

Luglio 2012

COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A luglio 2012 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) ha segnato una diminuzione congiunturale dello 0,2%. Nella media del trimestre maggio-luglio 2012 l'indice è diminuito dell'1,0% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con giugno 2012, le vendite diminuiscono dello 0,1% per i prodotti alimentari e dello 0,3% per quelli non alimentari.

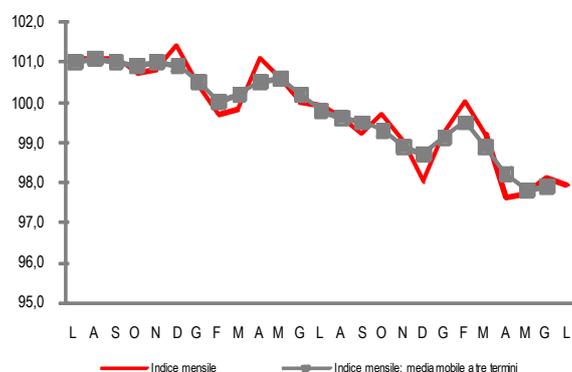
■ Rispetto a luglio 2011, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una diminuzione del 3,2%, sintesi di un calo del 2,0% per i prodotti alimentari e del 3,8% per quelli non alimentari.

■ Le vendite per forma distributiva mostrano, nel confronto con luglio 2011, variazioni negative sia per la grande distribuzione (-2,3%) sia per le imprese operanti su piccole superfici (-3,8%).

■ Nel confronto con i primi sette mesi del 2011, l'indice grezzo diminuisce dell'1,7%, come risultato di una lieve diminuzione per le vendite di prodotti alimentari (-0,1%) e di una flessione più marcata per quelle di prodotti non alimentari (-2,4%).

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Luglio 2010 - luglio 2012, indice destagionalizzato e media mobile (base 2005 =100)



COMMERCIO AL DETTAGLIO

Luglio 2010 - luglio 2012, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Luglio 2010 - luglio 2012, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

Prossima diffusione: 25 ottobre 2012

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

Luglio 2012 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Lug 12 Giu 12	Mag-Lug 12 Feb-Apr12	Lug 12 Lug 11	Gen-Lug 12 Gen-Lug11
Alimentari	-0,1	-0,6	-2,0	-0,1
Grande distribuzione			-0,9	+1,3
Imprese operanti su piccole superfici			-3,6	-2,4
Non alimentari	-0,3	-1,2	-3,8	-2,4
Grande distribuzione			-3,5	-1,5
Imprese operanti su piccole superfici			-3,9	-2,9
Totale	-0,2	-1,0	-3,2	-1,7
Grande distribuzione			-2,3	-0,2
Imprese operanti su piccole superfici			-3,8	-2,6

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per forma distributiva e tipologia di esercizio

Nel confronto con il mese di luglio 2011 (Prospetto 1) si registrano flessioni del 2,3% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e del 3,8% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite segnano una variazione tendenziale negativa sia per i prodotti alimentari (-0,9%) sia per quelli non alimentari (-3,5%). La stessa tendenza si è manifestata, in misura più marcata, nelle imprese operanti su piccole superfici, con una diminuzione sia delle vendite di prodotti alimentari (-3,6%), sia di quelle di prodotti non alimentari (-3,9%).

Nel mese di luglio 2012, tra le imprese della grande distribuzione (Prospetto 2), si registrano diminuzioni tendenziali del 2,1% per gli esercizi non specializzati e del 3,6% per quelli specializzati. Nei primi, le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare diminuiscono dell'1,7%, quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare del 3,3%.

Con riferimento agli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, si registrano diminuzioni in tutte le tipologie: -3,1% per gli ipermercati, -1,1% per i supermercati e -0,1% per i discount.

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

Luglio 2012 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Tipologie di esercizio	Lug12 Lug11	Gen-Lug12 Gen-Lug11
Esercizi non specializzati	-2,1	-0,1
A prevalenza alimentare	-1,7	+0,4
Ipermercati	-3,1	-0,8
Supermercati	-1,1	+1,0
Discount di alimentari	-0,1	+1,5
A prevalenza non alimentare	-3,3	-1,8
Esercizi specializzati	-3,6	-0,8
Grande distribuzione	-2,3	-0,2

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese della distribuzione commerciale al dettaglio (Prospetto 3), nel mese di luglio 2012 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 3,6% nelle imprese fino a 5 addetti, del 4,2% in quelle da 6 a 49 addetti e del 2,1% nelle imprese con almeno 50 addetti. Nel confronto tendenziale relativo ai primi sette mesi dell'anno, il valore delle vendite diminuisce del 2,7% nelle imprese fino a 5 addetti, del 2,4% in quelle da 6 a 49 addetti e dello 0,4% nelle imprese con almeno 50 addetti.

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

Luglio 2012 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Classi di addetti	Lug12 Lug11	Gen-Lug12 Gen-Lug11
Fino a 5 addetti	-3,6	-2,7
Da 6 a 49 addetti	-4,2	-2,4
Almeno 50 addetti	-2,1	-0,4
Totale	-3,2	-1,7

(a) Dati provvisori

Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a luglio 2012 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti. Le diminuzioni più marcate riguardano i gruppi: Giochi, giocattoli, sport e campeggio (-5,6%) e Mobili, articoli tessili, arredamento (-5,2%); quelle più contenute riguardano i gruppi Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (-1,0%) ed Elettrodomestici, radio, tv e registratori (-3,0%).

