

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di dicembre 2010, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha registrato un aumento dello 0,2 per cento rispetto ad novembre 2010; nel confronto con il mese di dicembre 2009 l'indice grezzo ha segnato una variazione positiva dello 0,4 per cento. Nella media dell'anno, le vendite sono aumentate dello 0,2 per cento nei confronti del 2009, come sintesi di un aumento dello 0,3 per cento di quelle di beni non alimentari e di una diminuzione di pari entità delle vendite di prodotti alimentari.

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 0,3 e più 0,1 per cento).

Rispetto a dicembre 2009, le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dello 0,3 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* dello 0,5 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. *Dicembre 2010 (a)*

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Dic 10	Dic 10 Nov 10	Ott-Dic 10 Lug-Sett 10	Dic 10	Dic 10 Dic 09	Gen-Dic 10 Gen-Dic 09
Alimentari	103,0	+ 0,3	- 0,2	134,4	+ 0,3	- 0,3
<i>Grande distribuzione</i>				134,4	+ 1,0	+ 0,4
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				134,4	- 0,7	- 1,4
Non alimentari	100,1	+ 0,1	0,0	152,5	+ 0,5	+ 0,3
<i>Grande distribuzione</i>				180,3	+ 0,8	+ 1,1
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				140,4	+ 0,2	0,0
Totale delle vendite	101,0	+ 0,2	0,0	147,1	+ 0,4	+ 0,2
<i>Grande distribuzione</i>				159,5	+ 0,8	+ 0,7
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>				139,2	+ 0,1	- 0,4

(a) Dati provvisori

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

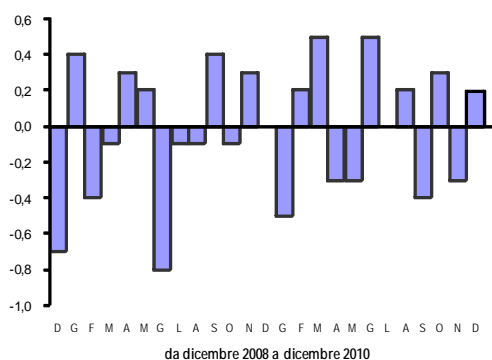
Roma, Viale Liegi 13 - 00198

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

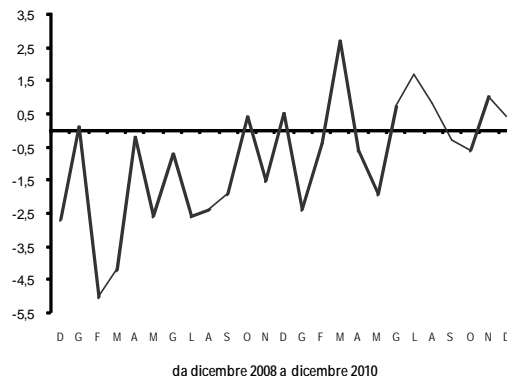
Vanessa Ioannoni tel. +39 06 4673.7561

Prossimo comunicato 25 marzo 2011

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali congiunturali



Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali tendenziali



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

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'0,4 per cento registrato nel confronto con il mese di dicembre 2009 per il *totale delle vendite*, deriva da una variazione positiva dello 0,8 per cento delle vendite della *grande distribuzione* e da un incremento dello 0,1 per cento delle vendite delle *imprese operanti su piccole superfici*.

Nella *grande distribuzione* le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dell'1,0 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* dello 0,8 per cento. Le vendite delle *imprese operanti su piccole superfici* hanno segnato una variazione negativa per i *prodotti alimentari* (meno 0,7 per cento) e un aumento per quelle dei *prodotti non alimentari* (più 0,2 per cento).

Nella media del 2010 si è registrato un aumento dello 0,7 per cento per le imprese della *grande distribuzione* e una diminuzione dello 0,4 per cento per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

Con riferimento alla *grande distribuzione*, rispetto a dicembre 2009 tutte le tipologie di imprese hanno segnato variazioni positive. In particolare, sia le vendite degli *esercizi non specializzati* sia quelle degli *esercizi specializzati* sono aumentate dello 0,9 per cento. All'interno dei primi, gli *esercizi a prevalenza alimentare* hanno registrato un aumento dello 0,4 per cento e quelli *a prevalenza non alimentare* una crescita dell'1,9 per cento. Tra gli *esercizi non specializzati a prevalenza alimentare* la variazione positiva più ampia ha riguardato i *discount* (più 4,2 per cento).

