



diario economico | luglio 2016

i principali indicatori economici in italia e nel friuli
venezia giulia

rapporto di ricerca – primo trimestre 2016

pordenone, 12 luglio 2016 (15292fv01)

agenda



considerazioni generali di sintesi

clima di fiducia

conti nazionali

lavoro

e.commerce

esercizi commerciali

stagione dei saldi

considerazioni di sintesi |

Clima di fiducia

Il clima di fiducia delle imprese italiane, al netto delle normali fluttuazioni mensili, **si mantiene su livelli elevati** nel confronto trimestrale al giugno 2016. L'evidenza è comune a tutti i settori di attività economica.

Peggiora lievemente il *sentiment* dei consumatori, costituendo un punto di rottura con il *trend* in corso da diversi mesi a questa parte.

Conti nazionali

Nella prima parte del 2016, **il PIL risulta in crescita dello 0,3%** su base congiunturale, portando la variazione acquisita a fine anno al +0,6%. Si tratta di un dato che **conferma la definitiva uscita del Paese dal periodo di recessione**, ma che al contempo **risulta leggermente più basso delle attese**.

La conferma arriva **dal ritmo di crescita dei consumi**, che continuano a far registrare un **aumento fin troppo esiguo** per sperare di recuperare velocemente il terreno perduto nel corso degli anni della crisi (ICC Confcommercio).

Al contempo, se da un lato ripartono gli investimenti, dall'altro **resta stagnante la situazione dei prezzi**, che celano ancora lo spettro della **deflazione** nella maggior parte delle grandi città italiane.

considerazioni di sintesi |

Lavoro

Nei primi mesi del 2016 si registra un **aumento del tasso di occupazione in Friuli Venezia Giulia**. Allo stesso tempo, si verifica una **lievissima crescita del tasso di disoccupazione**, pur confermandosi il netto calo tendenziale (è diminuito quasi il doppio della media Italia rispetto a dodici mesi fa). Per quanto i due indicatori possano apparire in contraddizione, il fenomeno è spiegabile con **il calo del tasso di inattività**: è aumentata difatti la quota di **persone alla ricerca di un lavoro**, azione che trasforma automaticamente un «inattivo» in «disoccupato». **Il combinato disposto con l'andamento della disoccupazione fa dell'aumento dei «senza lavoro» un dato positivo perché testimonia un senso di ottimismo nella possibilità di trovare lavoro (il Jobs Act funziona).**

I primi mesi del 2016 fanno segnare in tutte le regioni un **decremento nelle assunzioni a tempo indeterminato** rispetto al medesimo periodo del 2015. Il dato è fisiologico e strettamente legato al ridimensionamento delle agevolazioni di decontribuzione legate al Bonus Occupazionale, che ha spinto le imprese a massimizzare le assunzioni prevalentemente negli ultimi due mesi dell'anno passato.

Il decremento avviene anche nel confronto con i primi mesi del 2014, fatto salvo per Piemonte, Emilia Romagna e, soprattutto, **Friuli Venezia Giulia**, che risulta **di gran lunga il territorio più performante (+11,6% rispetto ad una media Italia pari a -10,5%)**.

considerazioni di sintesi |

E.Commerce

Poco più di un terzo della popolazione del mondo ha accesso a Internet. Nonostante ciò, tra i paesi con almeno 10 milioni di abitanti, solo in Olanda, Regno Unito, Giappone, Canada, Corea del Sud, Stati Uniti, Germania, Australia, Belgio e Francia, la percentuale di **popolazione che accede alla rete** supera l'80%.

L'Italia si attesta attorno al 65,6% (terzultima nell'ambito dei Paesi UE). Il fenomeno appare tuttavia **in evidente crescita** (nel 2016, rispetto al 2015, nella penisola si registrano oltre 650mila individui in più con un accesso al web). **Il Friuli Venezia Giulia si posiziona al terzo posto tra le regioni italiane per accesso alla rete (69,4%).**

Nel 2015, **oltre un consumatore su quattro ha utilizzato internet per effettuare acquisti.** Anche in questo caso, **il Friuli Venezia Giulia è la terza regione in Italia** (dopo Valle d'Aosta e Lombardia).

Il giro di affari legato agli acquisti online dei consumatori italiani vale circa **19,3 miliardi di euro.** L'incremento rispetto al 2015 è di 2,7 miliardi (+17%) e raggiunge addirittura la doppia cifra nel differenziale con il 2009 (+10 miliardi).

Cresce anche l'internet Media Pay: sempre più italiani si abbonano a siti di intrattenimento in cui si usufruisce di materiale video ed audio.

considerazioni di sintesi |

Esercizi commerciali

Due esercizi commerciali su dieci risultano sempre chiusi la domenica. Tra quelli che mantengono aperta l'attività, la maggioranza lo fa per meno della metà di un anno. **Non sussistono particolari differenziazioni a livello di macro tipologia merceologica,** ad eccezione degli **esercizi alimentari più grandi** (supermercati, ipermercati) **la cui frequenza di apertura è più intensa.**

La nuova norma proposta dalla regione Friuli Venezia Giulia con riferimento alla chiusura obbligatoria in occasione di **dieci festività comandate** risulta **decisamente apprezzata dagli esercenti** (circa l'85% si dichiara «molto» o «abbastanza» d'accordo).

Nello specifico, **i consensi più elevati sono evidenti presso gli esercizi di dimensioni più piccole.** **Opposta la posizione delle realtà più grandi,** oltre la metà delle quali si dice contraria.

In generale, **le imprese delle province di Udine e di Pordenone** sono quelle che **mostrano un livello di accordo più elevato.**

agenda



considerazioni generali di sintesi

clima di fiducia

conti nazionali

lavoro

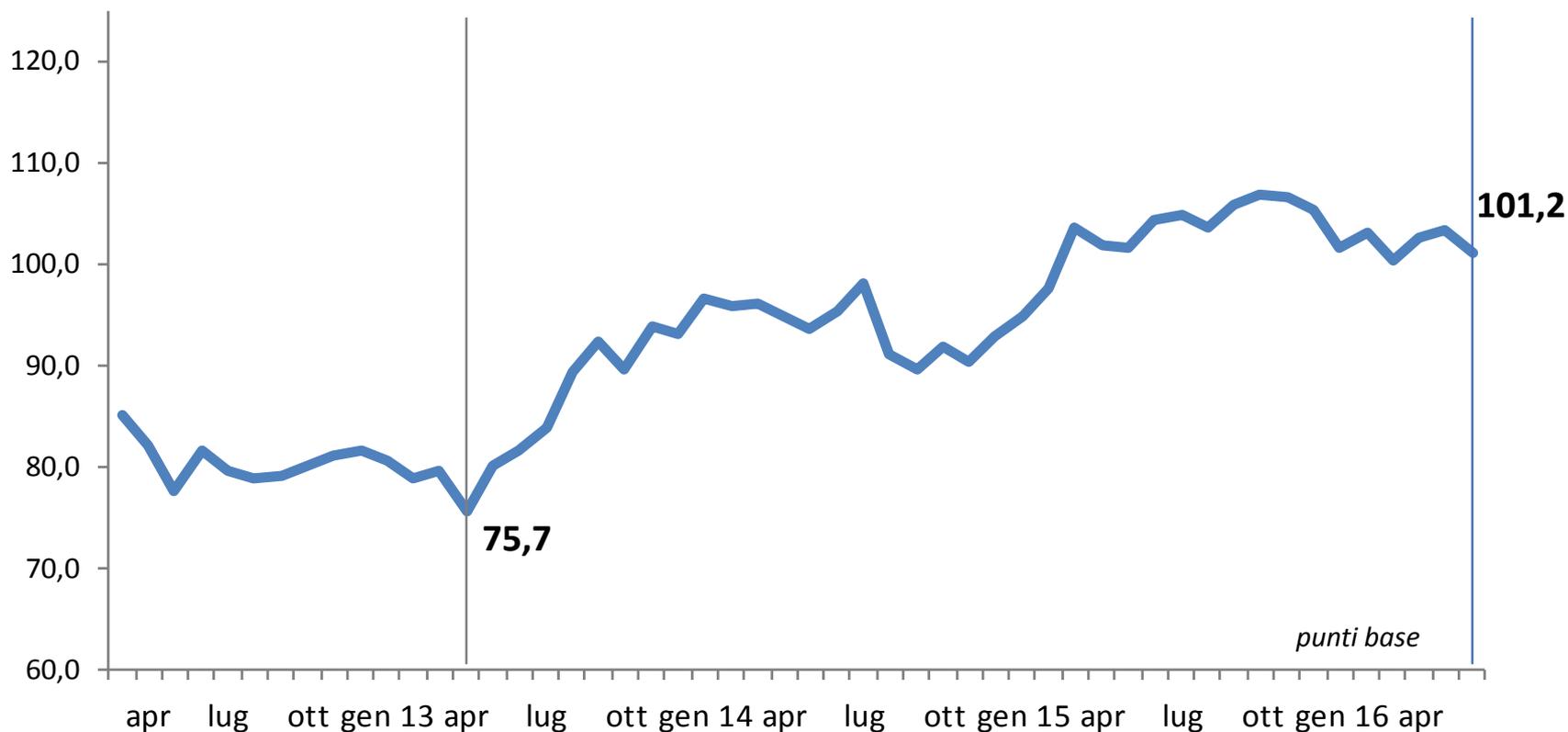
e.commerce

esercizi commerciali

stagione dei saldi

andamento delle imprese italiane | a giugno 2016, resta su livelli elevati il clima di fiducia delle imprese italiane, che negli ultimi trimestri ha fatto registrare più di un miglioramento...

Andamento della fiducia delle imprese italiane secondo l'istituto nazionale di statistica

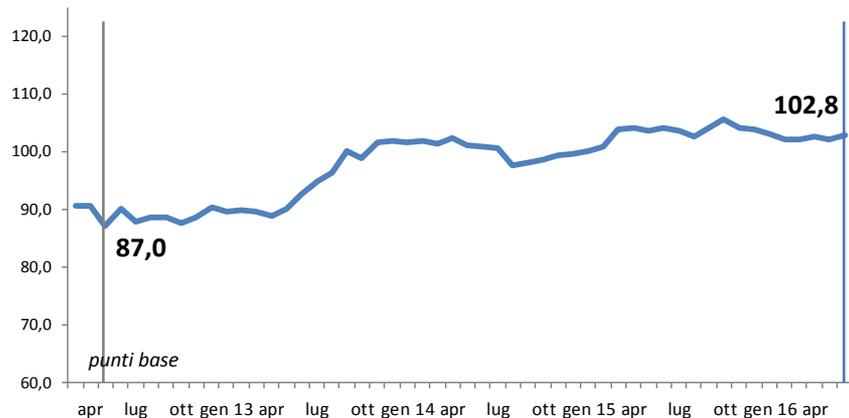


Fonte: Istat, Conti Nazionali, Giugno 2016

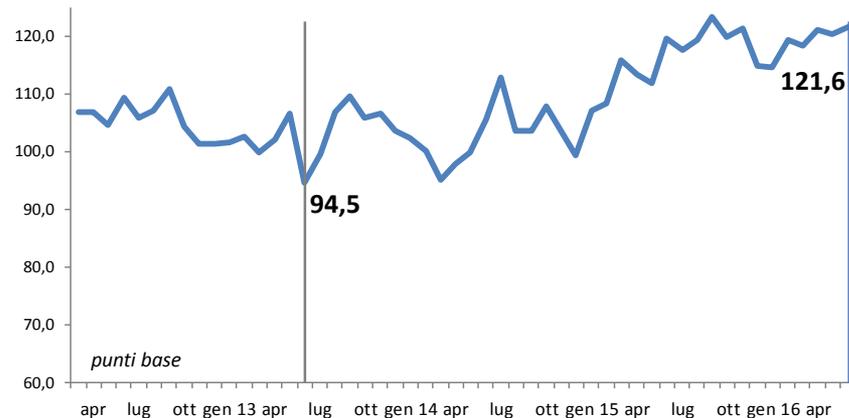
Indici destagionalizzati. Base 2010=100 (nuova riclassificazione).

andamento delle imprese italiane | ...la fiducia presso le imprese dei vari settori di attività economica...

