

Febbraio 2013

COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A febbraio 2013 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) diminuisce dello 0,2% rispetto al mese di gennaio. Nella media del trimestre dicembre 2012-febbraio 2013 l'indice registra una flessione dello 0,7% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con gennaio 2013, aumentano le vendite di prodotti alimentari (+0,2%) e diminuiscono quelle di prodotti non alimentari (-0,3%).

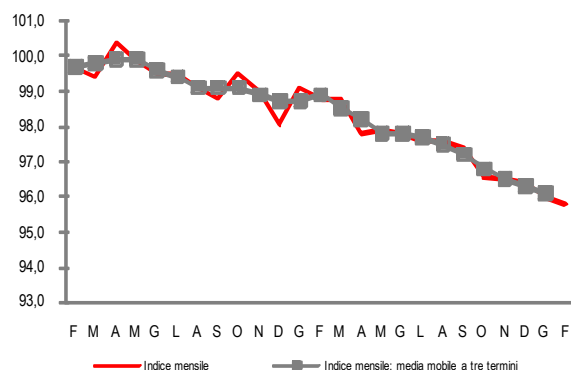
■ Rispetto a febbraio 2012, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una diminuzione del 4,8%, sintesi di un calo del 4,0% delle vendite di prodotti alimentari e del 5,3% di quelle di prodotti non alimentari.

■ Le vendite per forma distributiva mostrano, nel confronto con il mese di febbraio 2012, una diminuzione sia per la grande distribuzione (-3,5%), sia per le imprese operanti su piccole superfici (-6,0%).

■ Nei primi due mesi del 2013 l'indice grezzo diminuisce del 3,8% rispetto allo stesso periodo del 2012. Le vendite di prodotti alimentari segnano una flessione del 2,9% e quelle di prodotti non alimentari del 4,2%.

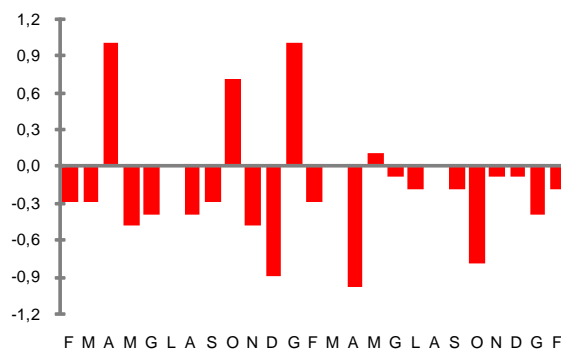
COMMERCIO AL DETTAGLIO

Febbraio 2011 - febbraio 2013, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



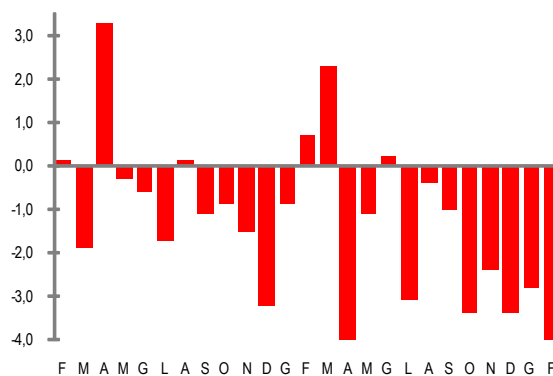
COMMERCIO AL DETTAGLIO

Febbraio 2011 - febbraio 2013, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



COMMERCIO AL DETTAGLIO

Febbraio 2011 - febbraio 2013, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



Prossima diffusione: 23 maggio 2013

congiunturali

tendenziali

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

Febbraio 2013 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Feb 13	Dic 12-Feb13	Feb 13	Gen-Feb 13
	Gen 13	Set 12-Nov12	Feb 12	Gen-Feb12
Alimentari	+0,2	-0,6	-4,0	-2,9
Grande distribuzione			-3,1	-2,4
Imprese operanti su piccole superfici			-6,5	-4,6
Non alimentari	-0,3	-1,1	-5,3	-4,2
Grande distribuzione			-4,2	-3,7
Imprese operanti su piccole superfici			-5,8	-4,3
Totale	-0,2	-0,7	-4,8	-3,8
Grande distribuzione			-3,5	-2,9
Imprese operanti su piccole superfici			-6,0	-4,4

(a) Dati provvisori

Forma distributiva e tipologia di esercizio

Nel confronto con il mese di febbraio 2012 (Prospetto 1) si registra una diminuzione del 3,5% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e del 6,0% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite diminuiscono, in termini tendenziali, del 3,1% per i prodotti alimentari e del 4,2% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo più marcato: -6,5% per i prodotti alimentari e -5,8% per quelli non alimentari.

Nel mese di febbraio 2013, tra le imprese della grande distribuzione (Prospetto 2) si rilevano diminuzioni tendenziali sia per gli esercizi non specializzati (-3,8%), sia per quelli specializzati (-1,8%). Nei primi, le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare diminuiscono del 3,8% e quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare del 3,6%.

Tra gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, si registra una diminuzione marcata delle vendite sia per gli ipermercati (-5,3%), sia per i supermercati (-3,9%); diminuiscono, seppure in misura decisamente più contenuta, anche le vendite per i discount (-0,1%).

