



**Osservatorio economico Indicod-Ecr**  
**Le opinioni degli associati**  
**XI Edizione**

**Sintesi Giugno 2010**

 **INDICOD-ECR**  
Soluzioni, standard e servizi per le imprese

Member of 



**Il presente rapporto è stato elaborato da:**

***INDICOD-ECR:*** Marco Cuppini, Samanta Correale

Per informazioni: <http://www.indicod-ecr.it>

## 1. Introduzione

La presente edizione dell'osservatorio raccoglie il sentiment delle aziende in una fase ancora incerta del ciclo economico italiano.

Le risposte degli associati Indicod-Ecr confermano che il periodo appena trascorso si è rivelato meno critico del precedente sebbene la sperata ripresa ancora non si sia realizzata né tanto meno consolidata: le aspettative positive espresse nel semestre precedente non si sono completamente concretizzate nell'andamento dell'economia reale; negli ultimi sei mesi gli imprenditori denunciano un miglioramento del giro d'affari, degli occupati e degli investimenti ma le aspettative si assottigliano, il futuro rimane incerto e la cautela sembra essere l'unico atteggiamento ragionevole.

L'approfondimento è dedicato alla ripresa dei consumi: chi e come dovrebbe agire per attivare iniziative potenzialmente utili per sostenere la ripresa dei consumi grocery? Il mondo del Largo Consumo si sente coinvolto in prima persona su alcune di queste iniziative ma per altre, diverse delle quali considerate le più efficaci, si richiede l'impegno serio e concreto del Governo.

Buona consultazione.

### 1.1 I principali risultati

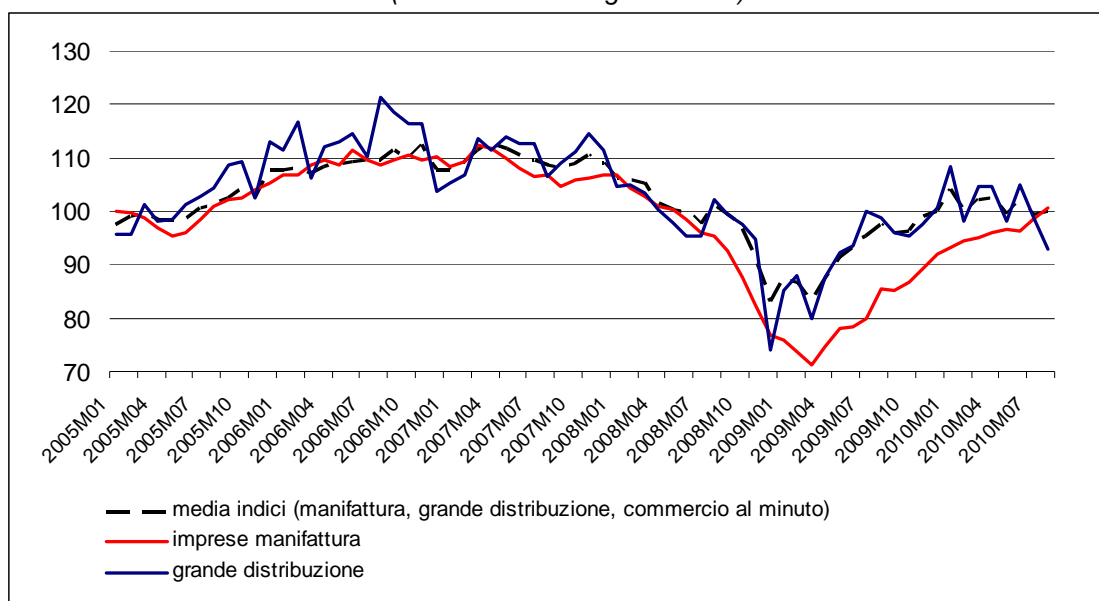
**Congiuntura e clima di fiducia.** I dati ufficiali (ISTAT) relativi al secondo trimestre del 2010 vedono una crescita del PIL sia livello congiunturale (+0,5%) sia a livello tendenziale, rispetto al secondo trimestre del 2009 (+1,3%). In base a questi ultimi risultati il Pil per il 2010 viene stimato in crescita del +0,9%. Guardando ai paesi dell'Area Euro, nel complesso il PIL è cresciuto in questo secondo trimestre 2010, dell'1,0%, in termini congiunturali e dell'1,9% in termini tendenziali. La situazione in Europa è caratterizzata da una lenta ripresa, frutto di una sostenuta attività di riaccumulo di scorte: al netto di questa componente la domanda interna è ancora in flessione, i consumi ristagnano, le importazioni in rialzo hanno più che compensato le esportazioni. Rimane la preoccupazione sulla sostenibilità del debito pubblico e sulle potenziali tensioni che questo potrebbe generare sui mercati finanziari..

