

BANCA D'ITALIA

**Indagine Sole 24 Ore-Banca d'Italia
sulle aspettative di inflazione**

Giugno 2002

INDICE

1. Sintesi dei risultati.....	3
2. Indice delle tavole e delle figure.....	4
3. Nota metodologica	12
4. Appendice: il questionario.....	14

Sintesi dei risultati

Il campione (tavola 1): il sondaggio ha riguardato un campione casuale di 471 imprese con almeno 50 addetti, estratto dagli archivi della CERVED. Le interviste sono state condotte dalla Poster S.r.l. tra il 10 giugno e il 30 giugno sottoponendo ai dirigenti delle imprese maggiormente informati sul fenomeno un questionario tramite web o fax, con un tasso di risposta pari al 67,1 per cento (tavola A2).

Inflazione al consumo in Italia (tavola 2 e figura 1): le aspettative d'inflazione nell'orizzonte a dodici mesi si attestano ad un valore di 2,5 per cento e rimangono invariate rispetto alla precedente rilevazione. Nell'orizzonte oltre i dodici mesi le attese sembrano invece in lieve diminuzione (2,4 per cento contro il 2,5 per cento della precedente rilevazione). Le imprese di maggiori dimensioni presentano aspettative di un rialzo dei prezzi al consumo più contenute rispetto alla media.

Inflazione al consumo nell'area dell'euro (tavola 3 e figura 2): le aspettative di inflazione nell'area dell'euro sono state riviste lievemente al ribasso: in entrambi gli orizzonti temporali, l'inflazione si attesterebbe al 2,4 per cento contro il 2,5 per cento osservato nella precedente rilevazione. Anche in questo caso, le imprese di maggiori dimensioni presentano aspettative più contenute rispetto alla media. Nell'orizzonte a dodici mesi, il differenziale di inflazione atteso Italia-UEM risulta in leggero aumento. Rimangono invece allineate le aspettative oltre i dodici mesi.

Fattori che influenzano il tasso di inflazione al consumo in Italia (tavola 4 e figura 5): come nella scorsa rilevazione nessun fattore in particolare sembra avere un impatto di rilievo sull'inflazione al consumo in Italia: per tutti il punteggio medio rimane in valore assoluto inferiore a 1 ("modesto"). Rispetto alla rilevazione di marzo 2002, cresce lievemente l'importanza relativa attribuita all'introduzione dell'euro e al costo del lavoro, mentre rimane invariata l'influenza del costo delle materie prime. Sembra invece annullarsi l'effetto esercitato dalle dinamiche della domanda.

Variatione dei prezzi di vendita e del fatturato delle imprese intervistate (tavola 5): l'aumento medio atteso dei prezzi praticati dalle imprese intervistate nei prossimi 12 mesi rimane sul livello della precedente rilevazione (1,6 per cento) e risulta inferiore al tasso di inflazione al consumo previsto per lo stesso periodo (2,5 per cento). Il tasso di crescita atteso del fatturato nel 2002 in termini nominali si attesta al 3,8 per cento, il valore più basso registrato dall'inizio della rilevazione (dicembre 1999). Le attese sulla crescita del fatturato risultano contenute soprattutto per le imprese localizzate nel Sud e nelle Isole (1,8 per cento).

Domanda monografica (tavole 6, 7 e 8): La maggior parte delle imprese intervistate non ha di recente modificato i propri piani di investimento (67,1 per cento). Fra coloro che li hanno modificati, prevale una leggera tendenza al ribasso (19 per cento contro il 13,9 per cento). Le attese per il 2002 indicano comunque una crescita: circa metà delle imprese intervistate (il 48,4 per cento) prevede di aumentare i propri investimenti. Le previsioni più positive si registrano fra le imprese con almeno mille addetti (59,9 per cento), localizzate nel Centro Italia (79,1 per cento) o che operano nei servizi ad esclusione del Commercio - voce altri settori - (66 per cento). La maggioranza delle imprese che nel 2001 ha aumentato gli investimenti rispetto al 2000 ha intenzione di aumentare la propria spesa (57 per cento), mentre nel 20 per cento dei casi è prevista una riduzione. Fra le imprese che nel 2001 non hanno aumentato i propri investimenti prevale invece una tendenza a mantenerli costanti e/o a diminuirli.

