



OSSERVATORIO ECONOMICO INDICOD-ECR XIII EDIZIONE - SETTEMBRE 2011

1.1 I principali risultati

Congiuntura e clima di fiducia.

Il clima di fiducia crolla decisamente nella rilevazione di settembre 2011.

Gli associati Indicod-Ecr confermano l'attuale percezione negativa del contesto economico: rimangono forti i segnali di una crisi mai del tutto superata, dove brevi e contenuti accenni di ripresa si scontrano oggi con nuove tensioni legate al mondo finanziario e politico. Il clima di fiducia fa registrare una flessione sostenuta che lo porta ben al di sotto del valore 100: l'indice generale passa da 103 della scorsa edizione (dicembre 2010) a 59 e così anche le aspettative che da 109 scendono a 63 (Tabella 1).

Tabella 1 – Clima di Fiducia e attesa

	Il clima di fiducia[1]		Il clima di fiducia: le aspettative[2]	
	II semestre 2010	I semestre 2011	II semestre 2010	I semestre 2011
Industria manifatturiera	95	61	101	67
Industria Largo consumo	100	67	105	75
Commercio all'ingrosso	94	56	102	59
GDO	112	55	115	55
Totale	103	59	109	63

Fonte: Osservatorio economico settembre 2011 – Indicod-Ecr

Se il risultato dell'indice semplice è maggiore di 100 segnala una percezione/aspettativa positiva (tanto più l'indice è superiore a 100); se minore di 100 segnala una percezione/aspettativa negativa (tanto più l'indice risulta inferiore a 100).

¹ Il clima di fiducia è costruito sulla base dei seguenti temi:

la situazione esterna all'impresa

- situazione generale dell'economia (percezioni e attese)
- situazione del settore di appartenenza (percezioni e attese)

situazione interna all'impresa

- giro d'affari (percezioni e attese)
- investimenti (percezioni e attese)
- occupazione(percezioni e attese)

² Le aspettative sono costruite sulla base dei seguenti temi:

la situazione esterna all'impresa

- situazione generale dell'economia (attese)
- situazione del settore di appartenenza (attese)

situazione interna all'impresa

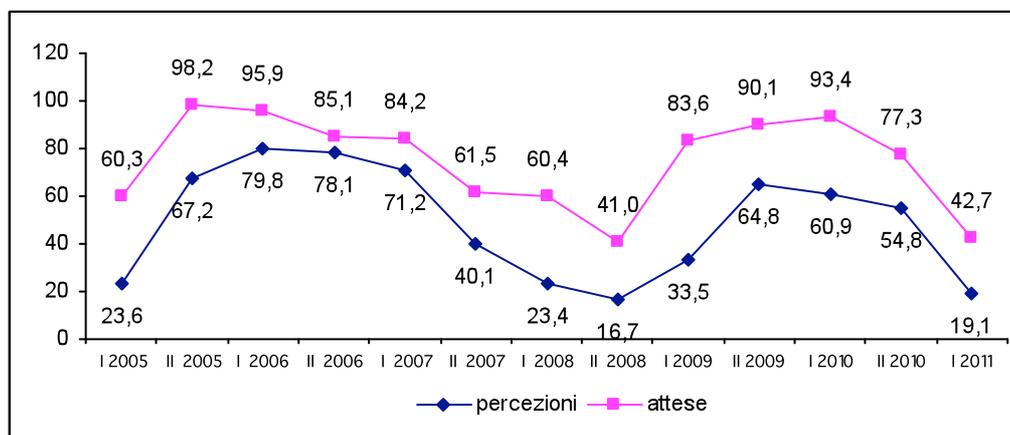
- giro d'affari (attese)
- investimenti (attese)
- occupazione (attese)



Le percezioni generali sugli indicatori macroeconomici, relativamente ai sei mesi trascorsi, sono ai livelli del 2008: in media il giudizio sulla situazione economica generale del Paese (valore dell'indice sulle percezioni degli ultimi sei mesi) è pari a 19,1 e anche le attese toccano un valore estremamente basso (42,7) (Fig. 2)

Figura 2 –Indicatori aggregati (Indicatori sintetici)

Situazione economica generale



L'indice semplice si calcola come differenza tra la percentuale di risposte positive e negative + 100. Le risposte "stabile", "non so" non vengono conteggiate.