Nei primi sette mesi del 2012 tutti i gruppi di prodotti non alimentari hanno registrato, rispetto allo stesso periodo del 2011, una diminuzione delle vendite. Le flessioni più ampie riguardano i gruppi Mobili, articoli tessili, arredamento (-3,6%), Cartoleria, libri, giornali, riviste (-3,4%) e Prodotti farmaceutici (-3,2%), mentre la diminuzione più contenuta è stata registrata per il gruppo Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (-0,7%).

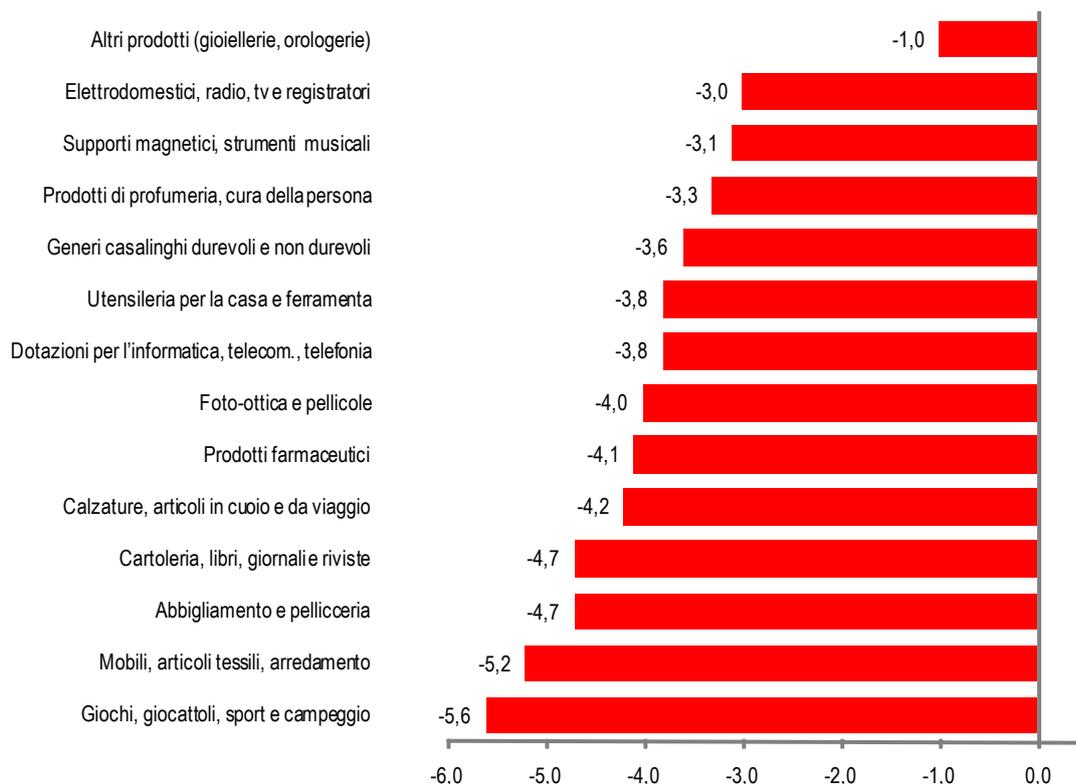
PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

Luglio 2012 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Gruppi di prodotti	Lug12 Lug11	Gen-Lug12 Gen-Lug11
Alimentari	-2,0	-0,1
Non alimentari	-3,8	-2,4
Prodotti farmaceutici	-4,1	-3,2
Abbigliamento e pellicceria	-4,7	-2,9
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-4,2	-3,0
Mobili, articoli tessili, arredamento	-5,2	-3,6
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-3,0	-2,1
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-3,8	-2,5
Foto-ottica e pellicole	-4,0	-2,0
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-3,6	-1,6
Utensileria per la casa e ferramenta	-3,8	-2,0
Prodotti di profumeria, cura della persona	-3,3	-1,5
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-4,7	-3,4
Supporti magnetici, strumenti musicali	-3,1	-2,7
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-5,6	-2,7
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-1,0	-0,7
Totale	-3,2	-1,7

(a) Dati provvisori

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI
Luglio 2012(a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2005=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; per le variazioni congiunturali, alla revisione corrente si associa la revisione prodotta dalla procedura di destagionalizzazione all'aggiunta di una nuova osservazione.

PROSPETTO 5. COMMERCIO AL DETTAGLIO. REVISIONE DELLE VARIAZIONI PERCENTUALI PER SETTORE MERCEOLOGICO

Giugno 2012, differenze in punti percentuali (indici in base 2005=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	0,0	+0,1	0,0	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 mq 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.

Indici destagionalizzati: serie temporali di indici sottoposti ad una procedura che rimuove la componente della serie storica attribuibile, oltre che al diverso numero di giorni lavorativi, agli effetti stagionali.

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

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