



Osservatorio congiunturale GEI






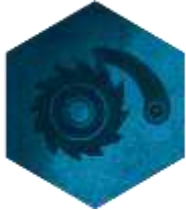
Fondazione
Fiera
Milano

Antonia Ventura Kleissl

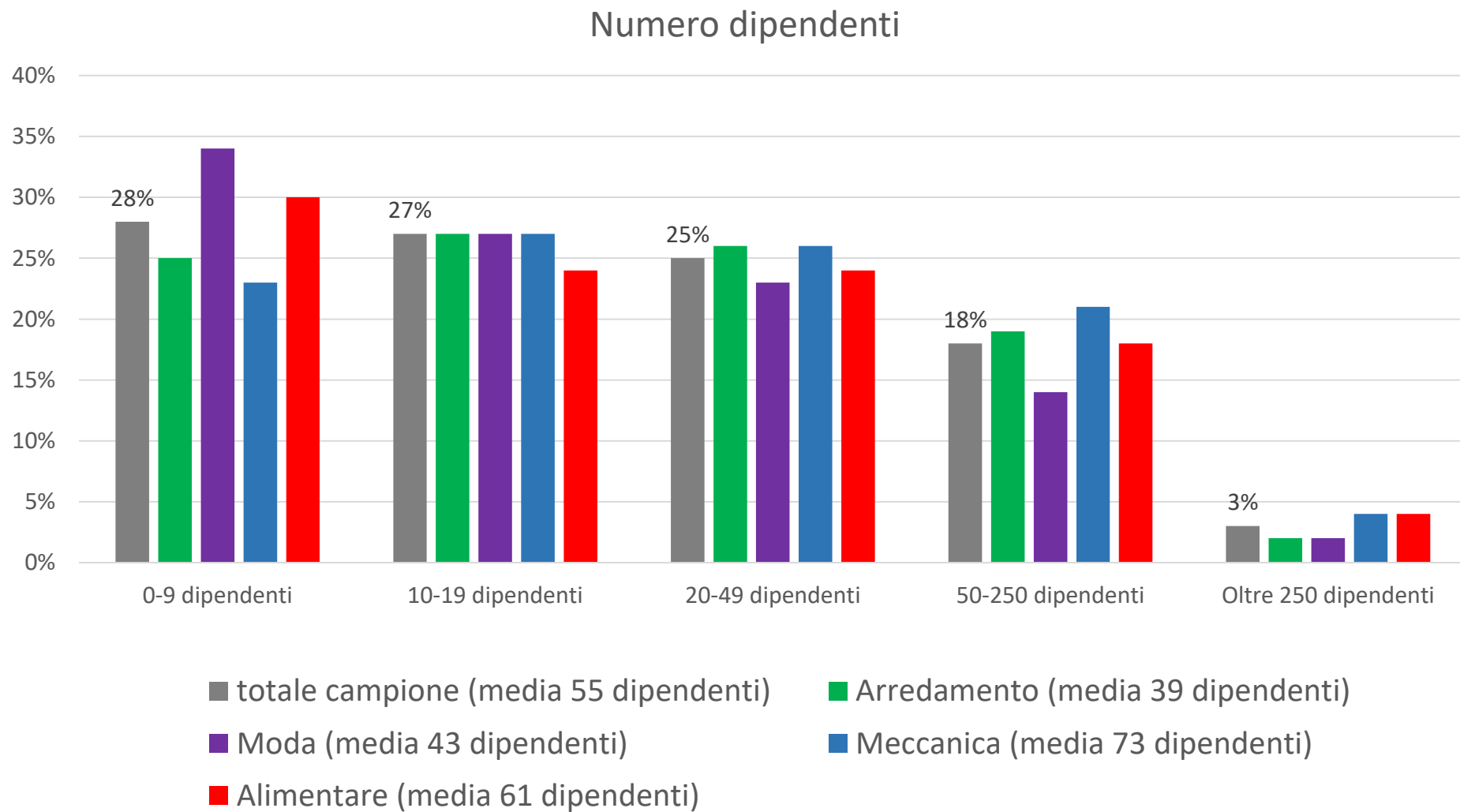
10 febbraio 2017

Prometeia, Milano

gli espositori del campione Fiera Milano

	Arredamento, mobili per bagno, cucina, ufficio, complemento d'arredo, illuminazione
	Confezioni, accessori moda, occhialeria, borse, pelle/pellicceria, scarpe, tessuti
	Prodotto finito, attrezzature e tecnologie per il settore HORECA
	Macchine utensili, macchine per la lavorazione del legno, del vetro, della plastica, imbottigliamento, imballaggio, grafica

Il campione di Fiera Milano



Indicatori Fondazione Fiera Milano

Indicatori semplici

- Fatturato, ordini, prezzi, occupazione, export; (la domanda è: “In generale, come giudica il livello di fatturato dalla sua azienda negli ultimi tre mesi rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente ?” Le possibili risposte sono: in aumento, stabile, in diminuzione);
- Gli indicatori variano tra -1 e +1: il dato è la media tra gli atteggiamenti positivi, negativi e neutri (positivo = +1, negativo= -1, neutro=0).