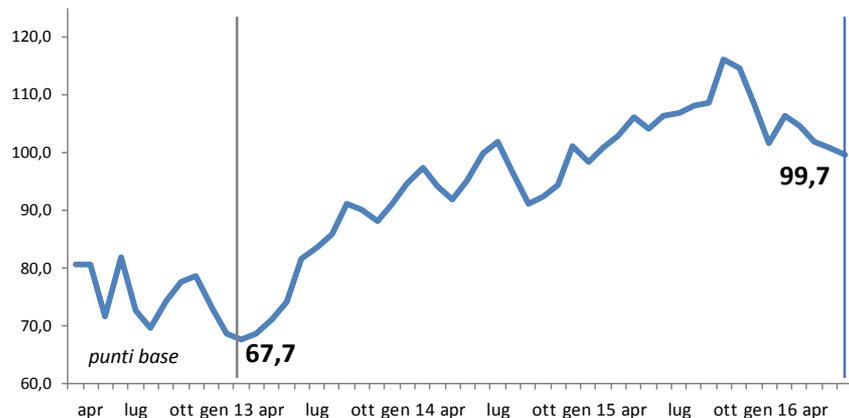
andamento della fiducia delle imprese della manifattura



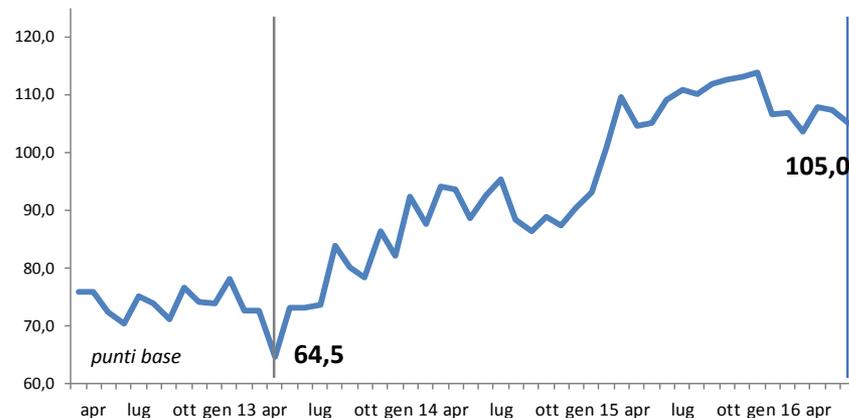
andamento della fiducia delle imprese delle costruzioni



andamento della fiducia delle imprese del commercio



andamento della fiducia delle imprese dei servizi

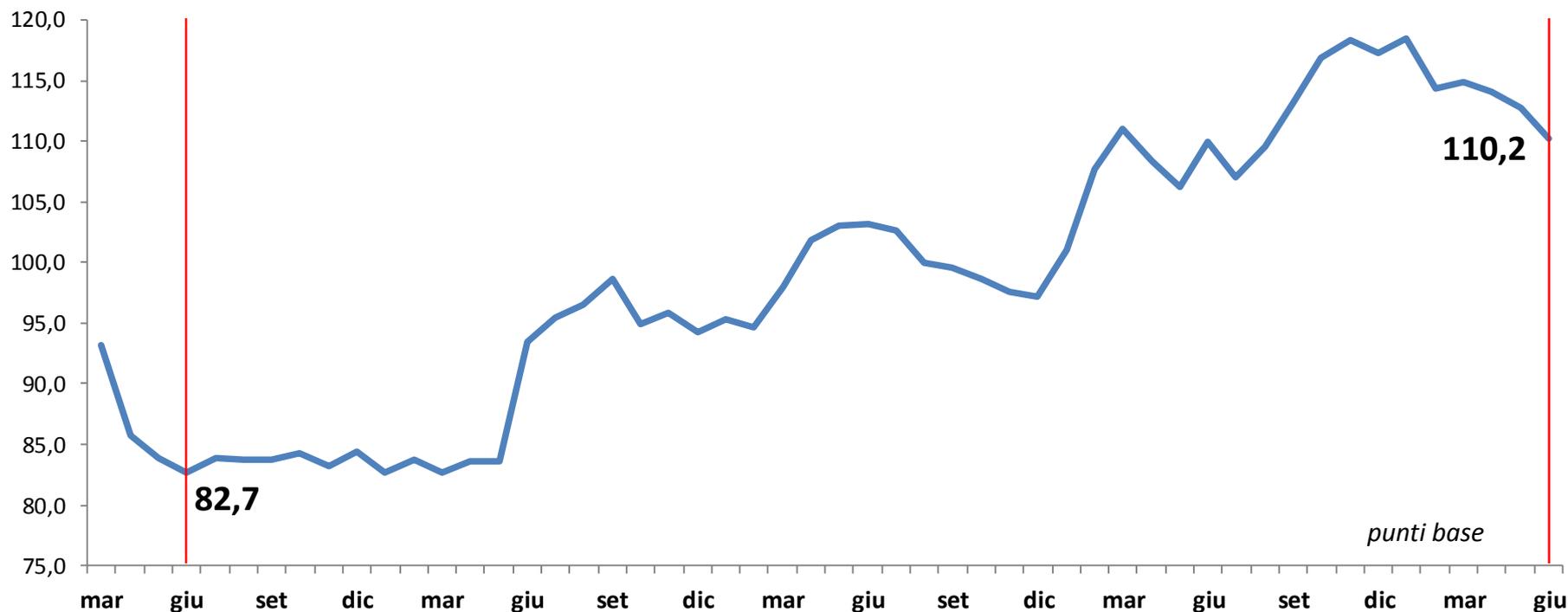


Fonte: Istat, Conti Nazionali, Giugno 2016

Indici destagionalizzati. Base 2010=100 (nuova riclassificazione).

fiducia dei consumatori | peggiora lievemente la fiducia dei consumatori a giugno, costituendo un punto di rottura con il *trend* in corso da diversi mesi a questa parte...

Andamento della fiducia dei consumatori secondo l'istituto nazionale di statistica



Fonte: Istat, Fiducia dei consumatori, Giugno 2016

L'indice è elaborato sulla base di nove domande ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori. 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.

agenda



considerazioni generali di sintesi

clima di fiducia

conti nazionali

lavoro

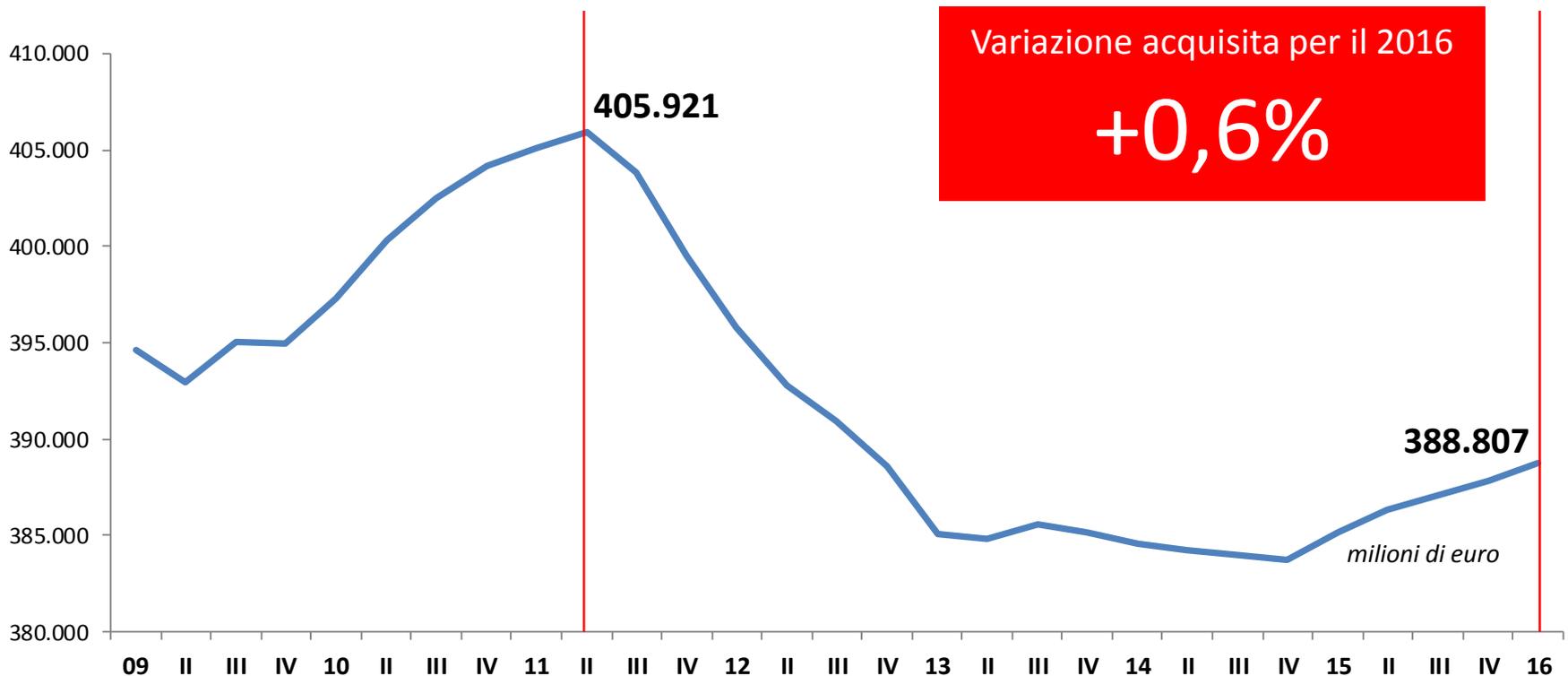
e.commerce

esercizi commerciali

stagione dei saldi

prodotto interno lordo | a inizio 2016, il PIL è aumentato dello 0,3% rispetto ai tre mesi precedenti... nel complesso, si è registrata una crescita di +1,0% su base annua, inferiore a quella attesa...

Serie storica del Pil dal gennaio 2009 ad oggi

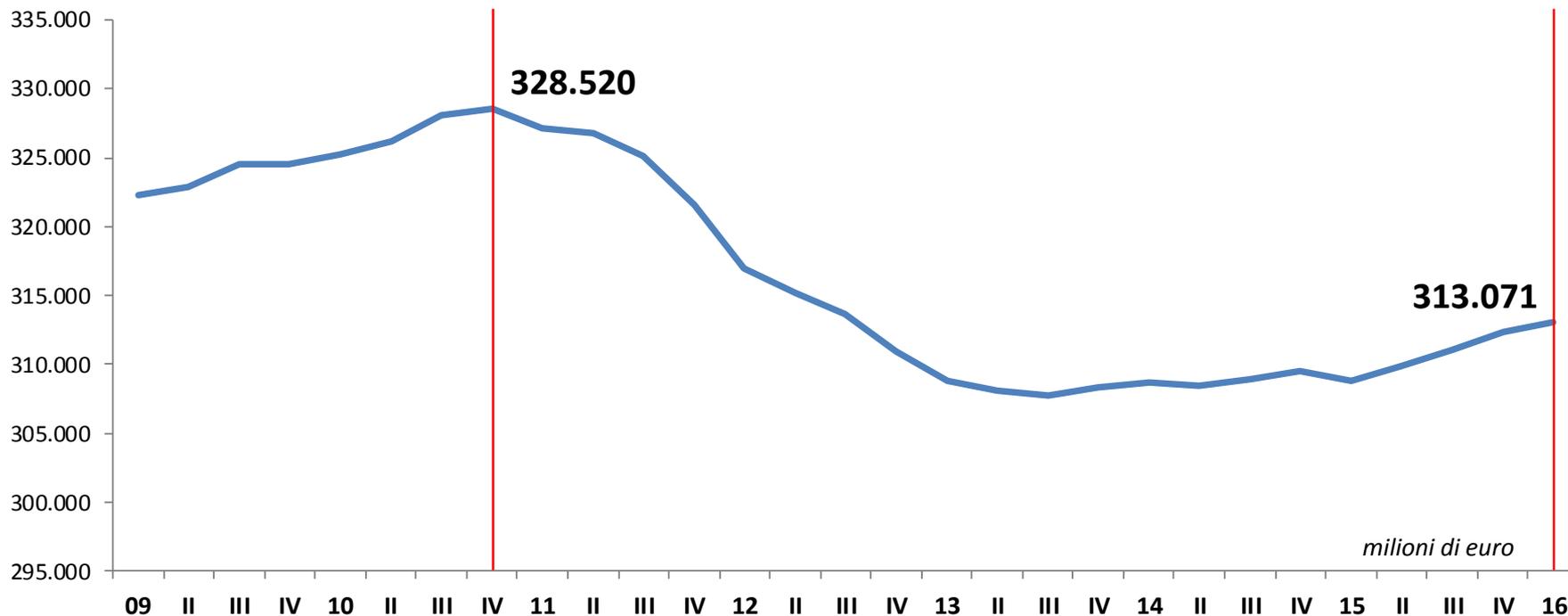


Fonte: Istat, Conti Nazionali

(Conto economico delle risorse e degli impieghi - Valori concatenati [milioni di euro - anno di riferimento 2005]. Dati destagionalizzati e corretti per gli effetti di calendario. Eventuali lievi discrepanze tra i valori qui riportati e quelli contenuti nelle stime preliminari sono attribuibili ad arrotondamenti e revisioni)

consumi | lievi i cenni di ripresa per quanto riguarda i consumi, in aumento nei primi mesi del 2016 (+0,3% a livello congiunturale)...

