



Istituto
nazionale
di statistica

APPROFONDIMENTI

I nuovi indici del valore delle vendite al dettaglio (base 2000=100)

L'Istituto nazionale di statistica avvia la pubblicazione della serie degli indici del valore delle vendite al dettaglio con la nuova base 2000=100.

Nel passato le serie di questo indicatore erano state calcolate con riferimento agli anni base 1990 (fino a dicembre 1996) e 1995 (da gennaio 1996¹ a dicembre 2002).

Il periodico adeguamento della base si rende necessario per tenere conto delle modificazioni che intervengono nella struttura del comparto distributivo al dettaglio del nostro Paese. Il nuovo anno di riferimento è il 2000, coerentemente con quanto richiesto dal Regolamento Comunitario sulle statistiche congiunturali n.1165/98, che stabilisce aggiornamenti della base con periodicità quinquennale e riferiti agli anni che terminano con le cifre zero o cinque.

Gli indici mensili della nuova serie con base 2000 sono calcolati a partire da gennaio 2000. Pertanto, per tutti i mesi del 2000, 2001 e 2002, anni per i quali sono già stati pubblicati gli indici mensili con base 1995=100, l'Istat diffonde una nuova serie con base 2000 che tiene conto delle innovazioni qui di seguito descritte.

Ufficio della comunicazione
tel. +39 06 4673.2244-2243

Centro di informazione statistica
tel. +39 06 4673.3105

Informazioni e chiarimenti
Statistiche congiunturali
Roberto Gismondi
Tel. +39 06 85301242
Anna Rita Giorgi
Tel. +39 06 85227264

Le caratteristiche dell'indagine

La rilevazione sulle vendite al dettaglio è condotta mensilmente dall'Istat e si riferisce al fatturato realizzato dalle imprese commerciali che operano tramite punti di vendita al minuto in sede fissa, autorizzati alla vendita di prodotti nuovi, con esclusione delle rivendite di tabacchi, generi di monopolio, autoveicoli e combustibili. Sono altresì escluse dal campo di osservazione le seguenti attività:

- le riparazioni di qualsiasi genere;
- le vendite di beni usati, gli ambulanti, i mercati e tutte le vendite al dettaglio realizzate tramite canali di vendita «virtuali» (vendite telematiche, via Internet, ecc.);
- le vendite effettuate tramite i canali diversi da quelli del commercio al dettaglio (commercio all'ingrosso, alcune forme di vendite per corrispondenza, altre forme di vendita);
- la vendita di servizi, ad eccezione di alcuni servizi difficilmente scorparabili 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 le praticano come attività secondaria.



¹ Per i mesi del 1996 sono state diffuse due serie storiche distinte: una a base 1990=100 e l'altra a base 1995=100.

L'attuale struttura dell'indagine sulle vendite è operativa da marzo 1997 e i dati sono disponibili a partire da gennaio 1996².

Il disegno campionario si basa sull'estrazione casuale semplice delle imprese all'interno di strati identificati dall'incrocio di due variabili di stratificazione:

- l'attività prevalente dell'impresa, secondo le classi o le categorie (rispettivamente 4° e 5° cifra) della classificazione delle attività economiche ATECO; nel complesso sono considerate 22 tipologie di attività prevalente, di cui 7 relative alle imprese non specializzate e 15 a quelle specializzate³;
- la dimensione dell'impresa, identificata tramite 5 classi di addetti (1-2, 3-5, 6-9, 10-19, oltre 19).

Poiché nell'indagine non vengono considerate le imprese non specializzate con meno di 6 addetti⁴, il numero complessivo degli strati è pari a 96.

Il numero di unità da estrarre in ogni strato è determinato secondo un criterio statistico, imponendo il vincolo di includere in ciascuno strato almeno 5 imprese. In fase di estrazione si garantisce, inoltre, la rappresentatività del campione al livello di ripartizione geografica (Nord-ovest, Nord-est, Centro e Sud-isole).

Nel 2003, il campione teorico è composto da 7.122 imprese a cui fanno capo circa 11.800 punti vendita, operanti sull'intero territorio nazionale. Ogni anno le imprese del campione sono parzialmente ruotate, al fine di contenere l'onere di risposta che grava su di esse. In particolare, nel campione relativo all'anno 2003 sono state sostituite circa 2.400 delle imprese incluse nel campione utilizzato nel corso del 2002.

