

GLI INDICI DEL VALORE DELLE VENDITE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO

La nuova base 2015

■ L'Istituto nazionale di statistica avvia, a partire dagli indici relativi al mese di gennaio 2018, la pubblicazione della nuova serie — con base di riferimento 2015=100 — degli indici delle vendite al dettaglio. Gli indici pubblicati in precedenza avevano come base il 2010.

■ L'aggiornamento periodico della base di riferimento degli indici delle vendite è necessario per tenere conto dei cambiamenti che riguardano la struttura del settore del commercio al dettaglio e, di conseguenza, mantenere elevata la capacità degli indicatori di rappresentare l'andamento delle vendite.

■ Il passaggio alla base 2015 risponde a quanto previsto dai Regolamenti europei sulle statistiche congiunturali (n. 1165/1998 e 1158/2005) e si inserisce all'interno del processo di ridefinizione delle basi di riferimento che sta avvenendo in tutti i paesi dell'Unione Europea e che si concluderà entro il 2018.

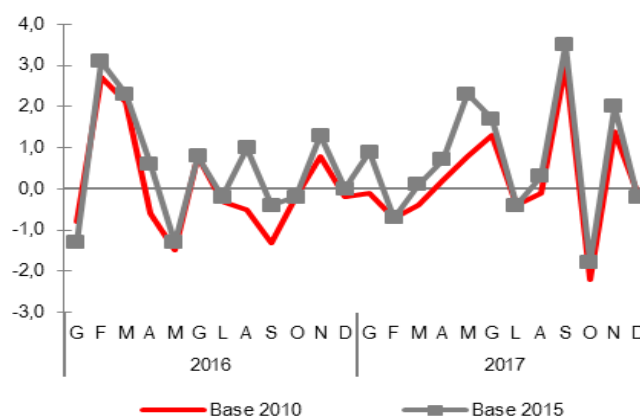
■ La nuova serie degli indici mensili delle vendite al dettaglio con base 2015 è calcolata a partire dal mese di gennaio 2015; ne consegue che, per tutto il periodo compreso tra il 2015 e il 2017, i nuovi indicatori sostituiscono i corrispondenti indici mensili, con base 2010, diffusi in precedenza.

■ I cambiamenti introdotti con il passaggio alla nuova base riguardano l'aggiornamento del sistema di ponderazione degli indici e l'ampliamento del numero di indicatori diffusi con l'aggiunta dell'indice sul commercio elettronico.

■ Il confronto dei tassi di variazione tendenziale degli indici in base 2015 e di quelli in base 2010 mostra, per l'indice totale delle vendite al dettaglio, una dinamica più sostenuta per gli indici nella nuova base.

■ Gli indici delle vendite al dettaglio sono stati ricostruiti in base 2015 a partire da gennaio 2000. Le nuove serie sono pubblicate sul sito I.Stat all'indirizzo <http://dati.istat.it>

GRAFICO 1. INDICI DELLE VENDITE AL DETTAGLIO, CONFRONTO TRA LE DINAMICHE IN BASE 2010 E BASE 2015
Gennaio 2016-dicembre 2017, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi.



PROSPETTO 1 – INDICI DELLE VENDITE AL DETTAGLIO
LA STRUTTURA DI PONDERAZIONE DELLA BASE 2015

Aggregati di riferimento	Base 2015			
	CLASSE DI ADDETTI			
SETTORE MERCEOLOGICO E FORMA DISTRIBUTIVA	Fino a 5 addetti	da 6 a 49 addetti	almeno 50 addetti	Totale
Alimentari	8,6	8,7	24,9	42,2
Non alimentari	19,4	16,4	22,0	57,8
Grande distribuzione	0,0	6,4	40,0	46,4
Imprese operanti su piccole superfici	25,8	17,7	4,5	48,0
Commercio elettronico	-	-	-	1,9
Vendite al di fuori dei negozi	-	-	-	3,7

Gli indicatori delle vendite al dettaglio

L'indice delle vendite al dettaglio è un indicatore congiunturale a frequenza mensile che ha l'obiettivo di misurare l'andamento del valore delle vendite realizzate dalle imprese che svolgono come attività prevalente o esclusiva il commercio al dettaglio. Le vendite sono effettuate attraverso tutti i canali distributivi ed hanno come destinatari i consumatori finali. Tale indicatore fornisce, inoltre, indicazioni sull'andamento di una componente rilevante dei consumi delle famiglie. L'indice delle vendite al dettaglio si riferisce unicamente alla componente dei beni (con alcune importanti esclusioni tra le quali gli autoveicoli e i combustibili per autotrazione) ed esclude, per definizione, il comparto dei servizi, che nel 2015 rappresentava circa il 53% dei consumi finali interni stimati nell'ambito della contabilità nazionale.

