

Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Marzo 2010

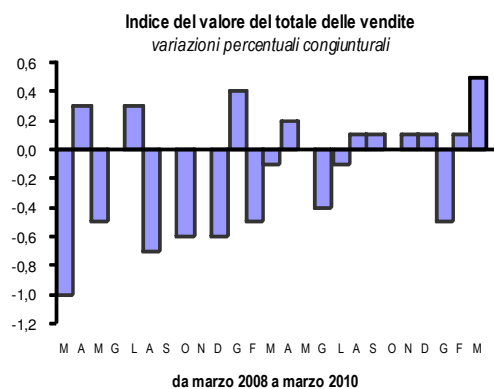
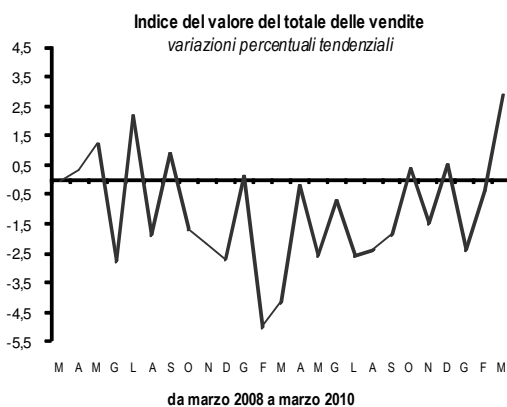
L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di marzo 2010, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha registrato un incremento dello 0,5 per cento rispetto a febbraio 2010; nel confronto con il mese di marzo 2009 l'indice grezzo ha registrato un aumento del 2,9 per cento.

In termini congiunturali (al netto della stagionalità), le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dell'1,1 per cento, mentre quelle di *prodotti non alimentari* sono cresciute dello 0,2 per cento. Rispetto a marzo 2009 le vendite di *prodotti alimentari* e quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato aumenti, rispettivamente, del 3,7 e del 2,7 per cento.

Tabella 1. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per settore merceologico e forma distributiva. Marzo 2010 (a)

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mar 10	Mar 10 Feb 10	Gen-Mar 10 Ott-Dic 09	Mar 10	Mar 10 Mar 09	Gen-Mar 10 Gen-Mar 09
Alimentari	103,4	+ 1,1	- 0,5	104,3	+ 3,7	- 0,3
Grande distribuzione				110,4	+ 4,7	+ 0,5
Imprese operanti su piccole superfici				95,4	+ 1,8	- 1,9
Non alimentari	100,0	+ 0,2	0,0	92,1	+ 2,7	+ 0,3
Grande distribuzione				95,7	+ 4,0	+ 2,2
Imprese operanti su piccole superfici				90,5	+ 1,9	- 0,6
Totale delle vendite	101,0	+ 0,5	- 0,2	95,7	+ 2,9	+ 0,1
Grande distribuzione				102,3	+ 4,4	+ 1,5
Imprese operanti su piccole superfici				91,5	+ 2,0	- 0,8

(a) Dati provvisori



S servizi

Istituto
nazionale
di statistica

COMUNICATO STAMPA

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 24 giugno 2010

Nel primo trimestre del 2010 (periodo gennaio-marzo) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* è diminuito dello 0,2 per cento rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso periodo, le vendite di *prodotti alimentari* hanno segnato una flessione dello 0,5 per cento, mentre *quelle di prodotti non alimentari* hanno registrato una variazione nulla.

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

L'incremento del 2,9 per cento registrato nel confronto con il mese di marzo 2009 per il *totale delle vendite* deriva da aumenti del 4,4 per cento per le vendite della *grande distribuzione* e del 2,0 per cento per quelle delle *imprese operanti su piccole superfici*.

Nella *grande distribuzione* le vendite hanno registrato un incremento sia per i *prodotti alimentari* (più 4,7 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (più 4,0 per cento). Anche per le *imprese operanti su piccole superfici* vi sono state variazioni positive sia per le vendite di *prodotti alimentari* (più 1,8 per cento), sia per quelle di *prodotti non alimentari* (più 1,9 per cento).

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

Nel mese di marzo 2010 tutte le tipologie di imprese della *grande distribuzione* hanno segnato, in termini tendenziali, risultati positivi. La crescita più ampia ha riguardato gli *esercizi specializzati* (più 7,5 per cento), mentre quella più contenuta è stata registrata dagli *esercizi non specializzati a prevalenza non alimentare* (più 1,7 per cento).

