

Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Novembre 2008

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di novembre 2008 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio*, con base 2000=100, è risultato pari a 111,7 con una flessione del 3,0 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La variazione tendenziale negativa deriva da una diminuzione dell'1,3 per cento delle vendite di *prodotti alimentari* e del 4,0 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.

L'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* relativo al mese di novembre 2008, pari a 108,0, ha segnato una variazione negativa dello 0,2 per cento rispetto al precedente mese di ottobre.

Il valore delle vendite di *prodotti alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 117,8, ha segnato una variazione congiunturale nulla; il valore delle vendite di *prodotti non alimentari*, il cui indice destagionalizzato è risultato pari a 101,6, ha registrato una flessione dello 0,4 per cento.

Tabella 1. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico. *Novembre 2008*

| SETTORI MERCEOLOGICI | DATI GREZZI | | DATI DESTAGIONALIZZATI | |
|-------------------------|-------------|------------------|---------------------------|------------------|
| | INDICI | VARIAZIONI % | INDICI | VARIAZIONI % |
| | Nov 08 | Nov 08 Nov 07 | Nov 08 | Nov 08 Ott 08 |
| Alimentari | 117,5 | - 1,3 | 117,8 | 0,0 |
| Non alimentari | 107,9 | - 4,0 | 101,6 | - 0,4 |
| Totale delle vendite | 111,7 | - 3,0 | 108,0 | - 0,2 |

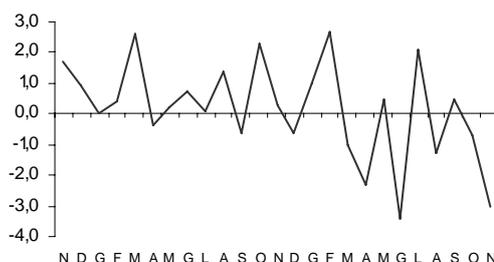
Direzione centrale per la comunicazione
e la programmazione editoriale
tel. +39 06 4673.2244-2243
Centro di informazione statistica
tel. +39 06 4673.3106

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

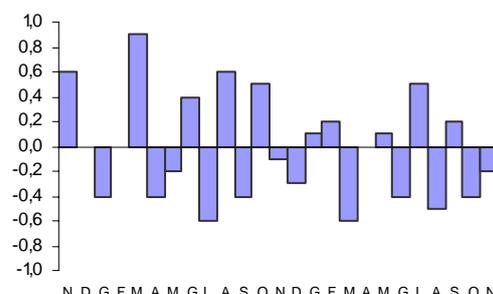
Prossimo comunicato: 25 febbraio 2009

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali tendenziali



da novembre 2006 a novembre 2008

Indice del valore del totale delle
vendite
variazioni percentuali congiunturali



da novembre 2006 a novembre 2008

Analisi secondo la forma
distributiva

La variazione tendenziale negativa del 3,0 per cento registrata a novembre 2008 per il valore del *totale delle vendite* è il risultato di flessioni che hanno riguardato sia la *grande distribuzione* (meno 0,8 per cento), sia le *imprese operanti su piccole superfici* (meno 4,3 per cento).

Il calo delle vendite registrato nel mese di novembre 2008 è risultato più contenuto nella *grande distribuzione* rispetto alle *imprese operanti su piccole superfici* sia per i *prodotti alimentari* (meno 0,7 per cento rispetto a meno 4,1 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 1,4 per cento rispetto a meno 4,3 per cento).

Nei primi undici mesi del 2008, il valore del *totale delle vendite* ha registrato una variazione tendenziale negativa dello 0,5 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* hanno segnato un aumento dell'1,3 per cento mentre quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno subito una flessione dell'1,7 per cento.

Con riferimento allo stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dello 0,9 per cento mentre le vendite di *prodotti non alimentari* sono diminuite dell'1,5 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. *Novembre 2008*

| SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE | INDICI | | VARIAZIONI % | |
|--|--------|------------------|--------------------------|--|
| | Nov 08 | Nov 08 Nov 07 | Gen-Nov 08 Gen-Nov 07 | |
| Alimentari | | | | |
| <i>Grande distribuzione</i> | 122,1 | - 0,7 | + 1,5 | |
| <i>Imprese operanti su piccole superfici</i> | 101,5 | - 4,1 | - 1,6 | |
| <i>Totale</i> | 117,5 | - 1,3 | + 0,9 | |
| Non alimentari | | | | |
| <i>Grande distribuzione</i> | 108,9 | - 1,4 | + 0,3 | |
| <i>Imprese operanti su piccole superfici</i> | 107,8 | - 4,3 | - 1,7 | |
| <i>Totale</i> | 107,9 | - 4,0 | - 1,5 | |
| Totale delle vendite | | | | |
| <i>Grande distribuzione</i> | 119,4 | - 0,8 | + 1,3 | |
| <i>Imprese operanti su piccole superfici</i> | 106,9 | - 4,3 | - 1,7 | |
| <i>Totale</i> | 111,7 | - 3,0 | - 0,5 | |

Analisi secondo le forme di
vendita della grande
distribuzione

A novembre 2008 tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno registrato variazioni tendenziali negative, con l'eccezione della componente relativa al *settore alimentare* degli *ipermercati*, che ha segnato un aumento dello 0,3 per cento. Le flessioni tendenziali più marcate hanno riguardato gli *altri specializzati* e i *grandi magazzini* (rispettivamente meno 2,7 e meno 2,5 per cento). Quelle più contenute sono state registrate dagli *ipermercati* e dai *supermercati* (rispettivamente meno 0,2 e meno 0,8 per cento).