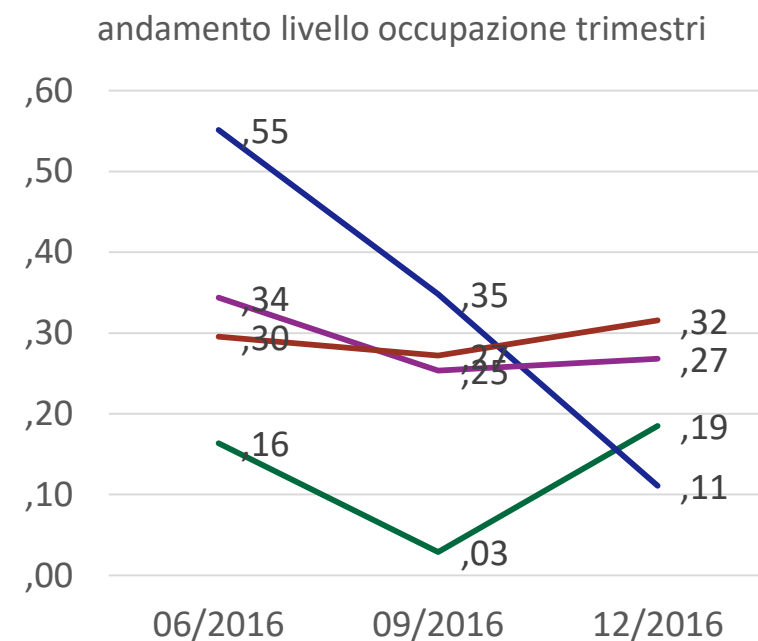
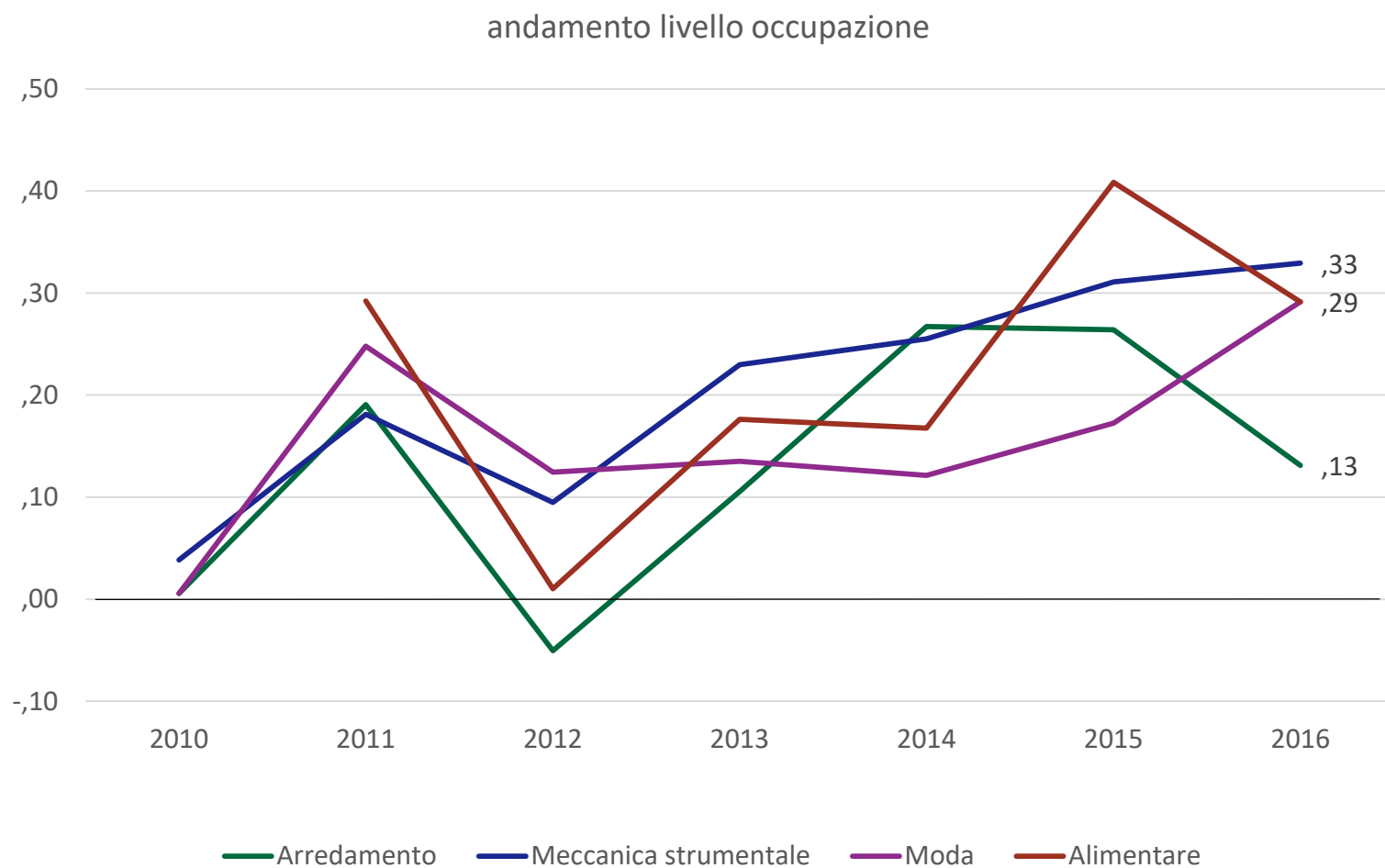
Indicatori composti

- Andamento dell’occupazione, andamento degli ordini e andamento dei prezzi. La scelta degli ordini anziché del fatturato deriva dalla presenza della variabile sui prezzi: avere prezzi e ordini consente di