# CONGIUNTURA ECONOMICA E INVESTIMENTI PUBBLICITARI 2015
## Sintesi del rapporto fondato sui dati del settembre 2015

**Le pagine iniziali sono destinate al lettore frettoloso poiché riportano in estrema sintesi quanto dettagliatamente esposto nel completo rapporto delle pagine successive.**

- **Il mese di settembre mentre conferma la moderata ripresa già avviata nei mesi precedenti sembra promettere per i prossimi mesi una lieve accelerazione, sotto l'ala protettrice del quantitative easing, della debolezza dei prezzi petroliferi e del rafforzamento del dollaro.**
- **Un confortante andamento ascendente continua a caratterizzare il settore industriale sotto il profilo della produzione, mentre il fatturato e gli ordinativi sembrano risentire dell'andamento riflessivo generale dei prezzi.**
- **Molto confortante si conferma l'andamento del commercio con l'estero, sia per le esportazioni, sia per le importazioni e per i saldi commerciali. Anche il settore delle costruzioni, pur navigando in acque negative si dimostra in buona tensione positiva.**
- **Gli investimenti pubblicitari guadagnano terreno in assoluto, pur nel difficile confronto col precedente anno reso eccezionale dai trascorsi campionati mondiali di calcio.**
- **Gli andamenti positivi della produzione hanno il merito di promuovere una costante riduzione dei tassi di disoccupazione, sia complessiva sia giovanile; riduzione che sembra destinata a proseguire sia pure in contenuta misura.**
- **Il tasso d'inflazione, dopo numerosi mesi di immobilità ha rialzato lievemente la testa, allontanando la minaccia deflazionistica e rivelando nel contempo un certo rinvigorimento della domanda e, conseguentemente, del commercio al dettaglio.**
- **Un clima di fiducia avvolge i consumatori e le imprese (più moderatamente quello delle costruzioni), entrambi convinti dalle incoraggianti prospettive economiche.**
- **L'analisi secondo settori prende l'abbrivo dalla produzione industriale che, nel corrente mese di settembre, ha proseguito di buon passo in territorio positivo. Infatti, essa presenta una variazione tendenziale del +1,7%, sulla spinta dei comparti dei beni strumentali (+5,3%), dei beni di consumo durevole (+3,0%) e dell'energia (+2,3%).**
- **Ne ha positivamente beneficiato il cumulato gennaio-settembre. Infatti, esso si è portato al +0,9% (era +0,8% ad agosto), grazie all'apporto positivo dei beni strumentali (+3,7%), dell'energia (+2,6%) e dei beni di consumo non durevole (+0,3%).**
- **Anche le stime previsive risentono favorevolmente dei risultati sopra descritti, poiché per l'intero settore della produzione industriale si portano al +0,9% (dal +0,8% del mese precedente); mentre per l'aggregato dei beni di consumo le stime previsive rimangono stabili sulla parità. Tuttavia si ritiene che ambedue le stime previsive possano migliorare in discreta misura in connessione con le buone prospettive dei restanti mesi dell'anno.**
- **Si deve tuttavia ricordare come la produzione industriale, a causa della recessione abbia perso il -22,6%, rispetto al periodo gennaio-settembre del 2007.**
- **La produzione del settore delle costruzioni è aumentata in settembre del +0,4% migliorando il cumulato gennaio-settembre portatosi a -2,0% e dimostrandosi in confortante sia pur moderata ascesa.**
- **Il fatturato dell'industria in settembre ha risentito della perdurante debolezza dei prezzi, presentando una contrazione complessiva del -0.8% (media fra il -0,5 del mercato interno e il –1,4% del mercato estero). Il cumulato dei primi nove mesi rimane ancora in territorio positivo con un +1,1% totale (+0,4% del mercato interno e il +2,4% del mercato estero).**
- **Andamento analogo palesano in settembre gli ordini dell'industria, con un -0,8% complessivo (+0,4% del mercato interno e -2,5% del mercato estero). Ma il cumulato dei primi nove permane positivo: +5,2% in totale, +8,5% nel mercato interno e +0,9% nel mercato estero.**
- **La contrazione dei prezzi petroliferi continua a riflettersi sui prezzi dei prodotti industriali sia alla produzione sia all'importazione. I primi palesano a settembre un arretramento del -**

**3,0%, dovuto al maggior peso del mercato interno (- 3,8%) rispetto al mercato estero (-0,7%). Anche il cumulato dei primi nove mesi è -nel complesso- in sofferenza (-2,5%) dovuta quasi esclusivamente al mercato interno (-3,2%).**

- **I secondi palesano un -6,1% dovuto quasi esclusivamente ai mercati non euro (-10,5%). Il cumulato dei primi nove mesi si porta ad un complessivo -4,7% per merito esclusivo dei mercati non euro (-8,0%).**
- **Le esportazioni in settembre sembrano procedere con cauto passo nel loro insieme (+1,0%), quale risultante fra il robusto balzo dei mercati UE (+5,6%) e la flessione dei mercati extra-UE (-3,6%). Comunque il cumulato dei primi nove mesi è lusinghiero sia nel complesso (+4,8%), sia per il mercato UE (+4,2%) ed extra-UE (+5,5%).**
- **Discorso analogo si deve fare per le importazioni di settembre che nel loro complesso fanno segnare un +2,1%, per merito esclusivo dei mercati UE (+4,7%) mentre i mercati extra-UE sono in affanno (-0,9%). Il cumulato gennaio-settembre è ben assestato in territorio positivo (+4,4%), per prevalente merito dei mercati UE (+7,3%) e con il minimo contributo da parte dei mercati extra-UE (+0,7%).**
- **Il saldo export-import dei primi nove mesi ha raggiunto i 30 miliardi che, al netto dell'energia, salirebbero ben oltre e precisamente a 56 miliardi.**
- **Il tasso di disoccupazione generale pare risentire del favorevole andamento della produzione industriale scendendo all'11,8% (era 11,9% ad agosto e 12,7 % a giugno), mentre è rimasto invariato a 40,5% il tasso di disoccupazione giovanile.**
- **Il commercio al dettaglio continua nel suo trend positivo chiudendo il mese di settembre a +1,5% (+3,1% per la distribuzione moderna e 0% per quella tradizionale). Il cumulato gennaio-settembre chiude a +0,9% (+1,8% distribuzione moderna e -0,1% tradizionale).**
- **Ad ottobre il tasso d'inflazione è salito al +0,3% (era da diversi mesi fermo al +0,2%), risentendo dell'incremento dei prezzi degli alimentari non lavorati, dei servizi ricreativi, culturali e dei prodotti per la cura della persona.**
- **Trascinati dai progressi della produzione industriale gli investimenti pubblicitari hanno mostrato nel mese di settembre una buona intonazione con un +4,0%, grazie al robusto sostegno della TV (+6,6%), della Radio (+8,5%) della TVSat (+6,9%), senza peraltro trascurare Internet (+1,1%)**
- **Il confortante risultato di settembre ha apportato un miglioramento al cumulato gennaio-settembre, riducendo il passivo al -2,4% (era -3,2% ad agosto e a -3,7% a luglio), grazie in particolare al +9,5% della Radio ed il +4,1% delle Affissioni. Si ricorda che detto passivo si deve al confronto con i campionati mondiali di calcio dell'anno precedente.**
- **Anche le stime previsive degli investimenti pubblicitari hanno approfittato dei positivi passi sopra descritti, portandosi al -2,7% (erano al -3,5% ad agosto ed al -4,1% a giugno). Tuttavia dette stime sembrano destinate a migliorare ulteriormente sull'onda delle favorevoli prospettive, segnatamente, dell'andamento della produzione industriale.**
- **Tuttavia non si deve dimenticare che il cumulato gennaio-settembre di quest'anno è, a causa della recessione, inferiore del -33,8% al corrispondente cumulato del 2008.**
- **Prosegue il clima di fiducia dei consumatori: in misura sostenuta per la situazione economica generale, mentre è più contenuta per la situazione personale sia corrente sia futura.**
- **Anche il clima di fiducia delle imprese si conferma in crescita, vuoi per quanto concerne il settore manifatturiero, vuoi per quanto riguarda il settore dei servizi e il settore delle vendite al dettaglio; più contenuto si palesa il clima di fiducia del settore delle costruzioni. In ascesa è pure il clima di fiducia degli ordini del settore manifatturiero.**

==========

# CONGIUNTURA ECONOMICA E INVESTIMENTI PUBBLICITARI 2014
## Rapporto fondato sui dati del settembre 2015

### 1) Scopo del lavoro

*Il presente rapporto mensile persegue l'obiettivo di monitorare l'andamento degli investimenti pubblicitari e di formulare previsioni riferite all'anno solare corrente. Dette previsioni vengono aggiornate mensilmente parallelamente alle preziose rilevazioni di Nielsen Media Research. Per conseguenza i dati esposti in un dato rapporto mensile – come i calcoli su di essi fondati – possono divergere in qualche misura da quelli esposti nei rapporti dei mesi precedenti.*
*Si ricorda che i dati e i calcoli statistici sugli investimenti pubblicitari vengono previamente inquadrati in una sintetica nota sullo scenario congiunturale; nota tratta – sostanzialmente - dai dati ufficiali dell'ISTAT. Detta nota persegue il fine sia di meglio interpretare l'andamento degli investimenti pubblicitari, sia di attribuire un ragionevole fondamento alle previsioni che li riguarda. I rapporti dei mesi e degli anni precedenti sono liberamente disponibili nella sezione* ***"Modelli di Ricerca" del sito www.labmarketing.it***

### 2) Le variazioni tendenziali % mensili e di periodo della produzione industriale.

Il mese di settembre conferma il cammino in ascesa – sia pure con moderato passo - della produzione industriale. Infatti, settembre registra un incremento tendenziale del **+1,7%,** tuttavia maggiore dell'incremento rilevato ad agosto (+1,0%).
Il suddetto risultato è dovuto al positivo contributo dei beni strumentali (+5,3%), dei beni di consumo durevoli (+3,0%) e dei prodotti energetici (+2,3%), nonostante le contrazioni (peraltro limitate) dei beni di consumo non durevole (-0,3%) e dei beni intermedi (-0,1%), come emerge dalla **Tav. 1.** .

