

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

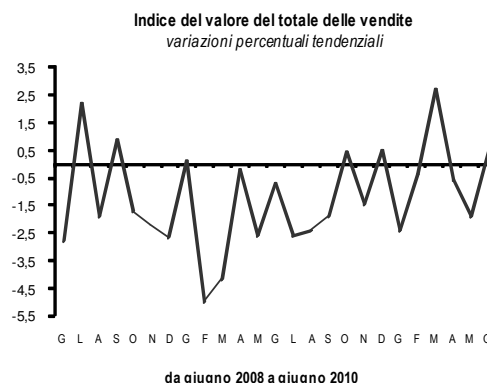
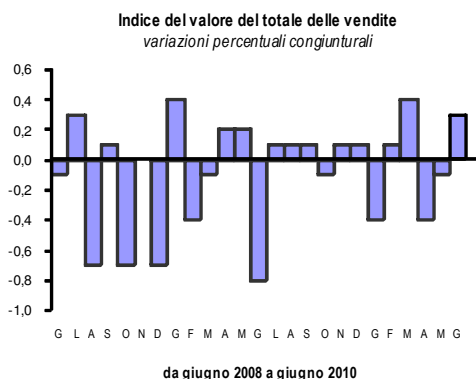
L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di giugno 2010, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* è aumentato dello 0,3 per cento rispetto a maggio 2010; nel confronto con il mese di giugno 2009 l'indice grezzo ha registrato una variazione positiva dello 0,5 per cento.

In termini congiunturali (al netto della stagionalità), le vendite di *prodotti alimentari* sono rimaste invariate e quelle dei *prodotti non alimentari* sono aumentate dello 0,5 per cento. Rispetto a giugno 2009 le vendite di *prodotti alimentari* hanno registrato un calo dello 0,5 per cento, mentre quelle di *prodotti non alimentari* sono aumentate dello 0,9 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. Giugno 2010 (a)

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Giu 10	Giu 10 Mag 10	Apr-Giu 10 Gen 09-Mar 10	Giu 10	Giu 10 Giu 09	Gen-Giu 10 Gen-Giu 09
Alimentari	102,4	0,0	- 0,2	104,1	- 0,5	- 1,1
Grande distribuzione				106,6	- 0,5	- 0,6
Imprese operanti su piccole superfici				100,6	- 0,5	- 1,9
Non alimentari	100,0	+ 0,5	0,0	96,1	+ 0,9	0,0
Grande distribuzione				100,9	+ 1,2	+ 1,3
Imprese operanti su piccole superfici				94,1	+ 1,0	- 0,6
Totale delle vendite	100,7	+ 0,3	- 0,1	98,5	+ 0,5	- 0,3
Grande distribuzione				103,5	+ 0,5	+ 0,4
Imprese operanti su piccole superfici				95,4	+ 0,6	- 0,9

(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 24 settembre 2010

Nell'ultimo trimestre (periodo aprile-giugno) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha subito una lieve flessione (meno 0,1 per cento) rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso periodo, le vendite di *prodotti alimentari* hanno segnato un calo dello 0,2 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'aumento dello 0,5 per cento registrato nel confronto con il mese di giugno 2009 per il *totale delle vendite*, deriva da variazioni positive sia delle vendite della *grande distribuzione*, sia di quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* (rispettivamente più 0,5 e più 0,6 per cento).

Nella *grande distribuzione* le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dello 0,5 per cento, quelle di prodotti non alimentari sono invece aumentate dell'1,2 per cento. Per le *imprese operanti su piccole superfici* le vendite di *prodotti alimentari* hanno registrato una flessione dello 0,5 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* un aumento dell'1,0 per cento.

Nel confronto tendenziale relativo ai primi sei mesi del 2010 il valore del *totale delle vendite* ha segnato una flessione dello 0,3 per cento, a sintesi di un incremento dello 0,4 per cento per la *grande distribuzione* e di un calo dello 0,9 per cento per le *imprese operanti su piccole superfici*. Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dell'1,1 per cento mentre quelle di *prodotti non alimentari* sono rimaste invariate.

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

Con riferimento alla *grande distribuzione*, a giugno 2010 sia gli *esercizi specializzati* sia quelli *non specializzati* hanno registrato un aumento del valore delle vendite (rispettivamente più 1,3 e più 0,3 per cento). All'interno dei secondi, quelli *a prevalenza alimentare* hanno subito una flessione dello 0,4 per cento e quelli *a prevalenza non alimentare* hanno registrato una crescita del 2,9 per cento.

