

Febbraio 2014

COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A febbraio 2014 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) registra una diminuzione rispetto al mese precedente (-0,2%). Nella media del trimestre dicembre-febbraio 2014, l'indice registra una flessione dello 0,4% nei confronti dei tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con gennaio 2014, diminuiscono sia le vendite di prodotti alimentari (-0,1%) sia quelle di prodotti non alimentari (-0,2%).

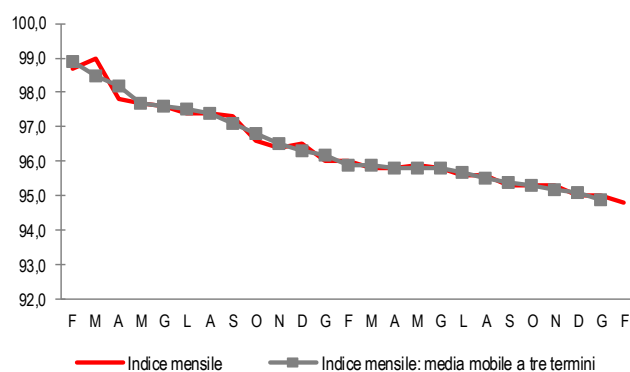
■ Rispetto a febbraio 2013, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una flessione dell'1,0%. Variazioni tendenziali negative si registrano sia per le vendite di prodotti alimentari (-1,0%) sia per quelle di prodotti non alimentari (-1,2%).

■ Con riferimento alla forma distributiva, nel confronto con il mese di febbraio 2013 si registrano cali sia per le vendite della grande distribuzione (-0,5%) sia per quelle delle imprese operanti su piccole superfici (-1,6%).

■ Nei primi due mesi del 2014 l'indice grezzo diminuisce dello 0,9% rispetto allo stesso periodo del 2013. Le vendite di prodotti alimentari segnano una flessione dello 0,7% e quelle di prodotti non alimentari dell'1,2%.

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Febbraio 2012 - Febbraio 2014, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



COMMERCIO AL DETTAGLIO

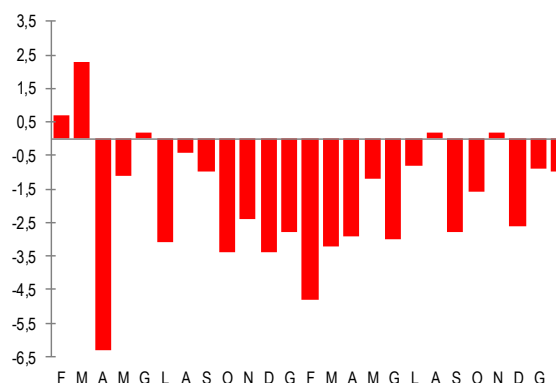
Febbraio 2012 - Febbraio 2014, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Febbraio 2012 - Febbraio 2014, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

Prossima diffusione: 23 maggio 2014

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

Febbraio 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	<u>Feb 14</u> Gen 14	<u>Dic 13-Feb 14</u> Set 13-Nov 13	<u>Feb 14</u> Feb 13	<u>Gen-Feb 14</u> Gen-Feb 13
Alimentari	-0,1	-0,5	-1,0	-0,7
Grande distribuzione			-0,4	+0,2
Imprese operanti su piccole superfici			-2,1	-2,6
Non alimentari	-0,2	-0,4	-1,2	-1,2
Grande distribuzione			-0,4	+0,5
Imprese operanti su piccole superfici			-1,5	-2,0
Totale	-0,2	-0,4	-1,0	-0,9
Grande distribuzione			-0,5	+0,2
Imprese operanti su piccole superfici			-1,6	-2,1

(a) Dati provvisori

Forma distributiva e tipologia di esercizio

Nel confronto con il mese di febbraio 2013 (Prospetto 1) si registra una diminuzione dello 0,5% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e dell'1,6% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite diminuiscono, in termini tendenziali, dello 0,4% sia per i prodotti alimentari sia per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo del 2,1% per i prodotti alimentari e dell'1,5% per quelli non alimentari.

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), a febbraio 2014 si rilevano variazioni tendenziali negative dello 0,5% per gli esercizi non specializzati e dello 0,3% per quelli specializzati. Tra i primi, diminuiscono dello 0,8% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare, mentre aumentano del 2,3% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

In particolare, per quanto riguarda gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, i discount hanno segnato una variazione positiva (+2,6%) mentre gli ipermercati e i supermercati hanno registrato variazioni negative (rispettivamente -0,9% e -1,7%).

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

Febbraio 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Tipologie di esercizio	<u>Feb 14</u> Feb 13	<u>Gen-Feb 14</u> Gen-Feb 13
Esercizi non specializzati	-0,5	+0,1
A prevalenza alimentare	-0,8	0,0
Ipermercati	-0,9	-0,1
Supermercati	-1,7	-0,7
Discount di alimentari	+2,6	+2,9
A prevalenza non alimentare	+2,3	+0,7
Esercizi specializzati	-0,3	+1,2
Grande distribuzione	-0,5	+0,2

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di febbraio 2014 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 2,4% nelle imprese fino a 5 addetti e del 2,0% in quelle da 6 a 49 addetti, aumenta invece dello 0,2% in quelle con almeno 50 addetti.

