

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di novembre 2010, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del valore del totale delle vendite al dettaglio ha registrato una diminuzione dello 0,3 per cento rispetto ad ottobre 2010; nel confronto con il mese di novembre 2009 l'indice grezzo ha segnato una variazione positiva dell'1,0 per cento.

In termini congiunturali (al netto della stagionalità), sia le vendite di *prodotti alimentari* sia quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato variazioni negative (rispettivamente meno 0,5 e meno 0,2 per cento). Rispetto a novembre 2009, invece, le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dell'1,0 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* 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. Novembre 2010 (a)

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Nov 10	Nov 10 Ott 10	Sett-Nov 10 Giu-Ago 10	Nov 10	Nov 10 Nov 09	Gen-Nov 10 Gen-Nov 09
Alimentari	102,7	- 0,5	- 0,2	101,3	+ 1,0	- 0,4
Grande distribuzione				111,8	+ 1,4	+ 0,3
Imprese operanti su piccole superfici				86,0	+ 0,2	- 1,5
Non alimentari	100,0	- 0,2	- 0,2	98,7	+ 0,9	+ 0,3
Grande distribuzione				105,5	+ 1,4	+ 1,2
Imprese operanti su piccole superfici				95,8	+ 0,8	- 0,1
Totale delle vendite	100,8	- 0,3	- 0,1	99,5	+ 1,0	+ 0,1
Grande distribuzione				108,4	+ 1,5	+ 0,8
Imprese operanti su piccole superfici				93,8	+ 0,6	- 0,3

(a) Dati provvisori

S servizi

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

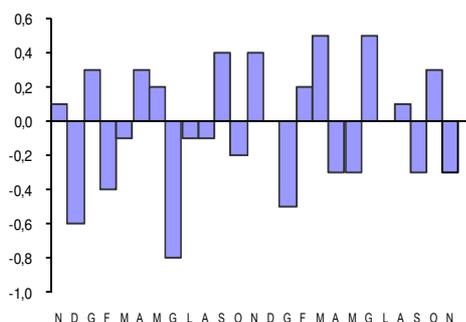
Roma, Viale Liegi 13 – 00198

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

Vanessa Ioannoni tel. +39 06 4673.7561

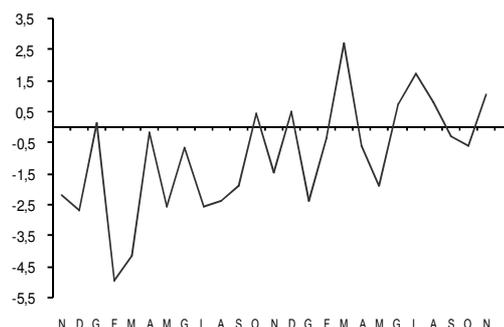
Prossimo comunicato 24 febbraio 2011

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali congiunturali



da novembre 2008 a novembre 2010

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali tendenziali



da novembre 2008 a novembre 2010

Nell'ultimo trimestre (periodo settembre-novembre) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha registrato un calo dello 0,1 per cento rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso confronto congiunturale, sia le vendite di *prodotti alimentari* sia quelle di *prodotti non alimentari* sono diminuite dello 0,2 per cento.

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'incremento dell'1,0 per cento registrato nel confronto con il mese di novembre 2009 per il *totale delle vendite*, deriva da una variazione positiva dell'1,5 per cento delle vendite della *grande distribuzione* e da un incremento dello 0,6 per cento delle vendite delle *imprese operanti su piccole superfici*.

Nella *grande distribuzione* sia le vendite di *prodotti alimentari*, sia quelle di *prodotti non alimentari* sono aumentate dell'1,4 per cento. Le vendite delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno segnato una variazione positiva sia per i *prodotti alimentari* (più 0,2 per cento), sia per quelli *non alimentari* (più 0,8 per cento).

Nei primi undici mesi del 2010, il valore del *totale delle vendite* è rimasto sostanzialmente invariato (più 0,1 per cento), a sintesi di un aumento dello 0,8 per cento per le imprese della *grande distribuzione* e di una diminuzione dello 0,3 per cento per le *imprese operanti su piccole superfici*. Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dello 0,4 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* sono aumentate dello 0,3 per cento.

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

Con riferimento alla *grande distribuzione*, rispetto a novembre 2009 le vendite degli *esercizi non specializzati* sono aumentate dell'1,4 per cento e quelle degli *esercizi specializzati* del 2,0 per cento. All'interno dei primi, gli esercizi *a prevalenza alimentare* hanno registrato un aumento dello 0,9 per cento e quelli *a prevalenza non alimentare* una crescita del 3,1 per cento. Tra gli *esercizi non specializzati a prevalenza alimentare* la variazione positiva più ampia ha riguardato i discount (più 2,6 per cento).

