

## Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio

### Novembre 2008

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di novembre 2008 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 111,7 con una flessione del 3,0 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La variazione tendenziale negativa deriva da una diminuzione dell'1,3 per cento delle vendite di *prodotti alimentari* e del 4,0 per cento di quelle 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.

L'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* relativo al mese di novembre 2008, pari a 108,0, ha segnato una variazione negativa dello 0,2 per cento rispetto al precedente mese di ottobre.

Il valore delle vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 117,8, ha segnato una variazione congiunturale nulla; il valore delle vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 101,6, ha registrato una flessione dello 0,4 per cento.

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

SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Nov 08	Nov 08 Nov 07	Nov 08	Nov 08 Ott 08
Alimentari	117,5	- 1,3	117,8	0,0
Non alimentari	107,9	- 4,0	101,6	- 0,4
<b>Totale delle vendite</b>	<b>111,7</b>	<b>- 3,0</b>	<b>108,0</b>	<b>- 0,2</b>

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

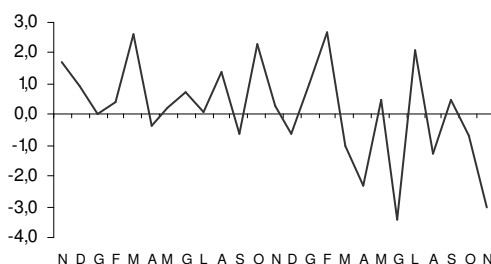
Roma, Viale Liegi 13 – 00198

Laura Leoni tel. +39 06 4673.7284

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

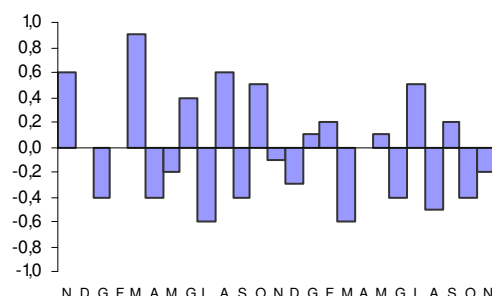
Prossimo comunicato: 25 febbraio 2009

Indice del valore del totale delle  
vendite  
variazioni percentuali tendenziali



da novembre 2006 a novembre 2008

Indice del valore del totale delle  
vendite  
variazioni percentuali congiunturali



da novembre 2006 a novembre 2008

Analisi secondo la forma  
distributiva

La variazione tendenziale negativa del 3,0 per cento registrata a novembre 2008 per il valore del *totale delle vendite* è il risultato di flessioni che hanno riguardato sia la *grande distribuzione* (meno 0,8 per cento), sia le *imprese operanti su piccole superfici* (meno 4,3 per cento).

Il calo delle vendite registrato nel mese di novembre 2008 è risultato più contenuto nella *grande distribuzione* rispetto alle *imprese operanti su piccole superfici* sia per i *prodotti alimentari* (meno 0,7 per cento rispetto a meno 4,1 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 1,4 per cento rispetto a meno 4,3 per cento).

Nei primi undici mesi del 2008, il valore del *totale delle vendite* ha registrato una variazione tendenziale negativa dello 0,5 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* hanno segnato un aumento dell'1,3 per cento mentre quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno subito una flessione dell'1,7 per cento.

Con riferimento allo stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dello 0,9 per cento mentre le vendite di *prodotti non alimentari* sono diminuite dell'1,5 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. Novembre 2008**

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI		VARIAZIONI %	
	Nov 08	Nov 08 Nov 07	Gen-Nov 08 Gen-Nov 07	
<b>Alimentari</b>				
<i>Grande distribuzione</i>	122,1	- 0,7	+ 1,5	
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	101,5	- 4,1	- 1,6	
<i>Totale</i>	117,5	- 1,3	+ 0,9	
<b>Non alimentari</b>				
<i>Grande distribuzione</i>	108,9	- 1,4	+ 0,3	
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	107,8	- 4,3	- 1,7	
<i>Totale</i>	107,9	- 4,0	- 1,5	
<b>Totale delle vendite</b>				
<i>Grande distribuzione</i>	119,4	- 0,8	+ 1,3	
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	106,9	- 4,3	- 1,7	
<b>Totale</b>	111,7	- 3,0	- 0,5	

