

COMUNICATO STAMPA

INDAGINE CONGIUNTURALE UNIONCAMERE

III Trimestre 2015 e previsioni sul IV 2015

**Netti i segnali di ripresa dell'economia regionale
Tiene bene il manifatturiero, ossigeno anche alla domanda interna
Primi segnali di inversione nelle costruzioni, storicamente le più
vessate**

Bene Logistica e Vitivinicolo così come Commercio e Servizi all'ospitalità

UDINE, 20 novembre 2015 – La manifattura del Friuli Venezia Giulia continua a restituire ottimi segnali all'interno di un trend che ora, come sottolinea il Presidente di Unioncamere FVG, **Giovanni Pavan**, **evidenzia segni di ripresa anche sul mercato interno ed è questo, probabilmente, uno dei dati che contraddistinguono maggiormente** l'analisi che il sistema camerale regionale mette puntualmente a disposizione dell'opinione pubblica. «Rassicura anche – spiega Pavan – il fatto che per la prima volta il saldo del Commercio sia positivo e che, lo dico con cognizione di causa provenendo dal quel mondo, le Costruzioni, seppur sostenute da numeri ancora molto deboli, stiano lentamente uscendo dalla palude».

Dall'analisi emerge altresì che in regione, a fine settembre scorso, il calo di imprese attive (92.366) rispetto allo stesso periodo del 2014, è stato del -1,17%, contrazione determinata dalle società di persone (-2,6% pari a 469 imprese attive in meno) e dalle imprese individuali (-1,3%, 760 imprese attive in meno) cui si contrappone un incremento delle società di capitale (+0,9%, 159 imprese attive in più). «Tutto questo non è certo frutto di meccanismi aggregativi – ha osservato ancora Pavan ma è certo che negli ultimi anni forme diverse di partnership commerciale e gestionale come i contratti di rete, sulle quali le CCAA hanno fortemente investito, si sono rivelate strategiche per la sopravvivenza di piccole imprese alla ricerca di nuovi sbocchi su mercati esteri». Al netto del Primario, le imprese attive sono calate dello 0,8% (-630 unità). Continuano a calare le imprese della manifattura (-1,7% rispetto al 30 settembre 2014), quelle del commercio (-1,3%), le imprese dell'edilizia (-1,9%), quelle dei trasporti (-3,1%). Crescono le imprese attive dei servizi alle famiglie e persone (+1,6%). Questo in sintesi il volto dell'indagine congiunturale Unioncamere Fvg presentata stamattina in Cciao a Udine dal presidente Giovanni Pavan assieme al collega e padrone di casa, **Giovanni Da Pozzo**, presidente CCAA di Udine, autore di un breve indirizzo di saluto, e a Nicola Ianuale, omologo in Questlab Srl, società incaricata di elaborare l'indagine (campione di circa 1.500 imprese regionali).

CICLO INTERNAZIONALE A DOPPIA VELOCITÀ

Nel corso del 2015 si è ampliata la divergenza nei profili di crescita tra le economie emergenti e i paesi avanzati: i primi hanno accentuato il rallentamento del proprio ritmo di espansione, i secondi hanno consolidato la crescita.

L'economia degli Stati Uniti ha continuato a beneficiare degli effetti positivi derivanti dagli stimoli di natura fiscale e monetaria: alla significativa accelerazione nel 2° trimestre (+3,9% su base annua), è seguita una crescita del Pil più ridotta (+1,5%) ma nel complesso resta favorevole l'andamento dei consumi e del mercato del lavoro.

Nell'area euro, il 1° semestre conferma i segnali di rafforzamento del ciclo economico emersi alla fine del 2014, grazie all'impulso fornito dal *Quantitative Easing*, alla discesa dei prezzi dei beni energetici e al deprezzamento del cambio. Il terzo trimestre conferma la crescita del Pil ad un +0,3% in termini congiunturale e un +1,6% in termini tendenziali. Il clima di fiducia delle famiglie e delle imprese continua a migliorare, anche per effetto della discesa (peraltro ancora moderata) del tasso di disoccupazione e della crescita degli occupati.

Le previsioni a breve periodo confermano la crescita del PIL, anche se un ritmo moderato, crescita sostenuta principalmente dalla domanda interna. I miglioramenti occupazionali continueranno a favorire la crescita del reddito disponibile e i consumi. Viceversa si prevede un rallentamento della domanda estera: le esportazioni risentiranno del rallentamento della domanda mondiale nella parte finale dell'anno, mentre l'aumento dei consumi favorirà l'incremento delle importazioni.