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

Febbraio 2013 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Tipologie di esercizio	Feb 13 Feb 12	Gen-Feb 13 Gen-Feb 12
Esercizi non specializzati	-3,8	-3,1
A prevalenza alimentare	-3,8	-3,2
Ipermercati	-5,3	-4,5
Supermercati	-3,9	-3,1
Discount di alimentari	-0,1	-0,2
A prevalenza non alimentare	-3,6	-2,5
Esercizi specializzati	-1,8	-1,8
Grande distribuzione	-3,5	-2,9

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di febbraio 2013 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 6,9% nelle imprese fino a 5 addetti, del 5,2% nelle imprese da 6 a 49 addetti e del 3,3% in quelle con almeno 50 addetti.

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

Febbraio 2013 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Classi di addetti	Feb 13 Feb 12	Gen-Feb 13 Gen-Feb 12
Fino a 5 addetti	-6,9	-4,7
Da 6 a 49 addetti	-5,2	-4,3
Almeno 50 addetti	-3,3	-2,9
Totale	-4,8	-3,8

(a) Dati provvisori

Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a febbraio 2013 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti. Le flessioni di maggiore entità riguardano i gruppi Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali (-7,7%) e Cartoleria, libri, giornali e riviste (-7,4%); quelle più contenute riguardano i gruppi Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (-2,5%) e Prodotti di profumeria, cura della persona (-3,5%).

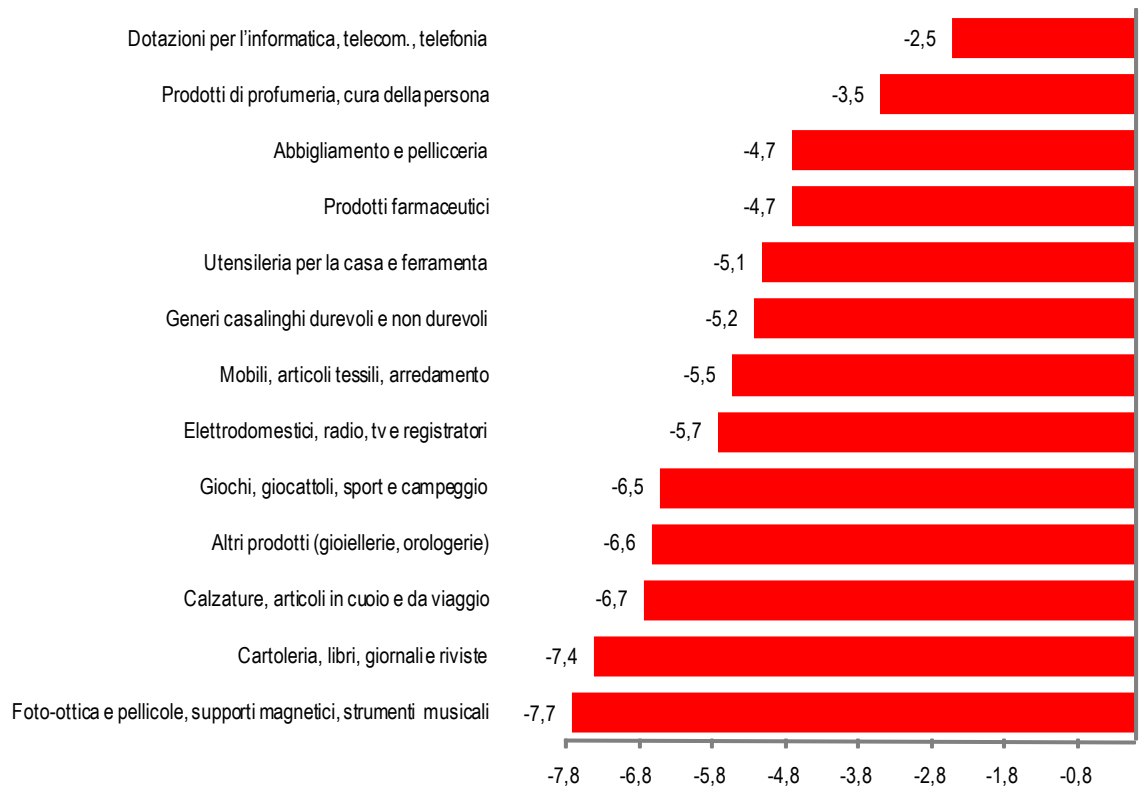
PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

Febbraio 2013 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Gruppi di prodotti	Feb 13 Feb 12	Gen-Feb 13 Gen-Feb 12
Alimentari	-4,0	-2,9
Non alimentari	-5,3	-4,2
Prodotti farmaceutici	-4,7	-3,3
Abbigliamento e pellicceria	-4,7	-4,1
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-6,7	-5,6
Mobili, articoli tessili, arredamento	-5,5	-5,2
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-5,7	-4,4
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-2,5	-1,4
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	-7,7	-5,8
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-5,2	-3,4
Utensileria per la casa e ferramenta	-5,1	-4,0
Prodotti di profumeria, cura della persona	-3,5	-2,8
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-7,4	-5,1
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-6,5	-5,1
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-6,6	-5,3
Totale	-4,8	-3,8

(a) Dati provvisori

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI
Febbraio 2013 (a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010=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 quando i dati divengono definitivi; per le variazioni congiunturali, alla revisione corrente si somma quella che scaturisce dalla procedura di destagionalizzazione ogni volta che si aggiunge una nuova osservazione alla serie storica.

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

Gennaio 2013, differenze in punti percentuali (indici in base 2010=100)

Vendite di prodotti alimentari		Vendite di prodotti non alimentari		Vendite totali	
Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)
+0,4	+0,1	+0,1	0,0	+0,2	+0,1

(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 preconfezionati, 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.