Serie storica dei consumi dal gennaio 2009 ad oggi

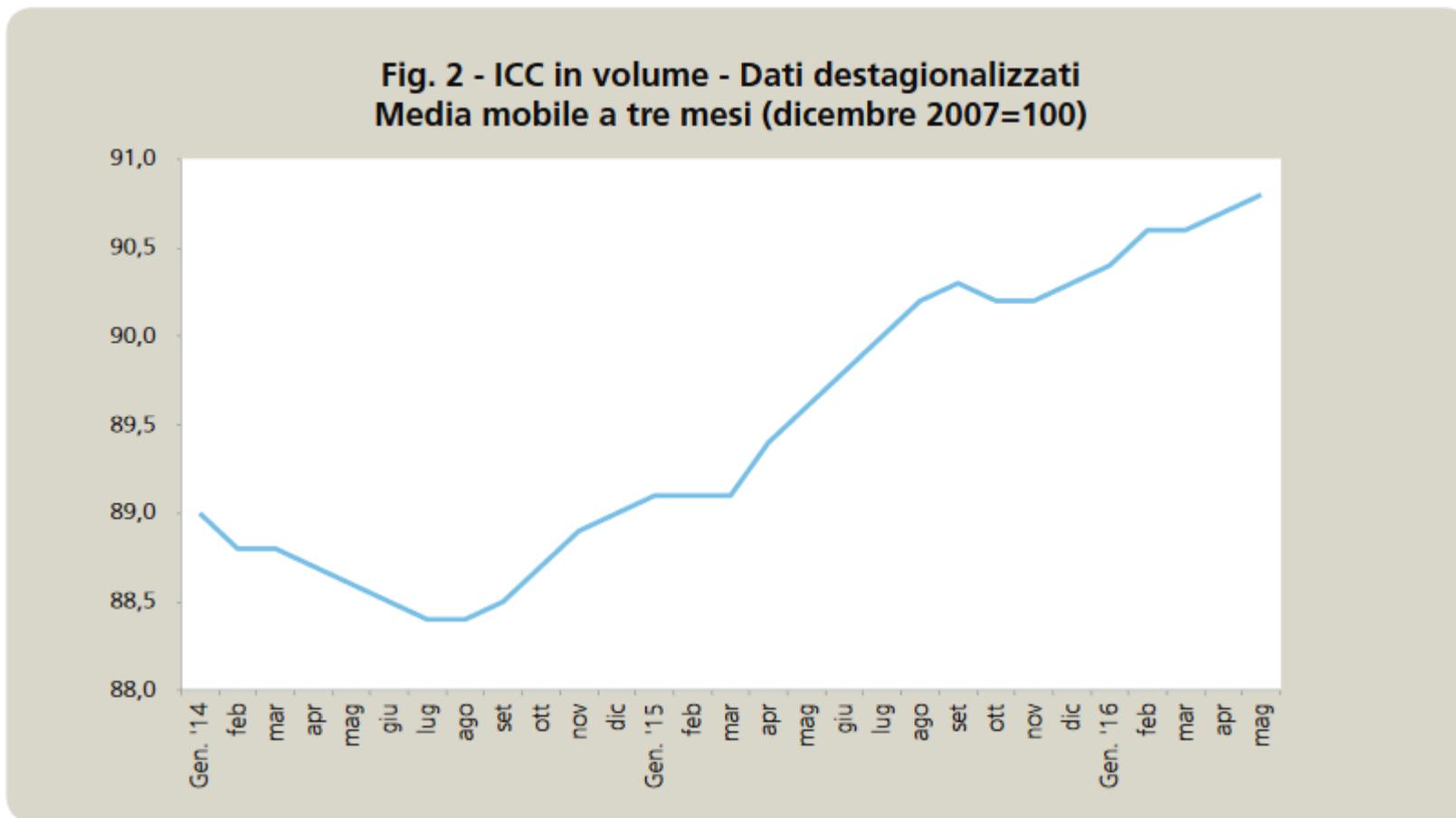


Fonte: Istat, Conti Nazionali

Consumi - Valori concatenati [milioni di euro - anno di riferimento 2005]. Dati destagionalizzati e corretti per gli effetti di calendario. Eventuali lievi discrepanze tra i valori qui riportati e quelli contenuti nelle stime preliminari sono attribuibili ad arrotondamenti e revisioni.

consumi | ...l'indicatore dei consumi confcommercio (ICC) conferma la crescita dei consumi, sia pure con un trend piuttosto ridotto...

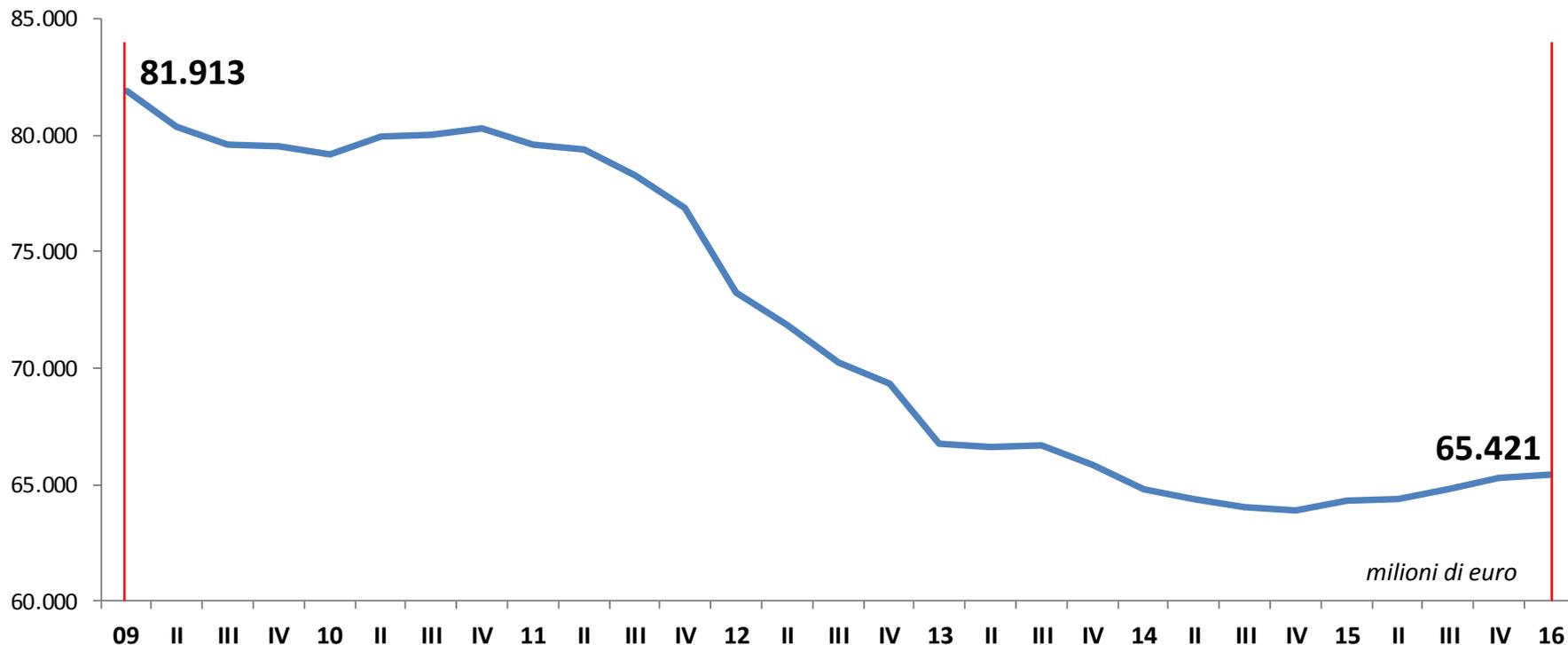
ICC in volume - Dati destagionalizzati (media mobile a tre mesi)



Fonte: Consumi e prezzi, Ufficio Studi Confcommercio (luglio 2016)

investimenti | crescono lievemente gli investimenti fissi lordi nella prima parte del 2016... a livello congiunturale (tre mesi su tre mesi) si registra un incremento dello 0,2%, che raggiunge il +1,8% a livello tendenziale (anno su anno)...

Serie storica degli investimenti fissi lordi dal gennaio 2009 ad oggi



Fonte: Istat, Conti Nazionali

Investimenti fissi lordi - Variazioni percentuali sul trimestre precedente

produzione industriale | in crescita la produzione industriale ad aprile (+0,5% rispetto a gennaio)... così, anche in termini tendenziali (+1,8%)...

Serie storica della produzione industriale dal 2012 ad oggi

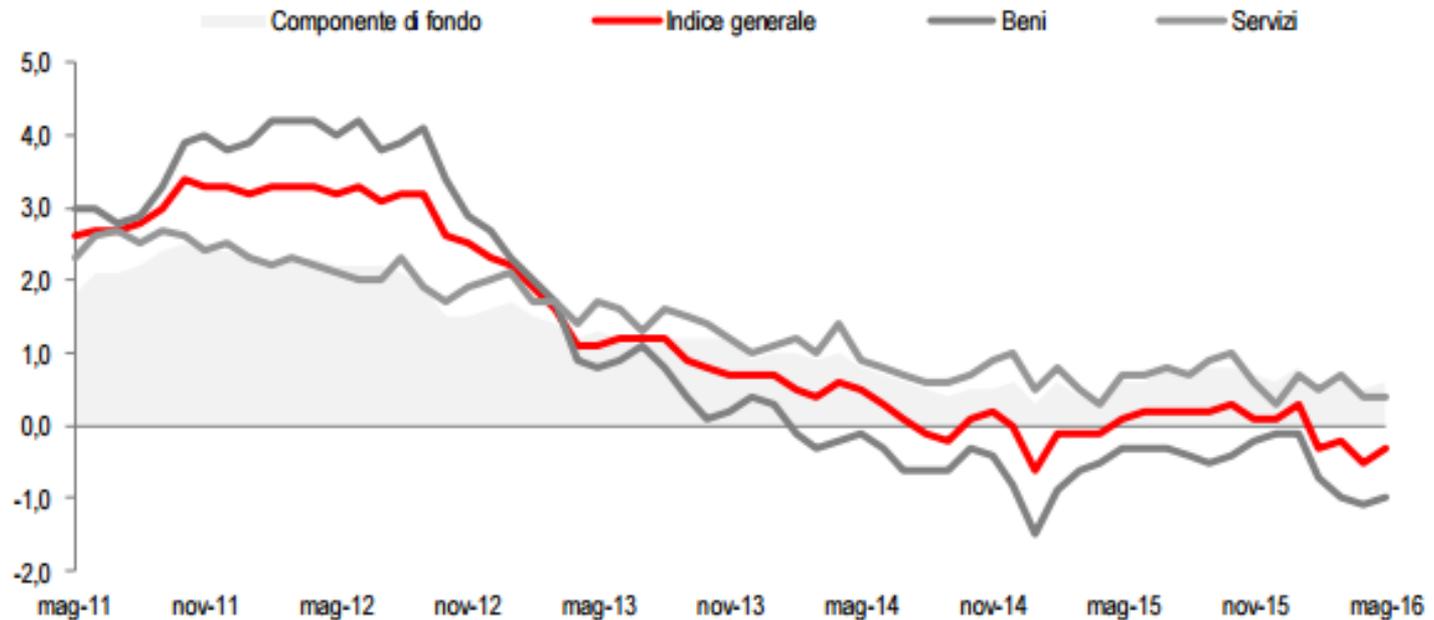


Fonte: Istat, Produzione industriale

Consumi - Valori concatenati (milioni di euro - anno di riferimento 2005). Dati destagionalizzati e corretti per gli effetti di calendario. Eventuali lievi discrepanze tra i valori qui riportati e quelli contenuti nelle stime preliminari sono attribuibili ad arrotondamenti e revisioni.

prezzi al consumo | la domanda resta ferma e i prezzi calano, recuperando soltanto 0,3 punti percentuali su base mensile e attestandosi a -0,3% su base annua... siamo in deflazione...

