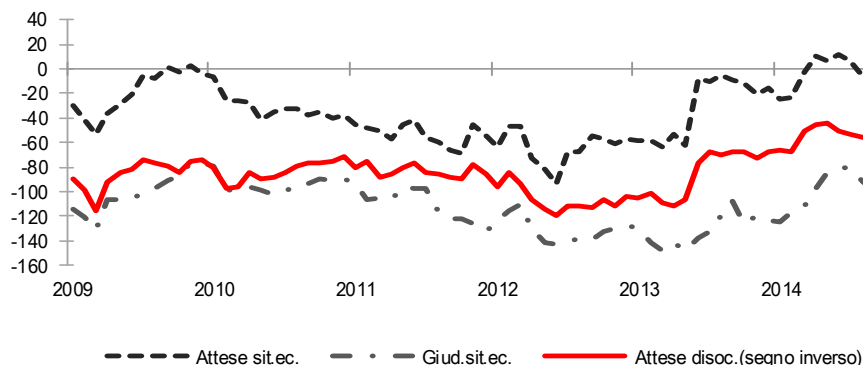
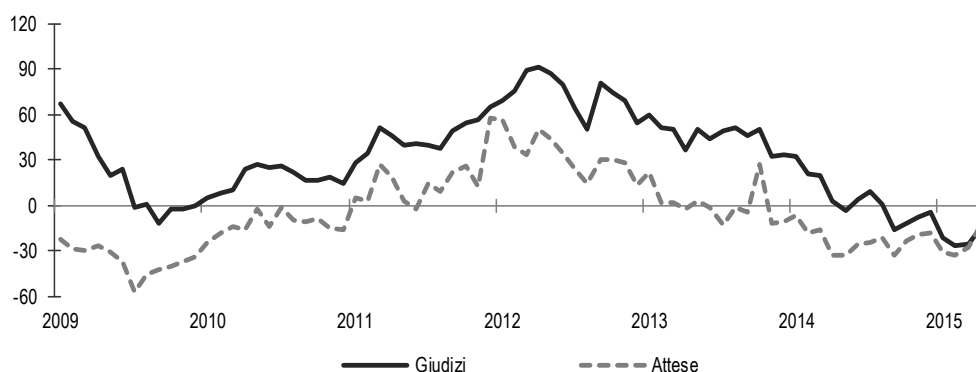


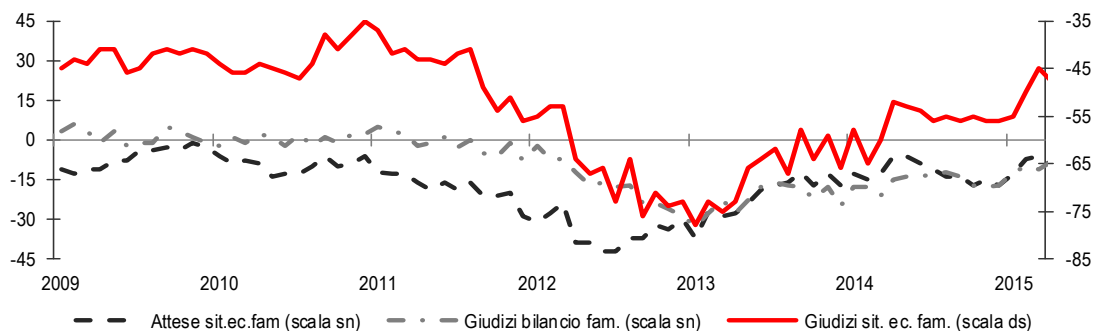
FIGURA 2. GIUDIZI E ATTESE SULL'ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO
Gennaio 2009 – aprile 2015, saldi ponderati grezzi



La situazione personale

Peggiorano sia i giudizi che le attese sulla situazione economica della famiglia: i saldi passano a -48 da -45 e a -10 da -6, rispettivamente. Per i giudizi aumenta la quota di coloro che esprimono pareri negativi (al 42,4% dal 39,1%). Aumenta il saldo dei giudizi sul bilancio familiare (a -8 da -11), peggiorano i giudizi sull'opportunità attuale di risparmio (a 121 da 126) mentre, migliora il saldo riferito alle aspettative future di risparmio (a -42 da -44). I giudizi sulla convenienza ad effettuare acquisti immediati di beni durevoli sono in diminuzione (a -58 da -56), per l'aumento della quota di coloro che ritengono, quello attuale, un momento sfavorevole per fare acquisti (al 52,7% dal 50,3%). In aumento sono le intenzioni degli intervistati in merito agli acquisti futuri di beni durevoli (a -68 da -76) in quanto diminuisce la quota di coloro che intendono spendere "molto meno" per l'acquisto futuro di beni durevoli (al 30,0% dal 34,6%).

Circa le consuete domande trimestrali sull'acquisto dei principali beni durevoli migliorano sia le intenzioni di acquisto dell'autovettura (a -159 da -164), che quelle relative alle spese di manutenzione straordinaria dell'abitazione (a -187 da -189) e infine anche per quelle riferite all'acquisto di un'abitazione (a -128 da -140).

