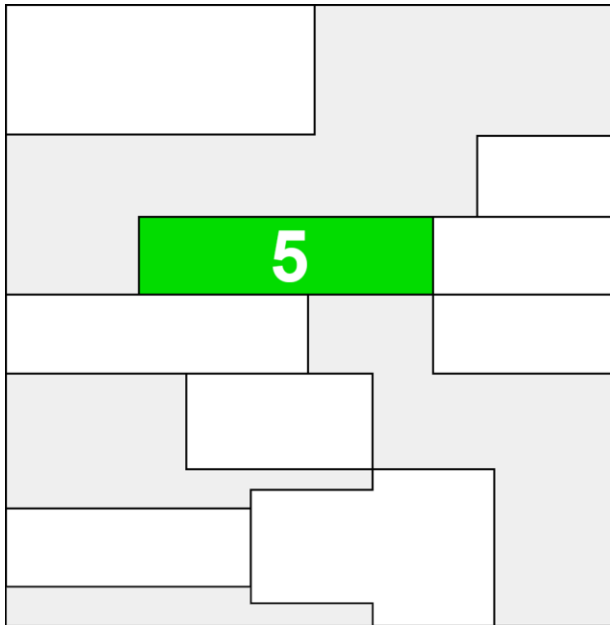


Segmento 5: Generalisti localizzati

Segmenti di domanda nel mercato delle superfici di vendita



5.1 Generalisti localizzati: Introduzione

Attorno al 10 % delle aziende agenti sul mercato svizzero delle superfici di vendita e il 11 % dei dipendenti appartengono al segmento dei generalisti localizzati. A questo segmento appartengono soprattutto filiali di negozi specializzati, che fra l'altro vendono prodotti d'elettronica/elettronica d'intrattenimento, sport, giocattoli, articoli d'arredamento oppure libri. Tipici rappresentanti dei generalisti localizzati sono filiali di librerie, negozi d'elettronica domestica o negozi di sport. Essendo attrattori secondari sono rilevanti per il centro. Il tipo di azienda e le caratteristiche dei beni rendono questo segmento l'effettivo generalista localizzato tra gli attori del mercato di vendita.



A causa delle pretese di posizionamento complessivamente medie, i generalisti localizzati si trovano quasi in ogni luogo di tutte le più grandi località: in centri commerciali, nelle zone di shopping così come nelle strade d'entrata e d'uscita. I generalisti localizzati affittano perlopiù superfici di vendita di media grandezza fino ad un massimo di 1'200 m² in oggetti di uso misto, in shopping center o occasionalmente anche in centri commerciali solitari. Vendono i loro prodotti su uno o due piani. Il loro standard d'arredamento è piuttosto semplice e la redditività delle superfici, come anche la disponibilità di pagamento dell'affitto, sono perlopiù medie. Accessibilità e fornitura sono piuttosto poco esigenti. L'accessibilità tramite mezzi pubblici o a piedi è leggermente più importante che la raggiungibilità tramite i mezzi privati o l'offerta di un parcheggio proprio.

5.2 Chi sono i Generalisti localizzati?

Caratteristica Valore tipico

Redditività delle superfici
(ricavato lordo per m2 in CHF)



Aziende tipiche Piccola negozio d'arredamento, negozio di elettronica, negozio di sport, libreria, negozio di giocattoli, ufficio agenzia viaggi

Tipo di azienda Negozio tradizionale di branca, negozio di branca filializzato

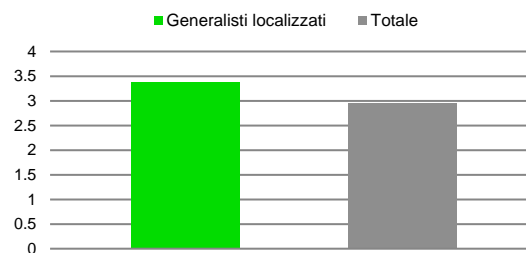
Nuovi format / concetti rilevanti Pop-up-store, click&collect (stazione di pick-up)

Quali gruppi di beni vengono principalmente venduti dai Generalisti localizzati ?

prodotti alimentari e generi voluttuari	<input type="checkbox"/>
Assistenza medica e cura del	<input type="checkbox"/>
Indumenti/ scarpe	<input type="checkbox"/>
Grandi magazzini / beni di diverso tipo	<input type="checkbox"/>
Ottico / foto	<input checked="" type="checkbox"/>
Orologi/ gioielli	<input type="checkbox"/>
Libri/ articoli di cancelleria	<input checked="" type="checkbox"/>
Sport	<input checked="" type="checkbox"/>
Giocattoli	<input checked="" type="checkbox"/>
Multimedia / elettronica d'intrattenimento	<input checked="" type="checkbox"/>
Articoli per il fai-da-te e per il giardinaggio	<input type="checkbox"/>
Mobili/articoli d'arredamento	<input checked="" type="checkbox"/>
Altre merci e servizi	<input type="checkbox"/>

