A giugno vendite in linea con il mese precedente

Vendite in valore aumentate dell'1,9% (anno terminante giugno 2012), 10 bp in meno di maggio

di **Roberto Pacifico**

Dopo il piccolo boom di marzo, le ben più modeste performance di aprile, e la ripresina di maggio, le vendite nell'anno terminante a giugno registrano +1,9% a valore e -0,8% prezzi costanti, con leggera diminuzione rispetto a maggio (+2,1% a valore). Nel trend mese si segnalano le vendite a valore degli ipermercati con superficie uguale o superiore a 6.500 mq aumentate del 4,1%, anche se fortemente ridimensionate rispetto a maggio (+8,3%).

Nell'anno terminante le differenze sono meno marcate. Gli ipermercati più grandi viaggiano al +5,3%, in linea con il mese di maggio. Stesso trend (+5,3) per i supermercati uguali/superiori a 1.200 mq, che a giugno hanno messo a segno un incremento del 3,1%, meglio di maggio (+1,6%) e ancora meglio del risicato +0,5 di aprile: ritornando così sui livelli di marzo (+5,7%).

A prezzi costanti e a livello mese, i supermercati sono leader per crescita (+2,3%) e superano gli ipermercati più grandi (+0,9%).

In termini di pressione promozionale (AT giugno 2012) la distanza degli ipermercati dal mercato è di 570 punti base. Ancora più ampio il gap tra ipermercati e Lsp: 1.430 bp. I supermercati sono in linea con il mercato: l'incidenza promozionale nell'anno terminante è 25,8% (vs 25,2% totale Italia). ■

Prestazioni per formato

valori in euro, trend a valore e a prezzi costanti

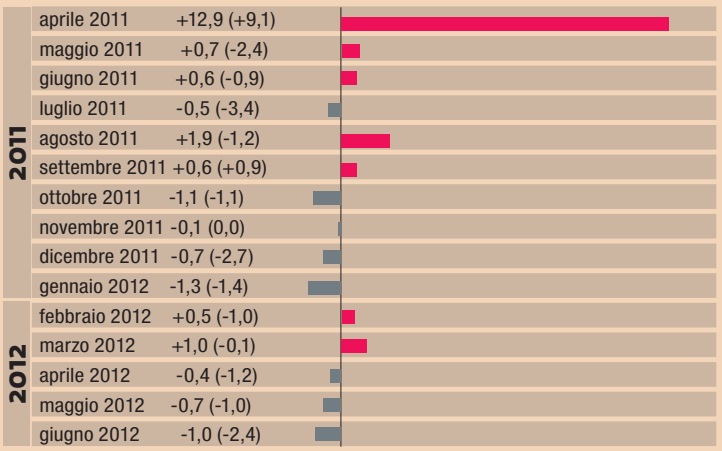
	ANNO TERMINANTE GIUGNO 2012			GIUGNO 2012		
	Valore	Var. %	Trend a prezzi costanti (%)	Valore	Var. %	Trend a prezzi costanti (%)
Ipermercati =>6.500 mq	3.931.064.407	5,3	2,2	375.936.291	4,1	0,9
Ipermercati =< 6.500 mq	6.251.433.662	-0,5	-3,1	566.431.000	-2,7	-4,3
Totale ipermercati	**10.182.498.058**	**1,7**	**-1,1**	**942.367.290**	**-0,1**	**-2,4**
Supermercati 400-1.199 mq	15.400.188.432	0,1	-2,6	1.500.660.256	0,6	-1,3
Super 1.200 mq e oltre	17.696.202.300	5,3	2,5	1.749.186.260	3,1	2,3
Totale supermercati	**33.096.390.796**	**2,8**	**0,1**	**3.249.846.564**	**1,9**	**+0,6**
LSP (100-399 mq)	8.719.476.159	-1,3	-3,8	841.679.187	-2,9	-5,1
TOTALE ITALIA	51.998.365.160	1,9	-0,8	5.033.893.008	0,7	-1,0

Nell'anno terminante a giugno le vendite registrano +1,9% (2,1% a maggio), ma il trend a prezzi costanti è negativo (-0,8%), in linea con l'AT maggio. Sopra la media si colloca la performance dei supermercati, a valore (+2,8% rispetto a +3,2% ad aprile, e +4,7% marzo) e a prezzi costanti (+0,1%), con picchi per i formati più grandi (+5,3% a valore e +2,5% a prezzi costanti): in pratica, i super con superficie uguale o superiore a 1.200 mq crescono a valore di 340 punti base rispetto al mercato.

Fonte: SymphonyIri Group

Andamento vendite a prezzi costanti

iper+super+lsp -var. % vs stesso mese anno precedente)*



*tra parentesi l'andamento degli ipermercati

Fonte: SymphonyIri Group

Peso delle promozioni

per formato di vendita - valori in euro

	ANNO TERMINANTE GIUGNO 2012		
	Totale valore	su totale vendite (%)	giugno (mese/mese)
Ipermercati =>6.500 mq	1.214.865.000	30,9	32,0
Ipermercati <6.500 mq	1.929.328.000	30,9	30,4
Totale ipermercati	**3.144.193.000**	**30,9**	**31,0**
Supermercati 400-1.199 mq	3.590.347.000	23,3	24,3
Supermercati 1.200 mq e oltre	4.939.733.000	27,9	29,4
Totale supermercati	**8.530.080.000**	**25,8**	**27,0**
Lsp (100-399 mq)	1.449.545.000	16,6	16,7
TOTALE ITALIA	13.123.820.000	25,2	26,1

Nell'anno terminante a giugno 2012 la pressione promozionale (25,2%) scende di 50 bp rispetto a maggio. Il contributo delle promozioni sulle vendite negli ipermercati è pari a 31% in lievede diminuzione rispetto a maggio (32,1%).

Fonte: SymphonyIri Group