Nella procedura di selezione del nuovo campione si è tenuto anche conto della disponibilità delle imprese a ricevere e rispedire i questionari utilizzando strumenti di trasmissione alternativi alla posta ordinaria (fax, posta elettronica, sito Internet dell'Istat). Il tasso effettivo di risposta medio mensile è dell'ordine del 70%. Di regola, poco più del 40% dei questionari compilati perviene all'Istat entro 30 giorni dalla fine del mese di riferimento.

Riguardo alla tecnica di calcolo, i numeri indici sintetici sono costruiti utilizzando la formula di Laspeyres. La struttura di ponderazione dell'indice, che fino ai dati diffusi con il comunicato stampa relativo a dicembre 2002 era riferita all'anno base 1995, è stata ora aggiornata, riferendola all'anno base 2000. Nel seguito di questa nota informativa si fornisce una descrizione delle operazioni effettuate per pervenire al calcolo del nuovo sistema di ponderazione e si presentano i principali effetti che il contemporaneo passaggio alla classificazione ATECO 2002 ha determinato sull'impianto dell'indagine. Infine, viene presentato un confronto tra gli indici in base 1995 e quelli in base 2000, riguardante il periodo (2000-2002) di sovrapposizione delle due serie di indicatori.

La nuova struttura di ponderazione

L'Eurostat ha raccomandato agli stati membri di aggiornare il sistema dei pesi utilizzato nell'ambito delle singole indagini nazionali in modo da garantire la coerenza con la stima del fatturato annuale – disponibile fino al livello di classe e calcolato al netto dell'IVA – proveniente dalle rilevazioni sui conti economici delle imprese relative all'anno 2000. Queste rilevazioni sono, a loro volta, basate sui criteri e le definizioni fissate dal Regolamento n. 58/97 del Consiglio dell'Unione europea, riguardante le statistiche strutturali sulle imprese.

² Per una descrizione dettagliata delle caratteristiche dell'indagine si veda *La nuova indagine sulle vendite al dettaglio: aspetti metodologici e contenuti innovativi*, Istat, Roma, 1998.

³ Le 15 attività specializzate corrispondono alle altrettante tipologie di prodotti considerate nell'indagine.

⁴ In quanto poco numerose e, soprattutto, di scarsa significatività economica.

Tuttavia, l'impianto metodologico dell'indagine sul valore delle vendite al dettaglio prevede che il processo di aggregazione degli indicatori avvenga a partire da indici elementari relativi a domini di riferimento più disaggregati rispetto a quelli per i quali sono disponibili i dati provenienti dalle statistiche strutturali. Nel dettaglio, è necessario stimare i coefficienti di ponderazione riferiti ai seguenti domini:

- i 96 strati definiti nel paragrafo precedente;
- ulteriori 16 disaggregazioni identificate, per ciascuna ripartizione territoriale, dal valore delle vendite di prodotti alimentari e non alimentari nelle imprese specializzate ed in quelle non specializzate.

Per questo motivo, in sede di stima del nuovo sistema di pesi, è stato necessario ricorrere a informazioni supplementari, raccolte nel corso del 2000 nell'ambito della stessa indagine sulle vendite. In particolare, con riferimento al nuovo anno base, si è dovuto stimare il valore del fatturato annuale disaggregato come segue:

- 1) per 7 categorie di attività economica, relative alle tipologie di vendita con cui operano le imprese non specializzate;
- 2) per classi di addetti, riferite sia al complesso delle imprese non specializzate, sia a ciascuna delle 15 tipologie di prodotti venduti negli esercizi specializzati (riportate nella successiva tavola 3 ed identificate da altrettante riaggregazioni di classi e categorie della classificazione ATECO);
- 3) con riferimento alle sole imprese non specializzate, per ciascuna delle 15 tipologie di prodotti considerati nell'indagine (per le imprese specializzate le tipologie di prodotti possono essere determinate mediante la classificazione ATECO);
- 4) per i 16 domini relativi alle ripartizioni territoriali.

