

GLI INDICI DEL VALORE DELLE VENDITE DEL COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO

La nuova base 2010

■ L'Istituto nazionale di statistica avvia, a partire dagli indici relativi al mese di gennaio 2013, la pubblicazione della nuova serie – con base di riferimento 2010=100 – degli indici delle vendite al dettaglio. Gli indici pubblicati in precedenza avevano come base il 2005.

■ L'aggiornamento periodico della base di riferimento degli indici delle vendite è necessario per tenere conto dei cambiamenti che riguardano la struttura del settore del commercio al dettaglio con l'obiettivo di mantenere elevata la capacità degli indicatori di rappresentare l'andamento delle vendite.

■ Il passaggio alla base 2010 risponde a quanto previsto dai Regolamenti europei sulle statistiche congiunturali (n. 1165/98 e 1158/2005) e si inserisce all'interno del processo di ridefinizione delle basi di riferimento che sta avvenendo in tutti i paesi dell'Unione Europea e che si concluderà entro il 2013.

■ La nuova serie degli indici mensili delle vendite al dettaglio con base 2010 è calcolata a partire dal mese di gennaio 2010; ne consegue che, per tutto il periodo compreso tra il 2010 e il 2012, i nuovi indicatori sostituiscono i corrispondenti indici mensili, con base 2005, diffusi in precedenza.

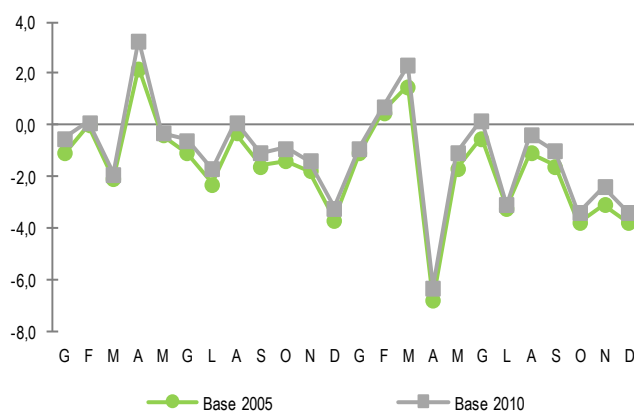
■ I cambiamenti introdotti con il passaggio alla nuova base riguardano l'aggiornamento del campione delle imprese commerciali coinvolte nella raccolta dei dati e del sistema di ponderazione degli indici.

■ La struttura di ponderazione 2010 vede, rispetto a quella precedente, un notevole aumento del peso relativo della grande distribuzione, passato dal 38,9% al 44,9%.

■ Il confronto dei tassi di variazione tendenziale degli indici in base 2010 e di quelli in base 2005 mostra, per l'indice totale delle vendite al dettaglio, una dinamica lievemente più sostenuta per gli indici nella nuova base.

■ Gli indici delle vendite al dettaglio sono stati ricostruiti in base 2010 a partire da gennaio 2000. Le nuove serie sono pubblicate sul sito di I.Stat all'indirizzo <http://dati.istat.it>

GRAFICO 1. INDICI DELLE VENDITE AL DETTAGLIO, CONFRONTO TRA LE DINAMICHE IN BASE 2005 E BASE 2010
Gennaio 2011-dicembre 2012, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi.



PROSPETTO 1. INDICI DELLE VENDITE AL DETTAGLIO

La struttura di ponderazione della base 2010

| Aggregati di riferimento | Base 2010 | | | Totale addetti |
|---|------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| | Fino a 5 addetti | da 6 a 49 addetti | almeno 50 addetti | |
| SETTORE MERCEOLOGICO E FORMA DISTRIBUTIVA | | | | |
| Alimentari | 6,7 | 8,0 | 20,8 | 35,5 |
| Non alimentari | 21,2 | 20,2 | 23,1 | 64,5 |
| Grande distribuzione | 0,0 | 6,6 | 38,3 | 44,9 |
| Imprese operanti su piccole superfici | 27,9 | 21,6 | 5,6 | 55,1 |
| Totale | 27,9 | 28,2 | 43,9 | 100,0 |

