

**Capitolo 16**

# **Commercio interno**

...the first of these is the fact that the ...

...the second of these is the fact that the ...

...the third of these is the fact that the ...

...the fourth of these is the fact that the ...

...the fifth of these is the fact that the ...

...the sixth of these is the fact that the ...

...the seventh of these is the fact that the ...

...the eighth of these is the fact that the ...

...the ninth of these is the fact that the ...

...the tenth of these is the fact that the ...

...the eleventh of these is the fact that the ...

...the twelfth of these is the fact that the ...

...the thirteenth of these is the fact that the ...

...the fourteenth of these is the fact that the ...

...the fifteenth of these is the fact that the ...

...the sixteenth of these is the fact that the ...

...the seventeenth of these is the fact that the ...

...the eighteenth of these is the fact that the ...

## 16. Commercio interno

Il settore del commercio interno comprende i due comparti del commercio all'ingrosso e del commercio al dettaglio. L'Istat, avendo recepito il regolamento dell'Unione europea sulle statistiche congiunturali, conduce correntemente una rilevazione per ciascuno dei suddetti comparti. Si tratta, in particolare, della Rilevazione mensile sulle vendite al dettaglio, che nel 1997 è stata rinnovata assumendo la struttura attuale, e della Rilevazione trimestrale del fatturato del commercio all'ingrosso e degli intermediari del commercio, che ha preso avvio nel 2002 rendendo disponibili dati retrospettivi a partire dal 2000. La prima produce numeri indice mensili del valore delle vendite al dettaglio per settore merceologico, forma distributiva e ripartizione geografica, mentre la seconda fornisce numeri indice trimestrali di fatturato per gruppo di attività economica.

Nel presente capitolo vengono, inoltre, presentati i risultati del settore della manutenzione e riparazione di autoveicoli che, dal punto di vista della classificazione delle attività economiche, appartiene al medesimo raggruppamento del commercio all'ingrosso e del commercio al dettaglio.

Nel comparto del commercio al dettaglio predominano ancora imprese di piccolissime dimensioni con un numero di addetti molto basso. Sulla base delle informazioni provenienti dall'Archivio statistico delle imprese attive dell'Istat (Asia) relative alla situazione a fine 2005 (Tavola 16.2), il comparto commerciale al dettaglio in sede fissa era composto da 558.164 imprese, che occupavano oltre un milione e 600 mila addetti, con una media di 2,88 addetti per impresa. Di queste, 56.115 sono imprese non specializzate operanti prevalentemente nella vendita di prodotti alimentari che impiegano mediamente 7,52 addetti ciascuna e 3.079 sono imprese despecializzate<sup>1</sup> a prevalenza non alimentare, con una media di 8,27 addetti. Le rimanenti 498.970 sono costituite da esercizi specializzati che impiegano in media 2,32 addetti. In generale, si conferma la predominanza, in termini di numerosità, degli esercizi specializzati. Nel 2005 il numero delle imprese despecializzate a prevalenza alimentare (per lo più appartenenti alla grande distribuzione) è aumentato del 3,9 per cento rispetto all'anno precedente, e quello delle despecializzate a prevalenza non alimentare è cresciuto del 54,2 per cento; il numero delle imprese specializzate ha registrato un incremento del 5 per cento. Quanto al numero degli addetti, la dimensione media ha registrato una tendenza differente: è aumentata per le imprese despecializzate a prevalenza alimentare e diminuita in modo consistente per quelle a prevalenza non alimentare.<sup>2</sup> Nel comparto del commercio al dettaglio in sede fissa si è verificato un aumento del numero medio di addetti, passato da 2,76 a 2,88.

L'insieme degli esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa (Tavola 16.1) non ha mostrato sostanziali mutamenti strutturali a livello territoriale: sulla

### Per saperne di più...

- ♦ ISTAT. *I consumi delle famiglie: anno 2005*. Roma, 2007. (Annuari n. 12). <http://www.istat.it>.
- ♦ ISTAT. "Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio". In *Comunicati stampa*. Roma, 2007. <http://www.istat.it>.

<sup>1</sup> Il concetto di impresa o esercizio despecializzato è definito dalla classificazione delle attività economiche (Ateco) e si basa sulle modalità con cui viene esercitata l'attività di vendita. In particolare sono despecializzati tutti quegli esercizi che vendono articoli appartenenti a più settori merceologici. Sulla base di tale definizione tutti gli esercizi della grande distribuzione sono classificati tra quelli despecializzati.

<sup>2</sup> La significativa differenza registrata rispetto all'anno precedente, nel numero degli addetti delle imprese despecializzate, può essere attribuita, in gran parte, a eventi che hanno interessato l'assetto societario di alcuni grandi gruppi di imprese. In particolare tra questo tipo di eventi ha avuto rilevanza la cessione di alcuni rami d'azienda con i relativi addetti da parte di imprese despecializzate a prevalenza non alimentare a favore di imprese despecializzate a prevalenza alimentare.

base dei dati rilasciati dal Ministero dello sviluppo economico nell'ambito dell'Osservatorio nazionale del commercio al 31 dicembre 2006 erano attivi, sull'intero territorio nazionale, 777.090 esercizi, il 38,0 per cento dei quali localizzato nel Nord, il 19,6 nel Centro e il 42,3 nel Mezzogiorno. Nel confronto con l'anno precedente la loro distribuzione territoriale è rimasta pressoché invariata mentre, per quanto riguarda la consistenza del comparto, si osserva un aumento di 15.502 unità. In particolare, a fronte di un incremento medio nazionale del 2,0 per cento, nel Nord si è registrato un aumento dell'1,8 per cento, nel Centro del 2,8 e nel Mezzogiorno dell'1,9 per cento.

Il comparto del commercio all'ingrosso e degli intermediari del commercio (Tavola 16.3) a fine 2005 era composto da 415.741 imprese che occupavano oltre un milione e 100 mila addetti. Il 59,5 per cento di tali imprese è classificato tra gli intermediari del commercio. La presenza di un elevato numero di società individuali spiega il numero medio assai ridotto di addetti per impresa, pari a 2,65 unità per l'intero comparto.

Si può osservare, tuttavia, come la dimensione media di impresa, misurata in termini di addetti, vari a livello di gruppo di attività economica passando da un minimo di 1,28 addetti negli intermediari del commercio a un massimo di 5,33 addetti nel gruppo del commercio all'ingrosso di prodotti intermedi non agricoli, rottami e cascami.

Per quanto riguarda la densità territoriale, per ogni mille abitanti si è registrata al 31 dicembre 2005 una presenza di 7,08 imprese operanti nel commercio all'ingrosso o nell'intermediazione per il commercio. A livello di gruppo di attività economica, la densità territoriale varia da un minimo di 0,10 imprese per mille abitanti, nel comparto del commercio all'ingrosso di altri prodotti, ad un massimo di 4,21 nel gruppo degli intermediari del commercio.

