

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

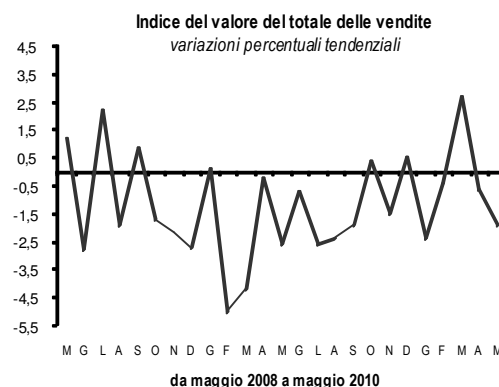
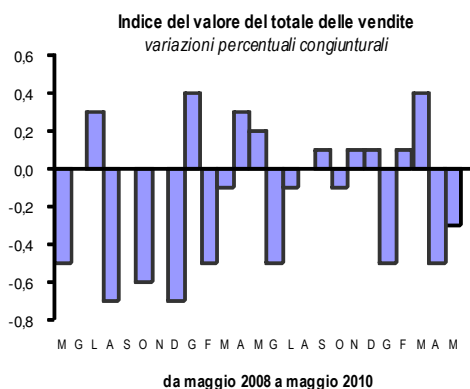
L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di maggio 2010, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* è diminuito dello 0,3 per cento rispetto ad aprile 2010; nel confronto con il mese di maggio 2009 l'indice grezzo ha registrato una variazione negativa dell'1,9 per cento.

In termini congiunturali (al netto della stagionalità), le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dello 0,1 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* dello 0,4 per cento. Rispetto a maggio 2009 le vendite di *prodotti alimentari* e quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato entrambe un calo del 2,0 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. Maggio 2010 (a)

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mag 10	Mag 10 Apr 10	Mar-Mag 10 Dic 09-Feb 10	Mag 10	Mag 10 Mag 09	Gen-Mag 10 Gen-Mag 09
Alimentari	102,2	- 0,1	+ 0,1	100,6	- 2,0	- 1,2
Grande distribuzione				106,8	- 0,8	- 0,7
Imprese operanti su piccole superfici				91,6	- 3,9	-2,3
Non alimentari	99,1	- 0,4	- 0,3	95,5	- 2,0	- 0,2
Grande distribuzione				98,8	- 0,2	+ 1,3
Imprese operanti su piccole superfici				94,1	- 2,7	- 0,9
Totale delle vendite	100,0	- 0,3	- 0,1	97,0	- 1,9	- 0,5
Grande distribuzione				102,4	- 0,5	+ 0,4
Imprese operanti su piccole superfici				93,6	- 2,9	- 1,1

(a) Dati provvisori



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 31 agosto 2010

Nell'ultimo trimestre (periodo marzo-maggio) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha subito una lieve flessione rispetto ai tre mesi precedenti (meno 0,1 per cento). Nello stesso periodo, le vendite di *prodotti alimentari* hanno segnato una variazione positiva dello 0,1 per cento, mentre *quelle di prodotti non alimentari* hanno registrato una diminuzione dello 0,3 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 diminuzione dell'1,9 per cento registrata nel confronto con il mese di maggio 2009 per il *totale delle vendite* deriva da variazioni negative che hanno riguardato sia le vendite della *grande distribuzione* sia quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* (rispettivamente meno 0,5 e meno 2,9 per cento). Nella *grande distribuzione* le vendite di *prodotti alimentari* e quelle di prodotti non alimentari sono diminuite, rispettivamente, dello 0,8 e dello 0,2 per cento. Anche per le *imprese operanti su piccole superfici* entrambi i comparti hanno registrato una variazione negativa: meno 3,9 per cento per le vendite di *prodotti alimentari* e meno 2,7 per cento per quelle di *prodotti non alimentari*. Nel confronto con i primi cinque mesi del 2009 il valore del *totale delle vendite* ha segnato una flessione dello 0,5 per cento, a sintesi di un incremento dello 0,4 per cento per la *grande distribuzione* e di un calo dell'1,1 per cento per le *imprese operanti su piccole superfici*. Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* e quelle di *prodotti non alimentari* hanno subito flessioni, rispettivamente, dell'1,2 e dello 0,2 per cento.

