

## Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Giugno 2008

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di giugno 2008 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 104,3 con una flessione del 3,4 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La variazione tendenziale negativa deriva da una diminuzione del 2,3 per cento delle vendite di *prodotti alimentari* e da un calo del 4,1 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.

L'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* relativo al mese di giugno 2008, pari a 108,3 ha segnato una variazione negativa dello 0,5 per cento rispetto al precedente mese di maggio. Il valore delle vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 117,6, è diminuito in termini congiunturali dello 0,2 per cento; il valore delle vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 102,2, ha registrato una flessione dello 0,7 per cento.

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

SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Giu 08	Giu 08 Giu 07	Giu 08	Giu 08 Mag 08
Alimentari	114,5	-2,3	117,6	-0,2
Non alimentari	97,7	-4,1	102,2	-0,7
<b>Totale delle vendite</b>	<b>104,3</b>	<b>-3,4</b>	<b>108,3</b>	<b>-0,5</b>

# S servizi

Istituto  
nazionale  
di statistica

COMUNICATO STAMPA

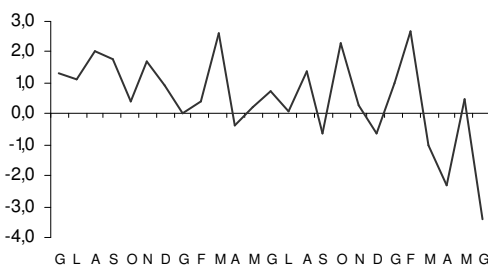
Ufficio della comunicazione  
tel. +39 06 4673.2244-2243  
Centro di informazione statistica  
tel. +39 06 4673.3106

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

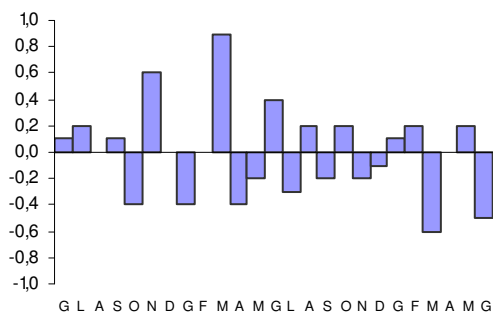
Prossimo comunicato 24 settembre 2008

Indice del valore del totale delle  
vendite  
variazioni percentuali tendenziali



da giugno 2006 a giugno 2008

Indice del valore del totale delle  
vendite  
variazioni percentuali congiunturali



da giugno 2006 a giugno 2008

Analisi secondo la forma  
distributiva

La variazione tendenziale negativa del 3,4 per cento relativa al valore del *totale delle vendite* deriva da flessioni sia delle vendite *della grande distribuzione* (meno 1,5 per cento) sia di quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* (meno 4,8 per cento).

Il calo delle vendite del mese di giugno 2008 è risultato più contenuto nella *grande distribuzione* rispetto alle *imprese operanti su piccole superfici* sia per i *prodotti alimentari* (meno 1,6 per cento rispetto a meno 5,5 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 1,7 per cento rispetto a meno 4,7 per cento).

Nel primo semestre del 2008, il valore del *totale delle vendite* ha registrato una variazione tendenziale negativa dello 0,5 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* sono cresciute dell'1,3 per cento mentre quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno subito una flessione dell'1,8 per cento.

Con riferimento allo stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dello 0,7 per cento mentre le vendite di *prodotti non alimentari* sono diminuite dell'1,4 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. Giugno 2008**

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Giu 08	Giu 08 Giu 07	Gen-Giu 08 Gen-Giu 07
<b>Alimentari</b>			
<i>Grande distribuzione</i>	120,5	- 1,6	+ 1,5
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	93,7	- 5,5	- 1,7
<i>Totale</i>	114,5	- 2,3	+ 0,7
<b>Non alimentari</b>			
<i>Grande distribuzione</i>	127,1	- 1,7	+ 0,5
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	93,3	- 4,7	- 1,8
<i>Totale</i>	97,7	- 4,1	- 1,4
<b>Totale delle vendite</b>			
<i>Grande distribuzione</i>	121,9	- 1,5	+ 1,3
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	93,4	- 4,8	- 1,8
<b>Totale</b>	104,3	- 3,4	- 0,5

Analisi secondo le forme di  
vendita della grande  
distribuzione

A giugno 2008 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno registrato variazioni tendenziali negative del valore delle vendite (Tabella 3).