La dinamica degli investimenti è attesa evolversi a ritmi ancora moderati e solo nel corso 2016 si prevede un rilancio più intenso del processo di accumulazione del capitale. Alla luce di queste tendenze, nel 2015 la crescita economica dell'area Euro si attesterà all'1,5%, per poi proseguire a ritmi superiori (1,8%) nel biennio successivo.

IL CONTESTO NAZIONALE

Nel 1° semestre 2015 l'economia italiana è tornata a crescere dopo la lunga fase recessiva, una crescita che confermata nel terzo trimestre del 2015 dove il prodotto interno lordo (PIL), è aumentato dello 0,2% rispetto al trimestre precedente e dello 0,9% nei confronti del terzo trimestre del 2014. La variazione congiunturale del 3° trimestre è la sintesi di un incremento del valore aggiunto in tutti i principali comparti (agricoltura, industria e servizi); dal lato della domanda, vi è un contributo positivo della componente nazionale (al lordo delle scorte) e uno negativo della componente estera netta.

Questo andamento dovrebbe essere confermato nel breve periodo, tanto da stimare una crescita del Pil pari allo 0,9% nel 2015 e a +1,4% nel 2016. La ripresa economica è quindi trainata dall'aumento della domanda interna che, nel 2015, dovrebbe contribuire alla crescita del Pil per 0,7%, con un apporto prevalente della spesa delle famiglie rispetto a quella in beni capitali. Leggermente negativo invece l'apporto della domanda estera netta (-0,1%), determinato sia dal marcato aumento delle importazioni, sia dal rallentamento del commercio mondiale connesso alla riduzione dell'attività economica nei paesi emergenti.

RISULTATI DELL'INDAGINE CONGIUNTURALE DEL FRIULI VENEZIA GIULIA

Imprese intervistate: 1.500 circa.

Periodo di rilevazione: dal 6 ottobre al 4 novembre 2015.

Manifatturiero

Consuntivo: positivo il ciclo della manifattura: +4,2% il fatturato complessivo (positivo da sette trimestri), +4% quello estero, +2,5% la produzione, +2,6% gli ordini esteri, **+1,7% quelli interni**. Si confermano i segnali positivi per l'occupazione (+0,5% anche nel 3° trimestre). Stabile il grado di utilizzo degli impianti, che in questa rilevazione sfiora il 70%.

Previsioni: le previsioni positive manifestate dal 32% degli imprenditori intervistati superano la quota di imprenditori che prevedono un calo nel 4° trimestre (26%). Il saldo torna quindi ad essere complessivamente positivo: un risultato determinato dal comparto Legno-Mobile, e da quello dei Metalli, mentre maggiore incertezza viene espressa dagli imprenditori della Meccanica.

Commercio al dettaglio

Consuntivo: per il terzo trimestre consecutivo si confermano positive le vendite (dopo il +1,2% del 1° trimestre ed +1,1% del 2° trimestre, si registra un +2,1% nel 3° trimestre), in calo l'occupazione (-0,6%). Aumentano i costi totali (+0,8%), ed i prezzi di approvvigionamento (+1%), mentre i prezzi di vendita salgono di +0,5%.

Previsioni: per la prima volta il saldo è positivo. Gli imprenditori del Commercio che prevedono un aumento delle vendite sono il 37%, al contrario gli imprenditori che prevedono un calo nel 4° trimestre sono il 24%. Complessivamente le previsioni restano sempre piuttosto incerte anche per la prevalenza di imprenditori che indicano una stabilità (39%).

Servizi all'Ospitalità

Consuntivo: restano in area positiva le vendite (nel 3° trimestre: +3,2% la var. tendenziale), in leggera crescita l'occupazione (+0,84%). Risultati che sembrano fortemente correlati ad un stagione molto positiva per il turismo e in generale per l'ospitalità italiana.

Previsioni: il saldo d'opinione è negativo in quanto riflette la forte stagionalità di questo comparto.

Costruzioni

Consuntivo: comparto che sembra tornare a galla. Con segno positivo si presentano le commesse (+0,6%) e la produzione (+1,5%). Restano in area negativa il fatturato (-0,5%) e l'occupazione (-2%). Calano leggermente i costi.

Previsioni: positive perché il saldo è di segno più, infatti gli imprenditori "ottimisti" sono il 28%, al contrario gli imprenditori che prevedono un calo nel 4° trimestre sono il 22%. La metà degli imprenditori intervistati resta su una prospettiva di stabilità e di per sé questa indicazione ci pare significativa dopo tanto pessimismo.

Vitivinicolo

Consuntivo: positivo il fatturato (nel 3° trimestre 2015: +4,8% la var. tendenziale) in particolare quello interno perché quello estero si ferma a +0,8%.

