

**Capitolo 16**

# **Commercio interno**



## 16. Commercio interno

### Per saperne di più...

- ◆ ISTAT. *I.stat: il tuo accesso diretto alla statistica italiana*. Roma. <http://dati.istat.it>.
- ◆ ISTAT. *Commercio al dettaglio: gennaio 2013*. Roma: 2013. (Comunicato stampa, 27 marzo). <http://www.istat.it/it>.
- ◆ ISTAT. *Gli indici delle vendite del commercio fisso al dettaglio: la nuova base 2010*. Roma: 2013. (Nota informativa, 27 marzo). <http://www.istat.it/it>.

### La struttura degli esercizi commerciali

Il settore del commercio interno comprende i due comparti del commercio all'ingrosso e del commercio al dettaglio. L'Istat, coerentemente con i dettami del regolamento dell'Unione europea sulle statistiche congiunturali, conduce un'indagine per ciascuna delle due componenti. Si tratta, in particolare, della rilevazione mensile sulle vendite al dettaglio e della rilevazione trimestrale del fatturato dei servizi, che comprende sia la componente del commercio all'ingrosso sia quella della manutenzione e riparazione di autoveicoli. La prima produce numeri indice mensili del valore delle vendite al dettaglio distinti per settore merceologico e forma distributiva, mentre la seconda fornisce numeri indice trimestrali di fatturato per gruppo di attività economica. La base di riferimento degli indici è l'anno 2010. L'attività economica è definita sulla base della classificazione Ateco 2007, versione italiana della classificazione europea NACE Rev.2.

I risultati presentati in questo capitolo si riferiscono quindi al commercio al dettaglio, all'ingrosso e al settore della manutenzione e riparazione di autoveicoli che, dal punto di vista della classificazione delle attività economiche, appartiene al medesimo raggruppamento del commercio all'ingrosso e del commercio al dettaglio.

Il comparto del commercio al dettaglio è caratterizzato da una prevalenza di imprese di dimensioni assai ridotte con un numero medio di addetti molto contenuto. Dalle informazioni provenienti dall'archivio statistico delle imprese attive dell'Istat (Asia), relativo alla situazione a fine 2011 (Tavola 16.2), si desume che il settore del commercio al dettaglio in sede fissa, definito secondo l'Ateco 2007, è composto da 505.371 imprese, che occupano oltre un milione e 650 mila addetti, con una media di 3,27 addetti per impresa. Di queste, 47.806 sono imprese non specializzate, ciascuna delle quali impiega in media 9,1 occupati, che operano prevalentemente nella vendita di prodotti alimentari; 4.259 sono imprese non specializzate<sup>1</sup> a prevalenza non alimentare, caratterizzate da una media di 10,9 addetti. Le imprese costituite da esercizi specializzati sono 453.306 e impiegano in media 2,6 occupati ciascuno. In termini di numerosità, le imprese specializzate rappresentano il segmento prevalente. Considerando la densità degli esercizi sul territorio, nel 2011 sono presenti circa 8,5 imprese commerciali al dettaglio ogni 1.000 abitanti.

La distribuzione territoriale degli esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa (Tavola 16.1) mantiene una struttura sostanzialmente stabile nel tempo. Sulla base dei dati elaborati dall'Osservatorio nazionale del commercio, al 31 dicembre 2012 erano attivi, sull'intero territorio nazionale, 766.821 esercizi, il 37,6 per cento dei quali localizzato nel Nord, il 20,3 nel Centro e il 42,1 nel Mezzogiorno. Nel confronto con l'anno precedente, la distribuzione territoriale resta pressoché invariata, mentre, per quanto riguarda la consistenza del comparto, si osserva una caduta di 9.334 unità per il totale degli esercizi. In particolare, la diminuzione registrata a livello nazionale (-1,2 per cento) è la sintesi di una diminuzione dell'1,6 per cento al Nord e dell'1,0 per cento sia al Centro sia nel Mezzogiorno.

<sup>1</sup> Il concetto di impresa o esercizio despecializzato (o non specializzato) è definito dalla classificazione delle attività economiche (Ateco) e si basa sulle modalità con cui viene esercitata l'attività di vendita. In particolare, sono despecializzati tutti quegli esercizi che vendono articoli appartenenti a più settori merceologici senza che sia possibile individuare uno di questi come prevalente.

Il comparto del commercio all'ingrosso (Tavola 16.3) a fine 2011 comprende 406.543 imprese, per un totale di circa un milione e 180 mila addetti. Il 54,1 per cento di tali imprese è rappresentato da intermediari del commercio. In questo comparto si registra il valore minimo di addetti per impresa, 1,22 rispetto al dato medio di 2,9 addetti che riguarda l'intero settore.

La figura 16.1 confronta, per gli anni 2010 e 2011, la struttura delle imprese del commercio al dettaglio con quella delle imprese del commercio all'ingrosso di beni di consumo tenendo conto del settore merceologico (alimentare o non alimentare) cui esse appartengono. Nel comparto del commercio all'ingrosso la quota di imprese che tratta beni alimentari di consumo era del 37,6 per cento nel 2010 e scende al 37,4 per cento nel 2011.

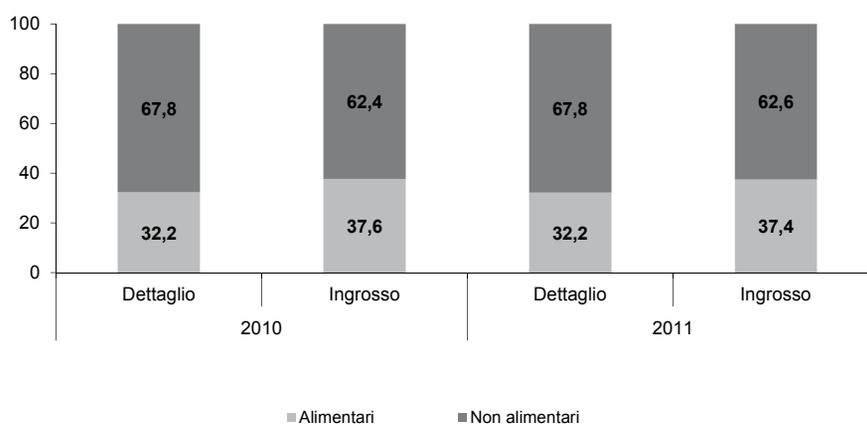
Per quanto riguarda il comparto del commercio al dettaglio, tra il 2010 e il 2011, resta invariata (32,2 per cento) la quota di imprese che effettua in prevalenza la vendita di beni alimentari.