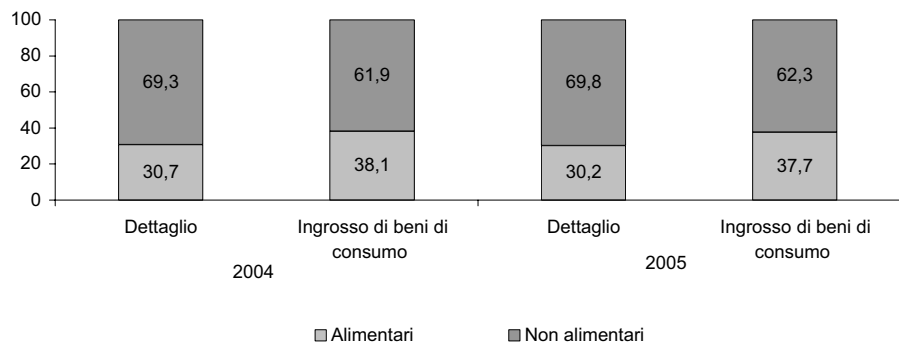
La figura 16.1 confronta, per gli anni 2004 e 2005, la struttura delle imprese del commercio al dettaglio con quella delle imprese del commercio all'ingrosso di beni di consumo, tenendo conto del settore merceologico cui esse appartengono. All'interno delle imprese operanti nel comparto del commercio all'ingrosso quelle che commerciano beni alimentari di consumo erano, nel 2004, il 38,1 per cento del totale; tale quota è scesa di circa mezzo punto percentuale nel 2005. Parallelamente, la quota di imprese del comparto del commercio all'ingrosso di beni di consumo non alimentari è salita, tra il 2004 e il 2005, dal 61,9 per cento al 62,3.

Nel comparto al dettaglio, con riferimento ai due anni considerati, la quota di imprese che vendono prodotti alimentari ha subito una leggera diminuzione, passando dal 30,7 nel 2004 al 30,2 nel 2005.

Con riferimento al comparto del commercio al dettaglio, il numero dei punti di vendita della grande distribuzione ha registrato un discreto incremento per i supermercati (aumentati di 360 unità), mentre ipermercati e grandi ma-

**Figura 16.1**

**Struttura delle imprese del commercio al dettaglio e del commercio all'ingrosso dei beni di consumo per settore merceologico - Anni 2004-2005 (valori percentuali)**



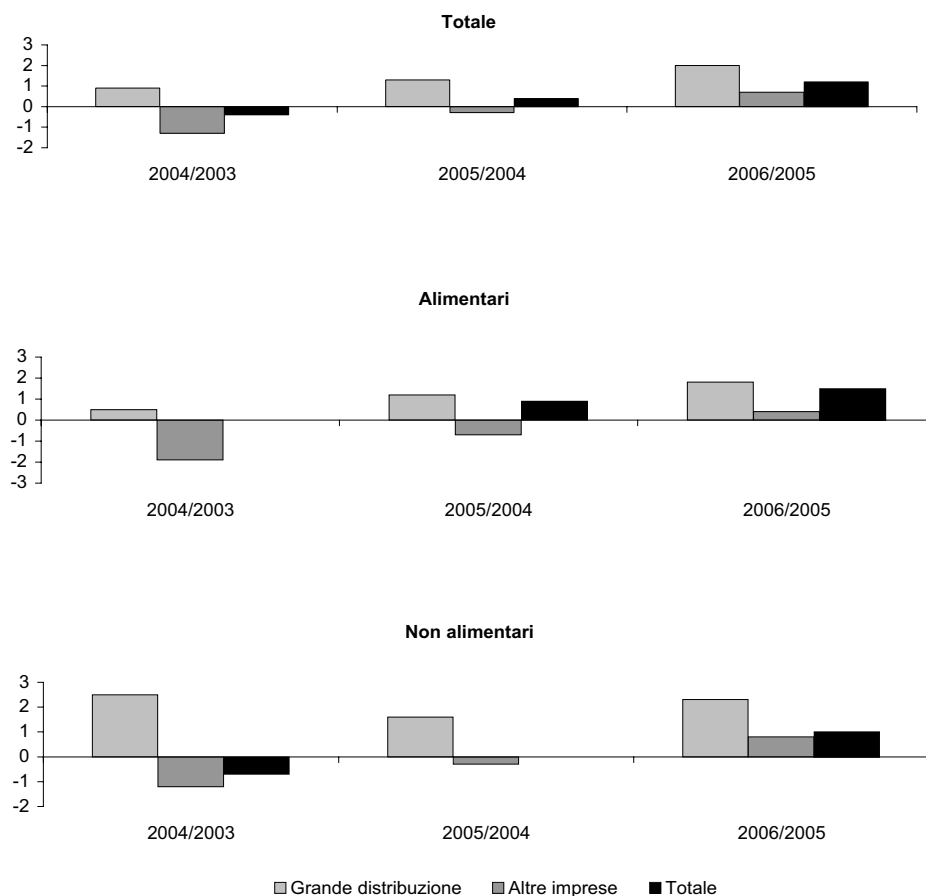
gazzini sono cresciuti in misura più contenuta (Tavola 16.4). Al 1° gennaio 2006 risultavano attivi 8.181 supermercati, 1.152 grandi magazzini e 459 ipermercati. I supermercati rappresentano la forma di vendita della grande distribuzione maggiormente diffusa su tutto il territorio nazionale e quella che impiega, in assoluto, il maggior numero di addetti. Gli ipermercati, invece, si caratterizzano per il più alto numero di addetti per impresa, pari a 165,7 contro 18,3 dei supermercati e 21,1 dei grandi magazzini.

L'indice delle vendite al dettaglio ha segnato, nella media del 2006 (Tavola 16.5), un aumento del valore degli acquisti pari all'1,2 per cento. Si osservano risultati positivi sia per la grande distribuzione (+2,0 per cento nella media del 2006), sia, per la prima volta dal 2003, per le imprese tradizionali di piccola superficie (+0,7 per cento). A livello merceologico, si osserva una variazione positiva per le vendite dei prodotti non alimentari dell'1,0 per cento e un incremento dell'1,5 per cento per quelli alimentari; per entrambi i settori emerge un aumento sia nella distribuzione tradizionale sia nella grande distribuzione (Figura 16.2).

Tra le tipologie della grande distribuzione (Figura 16.3), quelle che hanno maggiormente contribuito al positivo risultato del 2006 sono gli hard discount (+3,7 per cento rispetto al 2005), gli ipermercati e le altre imprese specializzate (+2,4 per cento per entrambi). I grandi magazzini e i supermercati hanno segnato incrementi più contenuti (rispettivamente +2,1 e +1,4 per cento).