distinguere la dimensione delle quantità da quella dei valori monetari. La forma dell’indicatore composto di Self Confidence è la media dei valori definiti tra i primi tre indicatori semplici (varia tra +/- 1).

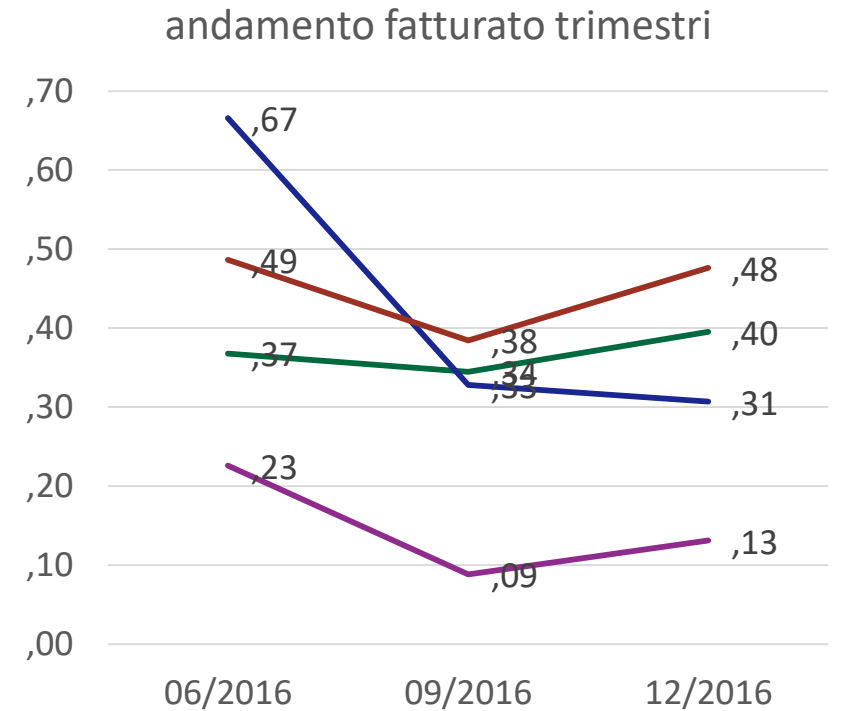
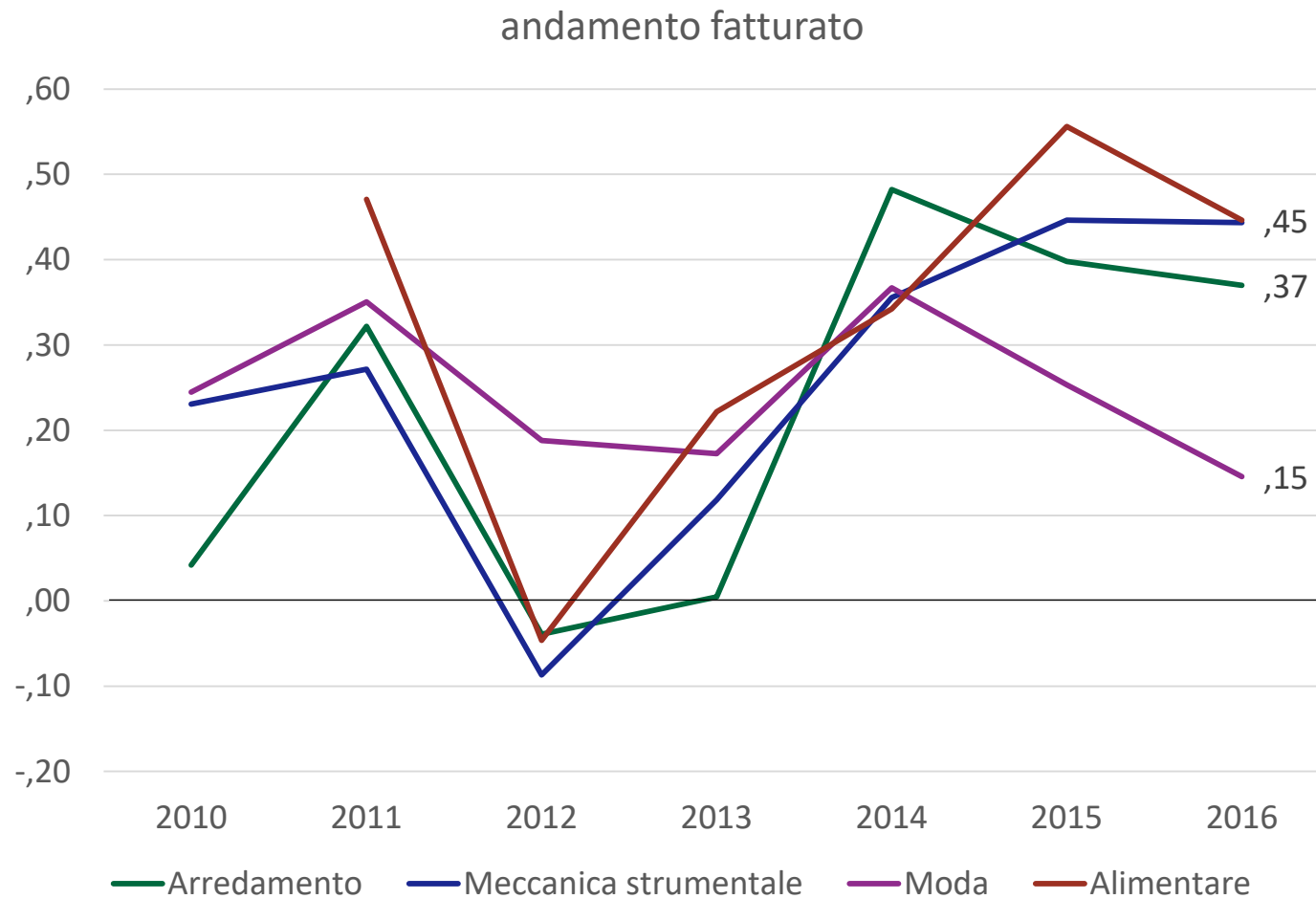
Metodologia

