

## NOTE INFORMATIVE

La rilevazione mensile sulle vendite al dettaglio condotta dall'Istat si riferisce alle imprese commerciali operanti tramite punti di vendita al minuto in sede fissa, 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. Sono inoltre esterni al campo di osservazione i punti di vendita di beni usati, gli ambulanti ed i mercati.

A partire dal comunicato stampa relativo ai dati di gennaio 2009 le serie degli indici sono state diffuse con riferimento alla base 2005=100 e alla nuova classificazione delle attività economiche Ateco 2007 (versione italiana della classificazione europea Nace Rev. 2).

Con la diffusione dei dati relativi a ottobre 2009 gli indici sono stati rettificati, come annunciato nei mesi precedenti, per tener conto dell'introduzione di una struttura di pesi più disaggregata, che considera tutte le variabili di stratificazione dell'indagine. Questa modifica è finalizzata a rendere più robusta la misura della dinamica delle vendite di specifiche componenti distributive e merceologiche. L'operazione ha determinato una revisione complessiva delle serie storiche (da gennaio 2005 a settembre 2009) degli indici in base 2005 precedentemente diffusi. La rettifica ha avuto un effetto molto limitato sulla dinamica dell'indice aggregato e di quello relativo alla componente della distribuzione tradizionale, mentre ha modificato in maniera significativa le variazioni dell'indice relativo alla grande distribuzione e, in particolare, di quelli riguardanti le diverse tipologie di esercizi appartenenti a questo settore.

In particolare, il tasso di variazione medio annuo dell'indice totale delle vendite ha subito rettifiche minime (comprese tra meno 0,1 e più 0,1 punti percentuali) per il periodo tra il 2006 e il 2008. La dinamica della componente della distribuzione tradizionale ha registrato anch'essa modifiche limitate: la revisione più ampia si registra con riferimento alla variazione media del 2007, diminuita di 0,2 punti percentuali rispetto a quella precedentemente misurata. Gli indici riguardanti la grande distribuzione hanno subito modifiche più significative per alcuni singoli valori mensili, ma comunque contenute in media annua: le relative variazioni sono state riviste al ribasso di 0,3 punti percentuali nella media del 2006 e al rialzo per un'analoga quantità nel 2007, restando poi invariate per la media del 2008.

Le serie storiche degli indici ricalcolati a partire da gennaio 2005 sono disponibili nella banca dati ConIstat (accessibile all'indirizzo <http://con.istat.it>). Entro breve sarà completata la ricostruzione retrospettiva sino al 2000, relativa ai principali aggregati e finalizzata a rendere disponibili serie storiche sufficientemente omogenee.

Per una descrizione più approfondita delle caratteristiche dell'indice in base 2005, e in particolare della nuova classificazione delle tipologie di esercizio commerciale appartenenti alla grande distribuzione, si veda la Nota Informativa "I nuovi indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio in base 2005=100" del 31 marzo 2009.

Il campione teorico dell'indagine è composto da circa 8.000 imprese, operanti sull'intero territorio nazionale, estratto a partire da una stratificazione derivante dall'incrocio di due variabili:

- l'attività prevalente dell'impresa, secondo la classificazione delle attività economiche Ateco 2007; nel complesso sono considerate 20 tipologie di attività prevalente, di cui 5 relative alle imprese non specializzate e 15 a quelle specializzate;
- la dimensione dell'impresa, identificata tramite 3 classi di addetti (1-5, 6-49 e almeno 50).

Lo schema di campionamento prevede un'estrazione casuale per le imprese appartenenti agli strati al di sotto dei 50 addetti e l'inserimento censuario nella rilevazione per tutte le unità con 50 e più addetti.

Con l'introduzione della nuova base è stata interrotta la produzione di indici per ripartizione geografica, in quanto tale elaborazione, per rappresentare adeguatamente la dinamica territoriale, necessita di informazioni sulla localizzazione dei singoli punti di vendita delle imprese stesse, al momento non disponibili.

Nella tabella sottostante si fornisce il sistema dei pesi utilizzato nell'aggregazione dell'indice delle vendite riferito all'anno 2005. Il confronto con quello relativo al 2000 è solo parziale, a causa delle modifiche introdotte per le variabili di stratificazione e di ponderazione.

