

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di febbraio 2009, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha segnato una variazione negativa dello 0,7 per cento rispetto al precedente mese di gennaio 2009.

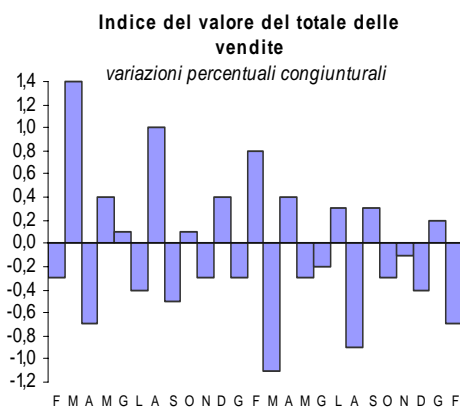
Il valore delle vendite di *prodotti alimentari* ha registrato una variazione congiunturale positiva dello 0,3 per cento; quello delle vendite di *prodotti non alimentari* un calo dell'1,0 per cento.

Nella media degli ultimi tre mesi (periodo dicembre-febbraio) l'indice del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha segnato una variazione negativa dello 0,7 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 0,5 per cento e meno 0,7 per cento).

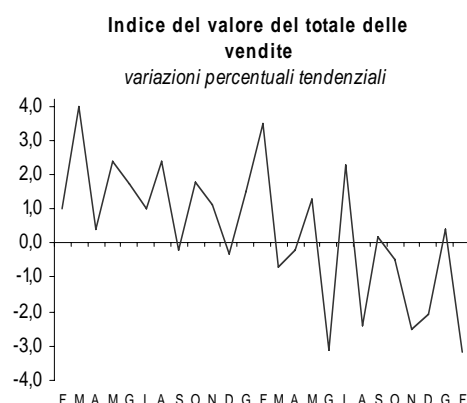
Tabella 1. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per settore merceologico e forma distributiva. *Febbraio 2009 (a)*

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Feb 09	Feb 09 Gen 09	Dic 08-Feb 09 Set-Nov 08	Feb 09	Feb 09 Feb 08	Gen-Feb 09 Gen-Feb 08
Alimentari	103,6	+ 0,3	- 0,5	91,1	- 1,0	- 0,9
<i>Grande distribuzione</i>	-	-	-	96,7	+ 2,2	+ 1,9
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	-	-	-	83,0	- 6,0	- 5,1
Non alimentari	99,4	- 1,0	- 0,7	86,9	- 4,1	- 1,5
<i>Grande distribuzione</i>	-	-	-	96,3	+ 0,1	+ 2,2
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	-	-	-	82,8	- 6,1	- 3,2
Totale delle vendite	100,6	- 0,7	- 0,7	88,2	- 3,1	- 1,3
<i>Grande distribuzione</i>	-	-	-	96,5	+ 1,2	+ 2,1
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	-	-	-	82,8	- 6,1	- 3,7

(a) Dati provvisori; si vedano le Note informative allegate.



da febbraio 2007 a febbraio 2009



da febbraio 2007 a febbraio 2009



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: 22 maggio 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 febbraio 2008, il valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio ha presentato una diminuzione del 3,1 per cento, a sintesi di variazioni negative dell'1,0 per cento delle vendite di *prodotti alimentari* e del 4,1 per cento delle vendite di *prodotti non alimentari*.

La variazione tendenziale negativa del *totale delle vendite* è il risultato di un aumento delle vendite della *grande distribuzione* (più 1,2 per cento) e di un calo delle vendite delle *imprese operanti su piccole superfici* (meno 6,1 per cento).

Nella *grande distribuzione* le vendite hanno segnato un incremento tendenziale sia per i *prodotti alimentari* (più 2,2 per cento) sia per i *prodotti non alimentari* (più 0,1 per cento), mentre nelle *imprese operanti su piccole superfici* entrambe le componenti hanno registrato un calo (meno 6,0 per cento per i prodotti alimentari e meno 6,1 per cento per quelli non alimentari).