- A partire dal 2016 abbiamo deciso di modificare la metodologia di rilevazione:
 - 3 rilevazioni all'anno (per un totale di 4.000)
 - Tutte le rilevazioni saranno CATI
 - Tutti i settori sono indagati nelle 3 rilevazioni

Moda e Meccanica hanno un miglioramento nel livello di occupazione

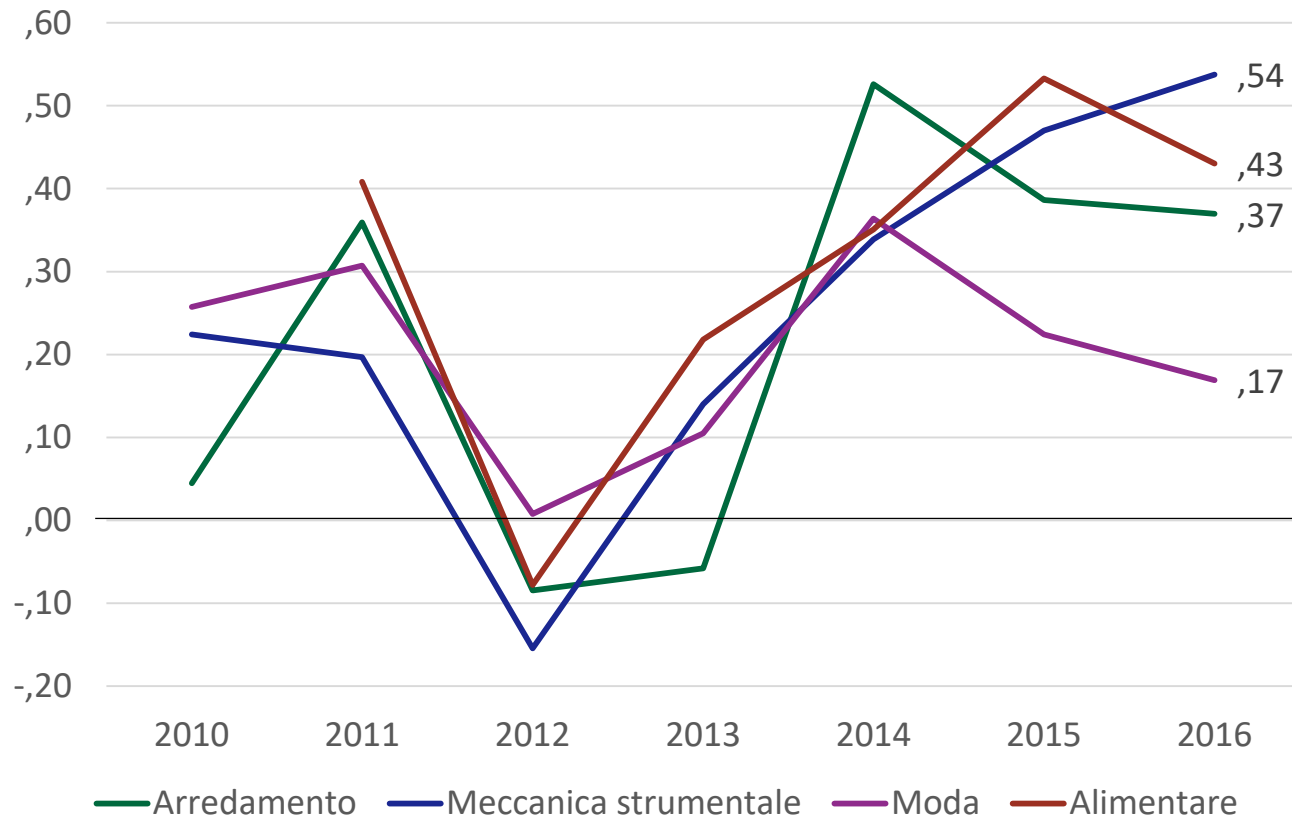


... Solo la Meccanica conferma una stabilità nel fatturato

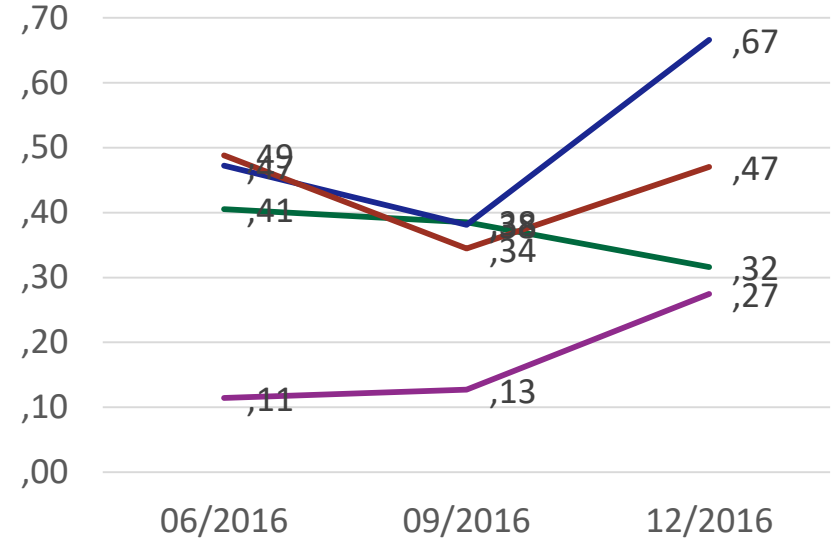


Meccanica cresce anche in termini di ordini

andamento acquisti / ordini

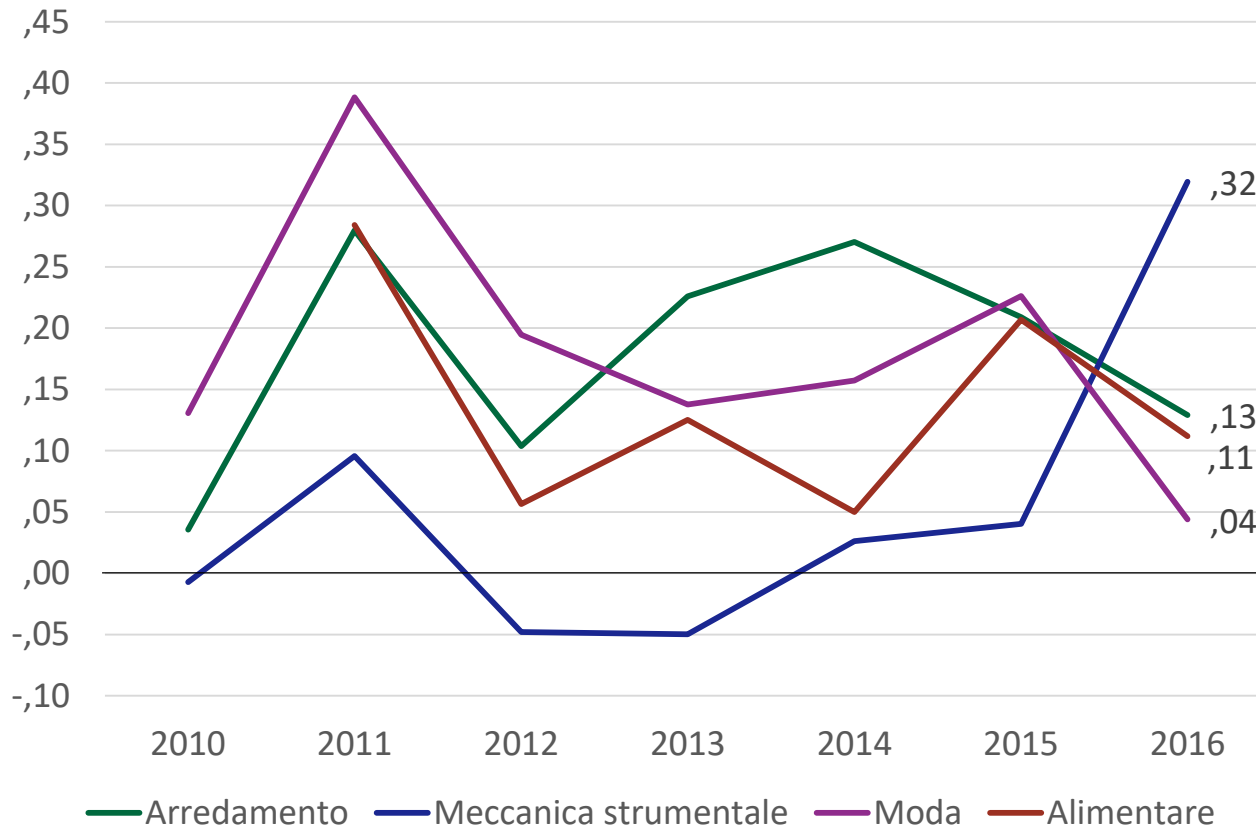


andamento acquisti / ordini trimestri

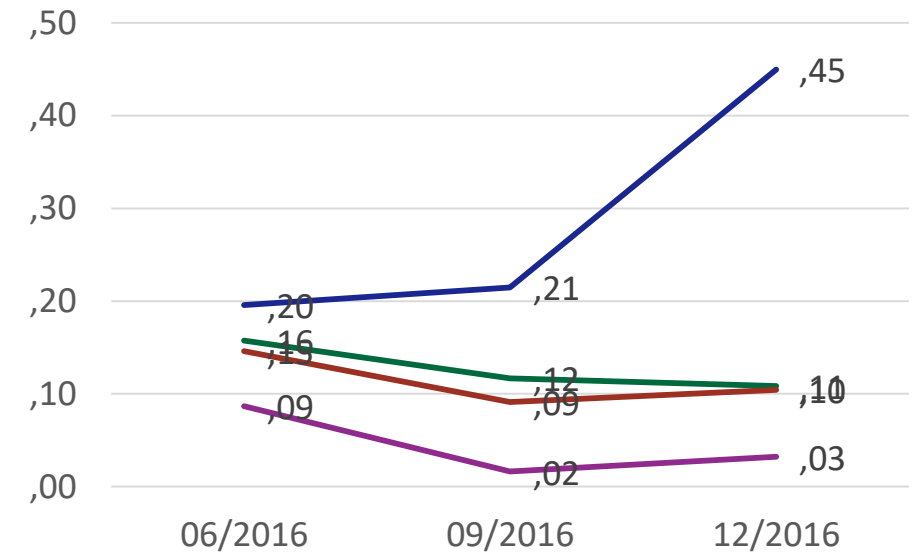