Caratteristica	Valore tipico
----------------	---------------

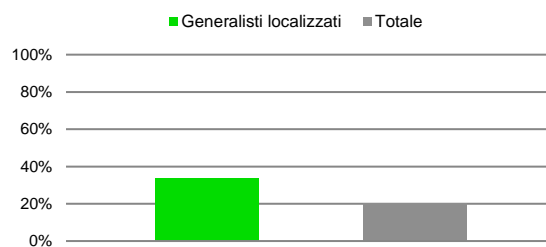
Quantità media di impiegati per azienda (2022) 3.4 addetti equivalenti a tempo pieno



Superficie necessaria 50 - 1'200 m2

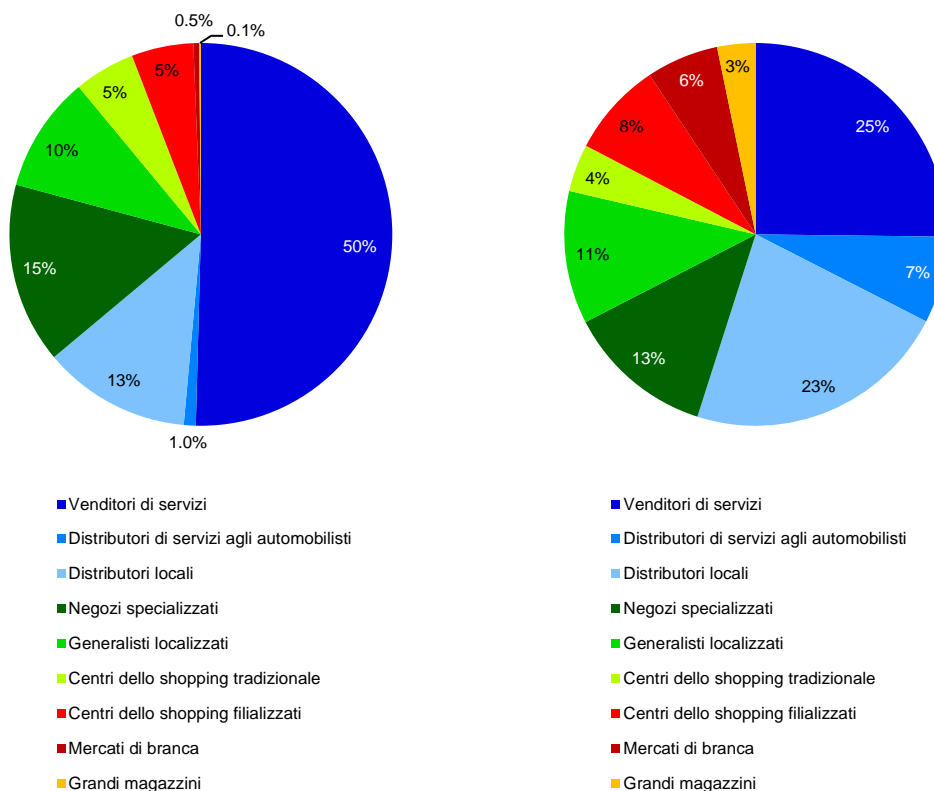
Area di potenziali Medio

Grado di filializzazione (2022) 33.7%

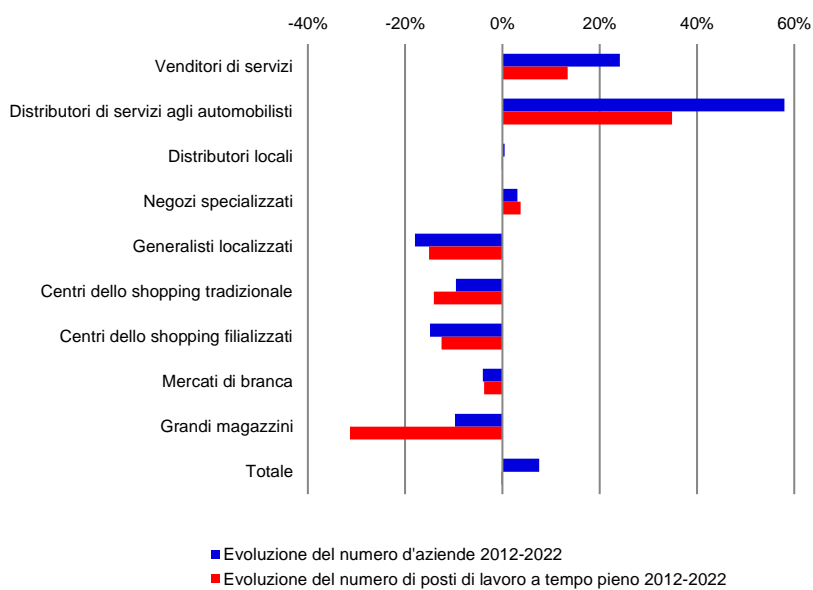


5.3 Generalisti localizzati: Distribuzione

Distribuzione delle aziende svizzere (sinistra) e posti di lavoro a tempo pieno (destra) nel mercato delle superfici di vendita (2022)

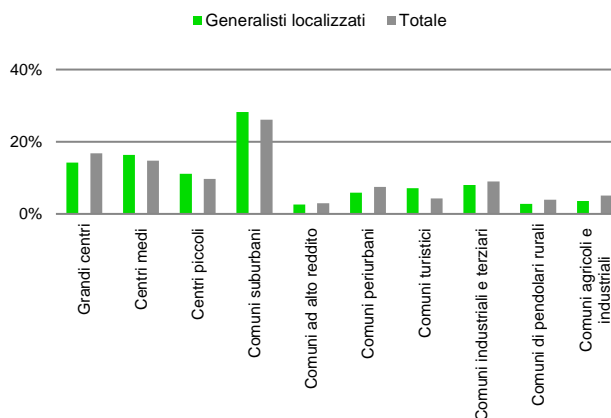


Evoluzione del numero d'aziende et di posti di lavoro a tempo pieno 2012-2022 (Svizzera)



5.4 Come vendono i Generalisti localizzati?

Caratteristica	Valore tipico
Posizione di vendita	Zone pedonali, vie dello shopping, strade d'entrata e d'uscita, in tutte le grandi località, in centri commerciali



Suddivisione delle superfici e pianta spaziale	Pianta grigliata
--	------------------

Oggetto/fondo immobiliare	Nessun fondo immobiliare proprio
---------------------------	----------------------------------

Tipo d'immobile	Oggetto di uso misto, centro commerciale
-----------------	--

Numero di piani	Perlopiù ad un piano
-----------------	----------------------

Architettura	Moderno, classico, vecchio edificio
--------------	-------------------------------------

Accessibilità/apertura	Accessibilità e fornitura piuttosto poco esigenti
------------------------	---

Flessibilità della superficie	Piuttosto meno importante
-------------------------------	---------------------------

