

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di luglio 2008 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 106,3 con un incremento del 2,1 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La variazione tendenziale positiva relativa al totale delle vendite deriva da aumenti che hanno riguardato sia le vendite di *prodotti alimentari* sia le vendite di *prodotti non alimentari* (rispettivamente più 3,8 e più 1,1 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.

Nel mese di luglio del 2008 l'indice destagionalizzato del valore del totale delle vendite al dettaglio, pari a 109,4, ha registrato una variazione congiunturale positiva dello 0,6 per cento.

Le due componenti relative alle vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 118,7, e alle vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 103,3, hanno segnato aumenti rispetto al precedente mese di giugno della stessa entità (più 0,6 per cento).

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

SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Lug 08	<u>Lug 08</u> <u>Lug 07</u>	Lug 08	<u>Lug 08</u> <u>Giu 08</u>
Alimentari	107,2	+ 3,8	118,7	+ 0,6
Non alimentari	105,7	+ 1,1	103,3	+ 0,6
<b>Totale delle vendite</b>	<b>106,3</b>	<b>+ 2,1</b>	<b>109,4</b>	<b>+ 0,6</b>



Istituto  
nazionale  
di statistica

COMUNICATO STAMPA

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

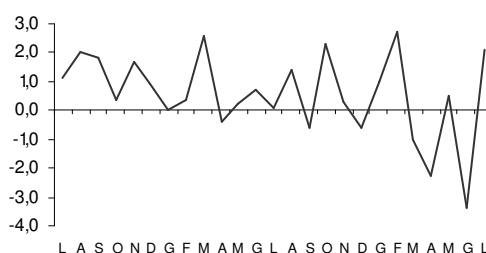
Informazioni e chiarimenti:

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: 22 ottobre 2008

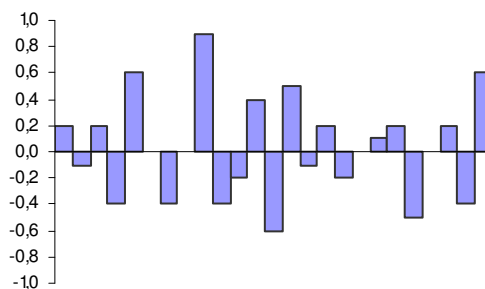


Indice del valore del totale delle  
vendite  
variazioni percentuali tendenziali



da luglio 2006 a luglio 2008

Indice del valore del totale delle  
vendite  
variazioni percentuali congiunturali



da luglio 2006 a luglio 2008

*Analisi secondo la forma distributiva*

La variazione tendenziale positiva del 2,1 per cento, rilevata per il valore del *totale delle vendite*, è il risultato di aumenti che hanno riguardato sia le imprese della *grande distribuzione* (più 4,3 per cento) sia le *imprese operanti su piccole superfici* (più 0,7 per cento).

A luglio 2008 la dinamica tendenziale è risultata più favorevole nella *grande distribuzione* rispetto alle *imprese operanti su piccole superfici*, sia per i *prodotti alimentari* (più 4,5 rispetto a più 0,7 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (più 3,5 rispetto a più 0,7 per cento).

Nel confronto relativo al periodo gennaio-luglio del 2008, il valore del *totale delle vendite* è diminuito dello 0,1 per cento rispetto all'analogo periodo del 2007.

Con riferimento allo stesso periodo, le vendite della *grande distribuzione* sono aumentate dell'1,6 per cento e, al contrario, quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno registrato una variazione negativa dell'1,4 per cento; le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dell'1,2 per cento, mentre quelle di *prodotti non alimentari* sono diminuite dell'1,0 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. Luglio 2008**

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Lug 08	Lug 08 Lug 07	Gen-Lug 08 Gen-Lug 07
<b>Alimentari</b>			
<i>Grande distribuzione</i>	112,0	+ 4,5	+ 1,8
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	90,5	+ 0,7	- 1,4
<i>Totale</i>	107,2	+ 3,8	+ 1,2
<b>Non alimentari</b>			
<i>Grande distribuzione</i>	121,2	+ 3,5	+ 0,9
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	103,4	+ 0,7	- 1,4
<i>Totale</i>	105,7	+ 1,1	- 1,0
<b>Totale delle vendite</b>			
<i>Grande distribuzione</i>	113,9	+ 4,3	+ 1,6
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	101,6	+ 0,7	- 1,4
<b>Totale</b>	106,3	+ 2,1	- 0,1

