

## Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Marzo 2009

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di marzo 2009, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha segnato una variazione positiva dello 0,1 per cento rispetto al precedente mese di febbraio 2009.

Il valore delle vendite di *prodotti alimentari* ha registrato una variazione congiunturale negativa dello 0,1 per cento; quello delle vendite di *prodotti non alimentari* un incremento dello 0,2 per cento.

Nella media degli ultimi tre mesi (periodo gennaio-marzo) l'indice del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha segnato una variazione negativa dello 0,9 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 0,9 per cento e meno 0,8 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. Marzo 2009 (a)**

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mar 09	Mar 09 Feb 09	Gen-Mar 09 Ott-Dic 08	Mar 09	Mar 09 Mar 08	Gen-Mar 09 Gen-Mar 08
<b>Alimentari</b>	<b>102,5</b>	<b>- 0,1</b>	<b>- 0,9</b>	<b>97,2</b>	<b>- 5,6</b>	<b>- 3,2</b>
<i>Grande distribuzione</i>				100,7	- 5,0	- 1,9
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				92,1	- 6,6	- 5,2
<b>Non alimentari</b>	<b>99,1</b>	<b>+ 0,2</b>	<b>- 0,8</b>	<b>88,2</b>	<b>- 5,1</b>	<b>- 3,2</b>
<i>Grande distribuzione</i>				92,4	- 4,6	- 1,1
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				86,4	- 5,2	- 4,0
<b>Totale delle vendite</b>	<b>100,1</b>	<b>+ 0,1</b>	<b>- 0,9</b>	<b>90,9</b>	<b>- 5,2</b>	<b>- 3,2</b>
<i>Grande distribuzione</i>				96,2	- 4,8	- 1,4
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				87,6	- 5,4	- 4,3

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



Istituto  
nazionale  
di statistica

COMUNICATO STAMPA

Direzione centrale comunicazione ed editoria

tel. +39 06 4673.2244-2243

Centro di informazione statistica

tel. +39 06 4673.3106

Informazioni e chiarimenti:

Statistiche sull'attività dei servizi

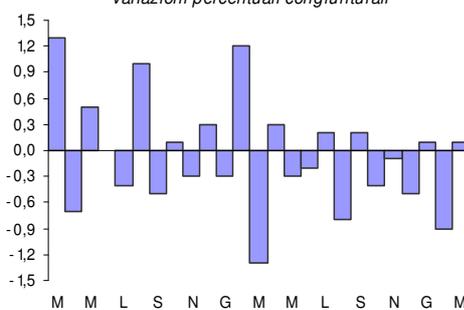
Roma, Viale Liegi 13 – 00198

Laura Leoni tel. +39 06 4673.7284

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

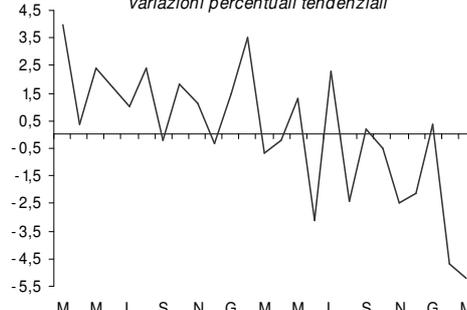
Prossimo comunicato: 24 giugno 2009

**Indice del valore del totale delle vendite**  
variazioni percentuali congiunturali



da marzo 2007 a marzo 2009

**Indice del valore del totale delle vendite**  
variazioni percentuali tendenziali



da marzo 2007 a marzo 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 marzo 2008, il valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio ha presentato una diminuzione del 5,2 per cento, a sintesi di variazioni negative del 5,6 per cento delle vendite di *prodotti alimentari* e del 5,1 per cento delle vendite di *prodotti non alimentari*.

La variazione tendenziale negativa del *totale delle vendite* è il risultato di flessioni che hanno riguardato sia le vendite della *grande distribuzione* (meno 4,8 per cento) sia le vendite delle *imprese operanti su piccole superfici* (meno 5,4 per cento).