Serie storica dei prezzi al consumo dal 2011 ad oggi



punti base

Fonte: Istat, Prezzi al consumo

Indice generale nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), al lordo dei tabacchi. Coefficiente di raccordo da base 1995 a base 2010

debito / pil | l'italia è ancora lontana dal rispetto dei parametri del fiscal compact... per scendere a quota 60% entro 20 anni sarà necessario recuperare quasi quattro punti l'anno...

	debito / pil
Grecia	176,9
Italia	132,7
Portogallo	129,0
Cipro	108,9
Belgio	106,0
Irlanda	93,8
Spagna	99,2
Francia	96,1
Regno Unito	89,2
Croazia	86,7
Austria	86,2
Slovenia	83,2
~~~~~	
~~~~~	
Bulgaria	26,7
Lussemburgo	21,4
Estonia	9,7

← **132,7** il rapporto debito / pil

74,6 i punti di distanza dal vincolo del Fiscal Compact (60%). L'Italia dovrà recuperare, mediamente, **3,6 punti l'anno per 20 anni.**

90,7 la media dell'Eurozona (al dicembre 2015)

85,2 la media dell'UE a 28 paesi (nel 2015)

agenda



considerazioni generali di sintesi

clima di fiducia

conti nazionali

lavoro

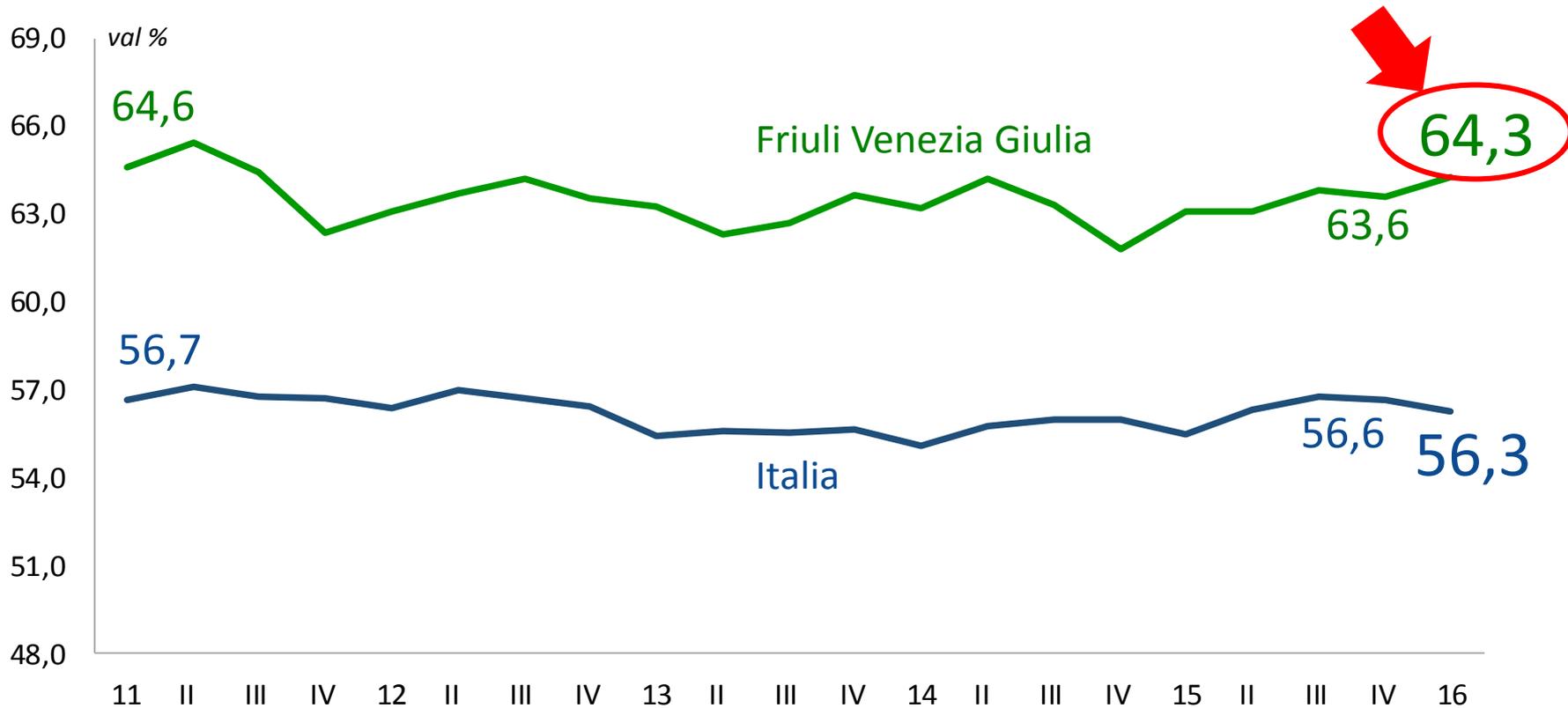
e.commerce

esercizi commerciali

stagione dei saldi

tasso di occupazione | ...i primi mesi del 2016 fanno registrare un deciso aumento del tasso di occupazione in FVG, a dispetto della situazione nazionale per la quale si rileva una sorta di momentanea stagnazione...

Tasso di occupazione dal gennaio 2011 al primo trimestre 2016

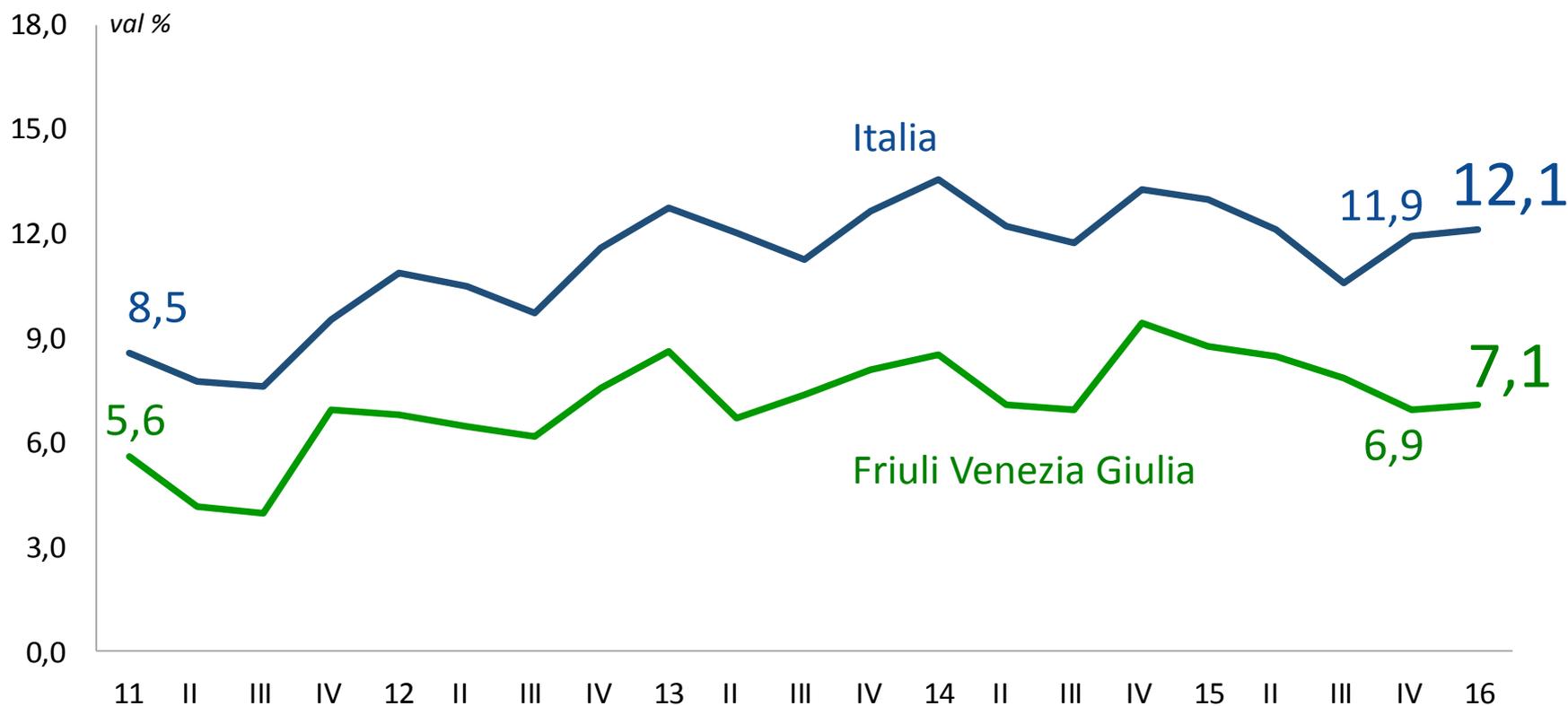


Fonte: Istat, Occupati e disoccupati, Luglio 2016

Il tasso di occupazione è il rapporto tra gli occupati (persone occupate dai 15 ai 64 anni) e la popolazione. I dati sono destagionalizzati.

tasso di disoccupazione | ...allo stesso tempo, si registra una lievissima crescita del tasso di disoccupazione, pur confermandosi il FVG una delle regioni più performanti anche da questo punto di vista...

Tasso di disoccupazione dal gennaio 2011 al primo trimestre 2016

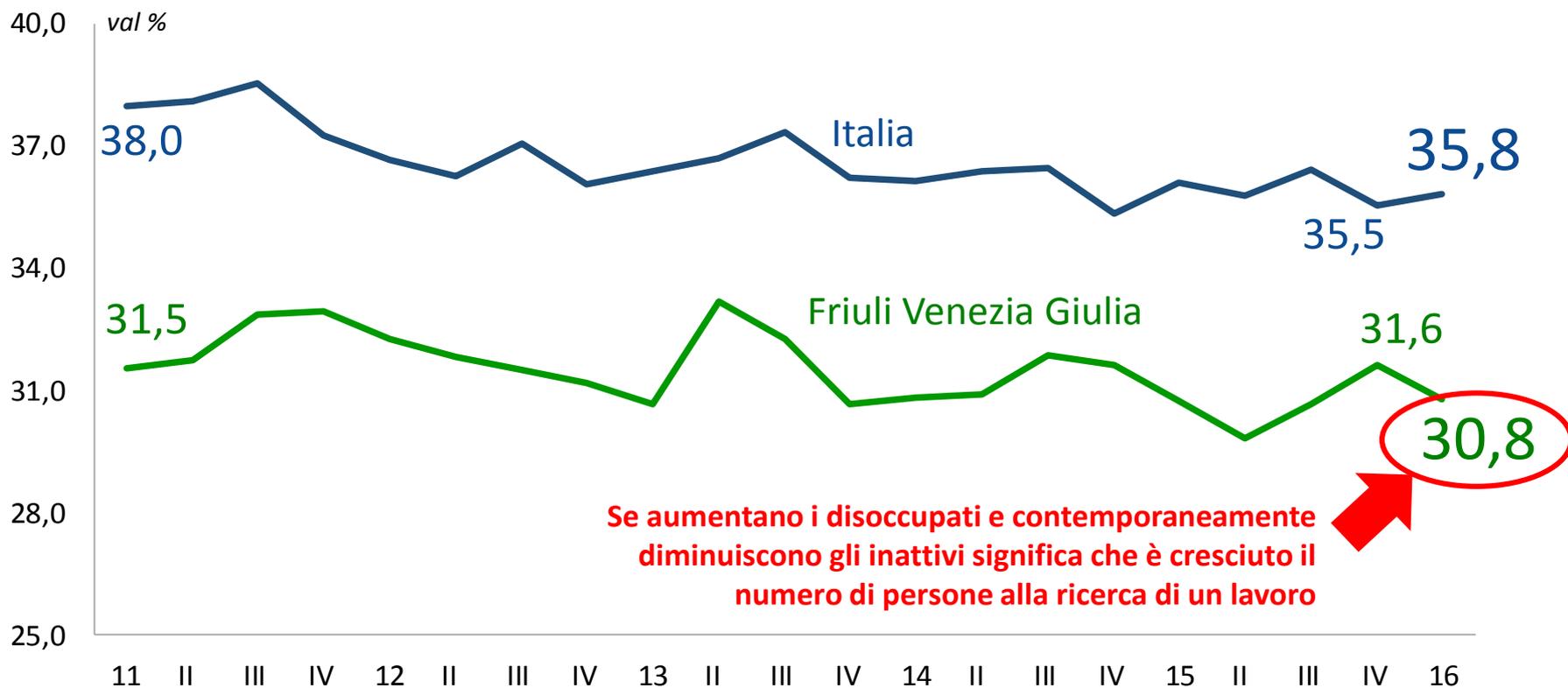


Fonte: Istat, Occupati e disoccupati, Luglio 2016

Il tasso di disoccupazione è il rapporto tra i disoccupati (persone non occupate tra i 15 e i 74 anni) e le corrispondenti forze di lavoro. I dati sono destagionalizzati.

tasso di inattività | ...la crescita del tasso di disoccupazione è un fatto positivo visto il calo degli inattivi in FVG: è aumentata la quota di persone alla ricerca di un lavoro, azione che trasforma un «inattivo» in «disoccupato»...

Tasso di inattività dal gennaio 2011 al primo trimestre 2016



Fonte: Istat, Occupati e disoccupati, Luglio 2016

Il tasso di inattività è il rapporto tra gli inattivi e la corrispondente popolazione di riferimento. La somma del tasso di inattività e del tasso di attività è pari al 100%.