Gli indicatori delle vendite al dettaglio

L'indice delle vendite al dettaglio è un indicatore congiunturale a frequenza mensile che ha l'obiettivo di misurare l'andamento del valore delle vendite di beni nuovi negli esercizi commerciali con sede fissa (con esclusione del commercio ambulante), nella fase finale della distribuzione. Tale indicatore, da un lato, fornisce informazioni sulla dinamica dell'attività del settore commerciale che opera con forme di distribuzione al dettaglio, dall'altro, offre anche delle indicazioni sull'andamento di una componente rilevante dei consumi delle famiglie. L'indice delle vendite al dettaglio si riferisce unicamente alla componente dei beni (con alcune importanti esclusioni tra le quali gli autoveicoli e i combustibili per autotrazione) ed esclude, per definizione, il comparto dei servizi, che nel 2010 rappresentava circa il 51% dei consumi finali interni stimati nell'ambito della contabilità nazionale.

Le informazioni vengono raccolte attraverso una rilevazione diretta condotta con cadenza mensile presso un campione di imprese commerciali che operano tramite punti vendita al dettaglio in sede fissa, autorizzati alla vendita di prodotti nuovi, con esclusione di tabacchi, generi di monopolio, autoveicoli e combustibili per autotrazione. Dal campo di osservazione sono escluse, quindi, le seguenti attività:

- le riparazioni di qualsiasi genere;
- le vendite di beni usati, gli ambulanti, i mercati;
- la vendita di servizi, ad eccezione di alcuni servizi difficilmente scorporabili dalla fornitura di beni (ad esempio: lo sviluppo di pellicole da parte dei negozianti di foto-ottica);
- le vendite al dettaglio realizzate da imprese che hanno un'attività prevalente diversa dal commercio al dettaglio.

Con riferimento alla metodologia di calcolo dell'indicatore, i numeri indici sintetici sono costruiti come medie ponderate di indici relativi a domini individuati dall'incrocio delle variabili di stratificazione relative all'attività prevalente e alla dimensione dell'impresa. Il processo di aggregazione è condotto utilizzando la formula a base fissa di Laspeyres. La struttura di ponderazione, che sino alla diffusione dei dati relativi al dicembre 2012 era riferita all'anno base 2005, è stata aggiornata con riferimento all'anno base 2010. La scelta del 2010 quale anno di riferimento avviene in linea con quanto stabilito, per tutti i Paesi dell'Unione Europea, dai Regolamenti comunitari sulle statistiche congiunturali (n. 1165/98 e 1158/2005) e programmata, nello specifico, per l'inizio del 2013.

L'indagine e gli indicatori

Il campo di osservazione della rilevazione è costituito dalle imprese commerciali operanti attraverso punti di vendita al minuto in sede fissa, la cui attività prevalente è il commercio al dettaglio, autorizzati alla vendita di prodotti nuovi. Sono escluse dalla rilevazione le imprese la cui attività prevalente consiste nella vendita di generi di monopolio, di autoveicoli e combustibili.

La classificazione alla base della struttura dell'indagine e degli indicatori che da essa derivano è, come già per gli indici in base 2005=100, la classificazione delle attività economiche Ateco 2007. Tale classificazione costituisce la versione nazionale della nomenclatura europea, Nace rev.2.

Secondo l'Ateco 2007, il commercio al dettaglio (divisione 47) è classificato in primo luogo in base al tipo di esercizio nel quale viene effettuata la vendita, ovvero in commercio al dettaglio in negozi (i gruppi da 47.1 a 47.7) e commercio al dettaglio al di fuori dei negozi (gruppi 47.8 e 47.9). Per il commercio al dettaglio in negozi esiste un'ulteriore distinzione tra commercio al dettaglio non specializzato (gruppo 47.1) e specializzato (gruppi da 47.2 a 47.7). Questi gruppi sono ulteriormente suddivisi sulla base di criteri che tengono conto del tipo di prodotti venduti.