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


La fiducia delle imprese

L'indice composto del clima di fiducia delle imprese italiane (lesi, Istat economic sentiment indicator), che sintetizza le serie destagionalizzate e standardizzate che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio (in base 2010=100), scende a 102,1 da 103,0 di Marzo 2015.

Le imprese manifatturiere

Ad aprile l'indice destagionalizzato del clima di fiducia delle imprese manifatturiere sale a 104,1 da 103,7. Migliorano leggermente i giudizi sugli ordini mentre le attese di produzione rimangono stabili, così come il saldo relativo ai giudizi sulle scorte di magazzino che rimane stabile a 3.

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

Dicembre 2014 - aprile 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2014		2015		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
INDUSTRIA MANIFATTURIERA					
Clima di fiducia	99,6	100,0	100,5	103,7	104,1
Giudizi sugli ordini	-19	-18	-17	-11	-10
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	5	3	4	3	3
Attese di produzione	8	7	8	10	10
BENI DI CONSUMO					
Clima di fiducia	98,1	99,3	99,0	100,4	101,4
Giudizi sugli ordini	-16	-15	-13	-10	-11
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	5	3	5	4	4
Attese di produzione	7	6	7	6	10
BENI INTERMEDI					
Clima di fiducia	93,9	95,1	95,4	99,7	100,0
Giudizi sugli ordini	-26	-23	-24	-16	-14
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti	5	3	3	2	3
Attese di produzione	5	4	5	10	9
BENI STRUMENTALI					
Clima di fiducia	107,6	106,7	107,2	111,8	110,6
Giudizi sugli ordini	-16	-17	-14	-7	-8
Giudizi sulle scorte di prodotti finiti (a)	3	1	5	2	1
Attese di produzione	13	9	11	14	11

a) Serie non affetta da stagionalità

L'indice del clima di fiducia sale nei beni di consumo e nei beni intermedi: rispettivamente, a 101,4 da 100,4 e a 100,0 da 99,7, ma scende nei beni strumentali (a 110,6 da 111,8). I giudizi sugli ordini migliorano nei beni intermedi, il cui saldo passa a -14 da -16, mentre peggiorano nei beni di consumo e nei beni strumentali (rispettivamente, a -11 da -10 e a -8 da -7). Il saldo dei giudizi sulle scorte di prodotti finiti passa a 3 da 2 nei beni intermedi, a 1 da 2 in quelli strumentali e rimane stabile a 4 nei beni di consumo. Le attese sulla produzione migliorano nei beni di consumo (a 10 da 6), mentre peggiorano nei beni intermedi e nei beni strumentali (rispettivamente, a 9 da 10 e a 11 da 14).

Secondo le consuete domande trimestrali sulla capacità produttiva, nel primo trimestre del 2015 il grado di utilizzo degli impianti sale al 75,6% dal 74,2% del quarto trimestre del 2014. Scende al 30% dal 32% la quota di operatori che segnala la presenza di ostacoli all'attività produttiva; in particolare, scende la quota di imprese che segnalano vincoli legati all'insufficienza di domanda e ai vincoli finanziari e sale quella delle imprese che segnalano vincoli legati ad altri motivi.

Le imprese di costruzione

L'indice del clima di fiducia delle imprese di costruzione scende a 113,3 da 116,0 di marzo; peggiorano sia i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione (a -38 da -36, il saldo), sia le attese sull'occupazione (a -12 da -11).

L'indice del clima di fiducia sale a 120,1 da 118,4 nell'ingegneria civile ma scende a 89,2 da 96,1 nella costruzione di edifici e a 124,3 da 125,8 nei lavori di costruzione specializzati.

I giudizi sugli ordini peggiorano nella costruzione di edifici e nei lavori di costruzione specializzati (i saldi scendono, rispettivamente, a -58 da -52 e a -33 da -31) mentre rimangono stabili nell'ingegneria civile (a -15); le attese sull'occupazione migliorano nell'ingegneria civile (a -3 da -5), peggiorano nella costruzione di edifici (a -22 da -18) e rimangono stabili nei lavori di costruzione specializzati (a -9).

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

Dicembre 2014 - aprile 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2014		2015		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
COSTRUZIONI					
Clima di fiducia (a)	99,3	107,2	108,5	116,0	113,3
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-45	-48	-45	-36	-38
Attese sull'occupazione (a)	-24	-10	-12	-11	-12
COSTRUZIONE DI EDIFICI					
Clima di fiducia (a)	77,6	88,4	79,5	96,1	89,2
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-61	-62	-65	-52	-58
Attese occupazione (a)	-34	-19	-28	-18	-22
INGEGNERIA CIVILE					
Clima di fiducia (a)	100,4	113,7	113,4	118,4	120,1
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-31	-34	-23	-15	-15
Attese occupazione (a)	-16	7	-5	-5	-3
LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI					
Clima di fiducia (a)	110,8	115,2	123,1	125,8	124,3
Giudizi su ordini e/o piani di costruzione (a)	-38	-45	-39	-31	-33
Attese occupazione (a)	-21	-9	-4	-9	-9

