

Febbraio 2022

COMMERCIO AL DETTAGLIO

- A febbraio 2022 si stima una crescita congiunturale per le vendite al dettaglio dello 0,7% in valore e dello 0,4% in volume. Sono in diminuzione le vendite dei beni alimentari (-0,6% in valore e -1,5% in volume) mentre aumentano quelle dei beni non alimentari (+1,7% in valore e +1,6% in volume).
- Nel trimestre dicembre 2021-febbraio 2022, in termini congiunturali, le vendite al dettaglio crescono in valore (+0,4%) e calano in volume (-0,4%). Diminuiscono le vendite dei beni non alimentari (-0,3% in valore e -0,4% in volume), mentre quelle dei beni alimentari aumentano in valore (+1,2%) e registrano un lieve calo in volume (-0,4%).
- Su base tendenziale, a febbraio 2022, le vendite al dettaglio aumentano del 4,3% in valore e dell'1,9% in volume. Le vendite dei beni non alimentari sono in aumento (+5,6% in valore e +5,0% in volume) mentre quelle dei beni alimentari registrano un aumento in valore (+3,1%) e una flessione in volume (-1,9%).
- Tra i beni non alimentari, si registra una crescita tendenziale per tutti i gruppi di prodotti. Gli aumenti maggiori riguardano Giochi, giocattoli, sport e campeggio (+8,4%), Altri prodotti (+8,1%), Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (+8,1%) e Prodotti farmaceutici (+8,1%), mentre l'incremento minore riguarda Cartoleria, libri, giornali e riviste (+0,1%).
- Rispetto a febbraio 2021, il valore delle vendite al dettaglio cresce in tutti i canali distributivi: la grande distribuzione (+3,6%), le imprese operanti su piccole superfici (+5,4%), le vendite al di fuori dei negozi (+2,7%) e il commercio elettronico (+5,0%).



Il commento

A febbraio il valore delle vendite al dettaglio registra, nel complesso, una crescita sia in termini congiunturali sia in termini tendenziali. L'incremento, tuttavia, è più contenuto se si considera la misura in volume.

A livello merceologico, la crescita congiunturale dell'ultimo mese riguarda esclusivamente i beni non alimentari, mentre risultano in flessione gli alimentari, sia in valore sia in volume.

Le vendite sono in aumento tendenziale in tutte le diverse forme distributive; in particolare, si evidenzia il risultato molto positivo dei discount (+7,7%). Anche le vendite on-line tornano a crescere, dopo le diminuzioni dei due mesi precedenti.



PROSSIMA DIFFUSIONE

6 maggio 2022



Link utili

<http://dati.istat.it/>
<https://dati-congiuntura.istat.it/>

FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO, INDICE DESTAGIONALIZZATO E MEDIA MOBILE A TRE MESI
 Gennaio 2017 – febbraio 2022, dati in valore (base 2015=100)

