

Superficie e magazzino: le dimensioni contano?

Quale relazione c'è tra l'andamento delle vendite delle ferramenta italiane in rapporto all'ampiezza del negozio e del magazzino? Ecco la fotografia scattata da Marketing & Telematica nel suo Censimento MMAS Ferramenta.

in collaborazione con



Prosegue su questo numero di Ferramenta & Casalinghi l'approfondimento sull'andamento del lavoro delle ferramenta italiane in relazione ad alcuni dati strutturali. Nel numero scorso avevamo iniziato a indagare il rapporto tra il trend delle vendite, la collocazione del punto vendita e la presenza al loro interno di un'area a libero servizio; in questo articolo scendiamo ulteriormente nel dettaglio presentando i dati relativi all'ampiezza del punto vendita e del magazzino. Come sempre, è l'ultima edizione del Censimento MMAS Ferramenta di Marketing & Telematica a illustrarci la situazione.

Fonte tabelle e grafici: Censimento Ferramenta Marketing&Telematica.

L'andamento dell'attività e la superficie punto vendita

fino a 50 mq

	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	3,9%	42,8%	53,4%
Nord est	6,7%	38,4%	54,9%
Centro	5,9%	39,9%	54,2%
Sud e isole	3,3%	49,1%	47,6%
ITALIA	4,4%	44,3%	51,3%

51 - 100 mq

	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	6,2%	38,0%	55,8%
Nord est	5,7%	41,3%	53,1%
Centro	6,9%	45,5%	47,6%
Sud e isole	5,1%	48,6%	46,3%
ITALIA	5,9%	44,0%	50,1%

101 - 150 mq

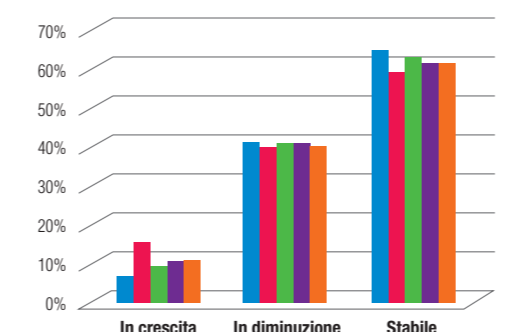
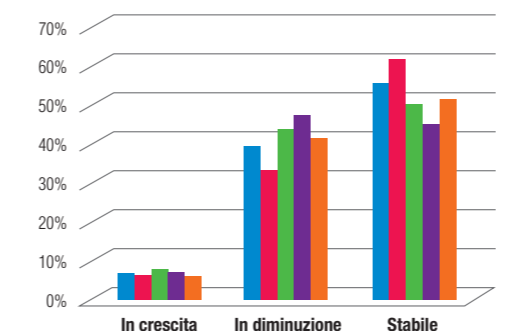
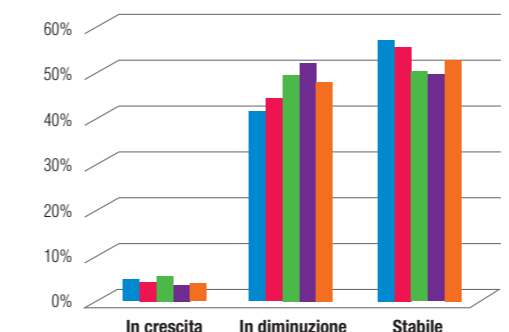
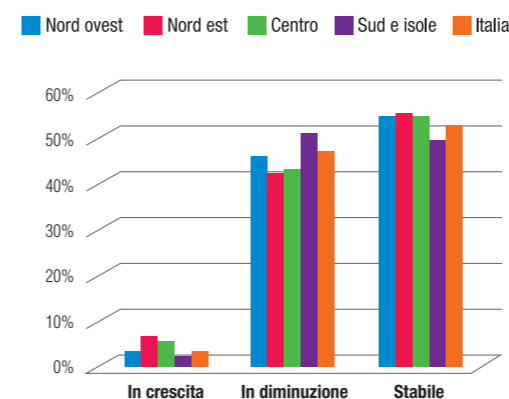
	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	7,0%	38,1%	54,9%
Nord est	6,1%	32,6%	61,3%
Centro	8,2%	43,8%	48,1%
Sud e isole	7,8%	48,3%	43,8%
ITALIA	7,3%	41,0%	51,7%

oltre 150 mq

	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	7,2%	38,6%	54,1%
Nord est	14,9%	37,2%	47,9%
Centro	8,9%	38,7%	52,3%
Sud e isole	10,0%	39,1%	50,8%
ITALIA	10,5%	38,4%	51,1%