I dati sono destagionalizzati.

analisi tendenziale | nei primi mesi del 2016, rispetto allo stesso periodo dei 12 mesi precedenti, la dinamica della crescita dell'occupazione in FVG è più intensa rispetto alla media nazionale e il tasso di disoccupazione è diminuito quasi il doppio rispetto alla media italia...

(Tasso di occupazione)

	2015 I trim	2016 I trim	Tendenza
Italia 	55,5	56,3	+0,8
Friuli Venezia Giulia 	63,1	64,3	+1,2

(Tasso di disoccupazione)

	2015 I trim	2016 I trim	Tendenza
Italia 	13,0	12,1	-0,9
Friuli Venezia Giulia 	8,8	7,1	-1,7

nuove assunzioni | il 2016 fa segnare un decremento nelle assunzioni a tempo indeterminato rispetto al 2015 in tutte le regioni... lo stesso avviene nel confronto con il 2014, fatto salvo in piemonte, in emilia romagna e, soprattutto, in FVG, che in questo senso risulta il territorio più performante...

Nuovi rapporti di lavoro attivati nel 2016 e confronto con i due anni precedenti

Area Geografica	Assunzioni a tempo indeterminato			Assunzioni a termine			Assunzioni in apprendistato			Complesso Assunzioni			Assunzioni tempo indet.	Complesso Assunzioni
	gen - apr			gen - apr			gen - apr			gen - apr			2016/2015	2016/2015
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	%	%
PIEMONTE	24.249	37.531	24.301	77.751	79.993	75.863	6.891	6.064	6.468	108.891	123.588	106.632	-35,3%	-13,7%
VALLE D'AOSTA	1.033	1.184	755	2.607	2.211	2.480	246	248	234	3.886	3.643	3.469	-36,2%	-4,8%
LIGURIA	9.528	14.134	8.695	33.158	30.943	30.918	3.094	2.304	2.255	45.780	47.381	41.868	-38,5%	-11,6%
LOMBARDIA	96.098	134.494	94.150	233.170	252.968	252.914	15.065	12.904	12.419	344.333	400.366	359.483	-30,0%	-10,2%
TRENTINO ALTO ADIGE	6.630	9.854	6.495	20.056	20.323	21.504	1.651	1.589	1.535	28.337	31.766	29.534	-34,1%	-7,0%
VENETO	33.689	48.772	31.786	97.223	101.583	105.011	9.493	8.607	9.134	140.405	158.962	145.931	-34,8%	-8,2%
FRIULI VENEZIA GIULIA	5.480	9.963	6.117	23.904	23.570	23.338	1.678	1.256	1.323	31.062	34.789	30.778	-38,6%	-11,5%
EMILIA ROMAGNA	29.263	45.517	29.355	103.980	100.678	102.210	8.614	7.262	7.231	141.857	153.457	138.796	-35,5%	-9,6%
TOSCANA	31.111	43.654	28.321	76.411	73.358	72.737	7.086	5.814	5.973	114.608	122.826	107.031	-35,1%	-12,9%
UMBRIA	4.603	7.777	3.918	14.527	13.355	12.913	1.603	1.328	1.429	20.733	22.460	18.260	-49,6%	-18,7%
MARCHE	8.533	13.674	7.705	33.684	31.391	30.339	2.932	2.328	2.277	45.149	47.393	40.321	-43,7%	-14,9%
LAZIO	56.468	78.883	48.033	131.324	128.737	122.752	9.175	6.843	6.867	196.967	214.463	177.652	-39,1%	-17,2%
ABRUZZO	13.330	16.980	9.560	29.944	27.451	26.561	1.289	911	942	44.563	45.342	37.063	-43,7%	-18,3%
MOLISE	2.408	2.992	1.968	3.706	3.334	3.419	134	89	126	6.248	6.415	5.513	-34,2%	-14,1%
CAMPANIA	59.016	75.774	49.725	72.173	68.719	70.945	3.766	2.868	3.348	134.955	147.361	124.018	-34,4%	-15,8%
PUGLIA	34.497	42.274	26.880	62.768	57.174	56.634	3.082	2.143	2.432	100.347	101.591	85.946	-36,4%	-15,4%
BASILICATA	4.267	5.642	3.766	8.578	12.277	10.065	461	264	327	13.306	18.183	14.158	-33,3%	-22,1%
CALABRIA	12.257	14.821	9.913	14.127	13.028	12.536	1.048	732	927	27.432	28.581	23.376	-33,1%	-18,2%
SICILIA	40.621	47.570	31.931	55.888	56.523	53.099	3.079	2.452	3.665	99.588	106.545	88.695	-32,9%	-16,8%
SARDEGNA	9.284	13.528	8.155	22.922	20.874	20.909	676	433	449	32.882	34.835	29.513	-39,7%	-15,3%
ITALIA	482.365	665.018	431.529	1.117.901	1.118.490	1.107.147	81.063	66.439	69.361	1.681.329	1.849.947	1.608.037	-35,1%	-13,1%
ESTERO**	399	515	395	397	477	352	15	21	7	811	1.013	754	-23,3%	-25,6%
TOTALE	482.764	665.533	431.924	1.118.298	1.118.967	1.107.499	81.078	66.460	69.368	1.682.140	1.850.960	1.608.791	-35,1%	-13,1%

Fonte: Inps, Rapporto sul precariato 2016.

nuove assunzioni | ...il FVG è difatti la regione con la variazione percentuale positiva più alta in Italia nel confronto tra assunzioni a tempo indeterminato nei primi quattro mesi del 2016 sui primi quattro mesi del 2014...

(Nuove assunzioni a tempo indeterminato)

		Gen-Apr 14	Gen-Apr 16	G-A 16 su G-A 14
Italia		482.365	431.529	-10,5%
Friuli Venezia Giulia		5.480	6.117	+11,6%
Emilia Romagna		29.263	29.355	+0,3%
Piemonte		24.249	24.301	+0,2%

Tutte le altre regioni fanno segnare una variazione percentuale negativa in fatto di nuove assunzioni a tempo indeterminato nei primi quattro mesi del 2016 rispetto ai primi quattro mesi del 2014.

agenda



considerazioni generali di sintesi

clima di fiducia

conti nazionali

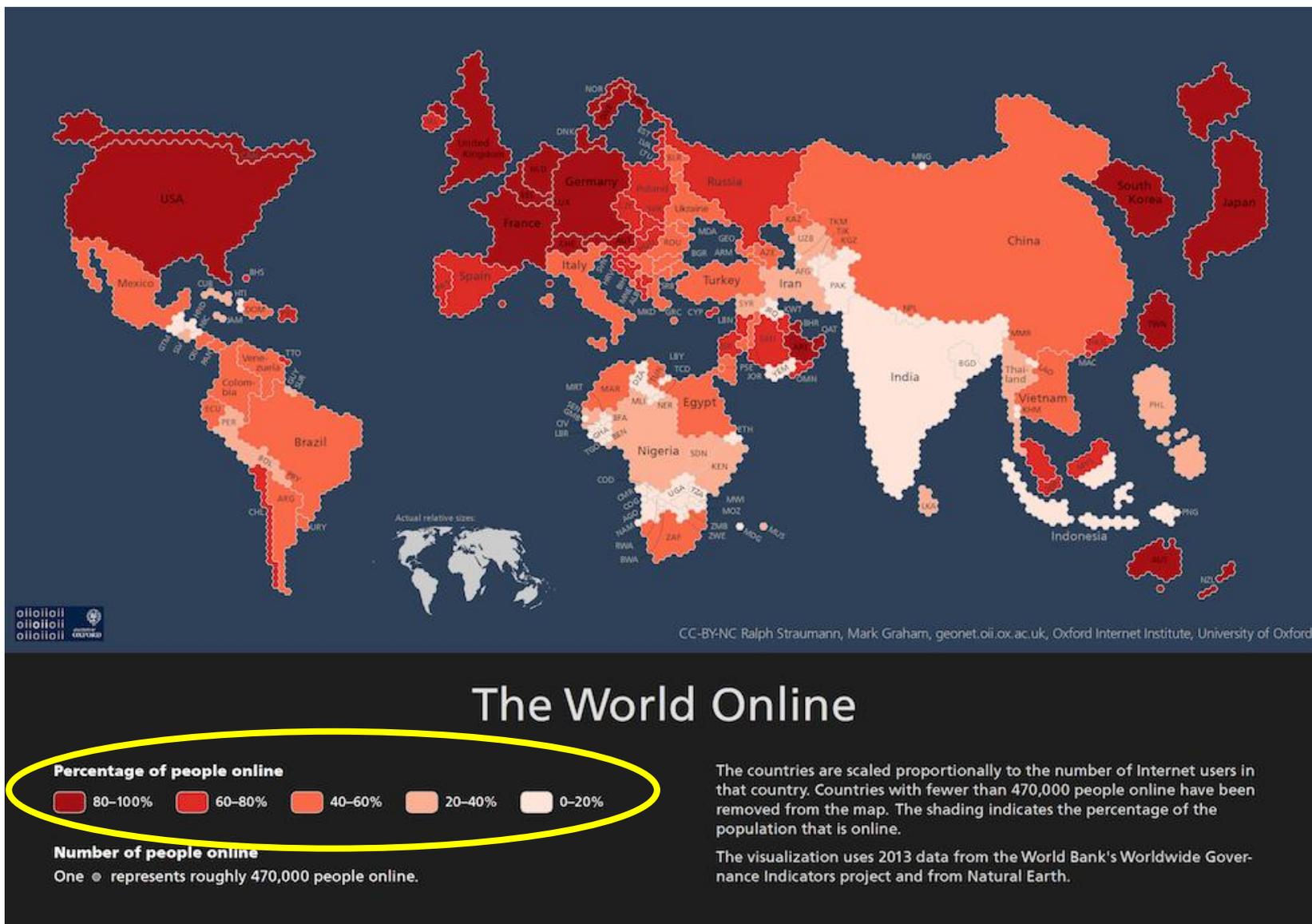
lavoro

e.commerce

esercizi commerciali

stagione dei saldi

commercio elettronico | distribuzione mondiale della popolazione «online»...



Fonte: progetto Geonet, Oxford Internet Institute. Diffuso il 10 Luglio 2015 (WorldBank)

commercio elettronico | distribuzione mondiale delle persone «online»...

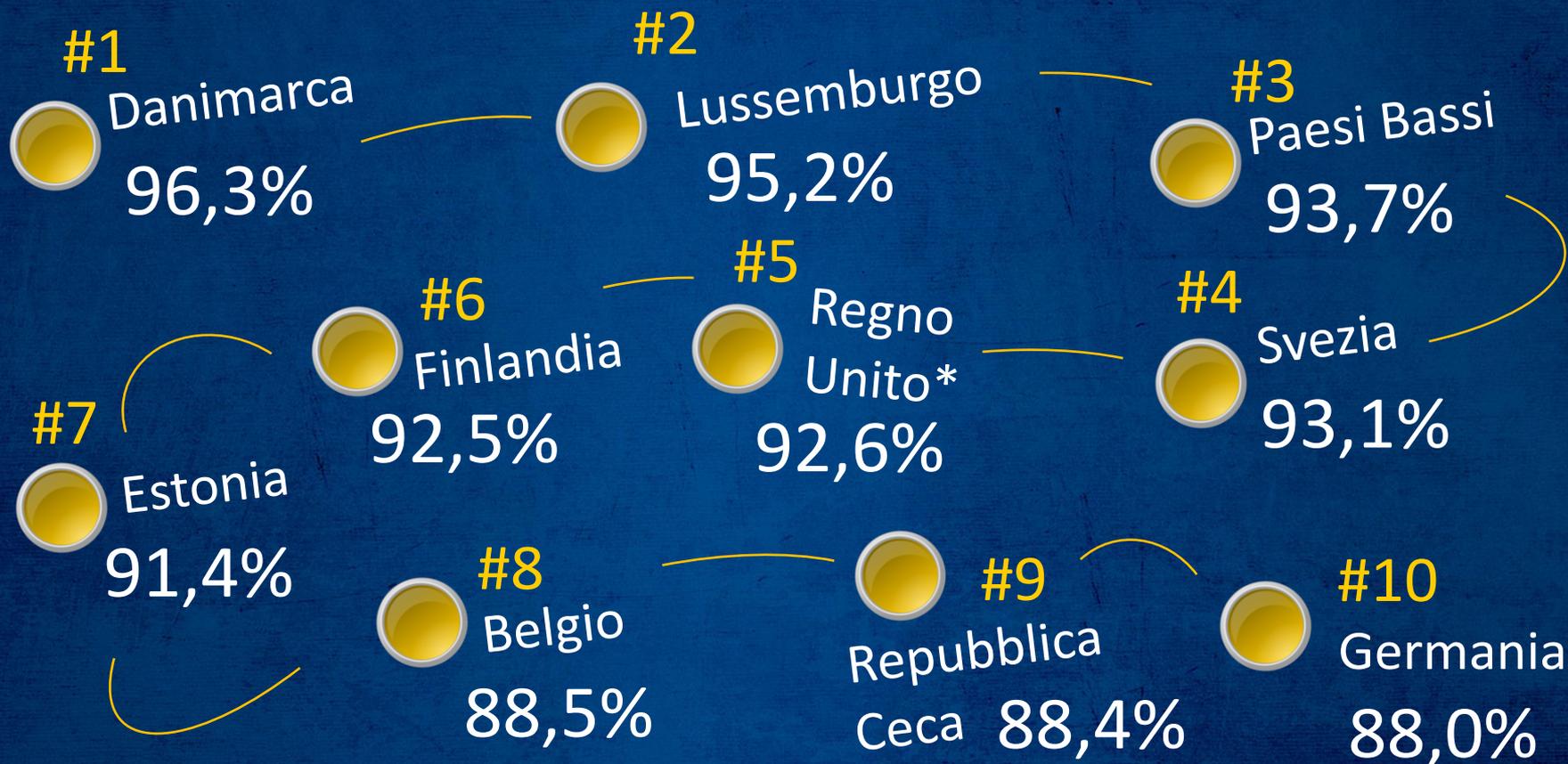
Tra i paesi con **almeno 10 milioni di abitanti**, solo in Olanda, Regno Unito, Giappone, Canada, Corea del Sud, Stati Uniti, Germania, Australia, Belgio e Francia, la percentuale di popolazione con accesso a Internet **supera l'80%**

Rispetto al 2011 diversi paesi africani sono cresciuti molto in termini di percentuale di popolazione con accesso a Internet:
Sudafrica +11%; **Egitto, Nigeria e Marocco +10%**; **Botswana +7%**

Asia: 1,24 miliardi di utenti (**46%** degli utenti del mondo), continente con più utenti di Internet.