Indice delle tavole e delle figure

1.	Composizione del campione e dell'universo.....	4
2.	Aspettative sul tasso di inflazione al consumo in Italia	5
3.	Andamento delle aspettative sul tasso di inflazione al consumo a dodici mesi: Italia.....	5
4.	Aspettative sul tasso di inflazione nei paesi nell'area dell'euro	6
5.	Andamento delle aspettative sul tasso di inflazione al consumo a dodici mesi: area dell'euro	6
6.	Distribuzione delle aspettative sul tasso di inflazione al consumo in Italia oltre i dodici mesi.....	7
7.	Distribuzione delle aspettative sul tasso di inflazione al consumo nell'area dell'euro oltre i dodici mesi..	7
8.	Fattori che influenzano il tasso di inflazione al consumo in Italia.....	8
9.	Andamento temporale dei fattori che influenzano il tasso di inflazione al consumo in Italia	8
10.	Variazione dei prezzi di vendita e del fatturato delle imprese intervistate	9
11.	Revisione dei piani di investimento delle imprese.....	10
12.	Andamento atteso della spesa per investimenti nel 2002.....	10
13.	Transizioni delle imprese in base alla spesa per investimenti nel periodo 2002-2001	11

Tavola 1

Composizione del campione e dell'universo (unità, valori percentuali)

	Numerosità campionaria ^(*) (a)	Universo delle imprese ^(**) (b)	Tasso di copertura del campione (a/b)*100
Classe dimensionale			
50-199 addetti.....	145	15.762	0,9
200-999 addetti.....	177	3.087	5,7
Oltre 999 addetti	149	417	35,7
Settore di attività economica			
Manifatturiero	229	11.453	2,0
Commercio	100	1.814	5,5
Altri settori.....	142	5.999	2,4
Area geografica			
Nord ovest	160	8.026	2,0
Nord est	133	5.397	2,5
Centro	88	3.232	2,7
Sud-Isole.....	90	2.611	3,4
Totale	471	19.266	2,4

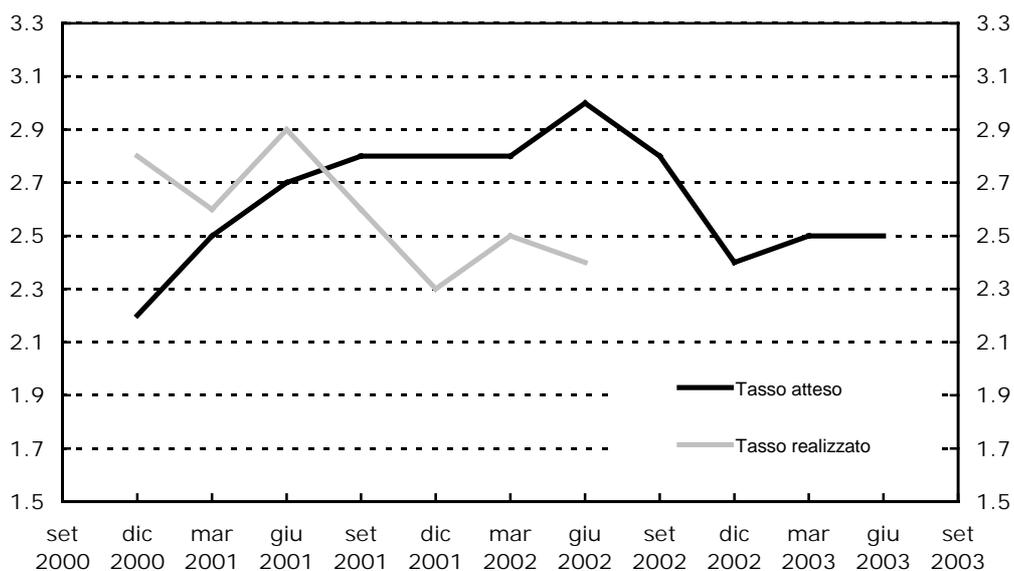
(*) Valori non pesati. (**) Censimento intermedio dell'industria e dei servizi, ISTAT (1996).

