

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di settembre 2007 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 104,3 e ha registrato una diminuzione dello 0,6 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Tale variazione tendenziale negativa è la sintesi di una flessione dello 0,3 per cento delle vendite di *prodotti alimentari* e di un calo dello 0,9 per cento di quelle di *prodotti non alimentari*.

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 settembre 2007 l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio*, pari a 109,1, ha segnato una flessione dello 0,2 per cento rispetto al mese di agosto 2007.

Il valore delle vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 116,9, è diminuito in termini congiunturali dello 0,3 per cento, mentre quello delle vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 104,0, ha registrato una variazione congiunturale negativa dello 0,1 per cento.

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

SETTORI MERCEOLOGICI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	INDICI	VARIAZIONI %	INDICI	VARIAZIONI %
	Set 07	$\frac{\text{Set 07}}{\text{Set 06}}$	Set 07	$\frac{\text{Set 07}}{\text{Ago 07}}$
Alimentari	110,8	- 0,3	116,9	- 0,3
Non alimentari	100,0	- 0,9	104,0	- 0,1
Totale delle vendite	104,3	- 0,6	109,1	- 0,2

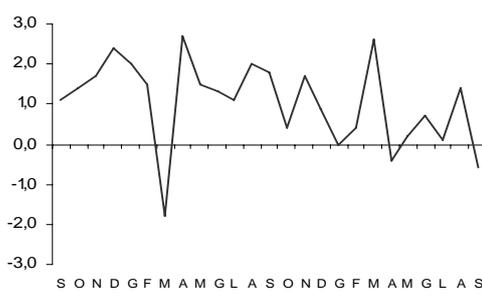
Ufficio della comunicazione
tel. +39 06 4673.2244-2243
Centro di informazione statistica
tel. +39 06 4673.3106

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

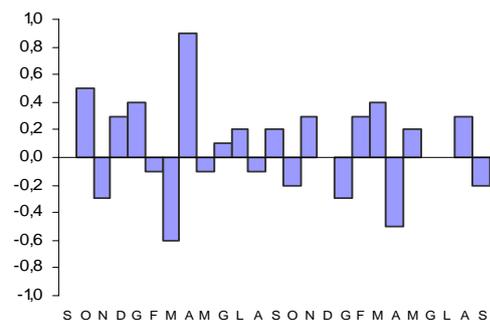
Prossimo comunicato 20 dicembre 2007

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali tendenziali



da settembre 2005 a settembre 2007

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali congiunturali



da settembre 2005 a settembre 2007

Analisi secondo la forma
distributiva

La diminuzione tendenziale dello 0,6 per cento relativa al valore del *totale delle vendite* è la risultante di un incremento dello 0,3 per cento delle vendite delle imprese della *grande distribuzione* e di una flessione dell'1,2 per cento delle vendite delle *imprese operanti su piccole superfici*.

A settembre 2007 la dinamica delle vendite è risultata più favorevole nella *grande distribuzione* che nelle *imprese operanti su piccole superfici* sia per i *prodotti alimentari* (una variazione nulla rispetto a una flessione dell'1,7 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (più 0,9 rispetto a meno 1,2 per cento).

Nel complesso dei primi nove mesi del 2007, il valore del *totale delle vendite* ha registrato un aumento tendenziale dello 0,5 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* sono cresciute dello 0,7 per cento e quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* dello 0,2 per cento.

Con riferimento allo stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* e le vendite di *prodotti non alimentari* hanno registrato aumenti, rispettivamente, dello 0,5 e dello 0,3 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. Settembre 2007

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Set 07	Set 07 Set 06	Gen-Set 07 Gen-Set 06
Alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	113,5	0,0	+ 0,7
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	101,3	- 1,7	+ 0,4
<i>Totale</i>	110,8	- 0,3	+ 0,5
Non alimentari			
<i>Grande distribuzione</i>	111,9	+ 0,9	+ 1,1
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	98,2	- 1,2	+ 0,2
<i>Totale</i>	100,0	- 0,9	+ 0,3
Totale delle vendite			
<i>Grande distribuzione</i>	113,2	+ 0,3	+ 0,7
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	98,7	- 1,2	+ 0,2
<i>Totale</i>	104,3	- 0,6	+ 0,5

Analisi secondo la forma
distributiva

Nel mese di settembre 2007 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno registrato variazioni tendenziali positive, ad eccezione degli *hard discount* che hanno subito una flessione tendenziale delle vendite dell'1,6 per cento (Tabella 3).