**Tav. 1 = Variazioni % mensili della produzione industriale: set.2015/set.2014**

| anni-mesi | beni intermedi | beni strument. | beni cons. durevoli | beni cons. non durev. | beni di consumo | energia | totale industria |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| set. 2015 | 98,4 | 104,0 | 89,2 | 98,6 | 97,1 | 84,5 | 97,8 |
| set. 2014 | 98,5 | 98,8 | 86,6 | 98,9 | 97,0 | 82,6 | 96,2 |
| 2015/2014 | -0,1 | 5,3 | 3,0 | -0,3 | 0,1 | 2,3 | 1,7 |

I miglioramenti apportati dal mese di settembre hanno portato un modestissimo beneficio al cumulato gennaio-settembre: infatti, come si può leggere nella **Tav. 2,** esso ha fatto segnare un **+ 0,9%** per il totale (era +0,8% ad agosto), accompagnato dai piccoli passi in avanti fatti dalla generalità dei comparti. Nel contempo non si può fare a meno di constatare come l'aggregato dei beni di consumo – cui sono correlati gli investimenti pubblicitari – sia rimasto fermo al confine col territorio positivo (+0,0%).

**Tav.2 = Variazioni % di periodo della produzione industriale: gen-set.2015/gen-set.2014**

| anni-mesi | beni intermedi | beni strument. | beni cons durevoli | beni cons. non durev. | beni consumo | energia | totale industria |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen-set.15 | 811,0 | 872,7 | 728,1 | 841,1 | 823,8 | 792,3 | 829,1 |
| gen-set.14 | 824,7 | 841,2 | 739,8 | 838,5 | 823,7 | 772,5 | 821,8 |
| 2015/2014 | -1,7 | 3,7 | -1,6 | 0,3 | 0,0 | 2,6 | 0,9 |

La contenuta dinamica del mese di settembre e dei recenti mesi si è palesata inferiore alla dinamica mostrata nei corrispondenti mesi del 2007, cioè dell'anno che ha preceduto la recessione. Infatti, la variazione tendenziale del cumulato gennaio-settembre 2015 si è dimostrata inferiore nei confronti del cumulato gennaio-settembre 2007 in quanto è risultata del **-22,6%** **(Tav. 3)** mentre quella riguardante il cumulato gennaio agosto del "totale industria" era del **-.22,3%..** Analogamente dicasi anche per la generalità dei comparti.
Il che consente di affermare come il ritmo attuale della ripresa risulti ancora inferiore al ritmo dell'andamento della produzione industriale nel periodo ante recessione. In altre parole si potrebbe dire come la produzione industriale stia attraversando tuttora un periodo di convalescenza.

**Tav. 3 = Variazioni % di periodo della produzione industriale: gen-set. 2015/gen-set. 2007**

| anni-mesi | beni intermedi | beni strument. | beni cons durevoli | beni cons. non durev. | beni consumo | energia | totale industria |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen-set.15 | 811,0 | 872,7 | 728,1 | 841,1 | 823,8 | 792,3 | 829,1 |
| gen-set.07 | 1.178,1 | 1.107,1 | 1.130,7 | 915,7 | 952,5 | 970,2 | 1.071,5 |
| 2015/2007 | -31,2 | -21,2 | -35,6 | -8,1 | -13,5 | -18,3 | -22,6 |

La dinamica delle variazioni % di periodo della produzione industriale dei beni di consumo si evince dalla **Tav. 4** e dal corrispondente **Graf. 1** sotto riportati. In particolare si fa notare come nella **Tav. 4** le variazioni siano state scritte in **rosso** per evidenziare le variazioni tendenziali di periodo positive, mentre quelle scritte in **blu** indicano le variazioni tendenziali negative.

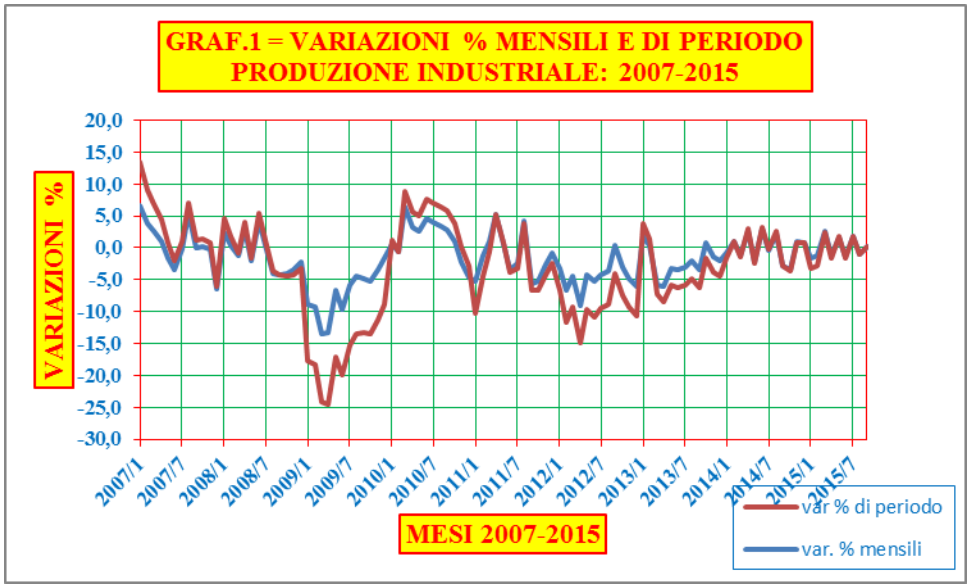
Le ragioni per le quali si espongono soltanto le variazioni dell'aggregato dei beni di consumo sono tre: la prima, per evitare una pesante esibizione di tabelle e di grafici; la seconda, perché l'aggregato dei beni di consumo sintetizza l'andamento del comparto più colpito dalla recessione (beni di consumo durevole) ed il comparto meno colpito dalla recessione; la terza, per evidenziare la variabile dalla quale dipendono gli investimenti pubblicitari, cui il presente lavoro dedica particolare attenzione. .

**Tav. 4 = Variazioni % di periodo produzione industriale dei beni di consumo: 2007_2015**

| Mesi | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen | 6,7 | 2,3 | -8,9 | 0,7 | -5,2 | -3,3 | 1,9 | -0,8 | -1,6 |
| feb | 5,2 | 1,3 | -9,1 | 0,0 | -3,1 | -5,1 | 1,1 | 0,1 | -1,5 |
| mar | 4,3 | 0,4 | -10,6 | 2,2 | -1,6 | -4,9 | -1,4 | -0,3 | -0,1 |
| apr | 3,5 | 1,0 | -11,3 | 2,5 | 0,0 | -5,9 | -2,5 | 0,4 | -0,4 |
| mag | 2,4 | 0,4 | -10,3 | 2,5 | 0,1 | -5,5 | -2,7 | -0,2 | 0,1 |
| giu | 1,3 | 1,1 | -10,2 | 2,9 | -0,5 | -5,5 | -2,8 | 0,3 | -0,2 |
| lug | 1,1 | 1,0 | -9,5 | 3,1 | -0,8 | -5,3 | -2,8 | 0,2 | 0,1 |
| ago | 1,5 | 0,5 | -9,1 | 3,1 | -0,4 | -5,1 | -2,8 | 0,4 | 0,0 |
| set | 1,3 | 0,0 | -8,6 | 3,1 | -1,0 | -4,5 | -2,8 | 0,0 | 0,0 |
| ott | 1,2 | -0,5 | -8,2 | 2,8 | -1,5 | -4,3 | -2,5 | -0,4 | |
| nov | 1,0 | -0,8 | -7,8 | 2,3 | -1,6 | -4,4 | -2,4 | -0,2 | |
| dic | 0,4 | -0,9 | -7,3 | 1,8 | -1,5 | -4,5 | -2,3 | -0,1 | |

Dalla **Tav. 4** si può agevolmente riscontrare come le variazioni tendenziali siano state positive per tutto il 2007 e gran parte del 2008 per poi cadere in un profondo baratro nel 2009. Il 2010 costituisce un tentativo di ripresa, peraltro limitato soltanto all'anno considerato, dopo il quale è seguito da circa un lustro di variazioni negative, sia pure con qualche sporadica apparizione di variazioni positive, soprattutto nel più recente biennio 2014-2015. .

Il **Graf. 1** sotto riportato, proprio perché non soffre delle accennate limitazioni di spazio delle tabelle, ha il pregio di visualizzare non soltanto le variazioni tendenziali di periodo della **Tav. 4** ma anche quelle mensili. In detto grafico si può inoltre constatare come entrambe le variazioni tendenziali dei periodi più recenti presentino valori sempre più contenuti e sempre più vicini alla parità.




## 3) Stime previsive 2015/2014 della produzione industriale totale e dei beni di consumo.

La comprensione e l'interpretazione del fenomeno pubblicitario vengono notevolmente agevolate dalla conoscenza dell'andamento della produzione industriale, segnatamente dell'aggregato dei beni di consumo. Analogamente dicasi per quanto riguarda le stime previsive circa il rapporto 2015/2014 degli investimenti pubblicitari nei confronti delle analoghe stime previsive circa l'aggregato dei beni di consumo e circa la produzione industriale totale .

Per tale motivo si è dedicata particolare attenzione alle citate stime previsive, tenuto anche presente come gli investimenti pubblicitari siano storicamente correlati strettamente alla produzione industriale dei beni di consumo. A conforto di queste ultime stime previsive vengono riferite le **"differenze acquisite"** che appunto svolgono -in senso lato- una funzione anticipatoria.

Si fa presente come il metodo adottato nel calcolo delle stime previsive sia quello denominato "delle proiezioni"; metodo che è fondato sulla ponderazione delle variazioni % tendenziali di periodo con la media quinquennale della distribuzione % cumulata secondo mesi. Inoltre si avverte come le stime previsive vengano calcolate ogni mese fondandole sui dati rilevati ed aggiornati appunto mensilmente

Le stime previsive concernenti il **totale della produzione industriale** sono riportate nella sottostante **Tav. 5** in cui si legge che, secondo i dati di settembre, le stime previsive circa la variazione tendenziale 2015/2014 porterebbero ad un **+0,9%.**
Nella stessa tavola si può leggere come la stima di settembre sia più elevata di quella dei due mesi precedenti; il che consentirebbe di ipotizzare come sia in atto una sia pur modesta accelerazione anche se su livelli decisamente minori di quella riscontrata nel quadrimestre marzo-giugno. La stima previsiva sopra riportata sembra trovare relativo conforto nella **"differenza acquisita"** che i calcoli hanno identificato nella misura del **+0,7%.**
Ad ogni buon conto si può affermare, sulla base dei dati della **Tav. 5**, come la produzione industriale (presa nel suo complesso) fruisca ora di una tendenza positiva che viene a sostituire – si confida definitivamente - la tendenza negativa degli anni della recessione.