Es. Situazione economica generale

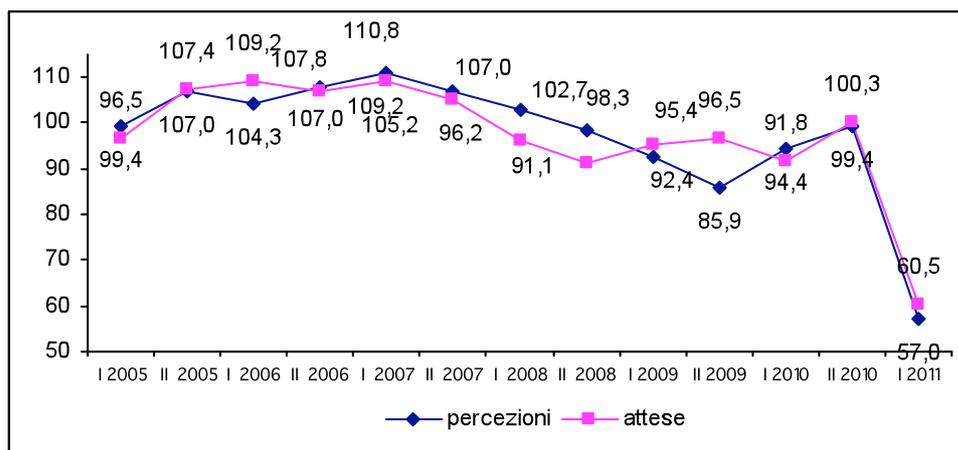
% risposte "è migliorata" = 1,2% ;

% risposte "è peggiorata" = 82,1%

Indice semplice: $(1,2\% - 82,1\%) + 100 = 19,1$

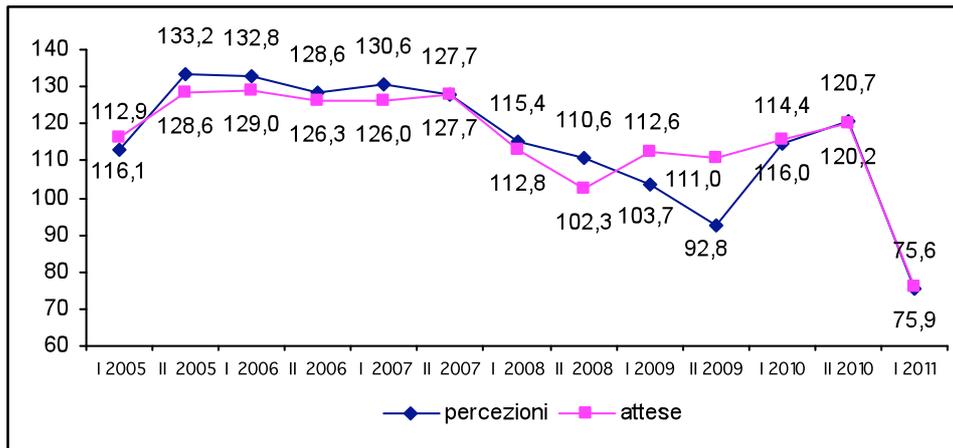
Per l'occupazione si evidenzia una situazione altrettanto critica; negli ultimi sei mesi gli associati hanno registrato in termini assoluti un peggioramento sia nella percezione sia nelle aspettative.