Arredatura standard	Piuttosto semplice
---------------------	--------------------

Esigenze agli immobili di vendita	Fornitura piuttosto poco esigente, magazzini necessari
-----------------------------------	--

5.5 Caratteristiche dei buoni e dei servizi

Caratteristica	Valore tipico	
Tipo di bene	Beni di base ed aggiuntivi	
Acquisto spontaneo/ acquisti mirato	Medio	<p>Mirato Spontaneo</p>
Ampiezza dell'assortimento	Piuttosto stretta	<p>Stretto Ampio</p>
Profondità dell'assortimento	Bassa	<p>Piatto Basso</p>
Potenziale di dipendenza dei beni offerti	Medio	<p>Basso Alto</p>
Limite temporale della necessità	Da medio a lungo termine	<p>A corto termine A lungo termine</p>
Formazione dei prezzi	Piuttosto prezzo medio	

5.6 Generalisti localizzati: Località di vendita

La ricerca di un ufficio è un processo in cui le preferenze e le restrizioni determinano la domanda. Le seguenti considerazioni si fondano sui risultati dei processi in gioco.

Caratteristica	Valore tipico	
Funzione del commercio al dettaglio	<p>Non rilevante per i centri Rilevante per il rifornimento locale Rilevante per i centri Realizzatore di centri</p>	
Accessibilità tramite trasporto motorizzato privato (incl. a piedi)	Medio	<p>Meno importante Importante</p>
Accessibilità tramite trasporti pubblici (incl. parcheggio)	Piuttosto importante	<p>Meno importante Importante</p>
Vantaggio d'agglomerazione	Medio	<p>Meno importante Importante</p>
Clientela occasionale	Media	<p>Meno importante Importante</p>
Visibilità	Media	<p>Meno importante Importante</p>
Immagine della sede di vendita	Media	<p>Meno importante Importante</p>