In particolare, agli Esercizi non specializzati appartengono le seguenti tipologie:

Ipermercati (47.11.1)
Supermercati (47.11.2)
Discount di alimentari (47.11.3)
Minimercati (47.11.4)
Vendite di prodotti surgelati (47.11.5)
Grandi magazzini (47.19.1)
Vendite di computer, periferiche, attrezzature per telecomunicazioni, ecc (47.19.2)
Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari (47.19.9).

Sono inclusi negli Esercizi specializzati le imprese che effettuano vendita al dettaglio di:

Prodotti alimentari, bevande e tabacchi (47.2)
Carburante per autotrazione (47.3)
Apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni (47.4)
Altri prodotti per uso domestico (47.5)
Articoli culturali e ricreativi (47.6)
Altri prodotti (47.7)

Gli indici delle vendite al dettaglio comprendono tutti i settori sopra elencati ad eccezione di quelli del dettaglio ambulante e del dettaglio al di fuori di negozi, al commercio al dettaglio di prodotti del tabacco in esercizi specializzati, oltre, come già sottolineato, a quelli del commercio al dettaglio di carburante per autotrazione.

Gli indici delle vendite vengono calcolati, come in passato, privilegiando una disaggregazione per forma distributiva che separa la grande distribuzione da quella definita come vendita in piccole superfici. Queste due tipologie non sono riconducibili alla classificazione settoriale Ateco ma sono, piuttosto, definite sulla base di un suo adattamento ad hoc, necessario per fornire indicatori maggiormente significativi dal punto di vista dell'interpretazione dei comportamenti economici. La definizione di grande distribuzione, riadattata nel 2009, è rimasta invariata. Essa comprende le imprese non specializzate identificate dal gruppo 47.1, ad eccezione dei minimercati (47.11.4), degli esercizi che vendono surgelati (47.11.5) e degli empori (47.19.9), che sono invece stati attribuiti alla componente delle imprese operanti su piccole superfici. Inoltre, è inserito nella grande distribuzione l'insieme delle grandi superfici specializzate, cioè di quelle imprese caratterizzate da una specializzazione merceologica, che operano con grandi superfici e hanno caratteristiche di vendita assimilabili alla grande distribuzione. In maniera complementare, rientrano nell'ambito delle imprese operanti su piccole superfici tutte le imprese del commercio specializzato, ad eccezione dei casi sopra indicati, nonché i minimercati, il commercio al dettaglio di surgelati e gli empori. Per la componente della grande distribuzione è possibile operare ulteriori disaggregazioni: gli indici vengono calcolati e diffusi recependo la distinzione sopra descritta, secondo la specializzazione, distinguendo tra grande distribuzione non specializzata e grande distribuzione specializzata e, all'interno della prima, secondo l'attività prevalente, alimentare e non alimentare. Vengono, inoltre, forniti separatamente indici riguardanti il totale delle vendite negli ipermercati, supermercati e discount di alimentari.

Il campione delle unità di rilevazione

Il campione delle unità viene estratto sulla base di strati identificati dall'incrocio di due variabili:

- l'attività prevalente dell'impresa, secondo la classificazione delle attività economiche Ateco 2007; nel complesso vengono considerate 19 tipologie di attività prevalente, di cui 5 relative alle imprese non specializzate e 14 a quelle specializzate; alle attività specializzate corrispondono altrettanti raggruppamenti merceologici per i quali vengono elaborati indici mensili. Rispetto alla base 2005, i gruppi di prodotti "Foto ottica e pellicole" e "Supporti magnetici e strumenti musicali" sono stati accorpati in un unico gruppo.

- la dimensione dell'impresa in termini di addetti, identificata in 3 classi di addetti (1-5, 6-49 e almeno 50).

Le imprese appartenenti agli strati al di sotto dei 50 addetti vengono estratte casualmente, mentre tutte le unità con almeno 50 addetti entrano a far parte del campione.

Per l'individuazione della lista delle unità di rilevazione si fa riferimento all'archivio delle imprese attive (ASIA), nella versione riferita al 2010, divisione Ateco 47 (Commercio al dettaglio), con esclusione delle attività diverse dal commercio al dettaglio di beni nuovi.