Aspettative sul tasso di inflazione al consumo in Italia
(valori percentuali)

	aspettative a 12 mesi	aspettative oltre 12 mesi
Classe dimensionale		
50-199 addetti.....	2,5	2,5
200-999 addetti.....	2,4	2,4
Oltre 999 addetti.....	2,3	2,2
Settore di attività economica		
Manifatturiero.....	2,5	2,5
Commercio.....	2,5	2,4
Altri settori.....	2,4	2,4
Area geografica		
Nord ovest.....	2,5	2,5
Nord est.....	2,4	2,4
Centro.....	2,4	2,3
Sud-Isole.....	2,5	2,5
Totale	2,5	2,4
<i>Errore standard</i>	<i>0,02</i>	<i>0,03</i>

Fig. 1.

Andamento delle aspettative sul tasso di inflazione al consumo a dodici mesi: Italia
(valori percentuali)



Aspettative sul tasso di inflazione nei paesi nell'area dell'euro
(valori percentuali)

	aspettative a 12 mesi	aspettative oltre 12 mesi
Classe dimensionale		
50-199 addetti.....	2,4	2,4
200-999 addetti.....	2,3	2,3
Oltre 999 addetti.....	2,2	2,1
Settore di attività economica		
Manifatturiero.....	2,4	2,4
Commercio.....	2,4	2,3
Altri settori.....	2,3	2,3
Area geografica		
Nord ovest.....	2,4	2,4
Nord est.....	2,4	2,3
Centro.....	2,3	2,3
Sud-Isole.....	2,4	2,4
Totale	2,4	2,4
<i>Errore standard</i>	<i>0,02</i>	<i>0,03</i>

Fig. 2.

Andamento delle aspettative sul tasso di inflazione al consumo a dodici mesi: area dell'euro
(valori percentuali)

