

Aprile 2015

COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ Per ampliare l'insieme delle informazioni statistiche congiunturali sul settore del commercio al dettaglio, a partire da questo mese vengono diffusi anche gli indici del volume delle vendite al dettaglio (valore depurato dall'effetto dovuto alla dinamica dei prezzi al consumo dei beni venduti), sia grezzi sia destagionalizzati, per il totale delle vendite e per i due principali settori merceologici (alimentari e non alimentari).

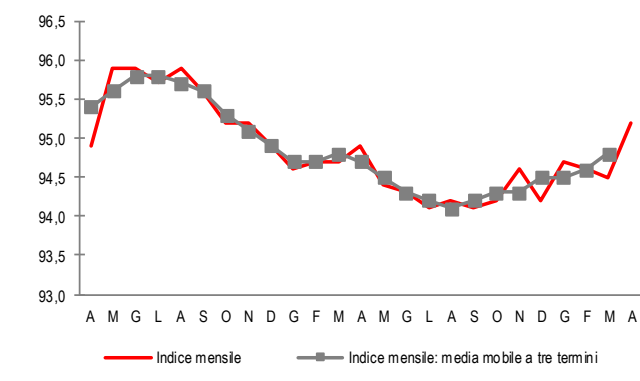
■ Ad aprile 2015 l'indice destagionalizzato del valore delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) aumenta dello 0,7% rispetto a marzo 2015. Nella media del trimestre febbraio-aprile 2015, il valore delle vendite registra una variazione positiva dello 0,3% rispetto al trimestre precedente.

■ Rispetto ad aprile 2014, l'indice grezzo del valore del totale delle vendite segna una variazione nulla.

■ L'indice in volume delle vendite al dettaglio aumenta, ad aprile 2015, dello 0,7% rispetto a marzo 2015, mentre diminuisce dello 0,5% rispetto ad aprile 2014.

COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

Aprile 2013-Aprile 2015, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

Aprile 2013-Aprile 2015, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

Aprile 2013-Aprile 2015, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

Prossima diffusione: 22 luglio 2015

COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VOLUME

Aprile 2013-Aprile 2015, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati


COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VOLUME

Aprile 2013-Aprile 2015, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



Nel confronto con marzo 2015 (prospetto 1), il valore delle vendite aumenta dell'1,0% per i prodotti alimentari e dello 0,5% per i prodotti non alimentari; il volume delle vendite di prodotti alimentari cresce dell'1,0%, quello delle vendite di prodotti non alimentari dello 0,3%.

PROSPETTO 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER SETTORE MERCEOLOGICO. DATI IN VALORE E VOLUME

Aprile 2015 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Settore merceologico	Dati destagionalizzati			
	Apr 15 Mar 15		Feb-Apr 15 Nov 14-Gen 15	
	valore	volume	valore	volume
Alimentari	+1,0	+1,0	+0,4	-0,2
Non alimentari	+0,5	+0,3	+0,2	+0,1
Totale	+0,7	+0,7	+0,3	0,0
	Dati grezzi			
	Apr 15 Apr 14		Gen-Apr 15 Gen-Apr 14	
	valore	volume	valore	volume
Alimentari	-0,8	-1,8	+0,6	-0,1
Non alimentari	+0,6	+0,5	0,0	+0,4
Totale	0,0	-0,5	+0,2	0,0

(a) Dati provvisori

Nel trimestre Febbraio-Aprile 2015 il valore delle vendite aumenta dello 0,3% rispetto al trimestre precedente, con un incremento dello 0,4% registrato per le vendite di prodotti alimentari e dello 0,2% registrato per le vendite di prodotti non alimentari.

Con riferimento allo stesso periodo, il volume delle vendite resta invariato, con una diminuzione dello 0,2% registrata per le vendite di prodotti alimentari e un aumento dello 0,1% registrato per le vendite di prodotti non alimentari.