In Italia il PIL è cresciuto, ma la ripresa è lenta: le esportazioni sono aumentate, ma la domanda interna è rimasta debole; gli investimenti sono quindi frenati dalle incertezze sulla domanda e dalla ancora ampia capacità produttiva inutilizzata. Il tasso di disoccupazione, dal primo trimestre 2010, ha smesso di crescere ma non si è ancora invertita la dinamica che lo ha caratterizzato nell'ultimo anno. L'inflazione si mantiene a livelli contenuti.

Il clima di fiducia si raffredda e le previsioni di crescita per il 2010-2011 rimangono caute: la ripresa dovrà fare affidamento sulle esportazioni, ma l'esaurirsi dello stimolo fiscale con la fine del 2010 e le politiche di risanamento dei conti pubblici previste per il 2011 produrranno un rallentamento dell'attività produttiva rispetto al primo semestre del 2010 (Banca d'Italia – Bollettino economico Luglio 2010).

**Figura 1 – Clima di fiducia**

(dati mensili destagionalizzati)



Fonte: Clima di fiducia - elaborazioni Prometeia su dati ISAE

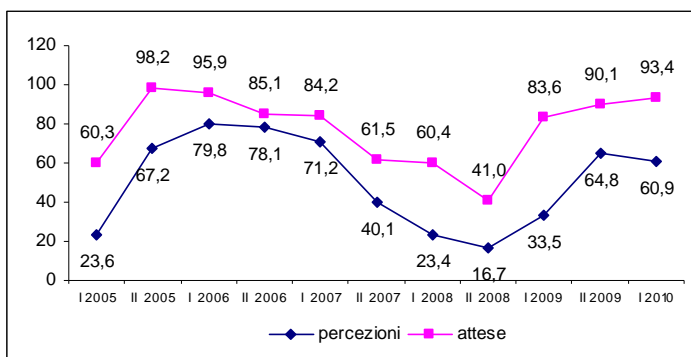
Gli associati Indicod-Ecr confermano l'attuale situazione di lenta ripresa del contesto economico, dove però rimangono forti i segnali di una crisi ancora non del tutto superata.

Il clima di fiducia fa registrare ancora un aumento sebbene molto contenuto rispetto alla scorsa rilevazione: l'indice generale passa da 91,0 a 96,2. La componente delle aspettative per i primi sei mesi del 2011 insita in questo valore sintetico, cresce, ma anch'essa in modo sempre più cauto rispetto agli scorsi mesi, passando da 104,1 a 107,8. Si consolida quindi la convinzione che la ripresa sarà lenta e difficile.

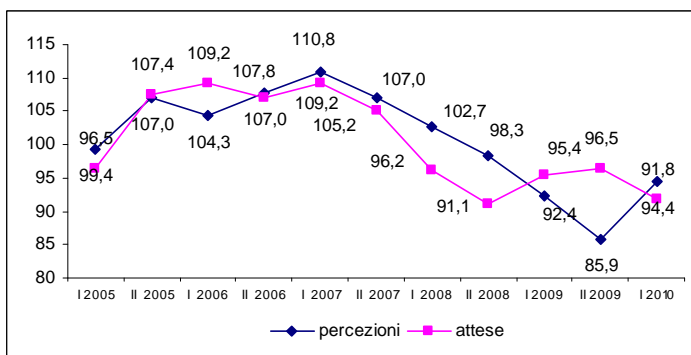
Le percezioni sui sei mesi trascorsi sono caute: a livello medio complessivo i giudizi sulla situazione economica generale del Paese (valore dell'indice sulle percezioni a 60,9) e del proprio settore (59,6) si contraggono rispetto al secondo semestre del 2009, rimanendo nettamente al di sotto del valore 100.

