

Febbraio 2017

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A febbraio 2017 si registra una flessione congiunturale delle vendite al dettaglio. Rispetto al mese precedente si rileva un decremento dello 0,3% in valore e dello 0,7% in volume. Le vendite di beni alimentari registrano una diminuzione dell'1,1% in valore e del 2,0% in volume; le vendite di beni non alimentari, invece, restano sostanzialmente stabili con un aumento dello 0,1% in valore e una variazione nulla in volume.

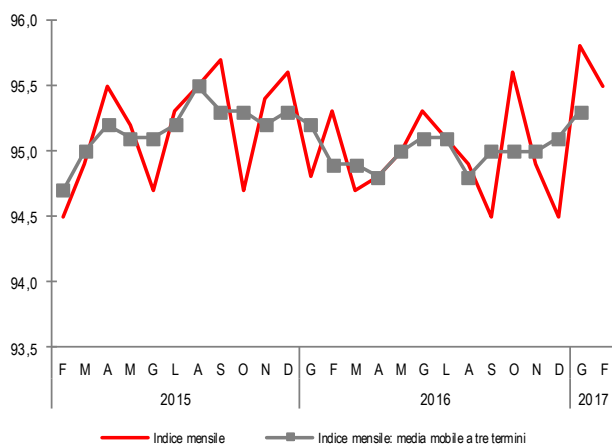
■ Al di là delle oscillazioni mensili, nella media del trimestre dicembre 2016 – febbraio 2017 il valore delle vendite aumenta dello 0,3%, mentre il volume diminuisce dello 0,2%. Tali dinamiche sono interamente ascrivibili ai prodotti alimentari, mentre le vendite di beni non alimentari risultano invariate, nello stesso arco temporale, sia in valore che in volume.

■ Rispetto a febbraio 2016, le vendite al dettaglio diminuiscono dell'1,0% in valore e il 2,4% in volume. Per i prodotti alimentari si rileva una diminuzione dell'1,2% in valore e del 4,8% in volume. Le vendite di prodotti non alimentari sono in flessione dello 0,9% sia in valore sia in volume.

■ Rispetto a febbraio 2016 la grande distribuzione e le piccole superfici mostrano andamenti simili, con flessioni, rispettivamente, dell'1,0% e dell'1,1%.

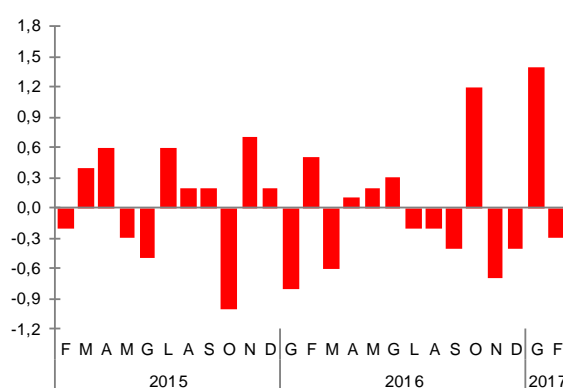
### COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

Febbraio 2015 - febbraio 2017, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010=100)



### COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

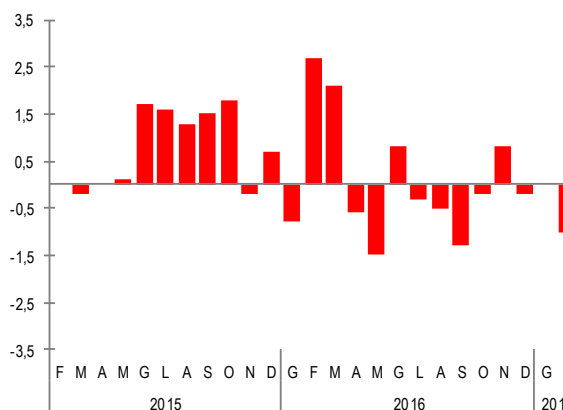
Febbraio 2015 - febbraio 2017, variazioni percentuali congiunturali, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