Poco più di **un terzo della popolazione del mondo ha accesso a Internet.**

Internet Users (EU28) – Penetration (% of Pop) – 2016



L'Italia è al 25esimo posto, con il 65,6% (terzultima)

* Dati riferiti al periodo precedente la Brexit

commercio elettronico | l'utilizzo di internet presso la popolazione italiana (anno 2016 su anno 2015)...

2016

2015

Italiani che
utilizzano Internet

39.211.518 mln
(su 59.801.004)

38.544.596 mln
(su 59.797.685)

Penetrazione del
fenomeno (% Pop)

65,6%

64,5%

Incremento
percentuale
2016 su
2015

+1,7%

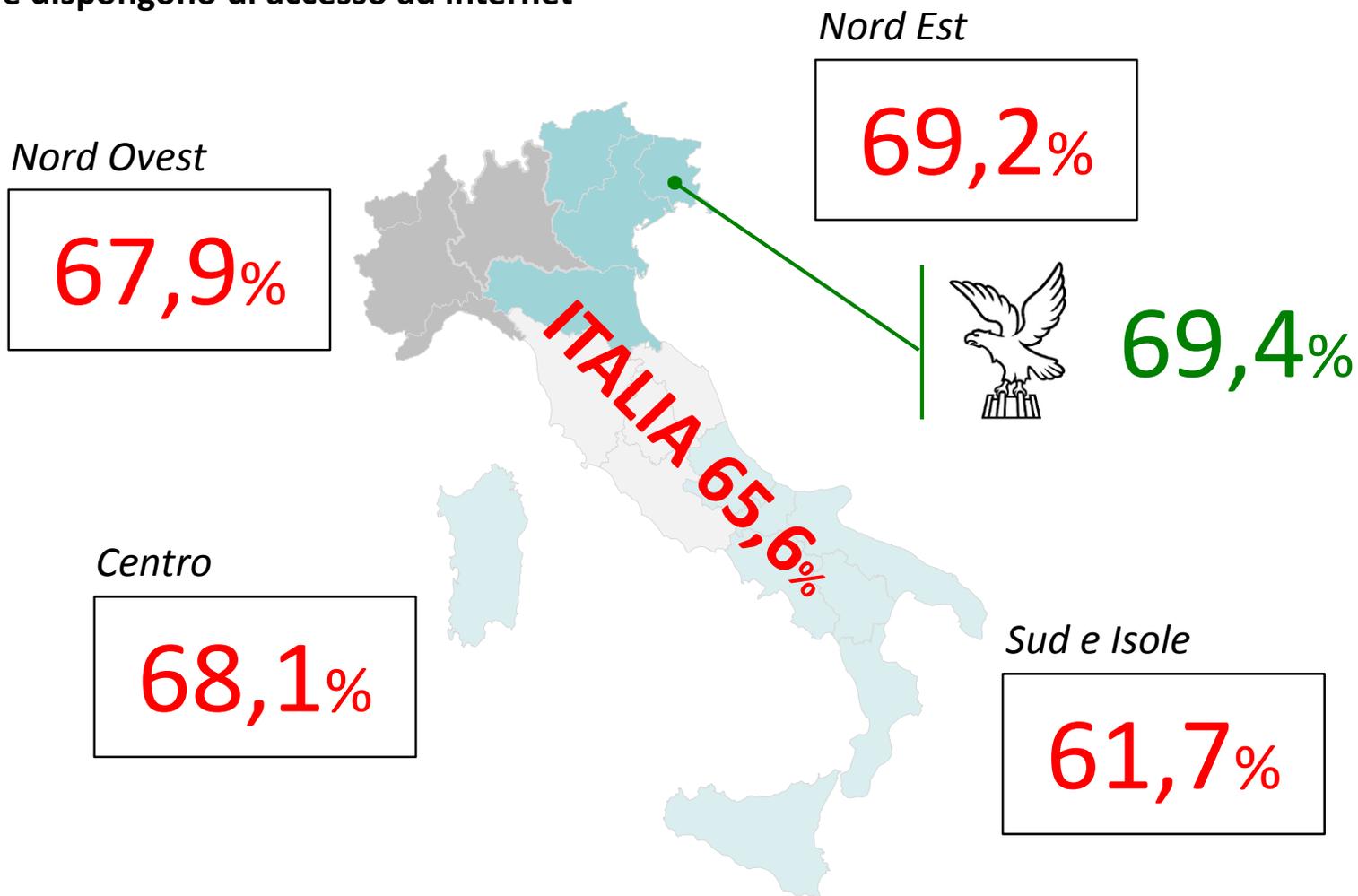
incremento % degli italiani che
utilizzano internet (pari a
+666.922 individui)

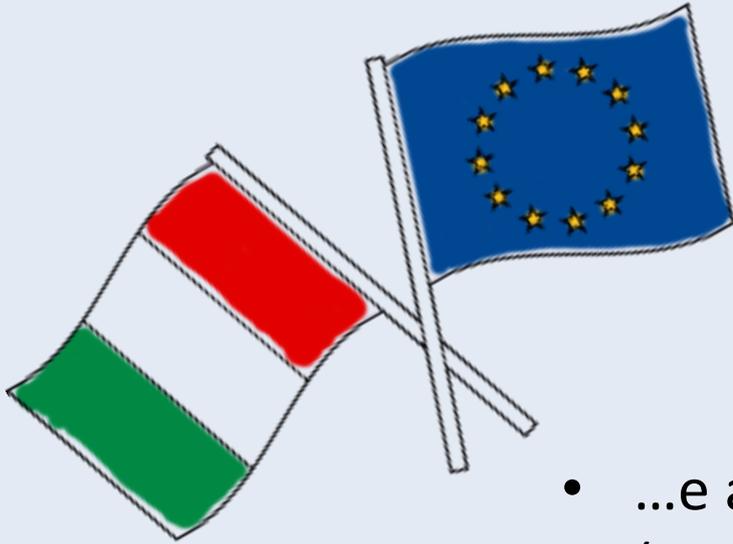
commercio elettronico | la variazione in termini percentuali di accesso ad internet confrontando i dati del 2016 con i due anni precedenti...

		Var. % 2016 su 2014	2016 su 2015
1	Rep. Ceca	+10,9	+3,2
2	Malta	+8,7	+2,6
3	Polonia	+8,7	+2,5
4	Estonia	+8,6	+2,5
5	Croazia	+8,2	+4,1
6	Spagna	+7,9	+2,2
7	Romania	+7,2	+2,1
8	Lituania	+7,1	+2,1
9	Italia	+5,8	+1,7
10	Bulgaria	+5,4	+1,6

commercio elettronico | il 65,6% degli italiani dispone di un accesso ad internet... tale quota sale al 69,4% in FVG, che è la terza regione dopo trentino alto adige e lombardia...

Italiani che dispongono di accesso ad internet in Italia...



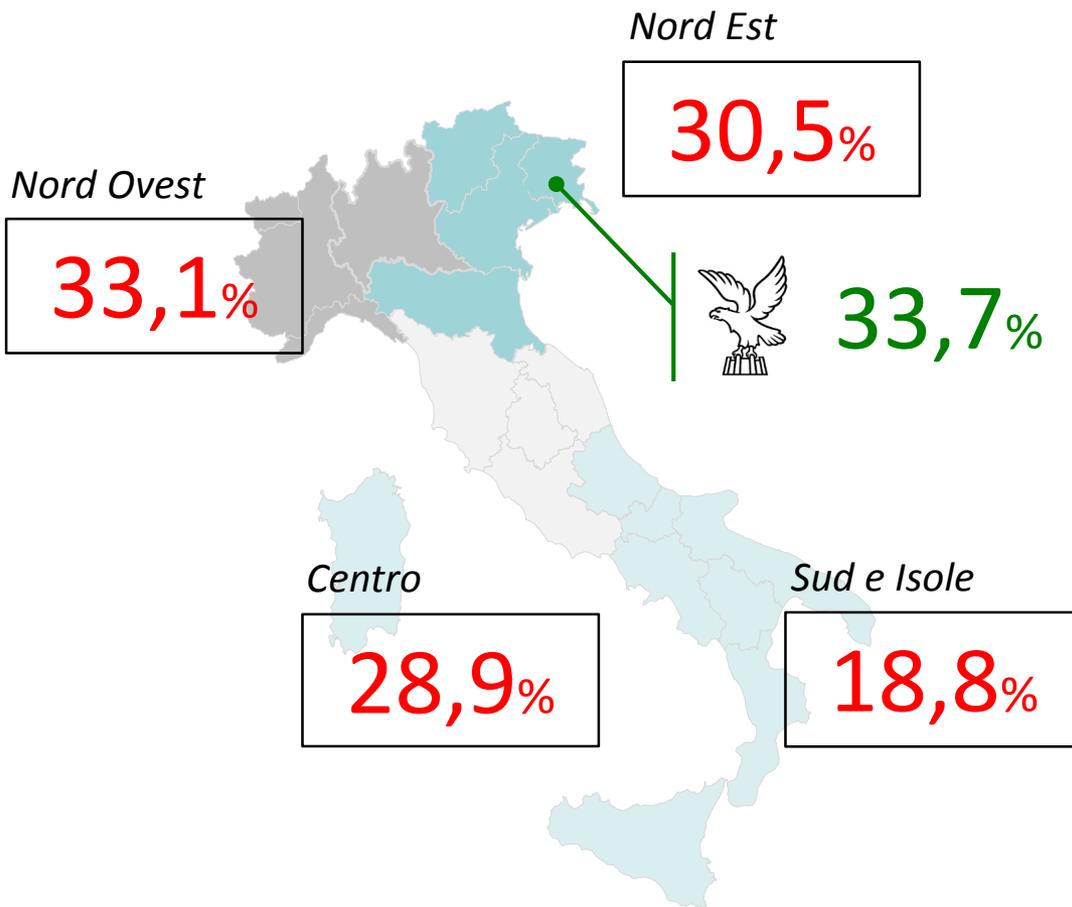


- Le famiglie che dispongono di accesso ad internet in Italia, al **Luglio 2016, sono il 65,6%...**
- La situazione è ben distante dalla top 10 dei paesi europei...
- ...e anche rispetto alla media dei Paesi UE (80%)...tra i quali risulta **25esima, seguita da Grecia, Romania e Bulgaria...**
- In ogni caso, l'Italia sta recuperando terreno considerando che, osservando la **percentuale di variazione** rispetto al 2014, risulta **nona nella top ten dei Paesi UE per incremento degli accessi ad internet..**

commercio elettronico | ...nel 2015, oltre un consumatore su quattro ha utilizzato internet per effettuare acquisti... anche in questo caso, il FVG è la terza regione in italia (dopo valle d'aosta e lombardia)...