Le informazioni sono raccolte attraverso una rilevazione diretta condotta con cadenza mensile presso un campione di imprese commerciali, che effettuano la vendita al dettaglio di beni con l'esclusione di autoveicoli e combustibili per autotrazione. Dal campo di osservazione sono escluse le vendite al dettaglio realizzate da imprese che hanno un'attività prevalente diversa dal commercio al dettaglio.

Con riferimento alla metodologia di calcolo dell'indicatore, i numeri indici sintetici sono costruiti come medie ponderate di indici relativi a domini individuati dall'incrocio delle variabili di stratificazione (attività prevalente e dimensione dell'impresa). Il processo di aggregazione prevede l'utilizzo della formula a base fissa di Laspeyres. La struttura di ponderazione, che sino alla diffusione dei dati relativi a dicembre 2017 era riferita all'anno base 2010, è stata aggiornata con riferimento all'anno base 2015. L'aggiornamento alla base 2015 quale anno di riferimento avviene in linea con quanto stabilito, per tutti i Paesi dell'Unione europea, dai Regolamenti comunitari sulle statistiche congiunturali (n. 1165/1998 e 1158/2005) ed è programmato, nello specifico, per l'inizio del 2018.

L'indagine e gli indicatori

Il campo di osservazione della rilevazione è costituito dalle imprese commerciali che svolgono come attività prevalente o esclusiva il commercio al dettaglio.

L'attività prevalente è individuata sulla base della Classificazione delle attività economiche ATECO 2007, versione italiana della nomenclatura NACE Rev. 2 adottata in ambito europeo. Tale classificazione è alla base della struttura dell'indagine e degli indicatori che da essa derivano, come già per gli indici in base 2010=100.

Secondo l'ATECO 2007, il commercio al dettaglio (divisione 47) è classificato in primo luogo in base al tipo di esercizio nel quale viene effettuata la vendita, ovvero in commercio al dettaglio in negozi (i gruppi da 47.1 a 47.7) e commercio al dettaglio al di fuori dei negozi (gruppi 47.8 e 47.9). Per il commercio al dettaglio in negozi esiste un'ulteriore distinzione tra commercio al dettaglio non specializzato (gruppo 47.1) e specializzato (gruppi da 47.2 a 47.7). Questi gruppi sono ulteriormente suddivisi sulla base di criteri che tengono conto del tipo di prodotti venduti.

Degli Esercizi non specializzati fanno parte le seguenti tipologie:

- Ipermercati (47.11.1)
- Supermercati (47.11.2)
- Discount di alimentari (47.11.3)
- Minimercati (47.11.4)
- Vendite di prodotti surgelati (47.11.5)
- Grandi magazzini (47.19.1)
- Vendite di computer, periferiche, attrezzature per telecomunicazioni, ecc. (47.19.2)
- Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari (47.19.9).

Sono inclusi negli Esercizi specializzati le imprese che effettuano vendita al dettaglio di:

- Prodotti alimentari, bevande e tabacchi (47.2)
- Carburante per autotrazione (47.3)
- Apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni (47.4)
- Altri prodotti per uso domestico (47.5)
- Articoli culturali e ricreativi (47.6)
- Altri prodotti (47.7)

Gli indici delle vendite comprendono tutti i settori sopra elencati ad eccezione di quelli del commercio al dettaglio di carburante per autotrazione.