Nel confronto con i primi undici mesi del 2009, sia gli *esercizi non specializzati* sia quelli *specializzati* hanno registrato incrementi del valore delle vendite (rispettivamente, più 0,5 e più 2,3 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. Novembre 2010 (a)

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Nov 10	Nov 10 Nov 09	Gen-Nov 10 Gen- Nov 09
Esercizi non specializzati	111,0	+ 1,4	+ 0,5
A prevalenza alimentare	110,5	+ 0,9	+ 0,2
<i>Ipermercati</i>	113,0	+ 0,2	- 0,3
<i>Supermercati</i>	107,5	+ 1,2	+ 0,5
<i>Discount di alimentari</i>	116,2	+ 2,6	+ 1,1
A prevalenza non alimentare	113,0	+ 3,1	+ 1,9
Esercizi specializzati	91,7	+ 2,0	+ 2,3
Totale	108,4	+ 1,5	+ 0,8

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la dimensione
delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), a novembre 2010 il valore delle vendite è aumentato, in termini tendenziali, dello 0,4 per cento nelle imprese fino a 5 addetti, dell'1,0 per cento nelle imprese da 6 a 49 addetti e dell'1,5 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. Novembre 2010 (a)

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Nov 10	Nov 10 Nov 09	Gen- Nov 10 Gen- Nov 09
Fino a 5 addetti	93,7	+ 0,4	- 1,0
Da 6 a 49 addetti	95,5	+ 1,0	- 0,4
Almeno 50 addetti	107,9	+ 1,5	+ 1,4
Totale imprese	99,5	+ 1,0	+ 0,1

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la tipologia
merceologica dei prodotti
non alimentari

Con riferimento alle vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a novembre 2010 tutti i gruppi di prodotti hanno segnato risultati positivi, con le sole eccezioni dei gruppi Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (meno 3,1 per cento) e Prodotti farmaceutici (meno 0,5 per cento). Il gruppo Elettrodomestici, radio, tv e registratori ha registrato la variazione positiva più marcata (più 4,3 per cento).

Nel confronto tendenziale relativo al periodo gennaio-novembre 2009, le vendite dei diversi gruppi hanno mostrato risultati piuttosto eterogenei: in particolare, l'aumento più sostenuto ha riguardato il gruppo Foto-ottica e pellicole (più 2,3 per cento), mentre il calo più ampio ha interessato il gruppo Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (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. Novembre 2010 (a)

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Nov 10	Nov 10 Nov 09	Gen- Nov 10 Gen- Nov 09
Alimentari	101,3	+ 1,0	- 0,4
Non alimentari	98,7	+ 0,9	+ 0,3
Prodotti farmaceutici	98,8	- 0,5	- 0,3
Abbigliamento e pellicceria	104,4	+ 0,1	+ 0,0
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	93,4	+ 3,2	+ 1,3
Mobili, articoli tessili, arredamento	93,6	+ 0,9	+ 0,8
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	102,6	+ 4,3	+ 1,7
Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia	106,9	- 3,1	- 1,1
Foto-ottica e pellicole	94,8	+ 1,6	+ 2,3
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	95,7	+ 2,0	+ 0,5
Utensileria per la casa e ferramenta	96,8	+ 2,0	- 0,1
Prodotti di profumeria, cura della persona	92,9	+ 0,5	- 0,3
Cartoleria, libri, giornali e riviste	85,2	+ 0,4	- 0,6
Supporti magnetici, strumenti musicali	119,9	+ 2,3	+ 1,4
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	105,8	+ 1,1	+ 0,6
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	95,5	+ 2,8	+ 0,6
Totale	99,5	+ 1,0	+ 0,1

(a) Dati provvisori

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di novembre 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 27,7 giorni e quelli delle *imprese operanti su piccole superfici* per 25,2 giorni. Rispetto allo stesso mese del 2009, il numero di giorni di apertura è aumentato di 0,4 per le imprese della *grande distribuzione*, mentre ha subito una leggera diminuzione (meno 0,1) per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Tabella 5. Numero medio di giorni di apertura degli esercizi commerciali al dettaglio per forma distributiva. Novembre 2010 (a)

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Nov 10	$\frac{\text{Nov 10}}{\text{Nov 09}}$
Grande distribuzione	27,7	+ 0,4
Imprese operanti su piccole superfici	25,2	- 0,1
Totale	26,2	+ 0,1

(a) Dati provvisori