

Ottobre 2014

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ Ad ottobre 2014 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) è stabile rispetto al mese precedente. Nella media del trimestre agosto-ottobre 2014, l'indice mostra una flessione dello 0,3% sui tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con settembre 2014, le vendite restano invariate sia per i prodotti alimentari sia per quelli non alimentari.

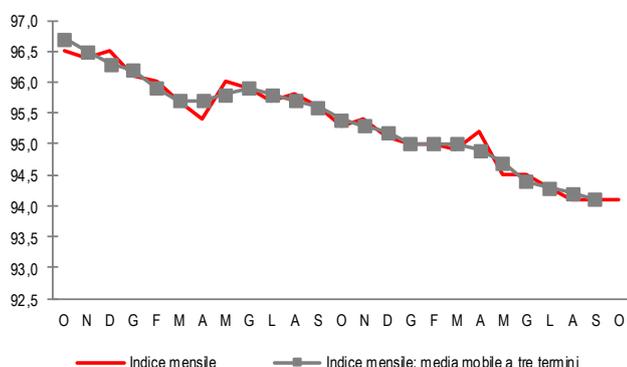
■ Rispetto ad ottobre 2013, l'indice grezzo del valore totale delle vendite registra una diminuzione dello 0,8%. L'indice del valore delle vendite di prodotti alimentari diminuisce dello 0,5%, quello dei prodotti non alimentari segna un calo dell'1,0%.

■ Con riferimento alla forma distributiva, nel confronto con il mese di ottobre 2013, le vendite segnano una lieve flessione per le imprese della grande distribuzione (-0,1%) e un calo più significativo per quelle operanti su piccole superfici (-1,5%).

■ Nei primi dieci mesi del 2014, l'indice grezzo diminuisce dell'1,3% rispetto allo stesso periodo del 2013. Le vendite di prodotti alimentari segnano una flessione dell'1,1% e quelle di prodotti non alimentari dell'1,2%.

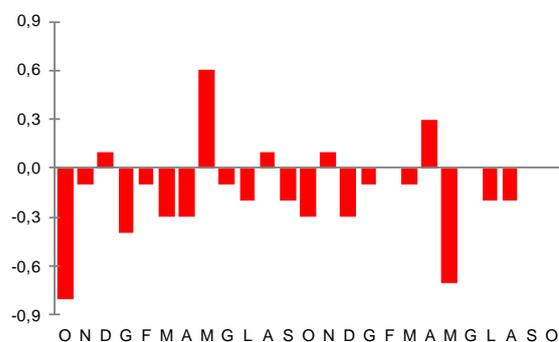
### COMMERCIO AL DETTAGLIO

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



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

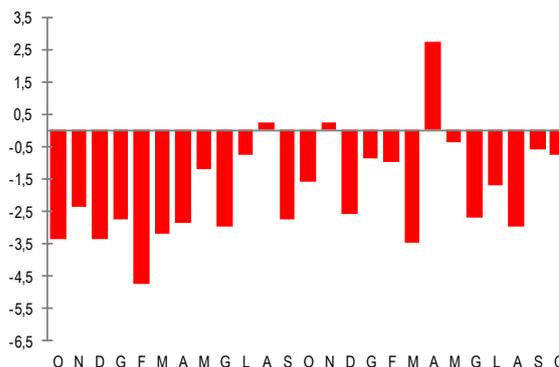
Ottobre 2012 - Ottobre 2014, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

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



tendenziali

■ Prossima diffusione: 22 gennaio 2015

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

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

| Settore merceologico e forma distributiva | Dati destagionalizzati |                          | Dati grezzi      |                          |
|---|------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
|   | Ott 14<br>Set 14       | Ago-Ott 14<br>Mag-Lug 14 | Ott 14<br>Ott 13 | Gen-Ott 14<br>Gen-Ott 13 |
| <b>Alimentari</b>                         | <b>0,0</b>             | <b>-0,3</b>              | <b>-0,5</b>      | <b>-1,1</b>              |
| Grande distribuzione                      |                        |                          | -0,1             | -0,6                     |
| Imprese operanti su piccole superfici     |                        |                          | -1,5             | -2,6                     |
| <b>Non alimentari</b>                     | <b>0,0</b>             | <b>-0,3</b>              | <b>-1,0</b>      | <b>-1,2</b>              |
| Grande distribuzione                      |                        |                          | 0,0              | -0,3                     |
| Imprese operanti su piccole superfici     |                        |                          | -1,5             | -1,6                     |
| <b>Totale</b>                             | <b>0,0</b>             | <b>-0,3</b>              | <b>-0,8</b>      | <b>-1,3</b>              |
| Grande distribuzione                      |                        |                          | -0,1             | -0,6                     |
| Imprese operanti su piccole superfici     |                        |                          | -1,5             | -1,9                     |

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di ottobre 2013 (Prospetto 1), le vendite delle imprese della grande distribuzione segnano una contrazione dello 0,1% e quelle delle imprese operanti su piccole superfici diminuiscono dell'1,5%.

Nella grande distribuzione le vendite di prodotti alimentari diminuiscono, in termini tendenziali, dello 0,1%, mentre restano invariate quelle dei prodotti non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo di pari entità sia per i prodotti alimentari sia per quelli non alimentari (-1,5%).