Sempre con riferimento al comparto del commercio al dettaglio, al 1° gennaio 2012 risulta aumentato, rispetto alla situazione registrata al 1° gennaio 2011, il numero degli esercizi commerciali per le principali forme di vendita non specializzate a prevalenza alimentare della grande distribuzione (Tavola 16.4), i supermercati crescono di 160 unità, i grandi magazzini di 236 unità e gli ipermercati di 24 unità; al 1° gennaio 2012 risultano attivi 9.815 supermercati, 1.806 grandi magazzini e 612 ipermercati. I supermercati rappresentano la forma di vendita della grande distribuzione più diffusa su tutto il territorio nazionale e quella che impiega, in assoluto, il maggior numero di addetti. Gli ipermercati, invece, sono caratterizzati da un più alto numero di addetti per impresa: 140 addetti contro 18,2 dei supermercati e 16,6 dei grandi magazzini.

**Per saperne di più...**

- ◆ ISTAT. *Fatturato dei servizi: I trimestre 2013*. Roma: 2013. (Comunicato stampa, 5 giugno). <http://www.istat.it/it>.
- ◆ ISTAT. *Gli indici del fatturato dei servizi: la nuova base 2010*. Roma: 2013. (Nota informativa, 5 giugno). <http://www.istat.it/it>.

**Figura 16.1**  
**Struttura delle imprese del commercio al dettaglio e del commercio all'ingrosso dei beni di consumo per settore merceologico - Anni 2010 e 2011** (valori percentuali)



Fonte: Caratteristiche delle imprese commerciali al dettaglio (E)

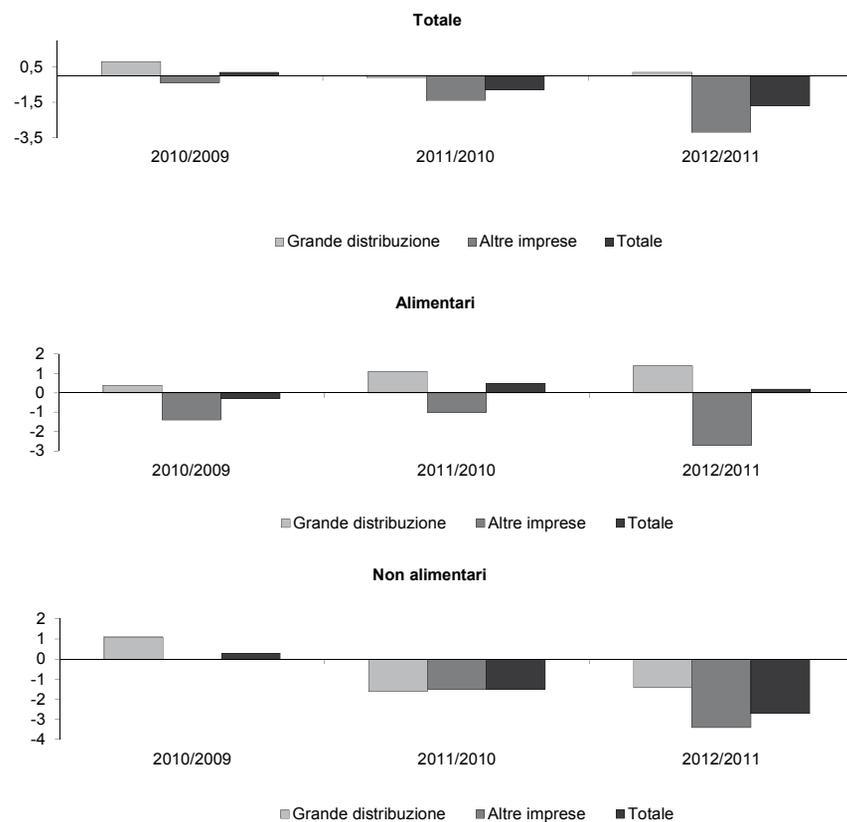
**L'andamento delle vendite nel commercio al dettaglio**

L'andamento delle vendite al dettaglio, misurato dai relativi indici (Tavola 16.5 e Figura 16.2), nella media del 2012 registra una diminuzione del valore delle vendite dell'1,7 per cento rispetto all'anno precedente. Nello stesso periodo si registra un aumento dello 0,2 per cento per la grande distribuzione e una diminuzione del 3,2 per cento per altre imprese. Se si considerano i settori merceologici, si osserva una variazione positiva dello 0,2 per cento per le vendite dei prodotti alimentari e una flessione del 2,7 per cento per quelli non alimentari (Figura 16.2).

Tra le tipologie della grande distribuzione (Figura 16.3), le specializzate di grande superficie segnano un risultato negativo nella media del 2012 (-0,4 per cento), mentre le imprese non specializzate registrano un aumento delle vendite (+0,3 per cento), sintesi di aumenti del 2,6 per cento per i discount e dell'1,8 per i supermercati e di un calo dell'1,9 per cento per gli ipermercati.