**Tav. 5 = Totale produzione industriale: stime previsive 2015/2014**

| mesi delle previsioni | previsioni 2015 | consuntivo 2014 | differenze | |
|---|---|---|---|---|
| | | | indici | % |
| | | | 2015-2014 | 2015/2014 |
| gennaio | 1.092,4 | 1.095,3 | -2,9 | -0,3 |
| febbraio | 1.100,0 | 1.095,3 | 4,7 | 0,4 |
| marzo | 1.106,4 | 1.095,3 | 11,1 | 1,0 |
| aprile | 1.106,7 | 1.095,3 | 11,4 | 1,0 |
| maggio | 1.112,3 | 1.095,3 | 17,0 | 1,6 |
| giugno | 1.111,2 | 1.095,3 | 15,9 | 1,5 |
| luglio | 1.102,1 | 1.095,3 | 6,8 | 0,6 |
| agosto | 1.103,6 | 1.095,3 | 8,3 | 0,8 |
| settembre | 1.105,2 | 1.095,3 | 9,9 | 0,9 |

Nella seguente **Tav. 6** sono invece esposte le stime previsive riguardanti la produzione industriale dell'a**ggregato dei beni di consumo (durevoli e non durevoli)**
Si tratta di stime che sembrano disporsi secondo una linea di tendenza che, dopo una lenta ascesa, sembra assestarsi sul confine fra il territorio negativo e quello positivo **(0,0%).** Al medesimo valore nullo hanno portato i calcoli della ***differenza acquisita*** **(0,0%)** contribuendo così a ribadire il ritorno dell'aggregato dei beni di consumo se non in territorio positivo almeno nelle sue immediate vicinanze.

**Tav. 6 = Produzione dell'aggregato dei beni di consumo: stime previsive 2015/2014**

| Mesi delle previsioni | Previsioni 2015 | Consuntivo 2014 | Differenze | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 2015-2014 | %(2015/2014) |
| gennaio | 1.091,4 | 1.100,3 | -8,9 | -0,8 |
| febbraio | 1.093,1 | 1.100,3 | -7,2 | -0,7 |
| marzo | 1.100,9 | 1.100,3 | 0,6 | 0,1 |
| aprile | 1.096,5 | 1.100,3 | -3,8 | -0,3 |
| maggio | 1.099,2 | 1.100,3 | -1,1 | -0,1 |
| giugno | 1.097,5 | 1.100,3 | -2,8 | -0,3 |
| luglio | 1.100,5 | 1.100,3 | 0,2 | 0,0 |
| agosto | 1.101,1 | 1.100,3 | 0,8 | 0,1 |
| settembre | 1.100,1 | 1.100,3 | -0,2 | 0,0 |

A questo punto si ritiene di segnalato interesse ricordare ancora una volta come l'andamento degli investimenti pubblicitari venga trascinato dall'andamento della produzione dell'aggregato dei beni di consumo, ma con una peculiarità: che le variazioni negative degli investimenti pubblicitari sono in assoluto maggiori delle variazioni negative della produzione dei beni di consumo; mentre per le variazioni positive si registra esattamente l'opposto.

## 4) L'andamento degli investimenti pubblicitari.

Il confortante passo in avanti compiuto in settembre dalla produzione industriale (+1,7%) ha evidentemente influenzato gli investimenti pubblicitari che hanno risposto a settembre (**Tav. 7** ) con un consistente incremento pari al **+4,0%,** supportato dai buoni incrementi di TV (+6,6%), da Radio (+8,5%), da TVSat (6,9%) e da Internet (+1,1%), prevalendo sulle contrazioni dei restanti media specialmente del Cinema (-14,8%) e dei Periodici (-5,0%). .

**Tav. 7 = Variazioni % mensili investimenti pubblicitari: set.2015/set. 2014**

| mesi | Totale | TV | Radio | Quotidiani | Periodici | Affissioni | Cinema | TV Sat | Internet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| set. 15 | 514.778 | 312.273 | 28.615 | 50.628 | 45.723 | 7.591 | 1.247 | 32.040 | 36.661 |
| set. 14 | 495.080 | 292.902 | 26.364 | 52.142 | 48.132 | 7.851 | 1.464 | 29.980 | 36.245 |
| %(15/14) | 4,0 | 6,6 | 8,5 | -2,9 | -5,0 | -3,3 | -14,8 | 6,9 | 1,1 |

Il confortante incremento mensile dianzi citato ha ovviamente portato un apprezzato miglioramento al cumulato gennaio-settembre; miglioramento che in generale si è manifestato riducendo i precedenti valori negativi e difendendo validamente i precedenti valori positivi. Infatti, nella **Tav. 8** si legge come la variazione % del periodo gennaio-settembre del totale

investimenti sia passata al -2,4% (era -3,2% nel periodo gennaio-agosto), quale risultante fra gli incrementi della Radio (+9,5%) e delle Affissioni (+4,1%) e le contrazioni degli altri media.

**Tav. 8 = Variazioni % di periodo investimenti pubblicitari: gen-set.2015/ gen-set. 2014**

| mesi | Totale | TV | Radio | Quotidiani | Periodici | Affissioni | Cinema | TV Sat | Internet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen-set. 15 | 4.118.987 | 2.535.467 | 249.813 | 391.046 | 309.504 | 60.664 | 10.598 | 271.795 | 290.100 |
| gen-set. 14 | 4.219.377 | 2.577.975 | 228.113 | 424.244 | 322.946 | 58.270 | 10.850 | 294.481 | 302.499 |
| %(15/14) | -2,4 | -1,6 | 9,5 | -7,8 | -4,2 | 4,1 | -2,3 | -7,7 | -4,1 |

Come nel caso della produzione industriale, si è ritenuto di rilevante interesse fare il punto della situazione attuale sugli investimenti pubblicitari nei confronti dello stesso periodo dell'anno 2008, cioè dell'anno iniziale della recessione.
In confronto (riportato nella **Tav. 9**) ricorda che la recessione ha dilapidato il 33,8% degli investimenti pubblicitari, quale media fra le più moderate perdite della TV (-28,4%) e della Radio (-23,0%) e quelle decisamente più pesanti dei Quotidiani, dei Periodici, delle Affissioni, del Cinema. Risultano invece poderosi gli incrementi di TVSat (+51,0%) e di Internet (+54,9%). Si tratta di variazioni che si sono sia pur di poco migliorate nei confronti di quelle del periodo gennaio-agosto: come sta a dimostrare il totale degli investimenti che è passato dal precedente -34,7%. al già citato -33,8% .

**Tav. 9 = Variazioni % di periodo degli investimenti pubblicitari: gen-set.2015/gen-set.2008**

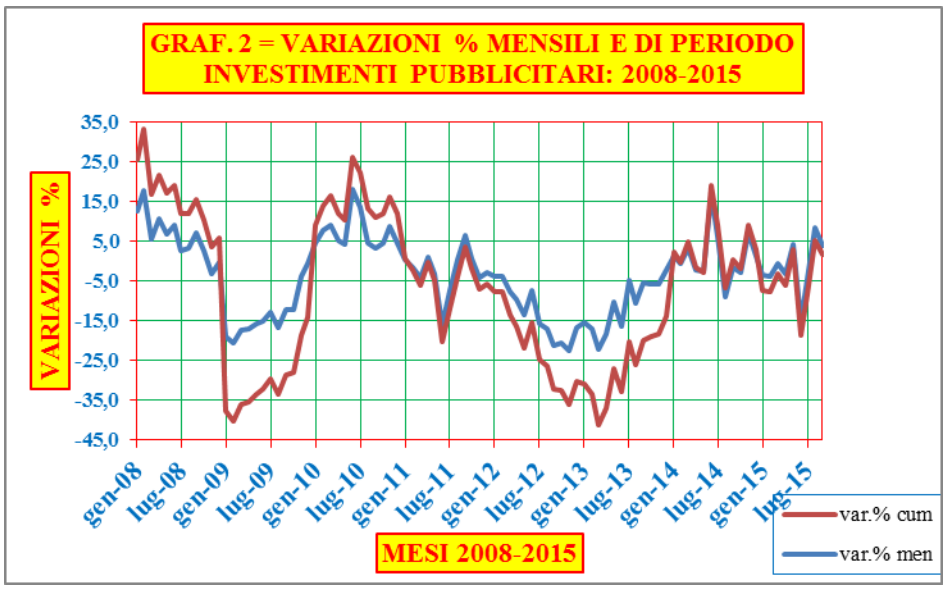
| mesi | Totale | TV | Radio | Quotidiani | Periodici | Affissioni | Cinema | TV Sat | Internet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen-set. 15 | 4.118.987 | 2.535.467 | 249.813 | 391.046 | 309.504 | 60.664 | 10.598 | 271.795 | 290.100 |
| gen-ago.08 | 6.218.757 | 3.539.328 | 324.443 | 908.034 | 882.014 | 163.194 | 34.439 | 180.045 | 187.260 |
| %(15/14) | -33,8 | -28,4 | -23,0 | -56,9 | -64,9 | -62,8 | -69,2 | 51,0 | 54,9 |

La seguente **Tav.10** raccoglie le variazioni % di periodo degli investimenti pubblicitari nell'arco degli anni 2008-2015, indicando col colore **rosso** le variazioni positive e col colore **blu** le variazioni negative. Ciò al fine di meglio evidenziare i mesi di crescita e di decrescita degli investimenti pubblicitari, come analogamente fatto con la **Tav. 4** a proposito della produzione industriale dei beni di consumo.

