

Maggio 2012

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A maggio 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 marzo-maggio 2012 l'indice è diminuito dell'1,0% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con aprile 2012, le vendite aumentano dello 0,4% per i prodotti alimentari e diminuiscono in misura analoga (-0,4%) per quelli non alimentari.

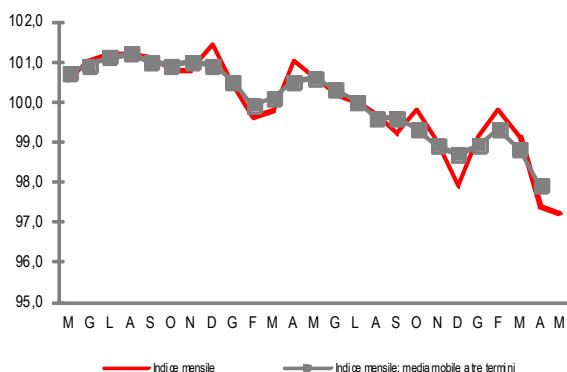
■ Rispetto a maggio 2011, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una diminuzione del 2,0%, spiegata interamente dal calo delle vendite di prodotti non alimentari (-3,1%), mentre quelle di beni alimentari aumentano dello 0,2%.

■ Le vendite per forma distributiva mostrano, nel confronto con maggio 2011, una variazione nulla per la grande distribuzione e una contrazione per le imprese operanti su piccole superfici (-3,3%).

■ Nei primi cinque mesi del 2012, rispetto allo stesso periodo del 2011, l'indice grezzo diminuisce dell'1,7%. Le vendite di prodotti alimentari segnano una diminuzione marginale (-0,1%), mentre quelle di prodotti non alimentari registrano una forte flessione (-2,4%).

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2010 - maggio 2012, indice destagionalizzato e media mobile (base 2005 = 100)



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2010 - maggio 2012, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Maggio 2010 - maggio 2012, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

■ Prossima diffusione: 29 agosto 2012

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

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

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Mag 12 Apr 12	Mar–Mag 12 Dic11–Feb12	Mag 12 Mag 11	Gen–Mag 12 Gen–Mag 11
<b>Alimentari</b>	<b>+0,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>+0,2</b>	<b>-0,1</b>
Grande distribuzione			+1,9	+1,4
Imprese operanti su piccole superfici			-2,5	-2,4
<b>Non alimentari</b>	<b>-0,4</b>	<b>-1,3</b>	<b>-3,1</b>	<b>-2,4</b>
Grande distribuzione			-1,8	-1,5
Imprese operanti su piccole superfici			-3,4	-2,7
<b>Totale</b>	<b>-0,2</b>	<b>-1,0</b>	<b>-2,0</b>	<b>-1,7</b>
Grande distribuzione			0,0	-0,2
Imprese operanti su piccole superfici			-3,3	-2,7

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con maggio 2011 (Prospetto 1) si registra una variazione nulla per le vendite delle imprese della grande distribuzione e una flessione del 3,3% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite segnano, in termini tendenziali, un aumento per i prodotti alimentari (+1,9%) ed una diminuzione per quelli non alimentari (-1,8%). Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite diminuiscono sia per i prodotti alimentari (-2,5%), sia per quelli non alimentari (-3,4%).

Nel mese di maggio 2012, tra le imprese della grande distribuzione (Prospetto 2) si registra un aumento tendenziale per gli esercizi non specializzati (+0,1%) e una diminuzione per quelli specializzati (-0,7%). Nei primi, le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare aumentano dell'1,0%, quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare diminuiscono del 3,3%.

In tutte le tipologie degli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare si registrano aumenti: il più ampio nei supermercati (+1,5%) e il più contenuto negli ipermercati (+0,4%).

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

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

Tipologie di esercizio	Mag12 Mag11	Gen–Mag12 Gen–Mag11
<b>Esercizi non specializzati</b>	<b>+0,1</b>	<b>0,0</b>
A prevalenza alimentare	+1,0	+0,4
Ipermercati	+0,4	-0,4
Supermercati	+1,5	+0,8
Discount di alimentari	+1,2	+1,4
A prevalenza non alimentare	-3,3	-2,1
<b>Esercizi specializzati</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,5</b>
<b>Grande distribuzione</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di maggio 2012 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 3,8% nelle imprese fino a 5 addetti, dell'1,9% in quelle da 6 a 49 addetti e dello 0,4% nelle imprese con almeno 50 addetti. Nel confronto tendenziale relativo ai primi cinque mesi dell'anno, il valore delle vendite segna una variazione negativa del 2,7% nelle imprese fino a 5 addetti, del 2,3% 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

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

Classi di addetti	<u>Mag12</u> Mag11	<u>Gen-Mag12</u> Gen-Mag11
Fino a 5 addetti	-3,8	-2,7
Da 6 a 49 addetti	-1,9	-2,3
Almeno 50 addetti	-0,4	-0,4
<b>Totale</b>	<b>-2,0</b>	<b>-1,7</b>

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a maggio 2012 si registrano variazioni tendenziali negative per tutti i gruppi di prodotti. Le diminuzioni più marcate riguardano i gruppi: Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-6,8%), Prodotti farmaceutici (-5,5%) e Abbigliamento e pellicceria (-4,0%). Il calo tendenziale di minore entità riguarda il gruppo Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (-0,5%).

