

Agosto 2011

COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ Ad agosto 2011 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) ha segnato una variazione nulla rispetto a luglio 2011. Nella media del trimestre giugno-agosto 2011 l'indice è diminuito dello 0,4% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con luglio 2011, le vendite di prodotti alimentari aumentano dello 0,3% e quelle di prodotti non alimentari diminuiscono dello 0,1%.

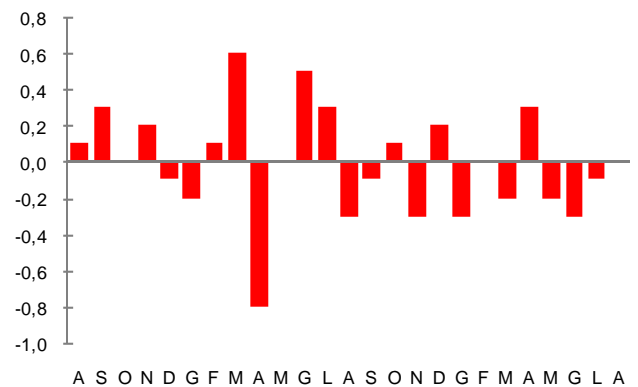
■ Rispetto ad agosto 2010, l'indice grezzo del totale delle vendite segna un calo dello 0,3%. Le vendite di prodotti alimentari aumentano dell'1,6%, mentre quelle di prodotti non alimentari scendono dell'1,2%.

■ Nel confronto con il mese di agosto 2010, le vendite della grande distribuzione crescono dello 0,5%, quelle delle imprese operanti su piccole superfici diminuiscono dello 0,9%.

■ Nei primi otto mesi del 2011, rispetto allo stesso periodo del 2010, l'indice grezzo diminuisce dello 0,7%. Le vendite di prodotti alimentari segnano un incremento dello 0,1% e quelle di prodotti non alimentari una diminuzione dell'1,0%.

COMMERCIO AL DETTAGLIO

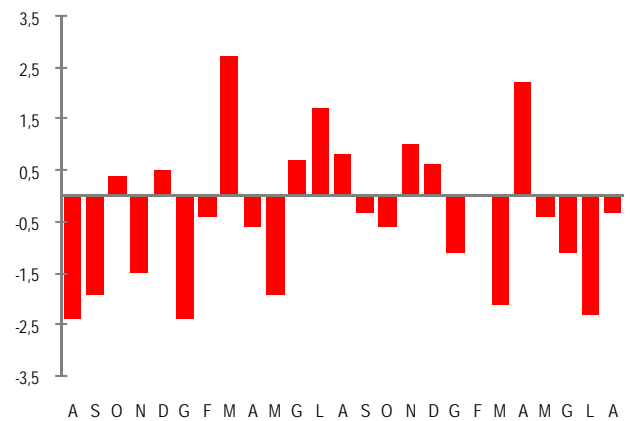
Agosto 2009 - agosto 2011, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

COMMERCIO AL DETTAGLIO

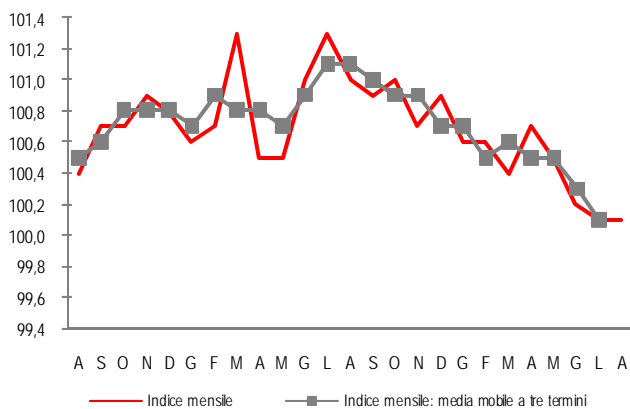
Agosto 2009 - agosto 2011, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Agosto 2009 - agosto 2011, indice destagionalizzato e media mobile (base 2005 =100)