*Analisi secondo le forme di vendita della grande distribuzione*

A luglio 2008 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno registrato variazioni tendenziali positive (Tabella 3). Gli aumenti maggiori hanno riguardato gli *hard discount* e i *grandi magazzini*, con incrementi, rispettivamente, del 5,9 e del 5,7 per cento.

Anche nella media dei primi sette mesi del 2008 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno segnato, in termini tendenziali, aumenti del valore delle vendite. Gli incrementi più significativi hanno riguardato i *grandi magazzini* e gli *hard discount* (rispettivamente più 2,4 e più 2,1 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. Luglio 2008**

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Lug 08	Lug 08 Lug 07	Gen-Lug 08 Gen-Lug 07
<b>Totale grande distribuzione</b>	113,9	+ 4,3	+ 1,6
Ipermercati	121,4	+ 3,8	+ 1,1
Settore alimentare	106,7	+ 4,9	+ 2,2
Settore non alimentare	133,1	+3,0	+ 0,3
Supermercati	111,7	+ 4,2	+ 1,7
Hard discount	119,2	+ 5,9	+ 2,1
Grandi magazzini	108,4	+ 5,7	+ 2,4
Altri specializzati	100,8	+ 3,8	+ 1,9

*Analisi secondo la dimensione delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), nel mese di luglio 2008 il valore delle vendite ha registrato una diminuzione nelle *piccole imprese* (meno 0,2 per cento) e aumenti nelle *medie imprese* e nelle *grandi imprese* (rispettivamente più 1,0 e più 3,7 per cento).

Nel periodo gennaio-luglio del 2008 il valore delle vendite è diminuito, rispetto allo stesso periodo del 2007, dell'1,9 per cento nelle *piccole imprese* e dell'1,1 per cento nelle *medie imprese*; è aumentato dell'1,1 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. Luglio 2008**

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Lug 08	Lug 08 Lug 07	Gen-Lug 08 Gen-Lug 07
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	98,2	- 0,2	- 1,9
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	99,8	+ 1,0	- 1,1
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	113,5	+ 3,7	+ 1,1
- da 6 a 9 addetti	109,1	+ 2,0	- 0,5
- da 10 a 19 addetti	113,3	+ 2,9	- 0,6
- con almeno 20 addetti	115,5	+ 4,7	+ 2,2
<b>Totale imprese</b>	106,3	+ 2,2	- 0,1

*Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 5), a luglio 2008 tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali positive, ad eccezione dei gruppi *dotazioni per l'informatica, le telecomunicazioni e la telefonia e cartoleria libri, giornali e riviste* (le cui vendite sono diminuite, rispettivamente, dello 0,3 e dello 0,1 per cento) e del gruppo *altri prodotti* che ha segnato una variazione nulla. I gruppi che hanno registrato la crescita più significativa del valore delle vendite sono *abbigliamento e pellicceria* (più 2,2 per cento) e *calzature, articoli in cuoio e da viaggio* (più 2,1 per cento).

Nella media dei primi sette mesi del 2008 tutti i gruppi di prodotti non alimentari hanno registrato variazioni tendenziali negative. In particolare le flessioni più marcate hanno riguardato i gruppi *elettrodomestici, radio, tv e registratori* (meno 1,7 per cento) e *dotazioni per l'informatica, le telecomunicazioni e la telefonia* (meno 1,5 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %	
	Lug 08	Lug 08 Lug 07	Gen-Lug 08 Gen-Lug 07
Alimentari	107,2	+ 3,8	+ 1,2
Non alimentari	105,7	+ 1,1	- 1,0
<i>Prodotti farmaceutici</i>	95,3	+ 1,9	- 0,7
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	101,1	+ 2,2	- 1,0
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	119,3	+ 2,1	- 1,0
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	117,4	+ 0,3	- 0,8
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	93,0	+ 0,3	- 1,7
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	124,7	- 0,3	- 1,5
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	121,7	+ 0,7	- 1,3
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	96,9	+ 1,6	- 1,0
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	111,7	+ 1,3	- 1,3
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	114,7	+ 1,3	- 1,0
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	92,9	- 0,1	- 1,3
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	96,3	+ 1,3	- 0,8
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	118,9	+ 0,4	- 1,4
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	97,7	0,0	- 0,8
<b>Totale</b>	<b>106,3</b>	<b>+ 2,2</b>	<b>- 0,1</b>