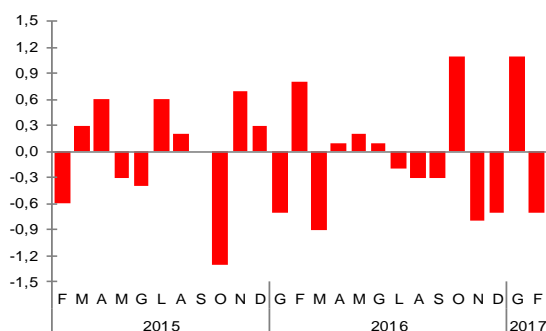
Febbraio 2015 - febbraio 2017, variazioni percentuali tendenziali, dati grezzi



tendenziali

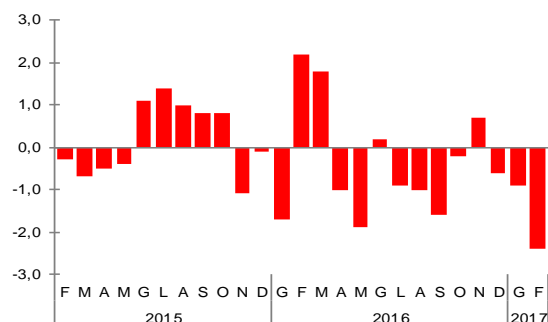
**COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VOLUME**

Febbraio 2015 - febbraio 2017, variazioni percentuali congiunturali, dati destagionalizzati



**COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VOLUME**

Febbraio 2015 - febbraio 2017, variazioni percentuali tendenziali, dati grezzi



Rispetto a gennaio 2017 (Prospetto 1, dati destagionalizzati), le vendite di prodotti alimentari registrano una flessione dell'1,1% in valore e del 2,0% in volume; per i beni non alimentari, si osserva un lieve aumento dello 0,1% in valore e una variazione nulla in volume.

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

Febbraio 2017, variazioni percentuali (indici in base 2010=100) (a)

Settore merceologico	Variazioni congiunturali (dati destagionalizzati)			
	Feb17 Gen17		Dic16-Feb17 Set-Nov16	
	valore	volume	valore	volume
Alimentari	-1,1	-2,0	+0,7	-0,7
Non alimentari	+0,1	0,0	0,0	0,0
<b>Totale</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>+0,3</b>	<b>-0,2</b>
	Variazioni tendenziali (dati grezzi)			
	Feb17 Feb16		Gen-Feb17 Gen-Feb16	
	valore	volume	valore	volume
Alimentari	-1,2	-4,8	0,0	-3,1
Non alimentari	-0,9	-0,9	-0,7	-0,7
<b>Totale</b>	<b>-1,0</b>	<b>-2,4</b>	<b>-0,5</b>	<b>-1,6</b>

(a) Dati provvisori

Nel trimestre dicembre 2016 – febbraio 2017 si registra una variazione congiunturale positiva per il valore del totale delle vendite (+0,3%), sintesi di un incremento dello 0,7% che ha riguardato le vendite di prodotti alimentari e di una variazione nulla rilevata per le vendite di prodotti non alimentari.

Con riferimento allo stesso periodo, il volume del totale delle vendite mostra una variazione negativa dello 0,2%, che risulta da una flessione dello 0,7% per le vendite di prodotti alimentari e, anche in questo caso, da una variazione nulla per i prodotti non alimentari.

## Forma distributiva e tipologia di esercizio

**PROSPETTO 2. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER FORMA DISTRIBUTIVA E SETTORE MERCEOLOGICO. DATI IN VALORE.** Febbraio 2017, variazioni percentuali (indici in base 2010=100) (a)

Forma distributiva e settore merceologico	Feb 17 Feb 16	Gen-Feb 17 Gen-Feb 16
<b>Grande distribuzione</b>	<b>-1,0</b>	<b>+0,2</b>
Alimentari	-1,2	+0,4
Non alimentari	-0,8	+0,1
<b>Imprese operanti su piccole superfici</b>	<b>-1,1</b>	<b>-1,3</b>
Alimentari	-1,4	-1,6
Non alimentari	-1,1	-1,3
<b>Totale</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,5</b>

(a) Dati provvisori

Rispetto a febbraio 2016 (Prospetto 2) il valore delle vendite al dettaglio diminuisce sia per la grande distribuzione (-1,0%), sia per le imprese operanti su piccole superfici (-1,1%).

Nella grande distribuzione le vendite registrano variazioni negative in entrambi i settori merceologici: -1,2% per i prodotti alimentari e -0,8% per quelli non alimentari. Anche i dati relativi alle imprese operanti su piccole superfici hanno mostrato risultati simili, registrando un calo dell'1,4% per i prodotti alimentari e dell'1,1% per quelli non alimentari.