Forma distributiva e tipologia di esercizio

PROSPETTO 2. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER FORMA DISTRIBUTIVA E SETTORE MERCEOLOGICO. DATI IN VALORE Aprile 2015 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Forma distributiva e settore merceologico	<u>Apr 15</u> Apr 14	<u>Gen-Apr 15</u> Gen-Apr 14
Grande distribuzione	0,0	+1,3
Alimentari	-0,7	+1,2
Non alimentari	+1,0	+1,3
Imprese operanti su piccole superfici	+0,1	-0,6
Alimentari	-1,2	-1,2
Non alimentari	+0,3	-0,5
Totale	0,0	+0,2

(a) Dati provvisori

Nel confronto con il mese di Aprile 2014 (Prospetto 2) si registra una variazione nulla per il valore delle vendite delle imprese della grande distribuzione e un aumento dello 0,1% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, dello 0,7% per i prodotti alimentari, mentre aumenta dell'1,0% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite registrano una variazione negativa dell'1,2% per i prodotti alimentari e un aumento dello 0,3% per quelli non alimentari.

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 3), ad Aprile 2015 si registra una diminuzione dello 0,3% per le vendite degli esercizi non specializzati e un aumento del 2,2% per quelle degli esercizi specializzati. Tra i primi, calano dello 0,6% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare, mentre crescono del 2,3% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

In particolare, per quanto riguarda gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, diminuiscono le vendite di ipermercati e supermercati (rispettivamente -1,6% e -0,9%) mentre aumentano quelle dei discount (+2,2%).

PROSPETTO 3. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO DELLA GRANDE DISTRIBUTIONE. DATI IN VALORE. Aprile 2015 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Tipologie di esercizio	<u>Apr 15</u> Apr 14	<u>Gen-Apr 15</u> Gen-Apr 14
Esercizi non specializzati	-0,3	+1,0
A prevalenza alimentare	-0,6	+0,6
Ipermercati	-1,6	-0,6
Supermercati	-0,9	+0,6
Discount di alimentari	+2,2	+3,6
A prevalenza non alimentare	+2,3	+3,6
Esercizi specializzati	+2,2	+3,3
Grande distribuzione	0,0	+1,3

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 4), nel mese di aprile 2015 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, dello 0,9% nelle imprese fino a 5 addetti e dello 0,6% in quelle da 6 a 49 addetti; aumenta, invece, dell'1,0% nelle imprese con almeno 50 addetti.

PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER CLASSE DI ADDETTI. DATI IN VALORE

Aprile 2015 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Classi di addetti	Apr 15 Apr 14	Gen-Apr 15 Gen-Apr14
Fino a 5 addetti	-0,9	-1,0
Da 6 a 49 addetti	-0,6	-1,3
Almeno 50 addetti	+1,0	+2,0
Totale	0,0	+0,2

(a) Dati provvisori

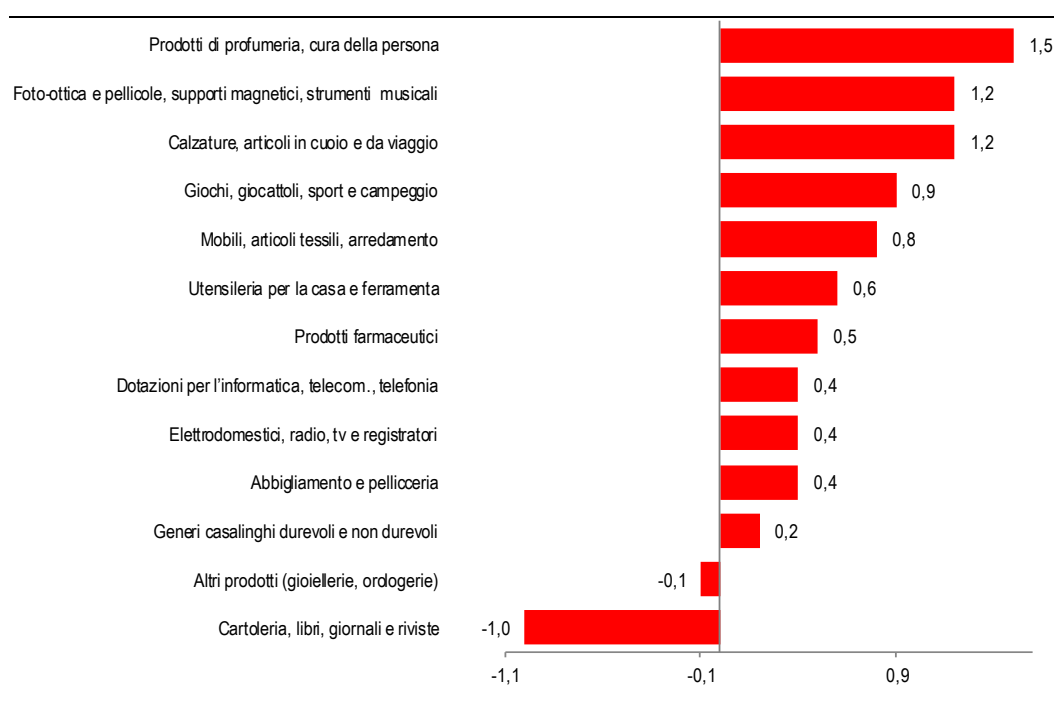
Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Figura 1), ad aprile 2015 si registrano andamenti tendenziali positivi in quasi tutti i gruppi di prodotti, con l'eccezione dei gruppi Altri Prodotti (-0,1%) e Cartolerie, libri, giornali e riviste (-1,0%).

