

Maggio 2013

COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A maggio 2013 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) aumenta dello 0,1% rispetto al mese di aprile. Nella media del trimestre marzo-maggio 2013 l'indice registra una diminuzione dello 0,5% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con aprile 2013, aumentano le vendite di prodotti alimentari (+0,6%) e diminuiscono quelle di prodotti non alimentari (-0,2%).

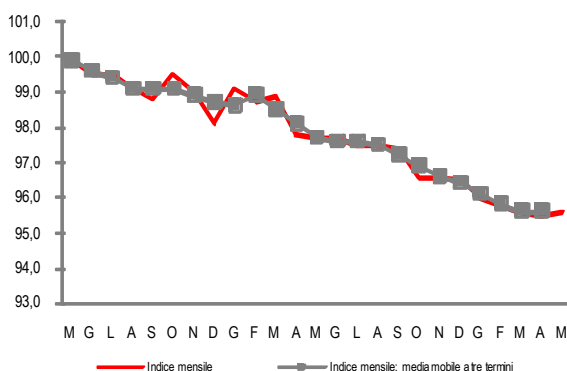
■ Rispetto a maggio 2012, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una flessione dell'1,1%, sintesi di un leggero aumento delle vendite di prodotti alimentari (+0,1%) e di un calo di quelle di prodotti non alimentari (-1,8%).

■ Le vendite per forma distributiva mostrano, nel confronto con il mese di maggio 2012, un lieve incremento per la grande distribuzione (+0,3%) e una diminuzione per le imprese operanti su piccole superfici (-2,3%).

■ Nei primi cinque mesi del 2013 l'indice grezzo diminuisce del 2,9% rispetto allo stesso periodo del 2012. Le vendite di prodotti alimentari segnano una flessione dell'1,6% e quelle di prodotti non alimentari del 3,5%.

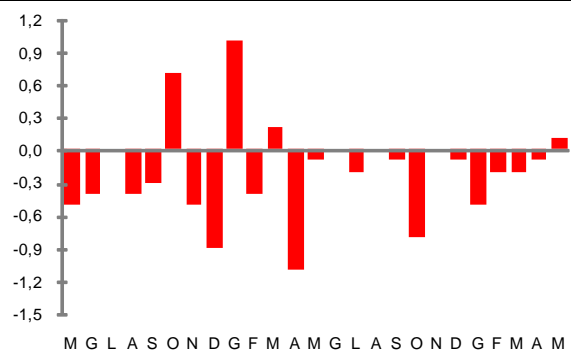
COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2011 - maggio 2013, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



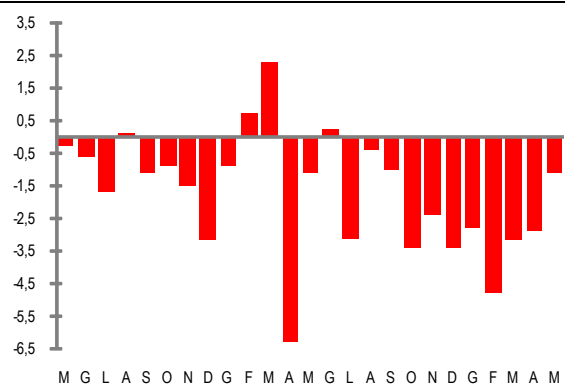
COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2011 - maggio 2013, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2011 - maggio 2013, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



Prossima diffusione: 28 agosto 2013

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

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

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	<u>Mag 13</u>	<u>Mar-Mag 13</u>	<u>Mag 13</u>	<u>Gen-Mag 13</u>
	Apr 13	Dic 12-Feb 13	Mag 12	Gen-Mag 12
Alimentari	+0,6	-0,1	+0,1	-1,6
Grande distribuzione			+1,0	-0,8
Imprese operanti su piccole superfici			-2,2	-4,0
Non alimentari	-0,2	-0,9	-1,8	-3,5
Grande distribuzione			-0,6	-2,7
Imprese operanti su piccole superfici			-2,4	-4,0
Totale	+0,1	-0,5	-1,1	-2,9
Grande distribuzione			+0,3	-1,6
Imprese operanti su piccole superfici			-2,3	-4,0

(a) Dati provvisori

Forma distributiva e tipologia di esercizio

Nel confronto con il mese di maggio 2012 (Prospetto 1) si registra un aumento dello 0,3% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e una diminuzione del 2,3% per quelle 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 0,6% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo del 2,2% per i prodotti alimentari e del 2,4% per quelli non alimentari.

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), a maggio 2013 si rileva una variazione tendenziale positiva piuttosto contenuta per gli esercizi non specializzati (+0,1%) e un aumento più significativo per quelli specializzati (+1,2%). Tra i primi, crescono dello 0,3% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare e diminuiscono dell'1,6% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

Più in dettaglio, tra gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, le vendite dei discount registrano l'aumento maggiore (+1,4%), mentre quelle degli ipermercati e dei supermercati segnano variazioni positive più contenute (rispettivamente +0,3% e +0,1%).

