

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di ottobre 2010, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha registrato un incremento dello 0,3 per cento rispetto a settembre 2010; nel confronto con il mese di ottobre 2009 l'indice grezzo ha segnato una variazione negativa dello 0,6 per cento.

In termini congiunturali (al netto della stagionalità), sia le vendite di *prodotti alimentari* sia quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato variazioni positive (rispettivamente più 0,2 e più 0,3 per cento). Rispetto ad ottobre 2009, invece, le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dello 0,9 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* dello 0,4 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. *Ottobre 2010 (a)*

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Ott 10	Ott 10 Set 10	Ago-Ott 10 Mag-Lug 10	Ott 10	Ott 10 Ott 09	Gen-Ott 10 Gen-Ott 09
Alimentari	103,2	+ 0,2	0,0	104,6	- 0,9	- 0,5
<i>Grande distribuzione</i>				111,7	+ 0,6	+ 0,1
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				94,3	- 3,3	- 1,7
Non alimentari	100,3	+ 0,3	+ 0,2	105,5	- 0,4	+ 0,2
<i>Grande distribuzione</i>				107,7	+ 1,2	+ 1,2
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				104,5	- 1,0	- 0,2
Totale delle vendite	101,2	+ 0,3	+ 0,2	105,2	- 0,6	0,0
<i>Grande distribuzione</i>				109,5	+ 0,9	+ 0,8
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				102,4	- 1,5	- 0,6

(a) Dati provvisori



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

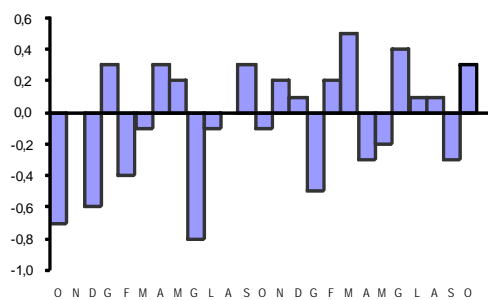
Roma, Viale Liegi 13 - 00198

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

Vanessa Ioannoni tel. +39 06 4673.7561

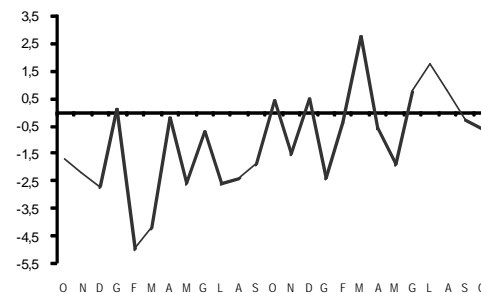
Prossimo comunicato 26 gennaio 2011

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali congiunturali



da ottobre 2008 ad ottobre 2010

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali tendenziali



da ottobre 2008 ad ottobre 2010

Nell'ultimo trimestre (periodo agosto-ottobre) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha registrato un incremento dello 0,2 per cento rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso confronto congiunturale, le vendite di *prodotti alimentari* sono rimaste invariate, mentre quelle di *prodotti non alimentari* sono aumentate 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

La flessione dello 0,6 per cento registrata nel confronto con il mese di ottobre 2009 per il *totale delle vendite* deriva da un incremento dello 0,9 per cento delle vendite della *grande distribuzione* e da un calo dell'1,5 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 (rispettivamente dello 0,6 e dell'1,2 per cento). Le vendite delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno segnato una variazione negativa sia per i *prodotti alimentari* (meno 3,3 per cento), sia per quelli *non alimentari* (meno 1,0 per cento).

Nei primi dieci mesi del 2010, il valore del *totale delle vendite* è rimasto invariato, a sintesi di un aumento dello 0,8 per cento per le imprese della *grande distribuzione* e di una diminuzione dello 0,6 per cento per le *imprese operanti su piccole superfici*. Nello stesso periodo le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dello 0,5 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* sono aumentate dello 0,2 per cento.

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

Con riferimento alla *grande distribuzione*, rispetto ad ottobre 2009 le vendite degli *esercizi non specializzati* sono aumentate dello 0,5 per cento e quelle degli *esercizi specializzati* hanno segnato una variazione positiva del 3,6 per cento. All'interno dei primi, gli esercizi *a prevalenza alimentare* hanno subito una lieve diminuzione (meno 0,1 per cento), mentre quelli *a prevalenza non alimentare* hanno registrato un aumento (più 3,1 per cento). Tra gli *esercizi non specializzati a prevalenza alimentare* l'unica variazione positiva ha riguardato i *discount* (più 2,0 per cento).

