

Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Dicembre 2007

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di dicembre 2007 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 156,7 con una variazione negativa dello 0,6 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La diminuzione tendenziale relativa al totale delle vendite è la sintesi di un aumento che ha riguardato le vendite di *prodotti alimentari* (più 0,2 per cento) e di una flessione registrata dalle vendite di *prodotti non alimentari* (meno 1,1 per cento).

Per una migliore 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.

A dicembre 2007 l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio*, pari a 109,3, ha segnato un aumento dello 0,1 per cento rispetto al precedente mese di novembre.

Le vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 117,5, sono aumentate, in termini congiunturali, dello 0,1 per cento mentre le vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 103,9, hanno segnato una variazione congiunturale nulla.

Tabella 1. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico. Dicembre 2007

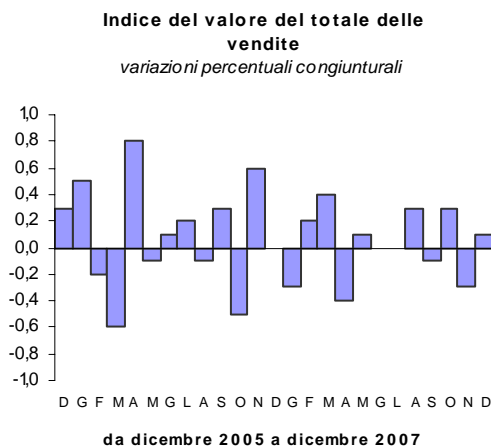
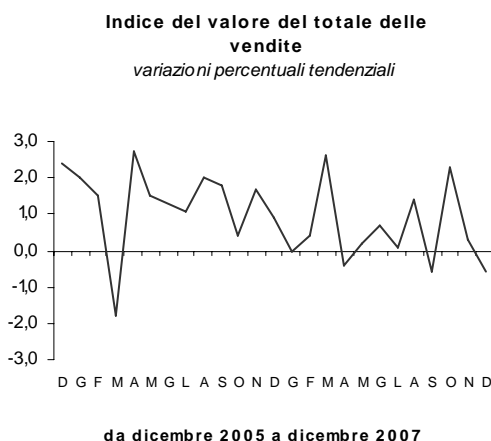
SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Dic 07	$\frac{\text{Dic 07}}{\text{Dic 06}}$	Dic 07	$\frac{\text{Dic 07}}{\text{Nov 07}}$
Alimentari	167,0	+ 0,2	117,5	+ 0,1
Non alimentari	150,0	- 1,1	103,9	0,0
Totale delle vendite	156,7	- 0,6	109,3	+ 0,1

Ufficio della comunicazione
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
Laura Leoni tel. +39 06 4673.7284
Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

Prossimo comunicato 21 marzo 2008



Analisi secondo la forma
distributiva

La variazione tendenziale negativa dello 0,6 per cento registrata per il valore del totale delle vendite è il risultato di un aumento dello 0,4 per cento che ha riguardato le vendite delle imprese della *grande distribuzione* e di un calo dell'1,2 per cento relativo alle vendite delle *imprese operanti su piccole superfici*.

A dicembre 2007 la dinamica è risultata più favorevole nella *grande distribuzione* rispetto alle *imprese operanti su piccole superfici*, sia per i *prodotti alimentari* (più 0,5 rispetto a meno 1,3 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 0,2 rispetto a meno 1,2 per cento).

Nel complesso dell'anno 2007, il valore del *totale delle vendite* ha registrato un aumento dello 0,5 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* sono cresciute dell'1,0 per cento e quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* dello 0,1 per cento.

Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* e le vendite di *prodotti non alimentari* hanno registrato aumenti, rispettivamente, dello 0,9 e dello 0,2 per cento.

Tabella 2. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico e forma distributiva. Dicembre 2007

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 07	Dic 07 Dic 06	Gen-Dic 07 Gen-Dic 06
Alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	170,5	+ 0,5	+ 1,0
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	154,9	- 1,3	+ 0,3
<i>Totale</i>	167,0	+ 0,2	+ 0,9
Non alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	178,1	- 0,2	+ 1,0
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	145,9	- 1,2	0,0
<i>Totale</i>	150,0	- 1,1	+ 0,2
Totale delle vendite			
<i>Grande distribuzione</i>	172,0	+ 0,4	+ 1,0
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	147,2	- 1,2	+ 0,1
<i>Totale</i>	156,7	- 0,6	+ 0,5

Con riferimento alle forme di vendita della grande distribuzione (Tabella 3), nel mese di dicembre 2007 gli *altri specializzati* e i *supermercati* hanno segnato le variazioni tendenziali positive più elevate (rispettivamente più 0,8 e più 0,7 per cento). I *grandi magazzini* e gli *ipermercati* hanno subito, invece, una flessione del valore delle vendite (rispettivamente meno 0,5 e meno 0,2 per cento).