Aumentano la produzione (+5,4%), gli ordini interni (+5,4%), sono invece fermi quelli esteri.

Cala l'occupazione (-2,8%).

Previsioni: il saldo d'opinione è in area positiva (+23 punti percentuali) per effetto di un 39% di imprese che pensano ad un 4° trimestre in crescita ed un 15% in calo. Prevale comunque una linea di stabilità (46%).

Logistica

Consuntivo: indicatori positivi: +3,3% il fatturato, +0,3% prezzi di vendita, +1% l'occupazione.

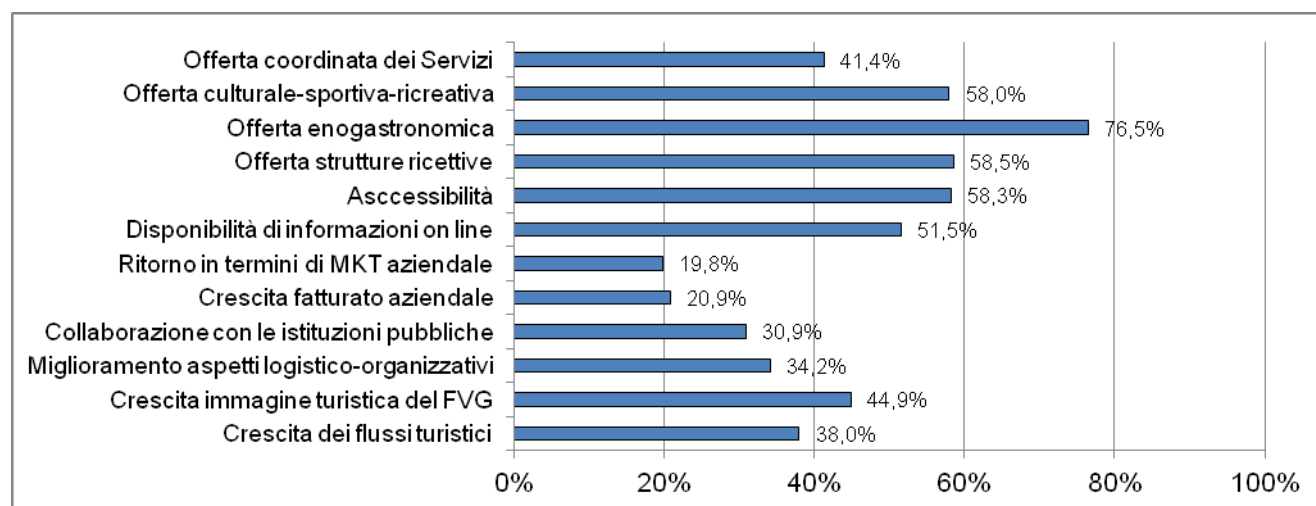
Previsioni: Prevalgono gli imprenditori che indicano una stabilità (52%).

Approfondimento

Gli eventi come leva strategica per la promozione del Friuli Venezia Giulia

Il Friuli Venezia Giulia ospita grandi eventi di natura culturale, musicale, sportiva, enogastronomica, eventi di carattere storico: per esempio pordenonelegge.it, Sapori di Frontiera a Gorizia, la Barcolana a Trieste, Friuli doc a Udine ma anche altri promossi o sostenuti dal sistema camerale, eventi che, per cadenza, organizzazione, interesse che va oltre i confini regionali, qualità rappresentano dei veri punti di forza dell'offerta regionale. Tali eventi vengono analizzati dal lato delle imprese: è possibile valutare l'efficienza e l'efficacia dell'insieme di queste manifestazioni, così da trarne suggerimenti e spunti, in una logica di miglioramento e ricadute positive sul sistema regionale dell'ospitalità? Un numero significativo di imprese ne è coinvolto: in particolare quelle dell'Ospitalità (23%) e del Vitivinicolo (22%). Le attività riguardano la sponsorizzazione dell'evento, il marketing aziendale, i servizi di accoglienza (ricettività e ristorazione), la vendita di prodotti.

Quali le ricadute per il territorio e per il sistema economico?



Quali gli ambiti su cui lavorare?

- I servizi di accoglienza
- Il marketing territoriale
- I marchi d'area
- La promozione dei prodotti locali

Le imprese sono disposte a sostenere questi eventi? Sì: il 66% del Vitivinicolo e dell'Ospitalità, 32% della Manifattura, 30% delle Costruzioni, 35% del Commercio, 27% della Logistica.

Centro Studi Unioncamere FVG, 16 novembre 2015