

Febbraio 2018

COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A febbraio 2018 le vendite al dettaglio registrano un aumento, rispetto al mese precedente, dello 0,4% in valore e dello 0,9% in volume. Ad aumentare sono sia le vendite di beni alimentari (+0,4% in valore e +1,2% in volume), sia quelle di beni non alimentari (+0,3% in valore e +0,7% in volume).

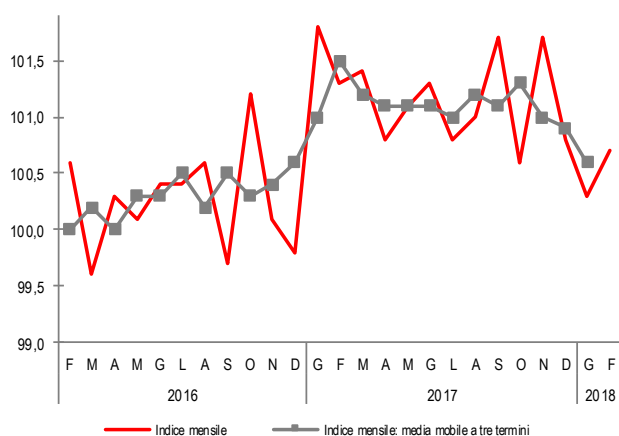
■ Nel trimestre dicembre 2017-febbraio 2018 l'indice complessivo registra un calo congiunturale dello 0,7% sia in valore che in volume. Nello stesso periodo diminuiscono sia le vendite di beni alimentari (-0,8% in valore e -0,9% in volume), sia quelle di beni non alimentari (-0,6 in valore e in volume).

■ Rispetto a febbraio 2017, le vendite al dettaglio diminuiscono dello 0,6% in valore mentre il volume rimane stazionario. Il valore delle vendite di prodotti alimentari non subisce variazioni, mentre il volume aumenta dello 0,9%. Le vendite di prodotti non alimentari diminuiscono sia in valore sia in volume (rispettivamente -1,1% e -0,6%).

■ Sempre a livello tendenziale, il valore delle vendite al dettaglio non registra variazioni per la grande distribuzione, mentre è in calo per le imprese operanti su piccole superfici (-1,7%). Sostanzialmente stabile il commercio elettronico (-0,1%).

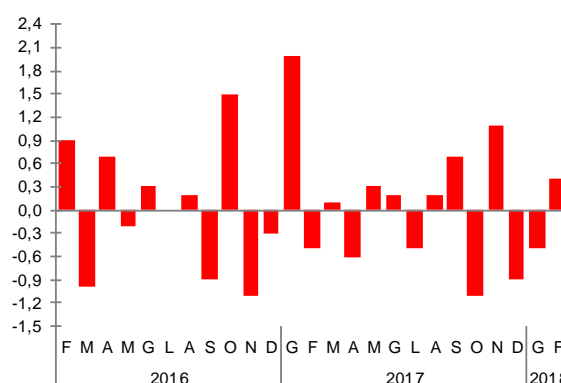
COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

Febbraio 2016 - febbraio 2018, indice destagionalizzato e media mobile (base 2015=100)



COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

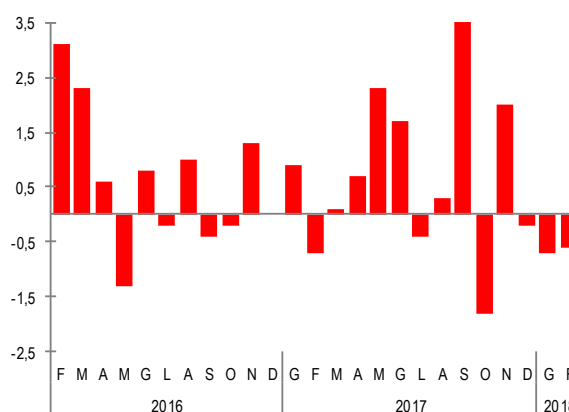
Febbraio 2016 - febbraio 2018, variazioni percentuali congiunturali, dati destagionalizzati