Gli incrementi più elevati hanno riguardato gli *ipermercati* e i *grandi magazzini* (più 1,0 per cento per entrambi).

Nel confronto tendenziale relativo ai primi nove mesi del 2007 si osserva che tutte le tipologie della grande distribuzione hanno segnato un aumento del valore delle vendite. L'incremento di maggiore entità ha riguardato gli *hard discount* (più 2,0 per cento), mentre gli *ipermercati* hanno segnato la crescita più contenuta (più 0,4 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. *Settembre 2007*

TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	INDICI		VARIAZIONI %	
	Set 07	Set 07 Set 06	Gen-Set 07 Gen-Set 06	Gen-Set 07 Gen-Set 06
Totale grande distribuzione	113,2	+ 0,3	+ 0,7	
Ipermercati	109,4	+ 1,0	+ 0,4	
<i>Settore alimentare</i>	105,3	+ 0,8	- 0,5	
<i>Settore non alimentare</i>	112,7	+ 1,2	+ 1,0	
Supermercati	115,1	+ 0,3	+ 0,6	
Hard discount	112,1	- 1,6	+ 2,0	
Grandi magazzini	103,2	+ 1,0	+ 0,7	
Altri specializzati	113,1	0,0	+ 1,4	

*Analisi secondo la dimensione
delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), nel mese di settembre 2007 il valore delle vendite ha registrato una variazione tendenziale positiva nelle *grandi imprese* (più 0,2 per cento) e variazioni negative nelle *medie* e nelle *piccole imprese* (rispettivamente meno 2,7 e meno 0,8 per cento). Nei primi nove mesi del 2007 il valore delle vendite è aumentato, rispetto allo stesso periodo del 2006, dello 0,3 per cento nelle *piccole imprese* e dello 0,8 per cento nelle *grandi imprese*, mentre è diminuito dello 0,2 per cento nelle *medie imprese*.

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

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI		VARIAZIONI %	
	Set 07	Set 07 Set 06	Gen-Set 07 Gen-Set 06	Gen-Set 07 Gen-Set 06
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	98,8	- 0,8	+ 0,3	
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	96,8	- 2,7	- 0,2	
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	110,4	+ 0,2	+ 0,8	
- da 6 a 9 addetti	98,7	- 0,8	+ 0,2	
- da 10 a 19 addetti	104,4	- 0,9	+ 0,3	
- con almeno 20 addetti	117,9	+ 1,0	+ 1,2	
Totale imprese	104,3	- 0,6	+ 0,5	

*Analisi secondo la tipologia
merceologica dei prodotti
non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 5), nel mese di settembre 2007 tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative, con l'eccezione dei gruppi *calzature, articoli in cuoio e da viaggio* (che ha segnato un aumento dell'1,2 per cento) e *abbigliamento e pelliccerie* (che ha registrato una variazione nulla).

Le flessioni più marcate hanno riguardato i gruppi *dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni e telefonia* (meno 2,3 per cento) e *foto-ottica e pellicole* (meno 2,0 per cento).

Nel periodo gennaio-settembre del 2007 quasi tutti i gruppi di prodotti hanno segnato un aumento tendenziale del valore delle vendite; fanno eccezione i gruppi *altri prodotti* (meno 0,6 per cento), *dotazioni per l'informatica,*

telecomunicazioni, telefonia (meno 0,5 per cento) e *prodotti farmaceutici* (meno 0,3 per cento). Il gruppo *calzature, articoli in cuoio e da viaggio* ha fatto registrare, invece, l'aumento maggiore (più 1,7 per cento).