Gli indici delle vendite sono calcolati, come in passato, privilegiando una disaggregazione per forma distributiva, in base alla quale si considerano: la grande distribuzione, la distribuzione tradizionale, qui definita come vendita in piccole superfici, le vendite al di fuori dei negozi e il commercio elettronico¹ (queste ultime due tipologie introdotte a partire dalla base 2015). Le forme distributive della grande distribuzione e delle imprese operanti su piccole superfici non sono riconducibili alla classificazione settoriale Ateco ma sono, piuttosto, definite sulla base di un suo adattamento ad hoc, necessario per fornire indicatori maggiormente significativi dal punto di vista dell'interpretazione dei comportamenti economici. La definizione di grande distribuzione, riadattata nel 2009, è rimasta invariata. Essa comprende le imprese non specializzate identificate dal gruppo 47.1, ad eccezione dei minimercati (47.11.4), degli esercizi che vendono surgelati (47.11.5) e degli empori (47.19.9), che sono invece stati attribuiti alla componente delle imprese operanti su piccole superfici. Inoltre, è inserito nella grande distribuzione l'insieme delle grandi superfici specializzate, cioè di quelle imprese caratterizzate da una specializzazione merceologica, che operano con grandi superfici e hanno caratteristiche di vendita assimilabili alla grande distribuzione. In maniera complementare, rientrano nell'ambito delle imprese operanti su piccole superfici tutte le imprese del commercio specializzato, ad eccezione dei casi sopra indicati, nonché i minimercati, il commercio al dettaglio di surgelati e gli empori. Per la componente della grande distribuzione è possibile operare ulteriori disaggregazioni: gli indici sono calcolati e diffusi recependo la distinzione sopra descritta, secondo la specializzazione, distinguendo tra grande distribuzione non specializzata e grande distribuzione specializzata e, all'interno della prima, secondo l'attività prevalente, alimentare e non alimentare. Sono, inoltre, forniti separatamente indici riguardanti il totale delle vendite negli ipermercati, supermercati e discount di alimentari.

Il campione delle unità di rilevazione

Il campione delle unità viene estratto tenendo conto di una stratificazione identificata dalle seguenti variabili:

- l'attività prevalente dell'impresa, secondo la classificazione delle attività economiche Ateco 2007; nel complesso vengono considerate 21 tipologie di attività prevalente, di cui 5 non specializzate e 14 specializzate (alle quali corrispondono altrettanti raggruppamenti merceologici per i quali vengono elaborati indici mensili); a queste si aggiungono per la prima volta le attività del commercio elettronico e delle vendite al di fuori dei negozi.
- la dimensione dell'impresa in termini di addetti, identificata in 3 classi di addetti (1-5, 6-49 e almeno 50).

Le imprese appartenenti agli strati al di sotto dei 50 addetti vengono estratte casualmente, mentre tutte le unità con almeno 50 addetti entrano a far parte del campione.

Per l'individuazione della lista delle unità di rilevazione si fa riferimento all'archivio delle imprese attive (ASIA), nella versione riferita al 2015, divisione Ateco 47 (Commercio al dettaglio).

Il campione teorico della rilevazione per l'anno 2015 è composto da 8.344 imprese. Lo strato inserito nella rilevazione con criterio censuario (imprese con almeno 50 addetti) include 1.159 imprese. Ogni anno, parte delle imprese del campione che appartengono agli strati campionari (classe di addetti 1-5 e 6-49) vengono parzialmente sostituite, allo scopo di contenere il carico statistico sulle imprese rispondenti e di reintegrare le unità uscite dal campo di osservazione.

¹ Vendite on-line effettuate da imprese, che hanno come attività prevalente o esclusiva la vendita al dettaglio attraverso internet. Le vendite on-line realizzate dalle imprese che svolgono in prevalenza un'attività commerciale diversa dal commercio elettronico confluiscono negli aggregati relativi a tali attività.

PROSPETTO 2 – DIMENSIONE DEL CAMPIONE PER TIPO DI DISTRIBUZIONE E PER CLASSE DI ADDETTI DELLE IMPRESE – ANNO 2015

Aggregati di riferimento	N. Addetti			Totale addetti	
	FORMA DISTRIBUTIVA	Fino a 5 addetti	da 6 a 49 addetti		almeno 50 addetti
Grande distribuzione		27	259	692	978
Imprese operanti su piccole superfici		4.526	1.690	403	6.619
Altre forme		396	287	64	747
Totale		4.949	2.236	1.159	8.344

La struttura di ponderazione

A partire dallo schema precedentemente descritto in cui si articola il campione, il sistema dei pesi utilizzato nell'aggregazione dell'indice delle vendite al dettaglio è basato, in accordo con le pratiche raccomandate a livello europeo, sulla stima del fatturato annuale 2015, elaborata a partire dai dati del sistema delle indagini economiche strutturali, i cui risultati sono presentati nella pubblicazione "Struttura e competitività del sistema delle imprese industriali e dei servizi".