Nella *grande distribuzione* le vendite sono diminuite sia per i *prodotti alimentari* (meno 5,0 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 4,6 per cento); anche nelle *imprese operanti su piccole superfici* entrambe le componenti hanno registrato un calo (meno 6,6 per cento per i prodotti alimentari e meno 5,2 per cento per quelli non alimentari).

Nel primo trimestre del 2009, il valore del *totale delle vendite* ha registrato una diminuzione tendenziale del 3,2 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* sono diminuite dell'1,4 per cento mentre quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno subito una flessione del 4,3 per cento.

Con riferimento allo stesso confronto di periodo sia le vendite di *prodotti alimentari* sia quelle di *prodotti non alimentari* sono diminuite del 3,2 per cento.

*Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione*

A marzo 2009 tutte le tipologie della grande distribuzione hanno segnato variazioni tendenziali negative. La flessione più marcata ha riguardato gli esercizi *specializzati* (meno 6,2 per cento). Tra gli esercizi non specializzati il calo maggiore ha riguardato gli *ipermercati* (meno 5,5 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. Marzo 2009**

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mar 09	Mar 09 Mar 08	Gen-Mar 09 Gen-Mar 08
Esercizi non specializzati	99,7	- 4,6	- 2,9
A prevalenza alimentare	100,6	- 4,7	- 1,3
<i>Ipermercati</i>	100,0	- 5,5	- 2,9
<i>Supermercati</i>	100,2	- 4,3	- 0,5
<i>Discount di alimentari</i>	105,2	- 4,3	- 1,1
A prevalenza non alimentare	89,0	- 4,0	- 1,0
Esercizi specializzati	95,4	- 6,2	- 1,6
<b>Totale grande distribuzione</b>	<b>96,2</b>	<b>- 4,8</b>	<b>- 1,4</b>

*Analisi secondo la dimensione delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), nel mese di marzo 2009 il valore delle vendite ha registrato flessioni del 6,0 per cento nelle imprese fino a 5 addetti, del 5,6 per cento nelle imprese da 6 a 49 addetti e del 4,3 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. Marzo 2009

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mar 09	Mar 09 Mar 08	Gen-Mar 09 Gen-Mar 08
Fino a 5 addetti	84,5	- 6,0	- 4,5
Da 6 a 49 addetti	90,7	- 5,6	- 3,7
Almeno 50 addetti	97,0	- 4,3	- 1,6
<b>Totale imprese</b>	<b>90,9</b>	<b>- 5,2</b>	<b>- 3,2</b>

*Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a marzo tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le diminuzioni di maggiore entità hanno riguardato i gruppi Utensileria per la casa e ferramenta (meno 7,6 per cento), e Giochi, giocattoli, sport e campeggio (meno 6,5 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mar 09	Mar 09 Mar 08	Gen-Mar 09 Gen-Mar 08
Alimentari	97,2	- 5,6	- 3,2
Non alimentari	88,2	- 5,1	- 3,2
<i>Prodotti farmaceutici</i>	96,1	- 2,0	- 3,3
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	84,1	- 6,1	- 3,4
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	84,2	- 6,3	- 2,9
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	92,1	- 4,7	- 2,0
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	92,8	- 4,4	- 2,1
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	86,1	- 4,6	- 3,5
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	74,3	- 4,8	- 3,3
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	105,5	- 5,3	- 4,4
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	88,6	- 7,6	- 1,9
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	99,2	- 5,1	- 3,1
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	82,5	- 5,1	- 2,5
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	99,9	- 1,9	- 1,8
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	79,4	- 6,5	- 4,7
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	79,5	- 5,2	- 3,2
<b>Totale</b>	<b>90,9</b>	<b>- 5,2</b>	<b>- 3,2</b>

*Giorni di apertura  
dichiarati dalle imprese  
commerciali*

A marzo 2009 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 26,4. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 27,5 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,6 giorni. Rispetto allo stesso mese del 2008 si è registrata una diminuzione (meno 0,2) del numero medio di giorni di apertura 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. Marzo 2009**

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Mar 09	Mar 09 Mar 08
Grande distribuzione	27,5	- 0,2
Imprese operanti su piccole superfici	25,6	- 0,2
<b>Totale</b>	<b>26,4</b>	<b>- 0,3</b>