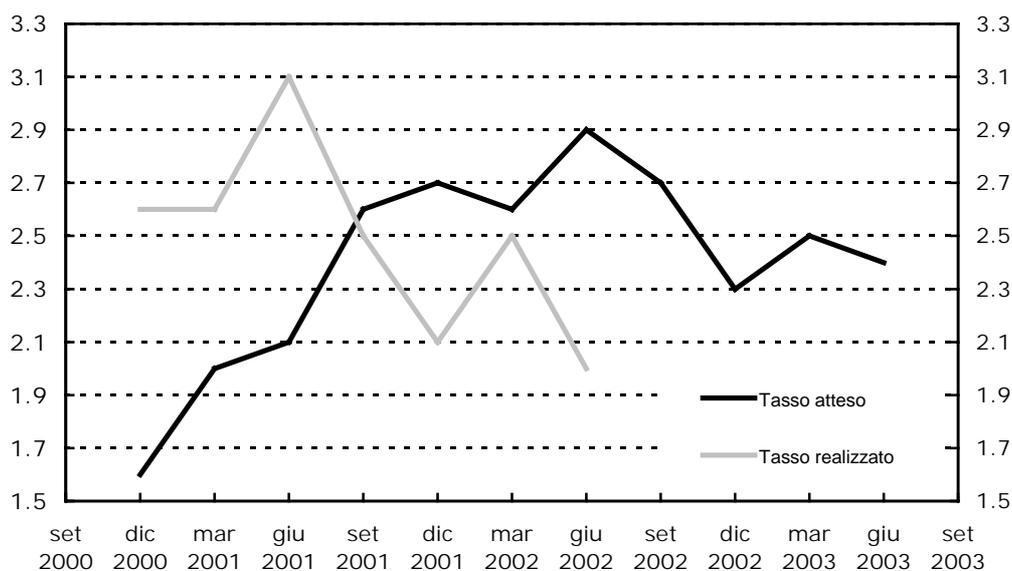
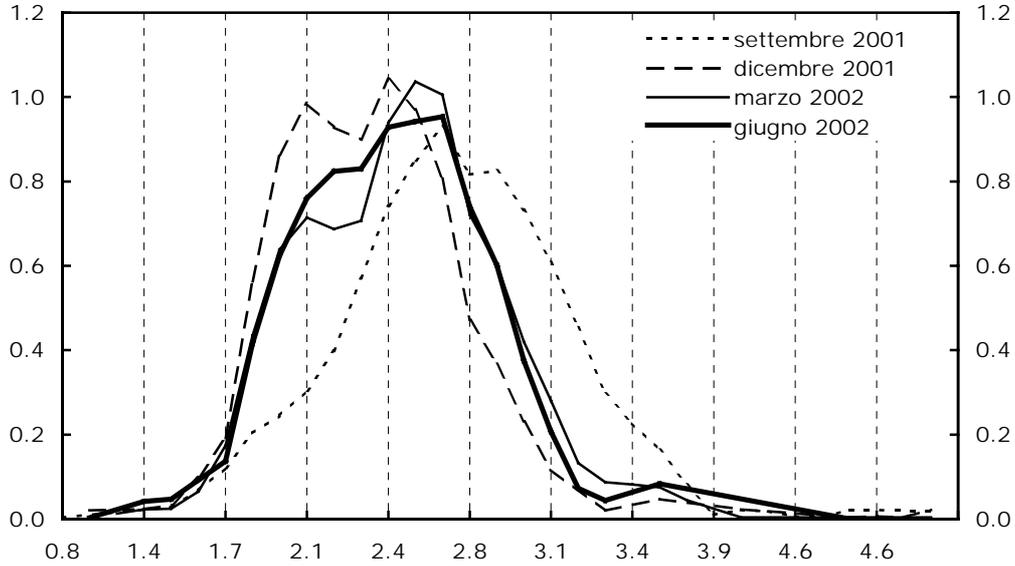


Fig. 3.

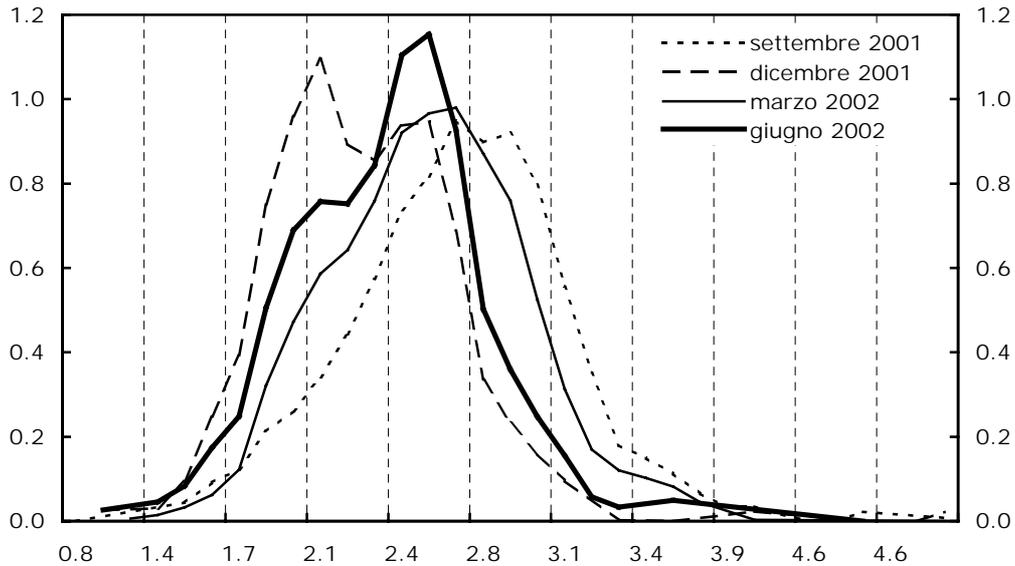
**Distribuzione delle aspettative sul tasso di inflazione al consumo in Italia
oltre i dodici mesi
(stima non parametrica)^(*)**



(*) Stima ottenuta utilizzando la funzione di Epanechnikov come kernel.

