

## Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Novembre 2009

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di novembre 2009, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha registrato una variazione nulla rispetto al precedente mese di ottobre e una diminuzione dell'1,3 per cento rispetto a novembre 2008.

In termini congiunturali le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dello 0,5 per cento mentre le vendite di *prodotti non alimentari* hanno segnato una diminuzione dello 0,2 per cento. Rispetto a novembre 2008, si sono registrate riduzioni dell'1,7 per cento per le vendite di *prodotti alimentari* e dell'1,1 per cento per quelle di *prodotti non alimentari*.

**Tabella 1. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per settore merceologico e forma distributiva. Novembre 2009 (a)**

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Nov 09	Nov 09 Ott 09	Set-Nov 09 Giu-Ago 09	Nov 09	Nov 09 Nov 08	Gen-Nov 09 Gen-Nov 08
<b>Alimentari</b>	<b>103,4</b>	<b>+ 0,5</b>	<b>+ 0,1</b>	<b>100,4</b>	<b>- 1,7</b>	<b>- 1,7</b>
<i>Grande distribuzione</i>				110,4	- 1,9	- 0,5
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				85,8	- 1,4	- 3,4
<b>Non alimentari</b>	<b>99,1</b>	<b>- 0,2</b>	<b>- 0,1</b>	<b>98,0</b>	<b>- 1,1</b>	<b>- 1,9</b>
<i>Grande distribuzione</i>				104,9	- 0,6	- 0,1
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				95,0	- 1,5	- 2,8
<b>Totale delle vendite</b>	<b>100,4</b>	<b>0,0</b>	<b>- 0,1</b>	<b>98,7</b>	<b>- 1,3</b>	<b>- 1,8</b>
<i>Grande distribuzione</i>				107,4	- 1,2	- 0,4
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				93,2	- 1,4	- 2,9

(a) Dati provvisori.

Direzione centrale comunicazione ed editoria

tel. +39 06 4673.2244-2243

Centro di informazione statistica

tel. +39 06 4673.3106

Informazioni e chiarimenti:

Statistiche sull'attività dei servizi

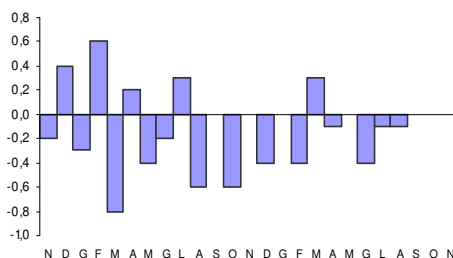
Roma, Viale Liegi 13 – 00198

Laura Leoni tel. +39 06 4673.7284

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

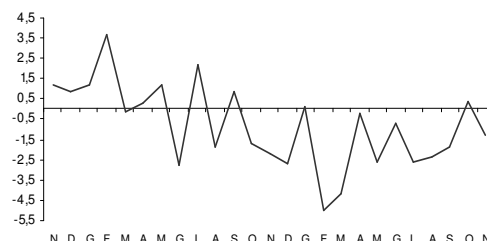
Prossimo comunicato 24 febbraio 2010

Indice del valore del totale delle vendite  
variazioni percentuali congiunturali



da novembre 2007 a novembre 2009

Indice del valore del totale delle vendite  
variazioni percentuali tendenziali



da novembre 2007 a novembre 2009

Nella media degli ultimi tre mesi (periodo settembre-novembre) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* è diminuito dello 0,1 per cento rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* hanno registrato una variazione congiunturale positiva dello 0,1 per cento, mentre quelle di *prodotti non alimentari* hanno subito una flessione dello 0,1 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.

*Analisi secondo la forma distributiva*

La flessione tendenziale che ha riguardato il *totale delle vendite* è il risultato di variazioni tendenziali negative registrate sia per le vendite della *grande distribuzione* (meno 1,2 per cento), sia per quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* (meno 1,4 per cento).

Nella *grande distribuzione* le vendite hanno registrato diminuzioni sia per i *prodotti alimentari* (meno 1,9 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 0,6 per cento). Analogamente, nelle *imprese operanti su piccole superfici*, le vendite di *prodotti alimentari* e quelle di *prodotti non alimentari* hanno segnato variazioni tendenziali negative (rispettivamente meno 1,4 e meno 1,5 per cento).

Nel periodo gennaio-novembre del 2009 il valore del *totale delle vendite* ha registrato una flessione dell'1,8 per cento; le vendite della *grande distribuzione* sono diminuite dello 0,4 per cento e quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* del 2,9 per cento.