Il campione teorico della rilevazione per l'anno 2010 è composto da 8.323 imprese, di cui 1.125 appartenenti alla componente della grande distribuzione e 7.198 a quella delle piccole superfici. Lo strato inserito nella rilevazione con criterio censuario (imprese con almeno 50) include 1.095 imprese. Ogni anno, parte delle imprese del campione che appartengono agli strati campionari (classe di addetti 1-5 e 6-49) vengono parzialmente sostituite, allo scopo di contenere il carico statistico sulle imprese rispondenti e di reintegrare le unità uscite dal campo di osservazione.

PROSPETTO 2. DIMENSIONE DEL CAMPIONE PER TIPO DI DISTRIBUZIONE E PER CLASSE DI ADDETTI DELLE IMPRESE. Anno 2010

| Aggregati di riferimento FORMA DISTRIBUTIVA | N. Addetti | | | Totale addetti |
|--|------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| | Fino a 5 addetti | da 6 a 49 addetti | almeno 50 addetti | |
| Grande distribuzione | 138 | 381 | 606 | 1.125 |
| Imprese operanti su piccole superfici | 4.624 | 2.085 | 489 | 7.198 |
| Totale | 4.762 | 2.466 | 1.095 | 8.323 |

La struttura di ponderazione

A partire dallo schema di disaggregazione settoriale precedentemente descritto, il sistema dei pesi utilizzato nell'aggregazione dell'indice delle vendite al dettaglio è basato, in accordo con le pratiche raccomandate a livello europeo, sulla stima del fatturato annuale 2010 – disponibile fino al livello di classe (4 cifre della classificazione Ateco) e calcolato al netto dell'Iva – stimato dal sistema delle indagini economiche strutturali, i cui risultati sono presentati nella pubblicazione "Struttura e competitività del sistema delle imprese industriali e dei servizi".

Queste statistiche consentono di disporre di stime di fatturato fino alla disaggregazione a 4 cifre della classificazione Ateco; per ottenere stime coerenti con griglia di ponderazione corrispondente alla stratificazione adottata per il calcolo degli indici, ulteriori informazioni sono state ricavate dall'integrazione dei dati, relativi all'anno 2010, delle indagini strutturali con informazioni tratte dal registro statistico delle imprese attive dell'Istat (ASIA).

In via generale, le attività commerciali specializzate sono riconducibili pressoché univocamente ad un raggruppamento di prodotti che comprende l'insieme dei beni da esse venduti in prevalenza. Diverso è il caso delle imprese non specializzate, le quali contribuiscono alla vendita di un dato prodotto soltanto per una quota delle loro vendite complessive. Di conseguenza, se si considera un dato gruppo di prodotti, le vendite che afferiscono ad esso sono costituite da tre componenti:

- le vendite realizzate dalle imprese specializzate operanti su piccole superfici;
- le vendite realizzate dalle imprese specializzate che appartengono alla grande distribuzione;
- la quota delle vendite di quel gruppo di prodotti afferente alla grande distribuzione non specializzata.

I pesi relativi alle prime due componenti sono stati stimati integrando le informazioni sul fatturato per settore Ateco provenienti dalle statistiche strutturali sulle imprese, con i dati dell'archivio ASIA e con quelli dell'indagine sulle vendite al dettaglio, citati in precedenza. Per la terza componente, invece, il peso delle vendite di ciascun gruppo di prodotti relativo

alla grande distribuzione non specializzata è stato stimato sulla base di quote ottenute a partire dalle serie storiche dei dati raccolti con la rilevazione sulle vendite.

