

Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Gennaio 2009

L'Istituto nazionale di statistica avvia la diffusione degli indici delle vendite del commercio fisso al dettaglio definiti secondo la nuova classificazione Ateco 2007 e utilizzando come base di riferimento l'anno 2005, coerentemente con quanto stabilito dal Regolamento comunitario sulle statistiche economiche congiunturali. Tale passaggio implica una revisione del sistema di calcolo degli indici, le cui caratteristiche sono descritte nella nota informativa allegata.

Nel mese di gennaio 2009 l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha segnato una variazione positiva dello 0,3 per cento rispetto al precedente mese di dicembre 2008.

Il valore delle vendite di *prodotti alimentari* ha registrato una variazione congiunturale negativa dello 0,3 per cento; quello delle vendite di *prodotti non alimentari* un aumento dello 0,5 per cento.

Nella media degli ultimi tre mesi (periodo novembre-gennaio) l'indice del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha segnato una variazione negativa dello 0,3 per cento rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso periodo sia le vendite di *prodotti alimentari*, sia quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato una variazione congiunturale trimestrale negativa (rispettivamente meno 0,7 per cento e meno 0,1 per cento).

Tabella 1. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per settore merceologico e forma distributiva. Gennaio 2009 (a)

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI	
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI
	Gen 09	Gen 09 Dic 08	Nov 08-Gen 09 Ago-Ott 08	Gen 09	Gen 09 Gen 08
Alimentari	103,2	- 0,3	- 0,7	95,4	- 0,3
Grande distribuzione	-	-	-	99,1	+ 2,1
Imprese operanti su piccole superfici	-	-	-	90,1	- 3,8
Non alimentari	100,9	+ 0,5	- 0,1	99,0	+ 1,2
Grande distribuzione	-	-	-	102,6	+ 4,5
Imprese operanti su piccole superfici	-	-	-	97,4	- 0,2
Totale delle vendite	101,6	+ 0,3	- 0,3	97,9	+ 0,7
Grande distribuzione	-	-	-	101,0	+ 3,4
Imprese operanti su piccole superfici	-	-	-	95,9	- 1,0

(a) Dati provvisori

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

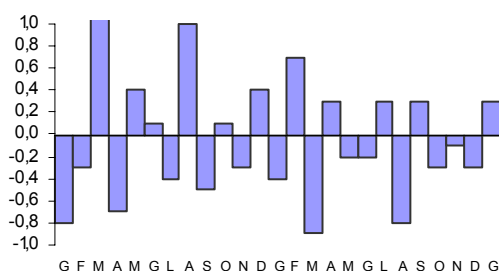
Roma, Viale Liegi 13 – 00198

Laura Leoni tel. +39 06 4673.7284

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

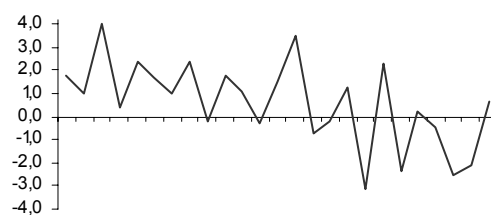
Prossimo comunicato: 28 aprile 2009

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali congiunturali



da gennaio 2007 a gennaio 2009

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali tendenziali



da gennaio 2007 a gennaio 2009

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.

Analisi secondo la forma distributiva

Nel confronto con il mese di gennaio 2008, il valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio ha presentato un aumento dello 0,7 per cento. La variazione tendenziale positiva deriva da una diminuzione dello 0,3 per cento delle vendite di prodotti alimentari e da un variazione positiva dell'1,2 per cento delle vendite di prodotti non alimentari.

La variazione tendenziale positiva dello 0,7 per cento registrata a gennaio 2009 per il valore del *totale delle vendite* è il risultato di un aumento delle vendite della *grande distribuzione* (più 3,4 per cento) e di un calo delle vendite nelle *imprese operanti su piccole superfici* (meno 1,0 per cento).

