

Gennaio 2012

COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A gennaio 2012 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) ha segnato un aumento congiunturale dello 0,7%, dopo la caduta dei due mesi precedenti. Nella media del trimestre novembre-gennaio 2012 l'indice è diminuito dello 0,8% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con dicembre 2011, aumentano le vendite sia per i prodotti alimentari (+1,2%) sia per quelli non alimentari (+0,5%).

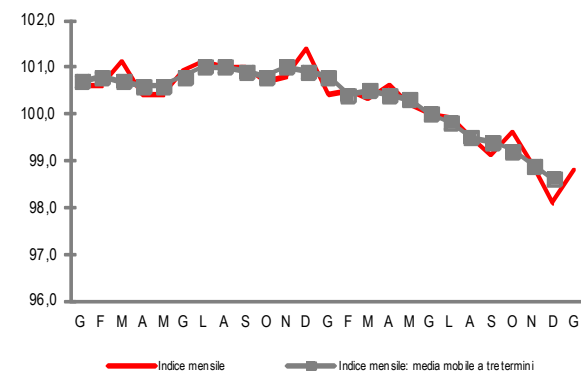
■ Rispetto a gennaio 2011, l'indice grezzo del totale delle vendite segna un calo dello 0,8%: le vendite di prodotti alimentari aumentano dello 0,1%, quelle di prodotti non alimentari diminuiscono dell' 1,2%.

■ Le vendite per forma distributiva mostrano, nel confronto con il mese di gennaio 2011, un lieve aumento (+0,2%) per la grande distribuzione ed una marcata diminuzione (-1,5%) per le imprese operanti su piccole superfici.

■ In termini tendenziali, le vendite di prodotti alimentari aumentano nella grande distribuzione (+1,0%) e diminuiscono nelle imprese operanti su piccole superfici (-1,3%). Le vendite di prodotti non alimentari diminuiscono in entrambi i settori (rispettivamente -0,5% e -1,5%).

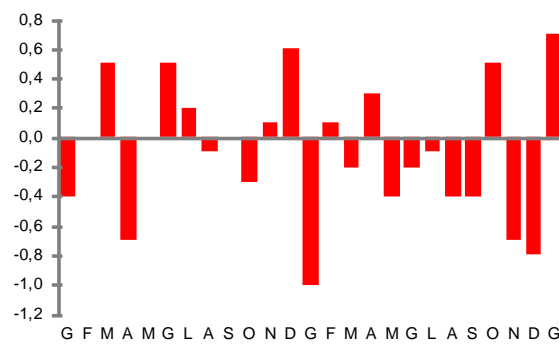
COMMERCIO AL DETTAGLIO

Gennaio 2010 - gennaio 2012, indice destagionalizzato e media mobile (base 2005 =100)



COMMERCIO AL DETTAGLIO

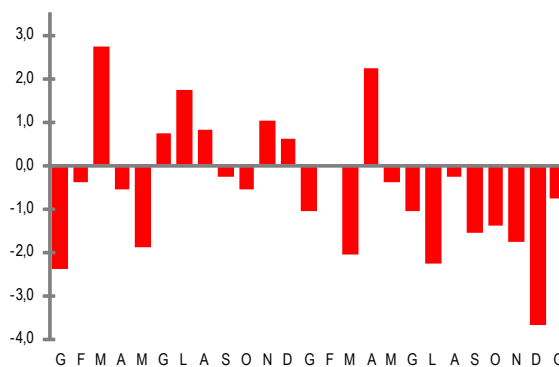
Gennaio 2010 - gennaio 2012, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Gennaio 2010 - gennaio 2012, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

■ Prossima diffusione: 27 aprile 2012

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

Gennaio 2012 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi
	Gen 12 Dic 11	Nov 11-Gen12 Ago 11-Ott11	Gen 12 Gen11
Alimentari	+1,2	-0,7	+0,1
Grande distribuzione			+1,0
Imprese operanti su piccole superfici			-1,3
Non alimentari	+0,5	-0,9	-1,2
Grande distribuzione			-0,5
Imprese operanti su piccole superfici			-1,5
Totale	+0,7	-0,8	-0,8
Grande distribuzione			+0,2
Imprese operanti su piccole superfici			-1,5

(a) Dati provvisori

Forma distributiva e tipologia di esercizio

Nel confronto con il mese di gennaio 2011 (Prospetto 1) si registra un aumento dello 0,2% per le imprese della grande distribuzione ed una flessione dell'1,5% per le vendite delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite aumentano, in termini tendenziali, dell'1,0% per i prodotti alimentari e diminuiscono dello 0,5% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo dell'1,3% per i prodotti alimentari e dell'1,5% per quelli non alimentari.

Nel mese di gennaio 2012, tra le imprese della grande distribuzione (Prospetto 2) si rilevano aumenti tendenziali sia per gli esercizi non specializzati (+0,1%), sia per quelli specializzati (+0,2%). Nei primi, le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare aumentano dello 0,2%, quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare scendono dello 0,4%.

