

Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Ottobre 2008

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di ottobre 2008 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 115,6 con una diminuzione dello 0,7 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La variazione tendenziale registrata per il totale delle vendite deriva da un aumento dello 0,7 per cento riguardante le vendite di *prodotti alimentari* e da una diminuzione dell' 1,6 per cento relativa alle vendite di *prodotti non alimentari*.

Per una migliore interpretazione degli indicatori qui presentati occorre considerare che essi si riferiscono al valore corrente delle vendite e incorporano, quindi, la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi.

Ad ottobre 2008 l'indice destagionalizzato del valore del totale delle vendite al dettaglio, pari a 108,6, ha registrato una variazione negativa dello 0,3 per cento rispetto al precedente mese di settembre.

Il valore delle vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 118,1, ha segnato una flessione, in termini congiunturali, dello 0,2 per cento e quello delle vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 102,4, dello 0,3 per cento.

Tabella 1. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico. Ottobre 2008

SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Ott 08	Ott 08 Ott 07	Ott 08	Ott 08 Set 08
Alimentari	127,4	+ 0,7	118,1	- 0,2
Non alimentari	108,0	- 1,6	102,4	- 0,3
Totale delle vendite	115,6	- 0,7	108,6	- 0,3

S servizi

Istituto
nazionale
di statistica

COMUNICATO STAMPA

Direzione centrale per la comunicazione
e la programmazione editoriale

tel. +39 06 4673.2244-2243

Centro di informazione statistica

tel. +39 06 4673.3106

Informazioni e chiarimenti:

Statistiche sull'attività dei servizi

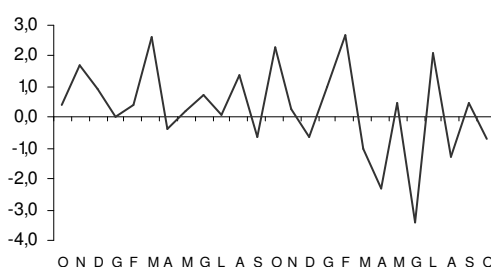
Roma, Viale Liegi 13 - 00198

Laura Leoni tel. +39 06 4673.7284

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

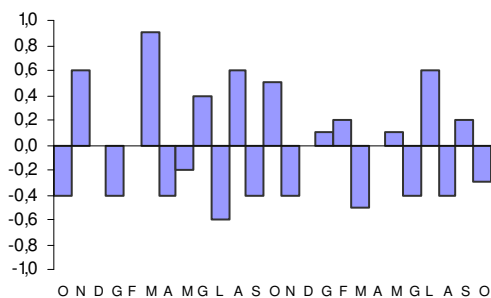
Prossimo comunicato: 23 gennaio 2008

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali tendenziali



da ottobre 2006 ad ottobre 2008

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali congiunturali



da ottobre 2006 ad ottobre 2008

Analisi secondo la forma
distributiva

La variazione tendenziale negativa dello 0,7 per cento, rilevata per il valore del *totale delle vendite*, è il risultato di un incremento dello 0,7 per cento per le imprese della *grande distribuzione* e di una flessione dell'1,7 per cento per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Ad ottobre 2008 la dinamica tendenziale è risultata più favorevole per la *grande distribuzione* rispetto alle *imprese operanti su piccole superfici*, sia per i *prodotti alimentari* (più 1,2 rispetto a meno 1,3 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 1,3 rispetto a meno 1,8 per cento).

Nel confronto tra i primi dieci mesi del 2008 e l'analogo periodo del 2007, il valore del *totale delle vendite* è diminuito dello 0,3 per cento.

Nello stesso periodo le vendite della *grande distribuzione* sono cresciute dell'1,4 per cento e quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno registrato una variazione negativa di pari entità; le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dell'1,1 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* sono diminuite dell'1,1 per cento.