Le flessioni più marcate hanno riguardato gli *hard discount* (meno 2,3 per cento) e gli *ipermercati* (meno 1,7 per cento).

Nel confronto tendenziale relativo al periodo gennaio-giugno del 2008 si osserva un aumento del valore delle vendite per tutte le tipologie della grande distribuzione, con l'eccezione della componente non alimentare degli *ipermercati* che ha subito una flessione dello 0,3 per cento. Gli aumenti di maggiore entità hanno riguardato i *grandi magazzini* (più 1,9 per cento), gli *altri specializzati* (più 1,6 per cento) e gli *hard discount* (più 1,5 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. Giugno 2008**

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI		VARIAZIONI %	
	Giu 08	Giu 08 Giu 07	Gen-Giu 08 Gen-Giu 07	
<b>Totale grande distribuzione</b>	121,9	- 1,5	+ 1,3	
Ipermercati	119,6	- 1,7	+ 0,6	
Settore alimentare	118,0	- 1,2	+ 1,7	
Settore non alimentare	120,8	- 2,2	- 0,3	
Supermercati	121,6	- 1,5	+ 1,3	
Hard discount	116,5	- 2,3	+ 1,5	
Grandi magazzini	129,5	- 0,7	+ 1,9	
Altri specializzati	139,4	- 1,1	+ 1,6	

*Analisi secondo la dimensione delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), nel mese di giugno 2008 il valore delle vendite ha registrato variazioni negative del 4,8 per cento nelle *piccole* e nelle *medie imprese* e del 2,2 per cento nelle *grandi imprese*. Nel primo semestre del 2008 il valore delle vendite è diminuito, rispetto allo stesso periodo del 2007, del 2,2 per cento nelle *piccole imprese* e dell'1,4 per cento nelle *medie imprese*; è aumentato dello 0,7 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. Giugno 2008**

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI		VARIAZIONI %	
	Giu 08	Giu 08 Giu 07	Gen-Giu 08 Gen-Giu 07	
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	88,1	- 4,8	- 2,2	
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	94,5	- 4,8	- 1,4	
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	117,5	- 2,2	+ 0,7	
- da 6 a 9 addetti	105,6	- 4,7	- 0,9	
- da 10 a 19 addetti	103,5	- 4,3	- 1,1	
- con almeno 20 addetti	128,4	- 0,7	+ 1,9	
<b>Totale imprese</b>	104,3	- 3,4	- 0,5	

*Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 5), a giugno 2008 tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le flessioni di maggiore entità hanno riguardato i gruppi *prodotti di profumeria e cura della persona* (meno 6,0 per cento), *giochi, giocattoli, sport e campeggio* (meno 5,3 per cento), *elettrodomestici, radio, tv e registratori* (meno 5,1 per cento) e *dotazioni per l'informatica, per le telecomunicazioni e la telefonia* (meno 5,0 per cento).

Nel confronto tendenziale con il primo semestre dell'anno precedente tutti i gruppi di prodotti non alimentari hanno registrato un calo del valore delle vendite. Le flessioni più marcate hanno riguardato i gruppi *elettrodomestici, radio, tv e registratori* (meno 2,1 per cento) e *giochi, giocattoli, sport e campeggio* (meno 1,8 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %	
	Giu 08	Giu 08 Giu 07	Gen-Giu 08 Gen-Giu 07
Alimentari	114,5	- 2,3	+ 0,7
Non alimentari	97,7	- 4,1	- 1,4
<i>Prodotti farmaceutici</i>	108,8	- 3,9	- 1,0
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	91,6	- 4,3	- 1,7
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	101,6	- 4,6	- 1,6
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	100,4	- 3,2	- 1,0
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	110,7	- 5,1	- 2,1
<i>Dotazioni per l'Informatica, telecom., telefonia</i>	86,6	- 5,0	- 1,7
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	105,5	- 3,7	- 1,7
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	94,4	- 3,4	- 1,3
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	109,1	- 3,6	- 1,7
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	101,1	- 6,0	- 1,4
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	94,3	- 4,1	- 1,5
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	80,3	- 3,0	- 1,3
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	92,0	- 5,3	- 1,8
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	90,7	- 4,2	- 0,9
<b>Totale</b>	<b>104,3</b>	<b>- 3,4</b>	<b>- 0,5</b>