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

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI %	
	Set 07	Set 07 Set 06	Gen-Set 07 Gen-Set 06
Alimentari	110,8	- 0,3	+ 0,5
Non alimentari	100,0	- 0,9	+ 0,3
<i>Prodotti farmaceutici</i>	101,6	- 1,5	- 0,3
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	96,1	0,0	+ 0,9
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	95,9	+ 1,2	+ 1,7
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	92,4	- 0,8	0,0
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	97,0	- 1,8	+ 0,3
<i>Dotazioni per l'Informatica, telecom., telefonia</i>	126,8	- 2,3	- 0,5
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	99,2	- 2,0	+ 0,6
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	102,2	- 1,0	+ 0,1
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	99,1	- 1,6	+ 0,6
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	90,5	- 1,4	+ 0,9
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	117,6	- 1,2	+ 0,4
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	96,5	- 1,2	+ 0,2
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	104,2	- 0,7	+ 0,4
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	109,0	- 0,7	- 0,6
Totale	104,3	- 0,6	+ 0,5

Analisi secondo la ripartizione geografica

Nel mese di settembre 2007 il *valore del totale delle vendite al dettaglio* (Tabella 6) ha registrato variazioni tendenziali negative in tutte le ripartizioni, ad eccezione del Nord-ovest dove è aumentato dello 0,1 per cento. La diminuzione più accentuata ha riguardato il Centro (meno 1,7 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* sono cresciute dell'1,4 per cento nel Nord-ovest e hanno subito flessioni nelle altre ripartizioni; il calo più marcato è stato registrato nel Centro (meno 1,6 per cento).

Le vendite di *prodotti non alimentari* sono aumentate nel Nord-est (più 0,5 per cento) mentre hanno subito una flessione tendenziale nelle altre ripartizioni.

Nel confronto tendenziale relativo ai primi nove mesi del 2007 il *valore del totale delle vendite al dettaglio* è aumentato nel Nord-est e nel Nord-ovest, ha registrato una variazione nulla nel Sud e isole e una lieve flessione nel Centro (meno 0,1 per cento).

Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate in misura maggiore nel Nord-ovest (più 1,5 per cento), mentre sono diminuite nel Centro (meno 0,6 per cento).

Le vendite di *prodotti non alimentari* hanno registrato la crescita più marcata nel Nord-est (più 1,2 per cento) e una flessione 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. *Settembre 2007*

SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	INDICI	VARIAZIONI %	
	Set 07	Set 07 Set 06	Gen-Set 07 Gen-Set 06
Nord-ovest			
Alimentari	109,2	+ 1,4	+ 1,5
Non alimentari	96,2	- 0,9	+ 0,3
Totale	101,7	+ 0,1	+ 0,9
Nord-est			
Alimentari	113,8	- 1,0	+ 0,8
Non alimentari	108,6	+ 0,5	+ 1,2
Totale	110,8	- 0,1	+ 1,1
Nord			
Alimentari	111,1	+ 0,4	+ 1,2
Non alimentari	101,5	- 0,3	+ 0,7
Totale	105,5	- 0,1	+ 0,9
Centro			
Alimentari	126,4	- 1,6	- 0,6
Non alimentari	96,3	- 1,8	+ 0,2
Totale	107,3	- 1,7	- 0,1
Sud e isole			
Alimentari	98,4	- 0,8	+ 0,4
Non alimentari	100,1	- 1,3	- 0,3
Totale	99,5	- 1,1	0,0
Totale Italia			
Alimentari	110,8	- 0,3	+ 0,5
Non alimentari	100,0	- 0,9	+ 0,3
Totale	104,3	- 0,6	+ 0,5

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di settembre 2007 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 25,1. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 26,0 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 24,5 giorni. Rispetto a settembre 2006 il numero medio dei giorni di apertura è diminuito di 0,5 giorni per le imprese della *grande distribuzione* e di 0,6 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Set 07	Set 07 Set 06
Grande distribuzione	26,0	- 0,5
Imprese operanti su piccole superfici	24,5	- 0,6
Totale	25,1	- 0,5