

## Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio Maggio 2009

L'Istituto nazionale di statistica comunica che nel mese di maggio 2009, sulla base degli elementi finora disponibili, l'indice destagionalizzato del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha segnato una variazione nulla rispetto al precedente mese di aprile.

Il valore delle vendite di *prodotti alimentari* ha registrato una variazione congiunturale negativa dello 0,6 per cento; quello delle vendite di *prodotti non alimentari* un incremento dello 0,2 per cento rispetto ad aprile 2009.

Nella media degli ultimi tre mesi (periodo marzo-maggio) l'indice del *valore del totale delle vendite al dettaglio* ha segnato una variazione negativa dello 0,4 per cento rispetto ai tre mesi precedenti. Nello stesso periodo sia le vendite di *prodotti alimentari*, sia quelle di *prodotti non alimentari* hanno registrato una variazione congiunturale trimestrale negativa (rispettivamente meno 0,2 per cento e meno 0,6 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. Maggio 2009 (a)**

|                                       | DESTAGIONALIZZATI |                          |                           | GREZZI       |                        |                          |
|---------------------------------------|-------------------|--------------------------|---------------------------|--------------|------------------------|--------------------------|
|                                       | INDICI            | VARIAZIONI CONGIUNTURALI |                           | INDICI       | VARIAZIONI TENDENZIALI |                          |
|                                       | Mag 09            | Mag 09<br>Apr 09         | Mar-Mag 09<br>Dic08-Feb09 | Mag 09       | Mag 09<br>Mag 08       | Gen-Mag 09<br>Gen-Mag 08 |
| <b>Alimentari</b>                     | <b>102,6</b>      | <b>- 0,6</b>             | <b>- 0,2</b>              | <b>104,1</b> | <b>- 2,8</b>           | <b>- 1,8</b>             |
| Grande distribuzione                  |                   |                          |                           | 109,2        | - 1,7                  | - 0,6                    |
| Imprese operanti su piccole superfici |                   |                          |                           | 96,7         | - 4,4                  | - 3,8                    |
| <b>Non alimentari</b>                 | <b>99,2</b>       | <b>+ 0,2</b>             | <b>- 0,6</b>              | <b>93,9</b>  | <b>- 2,9</b>           | <b>- 2,7</b>             |
| Grande distribuzione                  |                   |                          |                           | 94,3         | - 1,2                  | - 0,3                    |
| Imprese operanti su piccole superfici |                   |                          |                           | 93,7         | - 3,6                  | - 3,5                    |
| <b>Totale delle vendite</b>           | <b>100,2</b>      | <b>0,0</b>               | <b>- 0,4</b>              | <b>96,9</b>  | <b>- 2,9</b>           | <b>- 2,4</b>             |
| Grande distribuzione                  |                   |                          |                           | 101,1        | - 1,5                  | - 0,4                    |
| Imprese operanti su piccole superfici |                   |                          |                           | 94,3         | - 3,8                  | - 3,7                    |

(a) Dati provvisori; si vedano le Note informative allegate.

Direzione centrale comunicazione ed editoria

tel. +39 06 4673.2244-2243

Centro di informazione statistica

tel. +39 06 4673.3106

Informazioni e chiarimenti:

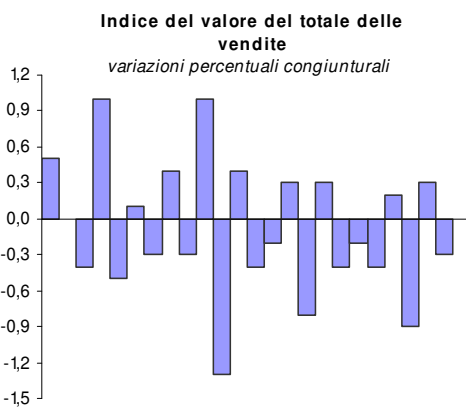
Statistiche sull'attività dei servizi

Roma, Viale Liegi 13 – 00198

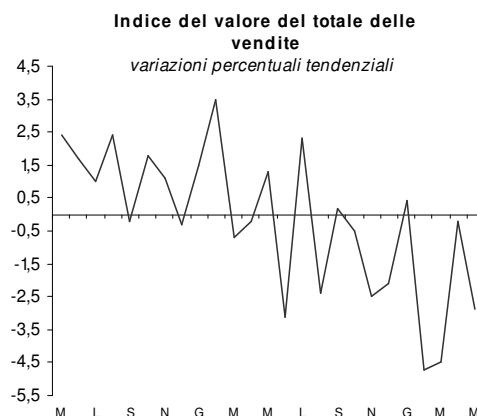
Laura Leoni tel. +39 06 4673.7284

Anna Rita Giorgi tel. +39 06 4673.7264

Prossimo comunicato: 31 agosto 2009



da maggio 2007 a maggio 2009



da maggio 2007 a maggio 2009

Per una migliore 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

Nel confronto con il mese di maggio 2008, il valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio ha presentato una diminuzione del 2,9 per cento, a sintesi di variazioni del tutto simili per le vendite di *prodotti alimentari* e per quelle di *prodotti non alimentari* (rispettivamente meno 2,8 e meno 2,9 per cento).

La variazione tendenziale negativa del *totale delle vendite* è il risultato di flessioni dell'1,5 per cento per le vendite della *grande distribuzione* e del 3,8 per cento per le *imprese operanti su piccole superfici*.

Nella *grande distribuzione* le vendite hanno registrato variazioni negative sia per i *prodotti alimentari* (meno 1,7 per cento), sia per i *prodotti non alimentari* (meno 1,2 per cento); anche nelle *imprese operanti su piccole superfici* entrambe le componenti hanno registrato una diminuzione (meno 4,4 per cento per i *prodotti alimentari* e meno 3,6 per cento per quelli *non alimentari*).

Nel periodo gennaio-maggio del 2009, il valore del *totale delle vendite* è diminuito in termini tendenziali del 2,4 per cento. Le vendite della *grande distribuzione* hanno registrato una variazione negativa dello 0,4 per cento e quelle delle *imprese operanti su piccole superfici* una flessione del 3,7 per cento.

Con riferimento allo stesso confronto temporale, le vendite di *prodotti alimentari* sono diminuite dell'1,8 per cento e quelle di *prodotti non alimentari* del 2,7 per cento.

#### Analisi secondo le tipologie di esercizio della grande distribuzione

A maggio 2009 tutte le tipologie della grande distribuzione hanno segnato variazioni tendenziali negative, con l'eccezione degli *esercizi non specializzati a prevalenza non alimentare* (più 0,7 per cento). Le flessioni più significative registrate hanno riguardato gli *esercizi specializzati* (meno 1,8 per cento), gli *ipermercati* (meno 1,8 per cento) e i *supermercati* (meno 1,7 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. Maggio 2009**

| TIPOLOGIA DI ESERCIZIO      | INDICI | VARIAZIONI TENDENZIALI |                          |
|-----------------------------|--------|------------------------|--------------------------|
|                             | Mag 09 | Mag 09<br>Mag 08       | Gen-Mag 09<br>Gen-Mag 08 |
| Esercizi non specializzati  | 105,2  | - 1,4                  | - 0,3                    |
| A prevalenza alimentare     | 105,2  | - 1,6                  | - 0,4                    |
| Ipermercati                 | 105,2  | - 1,8                  | - 1,5                    |
| Supermercati                | 104,1  | - 1,7                  | + 0,1                    |
| Discount di alimentari      | 111,2  | - 0,8                  | + 0,2                    |
| A prevalenza non alimentare | 105,3  | + 0,7                  | + 0,4                    |
| Esercizi specializzati      | 97,8   | - 1,8                  | - 0,4                    |

*Analisi secondo la dimensione  
delle imprese*

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Tabella 3), nel mese di maggio 2009 il valore delle vendite ha registrato flessioni del 3,5 per cento nelle imprese fino a 5 addetti, del 4,1 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. Maggio 2009**

| DIMENSIONI DELLE IMPRESE | INDICI      | VARIAZIONI TENDENZIALI |                          |
|--------------------------|-------------|------------------------|--------------------------|
|                          | Mag 09      | Mag 09<br>Mag 08       | Gen-Mag 09<br>Gen-Mag 08 |
| Fino a 5 addetti         | 94,7        | - 3,5                  | - 3,6                    |
| Da 6 a 49 addetti        | 93,2        | - 4,1                  | - 3,1                    |
| Almeno 50 addetti        | 101,8       | - 1,5                  | - 0,6                    |
| <b>Totale imprese</b>    | <b>96,9</b> | <b>- 2,9</b>           | <b>- 2,4</b>             |