congiunturali

COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VALORE

Febbraio 2016 - febbraio 2018, variazioni percentuali tendenziali, dati grezzi

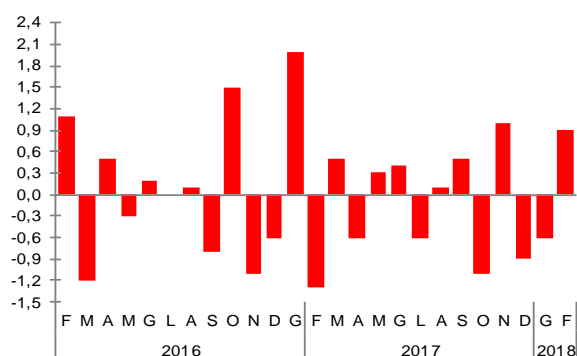


tendenziali

Prossima diffusione: 9 maggio 2018

COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VOLUME

Febbraio 2016 - febbraio 2018, variazioni percentuali congiunturali, dati destagionalizzati


COMMERCIO AL DETTAGLIO. DATI IN VOLUME

Febbraio 2016 - febbraio 2018, variazioni percentuali tendenziali, dati grezzi



Rispetto a gennaio 2018 (Prospetto 1, dati destagionalizzati), le vendite di prodotti alimentari aumentano dello 0,4% in valore e dell'1,2% in volume; anche le vendite di beni non alimentari registrano un incremento dello 0,3% in valore e dello 0,7% in volume.

PROSPETTO 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER SETTORE MERCEOLOGICO. DATI IN VALORE E VOLUME

Febbraio 2018, variazioni percentuali (indici in base 2015=100) (a)

Rispetto a febbraio 2017 (Prospetto 1, dati grezzi), le vendite di prodotti alimentari non subiscono variazioni in valore, mentre il dato in volume aumenta dello 0,9%; le vendite di prodotti non alimentari registrano variazioni negative sia in valore sia in volume (rispettivamente -1,1% e -0,6%).

SETTORE MERCEOLOGICO	Variazioni congiunturali (dati destagionalizzati)			
	Feb 18 Gen 18		Dic 17-Feb 18 Set-Nov 17	
	valore	volume	valore	volume
Alimentari	+0,4	+1,2	-0,8	-0,9
Non alimentari	+0,3	+0,7	-0,6	-0,6
Totale	+0,4	+0,9	-0,7	-0,7

SETTORE MERCEOLOGICO	Variazioni tendenziali (dati grezzi)			
	Feb 18 Feb 17		Gen-Feb 18 Gen-Feb 17	
	valore	volume	valore	volume
Alimentari	0,0	+0,9	-0,2	-0,4
Non alimentari	-1,1	-0,6	-1,0	-1,1
Totale	-0,6	0,0	-0,7	-1,0

(a) Dati provvisori

Forma distributiva e tipologia di esercizio

PROSPETTO 2. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER FORMA DISTRIBUTIVA E SETTORE MERCEOLOGICO. DATI IN VALORE. Febbraio 2018, variazioni percentuali (indici in base 2015=100) (a)

FORMA DISTRIBUTIVA E SETTORE MERCEOLOGICO	Feb 18 Feb 17	Gen-Feb 18 Gen-Feb 17
Grande distribuzione	0,0	-0,3
Alimentari	+0,7	0,0
Non alimentari	-0,8	-0,9
Imprese operanti su piccole superfici	-1,7	-1,5
Alimentari	-1,6	-0,6
Non alimentari	-1,7	-1,7
Commercio elettronico	-0,1	+0,9
Totale (b)	-0,6	-0,7

(a) Dati provvisori

(b) Le forme distributive rappresentate non esauriscono il totale del commercio al dettaglio.

Rispetto a febbraio 2017 (Prospetto 2) il valore delle vendite al dettaglio non registra variazioni per la grande distribuzione, mentre è in calo per le imprese operanti su piccole superfici (-1,7%). Sostanzialmente stabile il commercio elettronico (-0,1%).

Nella grande distribuzione le vendite registrano una variazione positiva per i prodotti alimentari (+0,7%) e una variazione negativa per quelli non alimentari (-0,8%). Per le imprese operanti su piccole superfici si registra una diminuzione sia per i prodotti alimentari sia per quelli non alimentari (rispettivamente -1,6% e -1,7%).

