

Marzo 2013

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A marzo 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 di febbraio. Nella media del trimestre gennaio-marzo 2013 l'indice registra una flessione dello 0,8% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con febbraio 2013, aumentano le vendite di prodotti alimentari (+0,4%) e diminuiscono quelle di prodotti non alimentari (-0,8%).

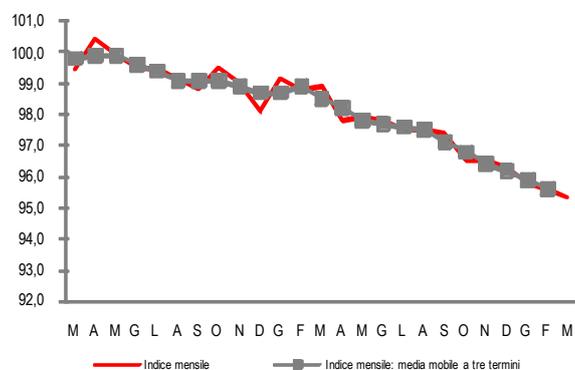
■ Rispetto a marzo 2012, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una flessione del 3,0%, sintesi di un aumento del 2,0% delle vendite di prodotti alimentari e di un calo del 6,1% di quelle di prodotti non alimentari.

■ Le vendite per forma distributiva mostrano, nel confronto con il mese di marzo 2012, un aumento per la grande distribuzione (+1,3%) e un calo rilevante per le imprese operanti su piccole superfici (-6,6%).

■ Nei primi tre mesi del 2013 l'indice grezzo diminuisce del 3,4% rispetto allo stesso periodo del 2012. Le vendite di prodotti alimentari segnano una flessione dell'1,2% e quelle di prodotti non alimentari del 4,9%.

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

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



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

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

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Mar 13 Feb 13	Gen-Mar 13 Ott-Dic 12	Mar 13 Mar 12	Gen-Mar 13 Gen-Mar 12
<b>Alimentari</b>	<b>+0,4</b>	<b>-0,1</b>	<b>+2,0</b>	<b>-1,2</b>
Grande distribuzione			+3,8	-0,1
Imprese operanti su piccole superfici			-2,4	-3,8
<b>Non alimentari</b>	<b>-0,8</b>	<b>-1,3</b>	<b>-6,1</b>	<b>-4,9</b>
Grande distribuzione			-2,5	-3,4
Imprese operanti su piccole superfici			-7,7	-5,5
<b>Totale</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,8</b>	<b>-3,0</b>	<b>-3,4</b>
Grande distribuzione			+1,3	-1,4
Imprese operanti su piccole superfici			-6,6	-5,2

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di marzo 2012 (Prospetto 1) si registra un aumento dell'1,3% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e un calo del 6,6% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite aumentano, in termini tendenziali, del 3,8% per i prodotti alimentari e diminuiscono del 2,5% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo sia per i prodotti alimentari (-2,4%) sia per quelli non alimentari (-7,7%).

Nel mese di marzo 2013, tra le imprese della grande distribuzione (Prospetto 2) si rileva un aumento tendenziale per gli esercizi non specializzati (+1,9%), e una diminuzione per quelli specializzati (-2,2%). Tra i primi, in aumento del 2,4% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare mentre diminuiscono del 2,9% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

Più in dettaglio, tra gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, aumentano le vendite per i discount (+4,8%), per i supermercati (+2,1%) e per gli ipermercati (+1,5%).

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

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

Tipologie di esercizio	Mar 13 Mar 12	Gen-Mar 13 Gen-Mar 12
Esercizi non specializzati	+1,9	-1,3
A prevalenza alimentare	+2,4	-1,2
Ipermercati	+1,5	-2,3
Supermercati	+2,1	-1,2
Discount di alimentari	+4,8	+1,7
A prevalenza non alimentare	-2,9	-2,5
Esercizi specializzati	-2,2	-2,1
<b>Grande distribuzione</b>	<b>+1,3</b>	<b>-1,4</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di marzo 2013 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 6,4% nelle imprese fino a 5 addetti, del 5,1% nelle imprese da 6 a 49 addetti e aumenta dello 0,4% in quelle con almeno 50 addetti.