Nella media del 2007 tutte le tipologie della grande distribuzione hanno segnato un aumento del valore delle vendite rispetto all'anno precedente. Gli *altri specializzati* e gli *hard discount* hanno registrato gli aumenti maggiori (rispettivamente più 2,0 e più 1,9 per cento).

Tabella 3. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per tipo di punto vendita della grande distribuzione. Dicembre 2007

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 07	<u>Dic 07</u> <u>Dic 06</u>	<u>Gen-Dic 07</u> <u>Gen-Dic 06</u>
Totale grande distribuzione	172,0	+ 0,4	+ 1,0
Ipermercati	184,2	- 0,2	+ 0,5
<i>Settore alimentare</i>	<i>179,1</i>	<i>+ 0,3</i>	<i>+ 0,2</i>
<i>Settore non alimentare</i>	<i>188,2</i>	<i>- 0,5</i>	<i>+ 0,6</i>
Supermercati	167,8	+ 0,7	+ 1,1
Hard discount	178,5	+ 0,2	+ 1,9
Grandi magazzini	149,5	- 0,5	+ 0,9
Altri specializzati	167,2	+ 0,8	+ 2,0

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), nel mese di dicembre 2007 il valore delle vendite ha registrato diminuzioni tendenziali dell'1,7 per cento nelle *piccole imprese* e dello 0,9 per cento nelle *medie imprese*; le *grandi imprese* hanno registrato, invece, un aumento del valore delle vendite dello 0,2 per cento.

Nel confronto annuo, il valore delle vendite nella media del 2007 è aumentato dello 0,9 per cento nelle *grandi imprese*, è diminuito dello 0,3 per cento nelle *medie imprese*, mentre è rimasto invariato nelle *piccole imprese*.

Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per dimensione delle imprese. Dicembre 2007

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 07	<u>Dic 07</u> <u>Dic 06</u>	<u>Gen-Dic 07</u> <u>Gen-Dic 06</u>
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	146,0	- 1,7	0,0
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	147,3	- 0,9	- 0,3
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	166,6	+ 0,2	+ 0,9
<i>- da 6 a 9 addetti</i>	<i>145,7</i>	<i>- 0,5</i>	<i>+ 0,3</i>
<i>- da 10 a 19 addetti</i>	<i>153,8</i>	<i>- 0,1</i>	<i>+ 0,5</i>
<i>- con almeno 20 addetti</i>	<i>180,9</i>	<i>+ 0,6</i>	<i>+ 1,4</i>
Totale imprese	156,7	- 0,6	+ 0,5

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari*, nel mese di dicembre 2007 (Tabella 5) si sono registrate diminuzioni in tutti i gruppi di prodotti. Le flessioni più contenute hanno riguardato i gruppi *elettrodomestici*, *radio*, *tv e registratori* e *prodotti farmaceutici* (rispettivamente meno 0,2 e meno 0,3 per cento) e quelle più marcate sono state rilevate per i gruppi *dotazioni per l'informatica*, *telecomunicazioni*, *telefonia* e *supporti magnetici*, *strumenti musicali* (rispettivamente meno 2,4 e meno 2,1 per cento).

Nella media del 2007 i gruppi di prodotti che hanno registrato l'aumento del valore delle vendite più consistente sono *calzature*, *articoli in cuoio e da viaggio* (più 1,0 per cento) e *prodotti di profumeria*, *cura della persona* (più 0,7 per cento); tra i gruppi di prodotti che hanno subito una flessione le diminuzioni

più marcate si sono riscontrate in *altri prodotti* e in *dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia* (meno 0,7 per cento per entrambi).