**Figura 16.2**

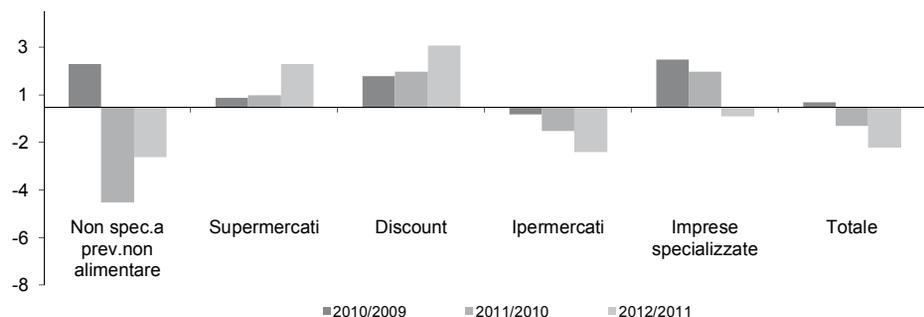
**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti delle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa per settore merceologico. Base 2010=100** (variazioni percentuali)



Fonte: Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

**Figura 16.3**

**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti delle imprese della grande distribuzione. Base 2010=100** (variazioni percentuali)

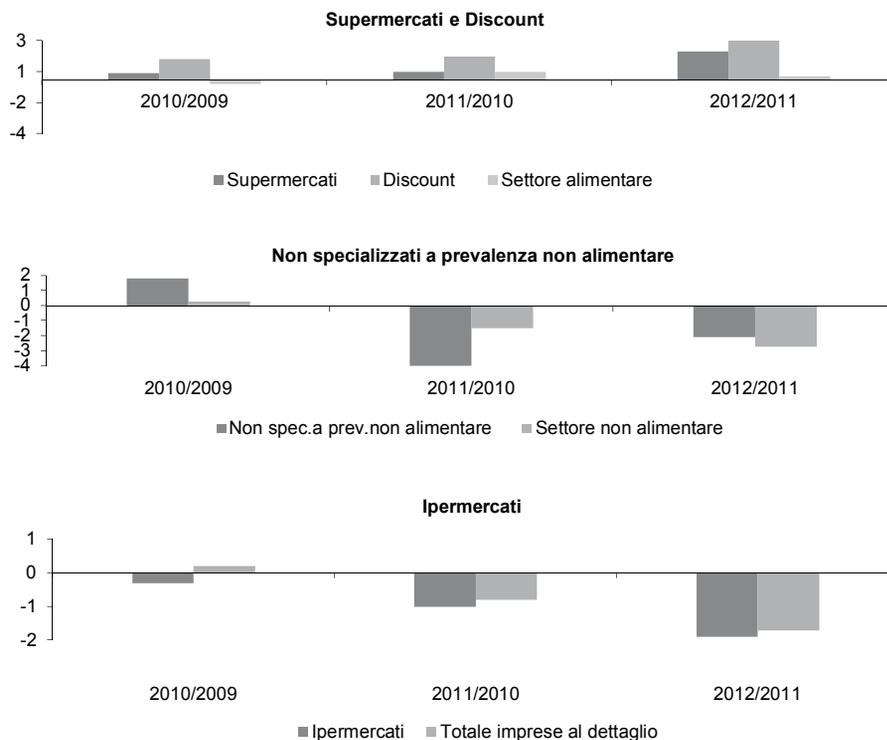


Fonte: Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

I risultati che caratterizzano le diverse tipologie di vendita della grande distribuzione sono messi a confronto con la dinamica dei settori merceologici nell'ambito dei quali ciascuna tipologia assume un ruolo prevalente (Figura 16.4).

**Figura 16.4**

**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti dei supermercati, dei grandi magazzini, dei discount e degli ipermercati. Base 2010=100 (variazioni percentuali)**

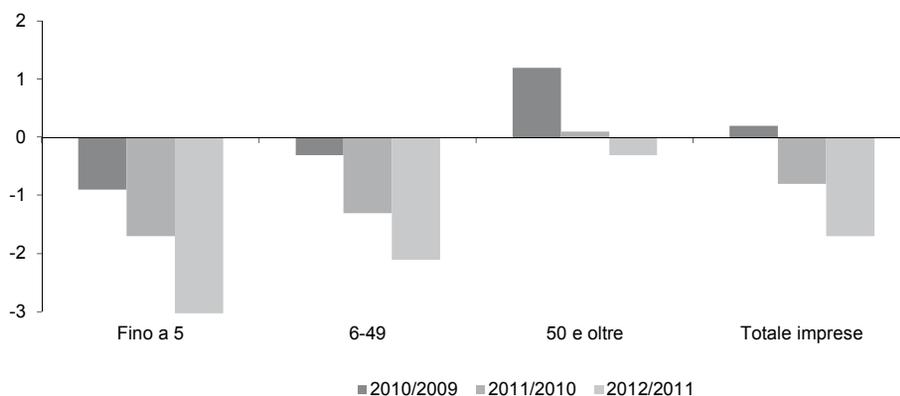


Fonte: Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

Nella media del 2012, l'aumento delle vendite dei discount (+2,6 per cento) si rivela più sostenuto rispetto a quello registrato per i supermercati (+1,8 per cento); nel complesso, le vendite di prodotti alimentari registrano una variazione positiva (+0,2 per cento). Con riferimento al comparto delle vendite di beni non alimentari, le imprese non specializzate a prevalenza non alimentare registrano una dinamica negativa più contenuta (-2,1 per cento) rispetto a quella registrata dal settore non alimentare nel suo complesso (-2,7 per cento).

**Figura 16.5**

**Indici del valore delle vendite a prezzi correnti delle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa per classe di addetti. Base 2010=100 (variazioni percentuali)**



Fonte: Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

Gli ipermercati, che rappresentano la forma di vendita non specializzata di dimensioni maggiori, in termini sia di addetti per impresa, sia di superficie di vendita, segnano una flessione delle vendite (-1,9 per cento) più accentuata rispetto al calo registrato per il totale delle imprese (-1,7 per cento).