**Tav.10 = Variazioni % di periodo investimenti pubblicitari: 2008-2015**

| mesi | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gennaio | 12,7 | -19,0 | 4,5 | 0,4 | -3,8 | -15,5 | 1,2 | -3,7 |
| febbraio | 15,4 | -19,8 | 6,2 | -0,7 | -3,9 | -16,4 | 0,3 | -3,9 |
| marzo | 11,2 | -18,8 | 7,4 | -2,1 | -5,5 | -18,8 | 1,4 | -2,6 |
| aprile | 11,0 | -18,4 | 6,8 | -1,3 | -6,7 | -18,7 | 0,5 | -2,8 |
| maggio | 10,0 | -17,8 | 6,2 | -1,7 | -8,3 | -16,8 | -0,2 | -1,2 |
| giugno | 9,9 | -17,3 | 8,1 | -4,3 | -8,2 | -16,7 | 2,4 | -3,7 |
| luglio | 9,2 | -16,9 | 8,6 | -4,6 | -8,9 | -15,7 | 2,8 | -3,8 |
| agosto | 8,9 | -16,9 | 8,4 | -4,3 | -9,4 | -15,4 | 2,2 | -3,2 |
| settembre | 8,7 | -16,4 | 7,8 | -3,1 | -10,9 | -14,4 | 1,7 | -2,4 |
| ottobre | 7,9 | -15,9 | 7,4 | -2,6 | -12,1 | -13,3 | 1,1 | |
| novembre | 6,6 | -14,7 | 7,5 | -2,8 | -13,3 | -12,6 | 1,8 | |
| dicembre | 6,1 | -13,6 | 7,3 | -2,8 | -13,6 | -11,7 | 1,7 | |

La **Tav. 10** presenta una successione di variazioni positive e negative degli investimenti pubblicitari molto simile a quella riguardante la produzione industriale dei beni di consumo (di cui la **Tav. 4):** detta successione, si fa notare, costituisce un importante indizio circa la relazione funzionale fra i due andamenti citati.
Ad ogni buon conto le variazioni evidenziate considerate in sé e per sé sono in grado di descrivere l'andamento degli effetti sugli investimenti pubblicitari da parte della recessione a partire dal 2008.
In particolare si fa notare come nel 2008, nel 2010 e nel 2014 le variazioni tendenziali di periodo procedano in territorio positivo per ragioni dovute a fattori diversi. Infatti, per il 2008 la ragione sta nell'incipit progressivo della recessione; per il 2010 la ragione sta in un tentativo di risalita alimentato dalla speranza di una probabile ripresa a breve della congiuntura; per il 2014 la ragione sta nella manifestazione di fiducia circa la vicina cessazione della recessione.
Negli altri anni (2009, 2011, 2012, 2013, 2015) prevalgono i pesanti effetti della recessione sugli investimenti pubblicitari; effetti, come già fatto rilevare poco più sopra, amplificano generosamente le contrazioni della congiuntura negativa. mentre sono segnatamente più avari negli incrementi della congiuntura positiva.
Al seguente **Graf. 2**, è stato affidato il compito di visualizzare -per l'arco di tempo 2008-2015- non soltanto le variazioni di periodo ma anche quelle mensili, non soffrendo delle limitazioni di spazio di cui invece soffre la **Tav. 4.**




**5) Le relazioni fra le variazioni della produzione dei beni di consumo e degli investimenti pubblicitari**.

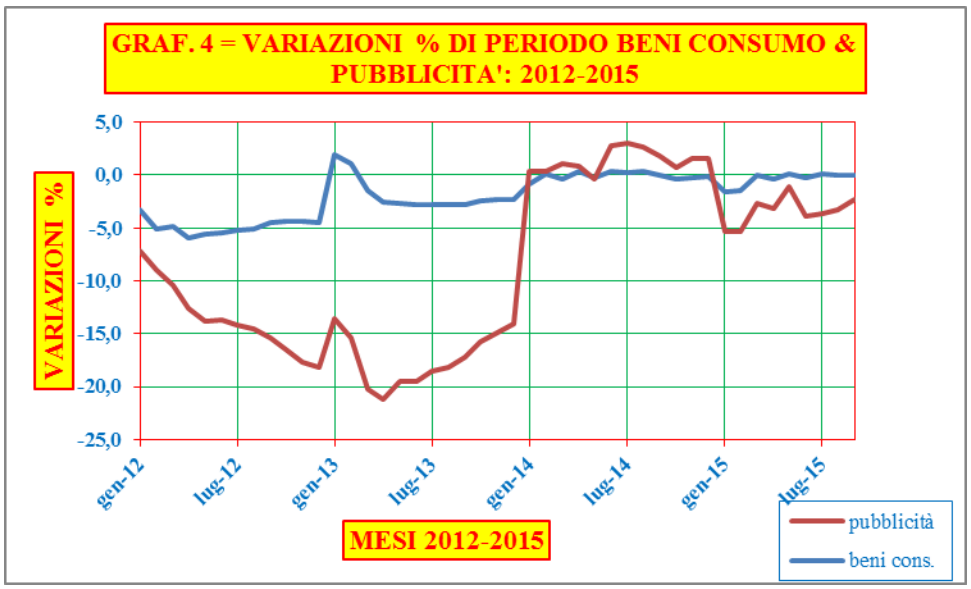
Nel seguente **Graf. 3** viene visualizzato l'andamento delle variazioni % di periodo degli investimenti pubblicitari in funzione delle variazioni % di periodo della produzione industriale dei beni di consumo. Inoltre, nello stesso grafico è inscritta la funzione interpolante costituita da una funzione polinomiale di terzo grado avente un ragguardevole coefficiente di correlazione pari a 0,79.

Scopo del citato grafico è quello di dimostrare la elevata correlazione fra i due ordini di variabili (su cui si tornerà ancora più sotto) e, per conseguenza, una confortante congruità che si dovrebbe riscontrare fra i due ordini di stime previsive cui sarà dedicato il prossimo capitolo.




In altre parole si vuol affermare che essendo provata la correlazione fra i due andamenti si viene a provare implicitamente l'attendibilità del rapporto fra i due ordini di stime previsive; attendibilità che verrebbe confermata anche dalla sola congruità fra i due ordini di stime previsive

Ma a questo punto si fa notare come il citato C.C. di 0,79 della funzione polinomiale di 3° grado risulterebbe decisamente maggiore qualora dall'interpolazione si escludessero i dati concernenti il biennio 2012-2013. Infatti, in questo biennio si è riscontrato un comportamento anomalo degli investimenti pubblicitari dovuto al dirottamento di una consistente parte di essi verso strumenti promozionali ad efficacia più immediata sulle vendite già pesantemente mortificate da circa un lustro di recessione. Il dirottamento appena citato è ben visualizzato dal sottostante **Graf. 4.**




Dal **Graf. 4** risulta chiaramente la pesante caduta degli investimenti pubblictari nel bienno 2013-2014; caduta alla quale succede la normalità presente negli anni precedenti e negli anni succesivi al biennio incriminato.

## 6) Le stime previsive del rapporto 2015/2014 degli investimenti pubblicitari.

Si sente il dovere di ricordare come le stime previsive circa il rapporto 2015/2014 degli investimenti pubblicitari siano state effettuate mediante il metodo delle proiezioni, cioè lo stesso metodo impiegato per le stime previsive della produzione industriale complessiva e dell'aggregato dei beni di consumo. Detto metodo, come riferito nel capitolo **4,** si fonda sulle variazioni % tendenziali degli investimenti pubblicitari, successivamente ponderate con la media quinquennale della distribuzione secondo mesi degli stessi investimenti pubblicitari.

Nella sottostante **Tav.11** sono riportati i risultati dei calcoli ottenuti utilizzando i dati rilevati mensilmente. La successione di tali risultati dice che le stime previsive sono andate progressivamente peggiorando nei primi sei mesi del corrente anno, mentre sono andate migliorando nei tre mesi successivi. Sulla base dei dati rilevati e calcolati a settembre le stime previsive indicano un rapporto % 2015/2014 degli investimenti pubblicitari pari al **-2,7%,** migliorando il -3,5% di agosto, il -3,9% di luglio ed il -4,1% di giugno.
E' stata inoltre calcolata la "**differenza acquisita"** per il 2015 e risulta pari a **-1,7%** che sembra voler indicare un ulteriore miglioramento degli investimenti pubblicitari dei restanti mesi dell'anno, in armonia con una molteplicità di segnali di miglioramento della congiuntura.
Si rileva così agevolmente come detti risultati si muovano tutti in territorio negativo mentre il risultato dei calcoli sui dati degli ultimi tre mesi evidenzia una risalita dal -4,1% di giugno al **-3,5%** di agosto. Detto valore sembra trovarsi in armonia con il risultato del calcolo della ***differenza acquisita*** accertato nella misura del **-2,0%**

**Tav. 11 = Stime previsive del rapporto 2015/2014 degli investimenti pubblicitari.**

| mesi delle previsioni | previsioni 2015 | consuntivo 2014 | differenze | |
|---|---|---|---|---|
| | | | indici | % |
| | | | 2015-2014 | 2015-2014 |
| gennaio | 5.818.375 | 5.987.254 | -168.878 | -2,8 |
| febbraio | 5.759.952 | 5.987.254 | -227.301 | -3,8 |
| marzo | 5.783.687 | 5.987.254 | -203.567 | -3,4 |
| aprile | 5.744.723 | 5.987.254 | -242.530 | -4,1 |
| maggio | 5.839.140 | 5.987.254 | -148.113 | -2,5 |
| giugno | 5.741.368 | 5.987.254 | -245.885 | -4,1 |
| luglio | 5.755.059 | 5.987.254 | -232.194 | -3,9 |
| agosto | 5.775.719 | 5.987.254 | -211.535 | -3,5 |
| settembre | 5.826.753 | 5.987.254 | -160.500 | -2,7 |

La seguente **Tav. 12** persegue lo scopo di mettere in evidenza la "**congruità"** fra le stime previsive della produzione industriale (totale e dei beni di consumo) e le stime previsive degli investimenti pubblicitari. Detta congruità risulta evidente sia per quanto la tendenza dei valori esposti, sia per l'entità dei valori medesimi, soprattutto se si tiene presente che gli studi precedenti informano che gli investimenti pubblicitari vanno a rimorchio (con ritardo) della produzione dei beni di consumo, specie quando questi ultimi si trovano nella zona di confine fra territorio negativo e territorio positivo. Infine è lecito affermare come un discorso analogo a quello sin qui svolto si possa e si debba fare per quanto concerne le differenze acquisite.