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

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

Classi di addetti	<b>Mar 13</b> Mar 12	<b>Gen-Mar 13</b> Gen-Mar 12
Fino a 5 addetti	-6,4	-5,3
Da 6 a 49 addetti	-5,1	-4,6
Almeno 50 addetti	+0,4	-1,7
<b>Totale</b>	<b>-3,0</b>	<b>-3,4</b>

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a marzo 2013 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti. Le flessioni di maggiore entità riguardano i gruppi Abbigliamento e pellicceria (-9,0%) e Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-8,8%); quelle più contenute riguardano i gruppi Prodotti di profumeria, cura della persona (-1,4%) e Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (-2,1%).

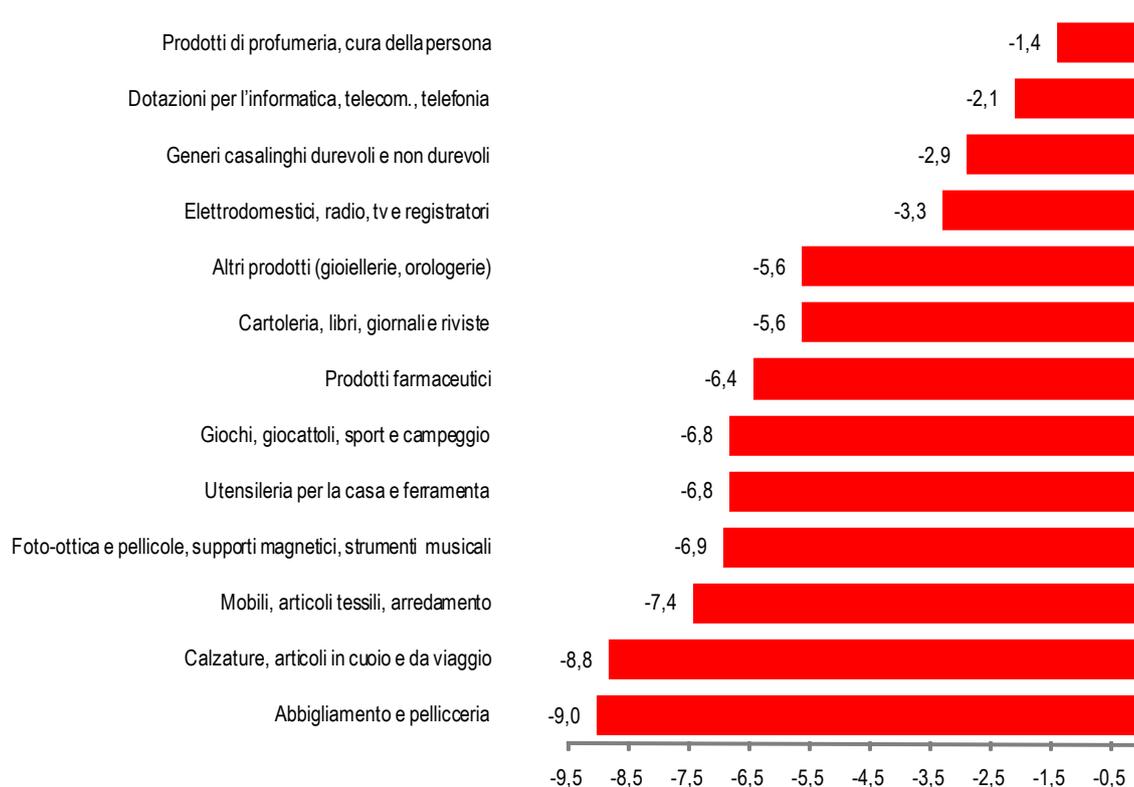
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

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

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

(a) Dati provvisori

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

Febbraio 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)
+0,1	0,0	0,0	0,0	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 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.