Occupati



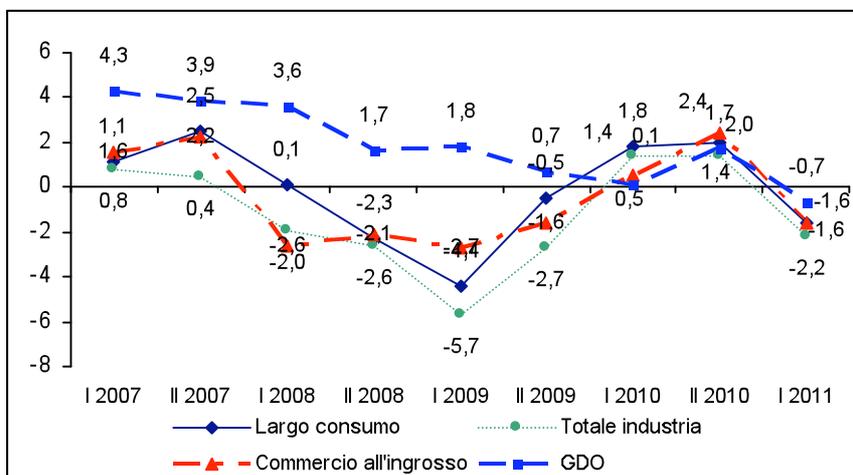
Altrettanto negativo anche il posizionamento nei confronti degli investimenti: il livello di quanto realizzato negli ultimi sei mesi e la previsione di quanto si realizzerà nei prossimi sei sono decisamente pessimistici.

Investimenti



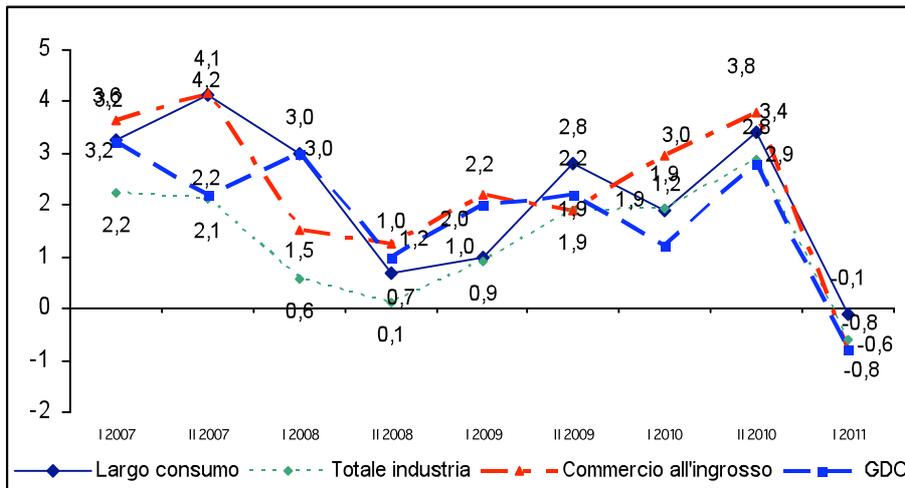
In merito alla situazione economica della propria impresa, nonostante solitamente la predisposizione sia più ottimistica, i risultati non cambiano: nel primo semestre 2011, le imprese industriali dichiarano di aver vissuto un peggioramento del proprio giro d'affari.

Figura 3 – Giro d'affari percepito – Var% dichiarata



Un po' meno negativa sembra essere stata la situazione per la GDO sebbene si parli comunque di un risultato negativo

Figura 4– Giro d'affari atteso – Var% dichiarata



Le aspettative per il prossimo futuro sull'andamento degli affari della propria impresa mostrano un ulteriore peggioramento.

Nel complesso il clima di fiducia espresso vede le aziende tutte mediamente allineate in una visione pessimistica della situazione attuale, dove anche le aspettative crollano in tutti i comparti