Le variazioni positive più ampie, in termini tendenziali, riguardano i gruppi Prodotti di profumeria, cura della persona (1,5%), Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali e Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (+1,2%).

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI. DATI IN VALORE

Aprile 2015 (a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010=100)

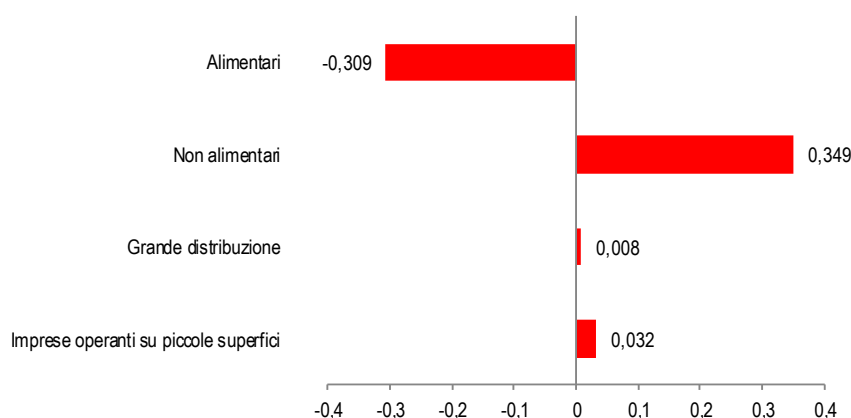


(a) Dati provvisori

Contributi alla variazione dell'indice del valore del totale delle vendite

La Figura 2 riporta la scomposizione della variazione tendenziale del totale delle vendite nella somma dei contributi delle forme distributive e dei due principali settori merceologici. La variazione tendenziale del totale registrata nel mese di aprile 2015 risulta da un contributo positivo del settore dei non alimentari (+0,349 punti percentuali), compensato dal contributo negativo degli alimentari (-0,309 punti percentuali). Se si considera, invece, il contributo delle forme distributive, la variazione tendenziale del totale è la sintesi del risultato delle imprese operanti su piccole superfici (+0,032 punti percentuali) e di quello della grande distribuzione (+0,008 punti percentuali).

FIGURA 2. CONTRIBUTI ALLA VARIAZIONE DELL'INDICE DEL VALORE DEL TOTALE DELLE VENDITE
Aprile 2015 (a), (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

Marzo 2015, 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)
Valore	+0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	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 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 metri quadrati 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 di volume delle vendite al dettaglio: misura la variazione nel tempo del volume delle vendite al dettaglio. Si ottiene dal corrispondente indice in valore, depurandolo dall'effetto dovuto alle variazioni dei prezzi dei beni venduti, misurate mediante gli Indici armonizzati dei prezzi al consumo (IPCA).

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.

Contributo alla variazione dell'indice del totale: misura l'effetto della variazione delle singole componenti sulla variazione dell'indice del totale. Di conseguenza, la variazione dell'indice del totale risulta scomposta nella somma dei contributi delle singole componenti. Eventuali differenze tra la variazione del totale e la somma dei contributi sono da attribuire alle operazioni di arrotondamento.