

Conclusioni

Riassumendo quanto emerso, possiamo delineare quattro diverse tipologie di problematiche:

1. Aumento numerico eccessivo (endogeno reversibile).
2. Calo domanda del Non Food che caratterizza il formato (esogeno reversibile).
3. Aumento della pressione promozionale in altri formati (endogeno irreversibile).
4. Variazione delle preferenze del consumatore (esogeno irreversibile).

- **Figura 9 Riduzione della produttività del 3%**

Delle quattro, la più preoccupante per il formato è sicuramente la quarta, poiché dimostra una variazione negativa delle preferenze dei consumatori su caratteristiche proprie del formato Iper. I retailer non potranno fare altro che alleviarne i danni lavorando su accessibilità dei punti vendita, assistenza e facilità di scelta dei prodotti.

Le altre invece dovranno essere viste come variazioni reversibili oppure, come nel terzo caso, come opportunità per sviluppare nuovi vantaggi competitivi puntando su possibilità uniche degli Ipermercati.

A cura di Massimo Visconti e Giuseppe Scicchitano