Nella *grande distribuzione* le vendite hanno segnato un incremento tendenziale sia per i *prodotti alimentari* (più 2,1 per cento) sia per i *prodotti non alimentari* (più 4,5 per cento), mentre nelle *imprese operanti su piccole superfici* entrambe le componenti hanno registrato un calo (meno 3,8 per cento per i prodotti alimentari e meno 0,2 per cento per i non alimentari).

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

A gennaio 2009 tutte le tipologie della grande distribuzione hanno segnato variazioni tendenziali positive, con l'eccezione degli ipermercati per i quali si è registrata una flessione dello 0,1 per cento. La crescita è stata maggiore per gli esercizi specializzati che per quelli non specializzati (più 5,6 per cento contro più 3,0 per cento). Tra gli esercizi non specializzati gli aumenti più consistenti hanno riguardato i supermercati e i discount di alimentari (rispettivamente più 5,2 per cento e più 4,7 per cento).

Tabella 2. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per tipologia di esercizio della grande distribuzione. Gennaio 2009

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI
	Gen 09	Gen 09 Gen 08
Esercizi non specializzati	99,1	+ 3,0
A prevalenza alimentare	99,1	+ 2,1
Ipermercati	98,7	- 0,1
Supermercati	100,7	+ 5,2
Discount di alimentari	106,8	+ 4,7
A prevalenza non alimentare	100,3	+ 4,5
Esercizi specializzati	110,8	+ 5,6
Totale grande distribuzione	101,0	+ 3,4

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), nel mese di gennaio 2009 il valore delle vendite ha registrato flessioni nelle *imprese fino a 5 addetti* e nelle *imprese da 6 a 49 addetti* (rispettivamente meno 0,4 per cento e meno 0,6 per cento) e un aumento del 2,9 per cento nelle *imprese con almeno 50 addetti*.

Tabella 3. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per dimensione delle imprese. Gennaio 2009

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI
	Gen 09	Gen 09 Gen 08
Fino a 5 addetti	90,2	- 0,4
Da 6 a 49 addetti	101,9	- 0,6
Almeno 50 addetti	102,0	+ 2,9
Totale imprese	97,9	+ 0,7

*Analisi secondo la tipologia
merceologica dei prodotti
non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 4), a gennaio tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali positive, ad eccezione del gruppo *Foto-ottica e pellicole* che ha presentato una diminuzione (meno 0,3 per cento). Gli aumenti di maggiore entità hanno riguardato i gruppi *Prodotti di profumeria, cura della persona* (più 3,7 per cento) e *Generi casalinghi durevoli e non durevoli* (più 2,4 per cento).

Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per gruppo di prodotti. Gennaio 2009

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI
	Gen 09	Gen 09 Gen 08
Alimentari	95,4	- 0,3
Non alimentari	99,0	+ 1,2
<i>Prodotti farmaceutici</i>	99,1	+ 0,1
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	120,0	+ 1,8
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	105,6	+ 1,1
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	100,6	+ 1,0
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	100,4	+ 2,1
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	97,6	+ 1,5
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	67,7	- 0,3
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	89,7	+ 2,4
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	90,4	+ 1,0
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	111,1	+ 3,7
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	96,1	+ 0,6
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	87,9	+ 0,5
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	98,1	+ 2,0
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	84,9	0,0
Totale	97,9	+ 0,7

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

A gennaio 2009 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 27,5 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,4 giorni. Rispetto a gennaio del 2008 sono state registrate diminuzioni nel numero medio di giorni di apertura, rispettivamente, di 0,2 giorni sia per le imprese della *grande distribuzione*, sia per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Tabella 5. Numero medio di giorni di apertura degli esercizi commerciali al dettaglio per forma distributiva. Gennaio 2009

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Gen 09	Gen 09–Gen 08
Grande distribuzione	27,5	- 0,2
Imprese operanti su piccole superfici	25,4	- 0,2
Totale	26,2	- 0,2