

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di gennaio 2008 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 97,9 registrando un incremento dell'1,0 per cento rispetto a gennaio 2007. La variazione tendenziale positiva relativa al totale delle vendite è il risultato di aumenti che hanno riguardato sia le vendite di *prodotti alimentari*, sia le vendite di *prodotti non alimentari* (rispettivamente più 1,5 e più 0,7 per cento).

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 gennaio 2008 l'indice destagionalizzato del valore del totale delle vendite al dettaglio, pari a 109,5, ha registrato una variazione positiva dello 0,2 per cento rispetto al precedente mese di dicembre.

Il valore delle vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 117,6, ha segnato un aumento dello 0,1 per cento e il valore delle vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 104,2, ha registrato un aumento dello 0,2 per cento rispetto al precedente mese di dicembre.

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

SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Gen 08	Gen 08 Gen 07	Gen 08	Gen 08 Dic 07
Alimentari	110,1	+ 1,5	117,6	+ 0,1
Non alimentari	89,9	+ 0,7	104,2	+ 0,2
Totale delle vendite	97,9	+1,0	109,5	+ 0,2



Istituto
nazionale
di statistica

COMUNICATO STAMPA

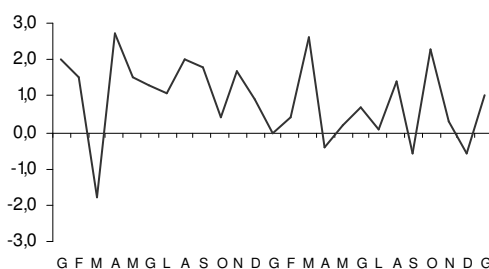
Ufficio della comunicazione
tel. +39 06 4673.2244-2243
Centro di informazione statistica
tel. +39 06 4673.3106

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

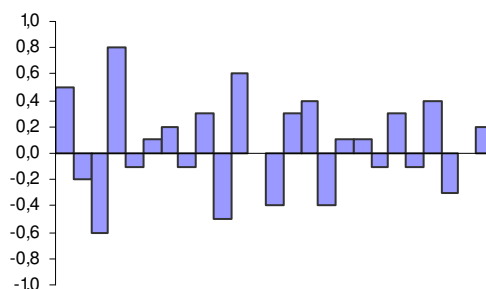
Prossimo comunicato 23 aprile 2008

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali tendenziali



da gennaio 2006 a gennaio 2008

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali congiunturali



da gennaio 2006 a gennaio 2008

Analisi secondo la forma
distributiva

La variazione tendenziale positiva dell'1,0 per cento, registrata a gennaio 2008 per il valore del *totale delle vendite*, è il risultato di incrementi dell'1,5 per cento per le vendite della *grande distribuzione* e dello 0,6 per cento per le vendite delle *imprese operanti su piccole superfici*.

La dinamica tendenziale registrata nel mese di gennaio è risultata più favorevole nella *grande distribuzione* rispetto alle *imprese operanti su piccole superfici*, sia per i *prodotti alimentari* (più 1,7 rispetto a più 0,5 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (più 0,9 rispetto a più 0,6 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. Gennaio 2008

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI %
	Gen 08	Gen 08 Gen 07
Alimentari		
<i>Grande distribuzione</i>	113,6	+ 1,7
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	98,0	+ 0,5
<i>Totale</i>	110,1	+ 1,5
Non alimentari		
<i>Grande distribuzione</i>	117,7	+ 0,9
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	85,7	+ 0,6
<i>Totale</i>	89,9	+ 0,7
Totale delle vendite		
<i>Grande distribuzione</i>	114,4	+ 1,5
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	87,5	+ 0,6
Totale	97,9	+ 1,0

Per quanto riguarda le diverse forme di vendita della grande distribuzione (Tabella 3), nel mese di gennaio 2008 si sono registrate variazioni tendenziali positive per tutte le tipologie.

Gli aumenti più elevati hanno riguardato gli *altri specializzati* (più 3,7 per cento) e i *grandi magazzini* (più 3,3 per cento), mentre la crescita più contenuta ha riguardato gli *ipermercati* (più 0,4 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. Gennaio 2008

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI	VARIAZIONI %
	Gen 08	Gen 08 Gen 07
Totale grande distribuzione	114,4	+ 1,5
Ipermercati	115,3	+ 0,4
Settore alimentare	119,2	+ 2,4
Settore non alimentare	112,3	- 1,0
Supermercati	112,8	+ 1,5
Hard discount	112,7	+ 1,5
Grandi magazzini	115,5	+ 3,3
Altri specializzati	130,0	+ 3,7

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), nel mese di gennaio 2008 le vendite al dettaglio hanno registrato incrementi tendenziali dello 0,7 per cento nelle *piccole imprese*, dello 0,6 per cento nelle *medie imprese* e dell'1,3 per cento nelle *grandi imprese*. Nell'ambito di queste ultime, il valore delle vendite al dettaglio è aumentato dello 0,4 per cento nelle imprese *da 6 a 9 addetti*, dell'1,9 per cento nelle imprese *da 10 a 19 addetti* e dell'1,5 per cento nelle imprese *con almeno 20 addetti*.

Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per dimensione delle imprese. Gennaio 2008

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI %
	Gen 08	Gen 08 Gen 07
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	81,8	+ 0,7
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	87,4	+ 0,6
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	111,2	+ 1,3
- da 6 a 9 addetti	117,2	+ 0,4
- da 10 a 19 addetti	98,4	+ 1,9
- con almeno 20 addetti	114,0	+ 1,5
Totale imprese	97,9	+ 1,0

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 5), nel mese di gennaio 2008 i diversi gruppi di prodotti hanno registrato andamenti piuttosto diversificati.

Gli incrementi maggiori hanno riguardato i gruppi *giochi, giocattoli, sport e campeggio* (più 1,5 per cento), *calzature, articoli in cuoio e da viaggio* (più 1,4 per cento), *prodotti farmaceutici e altri prodotti* (più 1,2 per cento per entrambi). L'unica flessione è stata registrata per il gruppo *supporti magnetici, strumenti musicali* (meno 1,0 per cento) mentre i gruppi *elettrodomestici, radio, tv e registratori e prodotti di profumeria e cura della persona* hanno segnato una variazione tendenziale nulla.

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %
	Gen 08	Gen 08 Gen 07
Alimentari	110,1	+ 1,5
Non alimentari	89,9	+ 0,7
<i>Prodotti farmaceutici</i>	104,5	+ 1,2
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	98,0	+ 0,6
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	84,2	+ 1,4
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	77,8	+ 0,1
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	84,3	0,0
<i>Dotazioni per l'Informatica, telecom., telefonia</i>	67,0	+ 0,4
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	87,3	+ 0,1
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	90,1	+ 0,3
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	80,9	+ 0,4
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	83,7	0,0
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	77,2	+ 0,7
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	99,1	- 1,0
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	87,9	+ 1,5
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	82,7	+ 1,2
Totale	97,9	+ 1,0

Analisi secondo la ripartizione geografica

Nel mese di gennaio 2008 il *valore del totale delle vendite al dettaglio* (Tabella 6) ha segnato variazioni tendenziali positive in tutte le ripartizioni. L'incremento di maggiore entità ha riguardato il Nord-est (più 4,4 per cento), mentre nel Centro si è registrata una variazione nulla.

Le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate unicamente nel Nord-Est (più 7,8 per cento) mentre sono diminuite nelle altre ripartizioni.

Per quanto riguarda le vendite di *prodotti non alimentari* l'aumento più significativo ha riguardato il Nord-Est (più 1,8 per cento) e quello più contenuto il Centro (più 0,4 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. Gennaio 2008

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %
	Gen 08	Gen 08 Gen 07
Nord-ovest		
Alimentari	107,2	- 0,6
Non alimentari	92,0	+ 1,2
Totale	98,5	+ 0,4
Nord-est		
Alimentari	118,3	+ 7,8
Non alimentari	100,3	+ 1,8
Totale	107,8	+ 4,4
Nord		
Alimentari	111,9	+ 2,9
Non alimentari	95,6	+ 1,5
Totale	102,5	+ 2,2
Centro		
Alimentari	97,0	- 0,5
Non alimentari	84,1	+ 0,4
Totale	88,8	0,0
Sud e isole		
Alimentari	115,7	- 0,5
Non alimentari	85,4	+ 0,9
Totale	96,4	+ 0,3
Totale Italia		
Alimentari	110,1	+ 1,5
Non alimentari	89,9	+ 0,7
Totale	97,9	+ 1,0

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di gennaio 2008 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 25,7. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 26,5 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,2 giorni. Rispetto a gennaio 2007 il numero medio dei giorni di apertura è aumentato di 0,6 giorni per le imprese della *grande distribuzione* e di 0,5 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Gen 08	Gen 08 Gen 07
Grande distribuzione	26,5	+ 0,6
Imprese operanti su piccole superfici	25,2	+ 0,5
Totale	25,7	+ 0,6