

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di aprile 2008 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 104,2 con un calo del 2,3 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Questa variazione tendenziale negativa è la sintesi di flessioni dello 0,8 per cento delle vendite di *prodotti alimentari* e del 3,4 per cento di quelle di *prodotti non alimentari*.

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.

Ad aprile 2008 l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio*, pari a 108,8, ha segnato una variazione nulla rispetto al precedente mese di marzo.

Anche le due componenti relative, rispettivamente, alle vendite di *prodotti alimentari* e alle vendite di *prodotti non alimentari* hanno registrato una variazione congiunturale nulla.

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

SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Apr 08	<u>Apr 08</u> <u>Apr 07</u>	Apr 08	<u>Apr 08</u> <u>Mar 08</u>
Alimentari	114,2	- 0,8	117,5	0,0
Non alimentari	97,7	- 3,4	103,2	0,0
Totale delle vendite	104,2	- 2,3	108,8	0,0

S servizi

Istituto
nazionale
di statistica

COMUNICATO STAMPA

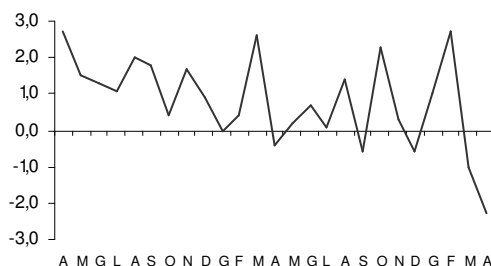
Ufficio della comunicazione
tel. +39 06 4673.2244-2243
Centro di informazione statistica
tel. +39 06 4673.3106

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

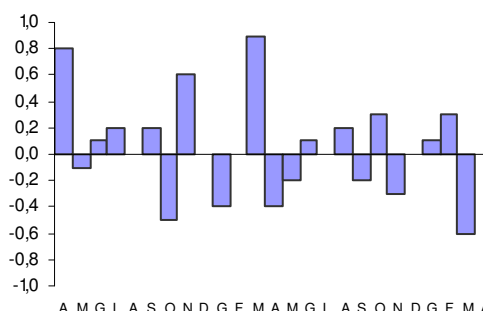
Prossimo comunicato 23 luglio 2008

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali tendenziali



da aprile 2006 ad aprile 2008

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali congiunturali



da aprile 2006 ad aprile 2008

Analisi secondo la forma distributiva

La variazione tendenziale negativa del 2,3 per cento relativa al valore del *totale delle vendite* è la risultante di un aumento dello 0,3 per cento delle vendite delle imprese della *grande distribuzione* e una flessione del 4,1 per cento delle vendite delle *imprese operanti su piccole superfici*.

Ad aprile 2008 la dinamica delle vendite è risultata più favorevole nella *grande distribuzione* che nelle *imprese operanti su piccole superfici* sia per i *prodotti alimentari* (più 0,3 rispetto a meno 5,0 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (più 0,1 rispetto a meno 4,0 per cento).

Nella media dei primi quattro mesi del 2008, il valore del *totale delle vendite* ha registrato un variazione tendenziale di più 0,1 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* hanno segnato una variazione positiva dell'1,6 per cento e quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* sono diminuite dell'1,2 per cento rispetto al primo quadrimestre del 2007.

Con riferimento allo stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* hanno registrato, in termini tendenziali, una crescita dell'1,2 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* un calo dello 0,9 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. Aprile 2008

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Apr 08	Apr 08 Apr 07	Gen-Apr 08 Gen-Apr 07
Alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	119,0	+ 0,3	+ 1,8
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	97,8	- 5,0	- 1,1
<i>Totale</i>	114,2	- 0,8	+ 1,2
Non alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	116,9	+ 0,1	+ 1,0
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	94,8	- 4,0	- 1,3
<i>Totale</i>	97,7	- 3,4	- 0,9
Totale delle vendite			
<i>Grande distribuzione</i>	118,6	+ 0,3	+ 1,6
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	95,3	- 4,1	- 1,2
Totale	104,2	- 2,3	+ 0,1

Analisi secondo la forma distributiva

Nel mese di aprile 2008 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno registrato aumenti del valore delle vendite, ad eccezione degli *hard discount*, che hanno segnato una variazione nulla, e della componente non alimentare degli ipermercati, che ha registrato una diminuzione dello 0,4 per cento (Tabella 3). La crescita di maggiore entità ha riguardato gli *altri specializzati* (più 1,0 per cento),

Nel confronto tendenziale relativo ai primi quattro mesi del 2008 si osserva un aumento del valore delle vendite per tutte le tipologie della grande distribuzione. Gli incrementi maggiori hanno riguardato gli *altri specializzati* e i *grandi magazzini* (rispettivamente più 2,4 e più 2,3 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. Aprile 2008

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Apr 08	Apr 08 Apr 07	Gen-Apr 08 Gen-Apr 07
Totale grande distribuzione	118,6	+ 0,3	+ 1,6
Ipermercati	114,3	+ 0,1	+ 1,1
Settore alimentare	117,9	+ 0,8	+ 2,4
Settore non alimentare	111,5	- 0,4	+ 0,1
Supermercati	116,2	+ 0,3	+ 1,6
Hard discount	137,0	0,0	+ 2,0
Grandi magazzini	124,7	+ 0,2	+ 2,3
Altri specializzati	125,2	+ 1,0	+ 2,4

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), nel mese di aprile 2008 il valore delle vendite ha registrato variazioni negative del 5,6 per cento nelle *piccole imprese*, del 3,2 per cento nelle *medie imprese* e dello 0,4 per cento nelle *grandi imprese*.

