

Dicembre 2014

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A dicembre 2014 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) diminuisce dello 0,2% rispetto al mese precedente. Nella media del trimestre ottobre-dicembre 2014, l'indice diminuisce dello 0,1% sui tre mesi precedenti.

■ Nell'intero anno 2014 le vendite registrano una variazione tendenziale negativa dell'1,2%, sintesi di flessioni dell'1,1% per i prodotti alimentari e dell'1,2% per i prodotti non alimentari.

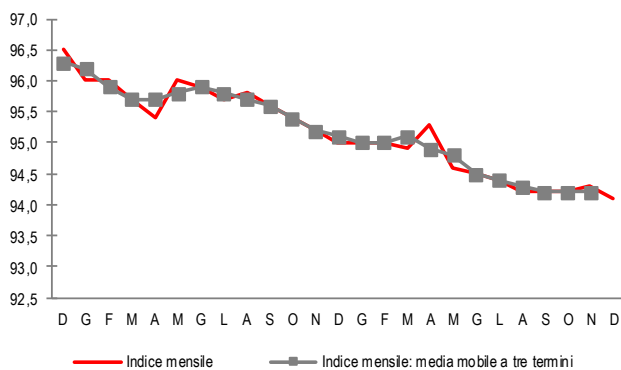
■ Nel confronto con novembre 2014, le vendite diminuiscono dello 0,2% sia per i prodotti alimentari che per quelli non alimentari.

■ Rispetto a dicembre 2013, l'indice grezzo del valore del totale delle vendite registra un aumento dello 0,1%. L'indice del valore delle vendite di prodotti alimentari aumenta dello 0,8%, quello dei prodotti non alimentari invece segna un calo dello 0,3%.

■ Con riferimento alla forma distributiva, nel confronto con il mese di dicembre 2013, le vendite segnano un aumento per le imprese della grande distribuzione (+0,6%) e una flessione per quelle operanti su piccole superfici (-0,4%).

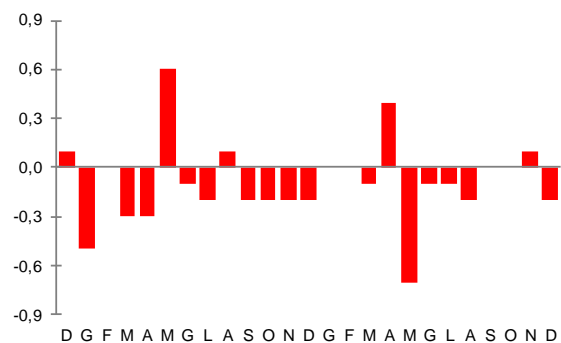
### COMMERCIO AL DETTAGLIO

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



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

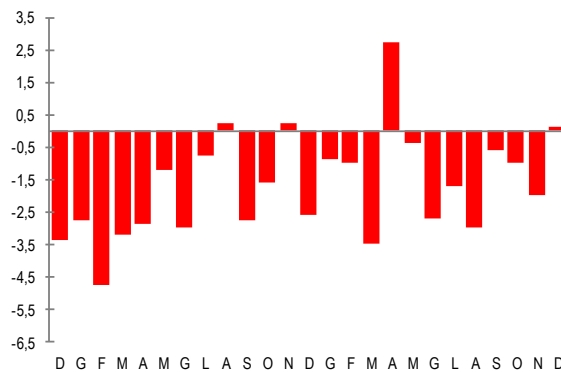
Dicembre 2012 - Dicembre 2014, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

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



tendenziali


 Prossima diffusione: 27 marzo 2015

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

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

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	Dic 14 Nov 14	Ott-Dic 14 Lug-Sett 14	Dic 14 Dic 13	Gen-Dic 14 Gen-Dic 13
<b>Alimentari</b>	-0,2	+0,3	+0,8	-1,1
Grande distribuzione			+1,2	-0,5
Imprese operanti su piccole superfici			-0,2	-2,6
<b>Non alimentari</b>	-0,2	-0,3	-0,3	-1,2
Grande distribuzione			+0,1	-0,3
Imprese operanti su piccole superfici			-0,4	-1,6
<b>Totale</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>+0,1</b>	<b>-1,2</b>
Grande distribuzione			+0,6	-0,4
Imprese operanti su piccole superfici			-0,4	-1,8

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di dicembre 2013 (Prospetto 1), le vendite delle imprese della grande distribuzione aumentano dello 0,6%, mentre quelle delle imprese operanti su piccole superfici diminuiscono dello 0,4%.

Nella grande distribuzione le vendite aumentano, in termini tendenziali, sia per i prodotti alimentari (+1,2%) sia, in modo più lieve, per quelli non alimentari (+0,1%). Nelle imprese operanti su piccole superfici, invece, le vendite segnano un calo dello 0,2% per i prodotti alimentari e dello 0,4% per quelli non alimentari.