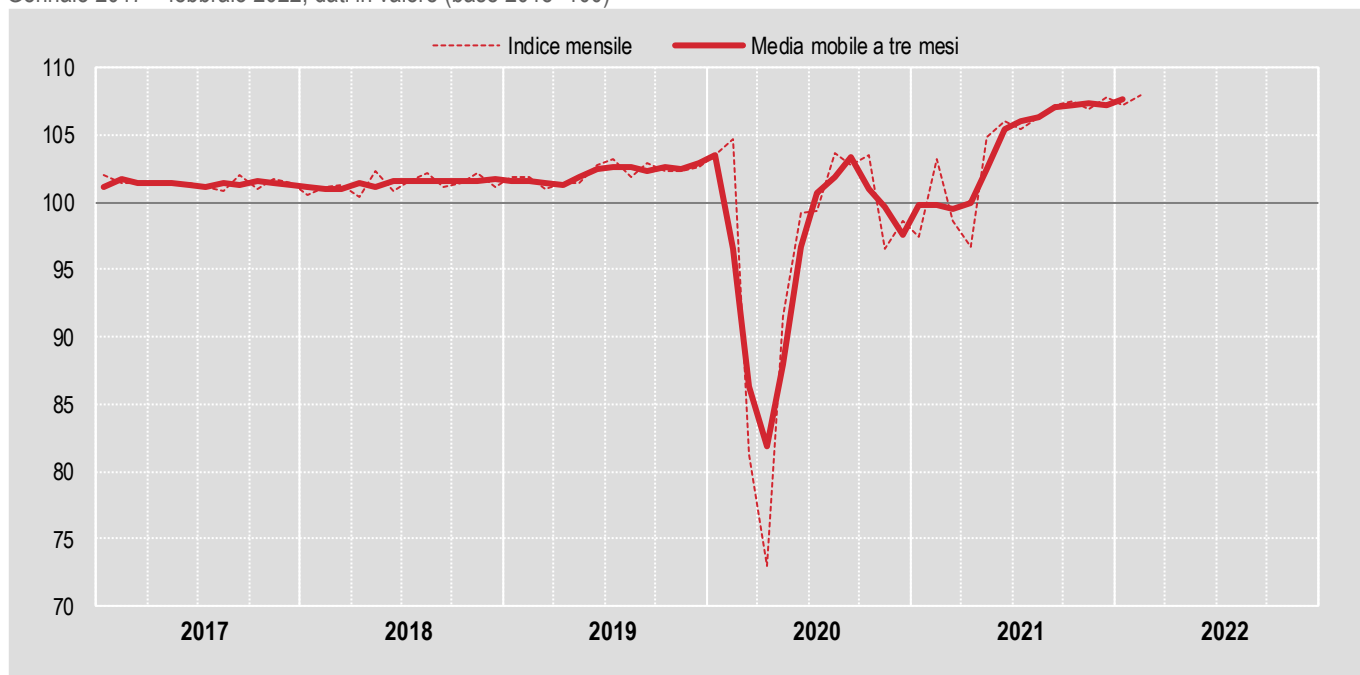
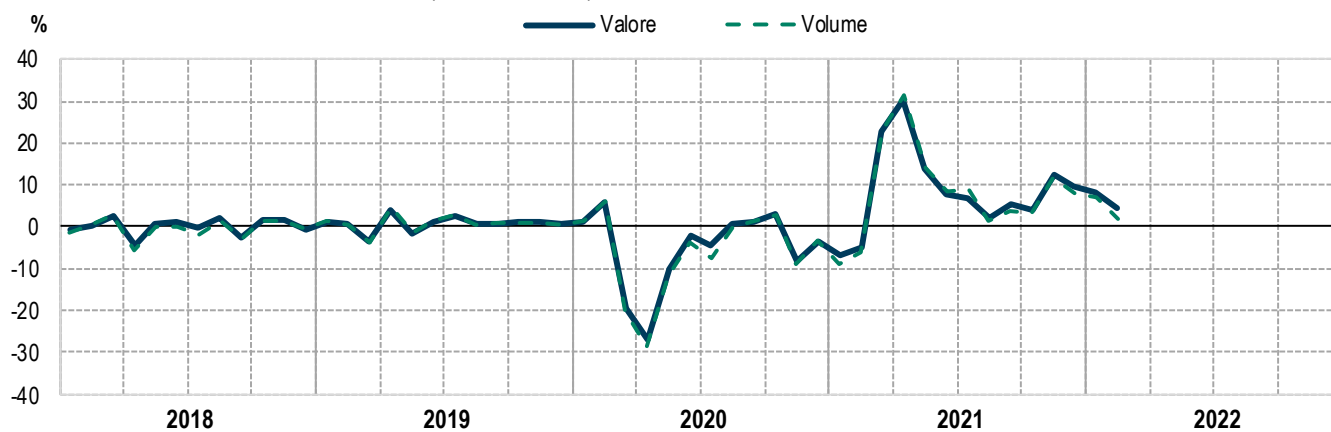


FIGURA 2. COMMERCIO AL DETTAGLIO VARIAZIONI PERCENTUALI TENDENZIALI
 Gennaio 2018 – febbraio 2022, dati in valore (base 2015=100)



PROSPETTO 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER SETTORE MERCEOLOGICO

Febbraio 2022, variazioni percentuali congiunturali e tendenziali su dati in valore e in volume (base 2015=100) (a)

SETTORE MERCEOLOGICO	Variazioni congiunturali (dati destagionalizzati)			
	feb22 gen22		dic21-feb22 set-nov21	
	valore	volume	valore	volume
Alimentari	-0,6	-1,5	+1,2	-0,4
Non alimentari	+1,7	+1,6	-0,3	-0,4
Totale	+0,7	+0,4	+0,4	-0,4
	Variazioni tendenziali (dati grezzi)			
	feb22 feb21		gen-feb22 gen-feb21	
	valore	volume	valore	volume
Alimentari	+3,1	-1,9	+2,5	-1,8
Non alimentari	+5,6	+5,0	+9,9	+9,8
Totale	+4,3	+1,9	+6,3	+4,5