Tabella 2. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico e forma distributiva. Ottobre 2008

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Ott 08	Ott 08 Ott 07	Gen-Ott 08 Gen-Ott 07
Alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	132,2	+ 1,2	+ 1,7
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	110,9	- 1,3	- 1,3
<i>Totale</i>	127,4	+ 0,7	+ 1,1
Non alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	117,2	- 1,3	+ 0,4
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	106,6	- 1,8	- 1,5
<i>Totale</i>	108,0	- 1,6	- 1,1
Totale delle vendite			
<i>Grande distribuzione</i>	129,1	+ 0,7	+ 1,4
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	107,2	- 1,7	- 1,4
Totale	115,6	- 0,7	- 0,3

Analisi secondo le forme di
vendita della grande
distribuzione

Nel mese di ottobre 2008, tra le forme di vendita della grande distribuzione, l'incremento tendenziale più significativo del valore delle vendite ha riguardato gli *hard discount* (più 1,9 per cento). La lieve flessione registrata per gli *ipermercati* (meno 0,1 per cento) deriva da un aumento del 2,3 per cento relativo alla componente *alimentare* e da una variazione negativa di pari entità per la componente *non alimentare*. Variazioni tendenziali positive sono state registrate anche dai *supermercati* e dagli *altri specializzati* (rispettivamente più 0,9 e più 0,2 per cento), mentre i *grandi magazzini* hanno subito una diminuzione dello 0,3 per cento.

Nella media del periodo gennaio-ottobre del 2008 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno segnato, in termini tendenziali, aumenti del valore delle vendite. Gli incrementi più significativi hanno riguardato gli *hard discount* e i *grandi magazzini* (rispettivamente più 2,1 e più 1,8 per cento).

Tabella 3. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per tipo di punto vendita della grande distribuzione. Ottobre 2008

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Ott 08	Ott 08 Ott 07	Gen-Ott 08 Gen-Ott 07
Ipermercati	124,7	- 0,1	+ 0,8
Settore alimentare	140,8	+ 2,3	+ 2,2
Settore non alimentare	111,9	- 2,3	- 0,3
Supermercati	128,1	+ 0,9	+ 1,6
Hard discount	148,6	+ 1,9	+ 2,1
Grandi magazzini	114,8	- 0,3	+ 1,8
Altri specializzati	129,2	+ 0,2	+ 1,5
Totale grande distribuzione	129,1	+ 0,7	+ 1,4

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), ad ottobre 2008 il valore delle vendite ha registrato una diminuzione nelle *piccole imprese* e nelle *medie imprese* (rispettivamente meno 1,5 e meno 1,8 per cento) e un aumento nelle *grandi imprese* (più 0,2 per cento).

Nel periodo gennaio-ottobre del 2008 il valore delle vendite è diminuito, rispetto allo stesso periodo del 2007, dell'1,8 per cento nelle piccole imprese e dell'1,1 per cento nelle medie imprese; è aumentato dello 0,8 per cento nelle grandi imprese.

Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per dimensione delle imprese. Ottobre 2008

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Ott 08	Ott 08 Ott 07	Gen-Ott 08 Gen-Ott 07
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	102,1	- 1,5	- 1,8
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	111,4	- 1,8	- 1,1
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	125,0	+ 0,2	+ 0,8
- da 6 a 9 addetti	117,3	- 0,5	- 0,7
- da 10 a 19 addetti	110,5	- 0,5	- 0,5
- con almeno 20 addetti	134,3	+ 0,7	+ 1,9
Totale imprese	115,6	- 0,7	- 0,3

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Ad ottobre 2008 tutti i gruppi di *prodotti non alimentari* hanno registrato una flessione del valore delle vendite, con l'eccezione del gruppo *dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia* che ha segnato un aumento dell'1,7 per cento. Le diminuzioni più marcate hanno riguardato i gruppi *abbigliamento e pellicceria e calzature, articoli in cuoio e da viaggio* (meno 2,6 per cento per entrambi) ed *elettrodomestici, radio, tv e registratori* (meno 2,4 per cento).

Nei primi dieci mesi del 2008 tutti i gruppi di prodotti non alimentari hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le flessioni più contenute hanno riguardato i gruppi *altri prodotti (gioiellerie, orologerie)* e *prodotti*

farmaceutici (rispettivamente meno 0,7 e meno 0,8 per cento). Le riduzioni più marcate gruppo *elettrodomestici, radio, tv e registratori* (meno 2,0 per cento) e per i gruppi *abbigliamento e pellicceria, calzature, articoli in cuoio e da viaggio e foto-ottica e pellicole* (meno 1,5 per cento in tutti e tre i casi).