*Analisi secondo la ripartizione geografica*

A luglio 2008 il *valore del totale delle vendite al dettaglio* (Tabella 6) ha registrato variazioni tendenziali positive in tutte le ripartizioni. Gli aumenti maggiori hanno riguardato il Nord-est (più 2,9 per cento) e il Nord-ovest (più 2,8 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate soprattutto nel Nord-est (più 5,3 per cento). Le vendite di *prodotti non alimentari* hanno registrato l'aumento più elevato nel Nord-ovest (più 2,2 per cento), mentre nel Centro sono diminuite dello 0,3 per cento.

Nella media dei primi sette mesi del 2008, rispetto al medesimo periodo del 2007, il *valore del totale delle vendite al dettaglio* è aumentato nel Nord-est e nel Nord-ovest (rispettivamente più 0,7 e più 0,6 per cento) ed è diminuito nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 1,0 e meno 0,8 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 2,7 per cento). Le vendite di *prodotti non alimentari*, invece, hanno registrato un modesto incremento (più 0,1 per cento) nel Nord-ovest e variazioni tendenziali negative 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. Luglio 2008**

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Lug 08	Lug 08 Lug 07	Gen-Lug 08 Gen-Lug 07
<b>Nord-ovest</b>			
Alimentari	102,5	+ 3,9	+ 1,1
Non alimentari	108,9	+ 2,2	+ 0,1
<b>Totale</b>	<b>106,2</b>	<b>+ 2,8</b>	<b>+ 0,6</b>
<b>Nord-est</b>			
Alimentari	104,0	+ 5,3	+ 2,7
Non alimentari	96,7	+ 1,0	- 0,8
<b>Totale</b>	<b>99,8</b>	<b>+ 2,9</b>	<b>+ 0,7</b>
<b>Nord</b>			
Alimentari	103,1	+ 4,5	+ 1,7
Non alimentari	103,7	+ 1,7	- 0,2
<b>Totale</b>	<b>103,5</b>	<b>+ 2,9</b>	<b>+ 0,7</b>
<b>Centro</b>			
Alimentari	126,6	+ 2,9	+ 0,5
Non alimentari	106,9	- 0,3	- 2,0
<b>Totale</b>	<b>114,1</b>	<b>+ 1,0</b>	<b>- 1,0</b>
<b>Sud e isole</b>			
Alimentari	102,2	+ 2,9	+ 0,4
Non alimentari	108,5	+ 1,1	- 1,7
<b>Totale</b>	<b>106,2</b>	<b>+ 1,7</b>	<b>- 0,8</b>
<b>Totale Italia</b>			
Alimentari	107,2	+ 3,8	+ 1,2
Non alimentari	105,7	+ 1,1	- 1,0
<b>Totale</b>	<b>106,3</b>	<b>+ 2,2</b>	<b>- 0,1</b>

*Giorni di apertura  
dichiarati dalle imprese  
commerciali*

A luglio 2008 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 26,7. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 27,8 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 26,0 giorni. Rispetto a luglio 2007 il numero medio dei giorni di apertura è aumentato di 0,8 giorni per le imprese della *grande distribuzione* e di 0,7 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Lug 08	Lug 08 Lug 07
Grande distribuzione	27,8	+ 0,8
Imprese operanti su piccole superfici	26,0	+ 0,7
<b>Totale</b>	<b>26,7</b>	<b>+ 0,8</b>