(a) Dati provvisori

PROSPETTO 2. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER FORMA DISTRIBUTIVA E SETTORE MERCEOLOGICO

Febbraio 2022, variazioni percentuali tendenziali su dati in valore (base 2015=100) (a)

FORMA DISTRIBUTIVA E SETTORE MERCEOLOGICO	feb22 feb21	gen-feb22 gen-feb21
Grande distribuzione	+3,6	+5,0
Alimentari	+3,6	+3,1
Non alimentari	+3,6	+8,7
Imprese operanti su piccole superfici	+5,4	+8,9
Alimentari	+0,7	+0,4
Non alimentari	+7,0	+11,7
Vendite al di fuori dei negozi	+2,7	+2,6
Commercio elettronico	+5,0	+1,0
Totale	+4,3	+6,3

(a) Dati provvisori

PROSPETTO 3. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

Febbraio 2022, variazioni percentuali tendenziali su dati in valore (base 2015=100) (a)

TIPOLOGIE DI ESERCIZIO	feb22 feb21	gen-feb22 gen-feb21
Esercizi non specializzati	+3,1	+3,3
A prevalenza alimentare	+3,5	+3,1
Ipermercati	+3,1	+3,8
Supermercati	+2,1	+1,1
Discount di alimentari	+7,7	+7,2
A prevalenza non alimentare	-0,6	+5,2
Esercizi specializzati	+5,8	+11,9
Grande distribuzione	+3,6	+5,0

(a) Dati provvisori

PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER CLASSE DI ADDETTI

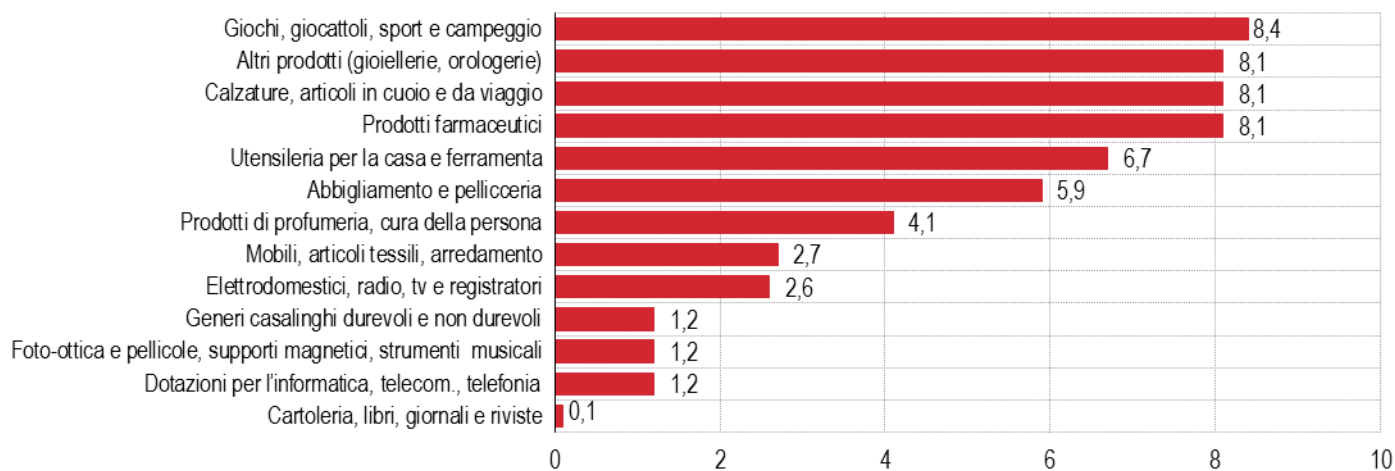
Febbraio 2022, variazioni percentuali tendenziali su dati in valore (base 2015=100) (a)

CLASSI DI ADDETTI	feb22 feb21	gen-feb22 gen-feb21
Fino a 5 addetti	+1,5	+3,4
Da 6 a 49 addetti	+6,9	+9,5
Almeno 50 addetti	+4,6	+6,3
Totale	+4,3	+6,3

(a) Dati provvisori

FIGURA 3. COMMERCIO AL DETTAGLIO PER GRUPPO DI PRODOTTI NON ALIMENTARI. GRADUATORIA DEI PRODOTTI SECONDO LE VARIAZIONI TENDENZIALI

Febbraio 2022, dati in valore (base 2015=100)



Il seguente prospetto riepiloga le revisioni ordinarie dei dati calcolate come differenza tra i tassi di variazione rilasciati in occasione del comunicato stampa odierno e quelli diffusi attraverso il comunicato precedente. Per le variazioni tendenziali si tratta della revisione corrente che viene effettuata in ciascun mese che segue 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 2022 (Prospetto 5).

