

Novembre 2014

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A Novembre 2014 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 precedente. Nella media del trimestre settembre-novembre 2014, l'indice mostra una flessione dello 0,2% sui tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con ottobre 2014, le vendite aumentano dello 0,2% per i prodotti alimentari mentre restano invariate per quelli non alimentari.

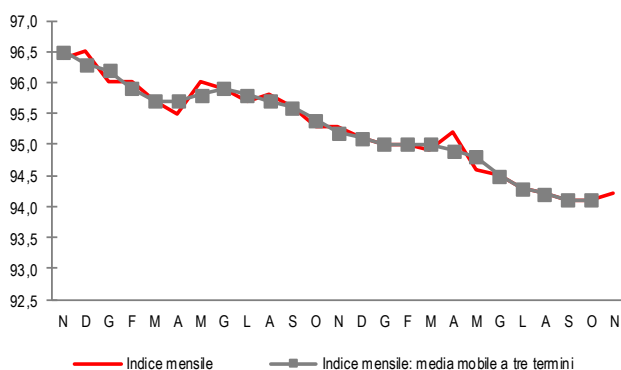
■ Rispetto a novembre 2013, l'indice grezzo del valore del totale delle vendite registra una diminuzione del 2,3%. L'indice del valore delle vendite di prodotti alimentari diminuisce del 2,2%, quello dei prodotti non alimentari segna un calo del 2,4%.

■ Con riferimento alla forma distributiva, nel confronto con il mese di novembre 2013, le vendite segnano una flessione sia per le imprese della grande distribuzione (-1,0%) sia, in maniera più significativa, per quelle operanti su piccole superfici (-3,4%).

■ Nei primi undici mesi del 2014, le vendite diminuiscono dell'1,4% rispetto allo stesso periodo del 2013. Le vendite di prodotti sia alimentari sia non alimentari segnano una flessione dell'1,3%.

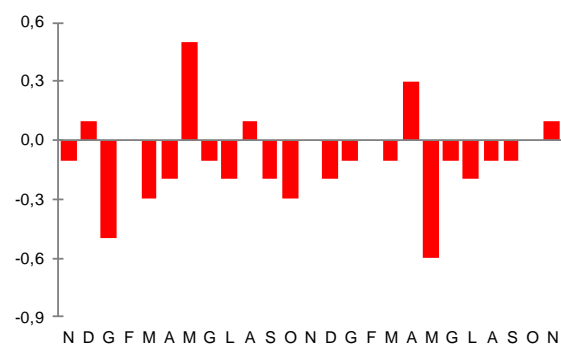
### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Novembre 2012 - Novembre 2014, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

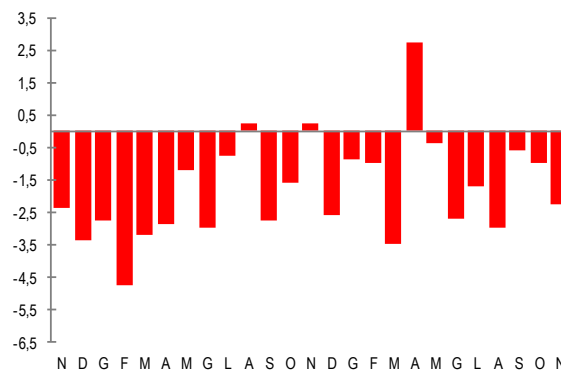
Novembre 2012 - Novembre 2014, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Novembre 2012 - Novembre 2014, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

 Prossima diffusione: 26 febbraio 2015

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

Novembre 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Nov 14 Ott 14	Set-Nov 14 Giu-Ago 14	Nov 14 Nov 13	Gen-Nov 14 Gen-Nov 13
<b>Alimentari</b>	+0,2	+0,1	-2,2	-1,3
Grande distribuzione			-1,2	-0,7
Imprese operanti su piccole superfici			-4,9	-2,9
<b>Non alimentari</b>	0,0	-0,4	-2,4	-1,3
Grande distribuzione			-0,7	-0,4
Imprese operanti su piccole superfici			-3,2	-1,8
<b>Totale</b>	<b>+0,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>-2,3</b>	<b>-1,4</b>
Grande distribuzione			-1,0	-0,6
Imprese operanti su piccole superfici			-3,4	-2,0

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di novembre 2013 (Prospetto 1), le vendite delle imprese della grande distribuzione diminuiscono dell'1,0% e quelle delle imprese operanti su piccole superfici del 3,4%.

Nella grande distribuzione le vendite di prodotti alimentari diminuiscono, in termini tendenziali, dell'1,2%, mentre quelle dei prodotti non alimentari diminuiscono dello 0,7%. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo del 4,9% per i prodotti alimentari e del 3,2% per quelli non alimentari.

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), a novembre 2014 si rileva una flessione dell'1,5% per le vendite degli esercizi non specializzati e un aumento dell'1,4% per quelle degli esercizi specializzati. All'interno dei primi, diminuiscono dell'1,5% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare e dello 0,7% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

In particolare, per quanto riguarda gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, aumentano le vendite dei discount (+0,9%), mentre diminuiscono sia quelle degli ipermercati che quelle dei supermercati (rispettivamente -2,6% e -1,5%).

