

Gennaio 2013

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A partire dai dati riferiti a gennaio 2013 gli indici delle vendite al dettaglio sono diffusi nella nuova base di riferimento 2010=100; di conseguenza, i dati riferiti agli anni 2010-2012 sono stati rivisti. I dettagli sul passaggio alla nuova base sono illustrati in una specifica nota informativa.

■ A gennaio 2013 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) ha segnato un calo congiunturale dello 0,5%. Nella media del trimestre novembre-gennaio 2013 l'indice è diminuito dello 0,8% rispetto ai tre mesi precedenti.

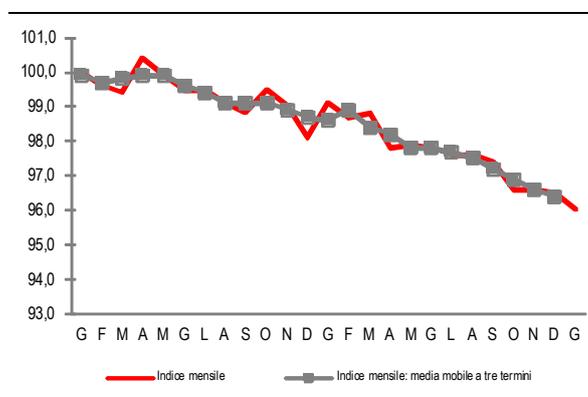
■ Nel confronto con dicembre 2012, diminuiscono sia le vendite dei prodotti alimentari (-0,6%) sia quelle dei prodotti non alimentari (-0,4%).

■ Rispetto a gennaio 2012, l'indice grezzo del totale delle vendite segna un calo del 3,0%, sintesi di un calo del 2,3% delle vendite di prodotti alimentari e del 3,3% di quelle di prodotti non alimentari.

■ Le vendite per forma distributiva mostrano, nel confronto con il mese di gennaio 2012, una diminuzione sia per la grande distribuzione (-2,3%) sia per le imprese operanti su piccole superfici (-3,5%).

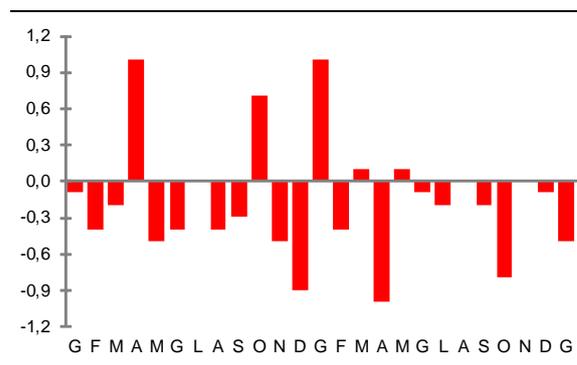
### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Gennaio 2011 - gennaio 2013, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

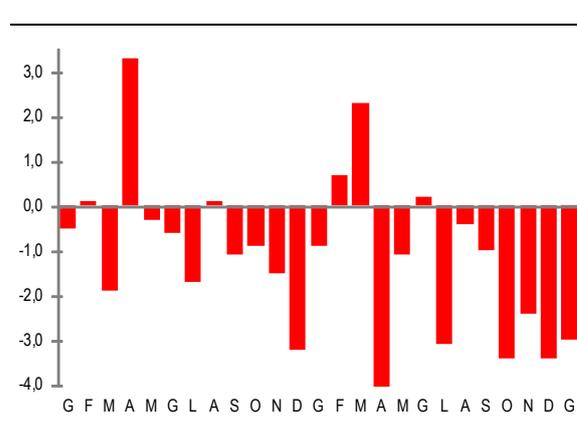
Gennaio 2011 - gennaio 2013, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Gennaio 2011 - gennaio 2013, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