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), ad ottobre 2014 si rileva una flessione dello 0,6% per le vendite degli esercizi non specializzati e un aumento del 2,5% per quelle degli esercizi specializzati. All'interno dei primi, diminuiscono dello 0,6% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare e dello 0,1% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

In particolare, per quanto riguarda gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, aumentano sia le vendite dei discount sia, in misura più contenuta, quelle dei supermercati (rispettivamente +2,8% e + 0,2%), mentre diminuiscono quelle degli ipermercati (- 3,3%).

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

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

| Tipologie di esercizio      | Ott 14<br>Ott 13 | Gen-Ott 14<br>Gen-Ott 13 |
|-----------------------------|------------------|--------------------------|
| Esercizi non specializzati  | -0,6             | -0,9                     |
| A prevalenza alimentare     | -0,6             | -1,0                     |
| Ipermercati                 | -3,3             | -1,8                     |
| Supermercati                | +0,2             | -1,4                     |
| Discount di alimentari      | +2,8             | +2,4                     |
| A prevalenza non alimentare | -0,1             | -0,3                     |
| Esercizi specializzati      | +2,5             | +1,7                     |
| <b>Grande distribuzione</b> | <b>-0,1</b>      | <b>-0,6</b>              |

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di ottobre 2014 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 2,4% nelle imprese fino a 5 addetti, dell'1,0% in quelle da 6 a 49 addetti, mentre aumenta dello 0,2% in quelle con almeno 50 addetti.

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

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

| Classi di addetti | Ott 14<br>Ott 13 | Gen-Ott 14<br>Gen-Ott 13 |
|-------------------|------------------|--------------------------|
| Fino a 5 addetti  | -2,4             | -2,9                     |
| Da 6 a 49 addetti | -1,0             | -1,5                     |
| Almeno 50 addetti | +0,2             | +0,1                     |
| <b>Totale</b>     | <b>-0,8</b>      | <b>-1,3</b>              |

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), ad ottobre 2014 si registrano andamenti piuttosto eterogenei fra i vari gruppi. La variazione positiva più ampia, in termini tendenziali, riguarda i gruppi Mobili, articoli tessili, arredamento e Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali (+0,7% per entrambi). La flessione più marcata riguarda, invece, i gruppi Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia e Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (-2,9% per entrambi).

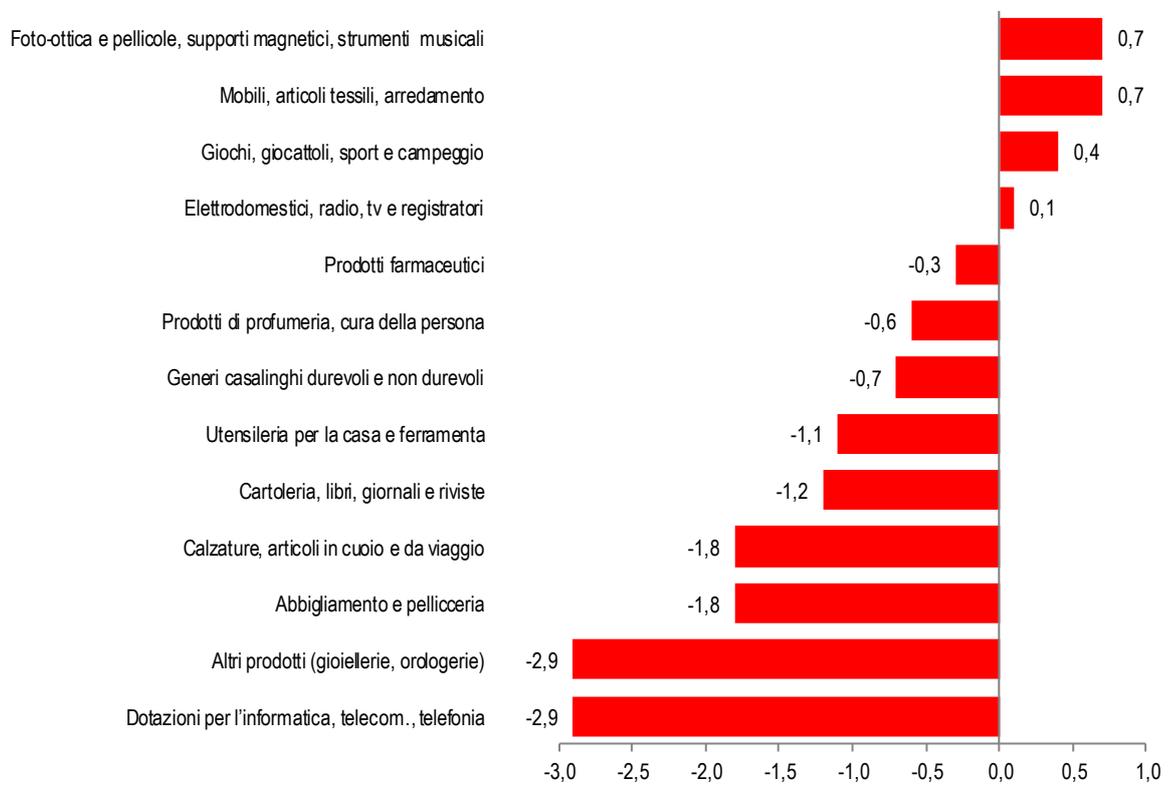
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

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

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

(a) Dati provvisori

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

Settembre 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) |
| 0,0                            | -0,1     | -0,1                               | +0,1     | -0,1           | +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 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.