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 3), a febbraio 2018 il valore delle vendite al dettaglio segna una variazione tendenziale positiva per gli esercizi non specializzati (+0,2%), mentre non si registrano variazioni per quelli specializzati. Tra i primi si registrano variazioni positive sia per gli esercizi a prevalenza alimentare (+0,1%) sia per gli esercizi a prevalenza non alimentare (+2,2%).

Tra gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, il valore delle vendite diminuisce per gli Ipermercati (-5,4%), mentre aumenta per Supermercati (+2,1%) e Discount (+5,3%).

PROSPETTO 3. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE. DATI IN VALORE. Febbraio 2018, variazioni percentuali (indici in base 2015=100) (a)

TIPOLOGIE DI ESERCIZIO	Feb 18 Feb 17	Gen-Feb 18 Gen-Feb 17
Esercizi non specializzati	+0,2	-0,2
<i>A prevalenza alimentare</i>	+0,1	-0,4
Ipermercati	-5,4	-4,2
Supermercati	+2,1	+0,4
Discount di alimentari	+5,3	+4,6
<i>A prevalenza non alimentare</i>	+2,2	+1,8
Esercizi specializzati	0,0	-0,7
Grande distribuzione	0,0	-0,3

(a) Dati provvisori

Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 4), nel mese di febbraio 2018 si registrano variazioni tendenziali positive solo per le imprese con almeno 50 addetti (+0,9%).

PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER CLASSE DI ADDETTI. DATI IN VALORE

Febbraio 2018, variazioni percentuali (indici in base 2015=100) (a)

CLASSI DI ADDETTI	Feb 18 Feb 17	Gen-Feb 18 Gen-Feb 17
Fino a 5 addetti	-2,8	-1,7
Da 6 a 49 addetti	-1,0	-1,1
Almeno 50 addetti	+0,9	+0,1
Totale	-0,6	-0,7