■ Prossima diffusione: 25 novembre 2011

PROSPETTO 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER SETTORE MERCEOLOGICO E FORMA DISTRIBUTIVA

Agosto 2011 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	<u>Ago 11</u> Lug 11	<u>Giu-Ago 11</u> Mar-Mag 11	<u>Ago 11</u> Ago 10	<u>Gen-Ago 11</u> Gen-Ago 10
Alimentari	+0,3	0,0	+1,6	+0,1
Grande distribuzione			+2,6	+0,5
Imprese operanti su piccole superfici			-0,3	-0,8
Non alimentari	-0,1	-0,5	-1,2	-1,0
Grande distribuzione			-1,4	-1,3
Imprese operanti su piccole superfici			-1,1	-0,9
Totale	0,0	-0,4	-0,3	-0,7
Grande distribuzione			+0,5	-0,4
Imprese operanti su piccole superfici			-0,9	-0,8

(a) Dati provvisori

Forma distributiva e tipologia di esercizio

Nel confronto con il mese di agosto 2010 (Prospetto 1) si registra un aumento dello 0,5% per le vendite della grande distribuzione e una flessione dello 0,9% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici. Nella grande distribuzione, le vendite crescono del 2,6% per i prodotti alimentari e diminuiscono dell'1,4% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici, le vendite segnano un calo in entrambi i settori merceologici: -0,3% per i prodotti alimentari e -1,1% per quelli non alimentari.

Nel mese di agosto 2011, tra le tipologie di imprese della grande distribuzione (Prospetto 2), si rileva un aumento tendenziale dello 0,4% per gli esercizi non specializzati e dell'1,1% per quelli specializzati. All'interno dei primi, gli esercizi a prevalenza alimentare aumentano dell'1,4%, mentre quelli a prevalenza non alimentare diminuiscono del 4,7%.

Tra gli esercizi a prevalenza alimentare, i discount registrano l'aumento più sostenuto (+3,5%), mentre gli ipermercati segnano una flessione dello 0,9%.

Nella media del periodo gennaio-agosto 2011, le vendite degli esercizi non specializzati diminuiscono, in termini tendenziali, dello 0,9%, quelle degli esercizi specializzati aumentano dell'1,8%.

PROSPETTO 2. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

Agosto 2011 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Tipologie di esercizio	<u>Ago 11</u> Ago 10	<u>Gen-Ago 11</u> Gen-Ago 10
Esercizi non specializzati	+0,4	-0,9
A prevalenza alimentare	+1,4	-0,6
Ipermercati	-0,9	-2,3
Supermercati	+2,8	+0,4
Discount di alimentari	+3,5	+1,3
A prevalenza non alimentare	-4,7	-1,6
Esercizi specializzati	+1,1	+1,8
Grande distribuzione	+0,5	-0,4

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di agosto 2011 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, dell'1,3% nelle imprese fino a 5 addetti, mentre aumenta dello 0,2% sia nelle imprese da 6 a 49 addetti, sia in quelle con almeno 50 addetti.

Nel confronto tendenziale relativo ai primi otto mesi dell'anno, il valore delle vendite diminuisce, dell'1,0% nelle imprese fino a 5 addetti, dello 0,9% in quelle da 6 a 49 addetti e dello 0,3% nelle imprese con almeno 50 addetti.

PROSPETTO 3. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER CLASSE DI ADDETTI

Agosto 2011 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Classi di addetti	<u>Ago 11</u> Ago 10	<u>Gen-Ago11</u> Gen-ago10
Fino a 5 addetti	-1,3	-1,0
Da 6 a 49 addetti	+0,2	-0,9
Almeno 50 addetti	+0,2	-0,3
Totale	-0,3	-0,7