Il risultato delle operazioni di adeguamento alla base 2010 è rappresentato da un nuovo sistema di pesi riferiti alla stessa struttura di ponderazione utilizzata per la base 2005 e basata sulla medesima disaggregazione per forma distributiva e per settori merceologici precedentemente descritti. Nel Prospetto 3 i pesi relativi alla base 2010, per i principali aggregati per forma distributiva e settore merceologico, sono confrontati con i pesi 2005 riferiti agli stessi aggregati. Nel Prospetto 4 il medesimo confronto viene effettuato con riferimento ai raggruppamenti merceologici. La nuova struttura di ponderazione presenta, rispetto a quella del 2005, un'incidenza maggiore della grande distribuzione sul totale, che passa dal 38,9% del 2005 al 44,9% del 2010. Di conseguenza il peso delle imprese operanti su piccole superfici diminuisce attestandosi al 55,1%. Con riferimento alla suddivisione in settori merceologici, aumenta il peso del comparto alimentare, che passa dal 29,7% del 2005 al 35,5 % del 2010.

PROSPETTO 3. SISTEMA DI PONDERAZIONE UTILIZZATO NELL'INDAGINE MENSILE SULLE VENDITE AL DETTAGLIO PER SETTORE MERCEOLOGICO E FORMA DISTRIBUTIVA. Anni 2005-2010, composizioni percentuali

| Aggregati di riferimento | Base 2005 % | Base 2010% | Differenze assolute |
|---------------------------------------|--------------|--------------|---------------------|
| FORMA DISTRIBUTIVA | | | |
| Alimentari | 29,7 | 35,5 | 5,8 |
| Grande distribuzione | 17,6 | 25,3 | 7,7 |
| Imprese operanti su piccole superfici | 12,1 | 10,2 | -1,9 |
| Non alimentari | 70,3 | 64,5 | -5,8 |
| Grande distribuzione | 21,3 | 19,6 | -1,7 |
| Imprese operanti su piccole superfici | 49,0 | 45,0 | -4,0 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 0,0 |
| Grande distribuzione | 38,9 | 44,9 | 6,0 |
| Imprese operanti su piccole superfici | 61,1 | 55,1 | -6,0 |

PROSPETTO 4. SISTEMA DI PONDERAZIONE UTILIZZATO NELL'INDAGINE MENSILE SULLE VENDITE AL DETTAGLIO PER GRUPPI DI PRODOTTO. Basi 2005 e 2010, composizioni percentuali

| Descrizione | Base 2005 % | Base 2010 % | Differenze assolute |
|---|-------------|-------------|---------------------|
| GRUPPI DI PRODOTTI | | | |
| Alimentari | 29,7 | 35,5 | 5,8 |
| Non alimentari | 70,3 | 64,5 | -5,8 |
| Prodotti farmaceutici | 9,0 | 9,2 | 0,2 |
| Abbigliamento e pellicceria | 10,2 | 12,2 | 2,0 |
| Calzature, articoli in cuoio e da viaggio | 3,0 | 3,5 | 0,5 |
| Mobili, articoli tessili, arredamento | 6,4 | 5,9 | -0,5 |
| Elettrodomestici, radio, tv e registratori | 5,4 | 4,0 | -1,4 |
| Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia | 5,0 | 2,7 | -2,3 |
| Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali | 3,0 | 1,6 | -1,4 |
| Generi casalinghi durevoli e non durevoli | 2,6 | 3,5 | 0,9 |
| Utensileria per la casa e ferramenta | 6,7 | 5,1 | -1,6 |
| Prodotti di profumeria, cura della persona | 3,3 | 4,2 | 0,9 |
| Cartoleria, libri, giornali e riviste | 3,5 | 2,7 | -0,8 |
| Giochi, giocattoli, sport e campeggio | 3,3 | 3,2 | -0,1 |
| Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) | 8,9 | 6,8 | -2,1 |

Gli indici in base 2010 e il confronto con la precedente versione

L'insieme delle operazioni di aggiornamento della base di riferimento può determinare cambiamenti nell'evoluzione degli indici a tutti i livelli di aggregazione. In questa occasione, i cambiamenti introdotti con il passaggio alla nuova base mostrano per l'indice totale delle vendite al dettaglio un impatto relativamente contenuto. Il confronto delle variazioni mensili tendenziali degli indici in base 2010 con quelli in base 2005 (prospetto 5), relativo agli anni 2011 e 2012, evidenzia una sostanziale omogeneità tra le due serie. Le revisioni mensili, tutte di segno positivo (per il 2011 le rettifiche verso l'alto sono comprese tra 0,1 e 1,1 punti percentuali e per il 2012 tra 0,1 e 0,8) portano ad una diminuzione meno marcata del valore delle vendite nei due anni considerati.

