

L'Almanacco delle vendite giornaliere

Una delle principali evidenze emerse dal primo osservatorio Nielsen sul dato giornaliero relativo al periodo natalizio segnalava l'importanza del sabato come giorno preponderante per la spesa alimentare delle famiglie Italiane.

Analizzando il dato giornaliero degli ultimi 12 mesi* emerge come il 50% delle vendite si concentri nel fine settimana ed in particolare nella giornata di sabato, che da sola vale, per le casse dei retailer, circa il 25%.

Fenomeno questo che si conferma ancor di più se analizziamo il peso del sabato nelle settimane con solo 6 giorni di apertura, escludendo quindi le settimane con le aperture domenicali, in cui arriva ad incidere sul fatturato settimanale più del 27%.

Quest'incidenza si riduce nelle settimane con 7 giorni di apertura in cui il sabato pesa 22% seguito dal venerdì e dalla domenica che insieme arrivano ad incidere il 28% del fatturato settimanale.

- **Figura 1 Distribuzione delle vendite nella settimana (settimane di 6 giorni vs settimane di 7)**

Appare evidente come in queste settimane il sabato e il venerdì abbiano una minore importanza e la domenica arrivi a pesare come gli altri giorni della settimana.

L'importanza dei giorni cambia a seconda delle stagioni: nei mesi caldi, dove predomina la tendenza a passare più tempo fuori casa, cala l'incidenza del weekend sulla spesa settimanale. A risentirne sono soprattutto le domeniche primaverili ed i weekend estivi: la spesa settimanale in estate slitta ai primi 2 giorni della settimana.

Il fenomeno è esattamente speculare nei mesi freddi.

- **Figura 2 Oscillazione del peso delle vendite giornaliere sulla settimana rispetto ad una media annua**

() I dati si basano su un campione di 1000 punti vendita. Osservatorio Giornaliero - Ultimi 12 Mesi Iper+Super+Libero Servizio*

Per informazioni:
nielsenitalycommunications@nielsen.com
www.it.nielsen.com

A cura di The Nielsen Company