Tabella 5. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per gruppo di prodotti. *Dicembre 2007*

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 07	Dic 07 Dic 06	Gen-Dic 07 Gen-Dic 06
Alimentari	167,0	+ 0,2	+ 0,9
Non alimentari	150,0	- 1,1	+ 0,2
<i>Prodotti farmaceutici</i>	148,4	- 0,3	0,0
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	160,7	- 0,6	+ 0,6
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	153,3	- 1,1	+ 1,0
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	150,9	- 1,5	- 0,2
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	165,7	- 0,2	+ 0,3
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	161,3	- 2,4	- 0,7
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	134,5	- 1,2	+ 0,4
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	146,7	- 1,3	0,0
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	132,2	- 1,5	+ 0,3
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	164,0	- 0,4	+ 0,7
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	156,4	- 0,6	+ 0,3
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	165,2	- 2,1	- 0,2
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	153,1	- 0,8	+ 0,4
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	140,2	- 1,9	- 0,7
Totale	156,7	- 0,6	+ 0,5

Analisi secondo la ripartizione geografica

Nel mese di dicembre 2007 il *valore del totale delle vendite al dettaglio* (Tabella 6) ha segnato una variazione tendenziale positiva nel Nord-ovest (più 0,1 per cento) e negativa nelle altre ripartizioni. La diminuzione più significativa ha riguardato il Sud e isole (meno 1,1 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate nel Nord-ovest e nel Nord-Est (rispettivamente più 1,3 e più 0,1 per cento) mentre sono diminuite nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 1,1 e meno 0,4 per cento).

Le vendite di *prodotti non alimentari* hanno segnato flessioni tendenziali in tutte le ripartizioni; le diminuzioni più rilevanti sono state registrate nel Sud e isole (meno 1,7 per cento) e nel Nord-est (meno 1,3 per cento).

Nel confronto con l'anno precedente, il *valore del totale delle vendite al dettaglio* nell'anno 2007 è aumentato nel Nord-ovest e nel Nord-Est (rispettivamente più 1,3 e più 0,5 per cento), è diminuito nel Centro (meno 0,1 per cento) ed è rimasto stabile nel Sud e isole.

Nello stesso periodo, le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate in misura maggiore nel Nord-ovest (più 2,0 per cento), mentre sono diminuite nel Centro (meno 0,2 per cento).

Le vendite di *prodotti non alimentari* hanno registrato la crescita annua più elevata nel Nord-ovest (più 0,6 per cento) e una variazione negativa nel Sud e isole (meno 0,3 per cento).

Tabella 6. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per ripartizione geografica e settore merceologico. Dicembre 2007

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Dic 07	<u>Dic 07</u> Dic 06	<u>Gen-Dic 07</u> Gen-Dic 06
Nord-ovest			
Alimentari	174,5	+ 1,3	+ 2,0
Non alimentari	158,3	- 0,9	+ 0,6
Totale	165,2	+ 0,1	+ 1,3
Nord-est			
Alimentari	153,6	+ 0,1	+ 0,7
Non alimentari	154,5	- 1,3	+ 0,2
Totale	154,1	- 0,8	+ 0,5
Nord			
Alimentari	165,6	+ 0,8	+ 1,5
Non alimentari	156,7	- 1,1	+ 0,5
Totale	160,5	- 0,2	+ 0,9
Centro			
Alimentari	174,1	- 1,1	- 0,2
Non alimentari	155,6	- 0,1	+ 0,2
Totale	162,3	- 0,5	- 0,1
Sud e isole			
Alimentari	164,9	- 0,4	+ 0,5
Non alimentari	134,1	- 1,7	- 0,3
Totale	145,3	- 1,1	0,0
Totale Italia			
Alimentari	167,0	+ 0,2	+ 0,9
Non alimentari	150,0	- 1,1	+ 0,2
Totale	156,7	- 0,6	+ 0,5

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di dicembre 2007 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 25,7. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 26,6 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,2 giorni. Rispetto a dicembre 2006 il numero medio dei giorni di apertura è diminuito di 0,1 giorni per le imprese della *grande distribuzione* e di 0,2 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Tabella 7. Numero medio di giorni di apertura degli esercizi commerciali al dettaglio per forma distributiva. Dicembre 2007

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Dic 07	<u>Dic 07</u> Dic 06
Grande distribuzione	26,6	- 0,1
Imprese operanti su piccole superfici	25,2	- 0,2
Totale	25,7	- 0,2