

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di dicembre 2008 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 153,7 con una flessione dell'1,9 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La variazione negativa deriva da diminuzioni dello 0,8 per cento delle vendite di *prodotti alimentari* e del 2,7 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.

A dicembre 2008, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio*, pari a 107,7, ha segnato una variazione congiunturale nulla.

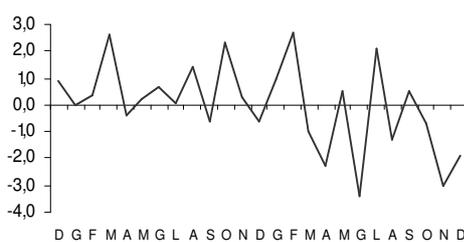
Il valore delle vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 117,3, ha segnato una flessione dello 0,2 per cento; il valore delle vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 101,4, è rimasto invariato rispetto a novembre 2008.

Si segnala che a partire dalla pubblicazione dei dati relativi a gennaio 2009 inizierà la diffusione dei nuovi indici del valore delle vendite espressi in base 2005 e calcolati utilizzando la nuova classificazione delle attività economiche ATECO 2007 (omologo italiano della NACE rev.2 europea). Contestualmente si procederà alla ricostruzione delle serie storiche retrospettive che saranno rese disponibili nella banca dati ConIstat. E' da notare che un analogo passaggio alla base di riferimento 2005 e alla NACE rev.2 avverrà in corrispondenza del dato di gennaio 2009 in tutti i Paesi dell'Unione europea.

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

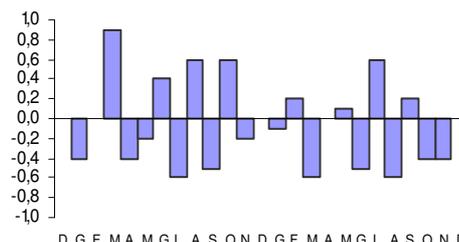
SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Dic 08	<u>Dic 08</u> <u>Dic 07</u>	Dic 08	<u>Dic 08</u> <u>Nov 08</u>
Alimentari	165,6	- 0,8	117,3	- 0,2
Non alimentari	146,0	- 2,7	101,4	0,0
Totale delle vendite	153,7	- 1,9	107,7	0,0

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali tendenziali



da dicembre 2006 a dicembre 2008

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali congiunturali



da dicembre 2006 a dicembre 2008

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: 31 marzo 2009

Analisi secondo la forma distributiva

La variazione tendenziale negativa dell'1,9 per cento registrata a dicembre 2008 per il valore del *totale delle vendite* è il risultato di flessioni che hanno riguardato sia la *grande distribuzione* (meno 0,7 per cento), sia le *imprese operanti su piccole superfici* (meno 2,9 per cento).

La diminuzione tendenziale delle vendite registrata in dicembre risulta più contenuta nella *grande distribuzione* rispetto alle *imprese operanti su piccole superfici* sia per i *prodotti alimentari* (meno 0,5 per cento rispetto a meno 2,2 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 1,5 per cento rispetto a meno 2,9 per cento).

Nel complesso del 2008, il valore del *totale delle vendite* ha registrato, rispetto alla media del 2007, una variazione negativa dello 0,6 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* hanno segnato un aumento dell'1,0 per cento mentre quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno subito una flessione del 2,0 per cento.

Con riferimento allo stesso periodo, le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dello 0,7 per cento mentre le vendite di *prodotti non alimentari* sono diminuite dell'1,6 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. Dicembre 2008

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 08	Dic 08 Dic 07	Gen-Dic 08 Gen-Dic 07
Alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	169,6	- 0,5	+ 1,3
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	151,5	- 2,2	- 1,7
<i>Totale</i>	165,6	- 0,8	+ 0,7
Non alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	175,4	- 1,5	+ 0,1
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	141,6	- 2,9	- 1,9
<i>Totale</i>	146,0	- 2,7	- 1,6
Totale delle vendite			
<i>Grande distribuzione</i>	170,8	- 0,7	+ 1,0
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	143,0	- 2,9	- 2,0
Totale	153,7	- 1,9	- 0,6

Analisi secondo le forme di vendita della grande distribuzione

A dicembre 2008 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le flessioni tendenziali più marcate hanno riguardato gli *ipermercati* e gli *hard discount* (rispettivamente meno 1,5 e meno 1,2 per cento). Quelle più contenute sono state registrate dai *supermercati* e dagli *altri specializzati* (rispettivamente meno 0,4 e meno 0,5 per cento).

Nella media 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 1,4 per cento) e i *grandi magazzini* (più 1,2 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. Dicembre 2008

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 08	Dic 08 Dic 07	Gen-Dic 08 Gen-Dic 07
Ipermercati	181,5	- 1,5	+ 0,4
Settore alimentare	177,8	- 0,7	+ 1,7
Settore non alimentare	184,5	- 2,0	- 0,5
Supermercati	167,2	- 0,4	+ 1,1
Hard discount	176,3	- 1,2	+ 1,4
Grandi magazzini	148,1	- 0,9	+ 1,2
Altri specializzati	166,3	- 0,5	+ 0,9
Totale grande distribuzione	170,8	- 0,7	+ 1,0

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), a dicembre 2008 il valore delle vendite ha registrato flessioni del 2,9 per cento nelle *piccole imprese* e nelle *medie imprese* e dell'1,0 per cento nelle *grandi imprese*.