Fig. 4.

**Distribuzione delle aspettative sul tasso di inflazione al consumo nell'area
dell'euro oltre i dodici mesi
(stima non parametrica)^(*)**



(*) Stima ottenuta utilizzando la funzione di Epanechnikov come kernel.

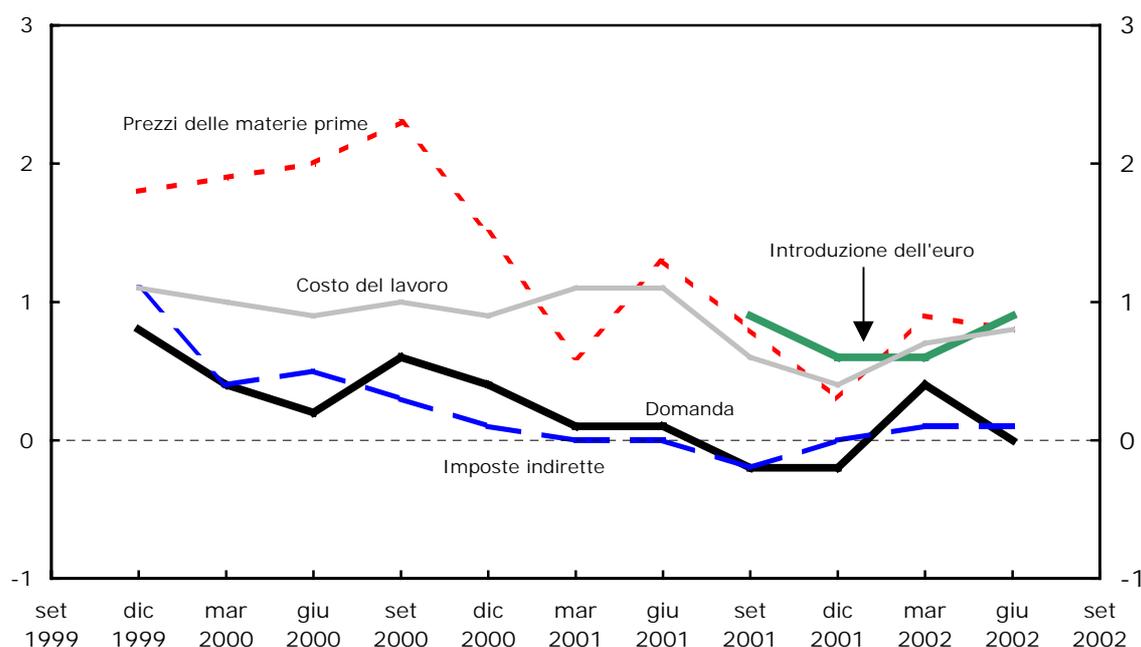
Fattori che influenzano il tasso di inflazione al consumo in Italia
(punteggi medi) ^(*)

