

Gennaio 2015

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A gennaio 2015 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) aumenta dello 0,1% rispetto al mese precedente. Nella media del trimestre novembre-gennaio 2015, l'indice registra un aumento dello 0,1% rispetto al trimestre precedente.

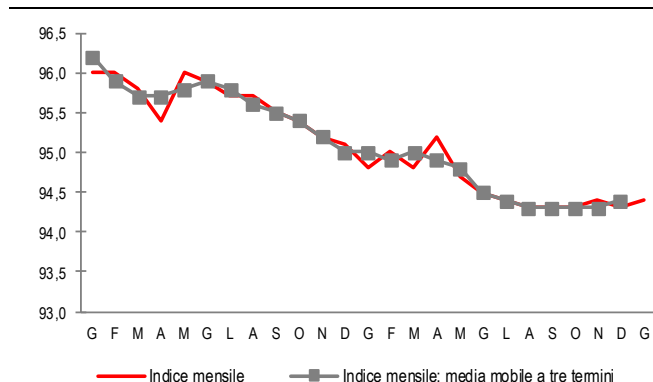
■ Nel confronto con dicembre 2014, le vendite di prodotti alimentari aumentano dello 0,4%, quelle di prodotti non alimentari restano invariate.

■ Rispetto a gennaio 2014, l'indice grezzo del totale delle vendite segna un aumento dell'1,7%. L'indice del valore delle vendite di prodotti alimentari aumenta del 2,9%, quello dei prodotti non alimentari dell'1,0%.

■ Le vendite per forma distributiva evidenziano, nel confronto con il mese di gennaio 2014, un aumento sia per la grande distribuzione (+3,4%) sia, in misura più contenuta, per le imprese operanti su piccole superfici (+0,2%).

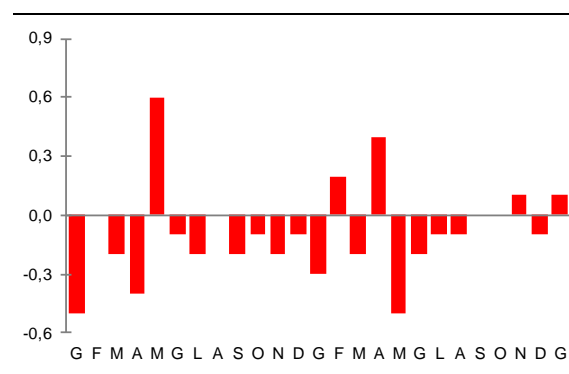
### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Gennaio 2013 - Gennaio 2015, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

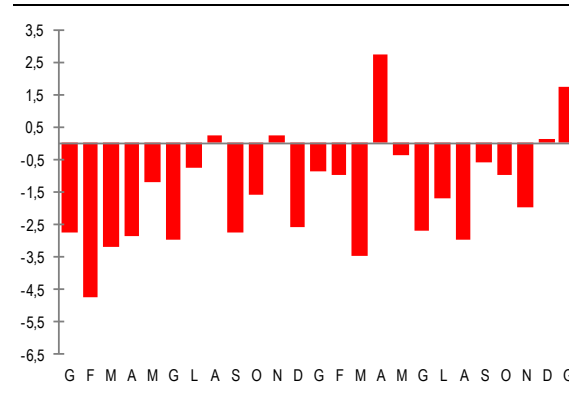
Gennaio 2013 - Gennaio 2015, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Gennaio 2013 - Gennaio 2015, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

■ Prossima diffusione: 22 aprile 2015

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

Gennaio 2015 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi
	Gen 15 Dic 14	Nov 14-Gen 15 Ago-Ott 14	Gen 15 Gen 14
<b>Alimentari</b>	<b>+0,4</b>	<b>+0,3</b>	<b>+2,9</b>
Grande distribuzione			+3,6
Imprese operanti su piccole superfici			+0,6
<b>Non alimentari</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>+1,0</b>
Grande distribuzione			+3,2
Imprese operanti su piccole superfici			+0,1
<b>Totale</b>	<b>+0,1</b>	<b>+0,1</b>	<b>+1,7</b>
Grande distribuzione			+3,4
Imprese operanti su piccole superfici			+0,2

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di gennaio 2014 (Prospetto 1) si registrano variazioni positive del 3,4% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e dello 0,2% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite aumentano, in termini tendenziali, del 3,6% per i prodotti alimentari e del 3,2% per quelli non alimentari. Anche nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano variazioni positive, sia per i prodotti alimentati sia per quelli non alimentari (rispettivamente +0,6% e +0,1%).

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), a gennaio 2015 si rilevano variazioni tendenziali positive del 3,3% per gli esercizi non specializzati e del 4,2% per quelli specializzati. Tra i primi, aumentano del 2,9% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare e del 6,3% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

In particolare, per gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare si registrano variazioni positive per tutte le forme di vendita: +5,6% per i discount, +3,3% per i supermercati e +1,2% per gli ipermercati.