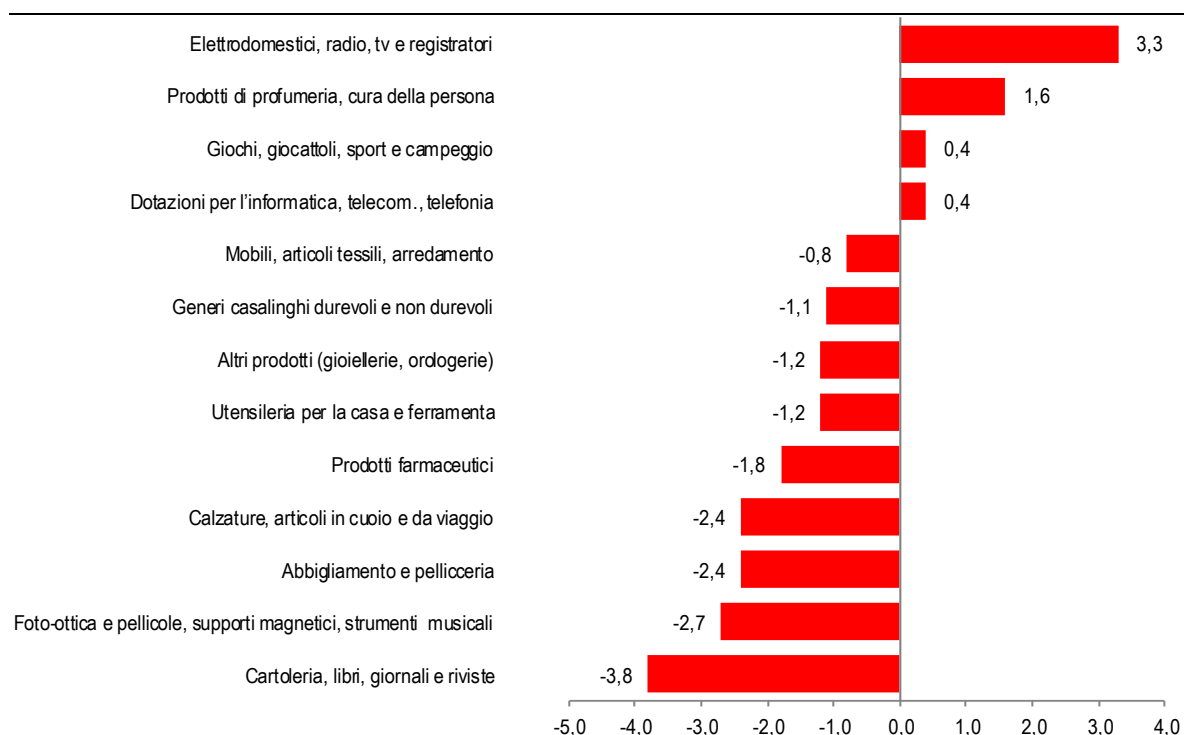
(a) Dati provvisori

Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda i gruppi di prodotti non alimentari, nel mese di febbraio 2018, si registrano variazioni negative per la maggior parte dei gruppi, in particolar modo Cartoleria, libri, giornali e riviste (-3,8%) e Foto-ottica e pellicole (-2,7%), mentre si registrano andamenti positivi per pochi gruppi di prodotti, tra cui Elettrodomestici, radio, tv e registratori (+3,3%) e Prodotti di profumeria, cura della persona (+1,6).

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI. DATI IN VALORE

Febbraio 2018, graduatoria dei gruppi di prodotti secondo le variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2015=100) (a)



(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 attraverso i comunicati precedenti. Per le variazioni tendenziali si tratta della revisione corrente che viene effettuata in ciascuno dei due mesi che seguono con i dati aggiornati. Per le variazioni congiunturali, alla revisione corrente si somma quella che proviene dalla procedura di destagionalizzazione ogni volta che si aggiunge una nuova osservazione alla serie storica.

Con il presente comunicato si rilasciano i dati revisionati per il mese di gennaio 2018 (Prospetto 5).

PROSPETTO 5. COMMERCIO AL DETTAGLIO. REVISIONE DELLE VARIAZIONI PERCENTUALI PER SETTORE MERCEOLOGICO differenze in punti percentuali (indici in base 2015=100)

	Vendite di prodotti alimentari		Vendite di prodotti non alimentari		Vendite totali	
	Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)
Gennaio 2018						
Valore	+0,2	+0,2	0,0	0,0	+0,1	0,0
Volume	+0,2	+0,1	0,0	-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

- *Ipermercato (Ateco 47111):* 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.
- *Supermercato (Ateco 47112):* 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.
- *Discount di alimentari (Ateco 47113):* 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 (Ateco 47191, 47192): 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.

Punti di vendita operanti su piccola superficie: punti di vendita appartenenti alla distribuzione tradizionale, caratterizzati da una superficie inferiore ai 400 metri quadrati. Possono essere esercizi specializzati o non specializzati. Fra questi ultimi rientrano i minimercati (Ateco 47114), i negozi che vendono surgelati (Ateco 47115) e gli empori (Ateco 47199).

Commercio elettronico (Ateco 47911): vendita realizzata attraverso reti informatiche che utilizzano il protocollo Internet e/o altre connessioni tra computer. Gli indicatori mensili sul commercio elettronico si riferiscono alle vendite on-line effettuate da imprese che abbiano come attività prevalente o esclusiva la vendita al dettaglio attraverso internet. Le vendite on-line realizzate dalle imprese che svolgono in prevalenza un'attività commerciale diversa dal commercio elettronico confluiscono negli aggregati relativi a tali attività.

Vendite al di fuori dei negozi (Ateco 478 e 479, tranne 47911): vendite effettuate mediante canali diversi dai punti di vendita in sede fissa e dal commercio elettronico. Rientrano in queste forme il commercio ambulante e la vendita per corrispondenza e attraverso TV.

Indice del valore delle vendite al dettaglio: misura la variazione nel tempo del valore delle vendite al dettaglio a prezzi correnti.

Indice di volume delle vendite al dettaglio: misura la variazione nel tempo del volume delle vendite al dettaglio. Si ottiene dal corrispondente indice in valore, depurandolo dall'effetto dovuto alle variazioni dei prezzi dei beni venduti, misurate mediante gli Indici armonizzati dei prezzi al consumo (IPCA).

Dati destagionalizzati: dati depurati, mediante apposite tecniche statistiche, dalle fluttuazioni attribuibili alla componente stagionale (dovute a fattori meteorologici, consuetudinari, legislativi, ecc.) e, se significativi, dagli effetti di calendario. Questa trasformazione dei dati è la più idonea a cogliere l'evoluzione congiunturale di un indicatore.