*Analisi secondo la tipologia  
merceologica dei prodotti  
non alimentari*

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari* (Tabella 4), a maggio 2009 tutti i gruppi di prodotti hanno segnato variazioni tendenziali negative, con la sola eccezione del gruppo *Foto-ottica e pellicole* (più 0,7 per cento). Le flessioni più ampie hanno riguardato i gruppi *Cartoleria, libri, giornali e riviste* (meno 4,9 per cento), *Supporti magnetici, strumenti musicali* (meno 4,3 per cento) e *Altri prodotti* (meno 4,1 per cento).

**Tabella 4. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2005=100) per gruppo di prodotti. Maggio 2009**

| GRUPPI DI PRODOTTI                                      | INDICI      | VARIAZIONI TENDENZIALI |                          |
|---|-------------|------------------------|--------------------------|
|   | Mag 09      | Mag 09<br>Mag 08       | Gen-Mag 09<br>Gen-Mag 08 |
| Alimentari  | 104,1       | - 2,8                  | - 1,8                    |
| Non alimentari  | 93,9        | - 2,9                  | - 2,7                    |
| <i>Prodotti farmaceutici</i>                            | 92,8        | - 1,8                  | - 2,1                    |
| <i>Abbigliamento e pellicceria</i>                      | 96,3        | - 3,3                  | - 2,9                    |
| <i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>        | 104,4       | - 1,3                  | - 2,8                    |
| <i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>            | 89,9        | - 3,1                  | - 2,8                    |
| <i>Elettrodomestici, radio, tv e registratori</i>       | 101,4       | - 2,4                  | - 1,2                    |
| <i>Dotazioni per l'informatica, telecom., telefonia</i> | 81,9        | - 2,5                  | - 1,4                    |
| <i>Foto-ottica e pellicole</i>                          | 105,8       | + 0,7                  | - 2,2                    |
| <i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>        | 94,3        | - 3,3                  | - 2,6                    |
| <i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>             | 103,5       | - 3,8                  | - 3,5                    |
| <i>Prodotti di profumeria, cura della persona</i>       | 90,2        | - 2,4                  | - 1,4                    |
| <i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>            | 81,2        | - 4,9                  | - 3,3                    |
| <i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>           | 78,2        | - 4,3                  | - 1,6                    |
| <i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>            | 88,3        | - 2,8                  | - 1,7                    |
| <i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>         | 94,6        | - 4,1                  | - 4,2                    |
| <b>Totale</b>   | <b>96,9</b> | <b>- 2,9</b>           | <b>- 2,1</b>             |

*Giorni di apertura  
dichiarati dalle imprese  
commerciali*

A maggio 2009 le imprese al dettaglio hanno dichiarato un *numero medio di giorni di apertura* pari a 26,2 giorni. Gli esercizi della *grande distribuzione* sono rimasti aperti, in media, per 27,7 giorni e le *imprese operanti su piccole superfici* per 25,3 giorni. Rispetto allo stesso mese del 2008 si è registrata una diminuzione del numero medio di giorni di apertura sia per le imprese della *grande distribuzione* sia per le *imprese operanti su piccole superfici* (rispettivamente meno 0,2 e meno 0,1 giorni).

**Tabella 5. Numero medio di giorni di apertura degli esercizi commerciali al dettaglio per forma distributiva. Maggio 2009**

| FORMA DISTRIBUTIVA                    | GIORNI DI APERTURA | DIFFERENZE              |
|---------------------------------------|--------------------|-------------------------|
|                                       | Mag 09             | <u>Mag 09</u><br>Mag 08 |
| Grande distribuzione                  | 27,7               | - 0,2                   |
| Imprese operanti su piccole superfici | 25,3               | - 0,1                   |
| <b>Totale</b>                         | 26,2               | - 0,2                   |