(a) Serie non affetta da stagionalità

Le imprese dei servizi di mercato

L'indice del clima di fiducia delle imprese dei servizi scende a 104,4 da 108,1 di marzo. Peggiorano le attese sugli ordini e sull'andamento generale dell'economia (a 2 da 4 e a 8 da 17, i rispettivi saldi); restano stabili i giudizi sul livello degli ordini (a 2). Diminuiscono anche le altre variabili non rientranti nel computo del clima di fiducia, come le attese sull'occupazione (a 2 da 3) e quelle sulla dinamica dei prezzi (a -5 da -3); il saldo relativo ai giudizi sull'andamento degli affari cala (a 8 da 11), mentre, unica eccezione, sale quello riguardante l'occupazione (a -2 da -8).

Nel dettaglio settoriale, il clima di fiducia diminuisce in tutti i settori: nel trasporto e magazzinaggio scende a 116,9 da 127,9, soprattutto a causa del sensibile ribasso delle attese sull'andamento dell'economia italiana; il calo delle attese sugli ordini spinge i servizi turistici a 90,8 da 101,6. Nei servizi di informazione e comunicazione la fiducia passa a 103,6 da 105,7, scontando la riduzione del saldo relativo ai giudizi sugli ordini (a 8 da 13) e, infine, nei servizi alle imprese scende a 99,5 da 101,7.

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

Dicembre 2014 - aprile 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2014		2015		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
SERVIZI DI MERCATO					
Clima di fiducia	91,0	92,5	100,4	108,1	104,4
Giudizi ordini	-6	-7	-1	2	2
Attese ordini	-3	0	-1	4	2
Attese economia	-19	-17	2	17	8
TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO					
Clima di fiducia (a)	89,3	109,2	116,7	127,9	116,9
Giudizi ordini (a)	23	-2	-1	-3	-3
Attese ordini (a)	-16	-9	5	20	17
Attese economia (a)	-14	-5	18	35	8
SERVIZI TURISTICI					
Clima di fiducia	89,6	92,5	97,4	101,6	90,8
Giudizi ordini	-9	-2	8	9	-2
Attese ordini	-7	-2	-8	9	-14
Attese economia	-18	-21	-11	-16	-14
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE					
Clima di fiducia	83,0	89,5	93,2	105,7	103,6
Giudizi ordini (a)	1	1	10	13	8
Attese ordini	-5	4	3	1	0
Attese economia (a)	-25	-12	-8	30	30
SERVIZI ALLE IMPRESE E ALTRI SERVIZI					
Clima di fiducia	93,4	86,4	96,7	101,7	99,5
Giudizi ordini (a)	-2	-15	-17	-9	-4
Attese ordini	1	-8	0	8	4
Attese economia	-21	-20	4	4	-4

(a) Serie non affetta da stagionalità

Nel primo trimestre 2015, continua a ridursi la quota di imprese che percepisce l'esistenza di ostacoli all'attività produttiva, che scende al 44% dal 48% del trimestre precedente. Circa i motivi di ostacolo, aumentano i "vincoli finanziari" (al 39% dal 35%) e diminuiscono l'insufficienza della domanda (al 43% dal 49%) e gli "altri motivi" (al 31% dal 38%).

La fiducia delle imprese del commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio il clima di fiducia sale a 105,9 da 103,0. Migliorano i giudizi sulle vendite correnti (a 3 da -5 il saldo) e peggiorano le aspettative su quelle future (a 26 da 28); in decumulo si confermano le scorte di magazzino (a 4 da 7). Il clima di fiducia aumenta nella grande distribuzione (a 106,7 da 101,4) e diminuisce in quella tradizionale (a 102,8 da 106,3). Nella prima, aumenta sia il saldo dei giudizi sulle vendite correnti (a 6 da -3), sia quello relativo alle aspettative sulle vendite future (a 38 da 36); nella seconda, recupera il saldo dei giudizi (a -8 da -12) ma diminuisce quello relativo alle aspettative (a 0 da 11). Quanto alle scorte di magazzino, il saldo della variabile passa a 5 da 11, nella grande distribuzione e a 2 da -1, in quella tradizionale.

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

Dicembre 2014 - aprile 2015, indici destagionalizzati (base 2010=100) e saldi destagionalizzati

	2014		2015		
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr
COMMERCIO					
Clima di fiducia	101,3	97,7	101,0	103,0	105,9
Giudizi vendite	-9	-6	1	-5	3
Attese vendite	22	18	19	28	26
Giudizi scorte	2	12	10	7	4
GRANDE DISTRIBUZIONE					
Clima di fiducia	102,9	99,8	99,8	101,4	106,7
Giudizi vendite	1	7	7	-3	6
Attese vendite	31	24	26	36	38
Giudizi scorte	5	14	16	11	5
DISTRIBUZIONE TRADIZIONALE					
Clima di fiducia	99,9	95,0	103,1	106,3	102,8
Giudizi vendite	-22	-31	-12	-12	-8
Attese vendite	-1	4	3	11	0
Giudizi scorte	-5	5	0	-1	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).