



**Consiglio
Nazionale dei
Centri Commerciali**
ITALIA 

Osservatorio CNCC

**Benchmark Nazionale per il Valore delle Vendite dei
Centri Commerciali**

NOTA METODOLOGICA

INTRODUZIONE

Lo scopo di questo documento è spiegare la costruzione del Benchmark Nazionale delle Vendite dei Centri Commerciali.

L'indice è necessario e richiesto per comprendere a fondo l'andamento del mercato dei Centri Commerciali in Italia.

OBIETTIVI

- Favorire la conoscenza e la trasparenza del settore.
- Rendere il mercato dei centri commerciali italiani paragonabile alle altre esperienze europee.
- Misurare le performance del proprio centro commerciale rispetto a dei benchmark nazionali.

COMMISSIONE OSSERVATORIO CNCC

Il presente lavoro vede attualmente coinvolte diverse società che hanno contribuito a rendere disponibili i dati in loro possesso nel rispetto della non tracciabilità dei dati e della Privacy dei singoli Proprietari e Retailers.

L'invio dei dati avviene attraverso uno specifico portale reso disponibile dalla società Spotview al quale ogni società accederà con delle proprie credenziali e avrà visibilità esclusivamente dei dati aggregati.

Il portale di caricamento e aggregazione dei dati effettua diversi controlli e impedisce il salvataggio qualora rilevi errori o inconsistenze.

IL BENCHMARK

Entrano nel calcolo del benchmark solo i centri commerciali che hanno fornito i dati per l'intero periodo di analisi (che potrà essere pari al singolo mese, trimestre o anno e corrispondente periodo dell'anno precedente). I dati censiti sono al netto dell'IVA e rientrano nel benchmark solo i punti vendita che hanno fornito i dati per l'intero periodo di analisi.

Le variazioni sono pertanto determinate a parità di superficie gla (Like-for-Like).

I dati delle vendite sono raccolti per:

categoria dimensionale:

- NEGOZI (<250mq)
- NEGOZI da 251 a 600 mq
- MEDIE SUPERFICI (da 601 a 1500 mq)
- GRANDI SUPERFICI (>1500 mq)
- RISTORAZIONE

categoria merceologica:

- Abbigliamento personale
- Attività di servizi
- Beni per la casa
- Cultura, Tempo Libero, Regali
- Cura Persona, Salute
- Elettronica di consumo
- Ristorazione
- Despecializzati

(Vedi dettaglio delle attività incluse nelle categorie nelle pagine seguenti)

Solo la categoria abbigliamento&calzature verrà specificata ulteriormente in base alle dimensioni dei singoli punti vendita:

- NEGOZI (<100mq)
- NEGOZI (da 101 a 250mq)
- NEGOZI (da 251 a 600 mq)
- MEDIE SUPERFICI (da 601 a 1500 mq)
- GRANDI SUPERFICI (>1500 mq)

Le attività dedicate al leisure/entertainment e alcune tipologie di servizi sono state escluse dalla valutazione in quanto troppo eterogenee tra loro. In dettaglio sono escluse dall'analisi le merceologie qui di seguito:

Tabacchi	Agenzie viaggio	Agenzie immobiliari
Farmacia / Parafarmacia	Lotterie / Scommesse	Agenzie assicurative
Nursery / Kinder Garden	Officina / Autolavaggio	Centro medico
Banca / Bancomat / Poste	Cinema	Palestra / Health Club
Sala Giochi	Bowling	Altri divertimenti (Bingo Go Kart
Spazio Servizi (es. Dedem)	Edicola	Telefonia / Telecomunicazioni

Vengono inoltre identificati dei cluster per un'analisi più approfondita. Il cluster contiene le principali insegne (circa quattro) di una merceologia dettagliata. Per i cluster vengono selezionati solo i fatturati delle insegne qui indicate per ciascuna categoria sulla base delle stesse logiche sopra definite.

