

Luglio 2013

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A luglio 2013 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) diminuisce dello 0,3% rispetto al mese di giugno. Nella media del trimestre maggio-luglio 2013 l'indice registra una diminuzione dello 0,2% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con giugno 2013, diminuiscono dello 0,1% le vendite di prodotti alimentari e dello 0,3% quelle di prodotti non alimentari.

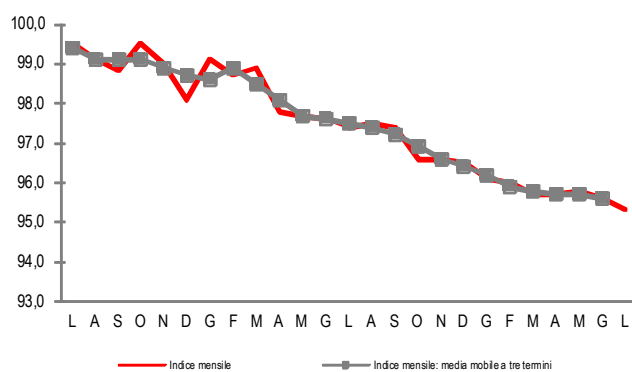
■ Rispetto a luglio 2012, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una flessione dello 0,9%, sintesi di un aumento dello 0,2% per le vendite di prodotti alimentari e di una diminuzione dell'1,6% per quelle di prodotti non alimentari.

■ Le vendite per forma distributiva mostrano, nel confronto con il mese di luglio 2012, un calo sia per la grande distribuzione (-0,4%) sia per le imprese operanti su piccole superfici (-1,2%).

■ Nel confronto con i primi sette mesi del 2012, le vendite di prodotti alimentari segnano una flessione dell'1,6% e quelle di prodotti non alimentari del 3,3%, per una diminuzione complessiva del 2,6%.

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Luglio 2011 - luglio 2013, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

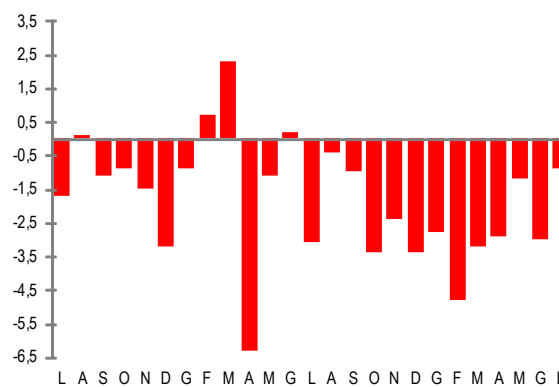
Luglio 2011 - luglio 2013, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Luglio 2011 - luglio 2013, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

■ Prossima diffusione: 25 ottobre 2013

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

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

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Lug 13 Giu 13	Mag-Lug 13 Feb-Apr 13	Lug 13 Lug12	Gen-Lug 13 Gen-Lug 12
<b>Alimentari</b>	-0,1	0,0	+0,2	-1,6
Grande distribuzione			+0,5	-0,9
Imprese operanti su piccole superfici			-0,6	-3,5
<b>Non alimentari</b>	-0,3	-0,4	-1,6	-3,3
Grande distribuzione			-1,8	-2,4
Imprese operanti su piccole superfici			-1,5	-3,5
<b>Totale</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,9</b>	<b>-2,6</b>
Grande distribuzione			-0,4	-1,5
Imprese operanti su piccole superfici			-1,2	-3,4

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di luglio 2012 (Prospetto 1) si registra una flessione dello 0,4% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e dell'1,2% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite aumentano, in termini tendenziali, dello 0,5% per i prodotti alimentari e diminuiscono dell'1,8% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo dello 0,6% per i prodotti alimentari e dell'1,5% per quelli non alimentari.

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), a luglio 2013 si rileva una variazione tendenziale negativa dello 0,5% sia per gli esercizi non specializzati sia per quelli specializzati. Tra i primi, diminuiscono dello 0,4% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare e dell'1,1% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

Più in dettaglio, tra gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, le vendite dei discount e dei supermercati registrano aumenti (rispettivamente +1,8% e +0,1%), mentre quelle degli ipermercati segnano una variazione negativa (-2,1%).