Nel confronto tra i primi cinque mesi del 2012 e lo stesso periodo del 2011, le flessioni più ampie si registrano per i gruppi Prodotti farmaceutici (-3,5%) e Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-3,4%), mentre la diminuzione più contenuta riguarda il gruppo Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (-0,8%).

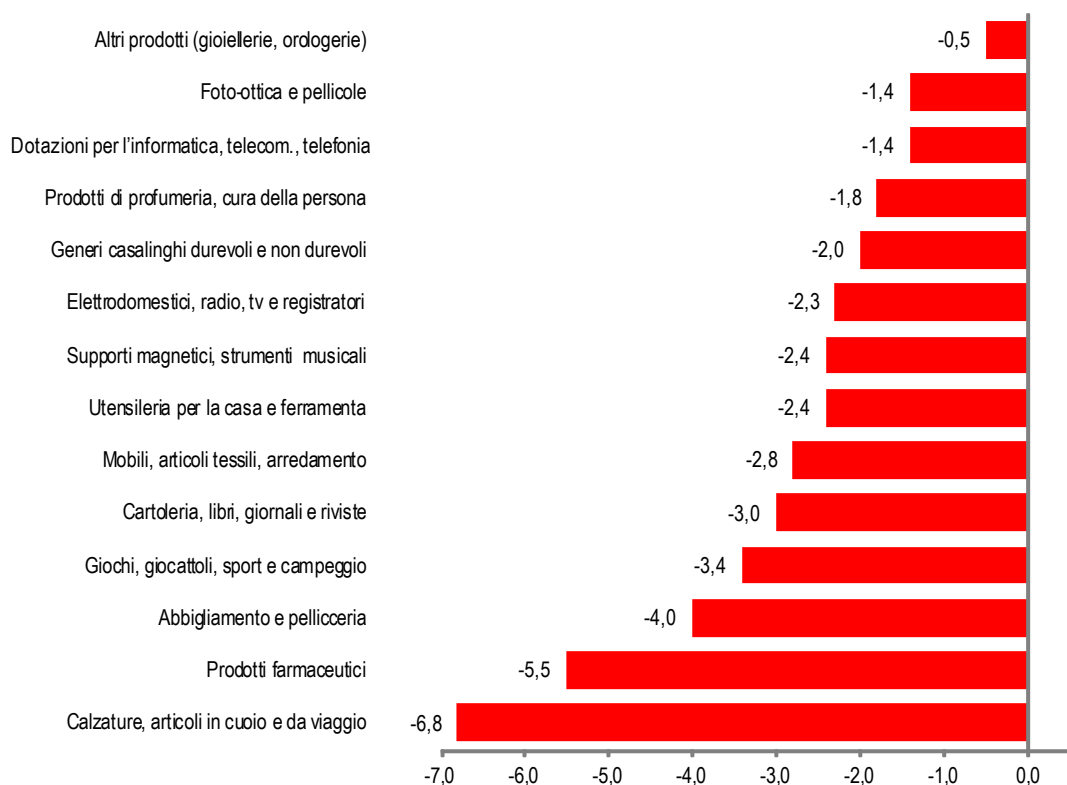
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

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

Gruppi di prodotti	<u>Mag12</u> Mag11	<u>Gen-Mag12</u> Gen-Mag11
<b>Alimentari</b>	<b>+0,2</b>	<b>-0,1</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>-3,1</b>	<b>-2,4</b>
Prodotti farmaceutici	-5,5	-3,5
Abbigliamento e pellicceria	-4,0	-2,9
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-6,8	-3,4
Mobili, articoli tessili, arredamento	-2,8	-3,0
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-2,3	-2,6
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-1,4	-2,1
Foto-ottica e pellicole	-1,4	-1,9
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-2,0	-1,2
Utensileria per la casa e ferramenta	-2,4	-1,9
Prodotti di profumeria, cura della persona	-1,8	-1,4
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-3,0	-3,2
Supporti magnetici, strumenti musicali	-2,4	-2,9
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-3,4	-2,3
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-0,5	-0,8
<b>Totale</b>	<b>-2,0</b>	<b>-1,7</b>

(a) Dati provvisori

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

Aprile 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)
+0,2	0,0	0,0	-0,4	0,0	-0,1

(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.