Gli indici delle vendite al dettaglio misurano, tra l'altro, i risultati delle imprese classificate in base alla loro dimensione (espressa in termini di numero di addetti). Per il periodo che va dal 2010 al 2012 (Figura 16.5) emerge in maniera chiara una relazione positiva tra la dimensione delle imprese e la dinamica delle vendite: al crescere del numero degli addetti migliora la performance complessiva delle imprese.

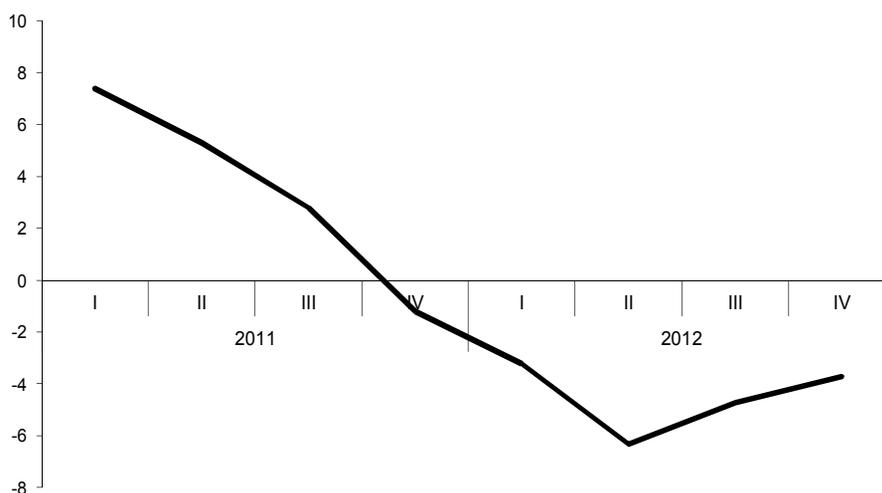
### L'andamento del fatturato nel commercio all'ingrosso

Per quanto riguarda il fatturato del commercio all'ingrosso (Tavola 16.6), nel 2012 si registra nel complesso una variazione negativa (-4,5 per cento). La variazione negativa più elevata riguarda il commercio all'ingrosso di Altri macchinari, attrezzature e forniture (-8,9 per cento), mentre il comparto del commercio all'ingrosso di materie prime agricole e animali vivi è l'unico settore per il quale si evidenzia una variazione positiva (+3,2 per cento).

Analizzando le variazioni trimestrali dell'indice del commercio all'ingrosso (Figura 16.6), nel 2012 tutti i trimestri mostrano una dinamica negativa: nel secondo trimestre si registra la variazione negativa di entità maggiore (-6,3 per cento).

**Figura 16.6**

**Fatturato delle imprese del commercio all'ingrosso - Anni 2011-2012 Base 2010=100**  
(variazioni tendenziali trimestrali)

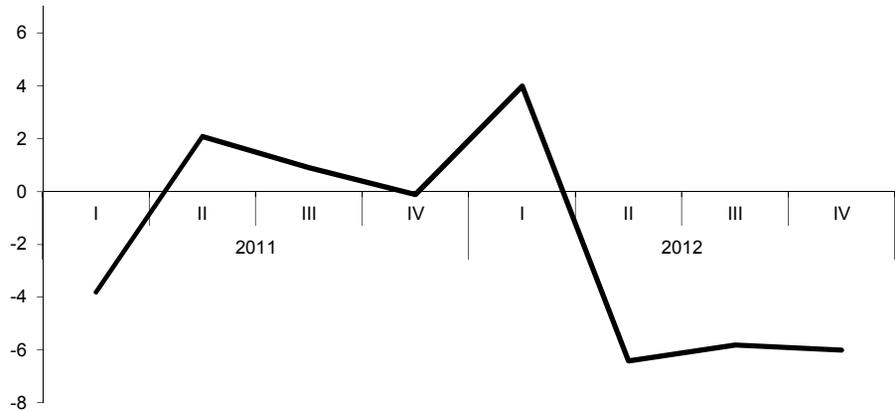


Fonte: Rilevazione trimestrale del fatturato dei servizi (R)

Per il settore della manutenzione e riparazione di autoveicoli (Tavola 16.6), si rileva nel 2012 una variazione media annua negativa (-3,7 per cento). Analizzando l'evoluzione infra-annuale (Figura 16.7), nel primo trimestre si rileva una variazione positiva (+4,0 per cento), mentre i tre trimestri successivi mostrano un andamento negativo, con variazioni percentuali comprese tra -6,4 per cento registrato nel secondo trimestre e -5,8 per cento, registrato nel terzo.

**Figura 16.7**

**Fatturato delle imprese della manutenzione e riparazione di autoveicoli - Anni 2011-2012 Base 2010=100 (variazioni tendenziali trimestrali)**



Fonte: Rilevazione trimestrale del fatturato dei servizi (R)

Gli indici del valore delle vendite al dettaglio sono elaborati in tutti i Paesi della Ue sulla base di criteri comuni, basati sull'utilizzo di classificazioni e definizioni uniformi; tali informazioni sono diffuse dall'Eurostat. Nella Tavola 16.8 sono riportate le variazioni degli indici, esclusi i carburanti, di 27 Paesi dell'Unione Europea per gli anni 2010-2012 e per i singoli mesi del 2012.

Per le vendite al dettaglio, nella media del 2012, il Paese caratterizzato dalla crescita più marcata è stato il Lussemburgo (+24,9 per cento), mentre la Grecia segna il calo maggiore (-11,4 per cento).