Persones che in Italia hanno utilizzato internet nel 2015 per **ordinare/comprare merci e/o servizi su Internet**

27,2%



Le percentuali sono calcolate sul segmento della popolazione che utilizza internet

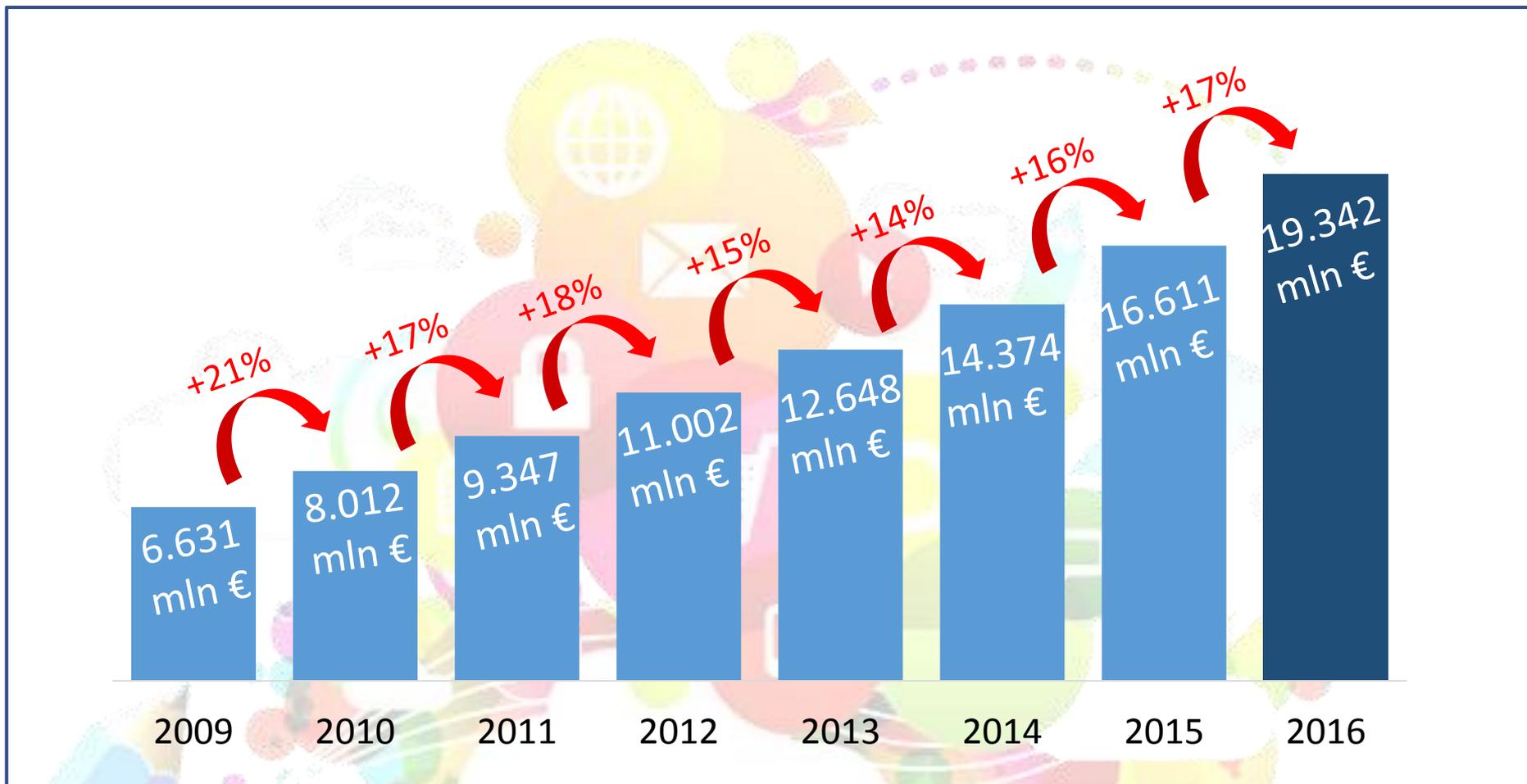
Fonte: ISTAT – Cittadini, imprese e ICT, 2015

commercio elettronico | il giro di affari legato agli acquisti online dei consumatori italiani vale circa 19,3 miliardi di euro... l'incremento rispetto al 2015 è di 2,7 miliardi (+17%)...



commercio elettronico | la progressione del fenomeno è evidente negli anni... rispetto al 2009, il giro d'affari vale oggi oltre 10 miliardi in più...

Valore degli acquisti online dei consumatori italiani (*serie storica dal 2009 ad una parziale stima del 2016*)



Fonte: Osservatorio Digital Innovation del Politecnico di Milano. Osservatorio eCommerce B2c

amazon

subito.it

kijiji

ebay

GROUPON™



...le protagoniste del 2016...

DOT COM

(retailer online e
aggregatori di offerta)

= **60%** delle
vendite a valore



commercio elettronico | ...cresce l'Internet media pay nel 2015...sempre più italiani si abbonano a siti di intrattenimento in cui si usufruisce di materiale video ed audio...

Internet Media Pay

+24%

*del valore sul mercato rispetto
al 2014, suddiviso tra...*



...Video Online **+50%**



...News **+30%**



...Servizi Musicali **+20%**

In particolare...



...contano **3,2 mln**
di abbonati
in Italia

commercio elettronico | in generale, in italia, le imprese del terziario che praticano commercio elettronico (sul proprio sito o su siti aggregatori) sono il 10%... la quota scende a circa il 4% se si considerano anche le imprese dell'industria...

Imprese del terziario ITALIA

Valori in %



...con un sito web



...che praticano e.commerce



...che hanno collegato il sito di e.commerce al remote banking



Fonte: OFI – Osservatorio Finanza Italia, *Format Research*. Valori percentuali. Le percentuali sono ricalcolate sul totale delle imprese.

commercio elettronico | a livello regionale, il FVG risulta abbastanza allineato alla media italia... come già visto per i consumatori, tuttavia, il fenomeno è leggermente più accentuato...

Imprese del terziario FVG

Valori in %



...con un sito web



...che praticano e.commerce



...che hanno collegato il sito di e.commerce al remote banking



Fonte: OFI – Osservatorio Finanza Italia, *Format Research*. Valori percentuali. Le percentuali sono ricalcolate sul totale delle imprese.

agenda



considerazioni generali di sintesi

clima di fiducia

conti nazionali

lavoro

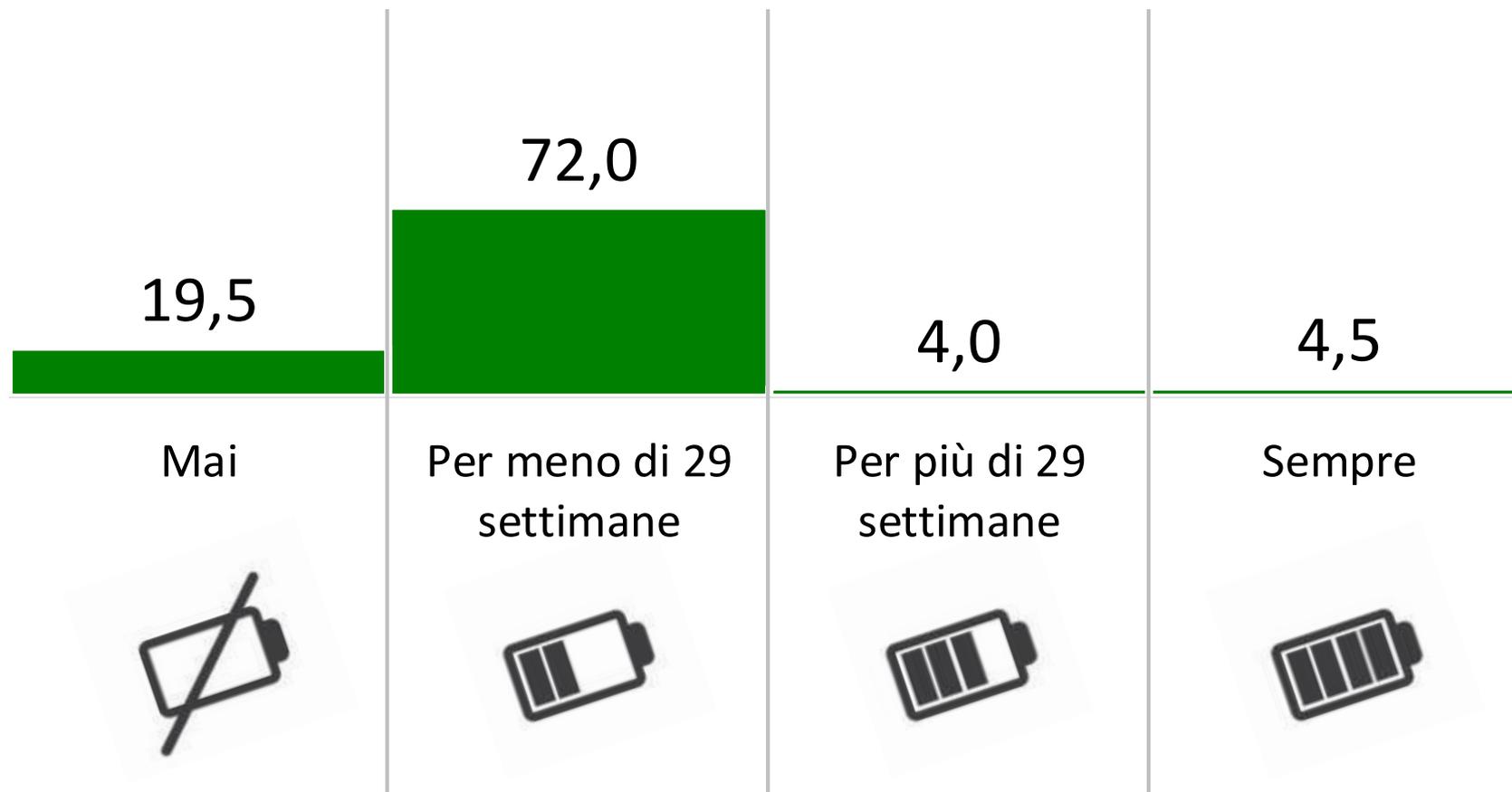
e.commerce

esercizi commerciali

stagione dei saldi

aperture domenicali | due esercizi commerciali su dieci risultano sempre chiusi la domenica... tra quelli che mantengono aperta l'attività, la stragrande maggioranza lo fa per meno della metà di un anno...

Durante l'anno, quanto spesso la Sua attività è aperta la domenica?



Base campione: 375 casi. Esclusivamente le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

aperture domenicali | ...non sussistono particolari differenziazioni a livello di macro tipologia merceologica, ad eccezione degli esercizi alimentari più grandi (supermercati, ipermercati) la cui frequenza di apertura è più intensa...

Analisi per macro tipologia merceologica

<i>Aperture domenicali durante l'anno</i>	 Commercio al dettaglio food	 Commercio al dettaglio non food
Mai	17,0	21,0
Meno di 29 settimane	70,7	74,5
Più di 29 settimane	7,0	3,5
Sempre	5,3	1,0

Base campione: 375 casi. Esclusivamente le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

aperture domenicali | ...in generale, è evidente la distanza nel comportamento degli esercizi commerciali di dimensioni più grandi rispetto a quelli di dimensioni ridotte...

Analisi per dimensione

<i>Aperture domenicali durante l'anno</i>	Micro <i>(fino a 9 addetti)</i>	Piccole <i>(tra 10 e 49 addetti)</i>	Medie e grandi <i>(oltre 49 addetti)</i>
Mai	40,0	9,9	0,1
Meno di 29 settimane	56,4	87,0	53,3
Più di 29 settimane	3,6	2,0	19,0
Sempre	0,0	1,1	27,6

Base campione: 375 casi. Esclusivamente le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

aperture domenicali | a livello territoriale, il fenomeno si presenta piuttosto omogeneo...

Analisi per provincia

Udine



Mai	20,1
< 29 settimane	69,0
> 29 settimane	5,0
Sempre	5,9

Trieste



Mai	15,1
< 29 settimane	71,0
> 29 settimane	5,4
Sempre	8,6

Pordenone



Mai	18,1
< 29 settimane	72,2
> 29 settimane	3,4
Sempre	6,3

Gorizia



Mai	20,2
< 29 settimane	73,0
> 29 settimane	3,3
Sempre	3,5

obbligo di chiusura nelle festività | la nuova norma che regola la chiusura degli esercizi commerciali in occasione di dieci festività l'anno, proposta dalla regione FVG, risulta decisamente apprezzata dagli esercenti (circa l'85% si dichiara «molto» o «abbastanza» d'accordo)...

Quanto è d'accordo con la nuova norma approvata dalla Regione (L.R. 4 del 08/04/2016) che sancisce l'obbligo di chiusura degli esercizi commerciali in occasione di dieci giornate festive l'anno?



Cosa prevede la norma...