**Tav. 12 = Stime previsive e variazioni acquisite: investimenti pubblicitari e produzione industriale beni di consumo e totale.**

| mesi delle previsioni | Stime Previsive | | | Variazioni Acquisite | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Investimenti pubblicitari | Produzione beni consumo | Produzione totale | Investimenti pubblicitari | Produzione beni consumo | Produzione totale |
| gennaio | -2,8 | -0,8 | -0,3 | -0,3 | -0,2 | -0,2 |
| febbraio | -3,8 | -0,7 | 0,4 | -0,7 | -0,2 | -0,2 |
| marzo | -3,4 | 0,1 | 1,0 | -0,1 | 0,1 | 0,0 |
| aprile | -4,1 | -0,3 | 1,0 | -0,2 | -0,1 | 0,0 |
| maggio | -2,5 | -0,1 | 1,6 | -0,5 | 0,0 | 0,2 |
| giugno | -4,1 | -0,3 | 1,5 | -3,3 | -0,1 | 0,2 |
| luglio | -3,9 | 0,0 | 0,6 | -2,2 | 0,1 | 0,4 |
| agosto | -3,5 | 0,1 | 0,8 | -2,0 | 0,0 | 0,5 |
| settembre | -2,7 | 0,0 | 0,9 | -1,7 | 0,0 | 0,7 |

## 7) LO SCENARIO ECONOMICO-CONGIUNTURALE: I DATI ISTAT

### - Stima preliminare del PIL (3° trimestre 2015)

Nel terzo trimestre del 2015 il prodotto interno lordo (PIL), espresso in valori concatenati con anno di riferimento 2010, corretto per gli effetti di calendario e destagionalizzato, è aumentato del **+ 0,2%** rispetto al trimestre precedente e dello **+0,9%** nei confronti del terzo trimestre del 2014. La variazione acquisita per il 2015 è pari a **+0,6%.** Si prevede un aumento del **+1,4%** nel 2016 e nel 2017.
Il terzo trimestre del 2015 ha avuto quattro giornate lavorative in più del trimestre precedente e una giornata lavorativa in più rispetto al terzo trimestre del 2014.
La variazione congiunturale 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.
Nello stesso periodo il PIL è aumentato in termini congiunturali del + 0,4% negli Stati Uniti e del + 0,5% nel Regno Unito. In termini tendenziali, si è registrato un aumento del +2,0% negli Stati Uniti e dello 2,3% nel Regno Unito.

### - Produzione industriale (settembre 2015)

A settembre 2015 l'indice destagionalizzato della produzione industriale è aumentato del + 0,2% rispetto ad agosto. Nella media del trimestre luglio-settembre 2015 la produzione è cresciuta del +0,4% nei confronti del secondo trimestre.
Corretto per gli effetti di calendario, a settembre 2015 l'indice è aumentato in termini tendenziali del **+1,7%** (i giorni lavorativi sono stati 22 come a settembre 2014). Nella media dei primi nove mesi dell'anno la produzione è aumentata del **+ 0,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.
La crescita mensile è concentrata nel comparto dei beni intermedi, l'unico tra i principali raggruppamenti di industrie a registrare una variazione congiunturale positiva (+0,7%); variazioni negative si rilevano invece per l'energia (-1,5%) e per i beni di consumo (-1,0%) mentre i beni strumentali segnano una variazione nulla. In termini tendenziali gli indici corretti per gli effetti di calendario registrano, a settembre 2015, aumenti nei comparti dei beni strumentali (+5,3%), dell'energia (+2,3%) e dei beni di consumo (+0,1%); diminuiscono invece i beni intermedi (-0,1%).
Per quanto riguarda i settori di attività economica, a settembre 2015, i comparti che registrano la maggiore crescita tendenziale sono quelli della fabbricazione di mezzi di trasporto (+23,2%), della fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati (+12,3%) e della fabbricazione di apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche (+4,8%). Le diminuzioni maggiori si rilevano nei settori dell'attività estrattiva (-4,5%), delle industrie tessili, abbigliamento, pelli e accessori (-4,0%) e delle altre industrie manifatturiere, riparazione e installazione di macchine ed apparecchiature (-2,5%).

| COMPARTI | %(set. 2015/ set 2014) | %(gen-set. 2015/ gen-set. 2014) |
|---|---|---|
| Beni di consumo | 0,1 | 0,0 |
| *Durevoli* | *3,0* | *-1,6* |
| *-non durevoli* | *-0,3* | *0,3* |
| Beni strumentali | 5,3 | 3,7 |
| Beni intermedi | -0,1 | -1,6 |
| Energia | 2,3 | 2,6 |
| IN COMPLESSO | 1,7 | 0,9 |

***Comparti con variazioni % negative (media di periodo +0,9 %).***
Attività estrattiva (-7,4%); Metallurgia e fabbricazione di prodotti metallo (-4,0%); Industrie tessili, abbigliamento, pelli ed accessori (-3,6%); Fabbricazione di apparecchiature elettriche (-0,7%); Industria del legno, della carta e della stampa (-1,2%); Altre industrie (-1,0%).
***- Comparti con variazioni nulle o positive (media di periodo +0,9%).***
Fabbricazione di mezzi di trasporto (+17,0%); Fabbricazione di coke e prodotti petroliferi (+10,9%); Produzione di prodotti farmaceutici di base (+5,2%); Fabbricazione di computer, prodotti di elettronica (+4,7%); Fornitura di energia elettrica,

gas, vapore ed aria (+2,3%); Attività manifatturiere (+0,9%); Fabbricazione di macchinari e attrezzature (+0,6); Fabbricazione prodotti chimici (+0,4%); Fabbricazione articoli di gomma e materie plastiche (+0,3%).Industrie alimentari, bevande, tabacco ( +0,0%).;

**- Prezzi alla produzione dei prodotti industriali (settembre 2015)**

Nel mese di settembre 2015 l'indice dei prezzi alla produzione dei prodotti industriali diminuisce del - 0,2% rispetto al mese precedente e del **-3,0%** nei confronti di settembre 2014.
I prezzi dei prodotti venduti sul mercato interno diminuiscono dello 0,2% rispetto ad agosto e del **-3,8%** su base tendenziale. Al netto del comparto energetico si registra una diminuzione del - 0,1% in termini congiunturali ed una variazione **nulla** su base tendenziale.
I prezzi dei beni venduti sul mercato estero segnano una diminuzione del -0,1% sul mese precedente (con una variazione negativa dello 0,1% sia per l'area euro sia per quella non euro). In termini tendenziali si registra un decremento del **- 0,7%** (-1,2% per l'area euro e -0,5% per l'area non euro).
Il contributo maggiore al calo tendenziale dei prezzi dei beni venduti sul mercato interno proviene dal comparto energetico (-3,9 punti percentuali). Sul mercato estero i contributi più ampi alla diminuzione derivano dal comparto energetico sia per l'area euro (-0,9 punti percentuali) sia per quella non euro (-1,1 punti percentuali).
Il settore di attività economica per il quale si rileva il calo tendenziale dei prezzi più marcato è quello della fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati, con diminuzioni del 18,5% sul mercato interno e del 28,7% su quello estero.

| Mercati | %(set. 2015/set.2014) | %(gen-set.2015/gen-set.2014) |
|---|---|---|
| **Totale** | **-3,0** | **-2,5** |
| **Mercato interno** | **-3,8** | **-3,2** |
| **Mercato estero** | **-0,7** | **-0,1** |
| - ***Area euro*** | ***-1,2*** | ***-0,6*** |
| - ***Area non euro*** | ***-0,5*** | ***0,0*** |

**-Fatturato e ordinativi dell'industria (settembre 2015)**

A settembre il fatturato dell'industria, al netto della stagionalità, registra una leggera flessione (-0,1%) rispetto ad agosto, sintesi di una variazione positiva (+0,6%) sul mercato interno e di una negativa su quello estero (-1,6%).
Nella media degli ultimi tre mesi, l'indice complessivo diminuisce dell'1,6% rispetto ai tre mesi precedenti (-1,9% per il fatturato interno e -1,0% per quello estero).
Corretto per gli effetti di calendario (i giorni lavorativi sono stati 22 come a settembre 2014), il fatturato totale cala in termini tendenziali del **- 0,9%,** con una flessione del **-0,5%** sul mercato interno e del **-1,4%** su quello estero.
Gli indici destagionalizzati del fatturato segnano incrementi congiunturali per i beni intermedi (+1,0%), e per i beni di consumo (+0,2%), mentre registrano flessioni i beni strumentali (-1,5%) e l'energia (-1,3%).

***Fatturato e ordinativi dell'industria (dati grezzi)***

| | %(set.15/set.14) | %(gen-set.15/gen-set.14) |
|---|---|---|
| **Fatturato totale** | **-0,8** | **1,1** |
| *Interno* | *-0,5* | *0,4* |
| *Estero* | *-1,4* | *2,4* |
| **Ordinativi totali** | **-0,8** | **5,2** |
| *Interni* | *0,4* | *8,5* |
| *Esteri* | *-2,5* | *0,9* |

L'indice grezzo del fatturato cala, in termini tendenziali, del **- 0,8%:** il contributo più ampio a tale flessione viene dalla componente interna dell'energia.
Per il fatturato del comparto manifatturiero l'incremento tendenziale più rilevante si registra nella fabbricazione di mezzi di trasporto (+18,4%), mentre la maggiore diminuzione riguarda la fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati (-17,9%).
Per gli ordinativi totali, si registra una diminuzione congiunturale del 2,0%, con flessioni dell'1,0% degli ordinativi interni e del 3,2% di quelli esteri.
Nel confronto con il mese di settembre 2014, l'indice grezzo degli ordinativi segna un calo dello **-0,8%.** L'incremento più rilevante si registra nella fabbricazione di mezzi di trasporto (+26,4%), mentre la flessione maggiore si osserva nella metallurgia e fabbricazione di prodotti in metallo (-7,9%).

***Fatturato dell'industria per raggruppamenti principali (dati corretti per effetti di calendario)***

| | %(set.15/set.14) | %(gen-set.15/gen-set.14) |
|---|---|---|
| **Beni di consumo** | **-0,5** | **1,2** |
| ***-durevoli*** | *5,7* | *2,8* |
| ***-non durevoli*** | *-1,4* | *0,9* |
| **Beni strumentali** | **4,7** | **5,8** |
| **Beni intermedi** | **-1,0** | **-0,2** |
| **Energia** | **-18,6** | **-15,1** |
| **Totale** | **-0,9** | **0,4** |
| **Totale al netto energia** | **0,8** | **1,9** |

**- Produzione nelle costruzioni (settembre 2015)**

Nel mese di settembre 2015 l'indice destagionalizzato della produzione nelle costruzioni ha registrato, rispetto al mese precedente, una riduzione del -0,3%. Nella media del trimestre luglio-settembre 2015 l'indice è diminuito del - 0,4% rispetto ai tre mesi precedenti.