Figura 5 – Il clima di fiducia: industria, commercio all'ingrosso e GDO

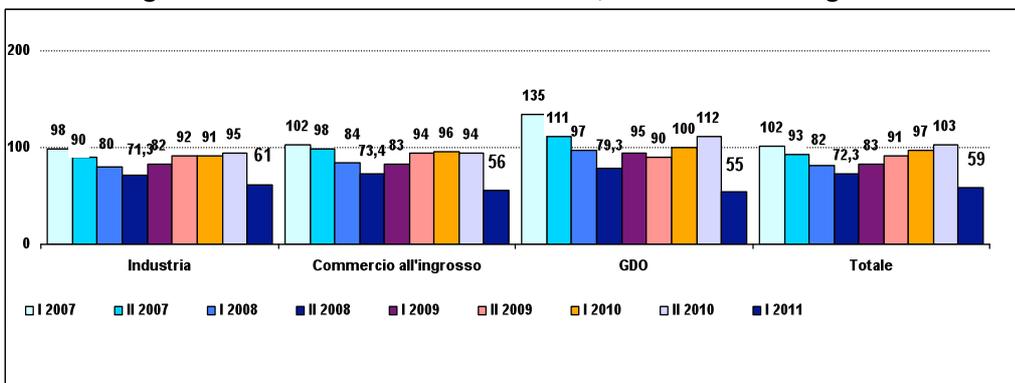
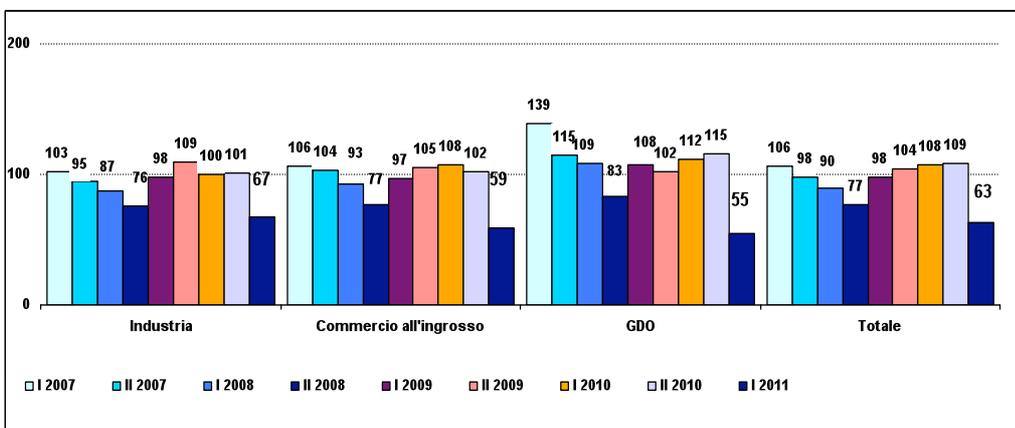


Figura 6 – Il clima di fiducia: le aspettative di industria, commercio all'ingrosso e GDO



L'inflazione acquisita per il 2011 è pari al +2,6% (dato Istat – mese agosto)



2011): in linea con le aspettative dichiarate dagli associati. L'aumento dell'inflazione è frutto soprattutto del rincaro dei prezzi delle materie prime. Gli associati si attendono un rialzo, sebbene più contenuto, anche dei prezzi relativi al loro settore di appartenenza.

Figura 7 - Prezzi generali: var. % attesa per i prossimi 12 mesi

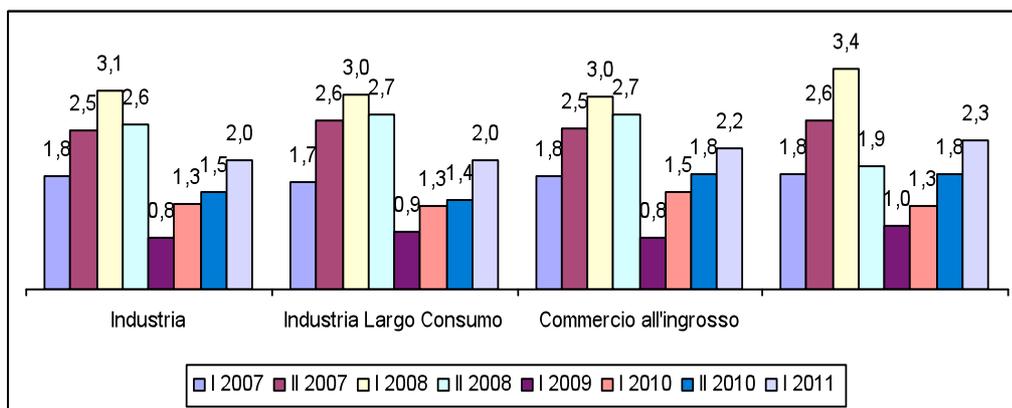


Figura 8 - Prezzi del settore di appartenenza: var. % attesa per i prossimi 12 mesi