I principali passi della procedura di stima sono stati⁵:

- a) per le imprese rispondenti in almeno 9 dei 12 mesi del 2000, sono state stimate le eventuali risposte mancanti sulla base della medesima procedura di stima utilizzata nell'ambito dell'indagine corrente delle vendite; in questo modo si è determinato il valore annuale delle vendite;
- b) le imprese sono state stratificate per forma di vendita (imprese non specializzate e 15 raggruppamenti di imprese specializzate, coerenti con le tipologie di prodotti) e classe di addetti;
- c) per ciascuno strato è stato calcolato il valore medio annuo delle vendite, riportato all'universo utilizzando il numero di imprese attive nello strato, risultante dall'archivio ASIA riferito all'anno 2000;
- d) per stimare il valore delle vendite nei punti di vendita non specializzati per ciascuna delle 15 tipologie di prodotti, è stata seguita una procedura analoga per ogni classe di addetti, riportando all'universo i dati sulle vendite per tipo di prodotto forniti dalle imprese partecipanti all'indagine mensile;
- e) per ottenere le stime per ripartizione territoriale, sono stati seguiti i medesimi passi da a) a c), utilizzando, in relazione al punto b), una stratificazione delle imprese più sintetica, limitata ai 16 strati oggetto di stima e che non considera le classi di addetti.

Nel 2000 le imprese non specializzate, che rappresentavano solo il 12,9% delle imprese commerciali al dettaglio in sede fissa, hanno determinato ben il 38,4% del fatturato del complessivo comparto commerciale al dettaglio di beni nuovi in sede fissa (tavola 1).

⁵ Il questionario si compone di 15 righe (tante quanti sono i gruppi di prodotti presi in esame) e 7 colonne, corrispondenti alle seguenti forme di vendita: *esercizi specializzati di piccola superficie e vendite per corrispondenza, ipermercati, supermercati, minimercati, discount, grandi magazzini, altri esercizi specializzati di grande superficie.*

La definizione di *Grande distribuzione* adottata nell'ambito dell'indagine sulle vendite equivale all'insieme di imprese non specializzate identificate dal gruppo 52.1, in modo da garantire la totale coerenza con la classificazione adottata nell'ambito delle statistiche strutturali e da Eurostat in sede di diffusione dei dati.

Le imprese specializzate nella vendita al dettaglio di alimentari, bevande e prodotti del tabacco hanno pesato solo per l'8,9% del fatturato, pur costituendo in termini di numerosità quasi un quinto delle unità comprese nel comparto commerciale oggetto dell'indagine.

In termini di fatturato, nel 2000 il peso delle imprese fino a 5 addetti è stato pari al 49,4%, con una diminuzione di 24,3 punti percentuali rispetto al 1995 (tavola 2). Tra le imprese con almeno 6 addetti, sono state soprattutto quelle con almeno 20 addetti ad incrementare il proprio peso relativo, passando dal 12,4% al 27,5 per cento.

Tavola 1 – Fatturato delle imprese commerciali al dettaglio di beni nuovi in sede fissa – Anno 2000 (valori in milioni di euro)

Ateco 2002	Descrizione	Fatturato (a)	Fatturato %
52.1+52.2+52.3+52.4	Commercio al dettaglio di beni nuovi in sede fissa	192.034	100,0
52.1	Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati	73.769	38,4
52.11	Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati	67.837	35,3
52.12	Altro commercio al dettaglio in esercizi non specializzati	5.932	3,1
52.2	Alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati	17.022	8,9
52.3	Prodotti farmaceutici, di profumeria e cura della persona in esercizi specializzati	17.086	8,9
52.4	Altri prodotti in esercizi specializzati	84.157	43,8
52.41	Prodotti tessili	1.883	1,0
52.42	Abbigliamento	19.401	10,1
52.43	Calzature ed articoli in pelle	5.585	2,9
52.44	Mobili, articoli per l'illuminazione e per la casa	10.321	5,4
52.45	Apparecchiature elettriche, radio-tv	9.390	4,9
52.46	Articoli di ferramenta, vetro e vernici	11.186	5,8
52.47	Libri, cartoleria, giornali e riviste	5.049	2,6
52.48	Altri prodotti	21.342	11,1

Fonte: Istat – Statistiche strutturali

(a) Il fatturato è espresso al netto dell'IVA.