**Tavola 16.1 - Esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa per regione (a) - Anni 2010-2012**

REGIONI	2010 (b)		2011 (b)		2012 (b)		Variazioni percentuali	
	Numero	Comp. %	Numero	Comp. %	Numero	Comp. %	2011/2010	2012/2011
Piemonte	51.277	6,6	51.103	6,6	50.0396	6,5	-0,3	-2,1
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	1.811	0,2	1.819	0,2	1.787	0,2	0,4	-1,8
Liguria	24.851	3,2	24.636	3,2	24.389	3,2	-0,9	-1,0
Lombardia	89.950	11,6	90.253	11,6	89.335	11,7	0,3	-1,0
Trentino-A. Adige/ Südtirol	10.446	1,3	10.440	1,3	10.399	1,4	-0,1	-0,4
<i>Bolzano/Bozen</i>	4.583	0,6	4.592	0,6	4.576	0,6	0,2	-0,3
<i>Trento</i>	5.863	0,8	5.848	0,8	5.823	0,8	-0,3	-0,4
Veneto	51.923	6,7	51.923	6,7	50960	6,6	..	-1,9
Friuli-Venezia Giulia	13.403	1,7	13.255	1,7	12891	1,7	-1,1	-2,7
Emilia-Romagna	49.738	6,4	49.802	6,4	48868	6,4	0,1	-1,9
Toscana	50.437	6,5	50.342	6,5	49316	6,4	-0,2	-2,0
Umbria	12.366	1,6	12.383	1,6	12263	1,6	0,1	-1,0
Marche	19.807	2,6	19.918	2,6	19527	2,5	0,6	-2,0
Lazio	73.700	9,5	74.140	9,6	74147	9,7	0,6	0,0
Abruzzo	19.646	2,5	19.638	2,5	19.183	2,5	..	-2,3
Molise	5.051	0,7	4.974	0,6	4.863	0,6	-1,5	-2,2
Campania	100.558	13,0	100.326	12,9	99.930	13,0	-0,2	-0,4
Puglia	59.857	7,7	60.158	7,8	59.675	7,8	0,5	-0,8
Basilicata	9.274	1,2	9.298	1,2	9.103	1,2	0,3	-1,0
Calabria	32.879	4,2	32.939	4,2	32.435	4,2	0,2	-1,5
Sicilia	72.627	9,4	72.140	9,3	71.399	9,3	-0,7	-1,0
Sardegna	26.764	3,4	26.668	3,4	26.312	3,4	-0,4	-1,3
<b>Nord</b>	<b>293.399</b>	<b>37,8</b>	<b>293.231</b>	<b>37,8</b>	<b>288.668</b>	<b>37,6</b>	<b>-0,1</b>	<b>-1,6</b>
<b>Centro</b>	<b>156.310</b>	<b>20,1</b>	<b>156.783</b>	<b>20,2</b>	<b>155.253</b>	<b>20,3</b>	<b>0,3</b>	<b>-1,0</b>
<b>Mezzogiorno</b>	<b>326.656</b>	<b>42,1</b>	<b>326.141</b>	<b>42,0</b>	<b>322.900</b>	<b>42,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>-1,0</b>
<b>ITALIA</b>	<b>776.365</b>	<b>100,0</b>	<b>776.155</b>	<b>100,0</b>	<b>766.821</b>	<b>100,0</b>	<b>..</b>	<b>-1,2</b>

Fonte: Ministero dello sviluppo economico. Osservatorio nazionale del commercio

(a) Gli esercizi sono rilevati sulla base dell'attività economica prevalente al 31 dicembre.

(b) L'istituzione dell'Osservatorio nazionale del commercio (d. lgs. n. 114 del 31 marzo 1998) ha introdotto delle novità nelle modalità di rilevazione dei dati. A seguito di ciò possono riscontrarsi delle differenze con i dati precedentemente pubblicati.

**Tavola 16.2 - Principali caratteristiche delle imprese commerciali al dettaglio in sede fissa per forma di vendita e gruppo di prodotti venduti al 31 dicembre 2011**

FORME DI VENDITA GRUPPI DI PRODOTTI	Imprese		Addetti	
	Numero	Imprese per 1.000 abitanti (c)	Numero	Addetti per impresa
<b>Imprese non specializzate a prevalenza alimentare (a)</b>	<b>47.806</b>	<b>0,80</b>	<b>435.785</b>	<b>9,12</b>
<b>Imprese non specializzate a prevalenza non alimentare (a)</b>	<b>4.259</b>	<b>0,07</b>	<b>46.445</b>	<b>10,91</b>
<b>Imprese specializzate</b>	<b>453.306</b>	<b>7,63</b>	<b>1.170.997</b>	<b>2,58</b>
Alimentari e bevande	114.844	1,93	251.699	2,19
Prodotti farmaceutici	20.433	0,34	89.893	4,40
Abbigliamento e pellicceria	77.271	1,30	227.159	2,94
Calzature, articoli di cuoio e da viaggio	17.349	0,29	56.376	3,25
Mobili, articoli tessili, arredamento per la casa	31.193	0,53	90.704	2,91
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	7.294	0,12	24.324	3,33
Dotazioni per l'informatica, la telefonia e le telecomunicazioni	9.306	0,16	23.874	2,57
Foto-ottica, pellicole, supporti magnetici audio-video, strumenti musicali (b)	12.128	0,20	31.756	2,62
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	17.381	0,29	35.194	2,02
Utensileria per la casa e ferramenta	24.283	0,41	74.032	3,05
Prodotti di profumeria e cura della persona	12.502	0,21	41.890	3,35
Cartoleria, libri, giornali e riviste	29.991	0,50	53.893	1,80
Giochi, giocattoli, articoli per sport e campeggio	13.990	0,24	45.318	3,24
Altri prodotti	65.341	1,10	124.885	1,91
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA</b>	<b>505.371</b>	<b>8,51</b>	<b>1.653.226</b>	<b>3,27</b>

Fonte: Caratteristiche delle imprese commerciali al dettaglio (E)

(a) Le imprese sono rilevate sulla base dell'attività economica prevalente secondo la classificazione Ateco2007.