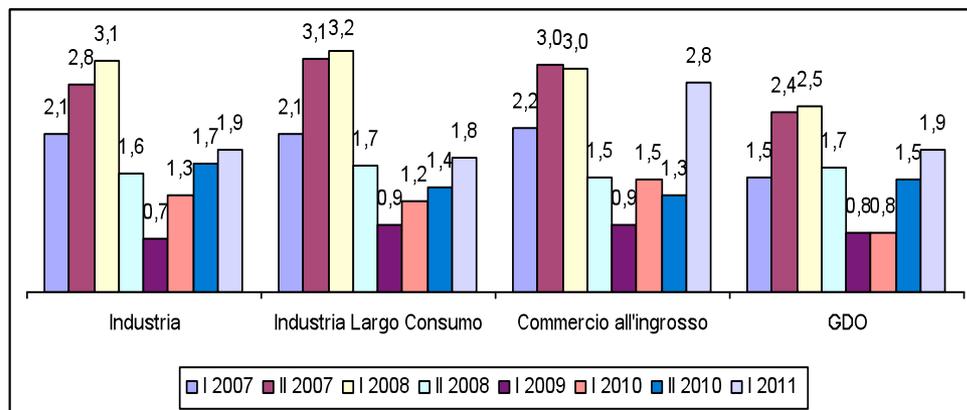


Tabella 2- Percezioni e attese sulle variazioni dei prezzi generali e settoriali

	Prezzi generali:		Prezzi settore appartenenza	
	variazione attesa prossimi dodici mesi		Variazione percepita ultimi dodici mesi	Variazione attesa prossimi dodici mesi
Industria manifatturiera	2,0		2,4	1,9
Industria largo consumo	2,0		2,2	1,8
Commercio all'ingrosso	2,2		2,3	2,8
GDO	2,3		1,6	1,9



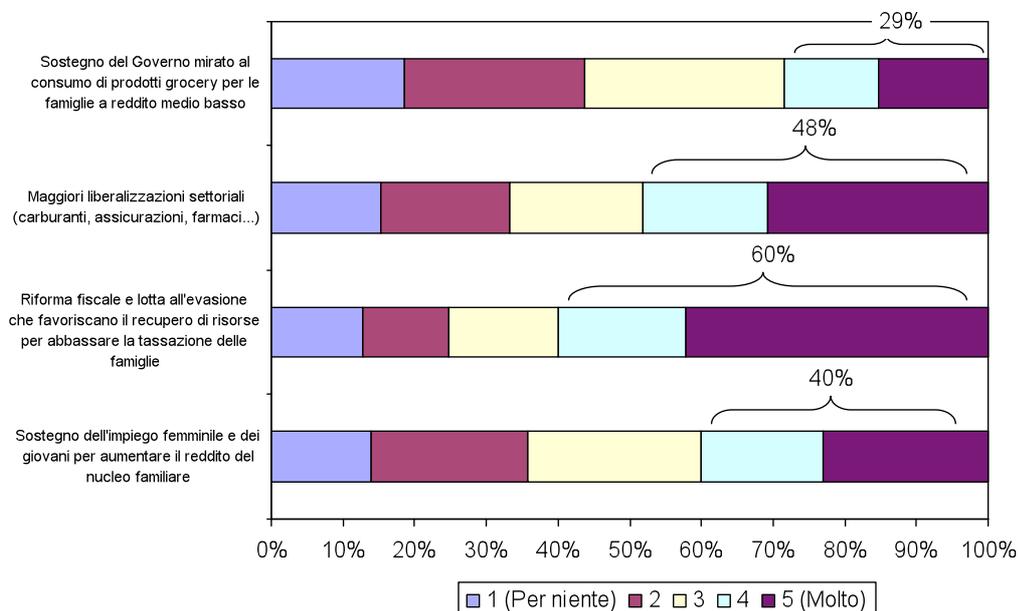
Il rilancio dei consumi.

