

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

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di luglio 2010, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* è rimasto invariato rispetto a giugno 2010; nel confronto con il mese di luglio 2009 l'indice grezzo ha registrato una variazione positiva dell'1,7 per cento.

In termini congiunturali (al netto della stagionalità), le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dello 0,4 per cento, mentre quelle di *prodotti non alimentari* hanno subito una flessione dello 0,2 per cento. Rispetto a luglio 2009 le vendite di *prodotti alimentari* e quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato aumenti, rispettivamente, del 2,4 e dell'1,3 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. Luglio 2010 (a)

	DESTAGIONALIZZATI			GREZZI		
	INDICI	VARIAZIONI CONGIUNTURALI		INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Lug 10	Lug 10 Giu 10	Mag-Lug 10 Feb 09-Apr 10	Lug 10	Lug 10 Lug 09	Gen-Lug 10 Gen-Lug 09
Alimentari	103,3	+ 0,4	+ 0,1	108,6	+ 2,4	- 0,5
Grande distribuzione				112,3	+ 3,6	+ 0,1
Imprese operanti su piccole superfici				103,3	+ 0,5	- 1,6
Non alimentari	99,9	- 0,2	- 0,1	106,6	+ 1,3	+ 0,2
Grande distribuzione				108,5	+ 3,0	+ 1,5
Imprese operanti su piccole superfici				105,8	+ 0,7	- 0,3
Totale delle vendite	100,9	0,0	- 0,1	107,2	+ 1,7	0,0
Grande distribuzione				110,2	+ 3,3	+ 0,8
Imprese operanti su piccole superfici				105,3	+ 0,6	- 0,5

(a) Dati provvisori

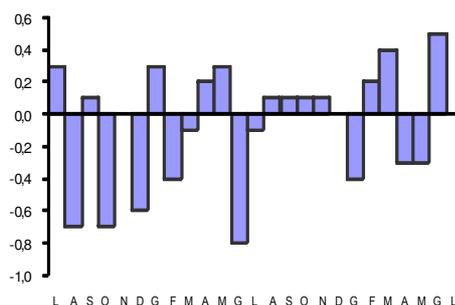
Direzione centrale comunicazione ed editoria
tel. +39 06 4673.2244-2243
Centro di informazione statistica
tel. +39 06 4673.3106

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 22 ottobre 2010

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali congiunturali



da luglio 2008 a luglio 2010

Indice del valore del totale delle vendite
variazioni percentuali tendenziali



da luglio 2008 a luglio 2010

Nell'ultimo trimestre (periodo maggio-luglio) l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha subito una lieve flessione rispetto ai tre mesi precedenti (meno 0,1 per cento). Nello stesso periodo, le vendite di *prodotti alimentari* sono aumentate dello 0,1 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* sono diminuite dello 0,1 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'aumento dell'1,7 per cento registrato nel confronto con il mese di luglio 2009 per il *totale delle vendite*, deriva da variazioni positive sia delle vendite della *grande distribuzione*, sia di quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* (rispettivamente più 3,3 e più 0,6 per cento).

Nella *grande distribuzione* sono aumentate sia le vendite di *prodotti alimentari* sia quelle di *prodotti non alimentari* (rispettivamente più 3,6 e più 3,0 per cento). Anche per le *imprese operanti su piccole superfici* sia le vendite di *prodotti alimentari* sia quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato variazioni positive (rispettivamente più 0,5 e più 0,7 per cento).

Nel confronto tendenziale relativo ai primi sette mesi del 2010 il valore del *totale delle vendite* ha segnato una variazione nulla, a sintesi di un aumento dello 0,8 per cento per le imprese della *grande distribuzione* e di una diminuzione dello 0,5 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* hanno segnato un incremento dello 0,2 per cento.

Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

Con riferimento alla *grande distribuzione*, a luglio 2010 sia gli *esercizi non specializzati* sia quelli *specializzati* hanno registrato aumenti del valore delle vendite (rispettivamente più 3,3 e più 3,4 per cento). All'interno dei primi, quelli *a prevalenza alimentare* e quelli *a prevalenza non alimentare* hanno segnato incrementi simili (rispettivamente più 3,3 e più 3,5 per cento). Tra gli *esercizi non specializzati a prevalenza alimentare* la crescita più marcata ha riguardato i *discount di alimentari* (più 4,1 per cento).