**Figura 2 –Indicatori aggregati (Indicatori sintetici)**

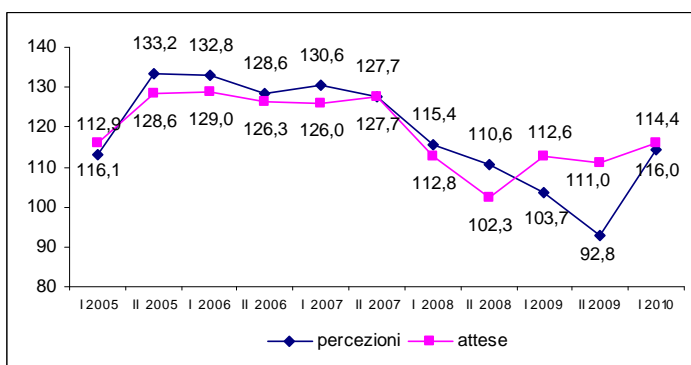
Situazione economica generale



Occupati



Investimenti

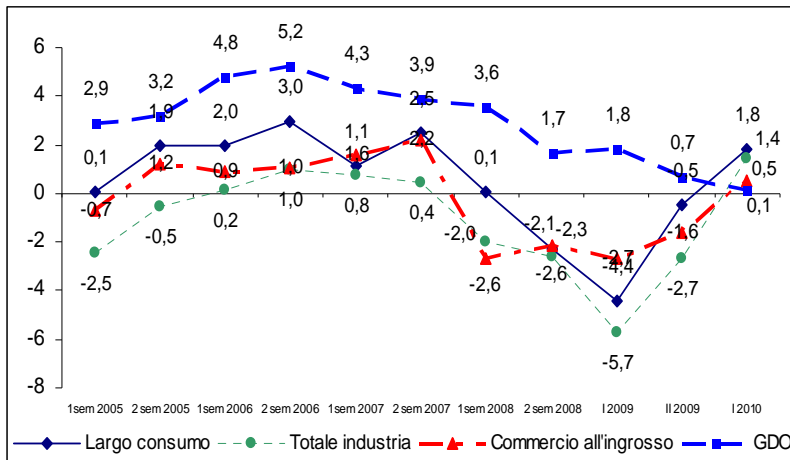


Per l'occupazione si evidenzia ancora una situazione critica; negli ultimi sei mesi gli associati hanno registrato in termini assoluti un miglioramento, sebbene le aspettative si presentino in flessione: gli imprenditori percepiscono una certa incertezza su questo fronte; l'occupazione sarà ancora una nota dolente nei prossimi sei mesi.

Dopo aver raggiunto un picco negativo nello scorso semestre, la percezione sugli investimenti ritorna positiva, così anche le attese che timidamente tornano a crescere.

Passando ad analizzare la situazione economica generale della singola impresa, nel primo semestre 2010, le imprese industriali dichiarano di aver vissuto un miglioramento del proprio giro d'affari (spesso inteso come una minore perdita).

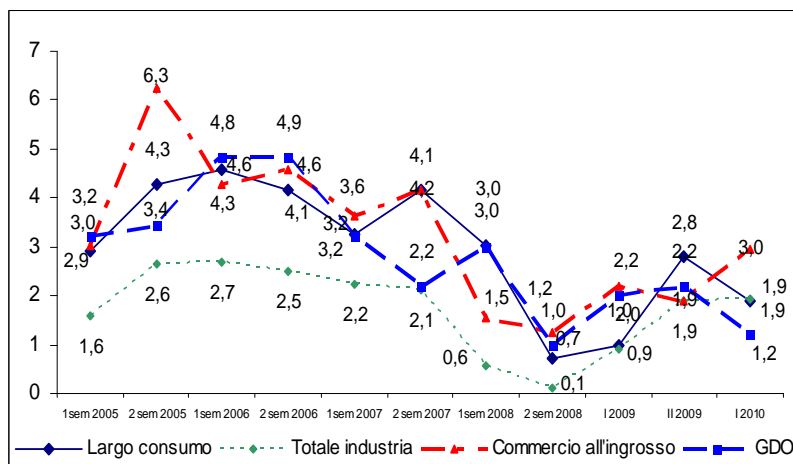
**Figura 3 – Giro d'affari percepito – Var% dichiarata**



