

Dicembre 2013

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A dicembre 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 precedente. Nella media del trimestre ottobre-dicembre 2013, l'indice registra una flessione dello 0,4% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con novembre 2013, a dicembre le vendite di prodotti alimentari diminuiscono dello 0,5%, quelle di prodotti non alimentari dello 0,3%.

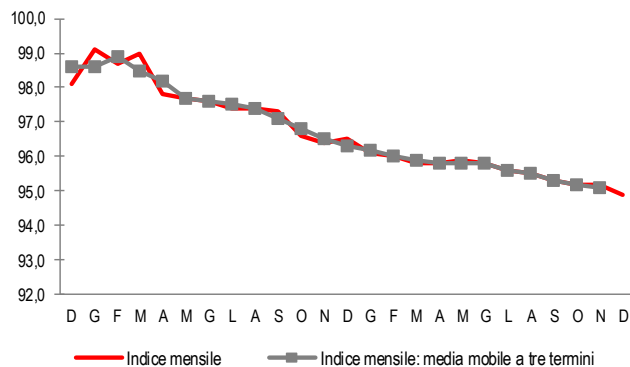
■ Rispetto a dicembre 2012, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una flessione del 2,6%, sintesi di diminuzioni del 2,3% per le vendite di prodotti alimentari e del 2,7% per quelle di prodotti non alimentari.

■ Le vendite per forma distributiva evidenziano, nel confronto con il mese di dicembre 2012, una flessione sia per la grande distribuzione (-2,7%), sia per le imprese operanti su piccole superfici (-2,4%).

■ Nell'intero anno 2013 le vendite segnano una diminuzione del 2,1% rispetto all'anno precedente, sintesi di flessioni dell'1,1% per i prodotti alimentari e del 2,7% per i prodotti non alimentari.

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

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



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Dicembre 2011 - Dicembre 2013, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

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



tendenziali

Prossima diffusione: 26 marzo 2014

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

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

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Dic 13 Nov 13	Ott-Dic 13 Lug-Set 13	Dic 13 Dic 12	Gen-Dic 13 Gen-Dic 12
<b>Alimentari</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>-2,3</b>	<b>-1,1</b>
Grande distribuzione			-1,9	-0,4
Imprese operanti su piccole superfici			-3,0	-3,0
<b>Non alimentari</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,7</b>	<b>-2,7</b>
Grande distribuzione			-3,4	-1,9
Imprese operanti su piccole superfici			-2,4	-2,9
<b>Totale</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,6</b>	<b>-2,1</b>
Grande distribuzione			-2,7	-1,0
Imprese operanti su piccole superfici			-2,4	-2,9

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di dicembre 2012 (Prospetto 1) si registra una diminuzione del 2,7% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e del 2,4% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

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

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), a dicembre 2013 si rilevano variazioni tendenziali negative del 2,6% per gli esercizi non specializzati e del 2,4% per quelli specializzati. Tra i primi, diminuiscono del 2,6% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare e del 3,0% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

Più in dettaglio, per gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare si registra un aumento per i discount (+0,7%), mentre diminuiscono gli ipermercati (-3,3%) e i supermercati (-3,0%).

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

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

Tipologie di esercizio	Dic 13 Dic 12	Gen-Dic 13 Gen-Dic 12
Esercizi non specializzati	-2,6	-1,1
A prevalenza alimentare	-2,6	-1,0
Ipermercati	-3,3	-1,9
Supermercati	-3,0	-1,3
Discount di alimentari	+0,7	+1,6
A prevalenza non alimentare	-3,0	-1,7
Esercizi specializzati	-2,4	-0,5
<b>Grande distribuzione</b>	<b>-2,7</b>	<b>-1,0</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di dicembre 2013 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 3,0% nelle imprese fino a 5 addetti, del 2,7% in quelle da 6 a 49 addetti e del 2,2% in quelle con almeno 50 addetti.