I dati sul fatturato delle imprese del commercio al dettaglio per l'anno 2015 sono stati integrati con le informazioni tratte dal registro statistico delle imprese attive dell'Istat (ASIA) relativo al 2015, con l'obiettivo di ricostruire il quadro informativo necessario alla definizione del sistema dei pesi.

Inoltre, poiché il sistema di ponderazione tiene conto, oltre che dell'attività prevalente, anche della tipologia di prodotti venduti (gruppi di prodotti), i criteri seguiti tengono conto del fatto che, in via generale, le attività commerciali specializzate sono riconducibili pressoché univocamente ad un raggruppamento di prodotti che comprende l'insieme dei beni da esse venduti in prevalenza. Diverso è il caso delle imprese non specializzate, le quali contribuiscono alla vendita di un dato prodotto soltanto per una quota delle loro vendite complessive. Di conseguenza, se si considera un dato gruppo di prodotti, le vendite che afferiscono ad esso sono costituite dalle seguenti componenti:

- le vendite realizzate dalle imprese specializzate operanti su piccole superfici;
- le vendite realizzate dalle imprese specializzate che appartengono alla grande distribuzione;
- la quota delle vendite di quel gruppo di prodotti afferente alla grande distribuzione non specializzata;
- le vendite realizzate dalle imprese che appartengono alle forme distributive del commercio elettronico e delle vendite al di fuori dei negozi.

Per la stima dei pesi relativi alle diverse componenti sono stati utilizzati i dati sul fatturato annuale 2015 sopra citati i dati storici raccolti con la rilevazione mensile sulle vendite.

Il risultato delle operazioni di adeguamento alla base 2015 è rappresentato da un nuovo sistema di pesi sovrapponibile alla struttura di ponderazione utilizzata per la base 2010, con l'eccezione delle nuove forme distributive del commercio elettronico e delle vendite al di fuori dei negozi. Nel Prospetto 3 i pesi relativi alla base 2015, per i principali aggregati per forma distributiva e settore merceologico, sono confrontati, ove possibile, con i pesi 2010 riferiti agli stessi aggregati.

La nuova struttura di ponderazione presenta, rispetto a quella del 2010, un aumento dell'incidenza della grande distribuzione sul totale, che passa dal 44,9% al 46,4% del 2015. Il peso delle imprese operanti su piccole superfici, invece, diminuisce attestandosi al 48,0%. Con riferimento alla suddivisione in settori merceologici, aumenta il peso del comparto alimentare, che passa dal 35,5% del 2010 al 42,2 % del 2015. Nel Prospetto 4 il medesimo confronto viene effettuato con riferimento ai raggruppamenti merceologici.

PROSPETTO 3 – SISTEMA DI PONDERAZIONE UTILIZZATO NELL'INDAGINE MENSILE SULLE VENDITE AL DETTAGLIO PER SETTORE MERCEOLOGICO E FORMA DISTRIBUTIVA BASI 2010 E 2015 (COMPOSIZIONI PERCENTUALI)

Aggregati di riferimento	Base 2010 %	Base 2015%	Differenze assolute
FORMA DISTRIBUTIVA			
Grande distribuzione	44,9	46,4	1,5
Alimentari	25,3	29,5	4,2
Non alimentari	19,6	16,9	-2,7
Imprese operanti su piccole superfici	55,1	48,0	-7,1
Alimentari	10,1	11,0	0,9
Non alimentari	45,0	37,0	-8,0
Totale	100,0	100,0	0,0
Alimentari	35,5	42,2	6,7
Non alimentari	64,5	57,8	-6,7

(*) le forme distributive rappresentate non esauriscono il totale del commercio al dettaglio.