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

Febbraio 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Classi di addetti	Feb 14 Feb 13	Gen-Feb 14 Gen-Feb 13
Fino a 5 addetti	-2,4	-3,1
Da 6 a 49 addetti	-2,0	-2,0
Almeno 50 addetti	+0,2	+0,8
Totale	-1,0	-0,9

(a) Dati provvisori

Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a febbraio 2014 si registrano variazioni tendenziali negative in tutti i gruppi di prodotti. Le diminuzioni più contenute riguardano i gruppi Giochi giocattoli, sport e campeggio (-0,1%) e Prodotti di profumeria, cura della persona (-0,2%); le flessioni di maggiore entità riguardano, invece, i gruppi Cartoleria, libri, giornali e riviste (-2,5%), Mobili, articoli tessili, arredamento (-2,4%) e Elettrodomestici, radio, tv e registratori (-2,4%).

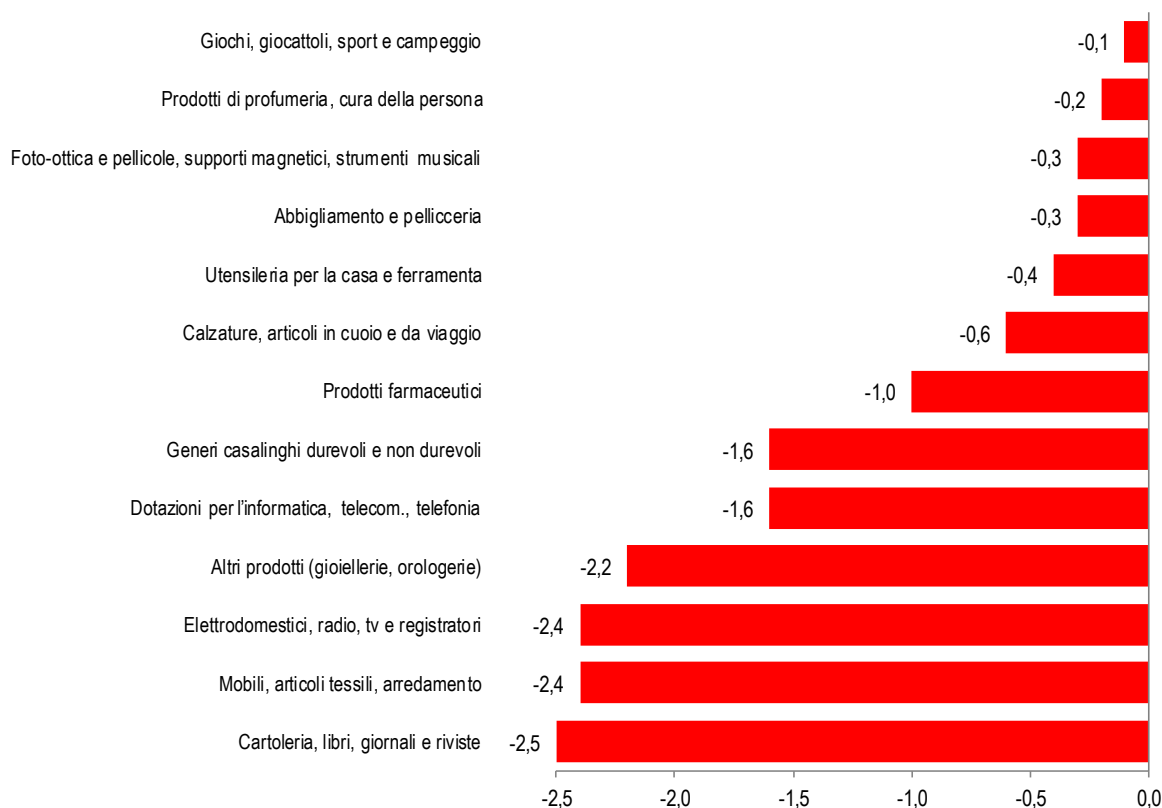
PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

Febbraio 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Gruppi di prodotti	Feb 14 Feb 13	Gen-Feb 14 Gen-Feb 13
Alimentari	-1,0	-0,7
Non alimentari	-1,2	-1,2
Prodotti farmaceutici	-1,0	-1,7
Abbigliamento e pellicceria	-0,3	-0,9
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-0,6	-1,5
Mobili, articoli tessili, arredamento	-2,4	-1,9
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-2,4	-1,1
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-1,6	-1,4
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	-0,3	-0,9
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-1,6	-1,2
Utensileria per la casa e ferramenta	-0,4	-0,7
Prodotti di profumeria, cura della persona	-0,2	+0,5
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-2,5	-2,8
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-0,1	-0,5
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-2,2	-1,8
Totale	-1,0	-0,9

(a) Dati provvisori

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI
Febbraio 2014 (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

Gennaio 2014, 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)
-0,2	0,0	+0,1	+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 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.