(a) Dati provvisori

Prodotti non alimentari

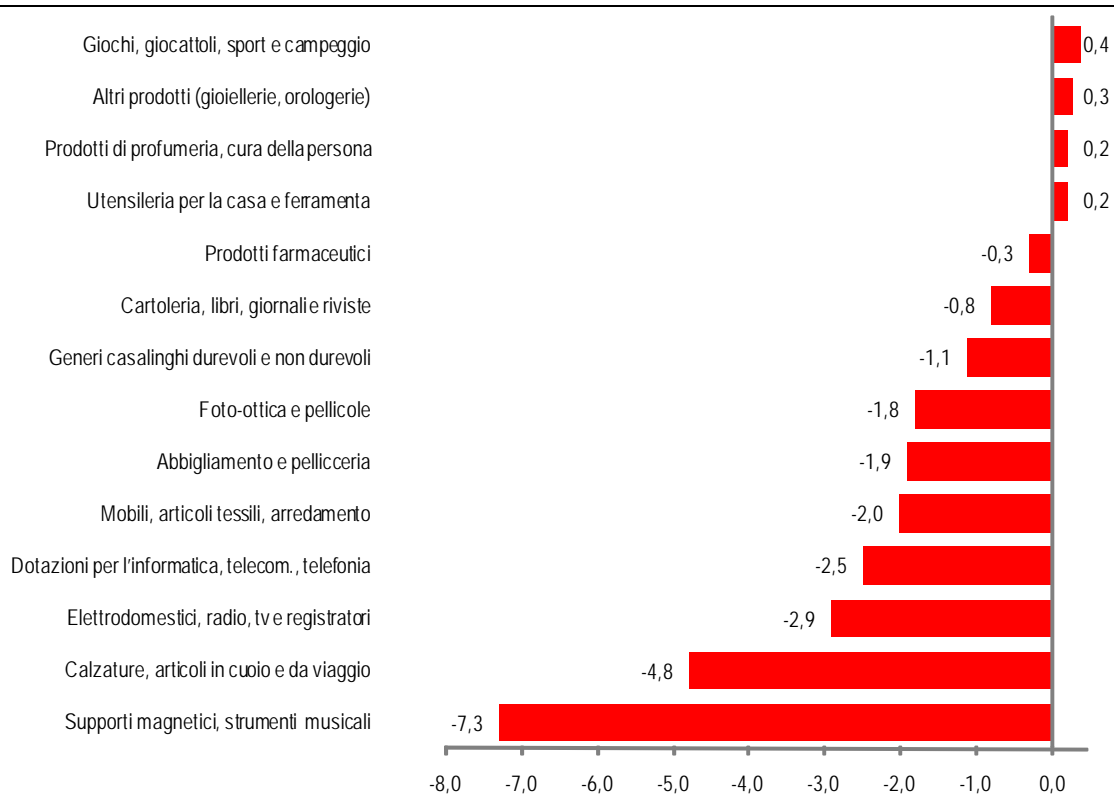
Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), ad agosto 2011 le variazioni negative di maggiore entità riguardano i gruppi Supporti magnetici, strumenti musicali (-7,3%) e Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-4,8%). I gruppi che registrano gli aumenti maggiori sono Giochi, giocattoli, sport e campeggio (+0,4%) e Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (+0,3%)

PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

Agosto 2011 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Gruppi di prodotti	<u>Ago 11</u> Ago 10	<u>Gen-Ago 11</u> Gen-Ago 10
Alimentari	+1,6	+0,1
Non alimentari	-1,2	-1,0
Prodotti farmaceutici	-0,3	-0,4
Abbigliamento e pellicceria	-1,9	-0,8
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-4,8	-0,7
Mobili, articoli tessili, arredamento	-2,0	-1,4
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-2,9	-3,8
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-2,5	-0,9
Foto-ottica e pellicole	-1,8	-1,2
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-1,1	-1,1
Utensileria per la casa e ferramenta	+0,2	-0,2
Prodotti di profumeria, cura della persona	+0,2	+0,3
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-0,8	-1,4
Supporti magnetici, strumenti musicali	-7,3	-4,5
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	+0,4	-0,6
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	+0,3	-0,4
Totale	-0,3	-0,7

(a) Dati provvisori

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI
 Agosto 2011(a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2005=100)


(a) Dati provvisori

Revisioni

Il seguente prospetto riepiloga le revisioni calcolate come differenza tra i tassi di variazione rilasciati in occasione del comunicato stampa odierno e quelli diffusi nel comunicato precedente. Per le variazioni tendenziali si tratta della revisione corrente che viene effettuata ogni mese; per le variazioni congiunturali, alla revisione corrente si associa la revisione prodotta dalla procedura di destagionalizzazione all'aggiunta di una nuova osservazione.