(b) I gruppi di prodotti "Foto-ottica e pellicole" e "Supporti magnetici audio-video, strumenti musicali" sono stati accorpati.

(c) L'indicatore è stato calcolato utilizzando la popolazione residente al 31 dicembre 2011.

**Tavola 16.3 - Principali caratteristiche delle imprese commerciali all'ingrosso per gruppo di attività economica al 31 dicembre 2011**

GRUPPI DI ATTIVITÀ ECONOMICA	Imprese (a)		Addetti	
	Numero	Imprese per 1.000 abitanti (b)	Numero	Addetti per impresa
Intermediari del commercio	220.027	3,70	268.410	1,22
Materie prime agricole e animali vivi	8.863	0,15	28.578	3,22
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	33.433	0,56	193.506	5,79
Beni di consumo finale	55.702	0,94	259.466	4,66
Apparecchiature ICT	13.090	0,22	55.268	4,22
Altri macchinari, attrezzature e forniture	21.387	0,36	101.420	4,74
Commercio all'ingrosso specializzato di altri prodotti	43.526	0,73	226.856	5,21
Commercio all'ingrosso non specializzato	10.515	0,18	46.167	4,39
<b>Commercio all'ingrosso</b>	<b>406.543</b>	<b>6,84</b>	<b>1.179.671</b>	<b>2,90</b>

Fonte: Caratteristiche delle imprese del commercio all'ingrosso (E)

(a) Le imprese sono rilevate sulla base dell'attività economica prevalente.

(b) L'indicatore è stato calcolato utilizzando la popolazione residente al 31 dicembre 2011.

**Tavola 16.4 - Numero e addetti dei supermercati, grandi magazzini e ipermercati per regione e ripartizione geografica al 1° gennaio 2012**

REGIONI	Supermercati		Grandi magazzini		Ipermercati	
	Numero	Addetti	Numero	Addetti	Numero	Addetti
Piemonte	741	12.226	83	1.650	83	11.209
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	16	350	16	151	2	471
Liguria	213	4.875	36	715	9	1.625
Lombardia	1.630	38.486	342	6.267	158	24.527
Trentino-A. Adige/Südtirol	293	4.854	47	589	7	530
<i>Bolzano/Bozen</i>	<i>138</i>	<i>2.581</i>	<i>19</i>	<i>254</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Trento</i>	<i>155</i>	<i>2.273</i>	<i>28</i>	<i>335</i>	<i>7</i>	<i>530</i>
Veneto	1.139	18.159	115	1.882	67	7.417
Friuli-Venezia Giulia	311	5.085	26	716	23	2.192
Emilia-Romagna	804	18.878	90	2.027	42	8.709
Toscana	541	15.393	195	3.477	28	4.515
Umbria	246	4.087	80	1.286	8	879
Marche	340	5.124	79	775	20	2.253
Lazio	658	13.296	144	2.657	27	3.593
Abruzzo	281	3.629	52	668	14	2.339
Molise	45	598	7	89	5	370
Campania	534	7.756	96	1.392	21	4.080
Puglia	570	6.196	70	817	25	2.952
Basilicata	89	947	21	229	4	328
Calabria	259	2.932	104	1.180	19	1.613
Sicilia	748	10.658	150	2.426	32	3.462
Sardegna	357	5.103	53	1.029	18	2.605
<b>Nord</b>	<b>5.147</b>	<b>102.913</b>	<b>755</b>	<b>13.997</b>	<b>391</b>	<b>56.680</b>
<b>Centro</b>	<b>1.785</b>	<b>37.900</b>	<b>498</b>	<b>8.195</b>	<b>83</b>	<b>11.240</b>
<b>Mezzogiorno</b>	<b>2.883</b>	<b>37.819</b>	<b>553</b>	<b>7.830</b>	<b>138</b>	<b>17.749</b>
<b>ITALIA</b>	<b>9.815</b>	<b>178.632</b>	<b>1.806</b>	<b>30.022</b>	<b>612</b>	<b>85.669</b>

Fonte: Ministero dello sviluppo economico. Osservatorio nazionale del commercio

**Tavola 16.5 - Indici del valore delle vendite delle imprese commerciali al dettaglio per forma di vendita e gruppo di prodotti. Base 2010=100 - Anni 2010-2012 (a)**

FORME DI VENDITA GRUPPI DI PRODOTTI	Indici			Variazioni percentuali	
	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011
FORME DI VENDITA					
Grande distribuzione	100,0	99,9	100,1	-0,1	0,2
<i>Alimentare</i>	100,0	101,1	102,5	1,1	1,4
<i>Non alimentare</i>	100,0	98,4	97,0	-1,6	-1,4
Imprese tradizionali di piccola superficie	100,0	98,6	95,4	-1,4	-3,2
<i>Alimentare</i>	100,0	99,0	96,3	-1,0	-2,7
<i>Non alimentare</i>	100,0	98,5	95,2	-1,5	-3,4
GRUPPI DI PRODOTTI					
Alimentari e bevande	100,0	100,5	100,7	0,5	0,2
Prodotti farmaceutici	100,0	99,2	95,7	-0,8	-3,5
Abbigliamento e pellicceria	100,0	98,1	94,9	-1,9	-3,3
Calzature, articoli di cuoio e da viaggio	100,0	97,6	95,1	-2,4	-2,6
Mobili, articoli tessili, arredamento per la casa	100,0	98,3	94,5	-1,7	-3,9
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	100,0	96,4	93,4	-3,6	-3,1
Dotazioni per l'informatica, la telefonia e le telecomunicazioni	100,0	96,1	93,4	-3,9	-2,8
Foto-ottica, pellicole, supporti magnetici audio-video, strumenti musicali (b)	100,0	93,5	88,3	-6,5	-5,6
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	100,0	97,1	94,8	-2,9	-2,4
Utensileria per la casa e ferramenta	100,0	100,0	98,1	-	-1,9
Prodotti di profumeria e cura della persona	100,0	100,1	100,0	0,1	-0,1
Cartoleria, libri, giornali e riviste	100,0	97,9	94,2	-2,1	-3,8
Giochi, giocattoli, articoli per sport e campeggio	100,0	103,4	100,0	3,3	-3,3
Altri prodotti	100,0	98,6	97,5	-1,3	-1,1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>99,2</b>	<b>97,5</b>	<b>-0,8</b>	<b>-1,7</b>

Fonte: Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

(a) Le imprese sono rilevate sulla base dell'attività economica prevalente secondo la classificazione Ateco2007.