Nel periodo gennaio-aprile del 2008 il valore delle vendite è diminuito, rispetto allo stesso periodo del 2007, dell'1,7 per cento nelle *piccole imprese*, dello 0,9 per cento nelle *medie imprese* ed è aumentato dell'1,2 per cento nelle *grandi imprese*.

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

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Apr 08	Apr 08 Apr 07	Gen-Apr 08 Gen-Apr 07
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	90,5	- 5,6	- 1,7
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	98,1	- 3,2	- 0,9
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	114,4	- 0,4	+ 1,2
- da 6 a 9 addetti	108,6	- 3,5	- 0,3
- da 10 a 19 addetti	103,6	- 1,7	- 0,8
- con almeno 20 addetti	121,4	+ 1,3	+ 2,3
Totale imprese	104,2	- 2,3	+ 0,1

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 5), ad aprile 2008 tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le flessioni più marcate hanno riguardato i gruppi *calzature, articoli in cuoio e da viaggio* (meno 6,4 per cento), *abbigliamento e pellicceria* (meno 5,0 per cento) e *giochi, giocattoli, sport e campeggio* (meno 4,9 per cento). Le diminuzioni più contenute sono state registrate, invece, per i gruppi *prodotti farmaceutici* (meno 1,1 per cento) e *supporti magnetici, strumenti musicali* (meno 1,8 per cento).

Anche nella media dei primi quattro mesi del 2008 i diversi gruppi di prodotti non alimentari hanno registrato una diminuzione del valore delle vendite, con l'eccezione del gruppo *altri prodotti (gioiellerie, orologerie)* che ha segnato

una variazione tendenziale nulla. I gruppi *utensileria per la casa e ferramenta, calzature, articoli in cuoio e da viaggio e abbigliamento e pellicceria* hanno subito le flessioni più marcate (rispettivamente meno 1,5 , meno 1,4 e meno 1,3 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %	
	Apr 08	Apr 08 Apr 07	Gen-Apr 08 Gen-Apr 07
Alimentari	114,2	- 0,8	+ 1,2
Non alimentari	97,7	- 3,4	- 0,9
<i>Prodotti farmaceutici</i>	104,3	- 1,1	- 0,3
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	97,0	- 5,0	- 1,3
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	100,6	- 6,4	- 1,4
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	94,5	- 2,5	- 0,7
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	84,8	- 2,1	- 0,9
<i>Dotazioni per l'Informatica, telecom., telefonia</i>	81,9	- 2,4	- 0,9
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	96,9	- 2,9	- 1,1
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	101,8	- 4,2	- 0,9
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	93,8	- 3,4	- 1,5
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	97,6	- 2,7	- 0,7
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	96,9	- 3,4	- 1,0
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	94,2	- 1,8	- 0,9
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	93,1	- 4,9	- 1,1
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	107,2	- 2,8	0,0
Totale	104,2	- 2,3	+ 0,1

Analisi secondo la ripartizione geografica

Ad aprile 2008 il valore del totale delle vendite al dettaglio (Tabella 6) ha registrato variazioni tendenziali negative in tutte le ripartizioni. Le diminuzioni più significative hanno riguardato il Sud e isole e il Centro (rispettivamente meno 4,0 e meno 3,4 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate nel Nord-est e nel Nord-ovest (rispettivamente più 1,1 e più 0,4 per cento) mentre hanno subito flessioni nel Sud e isole e nel Centro (rispettivamente meno 3,3 e meno 2,3 per cento).

Le vendite di *prodotti non alimentari* hanno subito diminuzioni tendenziali in tutte le ripartizioni; le variazioni negative più marcate hanno riguardato il Sud e isole (meno 4,7 per cento) e il Centro (meno 4,1 per cento).

Nel confronto tendenziale relativo ai primi quattro mesi del 2008 il valore del totale delle vendite al dettaglio è aumentato nel Nord-est e nel Nord-ovest (rispettivamente più 1,3 e più 0,5 per cento) ed è diminuito nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 0,8 e meno 0,6 per cento).

Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate in tutte le ripartizioni, con la variazione più ampia nel Nord-est (più 3,5 per cento).

Le vendite di *prodotti non alimentari* hanno registrato una variazione tendenziale positiva nel Nord-ovest (più 0,4 per cento) e flessioni nelle altre ripartizioni.

Tabella 6. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per ripartizione geografica e settore merceologico. Aprile 2008

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Apr 08	Apr 08 Apr 07	Gen-Apr 08 Gen-Apr 07
Nord-ovest			
Alimentari	111,8	0,4	0,5
Non alimentari	107,2	-1,9	0,4
Totale	109,2	-0,9	0,5
Nord-est			
Alimentari	126,1	1,1	3,5
Non alimentari	97,4	-3,5	-0,6
Totale	109,5	-1,3	1,3
Nord			
Alimentari	117,9	0,8	1,9
Non alimentari	103,0	-2,6	0,0
Totale	109,3	-1,1	0,8
Centro			
Alimentari	124,7	-2,3	0,5
Non alimentari	106,5	-4,1	-1,6
Totale	113,1	-3,4	-0,8
Sud e isole			
Alimentari	98,2	-3,3	0,4
Non alimentari	81,7	-4,7	-1,4
Totale	87,7	-4,0	-0,6
Totale Italia			
Alimentari	114,2	- 0,8	+ 1,2
Non alimentari	97,7	- 3,4	- 0,9
Totale	104,2	- 2,3	+ 0,1

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di aprile 2008 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 25,1. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 25,8 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 24,7 giorni. Rispetto ad aprile 2007 il numero medio dei giorni di apertura è aumentato di 1,4 giorni per le imprese della *grande distribuzione* e di 1,3 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Apr 08	Apr 08 Apr 07
Grande distribuzione	25,8	+ 1,4
Imprese operanti su piccole superfici	24,7	+ 1,3
Totale	25,1	+ 1,4