ABBIGLIAMENTO	H&M, OVS, Zara, Piazza Italia
CALZATURE	Pittarello, Scarpe&scarpe, Bata
INTIMO	Intimissimi, Calzedonia, Tezenis, Yamamay, Goldenpoint, Lovable
SPORT (Grandi sup.)	Cisalfa, Game7, DF SportSpecialist, Intersport, Universo sport
SPORT (small units)	AW Lab, Nike, Adidas, Footlocker, Vans
BAMBINO	Original Marines, Okaidi, Z generation, Idexè, Primigi
CASA	Kasanova, Co-import, Satur casa, Bialetti
ELETRONICA	Mediaworld, Unieuro, Euronics, Trony
GIOIELLERIA	Stroili oro, Blu Spirit, Sarni oro
OTTICA	Salmoiraghi&Viganò, Nau, Avanzi
RISTORAZIONE (FAST FOOD)	Mc Donald's, KFC, Burgher King
RISTORAZIONE (PIZZERIE)	Rosso Pomodoro, Fratelli La Bufala
RISTORAZIONE (LEISURE)	Old Wild West; Road House e Wiener Haus
PROFUMERIE	Limoni/La Gardenia; Sephora; Duglas

IL CAMPIONE/ENTITA'

Fanno parte del campione i centri commerciali e leisure center (definiti come entità con almeno 5000 mq Gla e almeno 7 unità).

Al fine del calcolo del Campione sarà da considerare l'intera Gla del polo commerciale indipendentemente dalla superficie effettiva delle unità di cui si dispone del valore di fatturato.

I centri saranno classificati sulla base della loro collocazione :

NORD -OVEST - Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria, Piemonte,

NORD-EST - Veneto, Trentino AA, Friuli VG, Emilia Romagna

CENTRO - Marche, Toscana, Umbria, Lazio

SUD e ISOLE - Abruzzo, Puglia, Molise, Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna



NOTA OPERATIVA PER I PARTECIPANTI

- **Completezza dei dati** - Entrano nel calcolo del benchmark solo i poli commerciali che hanno fornito i dati per l'intero periodo di analisi (anno, trimestre, mese e stesso periodo dell'anno precedente). I dati censiti sono al netto dell'IVA. Rientrano nel benchmark solo i punti vendita che hanno fornito i dati per l'intero periodo di analisi – ossia che non hanno subito chiusure o “buchi” di fatturato: i report per l'upload vanno quindi compilati con valori omogenei, vale a dire confrontabili tra loro. Vanno esclusi i punti vendita che sono stati chiusi per ristrutturazione o che nel periodo hanno modificato la propria superficie o la categoria merceologica di appartenenza. A volte vengono anche definiti a negozi costanti e le variazioni sono quindi determinate a parità di negozi (like for like).
- **Aggregazione** - L'elaborazione dei dati avviene su base mensile, trimestrale o sui 12 mesi mobili secondo quanto definito in sede di commissione. Al momento l'indice è su base mensile e trimestrale.

CLASSIFICAZIONE CATEGORIE MERCEOLOGICHE CNCC

Il CNCC ha definito alcune categorie merceologiche, che spesso si differenziano da quelle utilizzati dalle singole aziende partecipanti.

Di seguito la tabella con i dettagli per categoria merceologica, in base alla quale dovranno essere effettuati i caricamenti nel sistema.