(b) Con l'introduzione della nuova base di riferimento, i gruppi di prodotti "Foto-ottica e pellicole" e "Supporti magnetici audio-video e strumenti musicali" sono stati accorpati.

**Tavola 16.6 - Indici del fatturato delle imprese del commercio all'ingrosso per gruppo di attività economica e della manutenzione e riparazione di autoveicoli. Base 2010=100 - Anno 2012**

ANNI TRIMESTRI	Commercio all'ingrosso								Totale	Manutenzione e riparazione di autoveicoli
	Intermediari del commercio	Materie prime agricole e animali vivi	Prodotti alimentari, bevande e tabacco	Beni di consumo finale	Apparecchiature ICT	Altri macchinari, attrezzature e forniture	Commercio all'ingrosso specializzato di altri prodotti	Commercio all'ingrosso non specializzato		
2010	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2011	103,1	110,7	104,0	98,3	96,1	106,1	106,6	103,1	103,6	99,8
2012 - PER TRIMESTRE										
I	93,7	112,7	94,5	93,5	96,8	99,8	99,9	96,9	97,3	96,4
II	100,5	109,5	105,8	93,7	91,5	99,8	105,7	103,9	101,9	95,8
III	98,9	105,2	107,6	85,8	76,6	88,1	94,3	96,1	94,6	87,8
IV	103,1	129,4	107,2	95,3	92,7	99,2	101,2	101,7	101,7	104,2
<b>2012</b>	<b>99,1</b>	<b>114,2</b>	<b>103,8</b>	<b>92,1</b>	<b>89,4</b>	<b>96,7</b>	<b>100,3</b>	<b>99,7</b>	<b>98,9</b>	<b>96,1</b>
VARIAZIONI PERCENTUALI										
2011	3,1	10,7	4,0	-1,7	-3,9	6,1	6,6	3,1	3,5	-0,2
I	-1,4	5,2	0,2	-4,4	-7,2	-4,8	-4,7	-0,7	-3,2	4,0
II	-3,8	-4,5	-2,5	-7,3	-8,1	-11,5	-7,4	-6,5	-6,3	-6,4
III	-6,2	3,7	0,7	-7,5	-6,9	-11,1	-5,9	-2,8	-4,7	-5,8
IV	-3,9	8,2	0,9	-5,9	-5,7	-7,7	-5,4	-2,9	-3,7	-6,0
<b>2012</b>	<b>-3,9</b>	<b>3,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-6,3</b>	<b>-7,0</b>	<b>-8,9</b>	<b>-5,9</b>	<b>-3,3</b>	<b>-4,5</b>	<b>-3,7</b>

Fonte: Rilevazione trimestrale sul fatturato dei servizi (R)

**Tavola 16.7 - Quantità e valore di tabacchi venduti al 31 dicembre 2012 (a)**

ANNI MESI	Nazionali		Esteri		Totale	
	Quantità (quintali)	Introiti (mgl di euro) (b)	Quantità (quintali)	Introiti (mgl di euro) (b)	Quantità (quintali)	Introiti (mgl di euro) (b)
2008	159.163	2.554.351	786.292	13.639.299	945.455	16.193.650
2009	147.275	2.449.330	774.023	13.908.245	921.298	16.357.575
2010	136.160	2.354.700	771.093	14.215.386	907.253	16.570.086
2011	62.831	1.118.373	837.560	15.950.476	900.391	17.068.848
2012 - PER MESE						
Gennaio	1.566	29.433	63.705	1.260.530	65.271	1.289.963
Febbraio	1.514	28.488	62.238	1.228.209	63.752	1.256.697
Marzo	1.733	33.657	68.807	1.377.678	70.540	1.411.335
Aprile	1.673	31.668	66.103	1.331.015	67.776	1.362.683
Maggio	1.910	36.028	73.980	1.489.421	75.890	1.525.449
Giugno	1.832	34.503	71.905	1.458.304	73.737	1.492.807
Luglio	1.983	37.566	76.842	1.561.966	78.825	1.599.532
Agosto	2.042	38.668	76.780	1.561.593	78.822	1.600.261
Settembre	1.634	30.740	65.153	1.320.868	66.787	1.351.608
Ottobre	1.505	28.200	73.070	1.483.815	74.575	1.512.015
Novembre	1.313	25.219	63.829	1.294.860	65.142	1.320.079
Dicembre	1.317	24.840	63.059	1.281.819	64.376	1.306.659
<b>Anno</b>	<b>20.022</b>	<b>379.010</b>	<b>825.471</b>	<b>16.650.078</b>	<b>845.493</b>	<b>17.029.088</b>

Fonte: Vendite, quantità e valore di tabacchi lavorati (E)

(a) I dati relativi ai tabacchi si riferiscono alle quantità e agli introiti dei prodotti trasferiti dai magazzini di deposito a quelli di distribuzione.

(b) Al netto degli aggi spettanti ai rivenditori.