Tabella 5. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per gruppo di prodotti. Ottobre 2008

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %	
	Ott 08	Ott 08 Ott 07	Gen-Ott 08 Gen-Ott 07
Alimentari	127,4	+ 0,7	+ 1,1
Non alimentari	108,0	- 1,6	- 1,1
<i>Prodotti farmaceutici</i>	119,4	- 1,8	- 0,8
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	109,2	- 2,6	- 1,5
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	105,1	- 2,6	- 1,5
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	114,4	- 1,5	- 1,0
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	104,1	- 2,4	- 2,0
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	117,2	+ 1,7	- 1,2
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	101,6	- 1,4	- 1,5
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	95,5	- 1,5	- 1,2
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	105,6	- 1,9	- 1,4
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	92,3	- 1,9	- 1,2
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	115,2	- 1,5	- 1,3
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	99,4	- 1,3	- 1,4
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	96,4	- 1,6	- 1,4
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	100,5	- 0,6	- 0,7
Totale	115,6	- 0,7	- 0,3

Analisi secondo la ripartizione geografica

Ad ottobre 2008 il valore del totale delle vendite al dettaglio (Tabella 6) ha registrato variazioni tendenziali negative in tutte le ripartizioni. La diminuzione più significativa ha riguardato il Centro (meno 1,1 per cento) e quella più contenuta il Nord-ovest (meno 0,2 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate in tutte le ripartizioni, con l'eccezione del Centro, dove è stata registrata una variazione negativa dello 0,8 per cento; l'aumento maggiore è stato registrato nel Nord-est (più 2,1 per cento).

Le vendite di *prodotti non alimentari* sono diminuite in tutte le ripartizioni. Le flessioni più marcate hanno riguardato Nord-est e Sud e isole (rispettivamente meno 2,9 e meno 1,7 per cento).

Nella media dei primi dieci mesi del 2008 il *valore del totale delle vendite al dettaglio* è aumentato in termini tendenziali nel Nord-est e nel Nord-ovest (rispettivamente più 0,6 e più 0,4 per cento) ed è diminuito nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 1,0 e meno 0,8 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* hanno segnato in tutte le ripartizioni variazioni positive, con l'incremento più elevato nel Nord-est (più 2,3 per cento). Le vendite di *prodotti non alimentari*, invece, hanno registrato variazioni negative, con la flessione più marcata nel Centro (meno 1,9 per cento).

Tabella 6. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per ripartizione geografica e settore merceologico. Ottobre 2008

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Ott 08	Ott 08 Ott 07	Gen-Ott 08 Gen-Ott 07
Nord-ovest			
Alimentari	137,6	+ 0,5	+ 1,0
Non alimentari	111,3	- 0,9	- 0,2
Totale	122,5	- 0,2	+ 0,4
Nord-est			
Alimentari	109,5	+ 2,1	+ 2,3
Non alimentari	102,9	- 2,9	- 0,9
Totale	105,7	- 0,8	+ 0,6
Nord			
Alimentari	125,7	+ 1,1	+ 1,6
Non alimentari	107,7	- 1,7	- 0,4
Totale	115,3	- 0,4	+ 0,5
Centro			
Alimentari	132,1	- 0,8	+ 0,4
Non alimentari	105,2	- 1,4	- 1,9
Totale	115,0	- 1,1	- 1,0
Sud e isole			
Alimentari	127,9	+ 0,9	+ 0,5
Non alimentari	110,5	- 1,7	- 1,8
Totale	116,8	- 0,7	- 0,8
Totale Italia			
Alimentari	127,4	+ 0,7	+ 1,1
Non alimentari	108,0	- 1,6	- 1,1
Totale	115,6	- 0,7	- 0,3

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Ad ottobre 2008 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 26,6. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 27,3 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 26,2 giorni. Rispetto ad ottobre del 2007 il numero medio dei giorni di apertura è rimasto invariato per le imprese della *grande distribuzione* ed è aumentato di 0,1 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Tabella 7. Numero medio di giorni di apertura degli esercizi commerciali al dettaglio per forma distributiva. Ottobre 2008

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Ott 08	Ott 08 Ott 07
Grande distribuzione	27,3	0,0
Imprese operanti su piccole superfici	26,2	+ 0,1
Totale	26,6	+ 0,1