Anche nella media dei primi tre mesi del 2010 le tipologie di imprese della *grande distribuzione* hanno registrato incrementi tendenziali del valore delle vendite; gli aumenti più significativi si sono verificati per gli *esercizi specializzati* (più 3,5 per cento) e gli *esercizi non specializzati a prevalenza non alimentare* (più 2,3 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. Marzo 2010 (a)

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mar 10	Mar 10 Mar 09	Gen-Mar 10 Gen-Mar 09
Esercizi non specializzati	102,3	+ 3,9	+ 1,1
A prevalenza alimentare	103,0	+ 4,4	+ 0,8
<i>Ipermercati</i>	97,5	+ 4,1	+ 0,7
<i>Supermercati</i>	105,7	+ 4,9	+ 0,8
<i>Discount di alimentari</i>	114,6	+ 3,6	+ 0,6
A prevalenza non alimentare	99,6	+ 1,7	+ 2,3
Esercizi specializzati	102,3	+ 7,5	+ 3,5
Totale	102,3	+ 4,4	+ 1,5

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la dimensione
delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), nel mese di marzo 2010 il valore delle vendite è aumentato, in termini tendenziali, dell'1,4 per cento nelle imprese fino a 5 addetti, del 2,2 per cento nelle imprese da 6 a 49 addetti e del 4,8 per cento per le 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. Marzo 2010 (a)

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mar 10	Mar 10 Mar 09	Gen-Mar 10 Gen-Mar 09
Fino a 5 addetti	87,9	+ 1,4	- 1,7
Da 6 a 49 addetti	94,9	+ 2,2	- 0,7
Almeno 50 addetti	103,6	+ 4,8	+ 2,0
Totale imprese	95,7	+ 2,9	+ 0,1

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la tipologia
merceologica dei prodotti
non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a marzo 2010 tutti i gruppi hanno mostrato risultati positivi. Gli aumenti più significativi hanno riguardato i gruppi Giochi, giocattoli, sport e campeggio (più 6,4 per cento) e Supporti magnetici, strumenti musicali (più 4,1 per cento). Nel primo trimestre del 2010 le vendite di prodotti non alimentari hanno segnato risultati differenziati per i diversi gruppi. La crescita tendenziale più ampia ha riguardato il gruppo Supporti magnetici, strumenti musicali (più 4,4 per cento), mentre il calo più marcato è stato registrato dal gruppo Prodotti farmaceutici (meno 1,6 per cento).

Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per gruppo di prodotti. Marzo 2010 (a)

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mar 10	Mar 10 Mar 09	Gen-Mar 10 Gen-Mar 09
Alimentari	104,3	+ 3,7	- 0,3
Non alimentari	92,1	+ 2,7	+ 0,3
Prodotti farmaceutici	101,6	+ 0,9	- 1,6
Abbigliamento e pellicceria	87,3	+ 3,1	+ 0,4
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	85,4	+ 3,0	+ 0,7
Mobili, articoli tessili, arredamento	95,1	+ 2,5	+ 0,6
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	101,1	+ 3,5	+ 2,3
Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia	89,1	0,0	- 0,1
Foto-ottica e pellicole	83,1	+ 3,5	+ 2,2
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	95,4	+ 2,8	+ 0,2
Utensileria per la casa e ferramenta	90,3	+ 2,7	- 0,5
Prodotti di profumeria, cura della persona	94,0	+ 2,7	+ 0,5
Cartoleria, libri, giornali e riviste	77,1	+ 1,6	- 0,8
Supporti magnetici, strumenti musicali	89,7	+ 4,1	+ 4,4
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	87,6	+ 6,4	+ 2,0
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	93,4	+ 3,3	- 0,2
Totale	95,7	+ 2,9	+ 0,1

(a) Dati provvisori

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di marzo 2010 le imprese al dettaglio hanno dichiarato, in media, 27,0 *giorni di apertura*. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 28,1 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 26,3. Rispetto allo stesso mese del 2009 il numero di giorni di apertura è aumentato di 0,2 giorni per le imprese della *grande distribuzione* e di 0,4 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Tabella 5. Numero medio di giorni di apertura degli esercizi commerciali al dettaglio per forma distributiva. Marzo 2010 (a)

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Mar 10	<u>Mar 10</u> Mar 09
Grande distribuzione	28,1	+ 0,2
Imprese operanti su piccole superfici	26,3	+ 0,4
Totale	27,0	+ 0,3

(a) Dati provvisori