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

Gennaio 2015 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Tipologie di esercizio	Gen 15 Gen 14
Esercizi non specializzati	+3,3
A prevalenza alimentare	+2,9
Ipermercati	+1,2
Supermercati	+3,3
Discount di alimentari	+5,6
A prevalenza non alimentare	+6,3
Esercizi specializzati	+4,2
<b>Grande distribuzione</b>	<b>+3,4</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di gennaio 2015 il valore delle vendite aumenta, in termini tendenziali, dell'1,9% nelle imprese fino a 5 addetti e del 3,7% in quelle con almeno 50 addetti; diminuisce, invece, del 2,1% in quelle da 6 a 49 addetti.

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

Gennaio 2015 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Classi di addetti	Gen 15 Gen 14
Fino a 5 addetti	+1,9
Da 6 a 49 addetti	-2,1
Almeno 50 addetti	+3,7
<b>Totale</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 gennaio 2015 si registrano variazioni tendenziali positive in quasi tutti i gruppi di prodotti, con l'eccezione di Altri prodotti (gioiellerie, orologerie) (-1,5%), Cartoleria, libri, giornali e riviste (-0,5%) e Prodotti farmaceutici (-0,3%). Le variazioni positive di maggiore entità riguardano i gruppi Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali (+3,6%), Giochi, giocattoli, sport e campeggio (+2,8%) e Prodotti di profumeria, cura della persona (+2,6%).

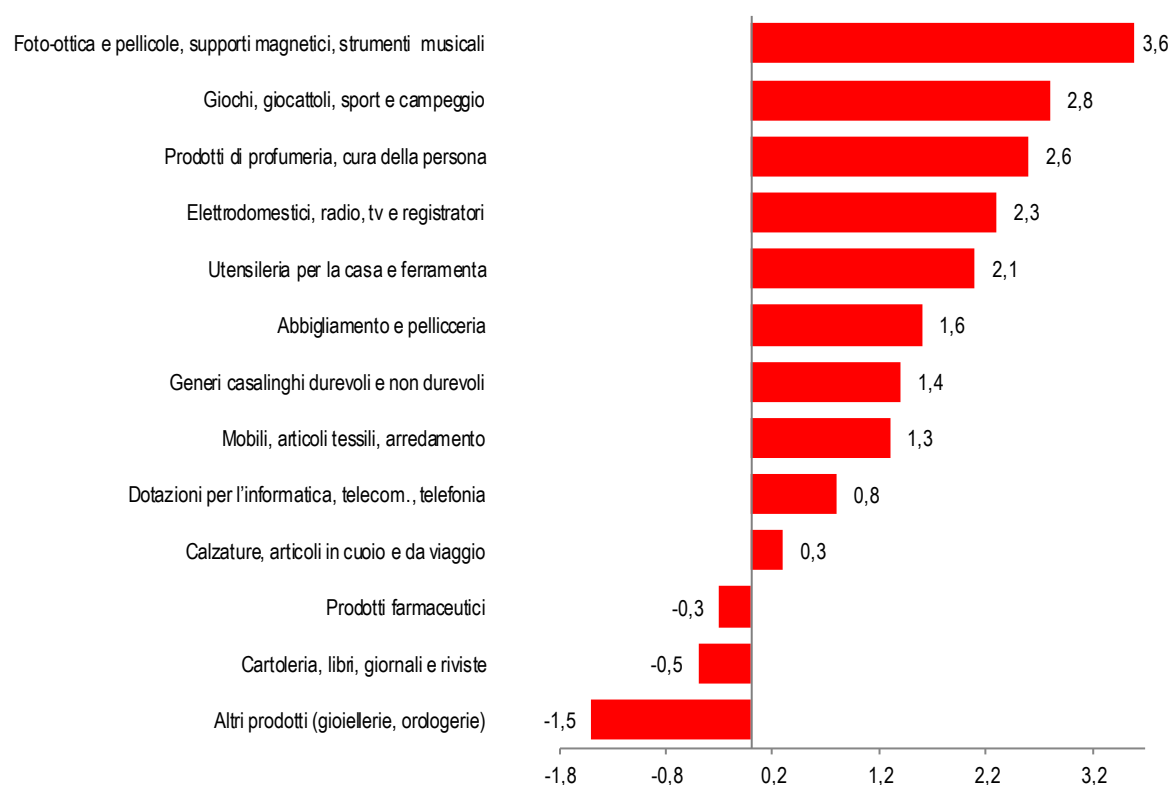
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

Gennaio 2015 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Gruppi di prodotti	Gen 15 Gen 14
<b>Alimentari</b>	<b>+2,9</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>+1,0</b>
Prodotti farmaceutici	-0,3
Abbigliamento e pellicceria	+1,6
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	+0,3
Mobili, articoli tessili, arredamento	+1,3
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	+2,3
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	+0,8
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	+3,6
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	+1,4
Utensileria per la casa e ferramenta	+2,1
Prodotti di profumeria, cura della persona	+2,6
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-0,5
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	+2,8
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-1,5
<b>Totale</b>	<b>+1,7</b>

(a) Dati provvisori

**FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI**  
Gennaio 2015 (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

Dicembre 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	0,0	+0,1	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 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.