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 3), a febbraio 2017 il valore delle vendite al dettaglio segna una diminuzione dell'1,2% per gli esercizi non specializzati e un incremento dello 0,3% per quelli specializzati. Tra i primi, diminuisce il valore delle vendite sia degli esercizi a prevalenza alimentare (-1,2%) sia degli esercizi a prevalenza non alimentare (-0,5%).

In particolare, per gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, si rileva una flessione generalizzata del valore delle vendite che si attesta all'1,1% per i Supermercati, all'1,2% per i Discount, e all'1,5% per gli Ipermercati.

**PROSPETTO 3. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE. DATI IN VALORE.** Febbraio 2017, variazioni percentuali (indici in base 2010=100) (a)

Tipologie di esercizio	Feb 17 Feb 16	Gen-Feb 17 Gen-Feb 16
<b>Esercizi non specializzati</b>	<b>-1,2</b>	<b>+0,1</b>
<i>A prevalenza alimentare</i>	-1,2	+0,1
Ipermercati	-1,5	-0,5
Supermercati	-1,1	+0,2
Discount di alimentari	-1,2	+1,2
<i>A prevalenza non alimentare</i>	-0,5	+0,2
<b>Esercizi specializzati</b>	<b>+0,3</b>	<b>+1,4</b>
<b>Grande distribuzione</b>	<b>-1,0</b>	<b>+0,2</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 4), nel mese di febbraio 2017 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, dell'1,5% nelle imprese fino a 5 addetti e nelle imprese da 6 a 49 addetti, mentre cala in maniera più contenuta nelle imprese con almeno 50 addetti (-0,5%).

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

Febbraio 2017, variazioni percentuali (indici in base 2010=100) (a)

Classi di addetti	Feb 17 Feb 16	Gen-Feb 17 Gen-Feb 16
Fino a 5 addetti	-1,5	-2,5
Da 6 a 49 addetti	-1,5	-0,9
Almeno 50 addetti	-0,5	+0,8
<b>Totale</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,5</b>

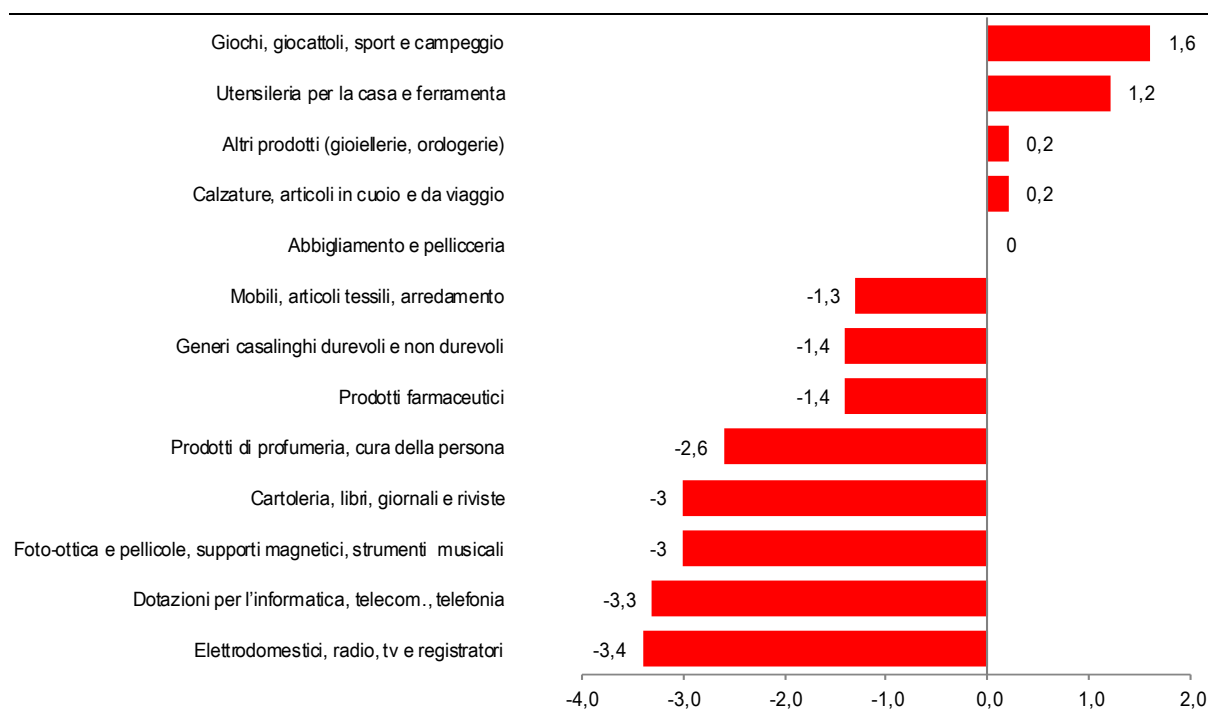
(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda i gruppi di prodotti non alimentari, nel mese di febbraio 2017, si registrano andamenti eterogenei per i diversi gruppi di prodotti. Le variazioni negative più marcate riguardano i gruppi Elettrodomestici, radio, tv e registratori (-3,4%) e Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (-3,3%). Le variazioni positive di maggiore entità si registrano per i gruppi Giochi, giocattoli, sport e campeggio (1,6%) e Utensileria per la casa e ferramenta (1,2%).