ABBIGLIAMENTO PERSONALE	CULTURA, TEMPO LIBERO, REGALO
Abbigliamento calzature ed attrezzature sportive	Animali - Acquari
Abbigliamento casual / Jeanseria	Regali - Gadget
Abbigliamento uomo donna bimbi	Bigiotteria ed accessori
Abbigliamento donna	Giocattoli - modellismo
Abiti da sposa	Cartoleria / Cancelleria / Articoli da ufficio
Confezione taglie grandi (es. Oltre, Elena Mirò)	Dischi - Videogiochi - CD - DVD
Abbigliamento uomo	Librerie e Media Store
Camiceria	Oreficeria - orologeria
Abbigliamento bimbi	Orologi
Calzature	Strumenti musicali
Calzature bambini	DESPECIALIZZATI
Intimo	Ipermercato
Calzetteria	Supermercato - superstore
Puericultura / Premaman	Discount
Borse / Valigerie / Pelletterie	ENTERTAINMENTS E RICREATIVI
Pellicceria	Cinema
Cravatte / Foulards	Palestra / Health club
Abbigliamento in pelle	Sala giochi
ALIMENTARI	Bowling
Caramelle e dolci	Altri divertimenti (Bingo, Go-Kart)
Gastronomia / Prodotti tipici alimentari	RISTORAZIONE
Macelleria / Pescheria / Cacciagione	Fast Food
Pasticceria	Croissanterie / Paninoteca
Prodotti macrobiotici	Pizzeria
Rosticceria / Polleria	Ristorante
Enoteca	Gelateria / Yogurteria
Forneria	Ristorazione / Free Flow
Torrefazione / Tè / Caffè (negozi alimentari)	Bar - Caffetteria
BENI PER LA CASA	Wine Bar
Biancheria casa / Merceria / Tessuti / Bottoni	Pub
Bricolage	Bar / Tabacchi
Arredo casa ed accessori (Mobili, Illuminazione, Decorazioni prodotti di artigianato etnico, tappeti quadri, stampe, cornici articoli in argento, cristallo, ceramica artistica (thun, swarovski)	Altra ristorazione rapida
Elettrodomestici / Video / Hi - Fi	ATTIVITA' DI SERVIZI
Piante, fiori, giardinaggio	Agenzia assicurativa
Casalinghi / accessori per la tavola	istituto di bellezza Uvm Manicure - Solarium
ELETRONICA DI CONSUMO	Agenzia di viaggio
Elettrodomestici / Video / Hi - Fi	Centro medico
Telefonia / Telecomunicazioni / Internet	Agenzia immobiliare
Computer / Informatica	Parrucchiere
CURA PERSONA, SALUTE	Banca / Bancomat / Poste
Erboristeria	Noleggio video, cd
Ottica - Occhiali - Audioprotesi	Edicola
Profumeria e Cosmesi	Tabacchi / Lotterie
Farmacia e parafarmacia	Tacchi e chiavi
Altri BENI bellezza Salute	Foto / Fotocopie
	Lavanderia / Tintoria / sartoria rapida
	Nursery / Kinder garden
	Officina meccanica e auto accessori (Norauto) - autolavaggio ed altri inerenti
	Riparazioni e lavori a domicilio
	Spazio servizi (es. Dedem)

Alcune insegne sono state convenzionalmente definite:

THUN: Cultura, Tempo Libero, Regali

SWAROSKY: Beni per la casa

DYSON; Beni per la casa

VORWERK, FOLLETTO, BIMBY: Beni per la casa

DROGERY MARKT: Cura Persona, Salute

INSERIMENTO NEL PORTALE

L'inserimento dei dati nel portale si concretizza con l'individuazione di due tipologie di inserimento:

- IDENTIFICAZIONE DELLE ENTITA' – al fine di identificare il campione
- INSERIMENTO DEI DATI – sulla base di quanto sopra definito per solo quelle attività di cui si dispongono i dati completi

1 - IDENTIFICAZIONE ENTITA'

Codice	Descrizione	Organizzazione	Tipo Entità	Area geografica	Mq	n° CC	Num negozi	Categoria dimensionale

Ogni azienda coinvolta nel progetto disporrà di un proprio codice identificativo.