Tra gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, aumentano le vendite sia dei discount, sia dei supermercati (rispettivamente +1,3% e +0,9%), mentre diminuiscono quelle degli ipermercati (-1,0%).

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

Gennaio 2012 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Tipologie di esercizio	Gen 12 Gen 11
Esercizi non specializzati	+0,1
A prevalenza alimentare	+0,2
Ipermercati	-1,0
Supermercati	+0,9
Discount di alimentari	+1,3
A prevalenza non alimentare	-0,4
Esercizi specializzati	+0,2
Grande distribuzione	+0,2

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di gennaio 2012 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, dell'1,2% nelle imprese fino a 5 addetti, dell'1,9% nelle imprese da 6 a 49 addetti, mentre aumenta dello 0,2% in quelle con almeno 50 addetti.

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

Gennaio 2012 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Classi di addetti	Gen 12 Gen 11
Fino a 5 addetti	-1,2
Da 6 a 49 addetti	-1,9
Almeno 50 addetti	+0,2
Totale	-0,8

(a) Dati provvisori

Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a gennaio 2012 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti, con l'eccezione del gruppo Altri prodotti (gioiellerie, orologerie), che segna un incremento dello 0,4%, e del gruppo Prodotti di profumeria e cura della persona, per il quale si registra una variazione nulla. Le diminuzioni tendenziali di maggiore entità riguardano i gruppi Cartoleria, libri, giornali e riviste (-2,7%) e Giochi, giocattoli, sport e campeggio (-2,4%).

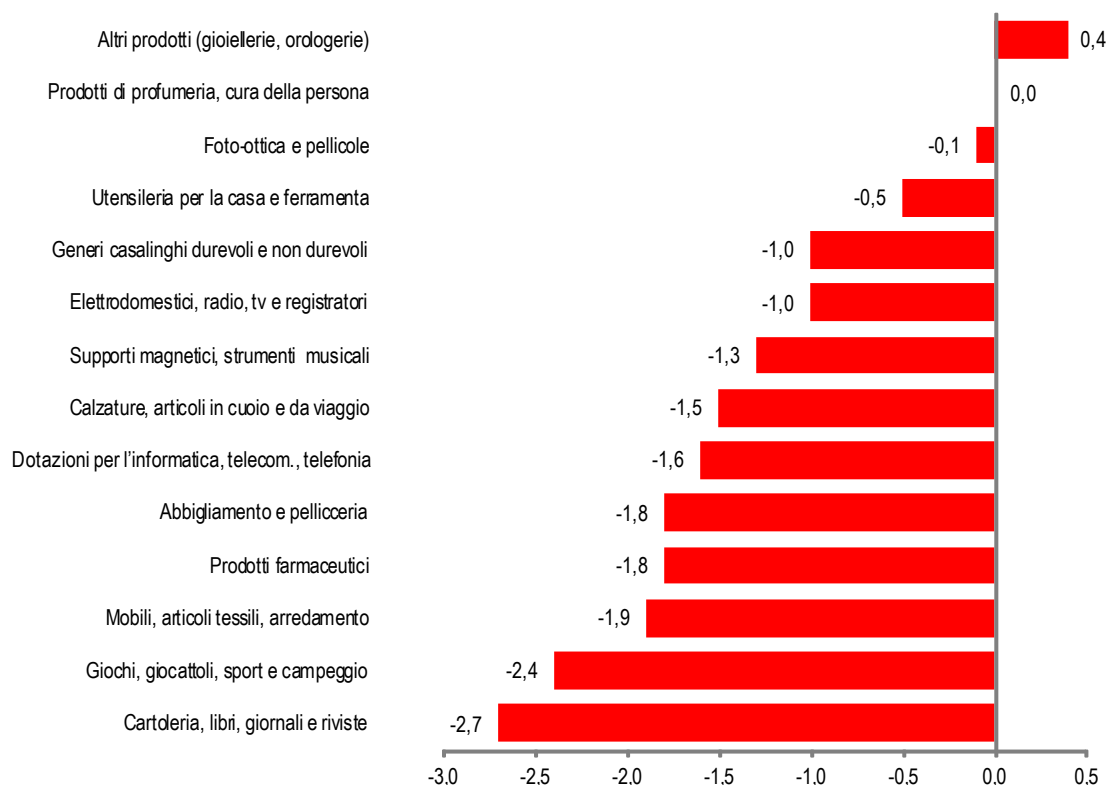
PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

Gennaio 2012 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Gruppi di prodotti	Gen 12 Gen 11
Alimentari	+0,1
Non alimentari	-1,2
Prodotti farmaceutici	-1,8
Abbigliamento e pellicceria	-1,8
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-1,5
Mobili, articoli tessili, arredamento	-1,9
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-1,0
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-1,6
Foto-ottica e pellicole	-0,1
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-1,0
Utensileria per la casa e ferramenta	-0,5
Prodotti di profumeria, cura della persona	0,0
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-2,7
Supporti magnetici, strumenti musicali	-1,3
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-2,4
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	+0,4
Totale	-0,8

(a) Dati provvisori

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI
Gennaio 2012(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

Dicembre 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	+0,1	-0,1	+0,5	0,0	+03

(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.