L'indice corretto per gli effetti di calendario a settembre 2015 è aumentato in termini tendenziali del **+0,4%** (i giorni lavorativi sono stati 22 come a settembre 2014). Nella media dei primi nove mesi dell'anno si rileva una diminuzione pari al **-2,0%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Nel contempo si fa notare come le variazioni tendenziali di periodo siano peggiorate nei primi quattro-cinque mesi (sino a -2,6%) per poi migliorare progressivamente (sino al -2,0% di settembre) disegnando una promettente tendenza ascendente.

A settembre 2015 l'indice grezzo ha segnato un aumento tendenziale dello 0,4% rispetto allo stesso mese del 2014. Nella media del periodo gennaio-settembre 2015 si registra una caduta dell'1,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

**- Commercio con l'estero (settembre 2015)**

A settembre 2015 le esportazioni (+1,6%) e le importazioni (+1,1%) sono in aumento congiunturale. Il surplus commerciale è di 2,2 miliardi (+1,9 miliardi a settembre 2014).

La crescita congiunturale dell'export, la prima dopo tre mesi di consecutiva flessione e in linea con l'incremento dei livelli di attività (+0,2% la variazione mensile della produzione industriale), è imputabile all'aumento delle vendite verso i mercati extra Ue (+5,2%), mentre verso l'area Ue si registra una contenuta flessione (-1,1%).

L'incremento congiunturale dell'import interessa entrambe le aree di interscambio (+1,3% per l'extra Ue e +0,9% per l'Ue) ed è particolarmente accentuato per l'energia (+3,8%) e i beni strumentali (+1,6%).

Nonostante il recupero registrato a settembre, nel terzo trimestre 2015 la diminuzione congiunturale dell'export e' rilevante (-2,3%), diffusa a tutti i principali raggruppamenti di prodotti e più marcata per l'area extra Ue (-4,2%) rispetto a quella Ue (-0,7%). Nello stesso periodo, si registra una contenuta riduzione della competitività dell'Italia rispetto ai principali partner europei: la quota nazionale sull'export dell'area Uem è in lieve diminuzione (-0,3 punti percentuali) rispetto al trimestre precedente, mentre è invariata per lo stesso trimestre del 2014.

***-Esportazioni, Importazioni e saldi bilancia commerciale. (dati grezzi)***

| Paesi | Export | Import | Saldi | Export | Import | Saldi |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | %(set.15/set.14) | %(set.15/set.14) | %(set.15/set.14) | %(gen-set./ gen-set. 14) | %(gen-set./ gen-set. 14) | %(gen-set./ gen-set. 14) |
| **Paesi Ue** | **4,1** | **2,4** | **760** | **3,7** | **6,2** | **9.030** |
| **Paesi extra Ue** | **-2,0** | **-1,8** | **1.426** | **-4.7** | **0,3** | **20.913** |
| **Mondo** | **1,4** | **0,7** | **2.188** | **4,2** | **3,7** | **29.943** |

A settembre 2015 i mercati che manifestano una crescita dell'export particolarmente sostenuta sono: Stati Uniti (+18,4%), Belgio (+16,1%), Spagna (+12,2%) e Polonia (+11,6%). In rilevante espansione le vendite di autoveicoli (+30,4%), di articoli sportivi, giochi, strumenti musicali, preziosi, strumenti medici (+8,7%) e di computer, apparecchi elettronici e ottici (+8,6%). In particolare, un forte stimolo alla crescita dell'export proviene dalle vendite di articoli farmaceutici in Belgio e di autoveicoli negli Stati Uniti.

Nei primi nove mesi dell'anno l'attivo raggiunge i 30,0 miliardi (+56,1 miliardi al netto dell'energia). Le esportazioni nazionali registrano un ampio incremento tendenziale (+4,2%), sostenuto anche per l'import (+3,7%), specie se al netto dell'energia (+8,3%).

Nello stesso periodo, l'espansione verso l'area Ue (+3,7%) si associa a una quota nazionale sugli scambi intra Ue in lieve diminuzione (-0,1 punti percentuali) mentre è in espansione per la Germania (+0,8 punti) e declina per la Francia (-0,3 punti). L'incremento delle esportazioni italiane verso i paesi extra Ue (+4,7%) si associa a una quota nazionale stabile rispetto a quest'area che risulta invece in aumento per Germania (+0,8% punti) e Francia (+0,6 punti).

***-Esportazioni, Importazioni e Saldi bilancia commerciale secondo tipologia di beni (dati grezzi)***

| Tipologia beni | Export | Import | Saldi | Export | Import | Saldi |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | %(set.15/set.14) | %(set.15/set.14) | %(set.15/set.14) | %(gen-set./ gen-set. 14) | %(gen-set./ gen-set. 14) | %(gen-set./ gen-set. 14) |
| **Beni consume** | **4,0** | **4,0** | **1.834** | **5,2** | **6,7** | **16.747** |
| *- durevoli* | *9,2* | *11,4* | *931* | *7,3* | *17,9* | *8.936* |
| *- non durevoli* | *2,9* | *3,0* | *903* | *4,7* | *5,4* | *7.810* |
| **Strumentali** | **3,4** | **9,3** | **3.647** | **6,7** | **15,4** | **36.635** |
| **Intermedi** | **-0,5** | **3,4** | **-610** | **2,1** | **5,1** | **2.671** |
| **Energia** | **-21,4** | **-25,0** | **-2.685** | **-9,4** | **-19,3** | **-26.110** |
| **Totale** | **1,4** | **-0,7** | **2.186** | **4,7** | **8,3** | **29.943** |
| **Totale al netto dell'energia** | **2,3** | **5,1** | **4.871** | **4,2** | **3,7** | **56.053** |

**-Prezzi alla produzione dei servizi ( 3° trimestre 2015)**

Nel terzo trimestre del 2015 l'indice destagionalizzato del fatturato dei servizi (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) aumenta del + 0,1% rispetto al secondo trimestre 2015, mostrando segni di rallentamento della crescita rispetto a quanto registrato nei precedenti quattro trimestri.

La variazione congiunturale è positiva per il trasporto aereo (+0,8%). Variazioni congiunturali negative si registrano invece per i servizi di informazione e comunicazione (-1,2%), per il commercio all'ingrosso (-0,3%), per il trasporto marittimo e per vie d'acqua (-0,3%), per la manutenzione e riparazione di autoveicoli (-0,2%) e per i servizi postali e attività di corriere (-0,2%).

Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente nel terzo trimestre del 2015 l'indice generale del fatturato dei servizi registra un aumento del **+ 2,1%.**

Nei confronti del terzo trimestre del 2014 l'indice del fatturato aumenta del **+4,3%** per i servizi di alloggio e ristorazione, del **+2,8%** per il commercio all'ingrosso, commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli, del **+ 1,8%** per le attività di noleggio, agenzie di viaggio e servizi di supporto alle imprese e del **+ 1,5%** per i servizi di trasporto e magazzinaggio. Si registrano diminuzioni per i servizi d'informazione e comunicazione **(-0,7%)** e per le attività professionali, scientifiche e tecniche **(-0,2%).**

**-Prezzi all'importazione dei prodotti industriali (settembre 2015)**

Nel mese di settembre 2015 l'indice dei prezzi all'importazione dei prodotti industriali diminuisce del -0,4% rispetto al mese precedente e del **-6,1%** nei confronti di settembre 2014.

Prosegue la diminuzione dei prezzi dei beni importati, influenzata in gran parte dalla flessione dei beni energetici: infatti, al netto del comparto energetico l'indice diminuisce del -0,3% rispetto al mese precedente e aumenta del -0,5% in termini tendenziali.

I prezzi dei beni importati presentano, rispetto al mese precedente, una variazione negativa del - 0,3% per l'area euro e del -0,5% per l'area non euro. In termini tendenziali si registra una variazione negativa del **-0,2%** per l'area euro e del **-10,5%** per quella non euro, la variazione dell'indice totale riflette in gran parte il peso elevato che hanno i prodotti energetici nelle importazioni dai paesi extra-europei.

Riguardo ai contributi settoriali alla dinamica tendenziale dell'indice generale, per l'area euro quello più rilevante deriva dai beni intermedi (-0,8 punti percentuali). Per l'area non euro il contributo più ampio proviene dall'energia (-11,2 punti percentuali).

Il settore di attività economica per il quale si rileva l'aumento tendenziale dei prezzi più marcato è per l'area euro quello della fabbricazione di mezzi di trasporto (+3,1%) e per l'area non euro quello della fabbricazione di apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche (+4,8%).

***Prezzi all'importazione dei prodotti industriali (settembre 2015)***

| | %(set.15/set.14) | %(gen-set.15/gen-set.14) |
|---|---|---|
| **TOTALE** | **-6,1** | **-4,7** |
| **Area euro** | -0,2 | 0,0 |
| **Area non euro** | -10,5 | -8,0 |

**-Prezzi al consumo (ottobre 2015)**

Nel mese di ottobre 2015 l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), al lordo dei tabacchi, aumenta del **+ 0,2%** rispetto al mese precedente e del **+ 0,3%** nei confronti di ottobre 2014, con un'accelerazione di un decimo di punto percentuale rispetto al valore registrato a settembre (+0,2%). Si conferma la stima preliminare

Il lieve rialzo dell'inflazione è principalmente imputabile all'accelerazione della crescita tendenziale dei prezzi degli Alimentari non lavorati (+4,1%, da +3,3% di settembre) e dei Servizi ricreativi, culturali e per la cura della persona (+1,4%, da +1,1% del mese precedente). Questi aumenti sono in parte bilanciati dall'accentuazione della flessione dei prezzi degli Energetici regolamentati (-2,0%, da -1,1% di settembre), dovuta a quella del Gas naturale (-3,2%, da -0,5% di settembre).

Al netto degli alimentari non lavorati e dei beni energetici, l'"inflazione di fondo" è stabile a +0,8%; al netto dei soli beni energetici si attesta a +1,0% (da +0,9% del mese precedente).