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

A maggio 2010 tutte le tipologie di imprese della *grande distribuzione* hanno segnato, in termini tendenziali, risultati negativi, con la sola eccezione degli *esercizi specializzati* (più 0,7 per cento). Tra gli *esercizi non specializzati*, gli *ipermercati* hanno registrato la flessione più ampia (meno 1,0 per cento) e i *supermercati* quella più contenuta (meno 0,5 per cento). Nel confronto con i primi cinque mesi del 2009 l'incremento più sostenuto (più 2,3 per cento) ha riguardato gli *esercizi specializzati* mentre gli *ipermercati* hanno registrato la variazioni negativa più elevata (meno 0,5 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. Maggio 2010 (a)

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mag 10	Mag 10 Mag 09	Gen-Mag 10 Gen-Mag 09
Esercizi non specializzati	102,0	- 0,8	0,0
A prevalenza alimentare	101,7	- 0,8	- 0,4
<i>Ipermercati</i>	100,5	- 1,0	- 0,5
<i>Supermercati</i>	101,0	- 0,5	- 0,3
<i>Discount di alimentari</i>	112,2	- 0,8	- 0,2
A prevalenza non alimentare	103,0	- 0,8	+ 1,7
Esercizi specializzati	104,9	+ 0,7	+ 2,3
Totale	102,4	- 0,5	+ 0,4

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), nel mese di maggio 2010 il valore delle vendite è diminuito, in termini tendenziali, nelle imprese fino a 5 addetti (meno 3,1 per cento) e nelle imprese da 6 a 49 addetti (meno 3,3 per cento); al contrario, le imprese con almeno 50 addetti hanno registrato un lieve aumento (più 0,1 per cento).

Tabella 3. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per dimensione delle imprese. Maggio 2010 (a)

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mag 10	Mag 10 Mag 09	Gen-Mag 10 Gen-Mag 09
Fino a 5 addetti	93,8	- 3,1	- 1,8
Da 6 a 49 addetti	93,2	- 3,3	- 1,2
Almeno 50 addetti	103,0	+ 0,1	+ 0,9
Totale imprese	97,0	- 1,9	- 0,5

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Per quanto riguarda le vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a maggio 2010 tutti i gruppi hanno mostrato risultati negativi, con l'eccezione dei gruppi Supporti magnetici, strumenti musicali ed Elettrodomestici, radio, tv e registratori (rispettivamente più 3,6 e più 1,6 per cento). I gruppi Calzature, articoli in cuoio e da viaggio e Abbigliamento e pellicceria hanno registrato le variazioni negative più marcate (rispettivamente meno 5,2 e meno 4,5 per cento). Nel periodo gennaio-maggio del 2010, la crescita tendenziale più ampia ha riguardato il gruppo Supporti magnetici, strumenti musicali (più 3,9 per cento), mentre il calo più marcato è stato registrato dal gruppo Cartoleria, libri, giornali e riviste (meno 1,2 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Mag 10	Mag 10 Mag 09	Gen-Mag 10 Gen-Mag 09
Alimentari	100,6	- 2,0	- 1,2
Non alimentari	95,5	- 2,0	- 0,2
<i>Prodotti farmaceutici</i>	93,9	- 1,4	- 1,1
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	95,4	- 4,5	- 1,0
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	98,5	- 5,2	- 0,8
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	94,0	- 0,9	+ 0,3
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	97,4	+ 1,6	+ 1,9
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	90,2	- 2,4	- 0,8
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	101,6	- 1,8	+ 1,1
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	92,8	- 1,8	0,0
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	105,7	- 0,9	- 0,4
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	98,0	- 3,1	- 0,4
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	102,8	- 1,2	- 1,2
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	84,0	+ 3,6	+ 3,9
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	88,8	- 4,0	+ 0,5
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	91,6	- 1,4	- 0,3
Totale	97,0	- 1,9	- 0,5

(a) Dati provvisori

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di maggio 2010 le imprese al dettaglio hanno dichiarato, in media, 26,2 giorni di apertura. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 27,7 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,3. Rispetto allo stesso mese del 2009 il numero di giorni di apertura è aumentato di 0,1 giorni per le imprese della *grande distribuzione* ed è rimasto invariato per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Mag 10	$\frac{\text{Mag 10}}{\text{Mag 09}}$
Grande distribuzione	27,7	+ 0,1
Imprese operanti su piccole superfici	25,3	0,0
Totale	26,2	0,0

(a) Dati provvisori