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

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

Classi di addetti	<u>Dic 13</u> Dic 12	<u>Gen-Dic 13</u> Gen-Dic 12
Fino a 5 addetti	-3,0	-3,7
Da 6 a 49 addetti	-2,7	-2,5
Almeno 50 addetti	-2,2	-0,8
<b>Totale</b>	<b>-2,6</b>	<b>-2,1</b>

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a dicembre 2013 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti. Le flessioni di maggiore entità riguardano i gruppi Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-5,0%) e Giochi, giocattoli, sport e campeggio (-4,7%); le diminuzioni più contenute riguardano, invece, i gruppi Prodotti di profumeria, cura della persona (-0,9%) e Mobili, articoli tessili, arredamento (-1,7%).

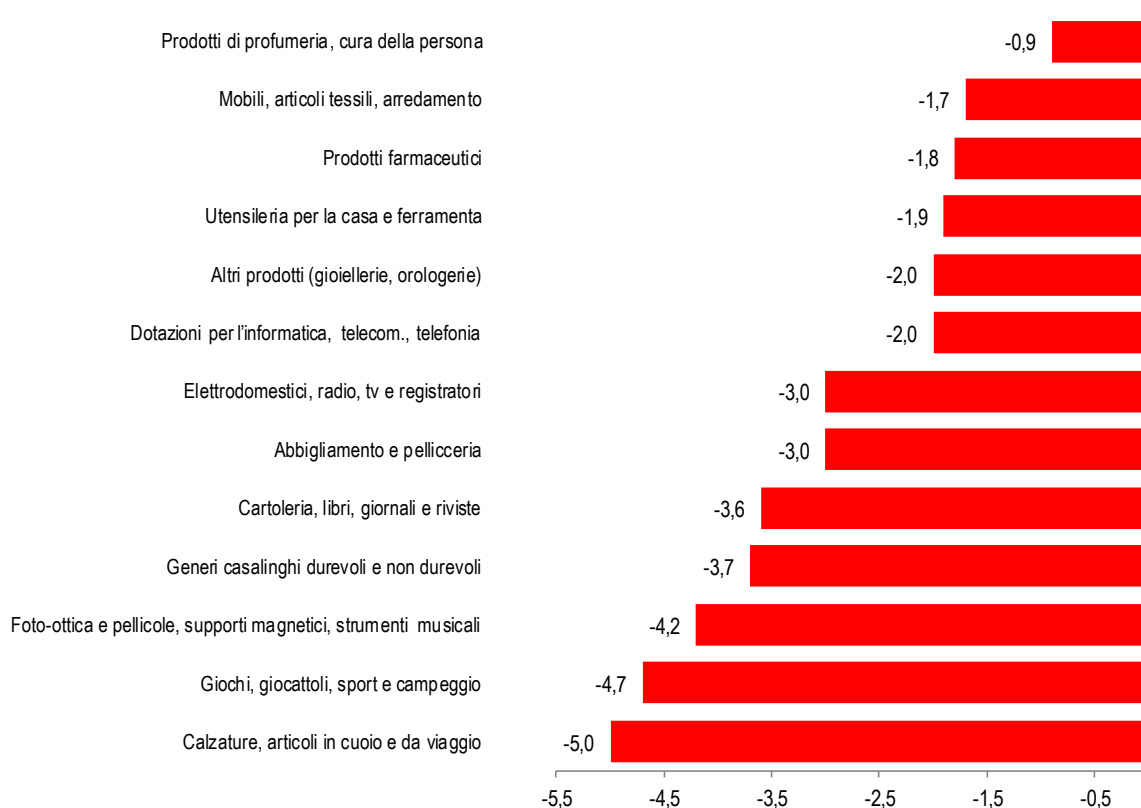
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

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

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

(a) Dati provvisori

**FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI**  
Dicembre 2013 (a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010=100)



(a) Dati provvisori

## Revisioni

Il seguente prospetto riassume 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

Novembre 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	+0,2	+0,1	+0,1	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.