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

Febbraio 2017, graduatoria dei gruppi di prodotti secondo le variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010=100) (a)



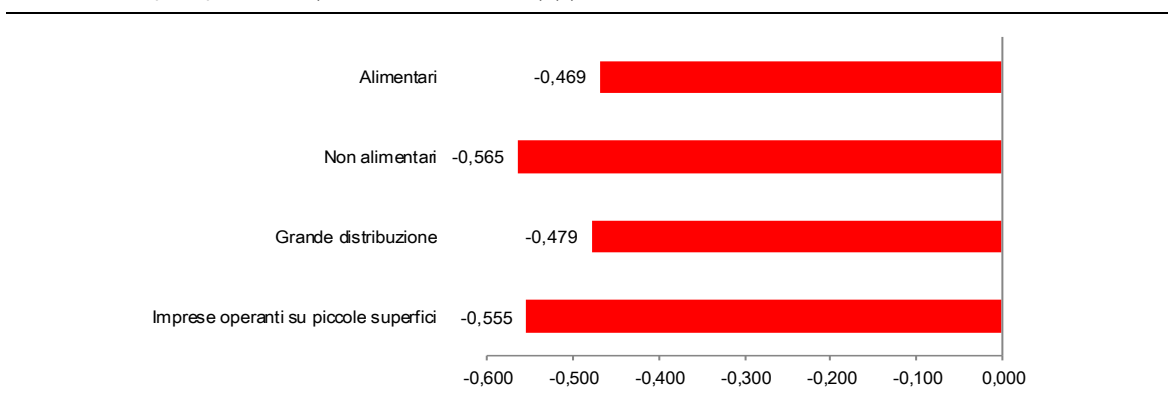
(a) Dati provvisori

## 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. Con riferimento alla variazione tendenziale del totale registrata nel mese di febbraio 2017, risulta negativo il contributo di entrambi i settori merceologici (-0,469 punti percentuali per i prodotti alimentari e -0,565 punti percentuali per i prodotti non alimentari). In modo analogo, è negativo il contributo per entrambe le forme distributive (-0,479 punti percentuali per la grande distribuzione e -0,555 punti percentuali per le imprese operanti su piccole superfici).

**FIGURA 2. CONTRIBUTI ALLA VARIAZIONE TENDENZIALE DELL'INDICE DEL VALORE DEL TOTALE DELLE VENDITE**

Febbraio 2017, punti percentuali (indici in base 2010=100) (a)



(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 attraverso i comunicati precedenti. Per le variazioni tendenziali si tratta della revisione corrente che viene effettuata in ciascuno dei due mesi che seguono con i dati aggiornati. Per le variazioni congiunturali, alla revisione corrente si somma quella che proviene dalla procedura di destagionalizzazione ogni volta che si aggiunge una nuova osservazione alla serie storica.

Con il presente comunicato si rilasciano i dati revisionati per i mesi di dicembre 2016 e gennaio 2017 (Prospetto 5).

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

	Vendite di prodotti alimentari		Vendite di prodotti non alimentari		Vendite totali	
	Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)
Dicembre 2016, differenze in punti percentuali (indici in base 2010=100)						
Valore	0,0	+0,1	-0,2	0,0	0,0	+0,1
Volume	+0,2	0,0	0,0	+0,1	0,0	0,0
Gennaio 2017, differenze in punti percentuali (indici in base 2010=100)						
Valore	+0,1	0,0	+0,1	+0,1	+0,1	0,0
Volume	+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 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).