Analisi secondo le forme di  
vendita della grande  
distribuzione

A novembre 2008 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno registrato variazioni tendenziali negative, con l'eccezione della componente relativa al *settore alimentare* degli *ipermercati*, che ha segnato un aumento dello 0,3 per cento. Le flessioni tendenziali più marcate hanno riguardato gli *altri specializzati* e i *grandi magazzini* (rispettivamente meno 2,7 e meno 2,5 per cento). Quelle più contenute sono state registrate dagli *ipermercati* e dai *supermercati* (rispettivamente meno 0,2 e meno 0,8 per cento).

Nella media del periodo gennaio-novembre 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* (più 1,8 per cento), i *supermercati* e i *grandi magazzini* (più 1,4 per cento per entrambe le forme di vendita).

**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. Novembre 2008**

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Nov 08	Nov 08 Nov 07	Gen-Nov 08 Gen-Nov 07
Ipermercati	120,8	- 0,2	+ 0,7
Settore alimentare	123,4	+ 0,3	+ 2,0
Settore non alimentare	118,7	- 0,6	- 0,3
Supermercati	122,1	- 0,8	+ 1,4
Hard discount	120,6	- 1,4	+ 1,8
Grandi magazzini	87,4	- 2,5	+ 1,4
Altri specializzati	96,1	- 2,7	+ 1,1
<b>Totale grande distribuzione</b>	<b>119,4</b>	<b>- 0,8</b>	<b>+ 1,3</b>

*Analisi secondo la dimensione delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), nel mese di novembre 2008 il valore delle vendite ha registrato flessioni del 4,8 per cento nelle *piccole imprese*, del 3,9 per cento nelle *medie imprese* e dell'1,6 per cento nelle *grandi imprese*.

Nella media dei primi undici mesi del 2008 il valore delle vendite è diminuito, rispetto allo stesso periodo del 2007, del 2,2 per cento nelle piccole imprese e dell'1,3 per cento nelle medie imprese; è aumentato dello 0,7 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. Novembre 2008**

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Nov 08	Nov 08 Nov 07	Gen-Nov 08 Gen-Nov 07
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	104,5	- 4,8	- 2,2
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	111,5	- 3,9	- 1,3
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	115,8	- 1,6	+ 0,7
- da 6 a 9 addetti	108,9	- 3,4	- 0,8
- da 10 a 19 addetti	101,9	- 3,0	- 0,7
- con almeno 20 addetti	124,5	- 0,4	+ 1,7
<b>Totale imprese</b>	<b>111,7</b>	<b>- 3,0</b>	<b>- 0,5</b>

*Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 5), a novembre 2008 tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le flessioni di maggiore entità hanno riguardato i gruppi *altri prodotti (gioiellerie, orologerie)* (meno 5,4 per cento), *cartoleria, libri, giornali e riviste* (meno 5,2 per cento), *prodotti di profumeria e cura della persona* (meno 4,8 per cento) e *supporti magnetici, strumenti musicali* (meno 4,7 per cento).

Nei primi undici mesi del 2008 tutti i gruppi di prodotti non alimentari hanno registrato variazioni tendenziali negative. La flessione più significativa è stata

registrata dal gruppo *elettrodomestici, radio, tv e registratori* (meno 2,1 per cento) mentre quelle più contenute hanno riguardato il gruppo *prodotti farmaceutici* (meno 1,1 per cento) e i gruppi *mobili, articoli tessili, arredamento e altri prodotti (gioiellerie, orologerie)* (meno 1,2 per cento per entrambi).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %	
	Nov 08	Nov 08 Nov 07	Gen-Nov 08 Gen-Nov 07
Alimentari	117,5	- 1,3	+ 0,9
Non alimentari	107,9	- 4,0	- 1,5
<i>Prodotti farmaceutici</i>	109,1	- 3,9	- 1,1
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	121,2	- 3,4	- 1,6
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	113,8	- 3,5	- 1,7
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	116,2	- 3,4	- 1,2
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	115,5	- 4,0	- 2,1
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	79,3	- 4,5	- 1,4
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	109,8	- 4,4	- 1,6
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	100,5	- 3,5	- 1,4
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	104,9	- 4,0	- 1,6
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	96,2	- 4,8	- 1,5
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	86,0	- 5,2	- 1,6
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	97,7	- 4,7	- 1,6
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	95,6	- 3,3	- 1,6
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	97,5	- 5,4	- 1,2
<b>Totale</b>	<b>111,7</b>	<b>- 3,0</b>	<b>- 0,5</b>