Nel confronto con il primo semestre del 2009 gli *esercizi specializzati* e quelli *non specializzati a prevalenza non alimentare* hanno registrato un aumento del valore delle vendite (più 1,8 per cento per entrambi); per gli *esercizi non specializzati a prevalenza alimentare*, invece, vi è stata una diminuzione dello 0,4 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. Giugno 2010 (a)

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Giu 10	Giu 10 Giu 09	Gen-Giu 10 Gen-Giu 09
Esercizi non specializzati	102,3	+ 0,3	+ 0,1
A prevalenza alimentare	102,7	- 0,4	- 0,4
<i>Ipermercati</i>	98,1	- 1,3	- 0,5
<i>Supermercati</i>	106,2	+ 0,5	- 0,2
<i>Discount di alimentari</i>	104,1	- 1,2	- 0,3
A prevalenza non alimentare	100,7	+ 2,9	+ 1,8
Esercizi specializzati	111,0	+ 1,3	+ 1,8
Totale	103,5	+ 0,5	+ 0,4

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la dimensione
delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), a giugno 2010, in termini tendenziali, il valore delle vendite è rimasto invariato nelle imprese fino a 5 addetti, mentre è aumentato sia nelle imprese da 6 a 49 addetti sia nelle imprese con almeno 50 addetti (rispettivamente più 0,6 e più 1,1 per cento).

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

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Giu 10	Giu 10 Giu 09	Gen- Giu 10 Gen- Giu 09
Fino a 5 addetti	93,0	0,0	- 1,5
Da 6 a 49 addetti	98,5	+ 0,6	- 0,9
Almeno 50 addetti	103,7	+ 1,1	+ 1,0
Totale imprese	98,5	+ 0,5	- 0,3

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la tipologia
merceologica dei prodotti
non alimentari

Per quanto riguarda le vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a giugno 2010 le variazioni positive più ampie hanno riguardato i gruppi Foto-ottica e pellicole (più 4,7 per cento) e Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (più 3,1 per cento). Al contrario, i gruppi Supporti magnetici, strumenti musicali e Utensileria per la casa e ferramenta hanno registrato le diminuzioni più marcate (rispettivamente meno 2,4 e meno 1,1 per cento).

Nel confronto tra i primi sei mesi del 2010 e il medesimo periodo dell'anno precedente gli aumenti maggiori hanno riguardato i gruppi Supporti magnetici, strumenti musicali (più 2,8 per cento) ed Elettrodomestici, radio, tv e registratori (più 2,1 per cento); il calo più ampio è stato registrato dal gruppo Cartoleria, libri, giornali e riviste (meno 1,1 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Giu 10	Giu 10 Giu 09	Gen-Giu 10 Gen-Giu 09
Alimentari	104,1	- 0,5	- 1,1
Non alimentari	96,1	+ 0,9	0,0
Prodotti farmaceutici	101,4	+ 1,1	- 0,6
Abbigliamento e pellicceria	88,2	+ 1,4	- 0,7
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	95,8	+ 3,1	- 0,1
Mobili, articoli tessili, arredamento	96,8	+ 1,8	+0,5
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	99,5	+ 2,8	+2,1
Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia	95,5	- 0,4	- 0,7
Foto-ottica e pellicole	105,0	+ 4,7	+1,9
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	98,9	+ 0,6	+ 0,2
Utensileria per la casa e ferramenta	102,0	- 1,1	- 0,7
Prodotti di profumeria, cura della persona	92,1	0,0	- 0,4
Cartoleria, libri, giornali e riviste	78,1	- 0,3	- 1,1
Supporti magnetici, strumenti musicali	86,4	- 2,4	+ 2,8
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	100,4	- 0,2	+ 0,2
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	99,5	+ 1,7	+ 0,2
Totale	98,5	+ 0,5	+ 0,3

(a) Dati provvisori

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di giugno 2010 le imprese al dettaglio hanno dichiarato, in media, 25,8 giorni di apertura. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 27,0 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,1. Rispetto allo stesso mese del 2009 il numero di giorni di apertura è diminuito di 0,3 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. Giugno 2010 (a)

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Giu 10	$\frac{\text{Giu 10}}{\text{Giu 09}}$
Grande distribuzione	27,0	- 0,3
Imprese operanti su piccole superfici	25,1	0,0
Totale	25,8	- 0,1

(a) Dati provvisori