**Dati destagionalizzati:** dati depurati, mediante apposite tecniche statistiche, dalle fluttuazioni attribuibili alla componente stagionale (dovute a fattori meteorologici, consuetudinari, legislativi, ecc.) e, se significativi, dagli effetti di calendario. Questa trasformazione dei dati è la più idonea a cogliere l'evoluzione congiunturale di un indicatore.

**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.

## Nota metodologica

### Definizioni e concetti

La rilevazione mensile sulle vendite al dettaglio condotta dall'Istat si riferisce alle imprese commerciali che operano tramite punti di vendita al dettaglio in sede fissa e attraverso alcune forme di vendita al di fuori dei negozi. Sono escluse dalla rilevazione le imprese la cui attività prevalente consiste nella vendita di generi di monopolio, di autoveicoli e combustibili. Sono, inoltre, esterni al campo di osservazione i punti di vendita di beni usati, gli ambulanti e i mercati.

Le serie degli indici sono diffuse con riferimento alla base 2010=100 e alla classificazione delle attività economiche Ateco 2007 (versione italiana della classificazione europea Nace Rev. 2)<sup>1</sup>.

La serie degli indici mensili del commercio al dettaglio in base 2010=100 è calcolata a partire da gennaio 2010. Di conseguenza, per il periodo compreso tra gennaio 2010 e dicembre 2012, i nuovi indici in base 2010=100 sostituiscono quelli in base 2005=100 diffusi in precedenza.

Oltre agli indici diffusi mensilmente a livello nazionale, l'Istat, coerentemente con quanto previsto dal Regolamento dell'Unione europea CE 1165/98 relativo alle statistiche congiunturali, produce stime mensili per Eurostat<sup>2</sup>. Mentre i primi sono elaborati tenendo conto dell'attività economica prevalente delle imprese, della tipologia di prodotti venduti e della forma distributiva, gli indici trasmessi a Eurostat sono calcolati attribuendo il valore delle vendite di ogni impresa alla sola attività economica prevalente. Pertanto i due indici, anche se elaborati sulla stessa base di dati, differiscono in ragione dei diversi criteri utilizzati per l'elaborazione.

A partire dal comunicato stampa di marzo 2017 la diffusione degli indici mensili delle vendite al dettaglio è anticipata, in media, di oltre 15 giorni rispetto al calendario previsto per gli anni precedenti, rispondendo all'esigenza degli utenti di disporre di informazioni più tempestive.

### Principali caratteristiche dell'indagine

Il campione teorico dell'indagine, composto da oltre 8.000 imprese che esercitano la loro attività sull'intero territorio nazionale, è stratificato in base alle seguenti variabili:

- attività prevalente dell'impresa secondo la classificazione delle attività economiche Ateco 2007; nel complesso sono considerate 19 tipologie di attività prevalente, di cui cinque relative alle imprese non specializzate e 14 a quelle specializzate;
- dimensione dell'impresa, individuata sulla base di tre classi di addetti (1-5, 6-49 e almeno 50).

Lo schema di campionamento prevede un'estrazione casuale per le imprese appartenenti agli strati composti da imprese che hanno meno di 50 addetti e l'inserimento censuario nella rilevazione per tutte le unità con 50 e più addetti.

All'interno del sistema di ponderazione riferito al 2010, il peso della grande distribuzione in termini di fatturato è pari al 44,9%, mentre il peso delle imprese operanti su piccole superfici corrisponde al 55,1%. Il prospetto riportato nella pagina successiva presenta il sistema dei pesi utilizzato nell'aggregazione dell'indice delle vendite al dettaglio riferito all'anno 2010 confrontato con quello relativo al 2005.

### Indici in valore e indici in volume

Gli indici mensili del valore delle vendite al dettaglio misurano la dinamica del valore corrente delle vendite al dettaglio e incorporano, pertanto, gli effetti dovuti all'andamento sia delle quantità sia dei prezzi dei prodotti venduti.

Gli indici in volume sono ottenuti dagli indici in valore, che sono depurati dall'effetto dovuto alle variazioni dei prezzi, misurate sulla base degli indici armonizzati dei prezzi al consumo (IPCA).

<sup>1</sup> Per una descrizione più approfondita degli indici in base 2010, si rinvia alla Nota Informativa "Gli indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio. La nuova base 2010" pubblicata il 27 marzo 2013 ([http://www.istat.it/files/2013/03/NotaInformativa\\_Commercio-al-dettaglio.pdf?title=Commercio+al+dettaglio+-+27%2Fmar%2F2013+-+Nota+informativa.pdf](http://www.istat.it/files/2013/03/NotaInformativa_Commercio-al-dettaglio.pdf?title=Commercio+al+dettaglio+-+27%2Fmar%2F2013+-+Nota+informativa.pdf)).