L'esercizio del commercio al dettaglio in sede fissa è svolto senza limiti relativamente alle giornate di apertura e chiusura, a eccezione dell'obbligo di chiusura nelle seguenti giornate festive: 1 gennaio, Pasqua, lunedì dell'Angelo, 25 aprile, 1 maggio, 2 giugno, 15 agosto, 1 novembre, 25 e 26 dicembre.



84,5

Imprese che si dichiarano «molto» o «abbastanza» **d'accordo**



15,5

Imprese che si dichiarano **contrarie**

obbligo di chiusura nelle festività | ...a fronte di un livello di consenso così elevato, presso le imprese «contrarie» alla norma si distingue prevalentemente il segmento del commercio al dettaglio non food...

Analisi per macro tipologia merceologica



84,5

Imprese che si dichiarano «molto» o «abbastanza» **d'accordo**

Il dato è accentuato presso le imprese del commercio al dettaglio food



15,5

Imprese che si dichiarano **contrarie**

Il dato è accentuato presso le imprese del commercio al dettaglio non food

obbligo di chiusura nelle festività | ...quasi la totalità degli esercizi commerciali di dimensioni più piccole si dichiarano d'accordo con la nuova norma... la posizione delle realtà più grandi è diametralmente opposta (oltre la metà risulta contrario)...

Analisi per dimensione

<i>Livello di accordo con la nuova norma</i>	Micro <i>(fino a 9 addetti)</i>	Piccole <i>(tra 10 e 49 addetti)</i>	Medie e grandi <i>(oltre 49 addetti)</i>
	94,9	85,5	45,5
	5,1	14,5	54,5

Base campione: 375 casi. Esclusivamente le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

obbligo di chiusura nelle festività | le imprese della provincia di udine e di pordenone sono quelle che mostrano un livello di accordo più elevato...

Analisi per provincia

Udine



87,0



13,0

Trieste



82,2



17,8

Pordenone



85,6



14,4

Gorizia



81,0



19,0

agenda



considerazioni generali di sintesi

clima di fiducia

conti nazionali

lavoro

e.commerce

esercizi commerciali

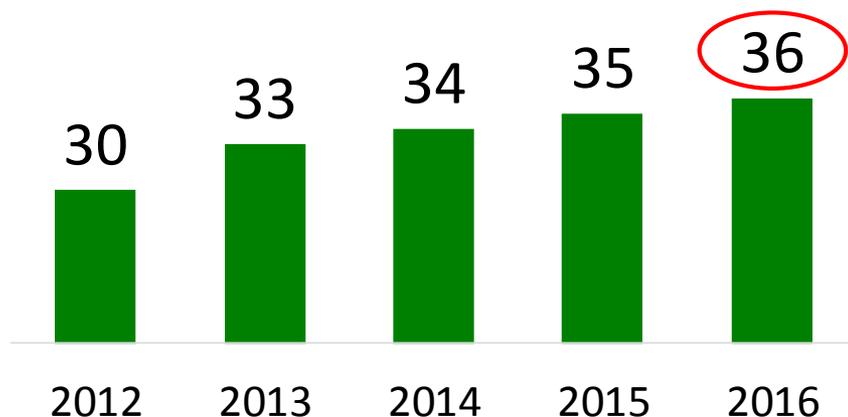
stagione dei saldi

sconto medio | a gennaio 2016, in occasione degli ultimi saldi invernali, è cresciuta leggermente la percentuale di sconto medio praticato dalle imprese del commercio al dettaglio del friuli venezia giulia...

Qual è la media di sconto (in percentuale) che ha proposto per gli articoli a saldo...?

Saldi invernali (GENNAIO)

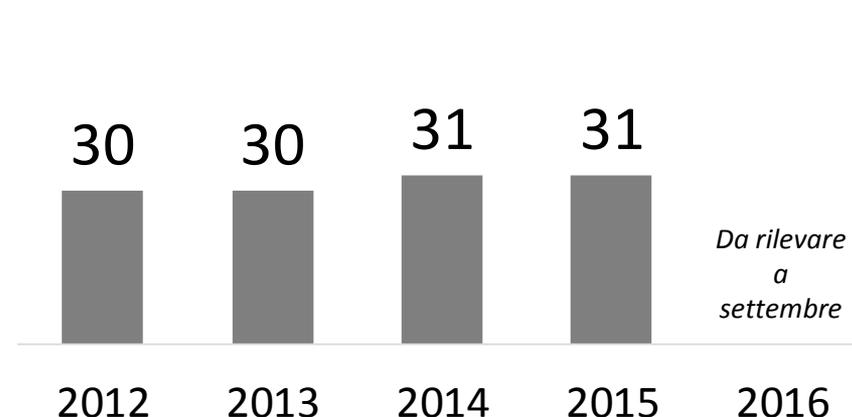
Valori %



Le imprese del commercio al dettaglio del Friuli Venezia Giulia hanno proposto uno sconto medio del 36% in occasione dei saldi invernali del gennaio 2016...

Saldi estivi (LUGLIO)

Valori %



...lo sconto medio proposto dalle imprese del commercio al dettaglio in occasione dei saldi estivi è più omogeneo nel tempo...

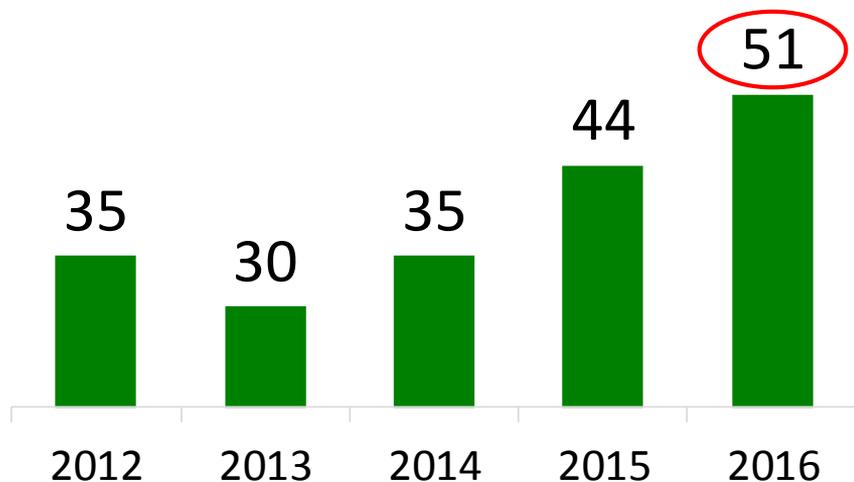
Base campione: Esclusivamente le imprese del commercio al dettaglio. I dati sono riportati all'universo.

affluenza negli esercizi commerciali | in aumento il numero di visite nei negozi del friuli venezia giulia rispetto alla passata stagione di saldi invernali... il trend è in miglioramento da tre anni a questa parte...

Rispetto all'**affluenza** della passata stagione, il Suo negozio è stato visitato...?

Saldi invernali (GENNAIO)

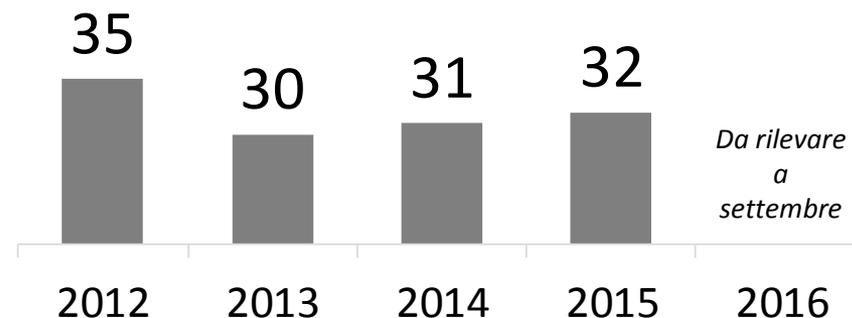
Indicatore: imprese che hanno indicato «in misura maggiore» più la metà delle imprese che hanno indicato «in eguale misura».



I saldi invernali del gennaio 2016 fanno registrare un incremento dell'affluenza delle visite in negozio in Friuli Venezia Giulia...

Saldi estivi (LUGLIO)

Indicatore: imprese che hanno indicato «in misura maggiore» più la metà delle imprese che hanno indicato «in eguale misura».



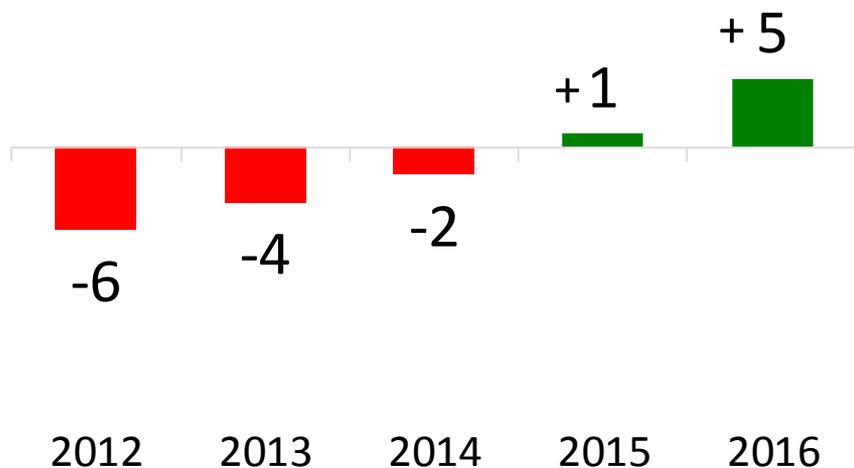
...con riferimento ai saldi estivi, il trend degli ultimi tre anni è sostanzialmente stabile... nel settembre 2016 si potrà avere evidenza del consuntivo della stagione in atto...

incassi | nel gennaio 2016, gli esercizi commerciali in friuli venezia giulia hanno fatto registrare un incremento medio degli incassi di circa cinque punti percentuali rispetto ai saldi del 2015...

Rispetto all'incasso della passata stagione, il Suo negozio ha incassato...?

Saldi invernali (GENNAIO)

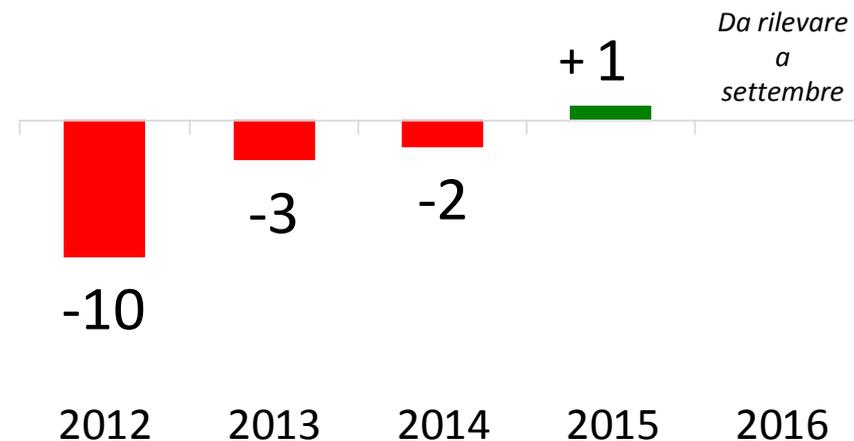
Variazioni %



Unitamente all'incremento dell'affluenza, nel gennaio 2016 si registra una crescita degli incassi medi pari al +5%, consolidando l'inversione di tendenza registrata nel 2015...

Saldi estivi (LUGLIO)

Variazioni %



...in occasione dei saldi estivi attualmente in corso, si punta a dare continuità all'incremento degli incassi già registrato moderatamente nel corso dell'estate 2015...

Il Diario Economico è realizzato con le informazioni disponibili al 7 luglio 2016.

Fonti dei dati:

- Format Research, «Osservatorio Credito Confcommercio Friuli Venezia Giulia», «Osservatorio Credito Confcommercio», «Osservatorio Finanza Italia»
- Inps, Rapporto sul precariato 2016
- Istat, «Occupati e disoccupati, marzo 2016», «Conto economico trimestrale delle amministrazioni pubbliche», «I.Stat 2016 (Datawarehouse Istat)», «Cittadini, imprese e ICT, Dicembre 2015»
- Worldbank.org 2015
- Politecnico di Milano, «Osservatorio Digital Innovation»
- Progetto Geonet, Oxford Internet Institute
- Internet Live Stats. Dati Elaborati da International Telecommunication Union (ITU), World Bank, and United Nations Population Division (2016)
- Osservatorio Digital Innovation Politecnico di Milano. Osservatorio eCommerce B2c
- Osservatorio Internet Media Politecnico di Milano. Convegno «Internet Media: il dato è tratto»

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research.

2016 © Copyright Format Research Srl

format research s.r.l.
via ugo balzani 77, 00162 roma, italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 10.340,00 i.v.

unità operativa - via sebastiano caboto 22/a
33170 pordenone, italia - rea 99634/pn

www.formatresearch.com

Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049