La Meccanica conferma un trend in forte crescita

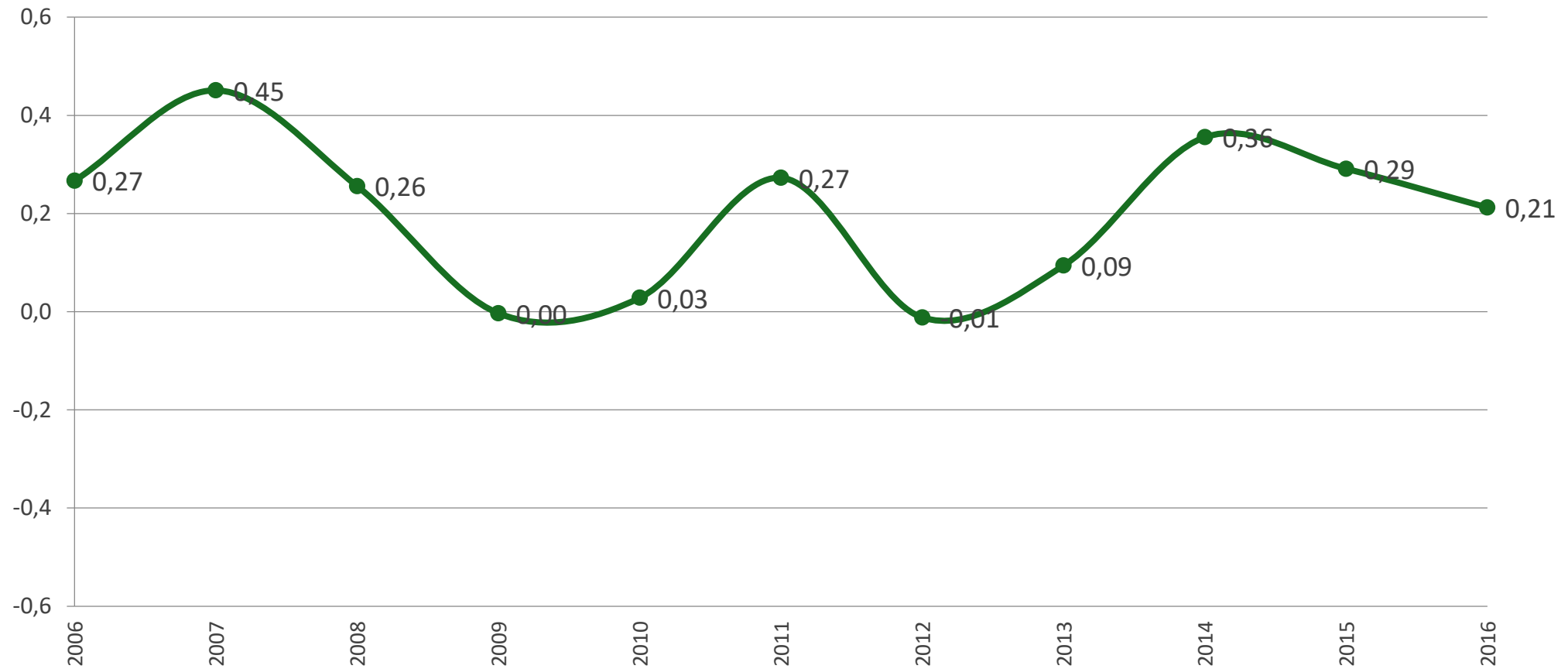
andamento prezzi



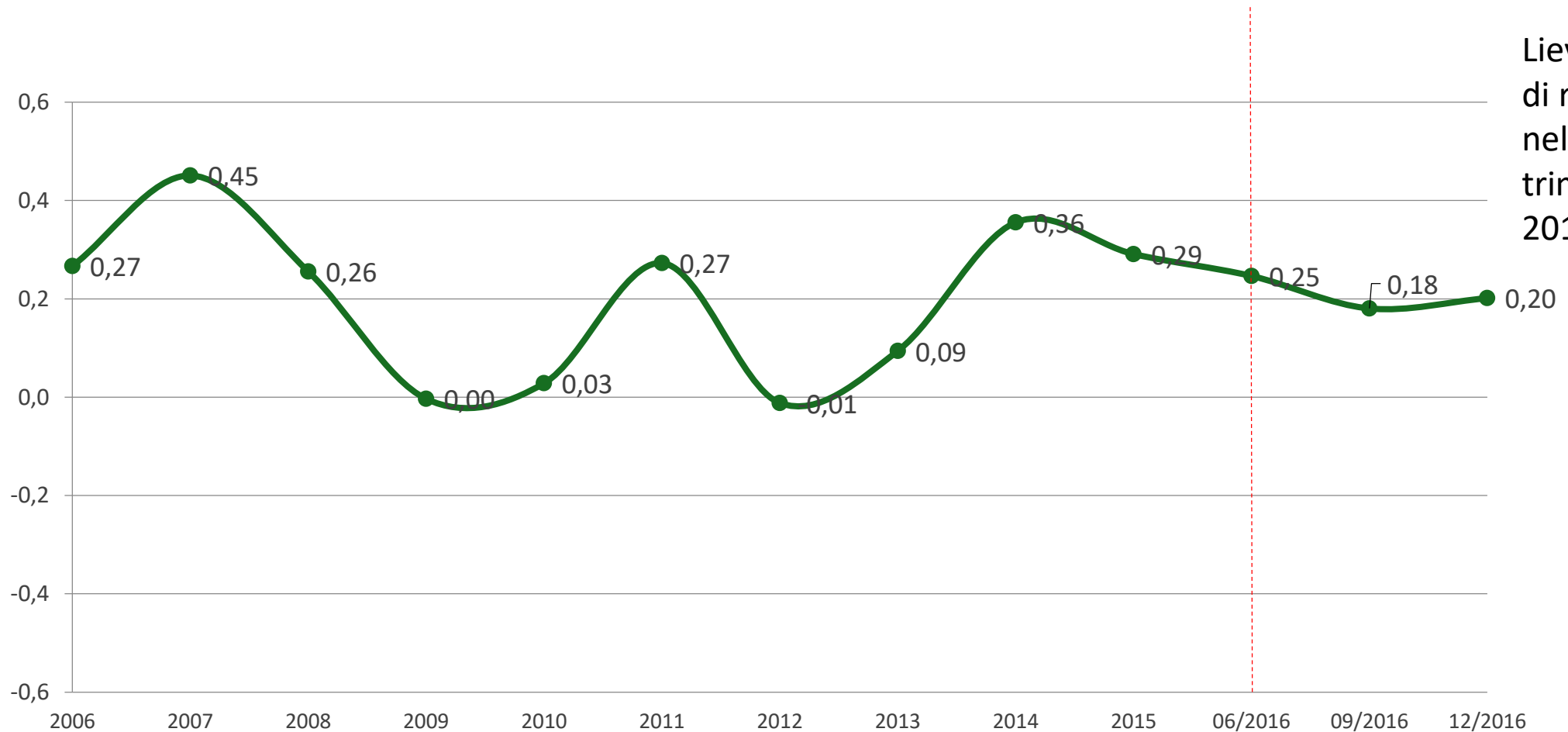
andamento prezzi



Self Confidence: Arredamento, totale 2016



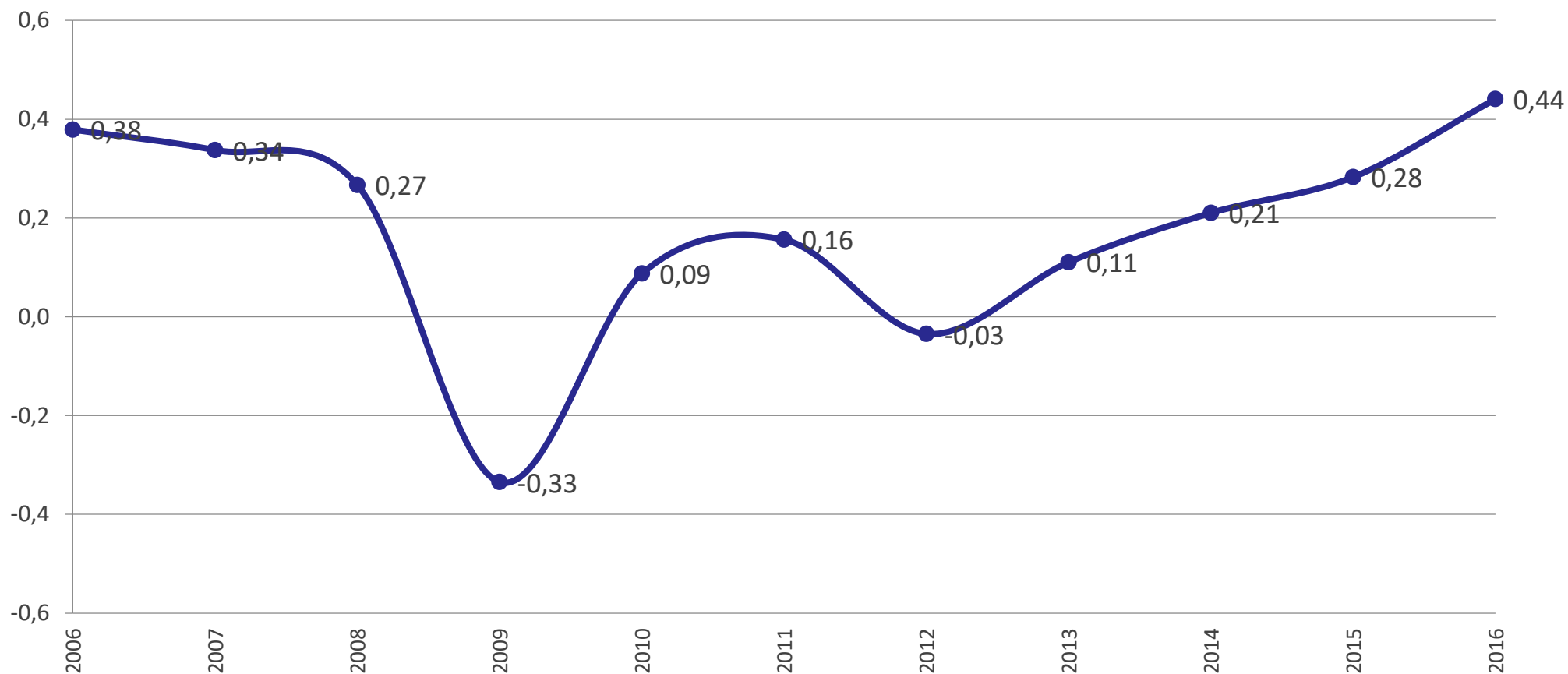
Self Confidence: Arredamento, trimestri