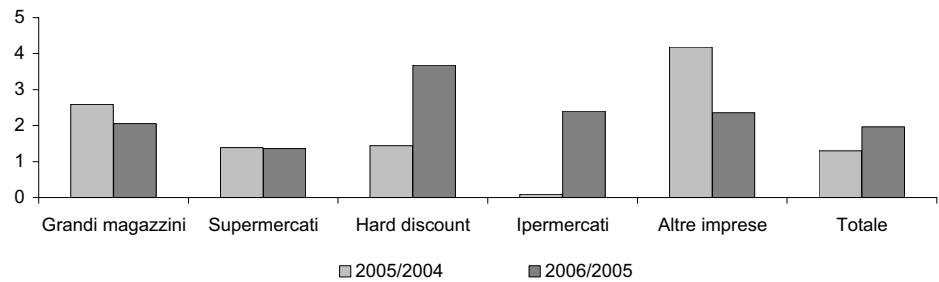
**Figura 16.2**

**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti delle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa per settore merceologico. Base 2000=100 - Anni 2004-2006 (variazioni percentuali)**



**Figura 16.3**

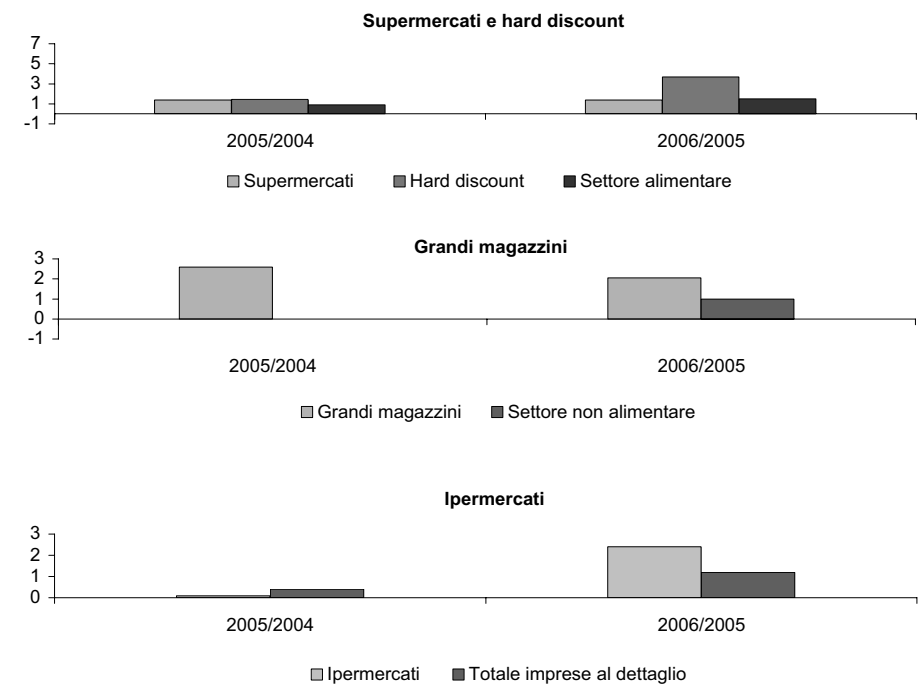
**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti delle imprese della grande distribuzione. Base 2000=100 - Anni 2005-2006 (variazioni percentuali)**



Le diverse tipologie di vendita della grande distribuzione possono essere messe a confronto con la dinamica del totale delle vendite relative alle specifiche componenti merceologiche che assumono per ciascuna di quelle stesse tipologie un ruolo prevalente (Figura 16.4). La crescita dell'1,4 per cento delle vendite dei supermercati è di poco inferiore all'aumento del totale delle vendite di prodotti alimentari, che ha segnato un incremento dell'1,5 per cento, mentre gli hard discount hanno registrato una variazione positiva decisamente più elevata (+3,7 per cento). Per quel che riguarda i grandi magazzini (la forma distributiva non food più tradizionale e radicata) si osserva un aumento del 2,1 per cento delle vendite, con un risultato decisamente più favorevole del complesso del settore non alimentare la cui variazione è stata dell'1,0 per cento.

**Figura 16.4**

**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti dei supermercati, degli hard discount, dei grandi magazzini e degli ipermercati. Base 2000=100 - Anni 2005-2006 (variazioni percentuali)**

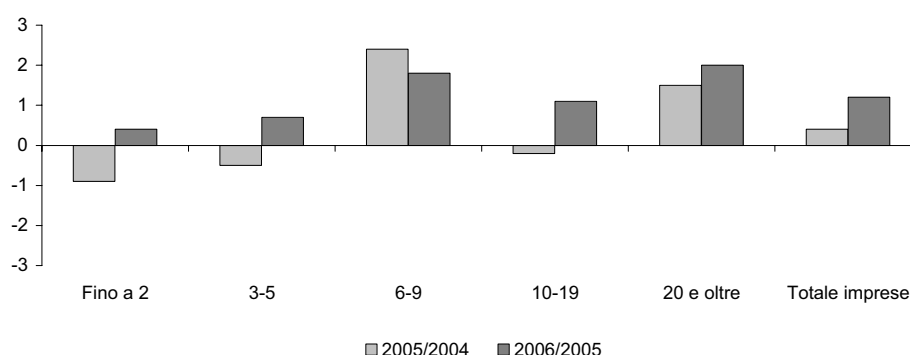


Gli ipermercati, che rappresentano la forma di vendita non specializzata di dimensioni maggiori, sia in termini di addetti per impresa sia di superficie di vendita, hanno mostrato un incremento significativo del valore delle vendite (+2,4 per cento).

Per il 2006 si è confermata la relazione positiva tra dimensione aziendale delle imprese del commercio al dettaglio e dinamica del valore delle vendite delle stesse (Figura 16.5); a fronte di un aumento dello 0,4 per cento del valore delle vendite per le imprese fino a due addetti, si sono registrati incrementi progressivamente più marcati al crescere della classe dimensionale, a eccezione per le imprese tra 10 e 19 addetti, che hanno comunque segnato un risultato positivo (+1,1 per cento).

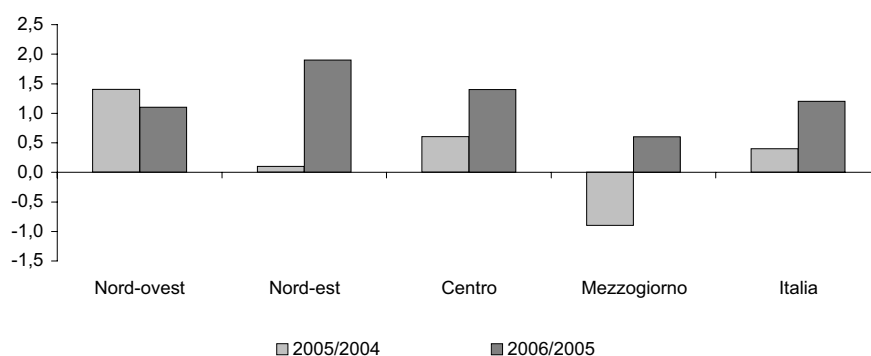
**Figura 16.5**

**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti delle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa per classe di addetti. Base 2000=100 - Anni 2005-2006 (variazioni percentuali)**



**Figura 16.6**

**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti delle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa per area geografica. Base 2000=100 - Anni 2005-2006 (variazioni percentuali)**