	Fattori di influenza				
	Variazione della domanda	Variazione del costo del lavoro	Variazione dei prezzi delle materie prime	Variazione delle imposte indirette	Variazione dovuta all'introduzione dell'euro ^(**)
Classe dimensionale					
50-199 addetti	0,0	0,8	0,8	0,1	0,9
200-999 addetti	0,0	0,9	0,7	0,1	0,5
Oltre 999 addetti.....	0,0	0,6	0,3	-0,1	0,6
Settore di attività economica					
Manifatturiero	0,0	0,8	0,8	0,1	0,8
Commercio.....	0,2	0,9	0,8	0,0	1,1
Altri settori	-0,1	0,6	0,4	0,2	0,8
Area geografica					
Nord ovest.....	0,1	0,7	0,8	0,0	1,0
Nord est.....	0,0	1,0	0,9	0,0	0,9
Centro	0,0	0,9	0,4	0,4	0,7
Sud-Isole.....	-0,4	0,7	0,6	0,2	0,7
Totale	0,0	0,8	0,8	0,1	0,9
<i>Errore standard</i>	<i>0,09</i>	<i>0,08</i>	<i>0,10</i>	<i>0,07</i>	<i>0,09</i>

(*) I giudizi delle imprese sulla direzione e l'intensità dell'influenza di ciascun fattore sul tasso di inflazione (forte/modesto ribasso o rialzo) sono stati codificati su una scala da -3 a 3. La posizione neutrale è stata codificata con 0. (**) Il fattore è stato rilevato a partire da Settembre 2001.

Fig. 5.

Andamento temporale dei fattori che influenzano il tasso di inflazione al consumo in Italia
(punteggi medi)



Variazione dei prezzi di vendita e del fatturato delle imprese intervistate
(valori percentuali) ^(*)

Aspettative per il tasso di variazione ...		
	... dei propri prezzi nei prossimi 12 mesi	... del fatturato tra il 2000 e il 1999
Rilevazione		
Dicembre 1999 ^(**)	1,8	6,8
Marzo 2000	2,0	6,1
Giugno 2000	1,9	7,3
Settembre 2000	2,2	9,0
		... del fatturato tra il 2001 e il 2000
Dicembre 2000	1,9	6,5
Marzo 2001	1,9	6,9
Giugno 2001	1,9	6,4
Settembre 2001	2,0	6,0
		... del fatturato tra il 2002 e il 2001
Dicembre 2001	1,5	5,2
Marzo 2002	1,6	5,6
Giugno 2002	1,6	3,8
Rilevazione di giugno 2002		
Classe dimensionale		
50-199 addetti	1,5	3,5
200-999 addetti	1,5	3,4
Oltre 999 addetti	1,7	4,2
Settore di attività economica		
Manifatturiero	1,5	3,4
Commercio	1,7	3,8
Altri settori	1,6	4,2
Area geografica		
Nord ovest	1,4	3,4
Nord est	1,6	5,1
Centro	1,6	4,2
Sud-Isole	2,5	1,8
Totale	1,6	3,8
<i>Errori standard</i>	<i>0,19</i>	<i>0,51</i>

(*) Le risposte fornite dalle imprese sono ponderate con il numero di addetti per tenere conto dell'effetto dimensionale. (**) Calcolato sul sottoinsieme delle 195 imprese che hanno formulato la previsione sulla variazione dei propri prezzi su di un orizzonte di 12 mesi.

Revisione dei piani di investimento delle imprese nel 2002
(percentuali) (*)

	Ribasso	Nessuna revisione	Rialzo	Totale
Classe dimensionale				
50-199 addetti	17,3	59,5	23,2	100,0
200-999 addetti	21,8	65,1	13,0	100,0
Oltre 999 addetti.....	18,7	73,3	8,0	100,0
Settore di attività economica				
Manifatturiero	23,9	61,0	15,1	100,0
Commercio.....	11,0	67,0	22,0	100,0
Altri settori	18,4	73,0	8,6	100,0
Area geografica				
Nord ovest.....	23,8	60,0	16,2	100,0
Nord est.....	12,7	68,4	18,9	100,0
Centro	18,9	74,9	6,1	100,0
Sud-Isole	12,8	70,2	17,0	100,0
Totale	19,0	67,1	13,9	100,0

(*) Le risposte fornite dalle imprese sono ponderate con il numero di addetti per tenere conto dell'effetto dimensionale.