Lievi segnali
di ripresa
nell'ultimo
trimestre
2016

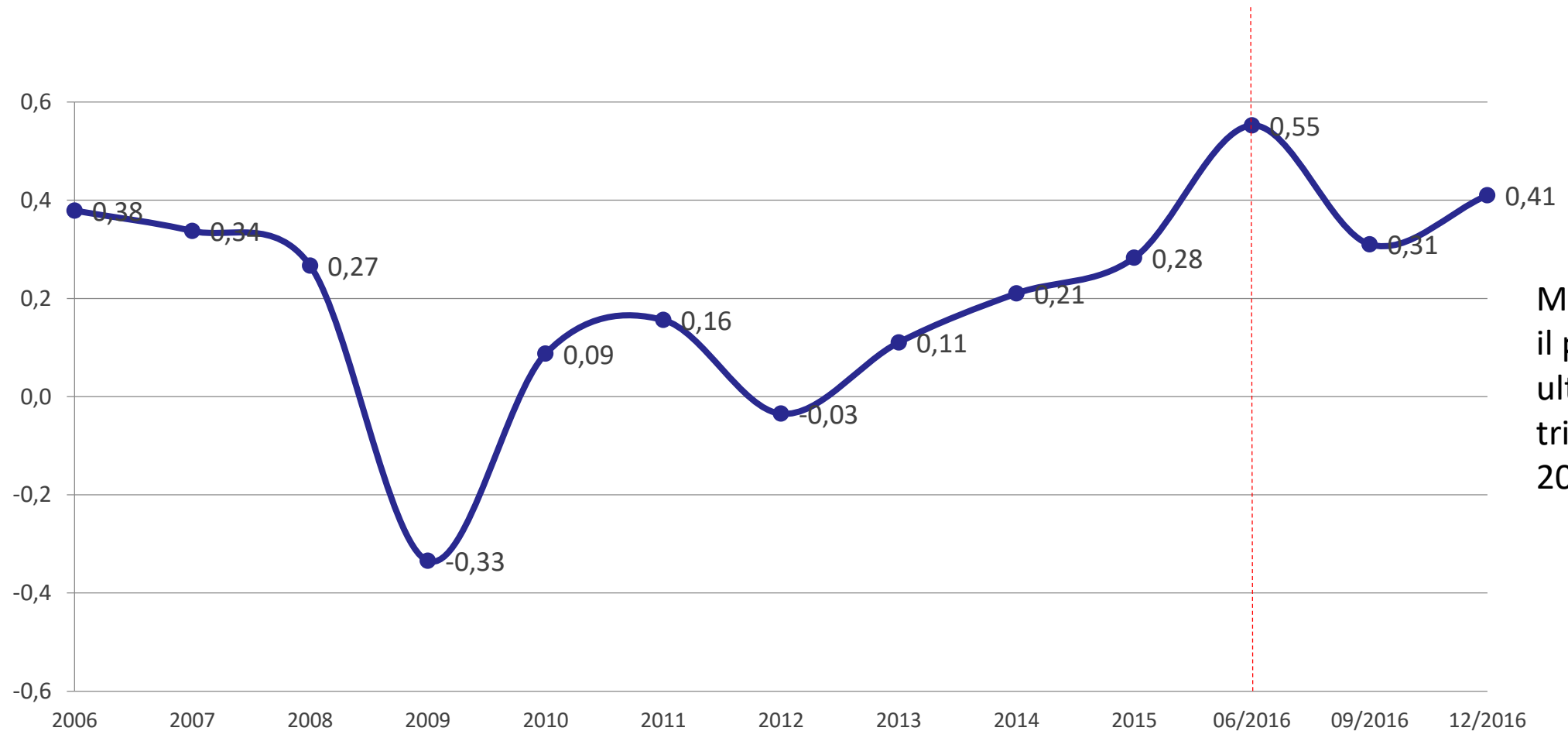


Self Confidence: Meccanica, totale 2016



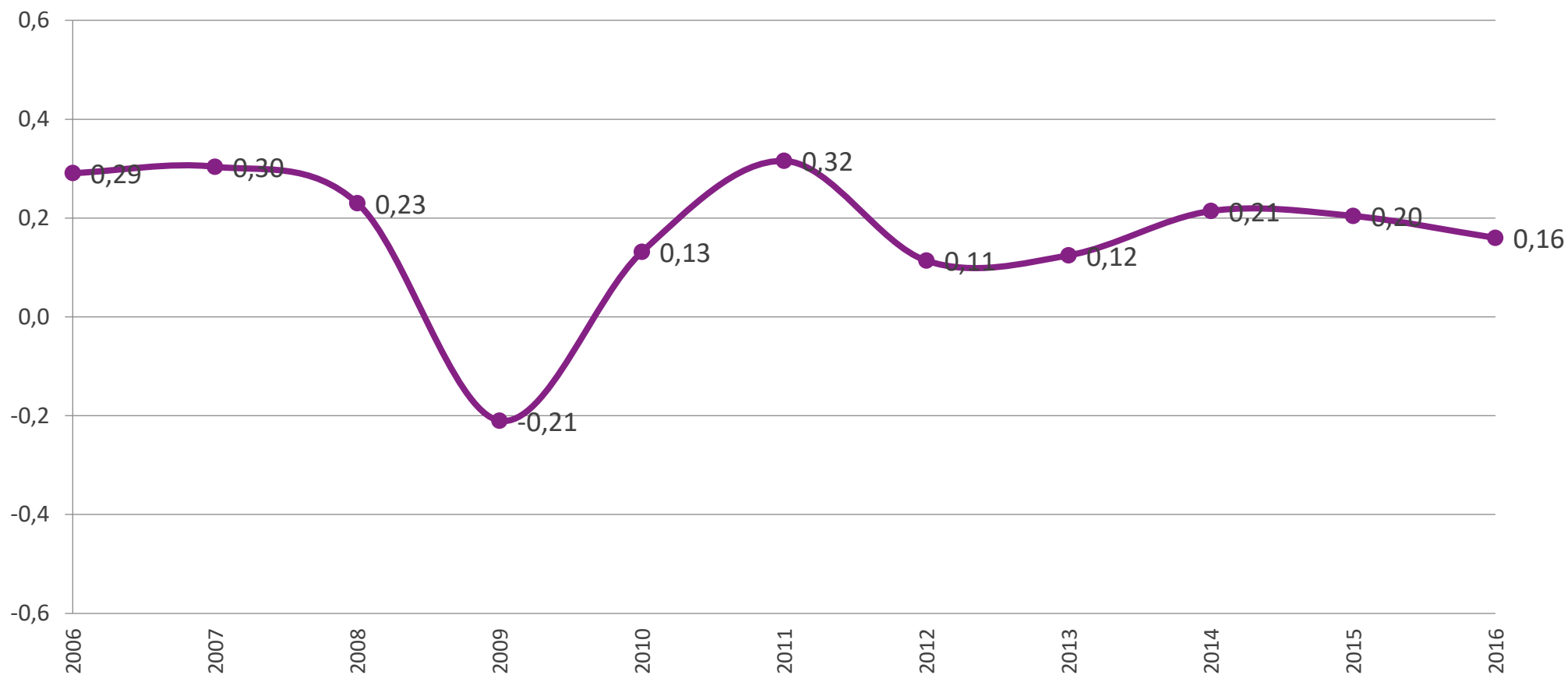


Self Confidence: Meccanica, trimestri



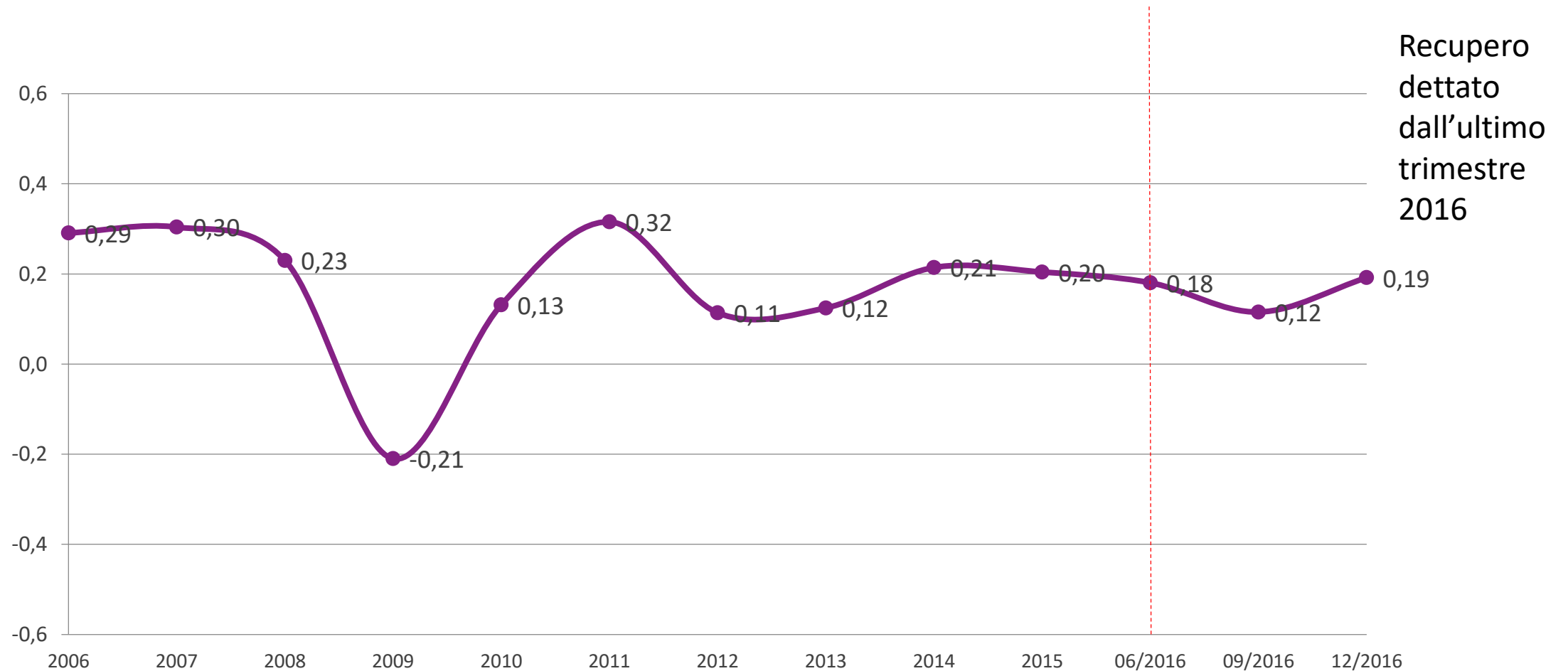
Molto bene
il primo e
ultimo
trimestre
2016