Andamento attività

	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	6,0%	39,1%	54,9%
Nord est	8,4%	37,9%	53,8%
Centro	7,6%	42,6%	49,8%
Sud e isole	6,1%	46,8%	47,0%
ITALIA	6,9%	42,3%	50,9%



L'andamento del lavoro

Dalle interviste raccolte da Marketing & Telematica emerge un quadro sostanzialmente ancora in linea con i dati delle rilevazioni precedenti, che conferma quindi una quota di ferramenta in sofferenza pari al 42,3%, contro un piccolo insieme di operatori in crescita del 6,9%; il rimanente 50,9% di essi non registra, invece, variazioni di rilievo.

La situazione è abbastanza omogenea in tutta la penisola, ma con qualche variazione a livello locale. Rispetto alla media nazionale, le regioni del Nord Est vanno un po' meglio: qui la quota di dichiarazioni di crescita è leggermente superiore alla media (8,4%) e quella di dichiarazioni di flessione è migliore di circa 4 punti percentuali (37,9%).

Il Nord Ovest spicca invece per la prevalenza di un trend di stabilità (54,9%, 4 punti percentuali in più sulla media), mentre il Sud e le Isole detengono il primato negativo di dichiarazioni di flessione, 46,8% contro il 42,3% medio nazionale.

L'andamento dell'attività e la superficie del punto vendita

Dalle rilevazioni di M&T emerge chiaramente che le dichiarazioni di crescita del trend delle vendite aumentano con l'aumentare della superficie del negozio: cresce il 4,4% degli operatori che non superano i 50 metri quadrati (3,3% nel Sud), il 5,9% di quelli da 51 a 100 mq (con un massimo del 6,9% nelle regioni del Centro), il 7,3% di quelli da 101 a 150 mq (valore massimo nel Centro, 8,2%, e minimo nel Nord Est, 6,1%), per arrivare al 10,5% dei rivenditori con grandezza superiore (in particolare se si collocano nel Nord Est, dove la

quota di operatori in crescita supera il 14%). Situazione inversa per le dichiarazioni di flessione dell'attività, che scendono con l'aumentare della grandezza del negozio: 44,3% per i punti vendita più piccoli (38,4% nel Nord Est), 44% per quelli medio-piccoli (ma 48,6% nel Sud), 41% per quelli medi (quota che, sempre nelle regioni del Sud, sale però al 48,6%) e infine 38,4% per quelli grandi (senza variazioni di qualche rilievo a livello territoriale).

Per quanto riguarda la stabilità, non si segnalano a livello di macro-area particolari differenze (si oscilla tra il 50,1% e il 51,7%), ma se guardiamo alle singole regioni si notano alcuni scostamenti dalla media; ad esempio spiccano i punti vendita da 101 a 150 metri quadrati del Nord Est, che si dichiarano in tenuta per il 61,3%, e quelli da 51 a 100 mq del Nord Ovest, che per il 55,8% dichiarano un andamento stabile delle vendite.

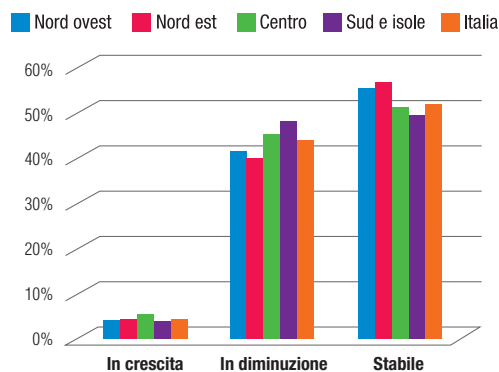
L'andamento dell'attività e l'ampiezza del magazzino

L'analisi della relazione tra il trend delle vendite dichiarato dagli operatori nel corso delle interviste effettuate da M&T e la superficie dell'area dedicata a stoccaggio dei prodotti in vendita riflette quanto appena evidenziato in relazione alla grandezza dell'area di vendita. Le dichiarazioni di crescita del trend delle vendite aumentano con l'aumentare della superficie del magazzino: cresce il 5,1% degli operatori dotati di un magazzino fino a 100 metri quadrati (valore minimo del 4,4% nel Nord Ovest), l'8,7% di quelli con 101-300 mq (con un massimo dell'11% nelle regioni del Nord Est e minimo del 7% al Sud), il 10,2% di quelli da 301 a 600 mq (come nel caso dell'ampiezza del negozio, la quota massima di dichiarazioni di crescita è rilevata nelle regioni del Centro Italia, 14,3%, mentre il valore minimo non si registra nel Nord Est, ma nel Nord Ovest, 6,1%). Infine, trend delle vendite in crescita per il 13,8% degli operatori che dispongono di oltre 600 metri quadrati di area di stoccaggio (quota che nel caso del Nord Est raggiunge addirittura il 21%). Analogamente, con l'aumento dell'ampiezza