Meno negativa sembra essere stata la situazione per il commercio all'ingrosso e per una porzione delle imprese industriali più strettamente correlate al mondo del largo consumo. Per la

GDO, che si mantiene comunque su tassi positivi, si registra un rallentamento della crescita (+0,1%).

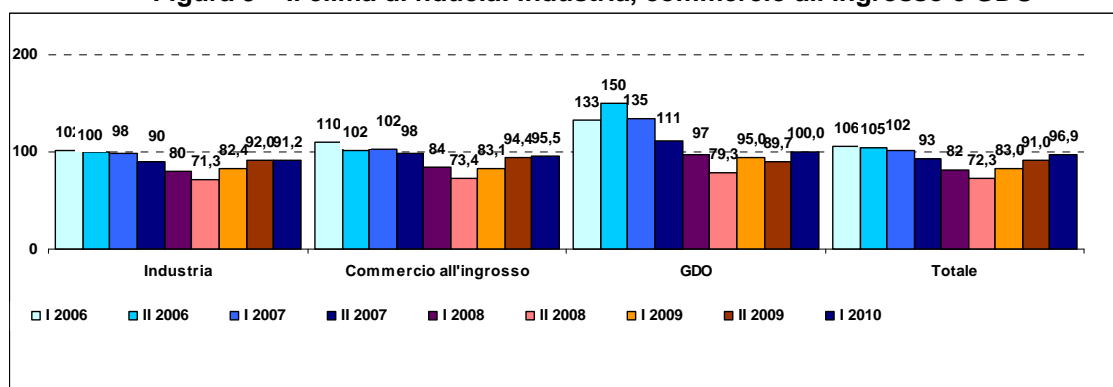
**Figura 4– Giro d'affari atteso – Var% dichiarata**



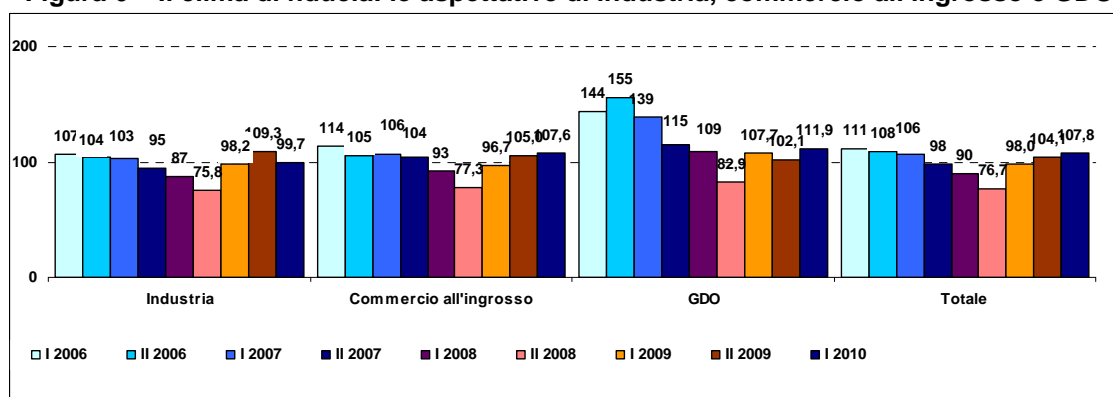
Le aspettative per il prossimo futuro sull'andamento degli affari della propria impresa mostrano però un rallentamento, prevale la cautela.

Chi si affida con maggiore ottimismo al futuro sono le imprese industriali, rimangono più incerti gli imprenditori del commercio all'ingrosso, del largo consumo e della GDO.

**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**



Sono le imprese con il fatturato medio e alto ad avere manifestato un miglioramento nel clima di fiducia. A livello territoriale, al nord il risultato è rimasto stabile mentre al sud le imprese hanno espresso un giudizio in flessione rispetto ai sei mesi passati.