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

Novembre 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Tipologie di esercizio	Nov 14 Nov 13	Gen-Nov 14 Gen-Nov 13
Esercizi non specializzati	-1,5	-0,9
A prevalenza alimentare	-1,5	-0,9
Ipermercati	-2,6	-1,8
Supermercati	-1,5	-1,4
Discount di alimentari	+0,9	+2,3
A prevalenza non alimentare	-0,7	-0,5
Esercizi specializzati	+1,4	+1,6
<b>Grande distribuzione</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,6</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di novembre 2014 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 4,9% nelle imprese fino a 5 addetti, del 3,2% in quelle da 6 a 49 addetti e dello 0,3% in quelle con almeno 50 addetti.

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

Novembre 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Classi di addetti	Nov 14 Nov 13	Gen-Nov 14 Gen-Nov 13
Fino a 5 addetti	-4,9	-3,2
Da 6 a 49 addetti	-3,2	-1,8
Almeno 50 addetti	-0,3	0,0
<b>Totale</b>	<b>-2,3</b>	<b>-1,4</b>

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a novembre 2014 le vendite diminuiscono, in termini tendenziali, in tutti i gruppi di prodotti. Le flessioni più contenute riguardano i gruppi Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-0,6%) e Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali (-1,0%); le variazioni negative di maggiore entità riguardano, invece, i gruppi Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (-4,2%) e Cartoleria, libri, giornali e riviste (-3,5%).

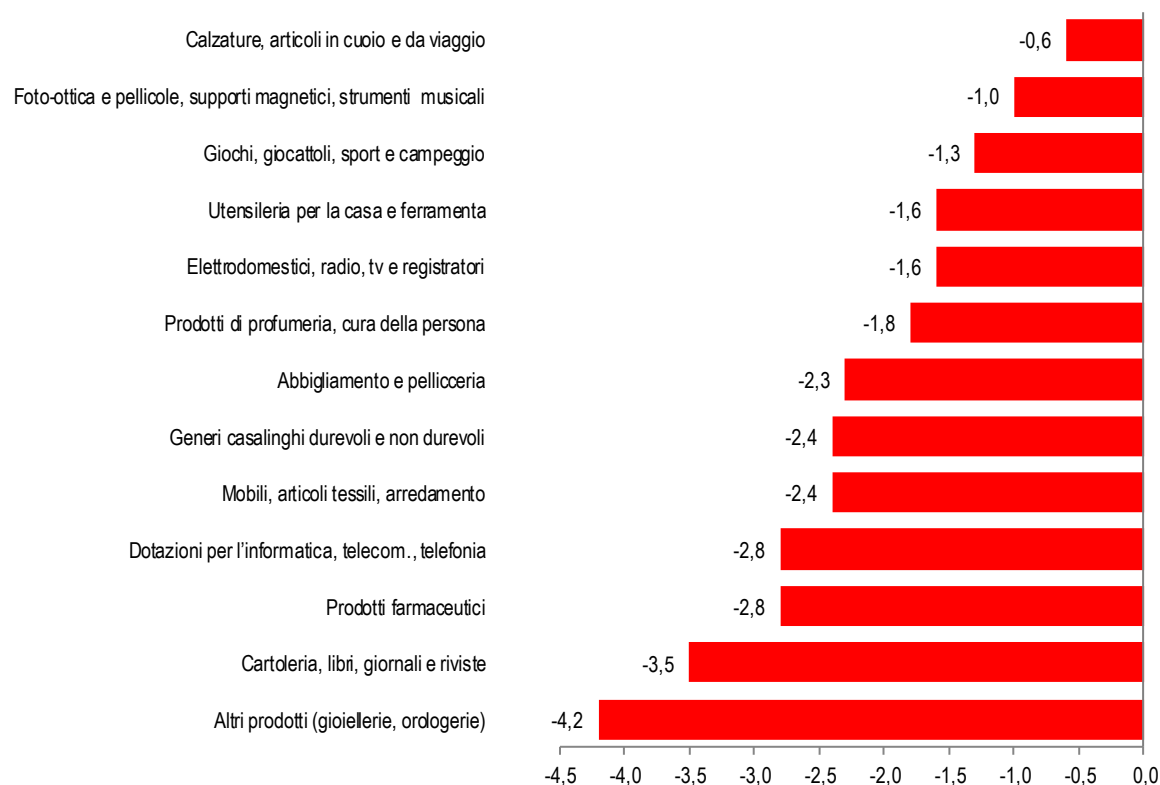
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

Novembre 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Gruppi di prodotti	Nov 14 Nov 13	Gen-Nov 14 Gen-Nov 13
<b>Alimentari</b>	<b>-2,2</b>	<b>-1,3</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>-2,4</b>	<b>-1,3</b>
Prodotti farmaceutici	-2,8	-1,5
Abbigliamento e pellicceria	-2,3	-1,0
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-0,6	-0,2
Mobili, articoli tessili, arredamento	-2,4	-1,5
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-1,6	-1,5
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-2,8	-2,8
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	-1,0	-1,0
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-2,4	-1,6
Utensileria per la casa e ferramenta	-1,6	-1,0
Prodotti di profumeria, cura della persona	-1,8	-0,8
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-3,5	-3,1
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-1,3	-0,1
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-4,2	-2,4
<b>Totale</b>	<b>-2,3</b>	<b>-1,4</b>

(a) Dati provvisori

**FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI**  
 Novembre 2014 (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

Ottobre 2014, 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	-0,3	0,0	-0,2	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.