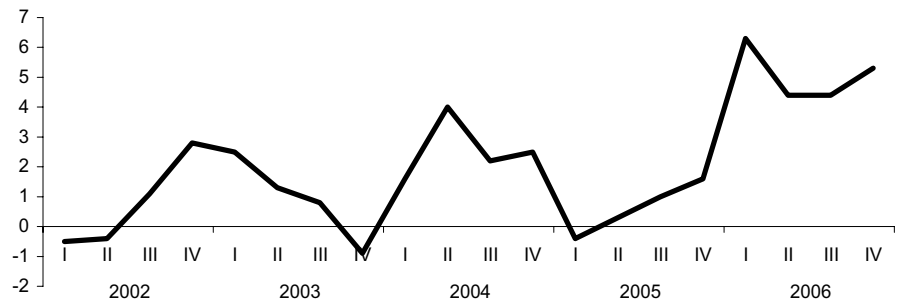
Gli indici delle vendite relativi alle ripartizioni territoriali (Nord-est, Nord-ovest, Centro, Mezzogiorno) mostrano comportamenti di consumo non molto differenziati. Nel 2006 si sono registrate dinamiche positive in tutte le ripartizioni (Figura 16.6). In particolare, il risultato più positivo ha riguardato il Nord-est, con un incremento dell'1,9 per cento rispetto al 2005. Le regioni meridionali hanno segnato l'aumento più contenuto (+0,6 per cento), con un primo risultato positivo dopo due anni di contrazione delle vendite (-1,1 per cento nel 2004 e -0,9 per cento nel 2005).

Per quanto riguarda l'andamento del fatturato del commercio all'ingrosso e degli intermediari del commercio, nel 2006 (Tavola 16.6) si è registrata, ri-

petto all'anno precedente, una crescita consistente (+5,0 per cento), con aumenti significativi nei comparti del commercio all'ingrosso di prodotti intermedi non agricoli, cascami e rottami (+8,3 per cento) e di macchinari e attrezzature (+6,9 per cento). L'aumento più contenuto ha riguardato, invece, il comparto degli intermediari del commercio (+2,5 per cento).

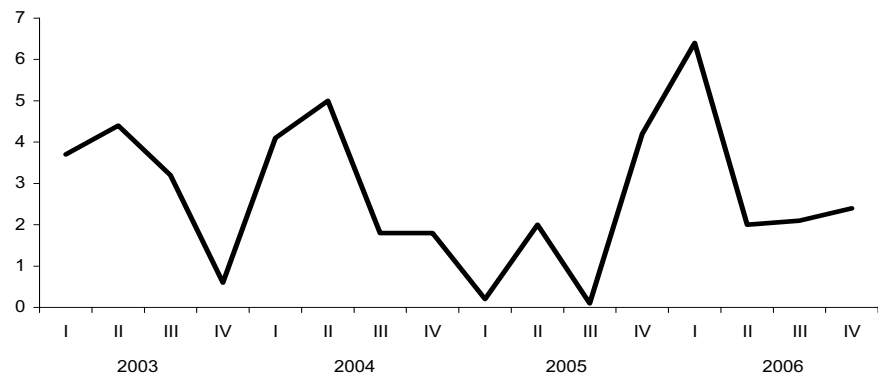
**Figura 16.7**

**Fatturato delle imprese del commercio all'ingrosso e degli intermediari del commercio - Anni 2002-2006** (variazioni tendenziali trimestrali)



**Figura 16.8**

**Fatturato delle imprese della manutenzione e riparazione di autoveicoli - Anni 2003-2006** (variazioni tendenziali trimestrali)



Sulla base delle variazioni tendenziali trimestrali (Figura 16.7) è possibile valutare l'evoluzione complessiva del comparto. Dopo un progressivo rallentamento della crescita, registrato nel corso del 2004 e culminato con un leggero calo tendenziale all'inizio del 2005, è emerso un marcato recupero. Il ritmo di crescita ha toccato un massimo vicino al 6 per cento nel primo trimestre del 2006, mantenendosi poi su livelli piuttosto elevati anche nei trimestri successivi.

Nel settore della manutenzione e riparazione di autoveicoli (Tavola 16.6) la variazione media annua del 2006 è stata pari a +3,2 per cento. L'evoluzione infrannuale del settore (Figura 16.8) è stata caratterizzata da una crescita molto modesta per buona parte del 2005, con un marcato recupero nel trimestre finale dell'anno, proseguito all'inizio del 2006; successivamente il tasso di incremento tendenziale è tornato a rallentare, mantenendosi intorno al 2 per cento per il resto dell'anno.

Nella [tavola 16.9](#) sono riportate le variazioni degli indici del valore delle vendite al dettaglio in alcuni paesi dell'Unione europea, per gli anni 2003-2006 e per i singoli mesi del 2006. A seguito dell'entrata in vigore del regola-

mento europeo sulle statistiche congiunturali (Ce n.1165/98) sono disponibili gli indici del valore delle vendite trasmessi dai paesi membri, elaborati sulla base di criteri comuni, che garantiscono una sufficiente uniformità delle classificazioni e delle definizioni utilizzate. Le informazioni diffuse da Eurostat permettono di effettuare confronti sui risultati delle imprese del commercio interno relativi ai diversi paesi dell'Unione europea.

Per le vendite al dettaglio, nella media dell'ultimo anno i paesi caratterizzati dagli incrementi più marcati sono risultati: Lettonia, Estonia e Lituania.

Se si considerano, invece, i risultati relativi al fatturato delle imprese del commercio all'ingrosso nell'insieme dell'Unione europea a 27 paesi (Tavola 16.10) si rileva una crescita annua dell'8,7 per cento nel 2006; si tratta dell'incremento più marcato dal 2002. Tra i paesi europei considerati l'Italia e l'Austria sono quelli che hanno registrato i tassi di crescita del fatturato più contenuti (+5,0 per cento), mentre il Regno Unito ha segnato quello più elevato (+13,8 per cento).

Per quanto riguarda il comparto della manutenzione e riparazione di autoveicoli (Tavola 16.11), l'indice generale di fatturato dell'Ue27 ha segnato nel 2006 una crescita del 4,5 per cento. Tra i paesi europei per i quali è stato possibile effettuare un confronto con riferimento al 2006, l'Austria è quello con la variazione del fatturato più bassa (+1,3 per cento), mentre la Spagna presenta l'aumento più marcato (+8,5 per cento). L'Italia ha registrato un incremento del 3,2 per cento.