**Tabella 1 – Il clima di fiducia: industria, commercio all'ingrosso e GDO**

	<a href="#">Il clima di fiducia[1]</a>	<a href="#">Il clima di fiducia: le aspettative[2]</a>
Industria manifatturiera	91,2	99,7
Industria Largo consumo	93,9	103,2
Commercio all'ingrosso	95,5	107,6
GDO	100,0	111,9
<b>Totale</b>	<b>96,9</b>	<b>107,8</b>

**Tabella 2 – Il clima di fiducia: le imprese classificate per livelli di fatturato<sup>1</sup>**

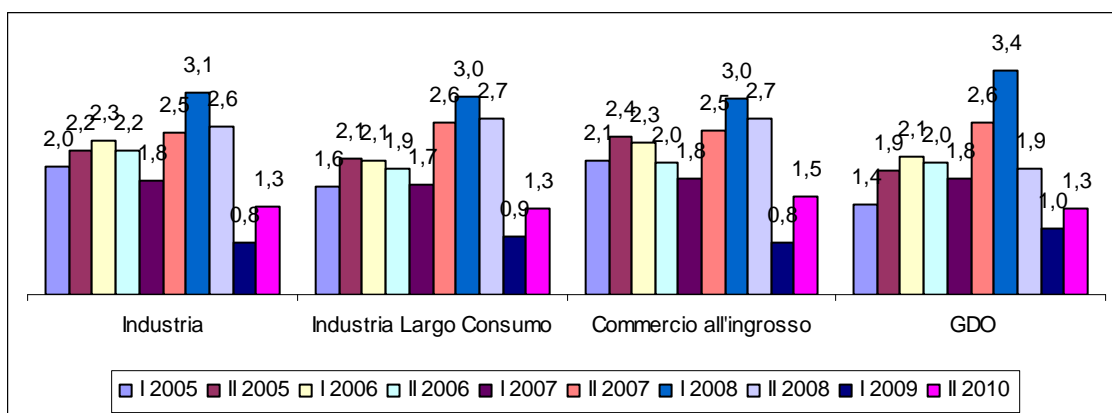
	Indicatori
Basso	92,7
Medio	100,9
Alto	107,0
<b>Totale</b>	<b>93,7</b>

**Tabella 3 – Il clima di fiducia: le imprese classificate per territorio**

	Indicatori
Nord	94,5
Centro-Sud	92,7
<b>Totale</b>	<b>93,7</b>

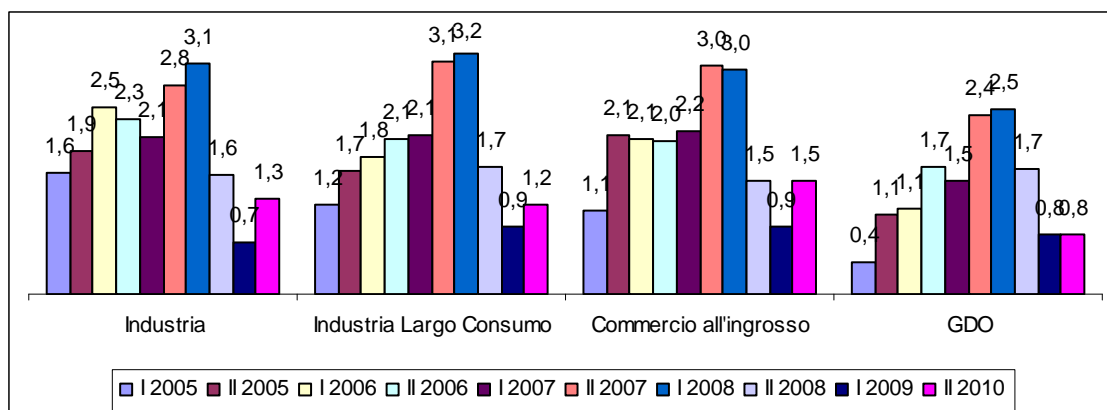
Nel 2010 viene confermata una crescita (circa 1,2% - fonte Istat – inflazione acquisita a giugno 2010, che ad agosto sale all' 1,5%) del tasso di inflazione: in linea con la previsione dichiarata dagli associati. L'aumento dell'inflazione è frutto soprattutto del rincaro dei prezzi dei beni energetici. Gli associati prevedono un rialzo, sebbene contenuto, anche dei prezzi relativi al loro settore di appartenenza.