L'andamento dell'attività e l'ampiezza del magazzino

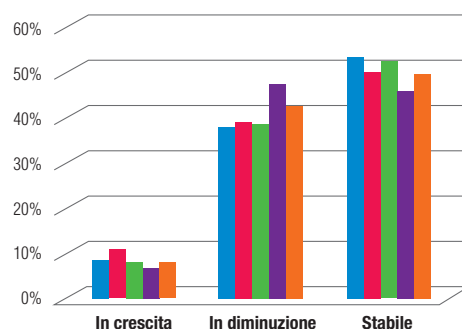
fino a 100 mq

	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	4,4%	40,0%	55,6%
Nord est	5,1%	38,4%	56,4%
Centro	6,3%	44,1%	49,6%
Sud e isole	4,8%	47,5%	47,7%
ITALIA	5,1%	43,3%	51,7%



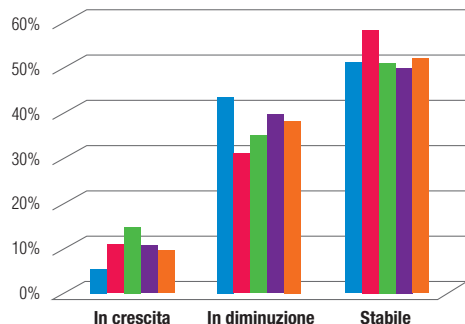
101 - 300 mq

	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	9,0%	38,2%	52,8%
Nord est	11,0%	39,9%	49,1%
Centro	8,7%	39,2%	52,1%
Sud e isole	7,0%	48,0%	44,9%
ITALIA	8,7%	42,1%	49,2%



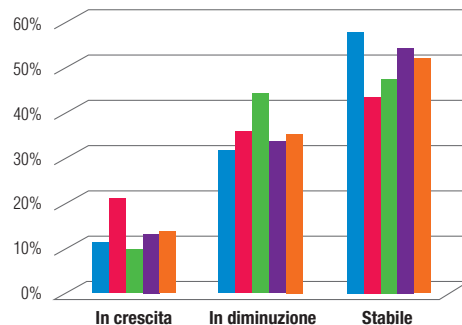
301 - 600 mq

	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	6,1%	43,0%	50,9%
Nord est	11,0%	31,0%	58,0%
Centro	14,3%	35,1%	50,6%
Sud e isole	10,8%	39,2%	50,0%
ITALIA	10,2%	37,5%	52,3%



oltre 600 mq

	In crescita	In diminuzione	Stabile
Nord ovest	11,4%	30,7%	58,0%
Nord est	21,1%	35,6%	43,3%
Centro	9,2%	43,4%	47,4%
Sud e isole	12,8%	33,0%	54,1%
ITALIA	13,8%	35,3%	51,0%



del magazzino diminuiscono le dichiarazioni di flessione delle vendite: 43,3% per i punti vendita con magazzini più piccoli (38,4% nel Nord Est), 42,1 % per quelli medio-piccoli (anche in questo caso il valore massimo tocca al Sud, 48%), 37,5% per quelli medi (ma nel Nord Est la quota di dichiarazioni di calo del lavoro è molto alta, pari al 43%). Le ferramenta con magazzini di dimensioni più grandi, infine, sono in sofferenza soltanto per il 35,3% per quelli grandi (in questo caso tengono meno gli operatori del Centro Italia, area in cui la quota di dichiarazioni di flessione raggiunge il 43%).

Anche nel caso del magazzino, non si evidenziano particolari differenze a livello di macro per quanto riguarda le dichiarazioni di stabilità.

MARKETING & TELEMATICA

M&T è una società specializzata in interventi di trade intelligence, realizzati da professionisti provenienti da diversi settori della consulenza aziendale, e in servizi di marketing e customer satisfaction, basati sui più avanzati strumenti informatici e su una puntuale conoscenza degli operatori dei canali distributivi, censiti con i database georeferenziati MMAS-Micro Marketing Analysis System. L'analisi del canale Ferramenta è stata realizzata dal team coordinato da Alberto Aliverti, Partner di M&T e responsabile del settore.