<sup>2</sup> Eurostat diffonde i dati mensili riferiti ai vari Paesi e li utilizza per elaborare indicatori sintetici per il complesso dell'Unione europea.

**STRUTTURA DI PONDERAZIONE DEGLI INDICI MENSILI DELLE VENDITE AL DETTAGLIO**

Valori percentuali

Aggregati di riferimento	base 2005	base 2010
<b>FORMA DISTRIBUTIVA</b>		
Imprese di piccole superfici	61,1	55,1
<b>Grande distribuzione (Gd)</b>	<b>38,9</b>	<b>44,9</b>
- Gd non specializzata	33,5	38,2
A prevalenza alimentare	26,5	34,2
- Ipermercati	11,0	12,5
- Supermercati	13,3	16,7
- Discount di alimentari	2,2	5,0
A prevalenza non alimentare	7,0	4,1
- Gd specializzata	5,4	6,6
<b>GRUPPI DI PRODOTTI</b>		
<b>Alimentari</b>	<b>29,7</b>	<b>35,5</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>70,3</b>	<b>64,5</b>
Prodotti farmaceutici	9,0	9,2
Abbigliamento e pellicceria	10,2	12,1
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	3,0	3,5
Mobili, articoli tessili, arredamento	6,4	5,9
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	5,4	4,0
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	5,0	2,7
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	3,0	1,6
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	2,6	3,5
Utensileria per la casa e ferramenta	6,7	5,1
Prodotti di profumeria, cura della persona	3,3	4,2
Cartoleria, libri, giornali e riviste	3,5	2,7
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	3,3	3,2
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	8,9	6,8
<b>DIMENSIONE DELLE IMPRESE (CLASSI DI ADDETTI)</b>		
da 1 a 5 addetti	34,5	27,9
da 6 a 49 addetti	28,5	28,2
almeno 50 addetti	37,0	43,9

**Revisione ed effetti stagionali**

Gli indici relativi ai mesi più recenti sono provvisori e soggetti a una revisione che viene effettuata in ciascuno dei due mesi che seguono quello di diffusione. Le revisioni tengono conto delle informazioni aggiuntive pervenute dalle imprese.

Gli indici destagionalizzati sono ottenuti attraverso la procedura Tramo-Seats (versione del 2010 per sistema operativo Linux). Come altre procedure di destagionalizzazione, anche Tramo-Seats si basa sull'ipotesi che ogni serie storica a cadenza infrannuale sia rappresentabile come una combinazione di diverse componenti, non osservabili direttamente:

- una componente di ciclo-trend, che rappresenta la tendenza di medio e lungo periodo;
- una componente stagionale, costituita da movimenti periodici, la cui influenza si esaurisce nel corso di un anno;
- una componente irregolare, dovuta a fattori erratici.

Tramo-Seats, in particolare, utilizza un approccio *model-based*, cioè si fonda sull'identificazione di un modello statistico rappresentativo del comportamento della serie storica da destagionalizzare. Al fine di rendere disponibili agli utilizzatori gli indici destagionalizzati delle vendite totali e di quelle di prodotti alimentari e non alimentari, per questi tre indicatori si è proceduto a un semplice slittamento degli indici calcolati in base 2005, relativi al periodo precedente al 2010 (da gennaio 2000 a dicembre 2009).

I modelli statistici utilizzati per la destagionalizzazione vengono rivisti periodicamente per assicurare la loro capacità di rappresentare correttamente l'andamento della singola serie storica. Inoltre, poiché l'aggiunta di una nuova informazione mensile consente una migliore valutazione



delle diverse componenti delle serie, ogni mese i dati già pubblicati relativi agli ultimi anni sono soggetti a revisione.

L'indice generale delle vendite depurato degli effetti stagionali è calcolato come sintesi dell'indice destagionalizzato delle vendite di prodotti alimentari e di quello delle vendite di prodotti non alimentari (utilizzando il cosiddetto metodo indiretto).

Per consentire agli utenti di adottare, per proprie finalità di analisi, le stesse specifiche utilizzate dall'Istat nell'ambito della procedura Tramo-Seats, queste ultime sono disponibili su richiesta.