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

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

Tipologie di esercizio	Lug 13 Lug 12	Gen-Lug 13 Gen-Lug 12
Esercizi non specializzati	-0,5	-1,7
A prevalenza alimentare	-0,4	-1,5
Ipermercati	-2,1	-2,4
Supermercati	+0,1	-1,7
Discount di alimentari	+1,8	+1,0
A prevalenza non alimentare	-1,1	-2,4
Esercizi specializzati	-0,5	-0,9
<b>Grande distribuzione</b>	<b>-0,4</b>	<b>-1,5</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

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

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

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

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

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

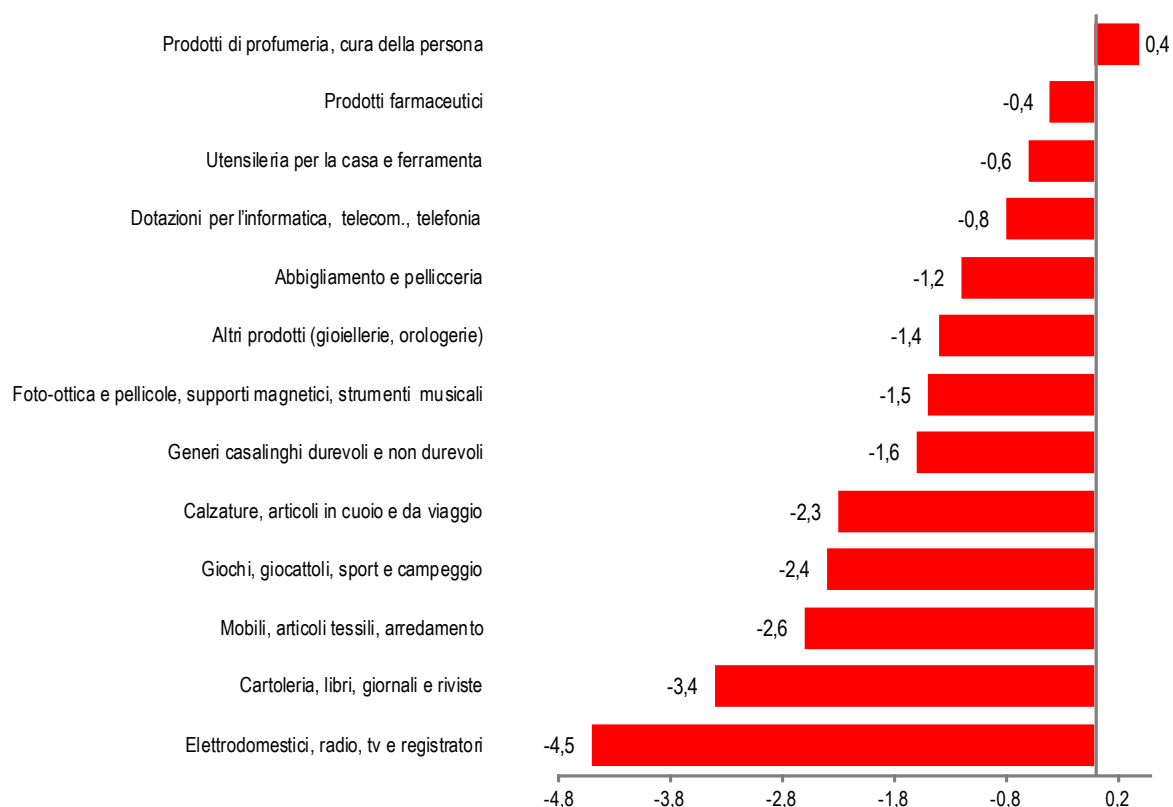
Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a luglio 2013 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti ad eccezione del gruppo prodotti di profumeria, cura della persona (+0,4%). Le flessioni di maggiore entità riguardano i gruppi Elettrodomestici, radio, tv e registratori (-4,5%) e Cartoleria, libri, giornali, riviste (-3,4%); quelle più contenute riguardano i gruppi Prodotti farmaceutici (-0,4%) e Utensileria per la casa e ferramenta (-0,6%).

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

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

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

(a) Dati provvisori

**FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI**  
 Luglio 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

Giugno 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)
+0,1	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.