Prossima diffusione: 24 aprile 2013

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

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

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi
	gen 13 dic 12	nov 12-gen13 ago 12-ott12	gen 13 gen 12
<b>Alimentari</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,7</b>	<b>-2,3</b>
Grande distribuzione			-1,5
Imprese operanti su piccole superfici			-4,3
<b>Non alimentari</b>	<b>-0,4</b>	<b>-1,0</b>	<b>-3,3</b>
Grande distribuzione			-3,2
Imprese operanti su piccole superfici			-3,2
<b>Totale</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,8</b>	<b>-3,0</b>
Grande distribuzione			-2,3
Imprese operanti su piccole superfici			-3,5

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di gennaio 2012 (Prospetto 1) si registra una diminuzione del 2,3% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e del 3,5% per le vendite delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite diminuiscono, in termini tendenziali, dell'1,5% per i prodotti alimentari e del 3,2% per quelli non alimentari. Anche nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo in entrambi i settori: -4,3% per i prodotti alimentari e -3,2% per quelli non alimentari.

Nel mese di gennaio 2013, tra le imprese della grande distribuzione (Prospetto 2) si rilevano diminuzioni tendenziali sia per gli esercizi non specializzati (-2,3%), sia per quelli specializzati (-1,7%). Nei primi, le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare diminuiscono del 2,5% e quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare dell'1,6%.

Tra gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, si registra una diminuzione delle vendite sia per gli ipermercati (-3,7%), sia per i supermercati (-2,2%), sia, in misura più contenuta, per i discount (-0,2%).

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

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

Tipologie di esercizio	gen 13 gen 12
Esercizi non specializzati	-2,3
A prevalenza alimentare	-2,5
Ipermercati	-3,7
Supermercati	-2,2
Discount di alimentari	-0,2
A prevalenza non alimentare	-1,6
Esercizi specializzati	-1,7
<b>Grande distribuzione</b>	<b>-2,3</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

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

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

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

Classi di addetti	gen 13 gen 12
Fino a 5 addetti	-3,5
Da 6 a 49 addetti	-3,3
Almeno 50 addetti	-2,3
<b>Totale</b>	<b>-3,0</b>

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a gennaio 2013 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti. Le flessioni di maggiore entità riguardano i gruppi Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-5,1%) e Mobili, articoli tessili, arredamento (-4,9%); quelle più contenute riguardano i gruppi Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (-0,6%) e Prodotti farmaceutici (-1,6%).

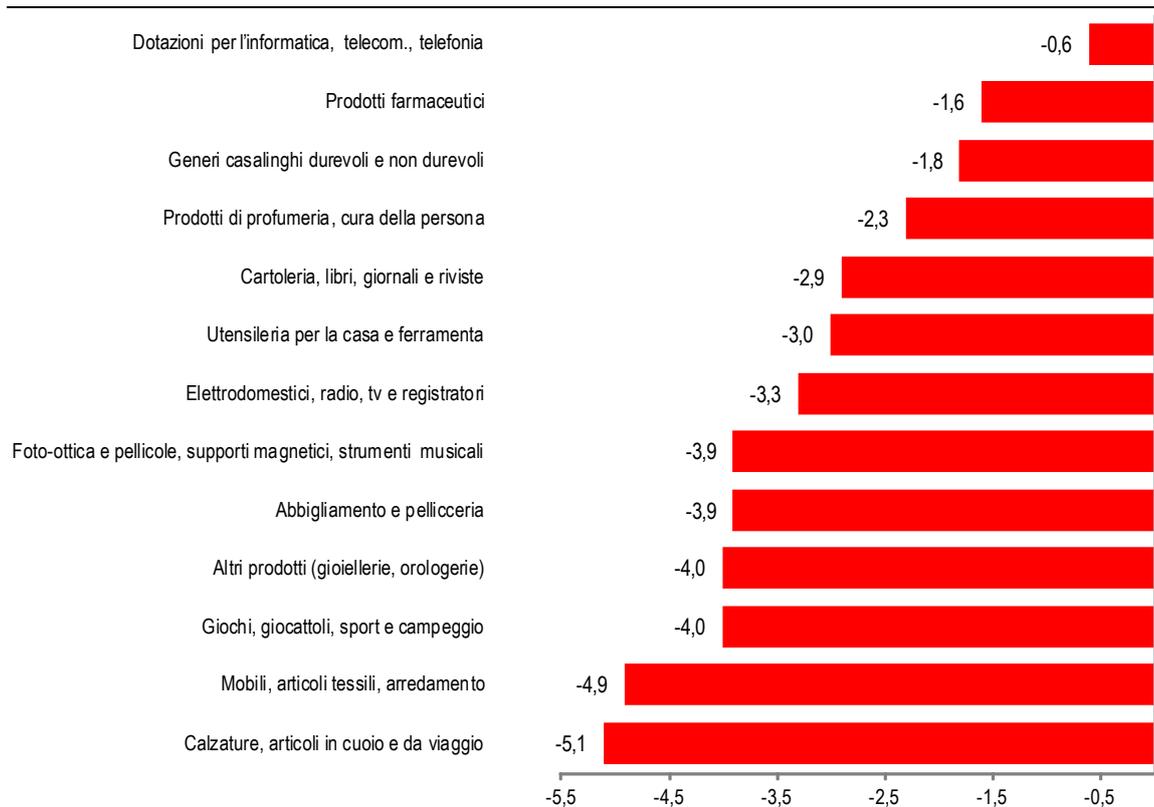
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