Tavola 2 – Sistema di ponderazione utilizzato nell'indagine mensile sulle vendite al dettaglio, per forma distributiva e classe di addetti – Anni 2000 e 1995 (composizioni percentuali)

Descrizione	Peso 2000 %	Peso 1995 %	Differenza
Grande distribuzione	38,4	16,3	+22,1
Piccole superfici	61,6	83,7	-22,1
Totale	100,0	100,0	-
Fino a 5 addetti	49,4	73,7	-24,3
<i>Fino a 2 addetti</i>	<i>28,6</i>	<i>42,8</i>	<i>-14,2</i>
<i>Da 3 a 5 addetti</i>	<i>20,8</i>	<i>30,9</i>	<i>-10,1</i>
Almeno 6 addetti	50,6	26,3	+24,3
<i>Da 6 a 9 addetti</i>	<i>11,7</i>	<i>7,7</i>	<i>+4,0</i>
<i>Da 10 a 19 addetti</i>	<i>11,4</i>	<i>6,2</i>	<i>+5,2</i>
<i>Da 20 addetti in poi</i>	<i>27,5</i>	<i>12,4</i>	<i>+15,1</i>
Totale	100,0	100,0	-

Fonte: Istat.

Con riferimento ai gruppi di prodotti (tavola 3), tra il 1995 ed il 2000 il peso relativo delle vendite di prodotti alimentari è salito dal 35,5% al 39,4%. Tra i generi non alimentari, è aumentato significativamente il peso dei *prodotti farmaceutici* (dal 5,1% al 7,3%), mentre è diminuito quello dei generi di *abbigliamento e pellicceria* (dal 16,7% al 12,4%).

Tavola 3 – Sistema di ponderazione utilizzato nell'indagine mensile sulle vendite al dettaglio per tipologia di prodotto venduto – Anni 2000 e 1995 (composizioni percentuali)

Descrizione	Peso 2000 %	Peso 1995 %	Differenza
Alimentari	39,4	35,5	+3,9
Non alimentari	60,6	64,5	-3,9
<i>Prodotti farmaceutici</i>	7,3	5,1	+2,2
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	12,4	16,7	-4,3
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	3,2	3,0	+0,2
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	5,9	7,4	-1,5
<i>Elettrodomestici</i>	2,6	2,2	+0,4
<i>Radio, tv, registratori, informatica</i>	3,0	2,4	+0,6
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	1,1	1,1	+0,0
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	2,1	2,1	+0,0
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	6,4	5,5	+0,9
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	2,5	2,3	+0,2
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	3,0	5,0	-2,0
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	1,0	1,5	-0,5
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	3,0	2,8	+0,2
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	7,0	7,5	-0,5
Totale	100,0	100,0	-

Fonte: Istat.

La nuova classificazione ATECO 2002

In occasione del passaggio alla base 2000 la struttura dell'indagine e degli indicatori che da essa derivano è stata adeguata alla nuova classificazione delle attività economiche (ATECO 2002). Questa costituisce la versione nazionale della NACE Rev. 1.1, definita in ambito europeo ed approvata con Regolamento della Commissione n. 29/2002. La nuova classificazione sostituisce la precedente ATECO 1991, che si basava sulla classificazione comunitaria NACE Rev.1.

Per le imprese operanti nel commercio al dettaglio (divisione 52), l'aggiornamento della classificazione ATECO ha avuto un impatto contenuto, dato che le modifiche hanno riguardato esclusivamente le categorie di attività economica (cioè la quinta cifra della classificazione). In particolare, i cambiamenti hanno influenzato l'individuazione di alcune tipologie distributive: i discount alimentari, i minimercati e altri esercizi non specializzati di alimentari vari⁶. Il passaggio alla nuova ATECO ha, d'altro canto, implicato l'introduzione di alcuni adattamenti nella specifica disaggregazione degli indici delle vendite per gruppi di prodotti che, sebbene esterna rispetto dalla classificazione delle imprese per attività economica, deve essere resa coerente con quest'ultima.

Nel dettaglio, le modifiche dell'ATECO hanno riguardato:

- I *discount di alimentari* che, sulla base della classificazione ATECO 2002, sono stati codificati nella nuova categoria 52.11.3, mentre risultavano privi di classificazione autonoma nella versione 1991.

⁶ Un'ulteriore, significativa, modifica riguarda l'introduzione delle nuove categorie 52.61.3 e 52.61.4 che identificano il commercio al dettaglio via Internet rispettivamente di prodotti alimentari e non alimentari; tali forme di vendita non sono, tuttavia, oggetto di osservazione nell'indagine.

