

Maggio 2011

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A maggio 2011 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) è diminuito, rispetto ad aprile 2011, dello 0,1%. Nella media del trimestre marzo-maggio 2011, l'indice ha registrato, rispetto ai tre mesi precedenti, una variazione negativa della stessa entità (-0,1%).

■ Nel confronto con aprile 2011, le vendite di prodotti alimentari diminuiscono dello 0,4% e quelle di prodotti non alimentari registrano una variazione nulla.

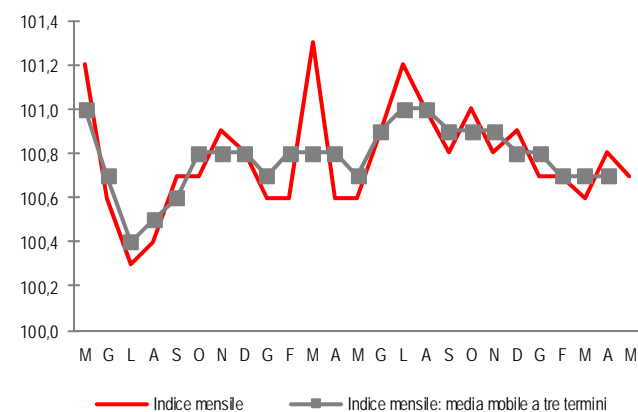
■ Rispetto a maggio 2010, l'indice grezzo segna un calo dello 0,6%. Le vendite di prodotti alimentari diminuiscono, in termini tendenziali, dello 0,5% e quelle di prodotti non alimentari dello 0,8%.

■ Nel confronto con il mese di maggio 2010 si registra una riduzione del 2,1% per le vendite della grande distribuzione ed un incremento dello 0,2% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

■ Nei primi cinque mesi del 2011, rispetto allo stesso periodo del 2010, l'indice grezzo diminuisce dello 0,3%. Le vendite di prodotti alimentari aumentano dello 0,1% e quelle di prodotti non alimentari diminuiscono dello 0,6%.

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2009 - maggio 2011, indice destagionalizzato e media mobile (base 2005 =100)



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2009 - maggio 2011, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2009 - maggio 2011, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

Prossima diffusione: 30 agosto 2011

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

Maggio 2011 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Mag 11 Apr 11	Mar-Mag 11 Dic 10-Feb 11	Mag 11 Mag 10	Gen-Mag 11 Gen-Mag 10
<b>Alimentari</b>	-0,4	+0,1	-0,5	+0,1
Grande distribuzione			-0,8	+0,4
Imprese operanti su piccole superfici			+0,3	-0,1
<b>Non alimentari</b>	0,0	-0,1	-0,8	-0,6
Grande distribuzione			-3,1	-0,8
Imprese operanti su piccole superfici			+0,2	-0,3
<b>Totale</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,3</b>
Grande distribuzione			-2,1	-0,3
Imprese operanti su piccole superfici			+0,2	-0,3

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di maggio 2010 (Prospetto 1) si registra una variazione negativa del 2,1% per le vendite della grande distribuzione e una positiva dello 0,2% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici. Nella grande distribuzione le vendite segnano variazioni negative sia per i prodotti alimentari (-0,8%), sia per quelli non alimentari (-3,1%). Nelle imprese operanti su piccole superfici gli indici aumentano per ambedue i settori merceologici (+0,3% per gli alimentari e +0,2% per i non alimentari).

Nel mese di maggio 2011, tra le tipologie di imprese della grande distribuzione (Prospetto 2), si registra, in termini tendenziali, un calo del 2,4% per gli esercizi non specializzati e una variazione nulla per quelli specializzati. All'interno dei primi, sia gli esercizi a prevalenza alimentare, sia quelli a prevalenza non alimentare presentano variazioni negative (rispettivamente -2,5% e -1,9%). Tra gli esercizi a prevalenza alimentare, i supermercati e i discount registrano una variazione nulla e gli ipermercati segnano un forte calo (-6,1%).

Nella media del periodo gennaio-maggio 2011, le vendite degli esercizi non specializzati registrano una diminuzione tendenziale dello 0,8%, quelle degli esercizi specializzati un aumento del 2,5%.

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

Maggio 2011 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Tipologie di esercizio	Mag 11 Mag 10	Gen-Mag 11 Gen-Mag 10
Esercizi non specializzati	-2,4	-0,8
A prevalenza alimentare	-2,5	-0,7
Ipermercati	-6,1	-2,5
Supermercati	0,0	+0,3
Discount di alimentari	0,0	+0,9
A prevalenza non alimentare	-1,9	-0,7
Esercizi specializzati	0,0	+2,5
<b>Grande distribuzione</b>	<b>-2,1</b>	<b>-0,3</b>

(a) Dati provvisori

### Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di maggio 2011 il valore delle vendite aumenta, in termini tendenziali, dello 0,4% nelle imprese fino a 5 addetti; diminuisce dello 0,3% in quelle da 6 a 49 addetti e si riduce dell'1,8% nelle imprese con almeno 50 addetti.

Nei primi cinque mesi dell'anno, il valore delle vendite scende, in termini tendenziali, dello 0,6% nelle imprese fino a 5 addetti, dello 0,4% in quelle da 6 a 49 addetti e dello 0,1% nelle imprese con almeno 50 addetti.