2 – INSERIMENTO DATI

I dati dovranno essere caricati sulla base delle seguenti indicazioni:

Mese	indicare il numero intero corrispondente al mese di riferimento per il quale si stanno caricando i dati
Anno	indicare l'intero corrispondente all'anno del quale si stanno caricando i dati di fatturato
Codice Entità	indicare il codice dell'entità del quale si sta caricando il fatturato
Macro categoria	indicare il codice della macrocategoria, in base alla tabella esposta sotto
Categoria merceologica	indicare il codice della categoria di dettaglio, in base alla tabella esposta sotto
Fatturato ac	indicare il valore del fatturato maturato nel mese appena concluso
Fatturato ap	indicare il valore del fatturato maturato nel mese corrispondente a quello appena concluso, ma nell'anno precedente
Mq	indicare i Mq relativi all'entità per i quali si stanno caricando i valori di fatturato per il periodo appena concluso
Num Negozi	indicare il Num di negozi relativi all'entità per i quali si stanno caricando i valori di fatturato per il periodo appena concluso

Codice macro categoria	Descrizione macro categoria	Codice Categoria	Descrizione categoria
CM	Categoria merceologica	CM_001	Abbigliamento personale
CM	Categoria merceologica	CM_002	Attività di servizi
CM	Categoria merceologica	CM_003	Beni per la casa
CM	Categoria merceologica	CM_004	Cultura, Tempo Libero, Regali
CM	Categoria merceologica	CM_005	Cura Persona, Salute
CM	Categoria merceologica	CM_006	Elettronica di consumo
CM	Categoria merceologica	CM_007	Ristorazione
CM	Categoria merceologica	CM_008	Despecializzati
DM	Dimensione	DM_001	NEGOZI (<250mq)
DM	Dimensione	DM_002	NEGOZI da 251 a 600 mq
DM	Dimensione	DM_003	MEDIE SUPERFICI (da 601 a 1500 mq)
DM	Dimensione	DM_004	GRANDI SUPERFICI (>1500 mq)
DM	Dimensione	DM_005	RISTORAZIONE
FA	Focus abbigliamento	FA_001	Negozi da 0 a 100 mq
FA	Focus abbigliamento	FA_002	Negozi da 101 a 250 mq
FA	Focus abbigliamento	FA_003	NEGOZI da 251 a 600 mq
FA	Focus abbigliamento	FA_004	Medie superfici (da 601 a 1500 mq)
FA	Focus abbigliamento	FA_005	Grandi superfici (oltre 1500 mq)
CL	Cluster	CL_001	Abbigliamento
CL	Cluster	CL_002	Calzature
CL	Cluster	CL_003	Intimo
CL	Cluster	CL_004	Sport (Grandi Sup.)
CL	Cluster	CL_005	Sport (small units)
CL	Cluster	CL_006	Bambino
CL	Cluster	CL_007	Casa
CL	Cluster	CL_008	Elettronica
CL	Cluster	CL_009	Gioielleria
CL	Cluster	CL_010	Ottica
CL	Cluster	CL_011	Ristorazione (Fast food)
CL	Cluster	CL_012	Ristorazione (pizzerie)
CL	Cluster	CL_013	Ristorazione (leisure)
CL	Cluster	CL_014	Profumerie

La tabella per l'inserimento si presenta così:

Mese	Anno	Codice Entità	Codice macro categoria	Descrizione macro categoria	Categoria merceologica	Descrizione categoria merceologica	Fatturato ac	Fatturato ap	Mq	Num Negozi
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				
				#N/A		#N/A				

NOTE compilazione Benchmark Fatturati CNCC

Esempio 1

Al calcolo del dato trimestrale omogeneo, contribuiscono gli operatori che hanno sempre comunicato i dati dal corrispondente trimestre dello scorso anno. Ad esempio per il terzo trimestre 2013, contribuisce l'operatore che ha sempre comunicato i fatturati da Luglio 2012.