Self Confidence: Moda, totale 2016

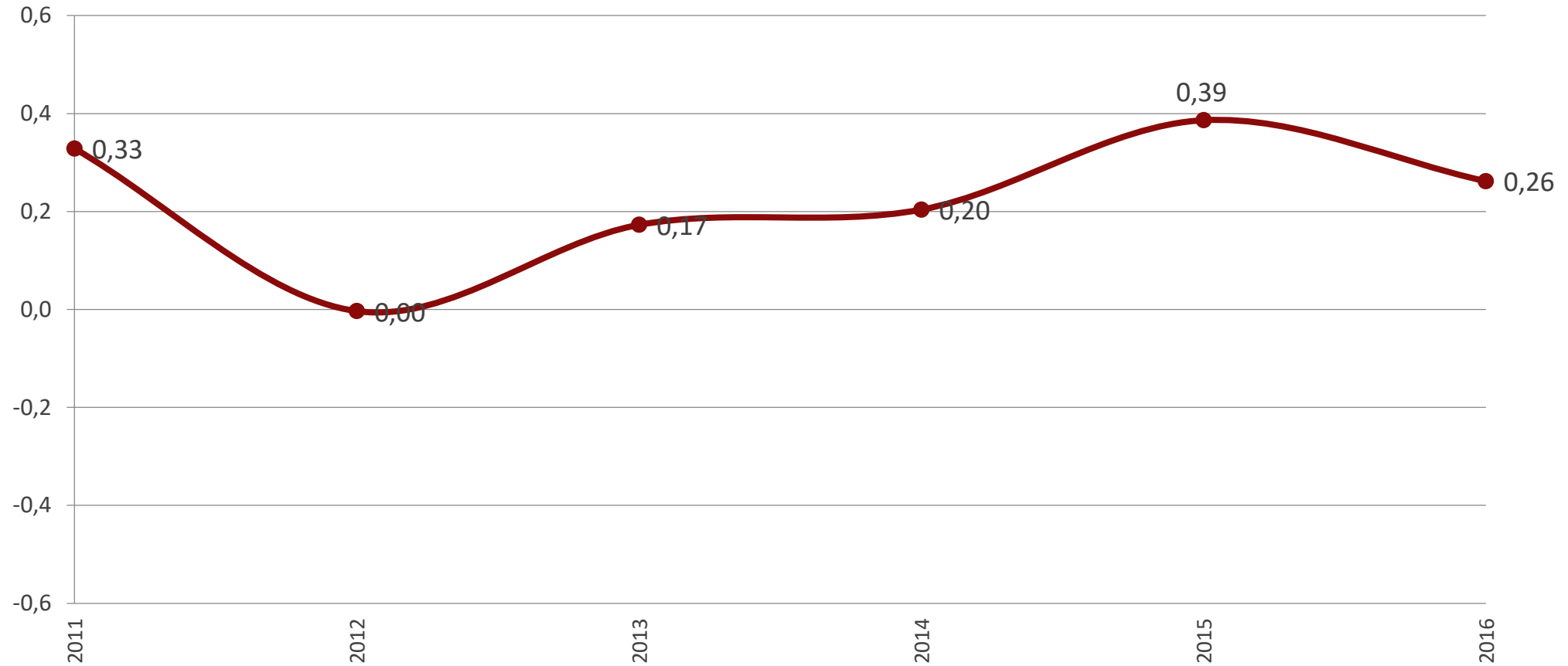




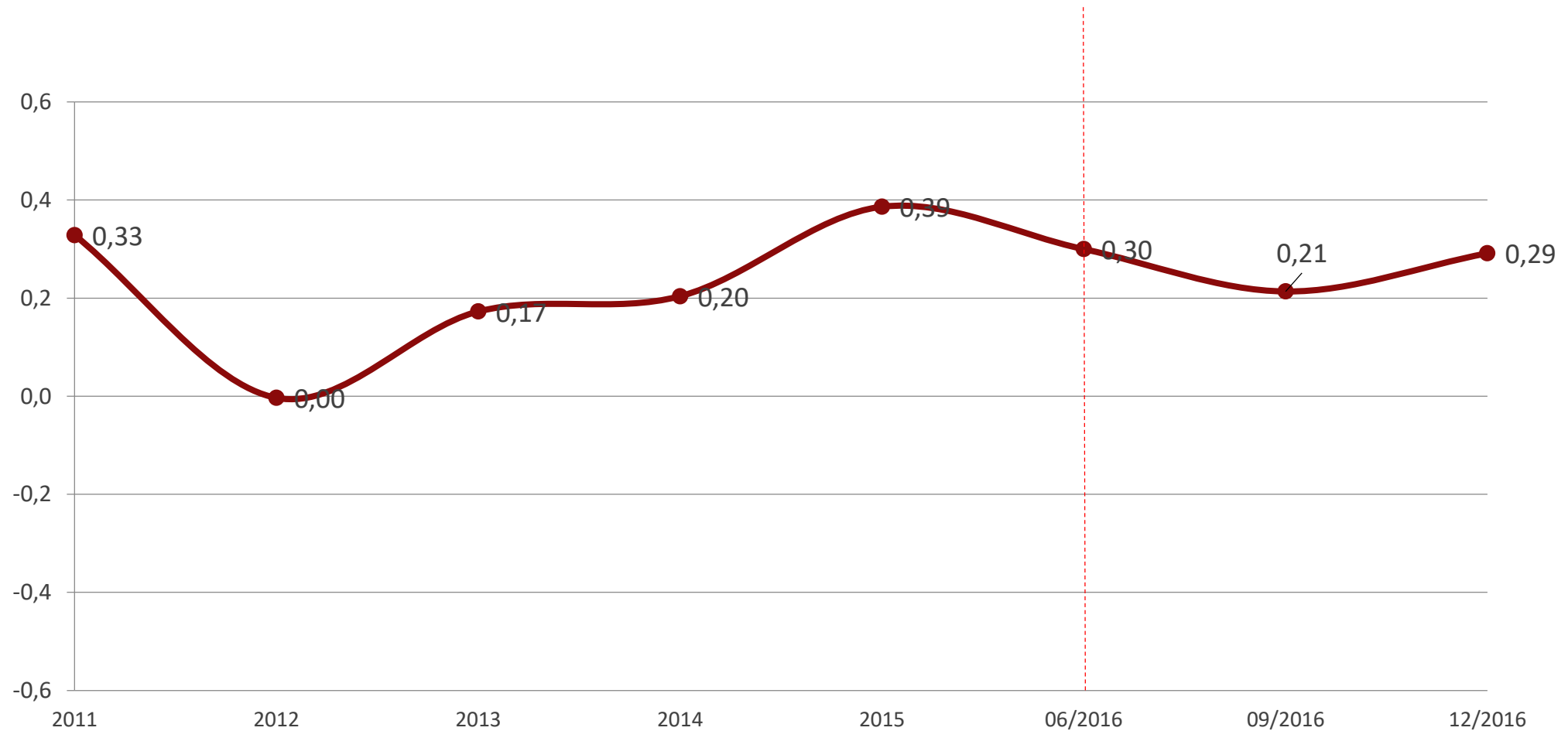
Self Confidence: Moda, trimestri



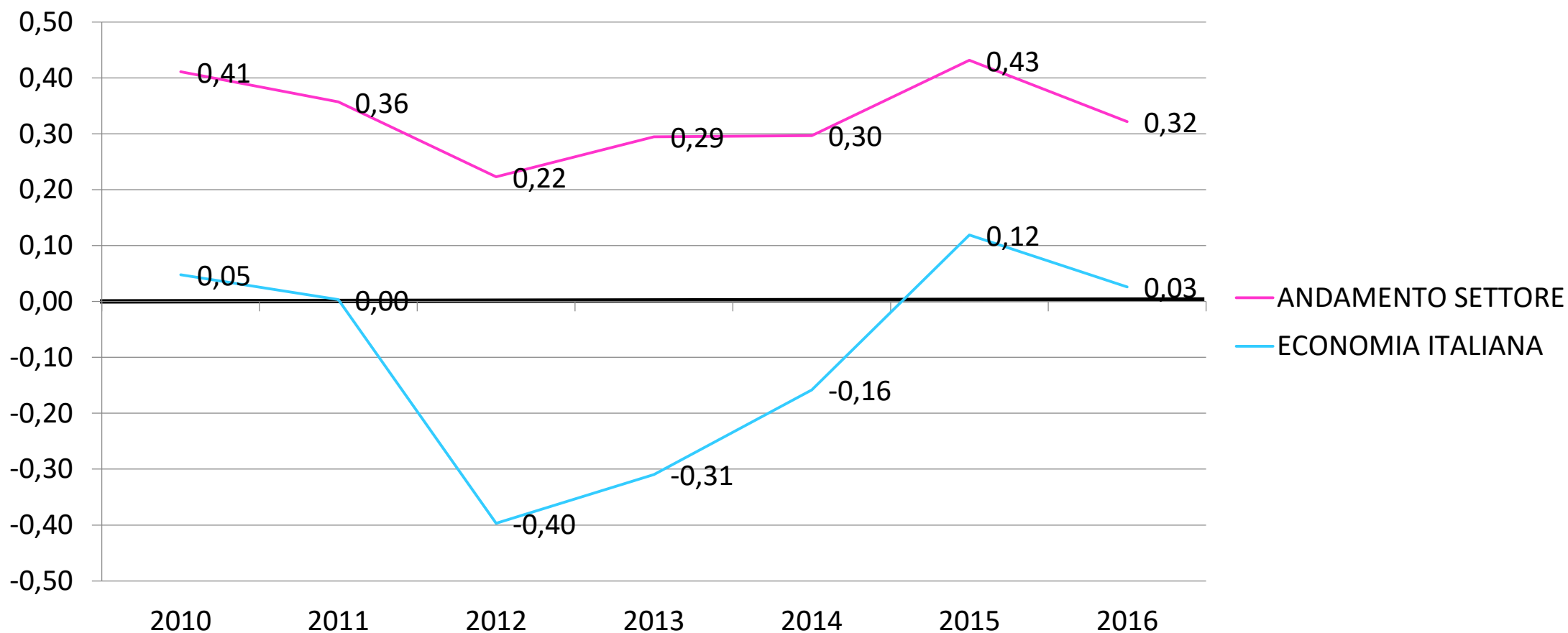
Self Confidence: Alimentare, totale 2016



Self Confidence: Alimentare, trimestri



Calano anche le aspettative nei confronti del proprio settore e dell'economia nazionale



Rispetto all'ultimo osservatorio GEI i dati 2016 si riferiscono al totale anno: rispetto alle rilevazioni dei primi 9 mesi presentata ad ottobre, c'è un leggerissimo calo delle aspettative per il proprio settore (da 0,33 a 0,32) e un leggerissimo aumento delle aspettative sull'economia italiana (da 0,02 a 0,03)