

Settembre 2011

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A settembre 2011 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) ha segnato un calo dello 0,4% rispetto ad agosto 2011. Nella media del trimestre luglio-settembre 2011 l'indice è diminuito dello 0,6% rispetto ai tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con agosto 2011, le vendite di prodotti alimentari diminuiscono dello 0,2% e quelle di prodotti non alimentari dello 0,4%.

■ Rispetto a settembre 2010, l'indice grezzo del totale delle vendite segna un calo dell'1,6%. Le vendite di prodotti alimentari aumentano dello 0,7%, mentre quelle di prodotti non alimentari scendono del 2,5%.

■ Le dinamiche delle vendite per forma distributiva registrano, nel confronto con il mese di settembre 2010, un lieve aumento (+0,2%) per la grande distribuzione e una significativa diminuzione (-2,8%) per le imprese operanti su piccole superfici.

■ Nei primi nove mesi del 2011, rispetto allo stesso periodo del 2010, l'indice grezzo diminuisce dello 0,7%. Le vendite di prodotti alimentari segnano un incremento dello 0,1% e quelle di prodotti non alimentari una diminuzione dell'1,2%.

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

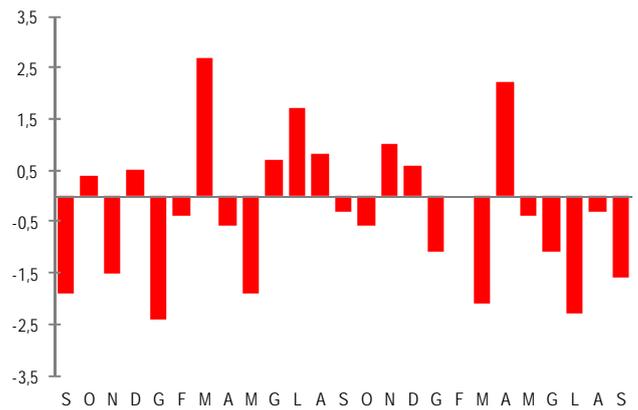
Settembre 2009 - settembre 2011, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

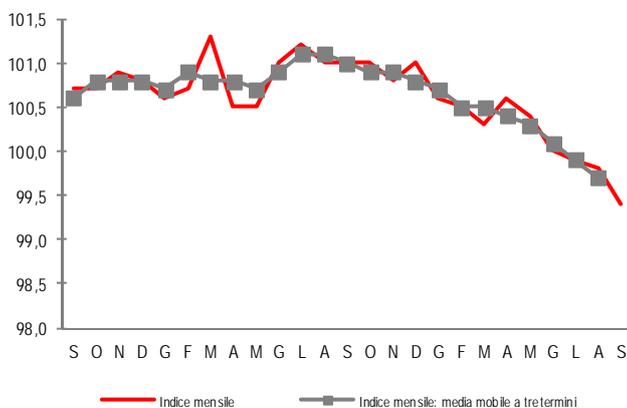
Settembre 2009 - settembre 2011, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Settembre 2009 - settembre 2011, indice destagionalizzato e media mobile (base 2005 =100)



Prossima diffusione: 22 dicembre 2011

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

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

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Set 11 Ago 11	Lug-Set 11 Apr-Giu 11	Set 11 Set 10	Gen-Set 11 Gen-Set 10
<b>Alimentari</b>	-0,2	-0,2	+0,7	+0,1
Grande distribuzione			+2,1	+0,7
Imprese operanti su piccole superfici			-1,9	-0,9
<b>Non alimentari</b>	-0,4	-0,8	-2,5	-1,2
Grande distribuzione			-1,4	-1,3
Imprese operanti su piccole superfici			-3,1	-1,2
<b>Totale</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>-1,6</b>	<b>-0,7</b>
Grande distribuzione			+0,2	-0,4
Imprese operanti su piccole superfici			-2,8	-1,1

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di settembre 2010 (Prospetto 1) si registra un aumento dello 0,2% per le vendite della grande distribuzione e una flessione del 2,8% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici. Nella grande distribuzione le vendite crescono del 2,1% per i prodotti alimentari e diminuiscono dell'1,4% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici, le vendite segnano un calo in entrambi i settori merceologici: -1,9% per i prodotti alimentari e -3,1% per quelli non alimentari.

Nel mese di settembre 2011, tra le tipologie di imprese della grande distribuzione (Prospetto 2), si rileva un aumento tendenziale dello 0,4% per gli esercizi non specializzati e una flessione dello 0,8% per quelli specializzati. All'interno dei primi, le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare aumentano dell'1,2%, mentre in quelli a prevalenza non alimentare diminuiscono del 2,9%.

Tra gli esercizi a prevalenza alimentare, l'aumento più sostenuto si registra per i discount (+2,9%), quello più contenuto per gli ipermercati (+0,2%).

Nella media del periodo gennaio-settembre 2011, le vendite degli esercizi non specializzati diminuiscono, in termini tendenziali, dello 0,6%, quelle degli esercizi specializzati aumentano dell'1,5%.