Nei primi due mesi del 2009, il valore del *totale delle vendite* ha registrato una diminuzione tendenziale dell'1,3 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* sono aumentate del 2,1 per cento mentre quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno subito una flessione del 3,7 per cento.

Con riferimento allo stesso confronto temporale le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dello 0,9 per cento mentre le vendite di *prodotti non alimentari* si sono ridotte dell'1,5 per cento.

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

A febbraio 2009 tutte le tipologie della grande distribuzione hanno segnato variazioni tendenziali positive. La crescita è stata maggiore per gli esercizi *non specializzati* che per quelli *specializzati* (più 1,2 per cento contro più 0,7 per cento). Tra gli esercizi non specializzati gli aumenti più consistenti hanno riguardato i *discount di alimentari* e gli *ipermercati* (rispettivamente più 3,8 per cento e più 2,0 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. *Febbraio 2009*

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Feb 09	Feb 09 Feb 08	Gen-Feb 09 Gen-Feb 08
Esercizi non specializzati	96,3	+ 1,2	+ 2,0
A prevalenza alimentare	88,5	+ 2,1	+ 2,6
<i>Ipermercati</i>	94,9	+ 2,0	+ 0,8
<i>Supermercati</i>	80,0	+ 1,8	+ 3,3
<i>Discount di alimentari</i>	116,7	+ 3,8	+ 4,1
A prevalenza non alimentare	107,4	+ 1,3	+ 2,6
Esercizi specializzati	98,0	+ 0,7	+ 4,4
Totale grande distribuzione	96,5	+ 1,2	+ 2,1

*Analisi secondo la dimensione
delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), nel mese di febbraio 2009 il valore delle vendite ha registrato flessioni nelle imprese fino a 5 addetti e nelle imprese da 6 a 49 addetti (rispettivamente meno 7,2 e meno 4,2 per cento) e un aumento nelle imprese con almeno 50 addetti (più 0,9 per cento).

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

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Feb 09	Feb 09 Feb 08	Gen-Feb 09 Gen-Feb 08
Fino a 5 addetti	78,8	- 7,2	- 4,0
Da 6 a 49 addetti	87,2	- 4,2	- 2,5
Almeno 50 addetti	97,7	+ 0,9	+ 1,8
Totale imprese	88,2	- 3,1	- 1,3

*Analisi secondo la tipologia
merceologica dei prodotti
non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a febbraio tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le diminuzioni di maggiore entità hanno riguardato i gruppi Supporti magnetici, strumenti musicali (meno 7,9 per cento), Prodotti farmaceutici (meno 5,7 per cento) e Utensileria per la casa e ferramenta (meno 5,4 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Feb 09	Feb 09 Feb 08	Gen-Feb 09 Gen-Feb 08
Alimentari	91,1	- 1,0	- 0,9
Non alimentari	86,9	- 4,1	- 1,5
<i>Prodotti farmaceutici</i>	93,9	- 5,7	- 3,1
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	73,0	- 5,0	- 0,9
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	66,1	- 5,1	- 1,5
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	92,5	- 4,2	- 1,7
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	99,6	- 1,7	0,0
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	96,0	- 0,6	+ 0,3
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	76,2	- 4,7	- 2,7
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	95,5	- 1,4	+ 0,3
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	83,7	- 5,4	- 2,7
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	105,7	- 1,9	+ 0,9
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	83,1	- 5,1	- 2,4
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	89,6	- 7,9	- 4,5
<i>Giocchi, giocattoli, sport e campeggio</i>	85,4	- 2,2	+ 1,1
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	83,2	- 5,2	- 3,2
Totale	88,2	- 3,1	- 1,3

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

A febbraio 2009 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 24,6. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 25,7 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 23,8 giorni. Rispetto allo stesso mese del 2008 si è registrato un aumento (+0,3) del numero medio di giorni di apertura per le imprese della *grande distribuzione* e una variazione nulla per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Feb 09	Feb 09 Feb 08
Grande distribuzione	25,7	+ 0,3
Imprese operanti su piccole superfici	23,8	0,0
Totale	24,6	+ 0,1