

AD APRILE VENDITE A +16,6% A VALORE: PRIMO INCREMENTO DOUBLE-DIGIT DA DUE ANNI A QUESTA PARTE

# Nel trend mensile la distribuzione recupera i cali dei primi tre mesi

Roberto Pacifico

Dopo un marzo piuttosto negativo (-6,5% a prezzi costanti), il mercato premia la distribuzione al dettaglio a libero servizio compensandola con incrementi a due cifre: +16,6% a livello Italia (+12,9% a prezzi costanti), con punte di oltre il 20% per gli ipermercati con superficie uguale o superiore a 6.500 mq, e un minimo di +11,3% per l'Lsp (libero servizio piccolo: ossia punti di vendita tra 199 e 399 mq, in pratica le superette), ti-

## Vendite per formato: andamento in valore e trend a prezzi costanti

(valori in euro - anno terminante aprile 2011)

	2011			2010		APRILE 2011		
	Valore	Var. %	Trend a prezzi costanti (%)	Trend a prezzi costanti (%)	Valore	Var. %	Trend a prezzi costanti (%)	
Ipermercati =>6.500 mq	3.695.654.825	3,2	2,6	3,5	305.537.031	20,2	11,4	
Ipermercati < 6.500 mq	6.251.221.532	-0,5	-1,3	-0,6	496.348.024	15,8	7,8	
<b>TOTALE IPERMERCATI</b>	<b>9.946.876.357</b>	<b>0,9</b>	<b>0,1</b>	<b>0,8</b>	<b>801.885.055</b>	<b>17,4</b>	<b>9,1</b>	
Supermercati 400-1.199 mq	15.309.159.398	-0,4	-0,6	1,9	1.255.400.492	17,3	14,0	
Supermercati 1.200 mq e oltre	16.514.116.744	3,0	2,5	4,5	1.377.624.340	18,5	15,1	
<b>TOTALE SUPERMERCATI</b>	<b>31.823.276.142</b>	<b>1,3</b>	<b>1,0</b>	<b>3,2</b>	<b>2.633.024.832</b>	<b>17,9</b>	<b>14,5</b>	
Lsp (100-399 mq)	8.828.343.402	-3,2	-3,4	0,0	709.192.443	11,3	9,6	
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>50.598.495.901</b>	<b>0,4</b>	<b>0,0</b>	<b>2,1</b>	<b>4.144.102.330</b>	<b>16,6</b>	<b>12,9</b>	

Mercato fermo a prezzi costanti nell'anno terminante ad aprile 2011. Si noti la performance positiva degli ipermercati con superficie di vendita = > 6.500 mq la cui crescita in valore (+3,2%) è superiore alla media totale Italia a valore (+0,4%). Un punto percentuale di vendite equivale a circa 500 milioni di euro su base annuale

1. A prezzi costanti l'anno mobile è a crescita zero
2. Il mese di aprile incassa quasi il +17% a valore
3. Ok gli iper oltre 6.500 mq e super over 1.200 mq

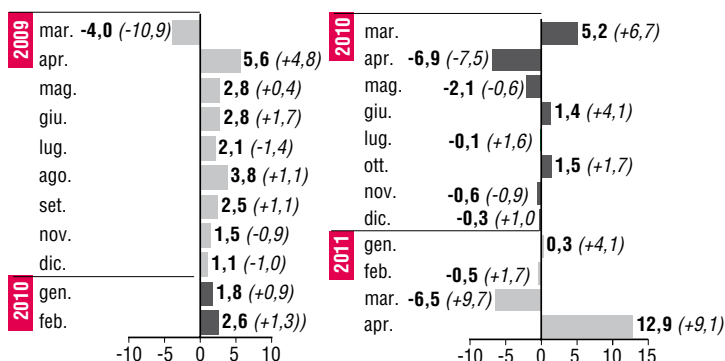
pologia più colpita dalla crisi dei consumi in questi ultimi mesi. Ben diverso il quadro sul lungo periodo. A livello annuale le vendite sono ferme: 0,0% a prezzi costanti. I risultati migliori vengono dai supermercati di zona (superficie uguale/superiore a 1.200 mq) che crescono del 2,5% a prezzi costanti,

trend analogo agli ipermercati =>6.500 mq. La scomposizione delle vendite vede prevalere il supermercato con il 62,9%, seguito dall'ipermercato (19,7%), e dal Lsp (17,4%). L'anno terminante ad aprile 2011 non evidenzia un andamento migliore rispetto al periodo corrispondente 2010

quando le vendite crescevano nel complesso del 2,1% a prezzi costanti. La ricorrenza pasquale, per quanto caduta verso la fine del mese (24-25 aprile), ha sicuramente contribuito ai brillanti risultati del mese, considerando l'esordio non proprio entusiasmante del 2011.

## Vendite a prezzi costanti: marzo '09-aprile '11

(iper+super+Lsp - var. % rispetto allo stesso mese dell'anno precedente; tra parentesi l'andamento degli ipermercati)



Fonte: elaborazione dell'autore su dati SymphonyIri Group

## Peso delle promozioni per formato di vendita

(valori in euro)

	APRILE 2011		
	Totale valore	Su totale vendite (%)	Aprile (%) (mese/mese)
Ipermercati =>6.500 mq	1.110.982.000	30,1	30,8
Ipermercati < 6.500 mq	1.900.283.000	30,4	31,3
<b>TOTALE IPERMERCATI</b>	<b>3.011.265.000</b>	<b>30,3</b>	<b>31,1</b>
Supermercati 400-1.199 mq	3.436.352.000	22,4	23,4
Supermercati 1.200 mq e oltre	4.407.638.000	26,7	28,1
<b>TOTALE SUPERMERCATI</b>	<b>7.843.990.000</b>	<b>24,6</b>	<b>25,8</b>
Lsp (100-399 mq)	1.457.240.000	16,5	17,6
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>12.312.495.000</b>	<b>24,3</b>	<b>25,4</b>

Il contributo delle promozioni sulle vendite negli ipermercati (30,3%) è superiore di 6 punti percentuali rispetto al totale Italia. Ricordiamo che un punto percentuale equivale in termini assoluti a circa 12,3 milioni di euro su base mensile

Fonte: SymphonyIri Group