Nel confronto con i primi sette mesi del 2009 gli *esercizi non specializzati a prevalenza non alimentare* e quelli *specializzati* hanno registrato gli incrementi più ampi (rispettivamente più 2,2 e più 2,1 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. Luglio 2010 (a)

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Lug 10	Lug 10 Lug 09	Gen-Lug 10 Gen-Lug 09
Esercizi non specializzati	108,8	+ 3,3	+ 0,6
A prevalenza alimentare	107,5	+ 3,3	+ 0,2
Ipermercati	101,9	+ 3,2	0,0
Supermercati	110,4	+ 3,1	+ 0,3
Discount di alimentari	117,4	+ 4,1	+ 0,6
A prevalenza non alimentare	114,0	+ 3,5	+ 2,2
Esercizi specializzati	119,0	+ 3,4	+ 2,1
Totale	110,2	+ 3,3	+ 0,8

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la dimensione
delle imprese

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), a luglio 2010, in termini tendenziali, il valore delle vendite è rimasto invariato nelle imprese fino a 5 addetti, mentre è aumentato sia nelle imprese da 6 a 49 addetti sia nelle imprese con almeno 50 addetti (rispettivamente più 1,0 e più 3,7 per cento).

Tabella 3. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per dimensione delle imprese. Luglio 2010 (a)

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Lug 10	Lug 10 Lug 09	Gen- Lug 10 Gen- Lug 09
Fino a 5 addetti	100,7	0,0	- 1,2
Da 6 a 49 addetti	109,1	+ 1,0	- 0,6
Almeno 50 addetti	111,9	+ 3,7	+ 1,4
Totale imprese	107,2	+ 1,7	0,0

(a) Dati provvisori

Analisi secondo la tipologia
merceologica dei prodotti
non alimentari

Per quanto riguarda le vendite di prodotti non alimentari (Tabella 4), a luglio 2010 la maggioranza dei gruppi di prodotti ha registrato variazioni positive. In particolare, gli incrementi maggiori hanno riguardato i gruppi Foto-ottica e pellicole (più 5,0 per cento) ed Elettrodomestici, radio, tv e registratori (più 4,3 per cento). La variazione negativa più ampia si è registrata per il gruppo Supporti magnetici, strumenti musicali (meno 2,5 per cento).

Rispetto ai primi sette mesi del 2009 l'aumento più marcato ha riguardato il gruppo Elettrodomestici, radio, tv e registratori (più 2,5 per cento), mentre il calo più ampio è quello del gruppo Cartoleria, libri, giornali e riviste (meno 1,0 per cento).

Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per gruppo di prodotti. Luglio 2010 (a)

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI TENDENZIALI	
	Lug 10	Lug 10 Lug 09	Gen- Lug 10 Gen- Lug 09
Alimentari	108,6	+ 2,4	- 0,5
Non alimentari	106,6	+ 1,3	+ 0,2
Prodotti farmaceutici	98,6	+ 1,2	- 0,3
Abbigliamento e pellicceria	103,9	+ 1,1	- 0,4
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	119,3	+ 3,3	+ 0,4
Mobili, articoli tessili, arredamento	105,1	+ 1,1	+ 0,6
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	113,1	+ 4,3	+ 2,5
Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia	101,3	- 0,6	- 0,7
Foto-ottica e pellicole	114	+ 5,0	+ 2,4
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	104,6	+ 1,6	+ 0,3
Utensileria per la casa e ferramenta	109	- 0,4	- 0,3
Prodotti di profumeria, cura della persona	108,7	+ 2,4	+ 0,1
Cartoleria, libri, giornali e riviste	109,2	- 0,5	- 1,0
Supporti magnetici, strumenti musicali	76,5	- 2,5	+ 2,0
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	118,2	+ 4,0	+ 1,0
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	109,7	+ 1,2	+ 0,2
Totale	107,2	+ 1,7	0,0

(a) Dati provvisori

*Giorni di apertura
dichiarati dalle imprese
commerciali*

Nel mese di luglio 2010 le imprese al dettaglio hanno dichiarato, in media, 27,2 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 26,5 giorni. Rispetto allo stesso mese del 2009, il numero di giorni di apertura è rimasto invariato per le imprese della *grande distribuzione* mentre, è diminuito di 0,1 giorni per le *imprese operanti su piccole superfici*.

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

FORMA DISTRIBUTIVA	GIORNI DI APERTURA	DIFFERENZE
	Lug 10	<u>Lug 10</u> <u>Lug 09</u>
Grande distribuzione	28,4	0,0
Imprese operanti su piccole superfici	26,5	- 0,1
Totale	27,2	- 0,1

(a) Dati provvisori