- I *minimercati*, che nella ATECO 1991 erano codificati separatamente, mentre nella versione 2002 sono stati incorporati nella categoria 52.11.4, congiuntamente agli *altri esercizi non specializzati di alimentari vari*. Di conseguenza, sulla base delle informazioni contenute nell'archivio ASIA dell'Istat non è più possibile isolare gli uni dagli altri e, quindi, calcolare un indice specifico per i soli minimercati, come accadeva nell'indagine con base 1995.
- Le definizioni dei gruppi di prodotti originariamente indicati con 6 (*elettrodomestici*) e 7 (*radio, televisori, registratori, dotazioni per l'informatica*) sono state modificate, sulla base di due motivi: 1) nell'ATECO 2002 le vendite al dettaglio di *elettrodomestici* e quelle di *radio, televisori e registratori* risultano comprese in un'unica categoria; 2) nell'ATECO 2002 le vendite al dettaglio di prodotti di telefonia (accomunati in precedenza alle dotazioni per l'informatica) sono individuate da una specifica categoria (52.48.7). Di conseguenza, si è scelta la definizione di due nuovi gruppi di prodotti:
 6. *Elettrodomestici, radio, tv e registratori.*
 7. *Dotazioni per l'informatica, le telecomunicazioni e la telefonia.*

La ridefinizione dei due gruppi ha comportato una netta discontinuità tra gli indici relativi ai gruppi 6 e 7 disponibili fino a dicembre 2002, basati sulla classificazione precedente, e quelli corrispondenti ai medesimi codici nell'indagine a base 2000. Questi ultimi sono stati ricostruiti a partire dal gennaio 2000, sulla base delle informazioni raccolte nell'ambito della stessa indagine sulle vendite e di fonti addizionali che hanno permesso di riclassificare i dati raccolti prima dell'introduzione dell'ATECO 2002.

Riguardo l'individuazione dell'attività economica delle imprese secondo l'ATECO 2002, si deve precisare che, al momento dell'estrazione del nuovo campione per l'anno 2003, la riclassificazione a livello di categoria di attività (5° cifra) è risultata, in alcuni casi, incompleta. Mentre per le imprese già presenti nel campione 2002 si è potuto tener conto delle informazioni raccolte attraverso l'indagine, per quelle incluse a partire dal 2003 non sempre è stato possibile assegnare *ex ante* la categoria di attività economica corretta sulla base della nuova ATECO. Per tali imprese, una verifica *ex post*, e l'eventuale correzione, della categoria di attività si renderà possibile elaborando le risposte relative ai primi mesi del 2003.

Nella tavola 4 sono riportate alcune informazioni relative alla struttura, in termini di imprese e di addetti, del comparto distributivo al dettaglio; le informazioni sono tratte dall'archivio ASIA dell'Istat aggiornato all'anno 2000 e riclassificato secondo l'ATECO 2002.

Tavola 4 – Numero e addetti delle imprese commerciali al dettaglio di beni nuovi in sede fissa – Anno 2000 (1)