Nella media del periodo gennaio-novembre del 2008, tutte le forme di vendita della grande distribuzione hanno segnato, in termini tendenziali, aumenti del valore delle vendite. Gli incrementi più significativi hanno riguardato gli *hard discount* (più 1,8 per cento), i *supermercati* e i *grandi magazzini* (più 1,4 per cento per entrambe le forme di vendita).

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. *Novembre 2008*

| TIPO DI PUNTO VENDITA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE | INDICI | VARIAZIONI % | |
|--|--------------|------------------|--------------------------|
| | Nov 08 | Nov 08 Nov 07 | Gen-Nov 08 Gen-Nov 07 |
| Ipermercati | 120,8 | - 0,2 | + 0,7 |
| <i>Settore alimentare</i> | 123,4 | + 0,3 | + 2,0 |
| <i>Settore non alimentare</i> | 118,7 | - 0,6 | - 0,3 |
| Supermercati | 122,1 | - 0,8 | + 1,4 |
| Hard discount | 120,6 | - 1,4 | + 1,8 |
| Grandi magazzini | 87,4 | - 2,5 | + 1,4 |
| Altri specializzati | 96,1 | - 2,7 | + 1,1 |
| Totale grande distribuzione | 119,4 | - 0,8 | + 1,3 |

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 4), nel mese di novembre 2008 il valore delle vendite ha registrato flessioni del 4,8 per cento nelle *piccole imprese*, del 3,9 per cento nelle *medie imprese* e dell'1,6 per cento nelle *grandi imprese*.

Nella media dei primi undici mesi del 2008 il valore delle vendite è diminuito, rispetto allo stesso periodo del 2007, del 2,2 per cento nelle piccole imprese e dell'1,3 per cento nelle medie imprese; è aumentato dello 0,7 per cento nelle grandi imprese.

Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per dimensione delle imprese. *Novembre 2008*

| DIMENSIONI DELLE IMPRESE | INDICI | VARIAZIONI % | |
|------------------------------------|--------------|------------------|--------------------------|
| | Nov 08 | Nov 08 Nov 07 | Gen-Nov 08 Gen-Nov 07 |
| Piccole imprese (fino a 2 addetti) | 104,5 | - 4,8 | - 2,2 |
| Medie imprese (da 3 a 5 addetti) | 111,5 | - 3,9 | - 1,3 |
| Grandi imprese (almeno 6 addetti) | 115,8 | - 1,6 | + 0,7 |
| - da 6 a 9 addetti | 108,9 | - 3,4 | - 0,8 |
| - da 10 a 19 addetti | 107,9 | - 3,0 | - 0,7 |
| - con almeno 20 addetti | 124,5 | - 0,4 | + 1,7 |
| Totale imprese | 111,7 | - 3,0 | - 0,5 |

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 5), a novembre 2008 tutti i gruppi di prodotti hanno registrato variazioni tendenziali negative. Le flessioni di maggiore entità hanno riguardato i gruppi *altri prodotti (gioiellerie, orologerie)* (meno 5,4 per cento), *cartoleria, libri, giornali e riviste* (meno 5,2 per cento), *prodotti di profumeria e cura della persona* (meno 4,8 per cento) e *supporti magnetici, strumenti musicali* (meno 4,7 per cento).

Nei primi undici mesi del 2008 tutti i gruppi di prodotti non alimentari hanno registrato variazioni tendenziali negative. La flessione più significativa è stata

registrata dal gruppo *elettrodomestici, radio, tv e registratori* (meno 2,1 per cento) mentre quelle più contenute hanno riguardato il gruppo *prodotti farmaceutici* (meno 1,1 per cento) e i gruppi *mobili, articoli tessili, arredamento e altri prodotti (gioiellerie, orologerie)* (meno 1,2 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. *Novembre 2008*