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

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

Tipologie di esercizio	<u>Mag 13</u> Mag 12	<u>Gen-Mag 13</u> Gen-Mag 12
Esercizi non specializzati	+0,1	-1,6
A prevalenza alimentare	+0,3	-1,6
Ipermercati	+0,3	-2,5
Supermercati	+0,1	-1,8
Discount di alimentari	+1,4	+1,3
A prevalenza non alimentare	-1,6	-2,4
Esercizi specializzati	+1,2	-1,3
Grande distribuzione	+0,3	-1,6

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di maggio 2013 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 3,2% nelle imprese fino a 5 addetti e dell'1,8% nelle imprese da 6 a 49 addetti mentre aumenta dello 0,5% in quelle con almeno 50 addetti.

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

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

Classi di addetti	<u>Mag 13</u> Mag 12	<u>Gen-Mag 13</u> Gen-Mag 12
Fino a 5 addetti	-3,2	-4,6
Da 6 a 49 addetti	-1,8	-3,5
Almeno 50 addetti	+0,5	-1,4
Totale	-1,1	-2,9

(a) Dati provvisori

Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a maggio 2013 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti, con la sola eccezione dei gruppi Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia, che ha registrato un aumento dell'1,8% e Prodotti di profumeria, cura della persona, le cui vendite sono rimaste invariate rispetto a maggio 2012. Le flessioni di maggiore entità riguardano i gruppi Elettrodomestici, radio, tv e registratori (-4,7%) e Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali (-3,7%); quelle più contenute riguardano i gruppi Utensileria per la casa e ferramenta (-0,6%) e Abbigliamento e pellicceria (-1,2%).

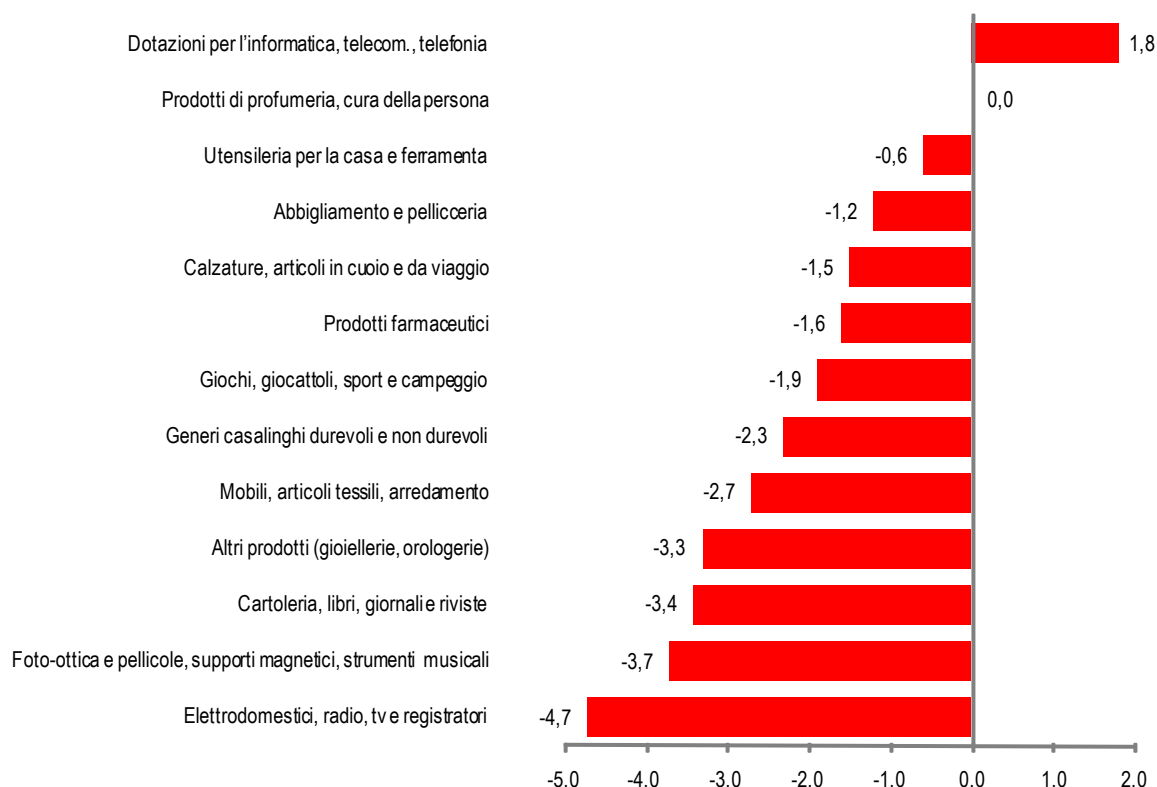
PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

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

Gruppi di prodotti	<u>Mag 13</u> Mag 12	<u>Gen-Mag 13</u> Gen-Mag 12
Alimentari	+0,1	-1,6
Non alimentari	-1,8	-3,5
Prodotti farmaceutici	-1,6	-3,1
Abbigliamento e pellicceria	-1,2	-3,9
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-1,5	-3,7
Mobili, articoli tessili, arredamento	-2,7	-4,7
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-4,7	-4,0
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	+1,8	-1,2
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	-3,7	-5,1
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-2,3	-3,1
Utensileria per la casa e ferramenta	-0,6	-2,9
Prodotti di profumeria, cura della persona	0,0	-1,8
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-3,4	-4,9
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-1,9	-4,5
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-3,3	-4,2
Totale	-1,1	-2,9

(a) Dati provvisori

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI
Maggio 2013 (a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (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

Aprile 2013, 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)
0,0	0,0	0,0	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 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.