**PROSPETTO 3. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER CLASSE DI ADDETTI**  
Maggio 2011 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Classi di addetti	<u>Mag 11</u> Mag 10	<u>Gen-Mag11</u> Gen-Mag10
Fino a 5 addetti	+0,4	-0,6
Da 6 a 49 addetti	-0,3	-0,4
Almeno 50 addetti	-1,8	-0,1
<b>Totale</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,3</b>

(a) Dati provvisori

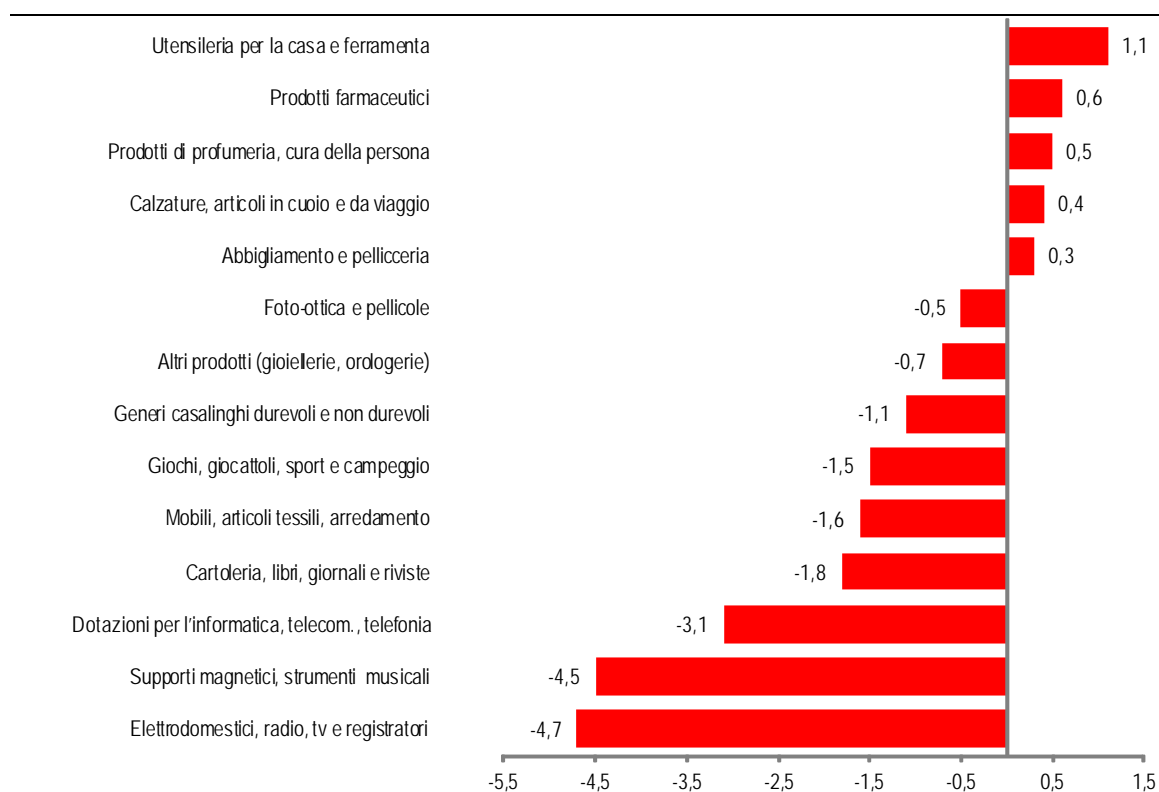
### Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a maggio 2011 i gruppi di prodotti che registrano le variazioni positive di maggiore entità sono Utensileria per la casa e ferramenta (+1,1%) e Prodotti farmaceutici (+0,6%). Quelli che subiscono le diminuzioni più marcate sono Elettrodomestici, radio, tv e registratori (-4,7%) e Supporti magnetici, strumenti musicali (-4,5%).

**PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI**  
Maggio 2011 (a), variazioni percentuali (indici in base 2005=100)

Gruppi di prodotti	<u>Mag 11</u> Mag 10	<u>Gen-Mag 11</u> Gen-Mag 10
Alimentari	-0,5	+0,1
Non alimentari	-0,8	-0,6
Prodotti farmaceutici	+0,6	+0,4
Abbigliamento e pellicceria	+0,3	-0,2
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	+0,4	+1,0
Mobili, articoli tessili, arredamento	-1,6	-1,0
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-4,7	-2,8
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-3,1	-1,5
Foto-ottica e pellicole	-0,5	-0,2
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-1,1	-1,0
Utensileria per la casa e ferramenta	+1,1	+0,4
Prodotti di profumeria, cura della persona	+0,5	+0,6
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-1,8	-1,5
Supporti magnetici, strumenti musicali	-4,5	-3,6
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-1,5	-0,3
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-0,7	-0,5
<b>Totale</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,3</b>

(a) Dati provvisori

**FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI**  
Maggio 2011(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

Aprile 2011, 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)
-0,4	-0,2	-0,3	-0,1	-0,3	-0,2

(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.

**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.