Variazione congiunturale: variazione percentuale rispetto al mese o al periodo precedente.

Variazione tendenziale: variazione percentuale rispetto allo stesso mese o periodo dell'anno precedente.

Nota metodologica

Obiettivi conoscitivi e quadro normativo di riferimento

Gli indici diffusi con questa Statistica flash sono elaborati a partire dai dati raccolti con la rilevazione mensile sulle vendite al dettaglio condotta dall'Istat.

Tale indagine si riferisce alle imprese commerciali che svolgono come attività prevalente la vendita al dettaglio (così come definita nella "Classificazione delle Attività Economiche", ATECO2007).

Sono escluse dalla rilevazione le imprese la cui attività prevalente consiste nella vendita di generi di autoveicoli e combustibili.

Oltre agli indici diffusi mensilmente a livello nazionale, l'Istat, coerentemente con quanto previsto dai Regolamenti europei n. 1165/98 e n. 1158/2005 relativi alle statistiche congiunturali, produce stime mensili per Eurostat¹. Queste ultime, tuttavia, si riferiscono alla sola attività economica prevalente e le stime diffuse a livello nazionale ne rappresentano un ulteriore livello di dettaglio.

Base di riferimento degli indici

Le serie degli indici sono diffuse con riferimento alla base 2015=100 e alla classificazione delle attività economiche Ateco 2007 (versione italiana della classificazione europea Nace Rev. 2)².

La serie degli indici mensili del commercio al dettaglio in base 2015=100 è calcolata a partire da gennaio 2015. Di conseguenza, per il periodo compreso tra gennaio 2015 e dicembre 2017, i nuovi indici in base 2015=100 sostituiscono quelli in base 2010=100 diffusi in precedenza. Gli indici relativi ai periodi precedenti il 2015 (da gennaio 2000 a dicembre 2014) sono stati riportati alla base 2015=100 con un semplice slittamento dei corrispondenti indici calcolati in base 2010. In tal modo è stato possibile rendere disponibili agli utilizzatori serie storiche di indici in base 2015 sufficientemente lunghe per poter realizzare analisi e approfondimenti.

In coincidenza con il passaggio alla base 2015, l'insieme degli indici elaborati e diffusi si arricchisce con quelli che riguardano il commercio elettronico.

Il disegno di campionamento

Il campione teorico dell'indagine è composto da oltre 8.000 imprese, che sono residenti in Italia ed esercitano la loro attività sull'intero territorio nazionale.

Il campione è stratificato in base alle seguenti variabili:

- attività prevalente dell'impresa secondo la classificazione delle attività economiche Ateco 2007;
- dimensione dell'impresa, individuata sulla base di tre classi di addetti (1-5, 6-49 e almeno 50).

Lo schema di campionamento prevede un'estrazione casuale per le imprese appartenenti agli strati composti da imprese che hanno meno di 50 addetti e l'inserimento censuario nella rilevazione per tutte le unità con 50 e più addetti.

All'interno del sistema di ponderazione riferito al 2015, il peso della grande distribuzione in termini di fatturato è pari al 46,4%, mentre il peso delle imprese operanti su piccole superfici corrisponde al 48,0%; le due forme di vendita relative al commercio elettronico e alle vendite al di fuori dei negozi hanno un peso pari, rispettivamente, all'1,9% e al 3,7%. Il prospetto riportato nella pagina successiva presenta il sistema dei pesi utilizzato nell'aggregazione dell'indice delle vendite al dettaglio riferito all'anno 2015 confrontato, ove possibile, con quello relativo al 2010.

¹ Eurostat diffonde i dati mensili riferiti ai vari Paesi e li utilizza per elaborare indicatori sintetici per il complesso dell'Unione europea.

² Per una descrizione più approfondita degli indici in base 2015, si rinvia alla Nota Informativa "Gli indici del valore delle vendite del commercio al dettaglio. La nuova base 2015" pubblicata il 14 marzo 2018 (<http://www.istat.it/it/archivio/210133>).