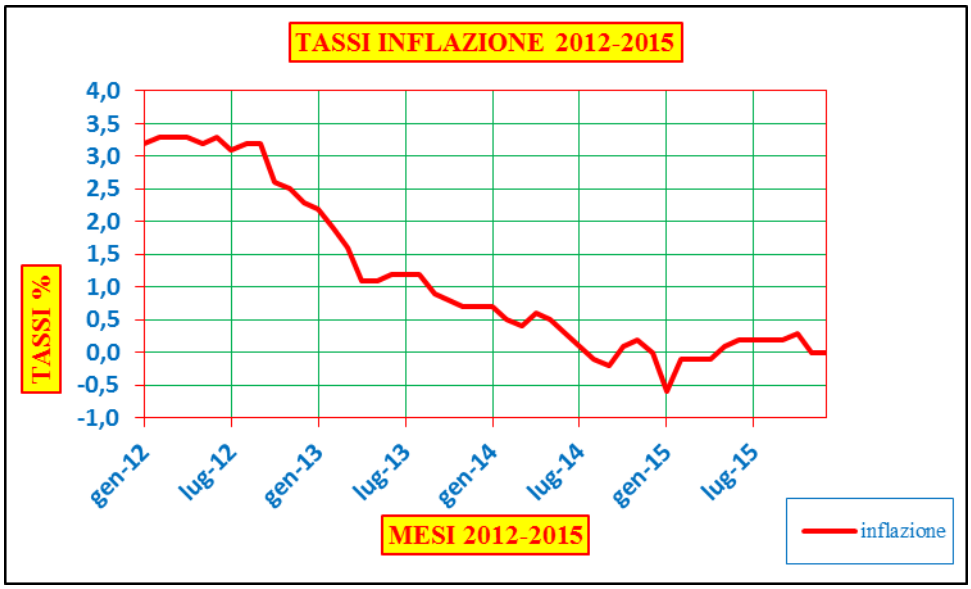
Il rialzo mensile dell'indice generale è da ascrivere principalmente agli aumenti dei prezzi dell'Energia elettrica (+2,9%), del Gas naturale (+1,9%) e degli Alimentari non lavorati (+0,7%); a mitigare gli effetti di questi aumenti sono i cali congiunturali dei prezzi degli Energetici non regolamentati (-0,8%) e dei Servizi relativi ai trasporti (-0,7%).

L'inflazione acquisita per il 2015 è stabile a +0,1%.

Rispetto a ottobre 2014, i prezzi dei beni fanno registrare una flessione pari a -0,4% (era -0,5% a settembre), mentre il tasso di crescita dei prezzi dei servizi sale a +1,0% (da +0,9% di settembre). Di conseguenza, rispetto a settembre 2015, il differenziale inflazionistico tra servizi e beni non varia.

I prezzi dei beni alimentari, per la cura della casa e della persona aumentano dello 0,3% su base mensile e dell'1,5% su base annua (in accelerazione dal +1,2% di settembre).

I prezzi dei prodotti ad alta frequenza di acquisto aumentano dello 0,1% in termini congiunturali e registrano una flessione tendenziale pari a -0,1% (da -0,3% di settembre).




.

***Variazioni % degli indici mensili dei prezzi uguali o migliori della media (+0,3%)***

Bevande alcoliche e tabacchi (+2,9%); Servizi ricettivi e di ristorazione (+2,1%); Prodotti alimentari e bevande analcoliche (+1,9%); Istruzione (+1,3%); Servizi sanitari e spese per la salute (+0,5%); Abbigliamento e calzature (+0,4%); Mobili, articoli e servizi per la casa (+0,3%); Ricreazione, spettacolo e cultura (+0,3%); Altri beni e servizi (+0,4%).

***Variazioni % degli indici mensili dei prezzi peggiori della media (+0,3%)***

Trasporti (-3,3%); Abitazione, acqua, elettricità e combustibili (-0,4%);. Comunicazioni (0,1%);

**-Commercio al dettaglio (settembre 2015).**

A settembre 2015 l'indice destagionalizzato del valore delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) diminuisce del - 0,1% rispetto ad agosto 2015. Nella media del trimestre luglio-settembre 2015, il valore delle vendite registra una crescita del + 0,2% rispetto al trimestre precedente.

L'indice grezzo del valore del totale delle vendite aumenta del **+ 1,5%** rispetto a settembre 2014.

Nei primi nove mesi del 2015, il valore delle vendite segna un aumento tendenziale del **+ 0,9%.**

Con riferimento allo stesso periodo, il valore delle vendite mostra variazioni positive sia per gli alimentari sia per i non alimentari (rispettivamente, +1,5% e +0,5%).

L'indice in volume delle vendite al dettaglio (depurato dall'effetto dovuto alla dinamica dei prezzi al consumo) registra variazioni negative dello 0,2% rispetto ad agosto 2015 e variazioni positive del **+ 0,8%** rispetto a settembre 2014. Nel trimestre luglio-settembre 2015 l'indice aumenta dello 0,3% rispetto ai tre mesi precedenti.

.

| Forma Distributiva | %(set. 15/set. 14) | %(gen-set. 2015/gen-set. 2014) |
|---|---|---|
| **Grande Distribuzione** | **3,1** | **1,8** |
| -Alimentari | 3,2 | 2,1 |
| . Non alimentari | 2,9 | 1,8 |
| **-Piccole superfici** | **0,0** | **-0,1** |
| -Alimentari | -0,2 | -0,6 |
| -Non alimentari | 0,1 | 0,0 |
| **TOTALE** | **1,5** | **0,9** |

**- Occupati e disoccupati (dati provvisori, settembre 2015).**

Dopo la crescita registrata negli ultimi tre mesi (+0,7%, pari a +166 mila occupati tra giugno e agosto), a settembre 2015 la stima degli occupati diminuisce del - 0,2% (-36 mila). Il calo riguarda sia i dipendenti (-26 mila) sia gli indipendenti (-10 mila). Il tasso di occupazione diminuisce di- 0,1 punti percentuali, arrivando al 56,5%. Su base annua l'occupazione cresce dello 0,9% (+192 mila persone occupate) e il tasso di occupazione di 0,6 punti.

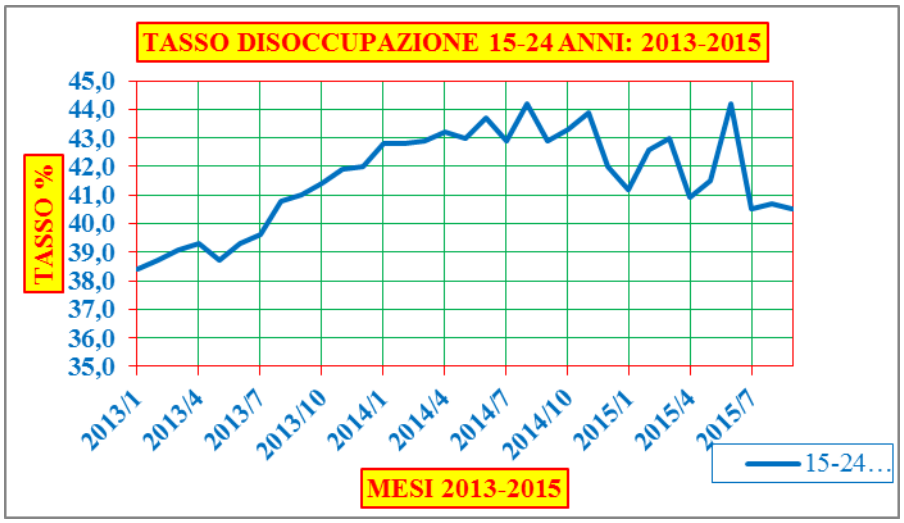
La stima dei disoccupati a settembre diminuisce del - 1,1% (-35 mila). Il tasso di disoccupazione, pari all'**11,8%,** cala di 0,1 punti percentuali, proseguendo il calo di luglio (-0,5 punti) e agosto (-0,1 punti). Nei dodici mesi la disoccupazione diminuisce del - 8,1% (-264 mila persone in cerca di lavoro) e il tasso di disoccupazione di 1,0 punti.

Dopo la crescita di luglio (+0,6%) e il calo di agosto (-0,6%), la stima degli inattivi tra i 15 e i 64 anni aumenta nell'ultimo mese dello 0,4% (+53 mila persone inattive). Il tasso di inattività, è pari al 35,8%, in aumento di 0,2 punti percentuali. Su base annua l'inattività è in calo dello 0,3% (-39 mila persone inattive) e il tasso di inattività rimane invariato.

Rispetto ai tre mesi precedenti, nel periodo luglio-settembre 2015 il tasso di occupazione cresce (+0,2 punti percentuali), mentre calano il tasso di disoccupazione (-0,2 punti) e il tasso di inattività (-0,1 punti).

| TASSI | Valori percentuali | set.15/ago.15 | %(lug-set.15/apr-giu.15) |
|---|---|---|---|
| **di occupazione 15-64 anni** | **56,5** | -0,1 | 0,2 |
| **di disoccupazione** | **11,8** | -0,1 | -0,2 |
| **di disoccupazione 15-24 anni** | **40,5** | -0,2 | -0,6 |
| **di inattività 15-64 anni** | **35,8** | 0,2 | -0,1 |




**-Contratti collettivi e retribuzioni contrattuali (ottobre 2015)**

Alla fine di ottobre 2015 i contratti collettivi nazionali di lavoro in vigore per la parte economica riguardano il 62,0% degli occupati dipendenti e corrispondono al 59,0% del monte retributivo osservato.

Nel mese di ottobre l'indice delle retribuzioni contrattuali orarie aumenta del +0,1% rispetto al mese precedente mentre aumenta del **+ 1,2%** nei confronti di ottobre 2014. Complessivamente, nei primi dieci mesi del 2015 la retribuzione oraria media è cresciuta del **+ 1,1%** rispetto al corrispondente periodo del 2014.

| RETRIBUZIONI | %(ott. 2015/ ott 2014) | %(gen-ott.2015/ gen-ott.2014) |
|---|---|---|
| Orarie | 1,2 | 1,1 |
| Per dipendente | 1,2 | 1,1 |

Con riferimento ai principali macrosettori, a ottobre le retribuzioni contrattuali orarie registrano un incremento tendenziale del **+1,7%** per i dipendenti del settore privato e una **variazione nulla** per quelli della pubblica amministrazione.

I settori che a ottobre presentano gli incrementi tendenziali maggiori sono: tessili, abbigliamento e lavorazioni pelli (+4,5%); agricoltura (+3,9%); energia e petroli (+3,5%). Si registrano variazioni nulle nei settori del credito e assicurazioni, delle telecomunicazioni e in tutti i comparti della pubblica amministrazione.