| GRUPPI DI PRODOTTI | INDICI | VARIAZIONI % | |
|---|--------------|------------------|--------------------------|
| | Nov 08 | Nov 08 Nov 07 | Gen-Nov 08 Gen-Nov 07 |
| Alimentari | 117,5 | - 1,3 | + 0,9 |
| Non alimentari | 107,9 | - 4,0 | - 1,5 |
| <i>Prodotti farmaceutici</i> | 109,1 | - 3,9 | - 1,1 |
| <i>Abbigliamento e pellicceria</i> | 121,2 | - 3,4 | - 1,6 |
| <i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i> | 113,8 | - 3,5 | - 1,7 |
| <i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i> | 116,2 | - 3,4 | - 1,2 |
| <i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i> | 115,5 | - 4,0 | - 2,1 |
| <i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i> | 79,3 | - 4,5 | - 1,4 |
| <i>Foto-ottica e pellicole</i> | 109,8 | - 4,4 | - 1,6 |
| <i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i> | 100,5 | - 3,5 | - 1,4 |
| <i>Utensileria per la casa e ferramenta</i> | 104,9 | - 4,0 | - 1,6 |
| <i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i> | 96,2 | - 4,8 | - 1,5 |
| <i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i> | 86,0 | - 5,2 | - 1,6 |
| <i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i> | 97,7 | - 4,7 | - 1,6 |
| <i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i> | 95,6 | - 3,3 | - 1,6 |
| <i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i> | 97,5 | - 5,4 | - 1,2 |
| Totale | 111,7 | - 3,0 | - 0,5 |

Analisi secondo la ripartizione geografica

A novembre 2008 il valore del totale delle vendite al dettaglio (Tabella 6) ha registrato variazioni tendenziali negative in tutte le ripartizioni. La diminuzione più significativa ha riguardato il Sud e isole (meno 3,6 per cento) e quella più contenuta il Nord-ovest (meno 1,9 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite in tutte le ripartizioni; il calo tendenziale più marcato ha riguardato il Sud e isole (meno 2,1 per cento) e quello di minore entità il Nord-ovest (meno 0,5 per cento).

Riguardo alle vendite di *prodotti non alimentari* la diminuzione più ampia si è registrata nel Centro (meno 4,9 per cento) e quella più contenuta nel Nord-ovest (meno 2,9 per cento).

Nella media del periodo gennaio-novembre del 2008 il *valore del totale delle vendite al dettaglio* è aumentato in termini tendenziali nel Nord-est e nel Nord-ovest (rispettivamente più 0,2 e più 0,1 per cento) ed è diminuito nel Centro e nel Sud e isole (rispettivamente meno 1,2 e meno 1,1 per cento).

Le vendite di *prodotti alimentari* hanno segnato in tutte le ripartizioni variazioni positive, con l'incremento più elevato nel Nord-est (più 2,0 per cento). Le vendite di *prodotti non alimentari*, invece, hanno registrato variazioni negative, con la flessione più marcata nel Centro (meno 2,2 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. *Novembre 2008*

| SETTORI MERCEOLOGICI E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE | INDICI | VARIAZIONI % | |
|--|--------|------------------|--------------------------|
| | Nov 08 | Nov 08 Nov 07 | Gen-Nov 08 Gen-Nov 07 |
| Nord-ovest | | | |
| Alimentari | 121,3 | - 0,5 | + 0,9 |
| Non alimentari | 124,6 | - 2,9 | - 0,5 |
| Totale | 123,2 | - 1,9 | + 0,1 |
| Nord-est | | | |
| Alimentari | 112,3 | - 1,8 | + 2,0 |
| Non alimentari | 109,1 | - 4,5 | - 1,2 |
| Totale | 110,5 | - 3,3 | + 0,2 |
| Nord | | | |
| Alimentari | 117,5 | - 1,0 | + 1,3 |
| Non alimentari | 118,0 | - 3,5 | - 0,8 |
| Totale | 117,8 | - 2,5 | + 0,2 |
| Centro | | | |
| Alimentari | 120,3 | - 1,6 | + 0,2 |
| Non alimentari | 84,0 | - 4,9 | - 2,2 |
| Totale | 97,2 | - 3,4 | - 1,2 |
| Sud e isole | | | |
| Alimentari | 115,4 | - 2,1 | + 0,3 |
| Non alimentari | 107,4 | - 4,5 | - 2,1 |
| Totale | 110,3 | - 3,6 | - 1,1 |
| Totale Italia | | | |
| Alimentari | 117,5 | - 1,3 | + 0,9 |
| Non alimentari | 107,9 | - 4,0 | - 1,5 |
| Totale | 111,7 | - 3,0 | - 0,5 |

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

A novembre 2008 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 24,8. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 25,6 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 24,3 giorni. Rispetto a novembre del 2007 sono state registrate diminuzioni nel numero medio di giorni di apertura, rispettivamente, di 0,2 giorni per le imprese della *grande distribuzione* e di 0,4 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Tabella 7. Numero medio di giorni di apertura degli esercizi commerciali al dettaglio per forma distributiva. *Novembre 2008*

| FORMA DISTRIBUTIVA | GIORNI DI APERTURA | DIFFERENZE |
|---------------------------------------|--------------------|------------------|
| | Nov 08 | Nov 08 Nov 07 |
| Grande distribuzione | 25,6 | - 0,2 |
| Imprese operanti su piccole superfici | 24,3 | - 0,4 |
| Totale | 24,8 | - 0,3 |