Ateco 2002	Descrizione	Valori assoluti		Composizioni %		Addetti impresa
		Imprese	Addetti	Imprese	Addetti	
52.1	Esercizi non specializzati	79.151	400.193	12,9	27,4	5,1
52.11	<i>Esercizi non specializzati con prevalenza di alimenti e bevande</i>	76.488	365.809	12,5	25,0	4,8
52.11.3	<i>Discount di alimentari</i>	13.549	50.061	2,2	3,4	3,7
52.11.4	<i>Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari</i>	54.460	109.356	8,9	7,5	2,0
52.12	<i>Esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti non alimentari</i>	2.663	34.384	0,4	2,4	12,9
52.2	Prodotti alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati	121.073	204.317	19,8	14,0	1,7
52.21	<i>Frutta e verdura</i>	23.154	34.218	3,8	2,3	1,5
52.22	<i>Carne e di prodotti a base di carne</i>	38.637	63.578	6,3	4,4	1,6
52.23	<i>Pesci, crostacei e molluschi</i>	6.607	10.761	1,1	0,7	1,6
52.24	<i>Pane, pasticceria e dolciumi</i>	9.449	20.450	1,5	1,4	2,2
52.25	<i>Bevande (vini, oli, birra ed altre bevande)</i>	4.480	8.261	0,7	0,6	1,8
52.26	<i>Prodotti del tabacco e di altri generi di monopolio</i>	25.220	42.905	4,1	2,9	1,7
52.27	<i>Altri prodotti alimentari, bevande, tabacco in esercizi specializzati</i>	13.526	24.144	2,2	1,7	1,8
52.3	Prodotti farmaceutici, medicali, cosmetici, profumeria	35.578	92.965	5,8	6,4	2,6
52.31	<i>Farmacie</i>	15.771	54.157	2,6	3,7	3,4
52.32	<i>Articoli medicali ed ortopedici</i>	2.457	5.833	0,4	0,4	2,4
52.33	<i>Cosmetici e di articoli di profumeria</i>	17.350	32.975	2,8	2,3	1,9
52.4	Altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano)	375.496	763.195	61,4	52,2	2,0
52.41	<i>Tessili</i>	26.481	41.354	4,3	2,8	1,6
52.42	<i>Articoli d'abbigliamento</i>	84.515	182.513	13,8	12,5	2,2
52.43	<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	21.603	48.665	3,5	3,3	2,3
52.44	<i>Mobili e di articoli d'illuminazione</i>	43.620	98.536	7,1	6,7	2,3
52.45	<i>Elettrodomestici, apparecchi radio e televisori</i>	19.300	48.590	3,2	3,3	2,5
52.46	<i>Ferramenta, colori e vernici, vetri</i>	34.849	81.817	5,7	5,6	2,3
52.47	<i>Libri, giornali, riviste e articoli di cartoleria</i>	35.381	58.426	5,8	4,0	1,7
52.48	<i>Altri prodotti in esercizi specializzati</i>	109.747	203.294	18,0	13,9	1,9
Totale		611.298	1.460.670	100,0	100,0	2,4

Fonte: Istat – Archivio ASIA.

(1) Sono escluse le vendite al dettaglio di autoveicoli e motocicli e le riparazioni di qualunque genere.

Le nuove serie storiche in base 2000=100

L'operazione di aggiornamento della base, con il passaggio a un sistema di pesi riferiti al 2000, comporta la diffusione di nuove serie storiche degli indici delle vendite al dettaglio per i mesi del triennio 2000, 2001 e 2002, che sostituiscono quelle preesistenti calcolate in base 1995. Ne deriva che le variazioni tendenziali e congiunturali calcolate sulle due serie storiche, relative ai mesi del triennio, risultano diverse.

Nel confronto tra la media del 2001 e quella dell'anno precedente, la variazione del valore complessivo delle vendite al dettaglio è stata pari al 2,0% se valutata con gli indici in base 1995, e pari al 2,7% se valutata con quelli in base 2000. Il tasso di variazione medio annuo relativo al 2002 presenta, nel passaggio tra i due indici, una differenza analoga: dall'1,8% della vecchia base al 2,5%. L'emergere, negli indicatori a base 2000, di una dinamica di crescita più accentuata è dovuto al maggior peso attribuito nel nuovo sistema di ponderazione agli indici della grande distribuzione, la cui tendenza congiunturale è risultata, nel biennio, sempre migliore rispetto a quella che ha caratterizzato le vendite delle piccole superfici.

Tavola 5 –Indici del valore delle vendite al dettaglio: confronto tra le variazioni annuali degli indici a base 1995 e a base 2000. Anni 2001 e 2002