#### *Analisi secondo la ripartizione geografica*

A novembre 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 Sud e isole (meno 3,6 per cento) e quella più contenuta il Nord-ovest (meno 1,9 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite in tutte le ripartizioni; il calo tendenziale più marcato ha riguardato il Sud e isole (meno 2,1 per cento) e quello di minore entità il Nord-ovest (meno 0,5 per cento).

Riguardo alle vendite di *prodotti non alimentari* la diminuzione più ampia si è registrata nel Centro (meno 4,9 per cento) e quella più contenuta nel Nord-ovest (meno 2,9 per cento).

Nella media del periodo gennaio-novembre del 2008 il *valore del totale delle vendite al dettaglio* è aumentato in termini tendenziali nel Nord-est e nel Nord-ovest (rispettivamente più 0,2 e più 0,1 per cento) ed è diminuito nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 1,2 e meno 1,1 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* hanno segnato in tutte le ripartizioni variazioni positive, con l'incremento più elevato nel Nord-est (più 2,0 per cento). Le vendite di *prodotti non alimentari*, invece, hanno registrato variazioni negative, con la flessione più marcata nel Centro (meno 2,2 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. Novembre 2008**

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Nov 08	Nov 08 Nov 07	Gen-Nov 08 Gen-Nov 07
<b>Nord-ovest</b>			
Alimentari	121,3	- 0,5	+ 0,9
Non alimentari	124,6	- 2,9	- 0,5
<b>Totale</b>	<b>123,2</b>	<b>- 1,9</b>	<b>+ 0,1</b>
<b>Nord-est</b>			
Alimentari	112,3	- 1,8	+ 2,0
Non alimentari	109,1	- 4,5	- 1,2
<b>Totale</b>	<b>110,5</b>	<b>- 3,3</b>	<b>+ 0,2</b>
<b>Nord</b>			
Alimentari	117,5	- 1,0	+ 1,3
Non alimentari	118,0	- 3,5	- 0,8
<b>Totale</b>	<b>117,8</b>	<b>- 2,5</b>	<b>+ 0,2</b>
<b>Centro</b>			
Alimentari	120,3	- 1,6	+ 0,2
Non alimentari	84,0	- 4,9	- 2,2
<b>Totale</b>	<b>97,2</b>	<b>- 3,4</b>	<b>- 1,2</b>
<b>Sud e isole</b>			
Alimentari	115,4	- 2,1	+ 0,3
Non alimentari	107,4	- 4,5	- 2,1
<b>Totale</b>	<b>110,3</b>	<b>- 3,6</b>	<b>- 1,1</b>
<b>Totale Italia</b>			
Alimentari	117,5	- 1,3	+ 0,9
Non alimentari	107,9	- 4,0	- 1,5
<b>Totale</b>	<b>111,7</b>	<b>- 3,0</b>	<b>- 0,5</b>

*Giorni di apertura  
dichiarati dalle imprese  
commerciali*

A novembre 2008 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 24,8. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 25,6 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 24,3 giorni. Rispetto a novembre del 2007 sono state registrate diminuzioni nel numero medio di giorni di apertura, rispettivamente, di 0,2 giorni per le imprese della *grande distribuzione* e di 0,4 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Nov 08	Nov 08 Nov 07
Grande distribuzione	25,6	- 0,2
Imprese operanti su piccole superfici	24,3	- 0,4
<b>Totale</b>	<b>24,8</b>	<b>- 0,3</b>