Tra i contratti monitorati dall'indagine, nel mese di ottobre non sono stati recepiti nuovi accordi e nessuno è scaduto.

Alla fine di ottobre la quota dei dipendenti in attesa di rinnovo è del 38,0% nel totale dell'economia e del 19,9% nel settore privato. L'attesa del rinnovo per i lavoratori con il contratto scaduto è in media di 58,3 mesi per l'insieme dei settori e di 41,0 mesi per quelli del settore privato.

## IL CLIMA DI FIDUCIA

### - Clima di fiducia dei consumatori e delle imprese (ottobre 2015)

L'indice del clima di fiducia dei consumatori, espresso in base 2010=100, **aumenta** a ottobre 2015 a 116,9 da 113,0 del mese precedente. L'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (Iesi, Istat economic sentiment indicator) in base 2010=100, sale passando a 107,5 da 106,1 di settembre.
Tutte le stime delle componenti del clima di fiducia dei consumatori **aumentano**, con un incremento più marcato per quella economica (a 153,0 da 143,9) e più lieve per quella personale (a 103,9 da 103,6), quella corrente (a 109,3 da 108,0) e quella futura (a 127,1 da 122,3).
**Migliorano** le stime sia dei giudizi sia delle attese sull'attuale situazione economica del Paese (a -32 da -46 e a 27 da 15, i rispettivi saldi). I giudizi sui prezzi relativi ai passati 12 mesi restano al livello dello scorso mese (a -19 il saldo). Il saldo relativo alle attese sui prezzi nei prossimi 12 mesi passa a -23 da -18. **Diminuiscono** le attese di disoccupazione (a -2 da 6).
Riguardo le imprese, **cresce** il clima di fiducia dei servizi di mercato (a 113,1 da 112,2), quello della manifattura (a 105,9 da 104,4) e quello del commercio al dettaglio (a 116,6 da 109,2), ma **scende** quello delle costruzioni (a 119,8 da 123,3).
Nelle imprese manifatturiere **migliorano** sia i giudizi sugli ordini (a -9 da -11 il saldo) sia le attese sulla produzione (a 14 da 12), invece i giudizi sulle scorte rimangono stabili (a 3). Nelle costruzioni **peggiorano** i giudizi sugli ordini e/o piani di costruzione (a -35 da -30, il saldo) mentre le attese sull'occupazione rimangono stabili a -7.
Nelle imprese dei servizi **migliorano** le attese sull'andamento generale dell'economia, il cui saldo sale a 27 da 17; si riducono, invece, sia i giudizi sia le attese sul livello degli ordini (a 7 da 9 e a 4 da 9, i rispettivi saldi). Nel commercio al dettaglio **miglioran**o sia i giudizi sulle vendite correnti (a 24 da 16), sia le attese sulle vendite future (a 41 da 29) e in diminuzione sono giudicate le giacenze di magazzino (a 7 da 10).

## 8) APPENDICE DI DOCUMENTAZIONE: indici della produzione dei beni di consumo e investimenti pubblicitari

**Tav. A = Indici mensili della produzione industriale dei beni di consumo: 2007-2015**

| mesi | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen | 98,9 | 101,2 | 92,2 | 92,8 | 88,0 | 85,1 | 86,7 | 86,0 | 84,6 |
| feb | 109,0 | 109,5 | 99,4 | 98,8 | 97,6 | 91,1 | 91,4 | 92,3 | 91,1 |
| mar | 116,4 | 115,0 | 99,5 | 106,0 | 107,1 | 102,3 | 96,4 | 95,3 | 97,7 |
| apr | 100,8 | 103,8 | 90,0 | 92,9 | 97,7 | 88,9 | 83,6 | 85,8 | 84,7 |
| mag | 113,8 | 111,6 | 104,1 | 106,8 | 107,5 | 103,0 | 99,7 | 97,5 | 99,1 |
| giu | 108,9 | 113,6 | 102,6 | 107,4 | 103,8 | 98,3 | 94,9 | 97,7 | 96,3 |
| lug | 117,5 | 117,9 | 111,1 | 115,6 | 112,8 | 108,1 | 104,9 | 104,5 | 106,3 |
| ago | 71,1 | 68,2 | 65,2 | 67,4 | 70,2 | 67,6 | 66,2 | 67,6 | 66,9 |
| set | 116,1 | 111,3 | 106,0 | 109,0 | 102,9 | 103,3 | 99,8 | 97,0 | 97,1 |
| ott | 119,1 | 114,4 | 108,5 | 109,6 | 103,9 | 100,7 | 101,5 | 98,1 | |
| nov | 115,5 | 111,6 | 107,8 | 105,5 | 102,8 | 97,8 | 96,4 | 97,4 | |
| dic | 96,1 | 93,9 | 92,4 | 88,2 | 87,4 | 82,1 | 80,4 | 81,1 | |

**Tav. B = Indici cumulati della produzione industriale dei beni di consumo: 2007-2015**

| mesi | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen | 98,9 | 101,2 | 92,2 | 92,8 | 88,0 | 85,1 | 86,7 | 86,0 | 84,6 |
| feb | 207,9 | 210,7 | 191,6 | 191,6 | 185,6 | 176,2 | 178,1 | 178,3 | 175,7 |
| mar | 324,3 | 325,7 | 291,1 | 297,6 | 292,7 | 278,5 | 274,5 | 273,6 | 273,4 |
| apr | 425,1 | 429,5 | 381,1 | 390,5 | 390,4 | 367,4 | 358,1 | 359,4 | 358,1 |
| mag | 538,9 | 541,1 | 485,2 | 497,3 | 497,9 | 470,4 | 457,8 | 456,9 | 457,2 |
| giu | 647,8 | 654,7 | 587,8 | 604,7 | 601,7 | 568,7 | 552,7 | 554,6 | 553,5 |
| lug | 765,3 | 772,6 | 698,9 | 720,3 | 714,5 | 676,8 | 657,6 | 659,1 | 659,8 |
| ago | 836,4 | 840,8 | 764,1 | 787,7 | 784,7 | 744,4 | 723,8 | 726,7 | 726,7 |
| set | 952,5 | 952,1 | 870,1 | 896,7 | 887,6 | 847,7 | 823,6 | 823,7 | 823,8 |
| ott | 1.071,6 | 1.066,5 | 978,6 | 1.006,3 | 991,5 | 948,4 | 925,1 | 921,8 | |
| nov | 1.187,1 | 1.178,1 | 1.086,4 | 1.111,8 | 1.094,3 | 1.046,2 | 1.021,5 | 1.019,2 | |
| dic | 1.283,2 | 1.272,0 | 1.178,8 | 1.200,0 | 1.181,7 | 1.128,3 | 1.101,9 | 1.100,3 | |

**Tav. C = Investimenti pubblicitari mensili (000 euro): 2008-2015**

| mesi | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen | 599.663 | 486.008 | 507.643 | 509.457 | 490.017 | 414.272 | 419.249 | 403.746 |
| feb | 743.744 | 591.179 | 636.718 | 627.060 | 602.368 | 498.712 | 496.170 | 476.318 |
| mar | 911.535 | 753.429 | 822.466 | 788.315 | 726.097 | 563.550 | 582.462 | 578.701 |
| apr | 813.839 | 673.769 | 709.086 | 716.566 | 646.349 | 528.086 | 516.930 | 499.477 |
| mag | 950.442 | 801.414 | 835.559 | 809.612 | 698.714 | 627.591 | 611.360 | 636.109 |
| giu | 750.610 | 637.640 | 752.199 | 631.030 | 584.169 | 488.932 | 570.866 | 484.880 |
| lug | 457.976 | 399.352 | 453.721 | 420.558 | 353.381 | 336.599 | 357.406 | 341.006 |
| ago | 288.274 | 240.288 | 251.495 | 252.410 | 209.043 | 186.606 | 169.855 | 183.973 |
| set | 702.674 | 616.375 | 636.432 | 677.892 | 532.935 | 502.959 | 495.080 | 514.778 |
| ott | 900.265 | 789.820 | 825.596 | 829.917 | 659.397 | 620.814 | 602.217 | |
| nov | 797.260 | 766.164 | 833.080 | 797.887 | 616.695 | 580.077 | 621.662 | |
| dic | 654.090 | 650.539 | 680.963 | 661.591 | 550.029 | 537.487 | 543.998 | |

**Tav. D = Investimenti pubblicitari cumulati (000 euro): 2008-2015**

| mesi | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| gen | 599.663 | 486.008 | 507.643 | 509.457 | 490.017 | 414.272 | 419.249 | 403.746 |
| feb | 1.343.407 | 1.077.187 | 1.144.361 | 1.136.517 | 1.092.385 | 912.984 | 915.419 | 880.064 |
| mar | 2.254.942 | 1.830.616 | 1.966.827 | 1.924.832 | 1.818.482 | 1.476.534 | 1.497.881 | 1.458.765 |
| apr | 3.068.781 | 2.504.385 | 2.675.913 | 2.641.398 | 2.464.831 | 2.004.620 | 2.014.811 | 1.958.242 |
| mag | 4.019.223 | 3.305.799 | 3.511.472 | 3.451.010 | 3.163.545 | 2.632.211 | 2.626.170 | 2.594.351 |
| giu | 4.769.833 | 3.943.439 | 4.263.671 | 4.082.040 | 3.747.714 | 3.121.143 | 3.197.036 | 3.079.230 |
| lug | 5.227.809 | 4.342.791 | 4.717.392 | 4.502.598 | 4.101.095 | 3.457.742 | 3.554.443 | 3.420.237 |
| ago | 5.516.083 | 4.583.079 | 4.968.887 | 4.755.008 | 4.310.138 | 3.644.348 | 3.724.297 | 3.604.210 |
| set | 6.218.757 | 5.199.454 | 5.605.319 | 5.432.900 | 4.843.073 | 4.147.307 | 4.219.377 | 4.118.987 |
| ott | 7.119.022 | 5.989.274 | 6.430.915 | 6.262.817 | 5.502.470 | 4.768.121 | 4.821.593 | |
| nov | 7.916.282 | 6.755.438 | 7.263.995 | 7.060.704 | 6.119.165 | 5.348.198 | 5.443.255 | |
| dic | 8.570.372 | 7.405.977 | 7.944.958 | 7.722.295 | 6.669.194 | 5.885.685 | 5.987.254 | |

==========