Descrizione	Indici a base 1995=100		Indici a base 2000=100	
	2001/2000	2002/2001	2001/2000	2002/2001
Indici per forma distributiva				
Alimentari				
<i>Grande distribuzione</i>	4,5	4,7	4,6	4,7
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	1,2	1,8	1,2	1,8
<i>Totale</i>	2,2	2,7	3,9	4,1
Non alimentari				
<i>Grande distribuzione</i>	4,7	3,2	4,6	3,2
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	1,5	1,0	1,6	1,1
<i>Totale</i>	1,8	1,4	1,9	1,4
Totale delle vendite				
<i>Grande distribuzione</i>	4,6	4,0	4,6	4,4
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	1,4	1,3	1,5	1,2
<i>Totale</i>	2,0	1,8	2,7	2,5
Indici per forma di vendita della grande distribuzione				
Ipermercati	5,1	4,6	4,6	4,2
Supermercati	4,8	4,7	4,9	4,7
Hard discount	4,0	4,7	3,9	4,8
Grandi magazzini	0,6	1,9	0,1	1,4
Grandi superfici specializzate	5,2	2,8	4,5	2,3
Indici per classe di addetti				
Fino a 5 addetti	1,3	1,3	1,4	1,1
<i>Fino a 2 addetti</i>	1,0	1,1	1,1	1,0
<i>Da 3 a 5 addetti</i>	1,8	1,5	2,0	1,3
Almeno 6 addetti	3,5	3,2	3,9	3,7
<i>Da 6 a 9 addetti</i>	1,7	2,2	1,8	2,2
<i>Da 10 a 19 addetti</i>	1,8	1,4	2,2	2,0
<i>Da 20 addetti in poi</i>	5,3	4,5	5,6	5,0
Indici per 14 gruppi di prodotti non alimentari				
Prodotti farmaceutici	4,2	1,8	4,0	1,7
Abbigliamento e pellicceria	1,6	0,9	1,8	1,1
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	2,2	0,9	2,3	0,9
Mobili, articoli tessili, arredamento	1,5	1,3	1,4	1,3
Elettrodomestici	1,8	1,8	1,6	1,6
Radio, tv, registratori, informatica	1,2	1,7	1,0	1,5
Foto-ottica e pellicole	1,9	1,7	1,9	1,8
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	1,9	1,5	2,3	1,9
Utensileria per la casa e ferramenta	1,6	1,2	1,5	1,2
Prodotti di profumeria, cura della persona	1,6	1,2	1,9	1,4
Cartoleria, libri, giornali e riviste	1,8	2,0	1,9	1,8
Supporti magnetici, strumenti musicali	1,4	1,5	1,5	1,5
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	1,8	1,6	1,9	1,7
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	1,4	1,4	1,5	1,4

Fonte: Istat.

In particolare, l'effetto più rilevante si riscontra per le vendite dei prodotti alimentari che, nell'arco del biennio, risultano cresciute del 4,9% se valutate con gli indici misurati sulla struttura di pesi del 1995 e dell'8,1% se valutate con gli indici a base 2000.

Relativamente alle singole forme di vendita della grande distribuzione, l'aggiornamento dei pesi mette in luce una riduzione significativa della dinamica dei grandi magazzini ed un limitato ridimensionamento per le grandi superfici specializzate. Con riferimento agli indici per classi di

addetti, l'unico effetto di rilievo riguarda la migliore dinamica attribuita, con l'introduzione della base 2000, alle vendite delle imprese con un numero di addetti compreso tra 10 e 19. Contenuti appaiono, infine, gli effetti relativi ai gruppi di prodotti non alimentari; la modifica più rilevante è quella relativa al gruppo dei generi casalinghi durevoli e non durevoli, la cui crescita nel biennio passa dal 3,5% al 4,2 per cento.

Al fine di rendere disponibili agli utilizzatori serie storiche degli indici mensili ricostruite all'indietro, si è proceduto a un semplice slittamento degli indici calcolati in base 1995, e relativi al periodo da gennaio 1996 a dicembre 1999, attraverso opportuni coefficienti di raccordo⁷. Tali serie sono state utilizzate per il calcolo dei dati destagionalizzati, correntemente diffusi per l'indice del totale delle vendite e per quelli relativi ai prodotti alimentari e non alimentari, e di quelli corretti per il numero di giorni lavorativi, richiesti da Eurostat. Le serie raccordate sono disponibili per i principali domini di diffusione dei dati (ovvero disaggregati per forma distributiva, per forma di vendita della grande distribuzione, per classe di addetti, per gruppo di prodotti non alimentare) sulla base dati Conistat all'indirizzo <http://con.istat.it>.

⁷ Il coefficiente di raccordo è calcolato come rapporto delle medie degli indici riferiti all'anno 2000, in base 2000 (pari per costruzione a 100) e in base 1995. Moltiplicate per tale coefficiente, le serie storiche da gennaio 1996 a dicembre 1999 possono essere raccordate a quelle calcolate in base 2000; occorre ricordare che esse restano comunque serie calcolate con il vecchio sistema dei pesi riferito al 1995 la cui confrontabilità con quelle a base 2000 è necessariamente parziale.