

NOTE INFORMATIVE

La rilevazione mensile sulle vendite al dettaglio condotta dall'Istat si riferisce alle imprese commerciali operanti tramite punti di vendita al minuto in sede fissa, autorizzati alla vendita di prodotti nuovi, con esclusione dei generi di monopolio, delle rivendite di autoveicoli e combustibili e delle riparazioni. Sono quindi fuori dal campo di osservazione i punti di vendita di beni usati, gli ambulanti ed i mercati.

A partire dal comunicato stampa relativo ai dati di gennaio 2003 le serie degli indici vengono diffuse con riferimento alla base 2000=100. Per una descrizione più approfondita delle caratteristiche dell'indice in base 2000 si vedano le Note Informative "Il nuovo indice del valore delle vendite al dettaglio (base 2000 =100)" del 27 marzo 2003.

Il passaggio alla nuova base ha comportato l'aggiornamento del sistema di ponderazione per il calcolo degli indici sintetici che è ora riferito all'anno 2000. Le serie di indici attualmente calcolate hanno inizio con il mese di gennaio 2000. Per effetto dell'aggiornamento del sistema dei pesi, le variazioni tendenziali relative al periodo da gennaio 2001 a dicembre 2002 calcolati sulle serie storiche in base 2000 sono diverse rispetto a quelle derivanti degli indici a base 1995, riferiti al medesimo periodo e già oggetto di diffusione mensile.

Al fine di rendere disponibili agli utilizzatori serie storiche degli indici mensili ricostruite all'indietro, si è proceduto a uno slittamento attraverso opportuni coefficienti di raccordo degli indici calcolati in base 1995, e relativi al periodo da gennaio 1996 a dicembre 1999. Tali serie sono utilizzate per il calcolo dei dati destagionalizzati, correntemente diffusi per l'indice del totale delle vendite e per quelli relativi ai prodotti alimentari e non alimentari, e di quelli corretti per il numero di giorni lavorativi. Le serie raccordate sono disponibili per i principali domini di diffusione dei dati (ovvero disaggregati per forma distributiva, per classe di addetti, per gruppo di prodotti non alimentare) sulla base dati Conistat all'indirizzo <http://con.istat.it>.

Il campione teorico dell'indagine è composto da 7.990 imprese, operanti sull'intero territorio nazionale e selezionate in modo da fornire risultati rappresentativi a livello di grande ripartizione geografica.

Il tasso effettivo di risposta medio è dell'ordine del 70%. Circa il 40% dei questionari compilati perviene all'Istat entro 30 giorni dalla fine del mese di riferimento.

Nel sistema di ponderazione, riferito all'anno 2000, il peso della grande distribuzione in termini di fatturato risulta pari al 38,4%, mentre il peso delle imprese fino a cinque addetti è pari al 49,4%.

Al momento, gli indici per area geografica non tengono conto della effettiva distribuzione territoriale di punti di vendita appartenenti a una medesima impresa; nel caso di pluri-localizzazione l'intero valore delle vendite è attribuito alla ripartizione nella quale risiede la sede legale dell'impresa.

Gli indici destagionalizzati sono ottenuti attraverso la procedura TRAMO-SEATS (versione di febbraio 2007 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 del comportamento della serie storica da destagionalizzare. Le serie in questione partono da gennaio 1996. Il modello identificato permette di eliminare la componente stagionale presente nella serie. 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).

Con la diffusione degli indici relativi al mese di marzo 2006 nel modello utilizzato per la destagionalizzazione della serie degli indici delle vendite di prodotti non alimentari è stato inserito, perché divenuto significativo dal punto di vista statistico, l'effetto di calendario relativo alle festività pasquali. Poiché tale effetto era già presente nel modello utilizzato per la destagionalizzazione dell'indice relativo alle vendite di prodotti alimentari, per l'indice delle vendite totali è diventata più ampia la correzione che si opera in corrispondenza dei mesi in cui può cadere, alternativamente, la Pasqua (ovvero marzo e aprile). Al fine di consentire all'utenza 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.

GLOSSARIO

Nell'indagine sulle vendite al dettaglio le imprese vengono classificate in base a due criteri: la dimensione (numero di addetti) e la forma distributiva (imprese operanti con punti di vendita propri della grande distribuzione ed imprese operanti su piccole superfici). All'interno della grande distribuzione è proposto un ulteriore dettaglio.

Classificazione delle imprese per classe di addetti (indipendenti+dipendenti)

Piccole imprese: imprese fino a due addetti.

Medie imprese: imprese da tre a cinque addetti. Pur essendo in prevalenza caratterizzate da piccole superfici di vendita, ad esse appartengono anche alcune imprese con superficie di vendita nella classe iniziale della grande distribuzione.

Grandi imprese: imprese con almeno sei addetti. Tale classe è ulteriormente suddivisa nelle tre sottoclassi di addetti 6-9, 10-19 e 20 ed oltre. Inoltre, le grandi imprese possono essere suddivise in due sottoinsiemi: le imprese operanti con punti vendita della grande distribuzione e le imprese operanti con punti vendita di piccola superficie.

Classificazione delle imprese per forma distributiva

Grande distribuzione: è identificata dalle imprese che possiedono punti vendita operanti nella forma di supermercato, ipermercato, hard discount, grande magazzino, altra grande superficie specializzata.

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 250 mq. 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 mq., articolato in reparti (alimentare e non alimentare), ciascuno dei quali avente, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino.

Hard discount: 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.

Grande magazzino: esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare, che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq. e di almeno 5 distinti reparti (oltre l'eventuale annesso reparto alimentare), ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo.

Altro esercizio specializzato: esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa che attua la vendita di una varietà unica o prevalente di prodotti non alimentari, su una superficie di vendita generalmente superiore ai 400 mq.

Punto di vendita operante su piccola superficie: punto di vendita specializzato, non appartenente alla grande distribuzione, caratterizzato da una superficie inferiore ai 400 mq. per gli esercizi che attuano in prevalenza vendita di prodotti non alimentari, o ai 250 mq. per gli esercizi che attuano in prevalenza vendita di prodotti alimentari.

Minimercato: Esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa che attua la vendita di prodotti (quasi) esclusivamente alimentari, la cui superficie non supera i 250 mq.

Altre definizioni

Indice del valore delle vendite al dettaglio: indice che misura la variazione nel tempo del valore delle vendite al dettaglio.

Indice del valore delle vendite stagionalizzato: indice depurato della componente stagionale e degli effetti legati alla diversa durata e composizione dei mesi secondo le modalità illustrate in questa nota.

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

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