Nella media del 2010, sia gli *esercizi non specializzati* sia quelli *specializzati* hanno registrato incrementi del valore delle vendite (rispettivamente più 0,6 e più 2,0 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. Dicembre 2010 (a)

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Dic 10	Dic 10 Dic 09	Gen-Dic 10 Gen- Dic 09
Esercizi non specializzati	161,0	+ 0,9	+ 0,6
A prevalenza alimentare	141,1	+ 0,4	+ 0,2
<i>Ipermercati</i>	157,5	+ 0,1	- 0,3
<i>Supermercati</i>	132,2	+ 0,1	+ 0,4
<i>Discount di alimentari</i>	112,1	+ 4,2	+ 1,3
A prevalenza non alimentare	236,8	+ 1,9	+ 2,0
Esercizi specializzati	150,5	+ 0,9	+ 2,0
Totale	159,5	+ 0,8	+ 0,7

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la dimensione
delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), a dicembre 2010 il valore delle vendite è diminuito, in termini tendenziali, dello 0,2 per cento nelle imprese fino a 5 addetti, mentre è aumentato dello 0,2 per cento nelle imprese da 6 a 49 addetti e dell'1,0 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. Dicembre 2010 (a)

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Dic 10	Dic 10 Dic 09	Gen- Dic 10 Gen- Dic 09
Fino a 5 addetti	139,5	- 0,2	- 0,9
Da 6 a 49 addetti	138,4	+ 0,2	- 0,3
Almeno 50 addetti	160,9	+ 1,0	+ 1,3
Totale imprese	147,1	+ 0,4	+ 0,2

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la tipologia
merceologica dei prodotti
non alimentari

Con riferimento alle vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a dicembre 2010 i gruppi di prodotti hanno segnato risultati eterogenei. In particolare, il gruppo *Supporti magnetici e strumenti musicali* ha registrato la variazione positiva più marcata (più 2,5 per cento), mentre il gruppo *Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni e telefonia* ha subito la diminuzione di maggiore entità (meno 1,0 per cento).

Nel confronto tra la media del 2010 e quella dell'anno precedente, le vendite hanno segnato gli aumenti più sostenuti per i gruppi *Foto-ottica e pellicole* (più 2,2 per cento) ed *Elettrodomestici, radio, tv e registratori* (più 1,9 per cento), mentre il calo di maggiore entità ha interessato il gruppo *Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni e 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. Dicembre 2010 (a)

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Dic 10	Dic 10 Dic 09	Gen- Dic 10 Gen- Dic 09
Alimentari	134,4	+ 0,3	- 0,3
Non alimentari	152,5	+ 0,5	+ 0,3
<i>Prodotti farmaceutici</i>	114,8	+ 1,5	- 0,1
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	154,7	- 0,7	- 0,1
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	150,3	+ 0,1	+ 1,0
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	115,2	+ 1,9	+ 0,9
<i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>	200,8	+ 2,1	+ 1,9
<i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i>	187,2	- 1,0	- 1,1
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	143,5	+ 1,1	+ 2,2
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	132,5	+ 0,2	+ 0,5
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	117,8	- 0,2	- 0,2
<i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>	139,6	- 0,3	- 0,3
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	165,4	- 0,3	- 0,5
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	204,7	+ 2,5	+ 1,7
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	204,6	0,0	+ 0,5
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	173,3	+ 0,7	+ 0,6
Totale	147,1	+ 0,4	+ 0,2

(a) Dati provvisori

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di dicembre 2010 le imprese al dettaglio hanno dichiarato, in media, 27,5 giorni di apertura. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 28,8 giorni e quelli delle *imprese operanti su piccole superfici* per 26,8 giorni. Rispetto allo stesso mese del 2009, il numero di giorni di apertura è aumentato dello 0,7 per le imprese della *grande distribuzione* e dello 0,3 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. Dicembre 2010 (a)

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Dic 10	<u>Dic 10</u> Dic 09
Grande distribuzione	28,8	+ 0,7
Imprese operanti su piccole superfici	26,8	+ 0,3
Totale	27,5	+ 0,4

(a) Dati provvisori