**Tavola 16.1 - Esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa per regione (a) - Anni 2004-2006** (valori assoluti e percentuali, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente)

REGIONI	Valori assoluti e percentuali (b)			Variazioni percentuali	
	2004	2005	2006	2005/2004	2006/2005
Piemonte	50.646	50.769	51.791	0,2	2,0
	6,7	6,7	6,7		
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	1.907	1.910	1.918	0,2	0,4
	0,3	0,3	0,2		
Lombardia	87.940	88.663	90.688	0,8	2,3
	11,7	11,6	11,7		
Trentino-Alto Adige	10.338	10.397	10.435	0,6	0,4
	1,4	1,4	1,3		
<i>Bolzano/Bozen</i>	4.514	4.553	4.556	0,9	0,1
	0,6	0,6	0,6		
<i>Trento</i>	5.824	5.844	5.879	0,3	0,6
	0,8	0,8	0,8		
Veneto	51.034	50.751	51.835	-0,6	2,1
	6,8	6,7	6,7		
Friuli-Venezia Giulia	14.111	13.960	13.948	-1,1	-0,1
	1,9	1,8	1,8		
Liguria	25.001	24.923	25.276	-0,3	1,4
	3,3	3,3	3,3		
Emilia-Romagna	48.617	48.941	49.509	0,7	1,2
	6,4	6,4	6,4		
Toscana	49.967	49.779	50.416	-0,4	1,3
	6,6	6,5	6,5		
Umbria	11.895	12.100	12.222	1,7	1,0
	1,6	1,6	1,6		
Marche	19.498	19.648	19.959	0,8	1,6
	2,6	2,6	2,6		
Lazio	64.662	66.982	70.063	3,6	4,6
	8,6	8,8	9,0		
Abruzzo	18.868	19.199	19.471	1,8	1,4
	2,5	2,5	2,5		
Molise	5.128	5.171	5.167	0,8	-0,1
	0,7	0,7	0,7		
Campania	96.357	98.104	99.417	1,8	1,3
	12,8	12,9	12,8		
Puglia	57.978	59.020	60.712	1,8	2,9
	7,7	7,7	7,8		
Basilicata	9.045	9.201	9.362	1,7	1,7
	1,2	1,2	1,2		
Calabria	33.519	33.059	33.577	-1,4	1,6
	4,4	4,3	4,3		
Sicilia	71.365	72.374	74.172	1,4	2,5
	9,5	9,5	9,5		
Sardegna	26.330	26.637	27.152	1,2	1,9
	3,5	3,5	3,5		
<b>ITALIA</b>	<b>754.206</b>	<b>761.588</b>	<b>777.090</b>	<b>1,0</b>	<b>2,0</b>
	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>		
<b>Nord</b>	<b>289.594</b>	<b>290.314</b>	<b>295.400</b>	<b>0,2</b>	<b>1,8</b>
	<b>38,4</b>	<b>38,1</b>	<b>38,0</b>		
<b>Centro</b>	<b>146.022</b>	<b>148.509</b>	<b>152.660</b>	<b>1,7</b>	<b>2,8</b>
	<b>19,4</b>	<b>19,5</b>	<b>19,6</b>		
<b>Mezzogiorno</b>	<b>318.590</b>	<b>322.765</b>	<b>329.030</b>	<b>1,3</b>	<b>1,9</b>
	<b>42,2</b>	<b>42,4</b>	<b>42,3</b>		

Fonte: Ministero dello sviluppo economico. Osservatorio nazionale del commercio

(a) Gli esercizi sono rilevati sulla base dell'attività economica prevalente al 31 dicembre.

(b) L'istituzione dell'Osservatorio nazionale del commercio (d.lgs. n. 114 del 31 marzo 1998) ha introdotto delle novità nelle modalità di rilevazione dei dati. A seguito di ciò possono riscontrarsi delle differenze con i dati precedentemente pubblicati.

**Tavola 16.2 - Principali caratteristiche delle imprese commerciali al dettaglio in sede fissa per forma di vendita e gruppo di prodotti venduti al 31 dicembre 2005**

FORME DI VENDITA GRUPPI DI PRODOTTI	Imprese		Addetti	
	Numero	Imprese per 1.000 abitanti	Numero	Addetti per impresa
<b>Imprese despecializzate a prevalenza alimentare (a)</b>	<b>56.115</b>	<b>0,96</b>	<b>422.109</b>	<b>7,52</b>
<b>Imprese despecializzate a prevalenza non alimentare (a)</b>	<b>3.079</b>	<b>0,05</b>	<b>25.475</b>	<b>8,27</b>
<b>Imprese specializzate</b>	<b>498.970</b>	<b>8,49</b>	<b>1.158.947</b>	<b>2,32</b>
Alimentari e bevande	113.428	1,93	213.910	1,89
Prodotti farmaceutici	18.558	0,32	81.783	4,41
Abbigliamento e pellicceria	85.505	1,46	212.376	2,48
Calzature, articoli di cuoio e da viaggio	19.994	0,34	53.388	2,67
Mobili, articoli tessili, arredamento per la casa	42.913	0,73	106.176	2,47
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	12.057	0,21	45.116	3,74
Dotazioni per l'informatica, la telefonia e le telecomunicazioni	9.779	0,17	23.956	2,45
Foto-ottica e pellicole	10.583	0,18	26.094	2,47
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	19.491	0,33	36.769	1,89
Utensileria per la casa e ferramenta	35.207	0,60	99.593	2,83
Prodotti di profumeria e cura della persona	16.027	0,27	40.161	2,51
Cartoleria, libri, giornali e riviste	31.930	0,54	58.588	1,83
Supporti magnetici audio-video, strumenti musicali	3.585	0,06	6.634	1,85
Giochi, giocattoli, articoli per sport e campeggio	16.683	0,28	42.627	2,56
Altri prodotti	63.230	1,08	111.774	1,77
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA</b>	<b>558.164</b>	<b>9,50</b>	<b>1.606.530</b>	<b>2,88</b>

Fonte: Caratteristiche delle imprese commerciali al dettaglio (E)

(a) Le imprese sono rilevate sulla base dell'attività economica prevalente.

**Tavola 16.3 - Principali caratteristiche delle imprese commerciali all'ingrosso e degli intermediari del commercio per gruppo di attività economica al 31 dicembre 2005**

GRUPPI DI ATTIVITÀ ECONOMICA	Imprese (a)		Addetti	
	Numero	Imprese per 1.000 abitanti	Numero	Addetti per impresa
Intermediari del commercio	247.304	4,21	315.642	1,28
Materie prime agricole e animali vivi	9.182	0,16	26.515	2,89
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	35.938	0,61	165.117	4,59
Altri beni di consumo finale	59.489	1,01	264.541	4,45
Prodotti intermedi non agricoli, rottami e cascami	36.409	0,62	194.161	5,33
Macchinari e attrezzature	21.653	0,37	112.679	5,20
Altri prodotti	5.766	0,10	22.612	3,92
<b>Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio</b>	<b>415.741</b>	<b>7,08</b>	<b>1.101.267</b>	<b>2,65</b>

Fonte: Caratteristiche delle imprese del commercio all'ingrosso e degli intermediari del commercio (E)

(a) Le imprese sono rilevate sulla base dell'attività economica prevalente.