Andamento atteso della spesa per investimenti in termini reali nel 2002
(percentuali) (*)

La spesa per investimenti (in termini reali) nel corso del 2002 sarà rispetto al 2001:

	Molto diminuita ↓↓	Diminuita ↓	Invariata ↔	Aumentata ↑	Molto aumentata ↑↑	Totale
Classe dimensionale						
50-199 addetti.....	13,3	18,7	27,9	26,1	14,0	100,0
200-999 addetti.....	6,4	23,7	32,6	29,1	8,2	100,0
Oltre 999 addetti.....	1,3	10,0	28,8	39,3	20,6	100,0
Settore di attività economica						
Manifatturiero.....	12,4	23,7	32,4	21,0	10,6	100,0
Commercio	3,0	14,7	36,6	36,0	9,7	100,0
Altri settori.....	1,8	9,1	23,1	42,7	23,3	100,0
Area geografica						
Nord ovest.....	9,6	18,6	42,3	23,8	5,8	100,0
Nord est.....	3,4	18,7	31,1	34,2	12,6	100,0
Centro.....	3,1	7,3	10,5	44,6	34,5	100,0
Sud-Isole	7,6	25,5	30,6	31,7	4,6	100,0
Totale.....	6,2	15,9	29,5	32,8	15,6	100,0

(*) Le risposte fornite dalle imprese sono ponderate con il numero di addetti per tenere conto dell'effetto dimensionale.

Transizioni delle imprese in base alla spesa per investimenti in termini reali nel biennio 2002-2001
(percentuali) ^(*)

Spesa per investimenti nel 2001 rispetto al 2000	Spesa per investimenti nel 2002 rispetto al 2001			Totale
	Diminuita	Invariata	Aumentata	
Diminuita	19,5	74,7	5,8	100,0
Invariata	26,9	44,5	28,6	100,0
Aumentata	19,6	23,4	57,0	100,0

(*) La tabella è basata su un campione di 324 imprese presenti in entrambe le rilevazioni di giugno 2002 e giugno 2001. Le risposte fornite dalle imprese sono ponderate con il numero di addetti per tenere conto dell'effetto dimensionale.

Nota metodologica

Nel questionario (riportato in Appendice) è stato richiesto di formulare una previsione sull'inflazione tendenziale, sia per l'Italia sia per il complesso dei paesi dell'area dell'euro, per gli orizzonti temporali di 12 mesi e oltre. Per consentire agli intervistati di formulare delle previsioni ancorate ai dati reali, nel questionario sono stati segnalati esplicitamente i dati ufficiali sull'inflazione più aggiornati al momento dell'intervista.

Per ciascun orizzonte temporale, gli intervistati sono stati chiamati a formulare una previsione del valore atteso¹. Per meglio valutare le aspettative di inflazione fornite dai rispondenti, il questionario rileva inoltre il tasso di crescita previsto dei prezzi dei principali beni e servizi prodotti o commercializzati dalle imprese che partecipano al sondaggio.

Il campione è stato stratificato secondo la classe di addetti (50-199, 200-999, 1000 e oltre), il settore di attività economica (manifatturiero, commercio, altri settori) e l'area geografica (Nord-ovest, Nord-est, Centro, Sud e isole) al fine di aumentare la precisione delle stime.

L'esigenza di assicurare una numerosità campionaria minima per tutte le tipologie di imprese ritenute di interesse (in particolare si è ritenuto opportuno prevedere una sufficiente numerosità per il settore commerciale, data la sua rilevanza nel processo di formazione dei prezzi e la sua contiguità con il mercato dei consumi finali) ha suggerito di selezionare - all'interno degli strati - un numero di unità non proporzionale a quello della relativa popolazione. La stima degli aggregati è stata pertanto effettuata utilizzando per ogni unità del campione un coefficiente di ponderazione che, a livello dei 12 strati determinati dall'incrocio tra classe di addetti e area geografica, tiene conto del rapporto tra numero di imprese rilevate e numero di imprese presenti nell'universo di riferimento. Nella stima dell'evoluzione dei prezzi delle imprese, il peso tiene anche conto delle dimensioni in termini di addetti delle imprese intervistate, al fine di fornire indicazioni più corrette sugli andamenti macroeconomici previsti.