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), a dicembre 2014 si rilevano aumenti dello 0,1% per le vendite degli esercizi non specializzati e del 3,3% per quelle degli esercizi specializzati. All'interno dei primi, restano invariate le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare, mentre aumentano dello 0,8% 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 quelle dei supermercati (rispettivamente +3,4% e +1,1%), mentre diminuiscono quelle degli ipermercati (-2,5%).

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

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

Tipologie di esercizio	Dic 14 Dic 13	Gen-Dic 14 Gen-Dic 13
Esercizi non specializzati	+0,1	-0,8
A prevalenza alimentare	0,0	-0,9
Ipermercati	-2,5	-1,9
Supermercati	+1,1	-1,2
Discount di alimentari	+3,4	+2,4
A prevalenza non alimentare	+0,8	-0,2
Esercizi specializzati	+3,3	+2,0
<b>Grande distribuzione</b>	<b>+0,6</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 dicembre 2014 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, dell'1,1% nelle imprese fino a 5 addetti, dello 0,3% in quelle da 6 a 49 addetti, mentre aumenta dello 0,9% in quelle con almeno 50 addetti.

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

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

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

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a dicembre 2014 si registrano andamenti piuttosto eterogenei fra i vari gruppi. Le variazioni positive più sostenute, in termini tendenziali, riguardano i gruppi Prodotti farmaceutici (+1,9%) e Utensileria per la casa e ferramenta (+1,0%). Le flessioni più marcate riguardano, invece, i gruppi Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (-3,2%) e Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali (-2,9%).

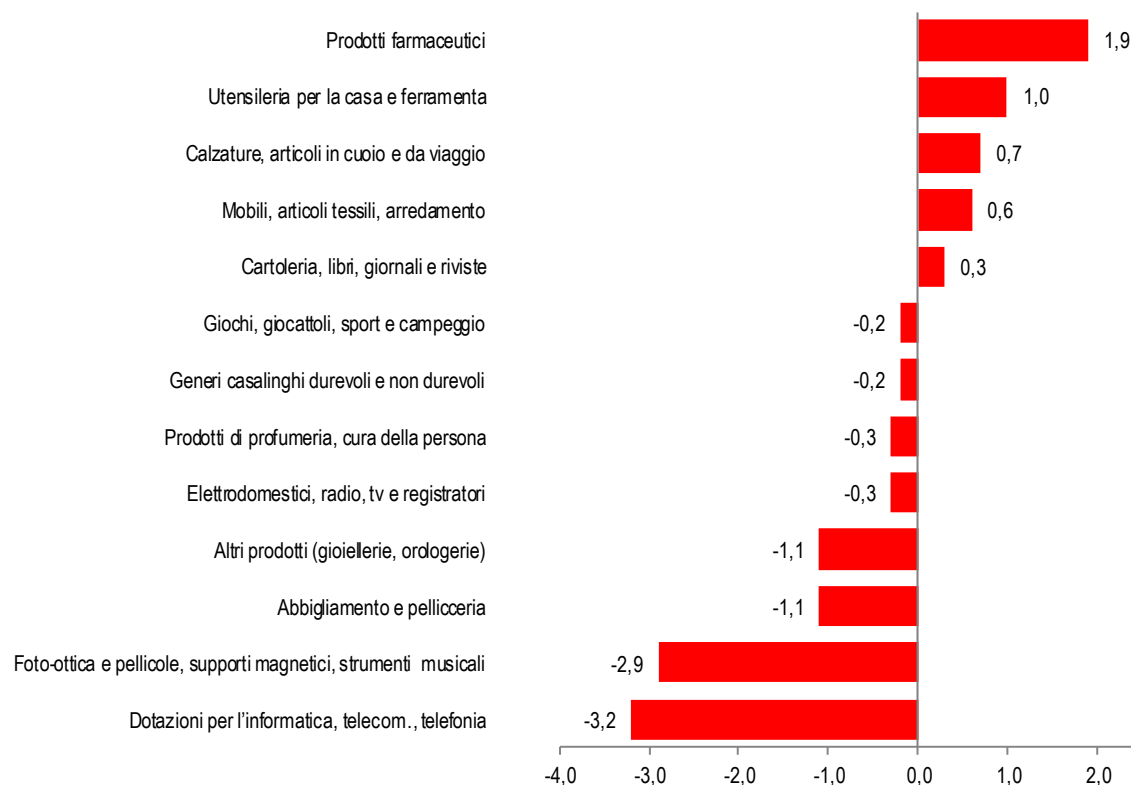
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

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

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

(a) Dati provvisori

**FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI**  
Dicembre 2014 (a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010=100)



(a) Dati provvisori

## Revisioni

Il seguente prospetto riassume 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

Novembre 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	0,0	+0,5	0,0	+0,3	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.