In particolare nel confronto tra i tassi tendenziali mensili, le divergenze maggiori si rilevano nei mesi di aprile 2011 e marzo, giugno, agosto e novembre 2012.

Il confronto delle variazioni tendenziali relative alle due componenti della distribuzione commerciale mette in evidenza come la revisione al rialzo abbia interessato unicamente la grande distribuzione, che, secondo gli indici calcolati con la nuova base, evidenzia nel biennio una sostanziale stabilità. In particolare, il confronto effettuato sugli indici per settore merceologico, relativamente al periodo 2011-2012, mostra che la revisione al rialzo nel totale della grande distribuzione deriva soprattutto dal comparto alimentare; per i non alimentari si tratta, infatti, di una diminuzione meno marcata. Per le imprese operanti su piccole superfici la dinamica delle vendite evidenziata dagli indici calcolati in nuova base conferma la dinamica negativa evidenziata con la serie precedente degli indici delle vendite (prospetto 6).

PROSPETTO 5. INDICI DEL VALORE DELLE VENDITE AL DETTAGLIO. CONFRONTO TRA BASE 2005 E 2010. Variazioni tendenziali mensili per l'indice generale, dati grezzi - Anni 2011 e 2012

| Indice generale | variazioni tendenziali | | | |
|---------------------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| | Base 2005 | Base 2010 | Base 2005 | Base 2010 |
| FORMA DISTRIBUTIVA | 2011 | 2011 | 2012 | 2012 |
| Gennaio | -1,1 | -0,5 | -1,1 | -0,9 |
| Febbraio | 0,0 | 0,1 | 0,5 | 0,7 |
| Marzo | -2,1 | -1,9 | 1,5 | 2,3 |
| Aprile | 2,2 | 3,3 | -6,8 | -6,3 |
| Maggio | -0,4 | -0,3 | -1,7 | -1,1 |
| Giugno | -1,1 | -0,6 | -0,5 | 0,2 |
| Luglio | -2,3 | -1,7 | -3,2 | -3,1 |
| Agosto | -0,3 | 0,1 | -1,1 | -0,4 |
| Settembre | -1,6 | -1,1 | -1,6 | -1,0 |
| Ottobre | -1,4 | -0,9 | -3,8 | -3,4 |
| Novembre | -1,8 | -1,5 | -3,1 | -2,4 |
| Dicembre | -3,7 | -3,2 | -3,8 | -3,4 |

PROSPETTO 6. 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 |
| FORMA DISTRIBUTIVA | 2011 | 2011 | 2012 | 2012 |
| Alimentari | 0,0 | 0,5 | -0,8 | 0,2 |
| Grande distribuzione | 0,6 | 1,1 | 0,6 | 1,4 |
| Imprese operanti su piccole superfici | -1,0 | -1,0 | -3 | -2,7 |
| Non alimentari | -1,8 | -1,5 | -2,8 | -2,7 |
| Grande distribuzione | -2,1 | -1,6 | -2,2 | -1,4 |
| Imprese operanti su piccole superfici | -1,6 | -1,5 | -3,1 | -3,4 |
| Totale | -1,3 | -0,8 | -2,2 | -1,7 |
| Grande distribuzione | -0,9 | -0,1 | -0,9 | 0,2 |
| Imprese operanti su piccole superfici | -1,4 | -1,4 | -3,1 | -3,2 |

Destagionalizzazione

Gli indici destagionalizzati sono ottenuti attraverso la procedura Tramo-Seats (versione di febbraio 2008 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 allo slittamento degli indici calcolati in base 2005, e relativi al periodo dal 2000 al 2009, attraverso opportuni coefficienti di raccordo.

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).

Al fine di consentire all'utenza 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.