**Tavola 16.4 - Principali caratteristiche dei supermercati, grandi magazzini e ipermercati per regione al 1° gennaio 2006**

REGIONI	Supermercati		Grandi magazzini		Ipermercati	
	Numero	Addetti	Numero	Addetti	Numero	Addetti
Piemonte	632	10.977	54	1.463	60	9.157
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	12	261	3	32	2	491
Lombardia	1.367	32.799	139	4.244	118	21.207
Trentino-Alto Adige	260	4.300	36	508	6	493
Bolzano/Bozen	104	1.977	18	237	-	-
Trento	156	2.323	18	271	6	493
Friuli-Venezia Giulia	271	4.349	22	843	15	1.477
Liguria	177	4.523	33	808	5	1.338
Veneto	1.018	15.845	80	2.514	50	6.987
Emilia-Romagna	663	15.753	52	1.566	38	8.628
Toscana	460	13.128	114	1.995	28	5.102
Umbria	186	3.031	36	577	9	1.073
Marche	289	3.886	51	664	21	2.655
Lazio	646	13.347	165	3.542	21	3.960
Abruzzo	246	3.230	33	520	13	2.283
Molise	53	595	9	69	3	326
Campania	428	5.322	63	1.072	11	1.663
Puglia	400	3.975	47	497	20	3.578
Basilicata	44	529	4	43	3	459
Calabria	212	2.393	59	797	9	703
Sicilia	598	7.894	126	1.911	11	1.800
Sardegna	219	3.725	26	594	16	2.689
<b>ITALIA</b>	<b>8.181</b>	<b>149.862</b>	<b>1.152</b>	<b>24.259</b>	<b>459</b>	<b>76.069</b>
<b>Nord</b>	<b>4.400</b>	<b>88.807</b>	<b>419</b>	<b>11.978</b>	<b>294</b>	<b>49.778</b>
<b>Centro</b>	<b>1.581</b>	<b>33.392</b>	<b>366</b>	<b>6.778</b>	<b>79</b>	<b>12.790</b>
<b>Mezzogiorno</b>	<b>2.200</b>	<b>27.663</b>	<b>367</b>	<b>5.503</b>	<b>86</b>	<b>13.501</b>

Fonte: Ministero dello sviluppo economico. Osservatorio nazionale del commercio

**Tavola 16.5 - Indici del valore delle vendite delle imprese commerciali al dettaglio per forma di vendita e gruppo di prodotti. Base 2000=100 - Anni 2004-2006 (a) (indici e variazioni percentuali rispetto all'anno precedente)**

FORME DI VENDITA GRUPPI DI PRODOTTI	Indici			Variazioni percentuali	
	2004	2005	2006	2005/2004	2006/2005
<b>Forme di vendita</b>					
Grande distribuzione	115,4	116,9	119,2	1,3	2,0
Alimentare	116,0	117,4	119,5	1,2	1,8
Non alimentare	113,4	115,2	117,9	1,6	2,3
Imprese tradizionali di piccola superficie	101,6	101,3	102,0	-0,3	0,7
Alimentare	103,4	102,7	103,1	-0,7	0,4
Non alimentare	101,3	101,0	101,8	-0,3	0,8
<b>Gruppi di prodotti</b>					
Alimentari e bevande	113,1	114,1	115,8	0,9	1,5
Prodotti farmaceutici	106,4	106,7	108,0	0,3	1,2
Abbigliamento e pellicceria	101,8	102,0	103,3	0,2	1,3
Calzature, articoli di cuoio e da viaggio	101,4	102,3	103,7	0,9	1,4
Mobili, articoli tessili, arredamento per la casa	103,0	103,0	103,5	0,0	0,5
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	103,4	103,8	104,6	0,4	0,8
Dotazioni per l'informatica, la telefonia e le telecomunicazioni	102,1	101,9	102,6	-0,2	0,7
Foto-ottica e pellicole	103,8	104,1	105,4	0,3	1,2
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	104,2	104,1	104,9	-0,1	0,8
Utensileria per la casa e ferramenta	102,2	102,0	103,4	-0,2	1,4
Prodotti di profumeria e cura della persona	102,3	102,0	103,4	-0,3	1,4
Cartoleria, libri, giornali e riviste	102,4	101,9	103,0	-0,5	1,1
Supporti magnetici audio-video, strumenti musicali	102,9	101,8	101,7	-1,1	-0,1
Giochi, giocattoli, articoli per sport e campeggio	103,0	102,5	103,0	-0,5	0,5
Altri prodotti	101,9	101,8	102,6	-0,1	0,8
<b>TOTALE</b>	<b>106,9</b>	<b>107,3</b>	<b>108,6</b>	<b>0,4</b>	<b>1,2</b>

Fonte: Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

(a) Le imprese sono rilevate sulla base dell'attività economica prevalente.

**Tavola 16.6 - Indici del fatturato delle imprese del commercio all'ingrosso e degli intermediari del commercio, per gruppo di attività economica, e della manutenzione e riparazione di autoveicoli. Base 2000=100 - Anno 2006** (indici e variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)

ANNI TRIMESTRI	Intermediari del commercio	Materie prime agricole e animali vivi	Prodotti alimentari, bevande e tabacco	Altri beni di consumo finale	Prodotti intermedi non agricoli, cascami e rottami	Macchinari e attrezzature	Altri prodotti	Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio	Manutenzione e riparazione di autoveicoli
INDICI									
2002	101,8	104,4	108,1	105,1	102,3	105,1	107,6	104,7	108,2
2003	103,7	102,0	111,6	104,7	105,5	98,3	109,8	105,6	111,3
2004	105,0	102,5	108,9	106,1	114,1	100,5	114,9	108,4	114,8
2005	104,3	100,2	108,7	105,1	117,9	100,1	118,2	109,1	116,8
I	106,5	119,5	95,7	106,3	127,8	106,9	113,9	111,0	117,4
II	114,3	100,5	115,5	107,0	125,9	104,4	127,4	114,6	121,6
III	98,0	83,6	116,4	97,7	118,3	87,9	118,2	106,3	109,3
IV	108,9	109,1	119,2	124,3	138,8	128,9	139,6	126,6	133,5
<b>2006</b>	<b>106,9</b>	<b>103,2</b>	<b>111,7</b>	<b>108,8</b>	<b>127,7</b>	<b>107,0</b>	<b>124,8</b>	<b>114,6</b>	<b>120,5</b>
VARIAZIONI PERCENTUALI									
2002	-1,5	0,9	2,0	-0,2	1,4	1,1	1,9	0,8	3,0
2003	1,9	-2,3	3,2	-0,4	3,1	-6,5	2,0	0,9	2,9
2004	1,2	0,5	-2,4	1,3	8,2	2,2	4,6	2,7	3,1
2005	-0,7	-2,2	-0,2	-0,9	3,3	-0,4	2,9	0,6	1,7
I	2,4	4,2	-0,3	6,6	10,2	9,8	7,0	6,3	6,4
II	2,6	0,3	4,2	2,4	7,7	2,9	4,5	4,4	2,0
III	1,7	2,1	3,7	1,9	7,8	4,9	8,4	4,4	2,1
IV	3,2	5,0	3,2	3,5	7,6	9,7	3,2	5,3	2,4
<b>2006</b>	<b>2,5</b>	<b>3,0</b>	<b>2,8</b>	<b>3,5</b>	<b>8,3</b>	<b>6,9</b>	<b>5,6</b>	<b>5,0</b>	<b>3,2</b>

Fonte: Rilevazione trimestrale del fatturato delle imprese del commercio all'ingrosso e dell'intermediazione commerciale (R); Rilevazione trimestrale del fatturato nel settore manutenzione e riparazione di autoveicoli (R)