Nella media dell'anno 2008 il valore delle vendite è diminuito, rispetto al 2007, del 2,2 per cento nelle piccole imprese e dell'1,6 per cento nelle medie imprese; è aumentato dello 0,4 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. Dicembre 2008

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 08	Dic 08 Dic 07	Gen-Dic 08 Gen-Dic 07
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	141,7	- 2,9	- 2,2
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	143,1	- 2,9	- 1,6
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	164,9	- 1,0	+ 0,4
- da 6 a 9 addetti	142,8	- 2,0	- 1,0
- da 10 a 19 addetti	152,4	- 0,9	- 0,7
- con almeno 20 addetti	179,4	- 0,8	+ 1,4
Totale imprese	153,7	- 1,9	- 0,6

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 5), a dicembre 2008 tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative. La flessione di maggiore entità ha riguardato i gruppi *elettrodomestici, radio, tv e registratori e altri prodotti (gioiellerie, orologerie)* (meno 4,1 per cento per entrambi i gruppi), mentre le variazioni negative più contenute sono state registrate per i gruppi *dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia* (meno 0,5 per cento) e *prodotti farmaceutici* (meno 1,4 per cento).

Nella media del 2008 tutti i gruppi di prodotti non alimentari hanno registrato rispetto all'anno precedente variazioni negative. La flessione più significativa è stata registrata dal gruppo *elettrodomestici, radio, tv e registratori* (meno 2,5 per cento) mentre quelle più contenute hanno riguardato il gruppo *prodotti*

farmaceutici (meno 1,0 per cento) e i gruppi *dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia e generi casalinghi durevoli e non durevoli* (meno 1,4 per cento per entrambi i gruppi).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 08	Dic 08 Dic 07	Gen-Dic 08 Gen-Dic 07
Alimentari	165,6	- 0,8	+ 0,7
Non alimentari	146,0	- 2,7	- 1,6
<i>Prodotti farmaceutici</i>	146,3	- 1,4	- 1,0
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	155,1	- 3,5	- 1,8
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	149,9	- 2,2	- 1,8
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	147,3	- 2,4	- 1,5
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	158,9	- 4,1	- 2,5
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	160,5	- 0,5	- 1,4
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	130,3	- 3,1	- 1,8
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	143,5	- 2,2	- 1,4
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	129,4	- 2,1	- 1,6
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	159,5	- 2,7	- 1,7
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	152,3	- 2,6	- 1,8
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	159,2	- 3,6	- 1,9
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	150,1	- 2,0	- 1,6
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	134,4	- 4,1	- 1,5
Totale	153,7	- 1,9	- 0,6

Analisi secondo la ripartizione geografica

A dicembre 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 2,7 per cento) e quella più contenuta il Nord-ovest e il Nord-est (meno 1,5 per cento per entrambe le ripartizioni).

Le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite in tutte le ripartizioni; il calo tendenziale più marcato ha riguardato il Centro (meno 1,9 per cento) e quello di minore entità il Nord-est (meno 0,4 per cento).

Riguardo alle vendite di *prodotti non alimentari* la diminuzione più ampia si è registrata nel Centro (meno 3,3 per cento) e quella più contenuta nel Nord-ovest (meno 2,3 per cento).

Nel confronto tendenziale tra il 2008 e il 2007, il *valore del totale delle vendite al dettaglio* è rimasto invariato nel Nord-est ed è diminuito nelle altre ripartizioni; la variazione negativa più ampia ha riguardato il Centro (meno 1,4 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* hanno segnato variazioni positive in tutte le ripartizioni, ad eccezione del Centro dove si è registrato un lieve calo (meno 0,1 per cento); l'incremento più elevato ha riguardato il Nord-est (più 1,7 per cento). Le vendite di *prodotti non alimentari*, invece, hanno registrato variazioni negative in tutte le ripartizioni, con le flessioni più marcate nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 2,3 e 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. Dicembre 2008

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 08	Dic 08 Dic 07	Gen-Dic 08 Gen-Dic 07
Nord-ovest			
Alimentari	173,6	- 0,5	+ 0,7
Non alimentari	154,7	- 2,3	- 0,7
Totale	162,7	- 1,5	- 0,1
Nord-est			
Alimentari	153,0	- 0,4	+ 1,7
Non alimentari	150,8	- 2,4	- 1,4
Totale	151,8	- 1,5	0,0
Nord			
Alimentari	164,9	- 0,4	+ 1,1
Non alimentari	153,1	- 2,3	- 1,0
Totale	158,0	- 1,6	- 0,1
Centro			
Alimentari	170,8	- 1,9	- 0,1
Non alimentari	150,5	- 3,3	- 2,3
Totale	157,9	- 2,7	- 1,4
Sud e isole			
Alimentari	163,2	- 1,0	+ 0,2
Non alimentari	130,1	- 3,0	- 2,2
Totale	142,1	- 2,2	- 1,2
Totale Italia			
Alimentari	165,6	- 0,8	+ 0,7
Non alimentari	146,0	- 2,7	- 1,6
Totale	153,7	- 1,9	- 0,6

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

A dicembre 2008 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 26,2. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 27,0 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,6 giorni. Rispetto a dicembre del 2007 il numero medio di giorni di apertura dichiarato dalle imprese è aumentato di 0,4 giorni sia per le imprese della *grande distribuzione* sia per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Dic 08	Dic 08 Dic 07
Grande distribuzione	27,0	+ 0,4
Imprese operanti su piccole superfici	25,6	+ 0,4
Totale	26,2	+ 0,5