Con riferimento allo stesso periodo, le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dell'1,7 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* dell'1,9 per cento.

*Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione*

A novembre 2009 tutte le tipologie di imprese della grande distribuzione hanno segnato variazioni tendenziali negative, con l'eccezione degli *esercizi specializzati a prevalenza non alimentare*, che hanno registrato un aumento del 4,5 per cento. La flessione più marcata ha riguardato i *discount di alimentari* (meno 3,2 per cento).

**Tabella 2. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per tipologia di esercizio della grande distribuzione.**  
Novembre 2009

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Nov 09	Nov 09 Nov 08	Gen-Nov 09 Gen-Nov 08
Esercizi non specializzati	110,1	- 1,2	- 0,5
A prevalenza alimentare	109,6	- 2,5	- 0,8
<i>Ipermercati</i>	112,9	- 2,3	- 1,0
<i>Supermercati</i>	106,3	- 2,6	- 0,6
<i>Discount di alimentari</i>	113,2	- 3,2	- 0,8
A prevalenza non alimentare	112,2	+ 4,5	+ 1,0
Esercizi specializzati	90,0	- 1,9	+ 0,3

*Analisi secondo la dimensione delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), a novembre 2009 il valore delle vendite ha registrato diminuzioni tendenziali dello 0,8 per cento nelle imprese fino a 5 addetti, dell'1,7 per cento nelle imprese da 6 a 49 addetti e dell'1,4 per cento nelle imprese con almeno 50 addetti.

**Tabella 3. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per dimensione delle imprese. Novembre 2009**

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Nov 09	Nov 09 Nov 08	Gen-Nov 09 Gen-Nov 08
Fino a 5 addetti	93,5	- 0,8	- 2,9
Da 6 a 49 addetti	94,9	- 1,7	- 2,7
Almeno 50 addetti	106,5	- 1,4	- 0,4
<b>Totale imprese</b>	<b>98,7</b>	<b>- 1,3</b>	<b>- 1,8</b>

*Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a novembre 2009 i diversi gruppi di prodotti hanno segnato risultati eterogenei. Le variazioni positive più significative hanno riguardato i gruppi *Elettrodomestici, radio, tv e registratori* e *Foto-ottica e pellicole* (rispettivamente più 9,2 e più 5,3 per cento). Al contrario, le flessioni più ampie sono state registrate per i gruppi *Calzature, articoli in cuoio e da viaggio* e *Generi casalinghi durevoli e non durevoli* (rispettivamente meno 4,7 e meno 3,2 per cento).

**Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per gruppo di prodotti. Novembre 2009**

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Nov 09	Nov 09 Nov 08	Gen-Nov 09 Gen-Nov 08
<b>Alimentari</b>	<b>100,4</b>	<b>- 1,7</b>	<b>- 1,7</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>98,0</b>	<b>- 1,1</b>	<b>- 1,9</b>
<i>Prodotti farmaceutici</i>	98,9	+ 1,6	- 0,9
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	104,3	- 3,1	- 2,7
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	90,4	- 4,7	- 3,0
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	92,1	- 2,4	- 2,1
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	103,1	+ 9,2	+ 1,0
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	108,5	- 2,5	- 2,0
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	98,2	+ 5,3	- 0,1
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	93,4	- 3,2	- 1,6
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	95,0	- 2,0	- 2,7
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	92,0	- 3,1	- 1,6
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	85,0	- 1,8	- 2,9
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	117,4	- 2,2	- 1,4
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	104,7	- 2,8	- 1,3
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	92,9	- 2,9	- 3,1
<b>Totale</b>	<b>98,7</b>	<b>- 1,3</b>	<b>- 1,8</b>

*Giorni di apertura  
dichiarati dalle imprese  
commerciali*

Nel mese di novembre del 2009 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un numero medio di giorni di apertura pari a 26,1. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 27,6 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,2. Rispetto allo stesso mese del 2008 si sono rilevati aumenti di 0,3 giorni di apertura per le imprese della *grande distribuzione* e di 0,2 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

**Tabella 5. Numero medio di giorni di apertura degli esercizi commerciali al dettaglio per forma distributiva. Novembre 2009**

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Nov 09	<u>Nov 09</u> Nov 08
Grande distribuzione	27,6	+ 0,3
Imprese operanti su piccole superfici	25,2	+ 0,2
<b>Totale</b>	<b>26,1</b>	<b>+ 0,2</b>