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

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

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

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di settembre 2011 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 2,7% nelle imprese fino a 5 addetti, del 2,3% nelle imprese da 6 a 49 addetti e dello 0,1 % in quelle con almeno 50 addetti.

Nel confronto tendenziale relativo ai primi nove mesi dell'anno, il valore delle vendite diminuisce dell'1,3% nelle imprese fino a 5 addetti, dell'1,1% in quelle da 6 a 49 addetti e dello 0,2% nelle imprese con almeno 50 addetti.

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

Classi di addetti	<u>Set 11</u> Set 10	<u>Gen-Set 11</u> Gen-Set 10
Fino a 5 addetti	-2,7	-1,3
Da 6 a 49 addetti	-2,3	-1,1
Almeno 50 addetti	-0,1	-0,2
<b>Totale</b>	<b>-1,6</b>	<b>-0,7</b>

(a) Dati provvisori

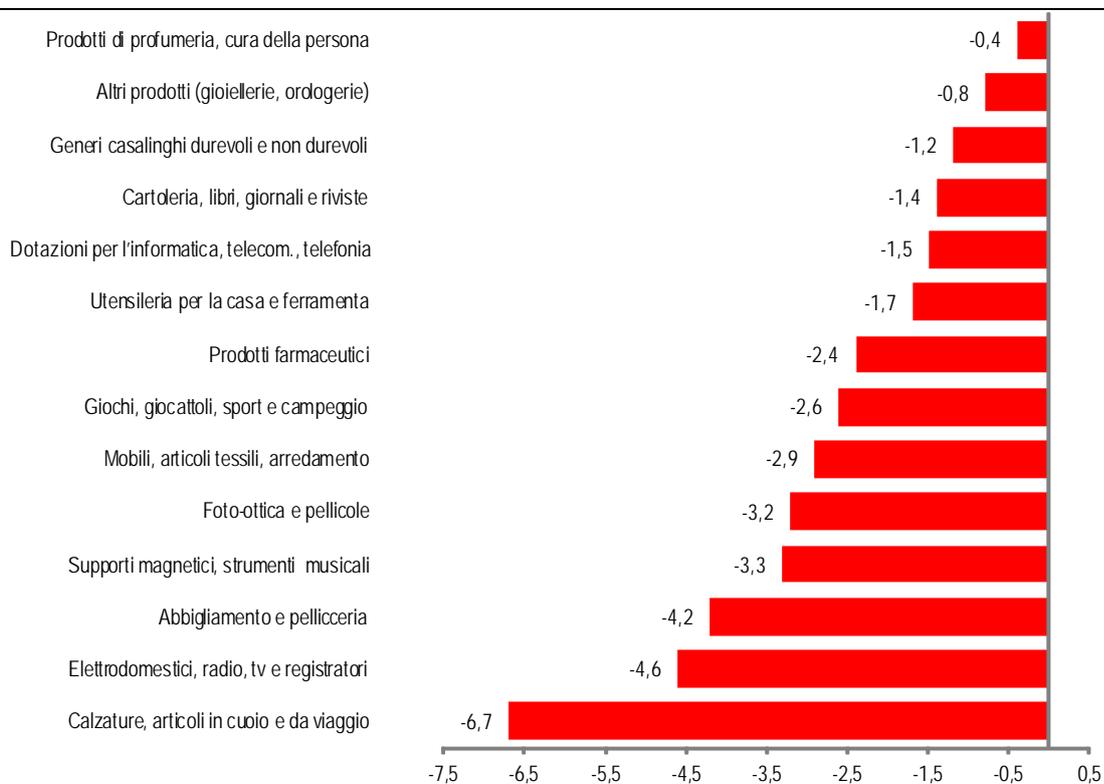
## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a settembre 2011 le variazioni tendenziali negative di maggiore entità riguardano i gruppi Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-6,7%), Elettrodomestici, radio, tv e registratori (-4,6%) ed Abbigliamento e pellicceria (-4,2%). I gruppi che registrano le flessioni più contenute sono Prodotti di profumeria, cura della persona (-0,4%) e Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (-0,8%).

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

Gruppi di prodotti	<u>Set 11</u> Set 10	<u>Gen-Set 11</u> Gen-Set 10
<b>Alimentari</b>	+0,7	+0,1
<b>Non alimentari</b>	-2,5	-1,2
Prodotti farmaceutici	-2,4	-0,6
Abbigliamento e pellicceria	-4,2	-1,1
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	-6,7	-1,4
Mobili, articoli tessili, arredamento	-2,9	-1,6
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-4,6	-3,9
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-1,5	-1,0
Foto-ottica e pellicole	-3,2	-1,4
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-1,2	-1,2
Utensileria per la casa e ferramenta	-1,7	-0,3
Prodotti di profumeria, cura della persona	-0,4	+0,2
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-1,4	-1,4
Supporti magnetici, strumenti musicali	-3,3	-4,4
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-2,6	-0,9
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-0,8	-0,5
<b>Totale</b>	<b>-1,6</b>	<b>-0,7</b>

(a) Dati provvisori

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

Agosto 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)
+0,1	0,0	- 0,2	-0,2	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.

**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.