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



<sup>1</sup> Le imprese sono state classificate sulla base dei seguenti livelli di fatturato:  
 - Basso: fino a 1.292.000 Euro - Medio: da 1.292.000 Euro a 15.494.000 Euro - Alto: oltre 15.494.000 Euro

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



**Tabella 4 – 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 percepita ultimi dodici mesi	Variazione attesa prossimi dodici mesi
Industria manifatturiera	<b>1,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>1,3</b>
Industria largo consumo	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>	<b>1,2</b>
Commercio all'ingrosso	<b>1,5</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>	<b>1,5</b>
GDO	<b>1,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,8</b>

### La crescita dei consumi.

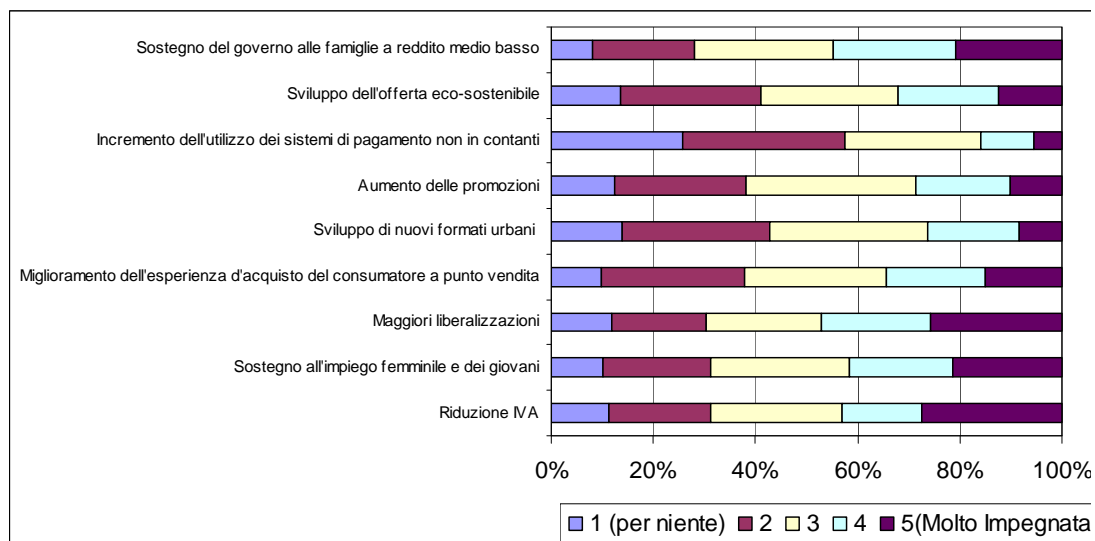
L'approfondimento di questa edizione è dedicato, al tema del rilancio dei consumi: tema quanto mai attuale in un momento caratterizzato ancora da forti incertezze su come e quando avverrà la "ripresa" economica tanto attesa. A livello mondiale nei primi sei mesi del 2010 abbiamo assistito ad un ritmo di crescita dell'economia molto variabile: "elevato" nelle economie emergenti, "sostenuto" negli Stati Uniti e Giappone, ma ancora "modesto" in Europa. Gli economisti concordano che le prospettive migliori sono per quei paesi in cui la domanda interna per consumi e investimenti è più forte. In Italia la domanda interna è ancora debole: gli investimenti in costruzioni e i consumi delle famiglie ristagnano, la disoccupazione non accenna a diminuire.

Molti paesi hanno risposto alla crisi adottando pacchetti di "stimolo" all'economia volti a far ripartire i consumi: dalla riduzione del carico fiscale ai sussidi alla disoccupazione. In Italia è stata varata una manovra da 3,4 Mld tesa a stimolare acquisti di beni durevoli e sussidi alle famiglie con reddito medio basso.