*Analisi secondo la ripartizione geografica*

Nel mese di giugno 2008 il valore del totale delle vendite al dettaglio (Tabella 6) ha registrato variazioni tendenziali negative in tutte le ripartizioni. Le flessioni maggiori hanno riguardato il Sud e isole (meno 4,2 per cento) e il Centro (meno 4,0 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* hanno registrato la diminuzione più significativa nel Centro e nel Sud e isole (meno 2,5 per cento per entrambe le ripartizioni) e quella più contenuta nel Nord-ovest (meno 1,9 per cento).

Anche le vendite di *prodotti non alimentari* hanno segnato le variazioni tendenziali negative di maggiore entità nel Sud e isole e nel Centro (rispettivamente meno 5,4 e meno 4,9 per cento).

Nel primo semestre del 2008 il valore del totale delle vendite al dettaglio è aumentato nel Nord-est e nel Nord-ovest (rispettivamente più 0,4 e più 0,3 per cento) ed è diminuito nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 1,4 e meno 1,2 per cento).

Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate in tutte le ripartizioni, con l'incremento più ampio nel Nord-est (più 2,3 per cento). Le vendite di *prodotti non alimentari*, invece, hanno registrato variazioni tendenziali negative in tutte le ripartizioni, con le diminuzioni più marcate nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 2,3 e meno 2,2 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. Giugno 2008**

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Giu 08	<u>Giu 08</u> <u>Giu 07</u>	<u>Gen-Giu 08</u> <u>Gen-Giu 07</u>
<b>Nord-ovest</b>			
Alimentari	100,7	- 1,9	+ 0,7
Non alimentari	98,3	- 2,3	- 0,2
<b>Totale</b>	<b>99,3</b>	<b>- 2,2</b>	<b>+ 0,3</b>
<b>Nord-est</b>			
Alimentari	128,9	- 2,4	+ 2,3
Non alimentari	105,1	- 4,2	- 1,1
<b>Totale</b>	<b>115,1</b>	<b>- 3,4</b>	<b>+ 0,4</b>
<b>Nord</b>			
Alimentari	112,7	- 2,2	+ 1,3
Non alimentari	101,2	- 3,2	- 0,6
<b>Totale</b>	<b>106,0</b>	<b>- 2,8</b>	<b>+ 0,3</b>
<b>Centro</b>			
Alimentari	119,3	- 2,5	+ 0,1
Non alimentari	96,6	- 4,9	- 2,3
<b>Totale</b>	<b>104,8</b>	<b>- 4,0</b>	<b>- 1,4</b>
<b>Sud e isole</b>			
Alimentari	115,2	- 2,5	+ 0,1
Non alimentari	92,3	- 5,4	- 2,2
<b>Totale</b>	<b>100,6</b>	<b>- 4,2</b>	<b>- 1,2</b>
<b>Totale Italia</b>			
Alimentari	114,5	-2,3	0,7
Non alimentari	97,7	-4,1	-1,4
<b>Totale</b>	<b>104,3</b>	<b>-3,4</b>	<b>-0,5</b>

*Giorni di apertura  
dichiarati dalle imprese  
commerciali*

A giugno 2008 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 24,7. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 25,6 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 24,1 giorni. Rispetto a giugno 2007 il numero medio dei giorni di apertura è diminuito di 0,6 giorni sia per le imprese della *grande distribuzione* sia per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Giu 08	<u>Giu 08</u> <u>Giu 07</u>
Grande distribuzione	25,6	- 0,6
Imprese operanti su piccole superfici	24,1	- 0,6
<b>Totale</b>	<b>24,7</b>	<b>- 0,6</b>