A partire dal comunicato relativo al mese di marzo 2020 è stata modificata la politica di revisione dell'indice grezzo delle vendite al dettaglio; infatti, mentre fino alla pubblicazione dei dati riferiti a febbraio 2020 venivano riviste le ultime due mensilità dell'indice, dal mese di marzo viene rivisto solo l'ultimo mese. Inoltre, due volte l'anno viene rivisto l'ultimo semestre; con il comunicato relativo al mese di ottobre 2021 si è proceduto alla revisione dei primi sei mesi dell'anno 2021, mentre nel corso del primo semestre del 2022 verrà effettuata la revisione degli ultimi sei mesi del 2021.

Nulla cambia, invece, per l'indice destagionalizzato che, come nel passato, potrà subire revisioni per l'intera serie storica.

PROSPETTO 5. REVISIONE DELLE VARIAZIONI PERCENTUALI PER SETTORE MERCEOLOGICO

Differenze in punti percentuali (base 2015=100)

	Vendite di prodotti alimentari		Vendite di prodotti non alimentari		Vendite totali	
	Congiunturali (a)	Tendenziali (b)	Congiunturali (a)	Tendenziali (b)	Congiunturali (a)	Tendenziali (b)
gennaio 2022						
Valore	-0,2	-0,2	+0,1	0,0	-0,1	-0,1
Volume	-0,1	-0,2	0,0	-0,2	-0,1	-0,1

(a) Calcolate sugli indici destagionalizzati

(b) Calcolate sugli indici grezzi

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.

Punto di vendita operante 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, la vendita porta a porta, i distributori automatici 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.

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 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.

A partire dal 1° gennaio 2021 ha effetto il [Regolamento \(UE\) 2019/2152](#) del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 (con successivo [Regolamento di esecuzione \(UE\) 2020/1197](#) della Commissione europea del 30 luglio 2020) che sostituisce il Regolamento (CE) n.1165/1998 del Consiglio europeo (successivamente emendato dal Regolamento (CE) n.1158/2005) e stabilisce il livello di dettaglio, la metodologia e la cadenza con cui gli indicatori congiunturali devono essere prodotti e trasmessi a Eurostat.

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 (<https://www.istat.it/it/archivio/210675>).

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 nel mese successivo a quello della prima diffusione, per tenere 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'.

La gestione degli effetti dell'emergenza sanitaria sulla rilevazione

L'emergenza sanitaria Covid-19 non ha determinato, nel periodo di conduzione della raccolta dei dati, protrattasi nel corso del mese di marzo, alcuna criticità nella rilevazione delle vendite al dettaglio.

Con riferimento alla procedura di destagionalizzazione utilizzata per trattare gli indicatori usualmente diffusi, al fine di gestire le eccezionali variazioni registrate dal mese di marzo 2020, si è proceduto a rivedere i modelli di destagionalizzazione, prendendo in considerazione le indicazioni contenute nelle linee guida diffuse da Eurostat, disponibili all'URL:

https://ec.europa.eu/eurostat/documents/10186/10693286/Time_series_treatment_guidance.pdf

Pertanto, nelle serie storiche si è tenuto conto – a partire da marzo 2020 – dell'ampiezza inusuale delle variazioni dei dati grezzi inserendo nei modelli statistici di destagionalizzazione, ove statisticamente significativi, regressori aggiuntivi (cosiddetti valori anomali additivi). Tale procedura, che tende a rendere minime, al momento, le revisioni dei valori passati delle serie destagionalizzate, è stata mantenuta fino al mese di luglio 2021. Non appena le informazioni disponibili consentiranno una valutazione complessiva della fase di accresciuta variabilità degli indicatori, si procederà a una eventuale revisione/modifica dei modelli statistici di destagionalizzazione. In quella circostanza potranno emergere revisioni dei dati destagionalizzati già diffusi più ampie di quelle usuali.

Per chiarimenti tecnici e metodologici

Romina Ciavardini

tel.+39 06 4673.6504

ciavardini@istat.it