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

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

(a) Dati provvisori

**FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI**  
Gennaio 2013 (a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010=100)



(a) Dati provvisori

## Le revisioni per il periodo 2010-2012

Il confronto tra i tassi annuali di variazione degli indici in base 2010 e di quelli in base 2005 mostra una revisione al rialzo per il totale delle vendite, dovuta unicamente alla grande distribuzione: tale aggregato, secondo gli indici in base 2010, evidenzia nel biennio una sostanziale stabilità a fronte dei tassi negativi registrati per gli indici precedenti.

Se si considerano gli indici per settore merceologico, si osserva che la revisione al rialzo del totale della grande distribuzione è dovuta soprattutto al comparto alimentare. Per il settore non alimentare della grande distribuzione, la revisione si traduce in un calo tendenziale più contenuto, sia per il 2011 sia per il 2012. Per quanto riguarda le imprese operanti su piccole superfici, la dinamica delle vendite che risulta dagli indici calcolati in nuova base conferma, per entrambi gli anni, i risultati negativi evidenziati dalla la serie espressa nella base precedente.

PROSPETTO 5. INDICI DEL VALORE DELLE VENDITE AL DETTAGLIO. CONFRONTO TRA LE VARIAZIONI ANNUALI DEGLI INDICI A BASE 2005 E A BASE 2010 - Anni 2011 e 2012

Aggregati di riferimento	Variazioni tendenziali			
	Base 2005	Base 2010	Base 2005	Base 2010
<b>FORMA DISTRIBUTIVA</b>	<b>2011</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2012</b>
<b>Alimentari</b>	<b>0,0</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,2</b>
Grande distribuzione	0,6	1,1	0,6	1,4
Imprese operanti su piccole superfici	-1,0	-1,0	-3,0	-2,7
<b>Non alimentari</b>	<b>-1,8</b>	<b>-1,5</b>	<b>-2,8</b>	<b>-2,7</b>
Grande distribuzione	-2,1	-1,6	-2,2	-1,4
Imprese operanti su piccole superfici	-1,6	-1,5	-3,1	-3,4
<b>Totale</b>	<b>-1,3</b>	<b>-0,8</b>	<b>-2,2</b>	<b>-1,7</b>
Grande distribuzione	-0,9	-0,1	-0,9	0,2
Imprese operanti su piccole superfici	-1,4	-1,4	-3,1	-3,2

## 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.