In questa edizione abbiamo lasciato la parola ai nostri associati, perché potessero ancora una volta esprimere il loro parere su quali strumenti potrebbero stimolare la crescita dei consumi e in che modo l'agire comune di Industria e Distribuzione potrebbe contribuire a questo obiettivo.

Sotto ponendo ai nostri associati una serie di possibili iniziative realizzabili da parte del Governo e volte al sostegno dei consumi grocery, il maggior orientamento è stato a favore della Riforma fiscale e lotta all'evasione, con al secondo posto le Liberalizzazioni, seguite da opportuni sostegni all'Impiego femminile e giovanile e, per ultimo, Sostegno alle famiglie a basso reddito per l'acquisto di prodotti grocery. (Fig. 9)

Figura 9 – Azioni volte al rilancio dei consumi grocery (%) da parte del Governo

Quanto è d'accordo che le seguenti iniziative, realizzabili attraverso l'intervento del Governo, possano contribuire al rilancio dei consumi di beni grocery in Italia ? (1 per niente - 5 molto)



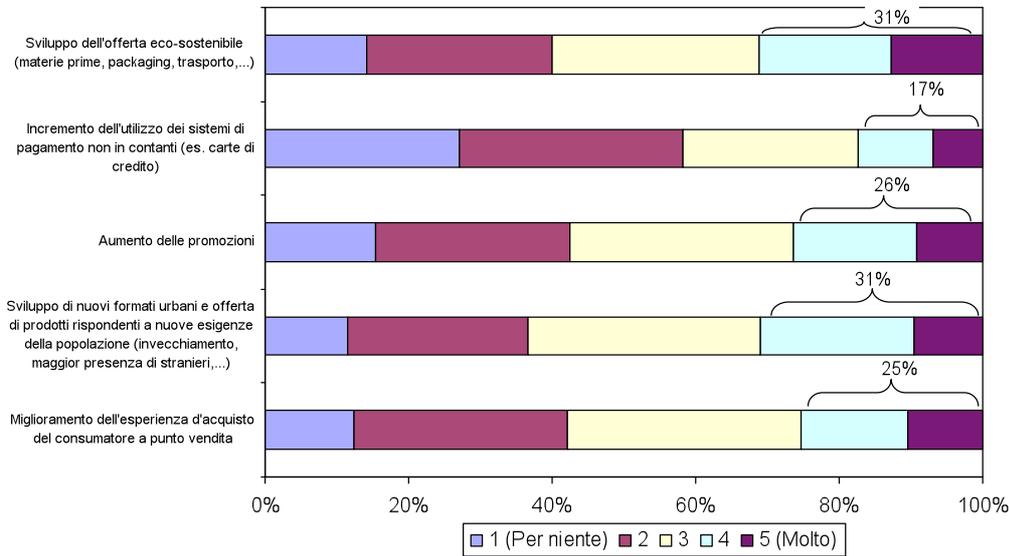
Non altrettanto deciso il livello di accordo e quindi l'ordine di preferenza in merito ad iniziative potenziali che potrebbero essere messe in atto a livello



settoriale. (Fig. 10)

Figura 10 – Azioni volte al rilancio dei consumi grocery (%) da parte del Settore

Quanto è d'accordo che le seguenti iniziative, realizzabili ad opera del singolo Settore, possano contribuire al rilancio dei consumi di beni grocery in Italia ? (1 per niente - 5 molto)



Infine, tra le iniziative “di sistema” che le imprese industriali e distributive potrebbero attivare insieme, l'unica alternativa che riscuote maggior approvazione è legata ad attività congiunte volte alla **riduzione dei costi logistici di filiera**, quindi migliorare il livello di efficienza. (Fig. 11)

Figura 11 – Azioni di competenza di Industria e Distribuzione (%)

La collaborazione tra produttori e distributori potrebbe aiutare l'aumento dei consumi di prodotti grocery attraverso la...?

