

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



Istituto
nazionale
di statistica

COMUNICATO STAMPA

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di gennaio 2010, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha registrato una variazione negativa dello 0,5 per cento rispetto al dicembre 2009; nel confronto con il mese di gennaio 2009 l'indice grezzo ha registrato una flessione del 2,6 per cento.

In termini congiunturali (al netto della stagionalità), le vendite di *prodotti alimentari* e quelle di *prodotti non alimentari* sono diminuite, rispettivamente, dell'1,0 e dello 0,3 per cento. Rispetto a gennaio 2009 vi è stata una flessione del 3,3 per cento per le vendite di *prodotti alimentari* e un calo del 2,3 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. Gennaio 2010 (a)

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI	
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI
	Gen 10	Gen 10 Dic 09	Nov 09-Gen 10 Ago-Ott 09	Gen 10	Gen 10 Gen 09
Alimentari	101,9	- 1,0	- 0,4	86,9	- 3,3
<i>Grande distribuzione</i>				88,4	- 3,5
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				84,8	- 3,1
Non alimentari	99,2	- 0,3	0,0	90,2	- 2,3
<i>Grande distribuzione</i>				92,4	- 2,9
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				89,2	- 2,0
Totale delle vendite	100,0	- 0,5	- 0,2	89,2	- 2,6
<i>Grande distribuzione</i>				90,6	- 3,1
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				88,3	- 2,2

(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:

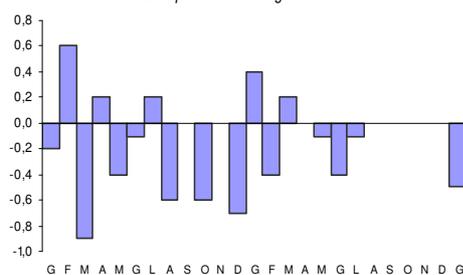
Statistiche sull'attività dei servizi

Roma, Viale Liegi 13 – 00198

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

Prossimo comunicato 23 aprile 2010

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali congiunturali



da gennaio 2008 a gennaio 2010

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali tendenziali



da gennaio 2008 a gennaio 2010

Nell'ultimo trimestre (periodo novembre 2009-gennaio 2010) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha subito una flessione dello 0,2 per cento rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso periodo, le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dello 0,4 per cento, mentre quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato una variazione congiunturale 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

La flessione del 2,6 per cento registrata nel confronto con il mese di gennaio 2009 per il *totale delle vendite* deriva da cali tendenziali del 3,1 per cento per le vendite della *grande distribuzione* e del 2,2 per cento per le vendite delle *imprese operanti su piccole superfici*.

Nella *grande distribuzione* le vendite hanno registrato diminuzioni sia per i *prodotti alimentari* (meno 3,5 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 2,9 per cento). Anche per le *imprese operanti su piccole superfici* si sono registrate variazioni negative tanto per le vendite di *prodotti alimentari* (meno 3,1 per cento) che per quelle di *prodotti non alimentari* (meno 2,0 per cento).

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

Nel mese di gennaio 2010 tutte le tipologie di imprese della grande distribuzione hanno segnato variazioni tendenziali negative. La flessione più ampia ha riguardato gli *esercizi non specializzati a prevalenza non alimentare* (meno 4,2 per cento). Al contrario, la diminuzione più contenuta è quella relativa agli *esercizi specializzati* (meno 2,1 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. Gennaio 2010 (a)

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI
	Gen 10	Gen 10 Gen 09
Esercizi non specializzati	90,2	- 3,3
A prevalenza alimentare	88,0	- 3,0
<i>Ipermercati</i>	82,0	- 3,0
<i>Supermercati</i>	90,6	- 3,0
<i>Discount di alimentari</i>	102,0	- 2,9
A prevalenza non alimentare	98,9	- 4,2
Esercizi specializzati	93,0	- 2,1
Totale	90,6	- 3,1

(a) Dati provvisori

*Analisi secondo la dimensione
delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), nel mese di gennaio 2010 il valore delle vendite ha registrato diminuzioni tendenziali del 3,7 per cento nelle imprese fino a 5 addetti, dell'1,8 per cento nelle imprese da 6 a 49 addetti e del 2,2 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. Gennaio 2010 (a)

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI
	Gen 10	Gen 10 Gen 09
Fino a 5 addetti	84,2	- 3,7
Da 6 a 49 addetti	88,4	- 1,8
Almeno 50 addetti	94,5	- 2,2
Totale imprese	89,2	- 2,6

(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 gennaio 2010 tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le flessioni più marcate hanno riguardato i gruppi Dotazioni per l'informatica, le telecomunicazioni e la telefonia e Prodotti farmaceutici (rispettivamente meno 4,3 e meno 4,2 per cento). Le diminuzioni più contenute hanno riguardato i gruppi Foto-ottica e pellicole e Giochi, giocattoli, sport e campeggio (rispettivamente meno 0,6 e meno 0,9 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI
	Gen 10	Gen 10 Gen 09
Alimentari	86,9	- 3,3
Non alimentari	90,2	- 2,3
Prodotti farmaceutici	81,2	- 4,2
Abbigliamento e pellicceria	107,2	- 1,2
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	92,6	- 1,2
Mobili, articoli tessili, arredamento	98,5	- 1,3
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	95,7	- 2,2
Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia	87,4	- 4,3
Foto-ottica e pellicole	86,8	- 0,6
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	94,4	- 2,8
Utensileria per la casa e ferramenta	82,1	- 1,8
Prodotti di profumeria, cura della persona	91,5	- 1,2
Cartoleria, libri, giornali e riviste	78,9	- 2,2
Supporti magnetici, strumenti musicali	78,1	- 2,0
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	89,1	- 0,9
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	82,8	- 3,4
Totale	89,2	- 2,6

(a) Dati provvisori

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di gennaio 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 27,3 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,5. Rispetto allo stesso mese del 2009 vi è stata una diminuzione di 0,2 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. Gennaio 2010 (a)

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Gen 10	<u>Gen 10</u> Gen 09
Grande distribuzione	27,3	- 0,2
Imprese operanti su piccole superfici	25,5	- 0,2
Totale	26,2	- 0,2

(a) Dati provvisori