**Tavola 16.7 - Indici del valore delle vendite delle imprese commerciali al dettaglio per ripartizione geografica e settore merceologico. Base 2000=100 - Anno 2006** (variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)

TRIMESTRI MESI	Nord-ovest			Nord-est			Centro			Mezzogiorno		
	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
2006 - PER TRIMESTRE												
I	0,3	1,1	0,7	0,9	0,9	0,8	1,5	-0,1	0,5	1,2	-0,9	0,0
II	1,2	2,0	1,6	2,4	2,5	2,4	3,8	0,8	2,0	3,4	0,1	1,3
III	1,6	1,1	1,3	3,1	2,3	2,6	1,9	2,0	1,9	2,3	0,0	0,9
IV	0,6	1,2	1,0	1,7	1,8	1,8	0,4	1,2	0,9	0,6	0,1	0,3
2006 - PER MESE												
Gennaio	1,2	2,1	1,7	2,1	1,7	1,8	3,3	1,8	2,5	3,6	1,3	2,2
Febbraio	2,3	1,5	1,8	2,3	2,3	2,3	2,6	0,7	1,5	3,2	-0,7	1,0
Marzo	-2,3	-0,2	-1,2	-1,1	-1,1	-1,2	-1,6	-2,3	-2,0	-2,8	-3,3	-3,0
Aprile	1,5	4,1	3,0	3,2	3,0	3,1	5,1	-0,6	1,6	6,3	0,1	2,5
Maggio	0,3	1,3	0,9	1,7	1,9	1,8	4,7	2,6	3,3	1,6	0,3	0,8
Giugno	1,7	0,5	1,0	2,2	2,6	2,4	2,0	0,6	1,1	2,4	-0,1	1,0
Luglio	0,3	0,7	0,5	2,8	2,5	2,5	2,0	1,2	1,4	2,3	-0,8	0,3
Agosto	2,5	0,7	1,6	3,3	2,5	2,8	1,4	4,3	3,0	2,1	0,2	1,0
Settembre	2,0	2,0	2,0	3,3	2,2	2,6	2,1	1,0	1,6	2,3	0,8	1,3
Ottobre	-0,3	0,4	0,1	0,0	0,5	0,4	0,1	2,6	1,5	-0,2	-0,4	-0,3
Novembre	2,0	2,3	2,2	3,0	2,9	2,9	0,9	0,7	0,8	1,1	0,4	0,7
Dicembre	0,4	0,9	0,7	2,1	1,9	2,0	0,2	0,6	0,4	0,8	0,2	0,4

Fonte: Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

**Tavola 16.8 - Quantità e valore di tabacchi venduti al 31 dicembre 2006 (a)**

ANNI MESI	Nazionali		Esteri		Totale	
	Quantità (quintali)	Introiti (mgl di euro) (b)	Quantità (quintali)	Introiti (mgl di euro) (b)	Quantità (quintali)	Introiti (mgl di euro) (b)
2003	256.036	2.547.990	775.823	10.191.961	1.031.859	12.739.951
2004	220.093	2.729.875	786.738	10.901.439	1.006.832	13.631.314
2005	193.183	2.658.226	753.990	11.410.721	947.173	14.068.947
2006	184.090	2.735.352	774.591	12.576.767	958.680	15.312.121
2006 - PER MESE						
Gennaio	14.168	199.156	57.470	886.354	71.638	1.085.510
Febbraio	13.480	193.868	55.982	879.243	69.462	1.073.111
Marzo	15.643	227.217	64.233	1.018.290	79.876	1.245.507
Aprile	14.492	210.316	59.886	951.003	74.378	1.161.319
Maggio	16.778	243.469	70.014	1.111.300	86.792	1.354.768
Giugno	16.374	240.851	70.309	1.128.992	86.683	1.369.843
Luglio	15.955	264.824	68.751	1.246.888	84.706	1.511.712
Agosto	16.869	252.225	71.339	1.165.265	88.208	1.417.491
Settembre	15.314	229.335	64.213	1.047.402	79.527	1.276.737
Ottobre	15.669	234.258	66.694	1.088.658	82.363	1.322.916
Novembre	14.799	221.220	63.480	1.036.031	78.279	1.257.252
Dicembre	14.549	218.614	62.220	1.017.341	76.768	1.235.955

Fonte: Vendite, quantità e valore di tabacchi lavorati (E)

(a) I dati relativi ai tabacchi si riferiscono alle quantità e agli introiti dei prodotti trasferiti dai magazzini di deposito a quelli di distribuzione.

(b) Al netto degli aggi spettanti ai rivenditori.

**Tavola 16.9 - Indici del valore delle vendite al dettaglio di alcuni paesi dell'Unione europea. Base 2000=100 - Anno 2006 (a) (variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)**