PROSPETTO 4 – SISTEMA DI PONDERAZIONE UTILIZZATO NELL'INDAGINE MENSILE SULLE VENDITE AL DETTAGLIO PER GRUPPI DI PRODOTTI - BASI 2010 E 2015 (COMPOSIZIONI PERCENTUALI)

Descrizione	Base 2010 %	Base 2015 %	Differenze assolute
GRUPPI DI PRODOTTI			
Alimentari	35,5	42,2	6,7
Non alimentari	64,5	57,8	-6,7
Prodotti farmaceutici	9,2	8,4	-0,8
Abbigliamento e pellicceria	12,1	11,9	-0,3
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	3,5	3,4	-0,1
Mobili, articoli tessili, arredamento	5,9	4,5	-1,4
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	4,0	3,3	-0,7
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	2,7	2,6	-0,1
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	1,6	1,3	-0,3
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	3,5	2,1	-1,4
Utensileria per la casa e ferramenta	5,1	4,1	-1,0
Prodotti di profumeria, cura della persona	4,2	3,0	-1,2
Cartoleria, libri, giornali e riviste	2,7	1,9	-0,8
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	3,2	2,5	-0,7
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	6,8	8,8	2,0

Gli indici in base 2015 e il confronto con la precedente versione

L'insieme delle operazioni di aggiornamento della base di riferimento può determinare cambiamenti nell'evoluzione degli indici a tutti i livelli di aggregazione. In questa occasione, i cambiamenti introdotti con il passaggio alla nuova base hanno avuto, in alcuni periodi, un impatto non trascurabile, dovuto sia all'integrazione di informazioni più aggiornate sia alle novità introdotte. Il confronto delle variazioni mensili tendenziali degli indici in base 2015 con quelli in base 2010 (prospetto 5), relativo agli anni 2016 e 2017, evidenzia alcune differenze tra le due serie. Le revisioni mensili sono comprese tra 1,5 e -0,5 punti percentuali per il 2016 e tra 1,5 e -0,1 punti percentuali per il 2017.

**PROSPETTO 5 – INDICI DEL VALORE DELLE VENDITE AL DETTAGLIO. CONFRONTO TRA LE
VARIAZIONI TENDENZIALI MENSILI DELL'INDICE GENERALE IN BASE 2010 E 2015. DATI GREZZI.
ANNI 2016 E 2017**

Indice generale	variazioni tendenziali			
	Base 2010	Base 2015	Base 2010	Base 2015
MESE	2016	2016	2017	2017
Gennaio	-0,8	-1,3	-0,1	0,9
Febbraio	2,7	3,1	-0,7	-0,7
Marzo	2,1	2,3	-0,4	0,1
Aprile	-0,6	0,6	0,2	0,7
Maggio	-1,5	-1,3	0,8	2,3
Giugno	0,8	0,8	1,3	1,7
Luglio	-0,3	-0,2	-0,4	-0,4
Agosto	-0,5	1,0	-0,1	0,3
Settembre	-1,3	-0,4	3,0	3,5
Ottobre	-0,2	-0,2	-2,2	-1,8
Novembre	0,8	1,3	1,4	2,0
Dicembre	-0,2	0,0	-0,1	-0,2

Il confronto delle variazioni tendenziali relative al totale, ai principali settori merceologici e alle due componenti della grande distribuzione e delle imprese operanti su piccole superfici mette in evidenza, per i due anni più recenti, una modesta revisione al rialzo. (prospetto 6).

**PROSPETTO 6 – INDICI DEL VALORE DELLE VENDITE AL DETTAGLIO. CONFRONTO TRA LE
VARIAZIONI ANNUALI DELL'INDICE GENERALE IN BASE 2010 E 2015. ANNI 2016 E 2017**

Aggregati di riferimento	variazioni tendenziali			
	Base 2010	Base 2015	Base 2010	Base 2015
FORMA DISTRIBUTIVA	2016	2016	2017	2017
Totale	0,1	0,4	0,2	0,7
Alimentari	0,1	0,6	1,0	1,3
Non alimentari	-0,1	0,3	-0,2	0,3
Grande distribuzione	0,5	0,8	1,4	2,0
Imprese operanti su piccole superfici	-0,4	0,3	-0,8	-0,5

Destagionalizzazione

Gli indici destagionalizzati sono ottenuti attraverso la procedura Tramo-Seats (versione 942 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 della dinamica della serie storica da destagionalizzare.

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).

Per consentire agli utenti 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.