**Tavola 16.8 - Indici del valore delle vendite al dettaglio esclusi i carburanti di alcuni Paesi dell'Unione europea.**  
 Base 2010=100 - Anno 2012 (a) (variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)

ANNI MESI	Italia (b)	Austria	Belgio	Bulgaria	Cipro	Croazia (c)	Danimarca	Estonia	Finlandia
2010/2009	1,4	3,8	1,3	0,4	1,1	-3,7	-0,3	1,6	3,8
2011/2010	0,3	2,2	3,1	5,0	0,9	1,9	-0,1	9,9	4,8
2012/2011	-0,8	2,1	3,3	-0,1	-3,2	-0,5	0,3	5,6	4,2
2012/2011 - PER MESE									
Gennaio	0,4	3,8	6,1	0,4	-0,6	2,9	-0,9	18,8	6,6
Febbraio	1,2	4,6	8,0	-2,1	2,4	1,7	2,0	17,0	8,9
Marzo	2,5	6,2	6,5	0,8	-1,9	2,4	3,2	11,7	7,6
Aprile	-5,1	-2,7	-2,3	0,7	-6,8	-3,4	-4,4	5,3	1,3
Maggio	-0,2	1,8	0,4	0,6	-3,0	-0,1	1,9	5,5	3,2
Giugno	1,1	6,8	5,6	1,5	-2,6	-0,3	1,6	3,7	5,2
Luglio	-2,1	0,6	-0,8	2,3	-6,5	-0,6	-0,8	3,5	3,9
Agosto	0,2	3,1	1,9	2,6	0,3	0,3	0,5	0,8	4,4
Settembre	1,0	-1,1	6,0	0,8	-3,5	-2,4	0,1	3,8	1,2
Ottobre	-3,8	2,9	4,7	-2,9	-4,8	-1,5	0,6	2,6	4,5
Novembre	-1,1	2,6	6,6	-2,4	-3,3	-1,3	2,2	0,5	4,2
Dicembre	-1,7	-1,9	-0,6	-2,9	-5,6	-2,2	-1,7	0,6	1,3
ANNI MESI	Francia	Germania	Grecia	Lettonia	Lituania	Lussemburgo	Malta	Paesi Bassi	Polonia
2010/2009	2,8	2,4	-5,0	-3,2	-5,6	12,4	12,0	-0,2	6,6
2011/2010	3,0	2,5	-7,7	8,5	9,1	24,5	-1,7	0,1	1,2
2012/2011	1,6	1,9	-11,4	7,2	7,1	24,9	5,6	-1,5	4,1
2012/2011 - PER MESE									
Gennaio	3,5	3,6	-6,3	14,2	11,8	26,7	-3,1	0,6	8,7
Febbraio	4,8	4,4	-8,0	10,9	9,8	18,9	4,7	0,5	8,4
Marzo	3,9	6,2	-8,3	8,6	8,7	26,5	3,5	2,4	7,5
Aprile	-4,2	-3,1	-13,9	5,0	4,4	28,1	6,2	-9,6	3,0
Maggio	0,4	1,3	-9,4	7,7	7,7	24,7	9,1	1,7	5,6
Giugno	4,4	6,8	-10,9	9,2	7,0	23,2	7,4	1,4	4,8
Luglio	2,2	0,6	-9,5	6,9	7,3	30,5	5,0	-4,2	6,8
Agosto	2,5	1,4	-9,0	5,9	6,2	27,5	8,0	0,0	3,9
Settembre	-0,1	-1,9	-15,7	4,3	4,5	26,3	8,2	-0,1	-0,5
Ottobre	2,5	3,7	-10,8	6,5	9,7	34,3	6,0	-1,4	2,0
Novembre	2,5	2,4	-17,8	5,7	8,0	25,1	8,4	-2,9	3,2
Dicembre	-2,0	-1,5	-16,1	4,5	2,6	15,8	2,5	-4,7	-2,0
ANNI MESI	Portogallo	Regno Unito	Repubblica Ceca	Romania	Slovacchia	Slovenia	Spagna	Svezia	Ungheria
2010/2009	0,1	2,5	-1,7	-5,0	-1,1	0,0	-0,7	3,6	0,7
2011/2010	-6,1	3,5	1,7	2,8	1,4	-0,3	-3,4	0,8	4,3
2012/2011	-5,8	2,7	-0,6	5,5	1,4	-2,7	-5,3	2,1	3,2
2012/2011 - PER MESE									
Gennaio	-5,7	2,3	1,1	6,4	2,8	-2,1	-2,0	2,2	6,4
Febbraio	-5,3	2,9	1,6	5,5	3,4	-0,7	-1,6	6,1	6,2
Marzo	-3,3	5,4	0,9	4,7	2,1	-0,5	-1,7	5,0	7,0
Aprile	-9,1	-0,1	-2,8	3,8	-0,4	-4,7	-9,6	-1,9	2,3
Maggio	-3,5	3,4	0,0	6,1	2,0	-3,1	-2,1	3,2	2,2
Giugno	-4,3	3,7	-0,7	3,8	1,0	-2,6	-2,9	3,6	4,1
Luglio	-6,4	3,1	-1,0	6,7	0,4	-0,9	-5,4	1,7	3,0
Agosto	-5,0	3,1	1,0	8,4	1,8	-0,8	0,4	2,6	3,1
Settembre	-6,0	3,2	-2,8	9,3	1,4	-6,7	-12,0	0,3	1,6
Ottobre	-5,6	1,9	1,7	6,6	1,3	-0,9	-7,7	2,0	3,4
Novembre	-5,3	2,2	-1,3	6,6	1,4	-3,6	-7,5	2,1	0,5
Dicembre	-8,1	1,6	-3,6	-0,8	-0,3	-5,1	-9,3	-0,6	1,2

Fonte: Eurostat; per l'Italia Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio (R)

(a) Le variazioni sono state calcolate a partire da indici a prezzi correnti.

(b) Le variazioni pubblicate dall'Eurostat non coincidono con quelle diffuse a livello nazionale. Queste ultime sono calcolate a partire da indici che tengono conto, oltre che dell'attività economica prevalente, anche delle vendite per tipologia di prodotto.

(c) Il 1° luglio 2013 la Croazia è diventata il 28° Paese membro dell'Unione europea.