ANNI MESI	Italia	Austria	Belgio	Cipro	Croazia	Danimarca	Estonia	Finlandia	Francia	Germania	Grecia	Lettonia
2003/2002	2,0	1,5	0,9	2,3	12,5	4,5	0,2	4,2	4,1	-0,5	8,0	16,5
2004/2003	-0,4	2,4	3,3	6,0	9,2	6,7	14,1	4,1	3,9	2,0	6,2	17,9
2005/2004	0,4	2,2	3,1	5,2	5,4	7,9	16,3	5,0	2,2	1,9	6,0	27,6
2006/2005	1,2	2,3	0,1	8,6	9,4	4,1	20,1	5,7	2,3	0,7	9,9	25,1
2006/2005 - PER MESE												
Gennaio	2,0	4,6	-1,6	8,0	11,1	6,1	17,6	7,4	4,2	2,6	5,8	20,5
Febbraio	1,5	3,3	-3,3	5,8	11,5	5,6	17,0	3,4	3,6	0,8	2,8	22,1
Marzo	-1,8	0,7	-1,0	6,7	4,1	5,7	17,8	7,6	1,5	-0,1	7,8	25,2
Aprile	2,7	1,8	1,4	-0,6	10,0	0,8	16,6	1,0	0,8	-2,0	3,8	17,4
Maggio	1,5	5,0	3,4	15,9	7,5	9,3	20,5	7,3	3,8	4,5	23,2	25,9
Giugno	1,3	1,8	-0,7	12,0	9,0	4,6	20,8	8,1	2,2	-0,4	8,3	25,2
Luglio	1,1	2,3	2,7	8,2	14,1	2,3	19,8	5,0	3,1	0,0	14,4	23,3
Agosto	2,0	3,4	-0,2	9,5	6,6	3,0	20,7	5,4	3,4	1,5	13,4	26,4
Settembre	1,8	1,3	0,0	11,0	9,3	3,2	20,7	6,7	2,8	-1,0	15,6	24,6
Ottobre	0,4	1,5	-0,2	10,6	10,9	2,3	23,1	5,9	0,8	0,5	9,3	31,4
Novembre	1,7	1,6	4,4	7,4	10,4	3,8	23,6	6,3	1,9	0,3	10,8	27,4
Dicembre	0,9	1,4	-2,6	9,0	9,5	3,6	21,3	4,3	0,3	2,0	6,2	28,1
ANNI MESI	Lituania	Lussemburgo	Paesi Bassi	Polonia	Portogallo	Regno Unito	Repubblica Ceca	Slovacchia	Slovenia	Spagna	Svezia	Ungheria
2003/2002	8,8	5,1	-2,0	5,5	-0,7	2,7	2,6	-1,3	9,2	5,7	3,5	10,8
2004/2003	12,1	4,3	-2,1	8,1	3,2	4,3	3,6	9,9	5,0	5,5	3,4	9,6
2005/2004	14,7	2,3	-0,4	2,3	1,9	1,0	3,0	8,4	7,6	4,4	4,7	6,2
2006/2005	10,4	4,6	5,2	8,3	2,8	2,8	6,1	10,2	2,4	5,0	7,4	6,4
2006/2005 - PER MESE												
Gennaio	12,6	4,7	5,5	6,2	1,9	-0,4	6,0	6,2	1,8	4,4	7,5	7,7
Febbraio	10,2	7,3	4,5	6,6	1,8	0,8	5,5	6,5	6,2	4,3	5,5	6,4
Marzo	10,9	0,4	5,1	6,0	-0,5	-0,2	5,2	10,3	1,6	6,7	7,1	3,6
Aprile	9,1	4,9	4,6	10,3	2,6	3,2	4,5	9,5	2,8	0,4	6,8	6,2
Maggio	8,2	9,8	12,1	10,9	4,4	2,9	6,7	10,6	5,4	6,7	10,5	6,3
Giugno	9,2	3,4	6,4	9,1	-2,2	3,2	7,6	11,7	3,4	4,5	9,1	4,8
Luglio	11,6	2,2	1,7	8,0	6,8	3,4	7,2	10,0	1,8	5,3	7,2	5,3
Agosto	12,4	5,1	9,5	5,7	4,8	4,0	6,9	9,8	-0,6	7,4	7,3	8,0
Settembre	8,9	2,8	4,9	8,0	4,3	3,6	4,4	12,9	1,3	5,6	6,8	7,7
Ottobre	9,9	3,5	2,3	8,7	2,7	4,0	7,9	12,0	5,7	4,2	8,0	6,8
Novembre	10,5	3,0	5,5	8,6	2,8	3,5	6,1	12,1	4,0	5,8	6,9	6,9
Dicembre	11,0	8,0	1,7	10,3	3,3	4,8	5,1	10,1	-3,0	5,3	6,2	6,7

Fonte: Eurostat; per l'Italia Istat, Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

(a) Le variazioni sono state calcolate a partire da indici a prezzi correnti.

**Tavola 16.10 - Indici del fatturato delle imprese del commercio all'ingrosso e degli intermediari del commercio per alcuni paesi europei e per il complesso dell'Unione europea. Base 2000=100 - Anno 2006**  
(indici e variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; dati corretti per numero di giorni lavorati)

ANNI TRIMESTRI	Italia (a)	Austria	Francia	Germania	Regno Unito	Spagna	Unione europea (Ue27)
INDICI							
2002	104,7	98,7	105,0	93,4	100,6	113,1	103,5
2003	105,6	101,0	105,1	94,4	102,7	118,6	106,0
2004	108,4	107,0	108,6	99,1	107,8	126,6	112,2
2005	109,1	111,1	112,4	104,5	123,1	139,9	120,8
I	111,0	103,8	112,9	102,3	138,7	140,2	124,3
II	114,6	117,4	116,5	111,9	136,6	151,8	130,8
III	106,3	121,9	114,7	113,9	141,7	143,2	130,2
IV	126,6	123,9	128,5	120,2	143,8	159,9	140,2
<b>2006</b>	<b>114,6</b>	<b>116,7</b>	<b>118,1</b>	<b>112,0</b>	<b>140,1</b>	<b>148,7</b>	<b>131,3</b>
VARIAZIONI PERCENTUALI							
2002	0,8	1,9	2,1	-4,4	1,9	5,1	1,4
2003	0,9	2,3	0,1	1,1	2,1	4,9	2,4
2004	2,7	5,9	3,3	5,0	5,0	6,7	5,8
2005	0,6	3,8	3,5	5,4	14,2	10,5	7,7
I	6,3	4,2	4,1	5,4	21,1	10,9	10,6
II	4,4	6,1	6,3	7,9	15,6	9,0	9,1
III	4,4	5,4	5,3	7,0	12,8	8,2	8,5
IV	5,3	4,5	4,7	8,4	7,2	6,8	7,1
<b>2006</b>	<b>5,0</b>	<b>5,0</b>	<b>5,1</b>	<b>7,2</b>	<b>13,8</b>	<b>6,3</b>	<b>8,7</b>

Fonte: Eurostat; per l'Italia Istat, Rilevazione trimestrale del fatturato delle imprese del commercio all'ingrosso e dell'intermediazione commerciale (R)  
(a) Dato non corretto per il numero di giorni lavorati.

**Tavola 16.11 - Indici del fatturato delle imprese della manutenzione e riparazione di autoveicoli per alcuni paesi europei e per il complesso dell'Unione europea. Base 2000=100 - Anno 2006**  
(indici e variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; dati corretti per numero di giorni lavorati)

ANNI TRIMESTRI	Italia (a)	Austria	Francia	Regno Unito	Spagna	Unione europea (Ue27)
INDICI						
2002	108,2	99,3	110,0	115,9	110,3	112,5
2003	111,3	103,7	113,2	122,4	115,8	114,5
2004	114,8	103,0	116,8	134,6	128,0	121,0
2005	116,8	105,7	120,5	139,2	135,8	125,3
I	117,4	98,8	120,2	149,4	137,7	126,8
II	121,6	118,0	120,6	149,1	149,2	132,6
III	109,3	107,2	126,7	147,7	145,4	127,6
IV	133,5	104,7	134,6	138,4	157,2	137,1
<b>2006</b>	<b>120,5</b>	<b>107,1</b>	<b>125,5</b>	<b>146,1</b>	<b>147,3</b>	<b>131,0</b>
VARIAZIONI PERCENTUALI						
2002	3,0	5,5	5,6	13,2	5,7	9,1
2003	2,9	4,4	2,9	5,6	5,0	1,8
2004	3,1	-0,7	3,2	10,0	10,5	5,7
2005	1,7	2,6	3,2	3,4	6,1	3,6
I	6,4	2,0	3,7	11,7	8,3	9,3
II	2,0	-0,9	3,3	7,0	4,8	3,3
III	2,1	2,7	5,7	1,2	8,1	3,1
IV	2,4	1,7	3,8	0,3	12,7	3,1
<b>2006</b>	<b>3,2</b>	<b>1,3</b>	<b>4,1</b>	<b>5,0</b>	<b>8,5</b>	<b>4,5</b>

Fonte: Eurostat; per l'Italia Istat, Rilevazione trimestrale del fatturato nel settore manutenzione e riparazione di autoveicoli (R)  
(a) Dato non corretto per il numero di giorni lavorati.