

Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Dicembre 2009

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di dicembre 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 novembre; rispetto a dicembre 2008 l'indice grezzo ha segnato un aumento dello 0,7 per cento.

In termini congiunturali le vendite di *prodotti alimentari* hanno subito una flessione dello 0,5 per cento, mentre le vendite di *prodotti non alimentari* hanno segnato una variazione positiva dello 0,3 per cento. Rispetto a dicembre 2008, vi è stata una flessione dello 0,5 per cento per le vendite di *prodotti alimentari* e un incremento 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. Dicembre 2009 (a)

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Dic 09	Dic 09 Nov 09	Ott-Dic 09 Lug-Set 09	Dic 09	Dic 09 Dic 08	Gen-Dic 09 Gen-Dic 08
Alimentari	102,8	- 0,5	- 0,2	133,1	- 0,5	- 1,5
Grande distribuzione				131,7	+ 0,5	- 0,4
Imprese operanti su piccole superfici				135,2	- 1,8	- 3,2
Non alimentari	99,7	+ 0,3	+ 0,2	152,5	+ 1,1	- 1,6
Grande distribuzione				178,8	+ 4,5	+ 0,4
Imprese operanti su piccole superfici				141,1	- 0,7	- 2,5
Totale delle vendite	100,6	0,0	+ 0,1	146,8	+ 0,7	- 1,6
Grande distribuzione				157,5	+ 2,9	0,0
Imprese operanti su piccole superfici				139,9	- 0,9	- 2,7

(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

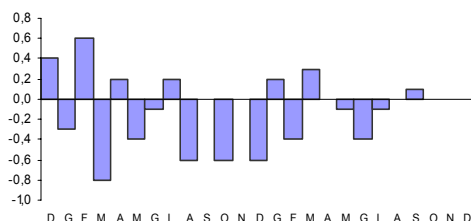
Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

Prossimo comunicato 25 marzo 2010



COMUNICATO STAMPA

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali congiunturali



da dicembre 2007 a dicembre 2009

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali tendenziali



da dicembre 2007 a dicembre 2009

Nell'ultimo trimestre (periodo ottobre-dicembre) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* è aumentato dello 0,1 per cento rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dello 0,2 per cento, mentre quelle di *prodotti non alimentari* sono cresciute dello 0,2 per cento.

Per una corretta 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 variazione tendenziale dello 0,7 per cento che ha riguardato il *totale delle vendite* è il risultato di un incremento del 2,9 per cento registrato per le vendite della *grande distribuzione* e di una flessione dello 0,9 per cento relativa alle vendite delle *imprese operanti su piccole superfici*.

Nella *grande distribuzione* le vendite hanno registrato aumenti sia per i *prodotti alimentari* (più 0,5 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (più 4,5 per cento). Al contrario, nelle *imprese operanti su piccole superfici* le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dell'1,8 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* dello 0,7 per cento.

Nel 2009 il valore del *totale delle vendite* ha registrato, rispetto all'anno precedente, una flessione dell'1,6 per cento a sintesi di riduzioni analoghe delle vendite di *prodotti alimentari* e di quelle di *prodotti non alimentari* (rispettivamente meno 1,5 e meno 1,6 per cento).

Sempre con riferimento alla media del 2009, le vendite della *grande distribuzione* sono rimaste invariate rispetto al 2008, mentre quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* sono diminuite del 2,7 per cento.

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

A dicembre 2009 tutte le tipologie di imprese della grande distribuzione hanno segnato variazioni tendenziali positive, con l'eccezione dei *discount di alimentari*, che hanno registrato una flessione dello 0,3 per cento. L'aumento più marcato ha riguardato gli *esercizi non specializzati a prevalenza non alimentare* (più 6,5 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. Dicembre 2009

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Dic 09	Dic 09 Dic 08	Gen-Dic 09 Gen-Dic 08
Esercizi non specializzati	159,0	+ 3,4	0,0
A prevalenza alimentare	139,8	+ 2,0	- 0,4
<i>Ipermercati</i>	155,6	+ 1,8	- 0,8
<i>Supermercati</i>	132,3	+ 2,6	- 0,3
<i>Discount di alimentari</i>	106,5	- 0,3	- 0,7
A prevalenza non alimentare	231,8	+ 6,5	+ 1,7
Esercizi specializzati	148,4	+ 0,4	+ 0,3
Totale	157,5	+ 2,9	0,0

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), a dicembre 2009 il valore delle vendite ha registrato diminuzioni tendenziali dell'1,3 per cento nelle imprese fino a 5 addetti e dello 0,6 per cento nelle imprese da 6 a 49 addetti. Nelle imprese con almeno 50 addetti le vendite hanno segnato un aumento tendenziale del 3,2 per cento.

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

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Dic 09	Dic 09 Dic 08	Gen-Dic 09 Gen-Dic 08
Fino a 5 addetti	141,2	- 1,3	- 2,6
Da 6 a 49 addetti	138,0	- 0,6	- 2,5
Almeno 50 addetti	158,6	+ 3,2	+ 0,1
Totale imprese	146,8	+ 0,7	- 1,6

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a dicembre 2009 i diversi gruppi di prodotti hanno segnato risultati eterogenei. Le variazioni positive più significative hanno riguardato i gruppi Supporti magnetici, strumenti musicali, Elettrodomestici, radio, tv e registratori e Foto-ottica e pellicole (rispettivamente più 6,7, più 5,4 e più 4,0 per cento). La flessione più ampia ha riguardato il gruppo Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (meno 2,5 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Dic 09	Dic 09 Dic 08	Gen-Dic 09 Gen-Dic 08
Alimentari	133,1	- 0,5	- 1,5
Non alimentari	152,5	+ 1,1	- 1,6
<i>Prodotti farmaceutici</i>	113,3	- 1,3	- 0,9
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	161,5	+ 3,3	- 1,9
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	149,6	- 2,5	- 2,9
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	112,9	- 0,4	- 2,0
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	195,7	+ 5,4	+ 1,3
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	190,9	+ 3,1	- 1,2
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	141,2	+ 4,0	- 0,1
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	133,6	+ 1,6	- 1,3
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	117,9	- 1,6	- 2,6
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	138,9	- 0,1	- 1,4
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	165,6	- 1,4	- 2,8
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	199,3	+ 6,7	0,0
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	203,6	+ 3,4	- 0,6
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	171,5	- 1,6	- 2,9
Totale	146,8	+ 0,7	- 1,6

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

A dicembre 2009 le imprese al dettaglio hanno dichiarato, in media, 27 *giorni di apertura*. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 28,2 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 26,3. Rispetto allo stesso mese del 2008 è stato registrato un aumento di 0,1 giorni di apertura sia per le imprese della *grande distribuzione* sia per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Dic 09	$\frac{\text{Dic 09}}{\text{Dic 08}}$
Grande distribuzione	28,2	+ 0,1
Imprese operanti su piccole superfici	26,3	+ 0,1
Totale	27,0	0,0