PROSPETTO 5. COMMERCIO AL DETTAGLIO. REVISIONE DELLE VARIAZIONI PERCENTUALI PER SETTORE MERCEOLOGICO

Luglio 2011, differenze in punti percentuali (indici in base 2005=100)

Vendite di prodotti alimentari		Vendite di prodotti non alimentari		Vendite totali	
Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)
-0,1	0,0	+ 0,2	0,0	+0,1	0,0

(a) Calcolate sugli indici grezzi

(b) Calcolate sugli indici destagionalizzati

Glossario

Grande distribuzione: la definizione di tale aggregato è stata rivista con l'adozione della classificazione Ateco 2007, soprattutto in relazione alla sua articolazione. Rientrano nella grande distribuzione:

- **Le imprese non specializzate a prevalenza alimentare**

Supermercato: Esercizio di vendita al dettaglio operante nel campo alimentare (autonomo o reparto di grande magazzino) organizzato prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di una superficie di vendita normalmente superiore a 400 metri quadrati e di un vasto assortimento di prodotti alimentari, in prevalenza confezionati, nonché articoli del settore non alimentare per l'igiene e la pulizia della casa, della persona e degli animali.

Ipermercato: Esercizio di vendita al dettaglio con superficie di vendita superiore a 2.500 metri quadrati, articolato in reparti (alimentari e non alimentari), ciascuno dei quali avente, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino.

Discount di alimentari: Esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa di superficie medio grande che, attuando una politica di abbattimento dei costi di impianto, di gestione e di servizio, offre in self-service una gamma limitata di prodotti, generalmente non di "marca", a prezzi contenuti rispetto alla media di mercato.

- **Le imprese non specializzate a prevalenza non alimentare**

Grande magazzino ed Esercizio non specializzato di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici: in entrambi i casi si tratta di un esercizio di vendita al dettaglio di prodotti quasi esclusivamente non alimentari, che dispone generalmente di una superficie di vendita superiore a 400 mq e offre un assortimento di prodotti appartenenti a diversi settori merceologici (quali, ad esempio, elettronica di consumo, elettrodomestici, abbigliamento, mobili, articoli per la casa).

- **Le grandi superfici specializzate**

Grandi superfici specializzate: sono definite come imprese commerciali che attuano la vendita, attraverso esercizi in sede fissa, di una tipologia unica o prevalente di prodotti non alimentari, su una superficie di vendita generalmente superiore ai 400 metri quadrati con caratteristiche organizzative proprie della grande distribuzione.

Non grande distribuzione: rientrano nella Non grande distribuzione i *Punti di vendita operanti su piccola superficie* e i *Minimercati*.

Punto di vendita operante su piccola superficie: punto di vendita specializzato, non appartenente alla grande distribuzione, caratterizzato da una superficie inferiore ai 400 metri quadrati.

Minimercato: esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa che attua in prevalenza la vendita di prodotti alimentari, la cui superficie non supera i 400 metri quadrati.

Indice del valore delle vendite al dettaglio: misura la variazione nel tempo del valore delle vendite al dettaglio a prezzi correnti.

Indice destagionalizzato: indice depurato dalla componente stagionale e dagli effetti di calendario (ad esempio: diversa durata e articolazione dei giorni della settimana nei vari mesi).

Variazione congiunturale: variazione percentuale rispetto al mese o al periodo precedente.

Variazione tendenziale: variazione percentuale rispetto allo stesso mese o periodo dell'anno precedente.