I dati rilevati sono stati sottoposti ad una preliminare verifica di qualità, con l'obiettivo di intercettare eventuali dati erronei (ad esempio derivanti da errori di digitazione) e valutare la presenza di dati anomali (*outliers*) e dati mancanti (*item non-response*).

Per verificare l'impatto dei dati anomali sulle stime sono stati utilizzati stimatori della media robusti; in particolare, sono state calcolate le medie dei sottocampioni che escludono il 5 per cento delle osservazioni che presentano i valori più bassi e più alti della variabile in esame; i risultati appaiono in linea con quelli ottenuti sul campione completo (tavola A1).

Sfruttando il grado di correlazione tra gli indicatori rilevati i dati mancanti sono stati imputati mediante modelli di regressione, i cui parametri sono stati stimati avendo opportunamente neutralizzato i casi con valori anomali.

Nell'interpretazione dei risultati va inoltre tenuto presente che, a causa della variabilità campionaria, le stime vanno interpretate con cautela. Gli errori standard sul totale del campione, computati tenendo conto del piano di campionamento, sono riportati nell'ultima riga delle tavole². Per sottogruppi più ristretti (ad esempio, per classi di addetti o per settori di attività economica), essendo le statistiche basate su una numerosità campionaria più bassa, le stime risultano avere una variabilità più elevata, pari a circa 2 volte quella dell'intero campione³.

¹ Informazioni sul livello di incertezza delle stime delle aspettative possono essere ottenute valutandone la variabilità tramite gli errori standard.

² La variabilità delle stime può essere valutata costruendo degli *intervalli di confidenza*; i limiti di questi intervalli - dato un certo livello di probabilità usualmente fissato al 95 per cento - si ottengono aggiungendo e sottraendo al valore della stima 1,96 volte l'errore standard.

³ Approssimativamente è possibile ricavare l'errore standard per le stime dei sottogruppi considerati come:
 $ES_g = ES * \sqrt{n} / \sqrt{n_g}$, dove ES è l'errore standard per la stima del campione complessivo di numerosità n e ES_g è l'errore standard per la stima del g-simo sottogruppo di numerosità n_g .

Stimatori delle variabili rilevate e mancate risposte
(valori percentuali)

	Media		Mediana	Mancate Risposte (percentuali)
	Campione totale	Campione troncato		
Inflazione al consumo Italia a 12 mesi	2,5	2,4	2,5	0,0
Inflazione al consumo Italia oltre 12 mesi	2,4	2,4	2,5	0,4
Inflazione al consumo Area Euro a 12 mesi....	2,4	2,4	2,4	0,8
Inflazione annuale Area Euro oltre 12 mesi ...	2,4	2,3	2,4	1,3
Variazione dei propri prezzi.....	1,6	1,6	1,5	8,9
Variazione del fatturato	3,8	4,2	3,5	7,4

Tassi di risposta e rilevazione via Internet
(unità, valori percentuali)

	Imprese contattate	Tasso di risposta (*)	Rilevazione via Internet (**)
Classe dimensionale			
50-199 addetti.....	234	62,0	78,6
200-999 addetti.....	284	62,3	89,3
Oltre 999 addetti	184	81,0	85,2
Settore di attività economica			
Manifatturiero	340	67,4	86,9
Commercio.....	159	62,9	83,0
Altri settori.....	203	70,0	82,4
Area geografica			
Nord ovest.....	244	65,6	88,8
Nord est	184	72,3	85,7
Centro	128	68,8	88,6
Sud-Isole.....	146	61,6	72,2
Totale	702	67,1	84,7

(*) Percentuale delle imprese contattate che è stata intervistata. (**) Percentuale delle imprese intervistate che ha compilato il questionario via Internet (www.questlab.it).