### **Pesi 2005 per i principali aggregati considerati nel calcolo degli indici mensili delle vendite al dettaglio.**

<b>AGGREGATI DI RIFERIMENTO</b>	<b>PESO 2000 % (*)</b>	<b>PESO 2005 %</b>
<b>FORMA DISTRIBUTIVA</b>		
<b>Imprese di piccole superfici</b>	<b>61,6</b>	<b>61,1</b>
<b>Grande distribuzione (GD)</b>	<b>38,4</b>	<b>38,9</b>
- GD non specializzata	-	33,5
A prevalenza alimentare	-	26,5
- <i>Ipermercati</i>	-	11,0
- <i>Supermercati</i>	-	13,3
- <i>Discount di alimentari</i>	-	2,2
A prevalenza non alimentare	-	7,0
- GD specializzata	-	5,4
<b>GRUPPI DI PRODOTTI</b>		
<b>Alimentari</b>	<b>39,4</b>	<b>29,7</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>60,6</b>	<b>70,3</b>
Prodotti farmaceutici	7,3	9,0
Abbigliamento e pellicceria	12,4	10,2
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	3,2	3,0
Mobili, articoli tessili, arredamento	5,9	6,4
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	2,6	5,4
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	3,0	5,0
Foto-ottica e pellicole	1,1	1,7
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	2,1	2,6
Utensileria per la casa e ferramenta	6,4	6,7
Prodotti di profumeria, cura della persona	2,5	3,3
Cartoleria, libri, giornali e riviste	3,0	3,5
Supporti magnetici, strumenti musicali	1,0	1,3
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	3,0	3,3
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	7,0	8,9
<b>DIMENSIONE DELLE IMPRESE (CLASSI DI ADDETTI)</b>		
da 1 a 5 addetti	-	34,5
da 6 a 29 addetti	-	28,5
almeno 50 addetti	-	37,0

(\*) Per gli aggregati relativi alle forme distributive della GD e alla dimensione delle imprese non è possibile effettuare il confronto tra il peso relativo alla base 2000 e quello relativo alla base 2005.

Gli indici relativi al mese più recente sono provvisori e sono soggetti a una revisione che viene effettuata nel mese successivo, sulla base delle informazioni aggiuntive pervenute dalle imprese.

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 a un semplice slittamento degli indici calcolati in base 2000, e relativi al periodo precedente il 2005 (dal 2000 al 2004), 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.

## GLOSSARIO

Nell'indagine sulle vendite al dettaglio le imprese vengono classificate in base a due criteri: la dimensione (numero di addetti) e la forma distributiva (imprese operanti con punti di vendita propri della grande distribuzione ed imprese operanti su piccole superfici). All'interno della grande distribuzione è proposto un ulteriore dettaglio.

### **Classificazione delle imprese per classe di addetti (indipendenti+dipendenti)**

- *Imprese con almeno 5 addetti;*
- *Imprese con un numero di addetti compreso fra 6 e 49;*
- *Imprese con almeno 50 addetti.*

### **Classificazione delle imprese per forma distributiva**

**Grande distribuzione:** con l'adozione della classificazione Ateco 2007 la definizione di tale aggregato è stata rivista, soprattutto in relazione alla sua articolazione.

Rientrano nella grande distribuzione le imprese *non specializzate a prevalenza alimentare*, le imprese *non specializzate a prevalenza non alimentare*, le *grandi superfici specializzate*.

Tra le imprese non specializzate a prevalenza alimentare si possono individuare le seguenti tipologie:

**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 mq. 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 mq., 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 comprendono le seguenti tipologie;

*Grande magazzino*: esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare, che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq. e di almeno 5 distinti reparti (oltre l'eventuale annesso reparto alimentare), ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo.

*Esercizio non specializzato di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici.*

Infine tra le *grandi superfici specializzate* rientrano le 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 mq con caratteristiche organizzative proprie della grande distribuzione.

***Punto di vendita operante su piccola superficie***: punto di vendita specializzato, non appartenente alla grande distribuzione, caratterizzato da una superficie inferiore ai 400 mq. per gli esercizi che attuano in prevalenza vendita di prodotti non alimentari, o ai 250 mq. per gli esercizi che attuano in prevalenza vendita di prodotti alimentari.

*Minimercato*: Esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa che attua la vendita di prodotti (quasi) esclusivamente alimentari, la cui superficie non supera i 250 mq.

#### **Altre definizioni**

*Indice del valore delle vendite al dettaglio*: indice che misura la variazione nel tempo del valore delle vendite al dettaglio.

*Indice del valore delle vendite stagionalizzato*: indice depurato della componente stagionale e degli effetti legati alla diversa durata e composizione dei mesi secondo le modalità illustrate in questa nota.

*Variazione congiunturale*: variazione percentuale rispetto al mese o al periodo precedente.

*Variazione tendenziale*: variazione percentuale rispetto allo stesso mese o periodo dell'anno precedente.