Nel confronto con i primi dieci mesi del 2009, sia gli *esercizi non specializzati* sia quelli *specializzati* hanno registrato incrementi del valore delle vendite (rispettivamente, dello 0,5 e del 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. *Ottobre 2010 (a)*

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Ott 10	Ott 10 Ott 09	Gen-Ott 10 Gen- Ott 09
Esercizi non specializzati	107,9	+ 0,5	+ 0,5
A prevalenza alimentare	108,7	- 0,1	+ 0,1
<i>Ipermercati</i>	106,8	- 0,3	- 0,4
<i>Supermercati</i>	108,0	- 0,4	+ 0,3
<i>Discount di alimentari</i>	122,2	+ 2,0	+ 1,0
A prevalenza non alimentare	105,1	+ 3,1	+ 1,8
Esercizi specializzati	119,5	+ 3,6	+ 2,3
Totale	109,5	+ 0,9	+ 0,8

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la dimensione delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), ad ottobre 2010, in termini tendenziali, il valore delle vendite è diminuito del 2,1 per cento nelle imprese fino a 5 addetti e dell'1,5 per cento nelle imprese da 6 a 49 addetti, mentre è aumentato dell'1,6 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. Ottobre 2010 (a)

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Ott 10	Ott 10 Ott 09	Gen- Ott 10 Gen- Ott 09
Fino a 5 addetti	100,3	- 2,1	- 1,2
Da 6 a 49 addetti	103,3	- 1,5	- 0,6
Almeno 50 addetti	111,2	+ 1,6	+ 1,3
Totale imprese	105,2	- 0,6	0,0

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Con riferimento alle vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), ad ottobre 2010 i gruppi di prodotti hanno segnato risultati piuttosto eterogenei. In particolare, il gruppo *Supporti magnetici, strumenti musicali* ha segnato la variazione positiva più marcata (più 2,1 per cento), mentre il gruppo *Prodotti di profumeria, cura della persona* ha subito la diminuzione di maggiore entità (meno 1,9 per cento).

Nel confronto tendenziale relativo al periodo gennaio-ottobre 2009, l'aumento più sostenuto ha riguardato il gruppo *Foto-ottica e pellicole* (più 2,4 per cento), mentre il calo più ampio ha interessato il gruppo *Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia* (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. Ottobre 2010 (a)

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Ott 10	Ott 10 Ott 09	Gen- Ott 10 Gen- Ott 09
Alimentari	104,6	- 0,9	- 0,5
Non alimentari	105,5	- 0,4	+ 0,2
<i>Prodotti farmaceutici</i>	102,2	- 1,4	- 0,4
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	113,8	+ 0,2	- 0,1
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	121,1	+ 1,4	+ 0,8
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	113,7	+ 0,4	+ 0,7
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	106,3	+ 0,5	+ 1,5
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	100,1	- 0,8	- 0,9
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	87,1	+ 0,3	+ 2,4
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	104,1	- 0,8	+ 0,3
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	98,9	- 1,7	- 0,4
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	97,2	- 1,9	- 0,4
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	116,6	- 1,7	- 0,7
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	105,3	+ 2,1	+ 1,3
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	96,6	- 0,1	+ 0,5
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	101,1	- 0,2	+ 0,4
Totale	105,2	- 0,6	0,0

(a) Dati provvisori

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di ottobre 2010 le imprese al dettaglio hanno dichiarato, in media, 27 giorni di apertura. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 28,4 giorni e quelli delle *imprese operanti su piccole superfici* per 26,1 giorni. Rispetto allo stesso mese del 2009, il numero di giorni di apertura è rimasto invariato per le imprese della *grande distribuzione*, mentre ha subito una leggera diminuzione (meno 0,2 per cento) per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Ott 10	$\frac{\text{Ott 10}}{\text{Ott 09}}$
Grande distribuzione	28,4	0,0
Imprese operanti su piccole superfici	26,1	- 0,2
Totale	27,0	- 0,1

(a) Dati provvisori