STRUTTURA DI PONDERAZIONE DEGLI INDICI MENSILI DELLE VENDITE AL DETTAGLIO

Valori percentuali

Aggregati di riferimento	base 2010	base 2015
FORMA DISTRIBUTIVA		
Imprese di piccole superfici	55,1	48,0
Grande distribuzione (Gd)	44,9	46,4
- Gd non specializzata	38,2	36,7
A prevalenza alimentare	34,2	33,7
- Ipermercati	12,5	11,6
- Supermercati	16,7	16,7
- Discount di alimentari	5,0	5,4
A prevalenza non alimentare	4,1	3,0
- Gd specializzata	6,6	9,7
Commercio elettronico	-	1,9
Vendite al di fuori dei negozi	-	3,7
GRUPPI DI PRODOTTI		
Alimentari	35,5	42,2
Non alimentari	64,5	57,8
Prodotti farmaceutici	9,2	8,4
Abbigliamento e pellicceria	12,1	11,9
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	3,5	3,4
Mobili, articoli tessili, arredamento	5,9	4,5
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	4,0	3,3
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	2,7	2,6
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	1,6	1,3
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	3,5	2,1
Utensileria per la casa e ferramenta	5,1	4,1
Prodotti di profumeria, cura della persona	4,2	3,0
Cartoleria, libri, giornali e riviste	2,7	1,9
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	3,2	2,5
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	6,8	8,8
DIMENSIONE DELLE IMPRESE (CLASSI DI ADDETTI)		
da 1 a 5 addetti	27,9	28,4
da 6 a 49 addetti	28,2	25,4
almeno 50 addetti	43,9	46,2

Indici in valore e indici in volume

Gli indici mensili del valore delle vendite al dettaglio misurano la dinamica del valore corrente delle vendite al dettaglio e incorporano, pertanto, gli effetti dovuti all'andamento sia delle quantità sia dei prezzi dei prodotti venduti.

Gli indici in volume sono ottenuti depurando gli indici in valore dall'effetto dovuto alle variazioni dei prezzi, misurate sulla base degli indici armonizzati dei prezzi al consumo (IPCA).

Revisione dei dati ed effetti stagionali

Gli indici relativi ai mesi più recenti sono provvisori e soggetti a una revisione che viene effettuata in ciascuno dei due mesi che seguono quello di diffusione. Le revisioni tengono conto delle informazioni aggiuntive pervenute dalle imprese.

Gli indici destagionalizzati sono ottenuti attraverso la procedura Tramo-Seats (versione 942 per sistema operativo Linux). Come altre procedure di destagionalizzazione, anche Tramo-Seats si basa sull'ipotesi che ogni serie storica a cadenza infrannuale sia rappresentabile come una combinazione di diverse componenti, non osservabili direttamente:

- una componente di ciclo-trend, che rappresenta la tendenza di medio e lungo periodo;
- una componente stagionale, costituita da movimenti periodici, la cui influenza si esaurisce nel corso di un anno;

- una componente irregolare, dovuta a fattori erratici.

Tramo-Seats, in particolare, utilizza un approccio *model-based*, cioè si fonda sull'identificazione di un modello statistico rappresentativo della dinamica della serie storica da destagionalizzare.

I modelli statistici utilizzati per la destagionalizzazione vengono rivisti periodicamente per assicurare la loro capacità di rappresentare correttamente l'andamento della singola serie storica. Inoltre, poiché l'aggiunta di una nuova informazione mensile consente una migliore valutazione delle diverse componenti delle serie, ogni mese i dati già pubblicati relativi agli ultimi anni sono soggetti a revisione.

L'indice generale delle vendite depurato degli effetti stagionali è calcolato come sintesi dell'indice destagionalizzato delle vendite di prodotti alimentari e di quello delle vendite di prodotti non alimentari (utilizzando il cosiddetto metodo indiretto).

Per consentire agli utenti di adottare, per proprie finalità di analisi, le stesse specifiche utilizzate dall'Istat nell'ambito della procedura Tramo-Seats, queste ultime sono disponibili su richiesta.

Dettaglio territoriale

I dati sono elaborati e diffusi a livello nazionale.

Tempestività

Gli indici vengono diffusi dopo circa 38 giorni dalla fine del periodo di riferimento.

Diffusione

Le serie degli indici aggiornate sono pubblicate, in concomitanza con la diffusione del comunicato stampa, sul data warehouse dell'Istituto I.Stat (<http://dati.istat.it>) all'interno del tema 'Servizi/Indici delle vendite del commercio al dettaglio'.