In questa edizione abbiamo lasciato la parola ai nostri associati, perché potessero 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.

**Figura 9 – Azioni volte al rilancio dei consumi grocery (%)**

Quanti ritiene che ognuna di queste iniziative possa contribuire a rilanciare i consumi grocery?

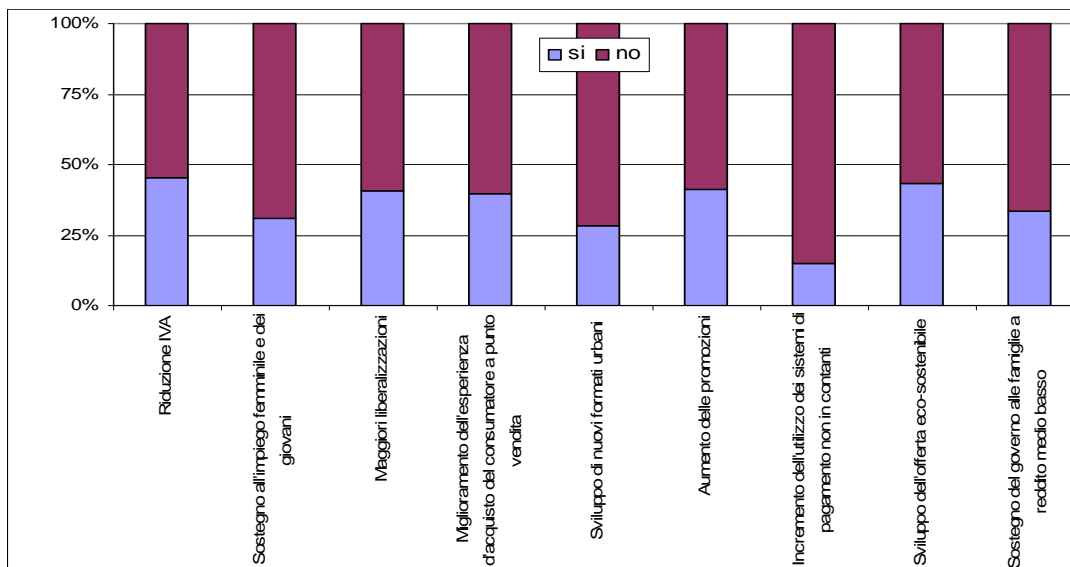


Sottoponendo ai nostri associati una serie di iniziative tra quelle più adottate o ipotizzate a livello governativo, volte al sostegno di una ripresa dei consumi grocery, il maggior orientamento è stato nei confronti dell'ampliamento delle liberalizzazioni, seguite da opportuni sostegni del governo alle famiglie con reddito medio basso e, quasi a parità, una particolare attenzione alla riduzione dell'IVA e al sostegno dell'impiego femminile e giovanile.

Di fronte a queste alternative al momento di valutare quanto le imprese si sentano in grado di influenzare, attraverso azioni collaborative tra industria e distribuzione, il successo di queste iniziative emerge come ci si senta coinvolti in prima persona prevalentemente sul tema della riduzione dell'IVA e del potenziamento delle liberalizzazioni. Una maggiore influenza viene riconosciuta ad azioni però considerate meno efficienti dal punto di vista degli impatti sui consumi (come l'aumento delle promozioni o lo sviluppo di prodotti eco-sostenibili): in sintesi si richiede un forte impegno da parte del Governo per ottenere i risultati migliori.

**Figura 10 – Impatto della collaborazione tra Industria e Distribuzione (%)**

La collaborazione tra Industria e Distribuzione quale delle suddette iniziative può influenzare?



Oltre alle iniziative “di sistema” le imprese industriali e distributive si riconoscono la possibilità di influenzare l’incremento dei consumi grocery attraverso alcune iniziative specifiche che le vedono protagoniste. Nello specifico emergono, rispetto alle diverse azioni proposte, la riduzione di costi logistici di filiera e la più efficiente gestione dei prodotti innovativi.

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

Come potrebbe la collaborazione tra Industria e Distribuzione incentivare l’aumento dei consumi grocery?