OK ✓				NO X			
Fatturati Negozio "Pippo"				Fatturati Negozio "Pippo"			
	2011	2012	2013		2011	2012	2013
Gen			22.500	Gen			22.500
Feb			18.600	Feb			18.600
Mar			23.300	Mar			23.300
Apr			23.400	Apr			23.400
Mag			24.800	Mag			24.800
Giu			23.900	Giu			23.900
Lug		27.800	21.800	Lug			21.800
Ago		28.000	24.000	Ago			24.000
Set		23.800	24.300	Set		23.800	24.300
Ott		21.600		Ott		21.600	
Nov		22.400		Nov		22.400	
Dic		49.200		Dic		49.200	
Totale 2° Trim		Anno preced. 79.600	Anno in corso 70.100	Totale 2° Trim		Anno preced. 23.800	Anno in corso 70.100
			-12%				195%

Esempio 2

Per il dato omogeneo dei 12 mesi mobili contribuiscono gli operatori che hanno sempre comunicato i dati negli ultimi 24 mesi, in modo da poter calcolare la var. % sui 12 mesi precedenti. Sempre per il terzo trimestre 2013, l'operatore avrà comunicato i dati da Ottobre 2011 fino a Settembre 2013.

OK ✓				NO X			
Fatturati Negozio "Pippo"				Fatturati Negozio "Pippo"			
	2011	2012	2013		2011	2012	2013
Gen		21.200	22.500	Gen		21.200	22.500
Feb		19.600	18.600	Feb		19.600	18.600
Mar		21.800	23.300	Mar		21.800	23.300
Apr		21.800	23.400	Apr		21.800	23.400
Mag		24.000	24.800	Mag		24.000	24.800
Giu		24.300	23.900	Giu		24.300	23.900
Lug		27.800	21.800	Lug		27.800	
Ago		28.000	24.000	Ago		28.000	
Set		23.800	24.300	Set		23.800	
Ott	23.800	21.600		Ott	23.800	21.600	
Nov	23.700	22.400		Nov	23.700	22.400	
Dic	49.700	49.200		Dic	49.700	49.200	
Totale 12 mesi		Anno preced. 309.500	Anno in corso 299.800	Totale 12 mesi		Anno preced. 309.500	Anno in corso 229.700
			-3%				-26%

Esempio 3

Siamo al terzo trimestre 2013; l'operatore chiude il 31/8/2013, i suoi fatturati andranno esclusi dal calcolo dei totali, perché non più confrontabili con i dati degli anni precedenti. Nei dati di quest'anno mancherebbe il fatturato di un mese, nel caso del trimestre confronteremmo 2 mesi contro 3 dell'anno precedente. Nel caso dell'anno mobile, confronteremmo 11 mesi contro 12.

NO X				NO X			
Fatturati Negozio "Pippo"				Fatturati Negozio "Pippo"			
	2011	2012	2013		2011	2012	2013
Gen		21.200	22.500	Gen		21.200	22.500
Feb		19.600	18.600	Feb		19.600	18.600
Mar		21.800	23.300	Mar		21.800	23.300
Apr		21.800	23.400	Apr		21.800	23.400
Mag		24.000	24.800	Mag		24.000	24.800
Giu		24.300	23.900	Giu		24.300	23.900
Lug		27.800	21.800	Lug		27.800	21.800
Ago		28.000	24.000	Ago		28.000	24.000
Set		23.800		Set		23.800	
Ott	23.800	21.600		Ott	23.800	21.600	
Nov	23.700	22.400		Nov	23.700	22.400	
Dic	49.700	49.200		Dic	49.700	49.200	
Totale 12 mesi		Anno preced. 309.500	Anno in corso 275.500	Totale 2° Trim		Anno preced. 79.600	Anno in corso 45.800
			-11%				-42%

Esempio 4

Siamo al terzo trimestre 2013. Un Centro Commerciale ha aperto il 27/5/2012. I fatturati del Centro contribuiranno al totale omogeneo del trimestre, il dato del periodo Luglio-Settembre 2013 è confrontabile con lo stesso trimestre del 2012. Ovviamente verranno considerati solo i fatturati degli operatori che hanno comunicato i dati fin dall'apertura o dal 1° Aprile 2012. Il Centro non potrà partecipare al totale omogeneo per l'anno mobile; il periodo Luglio2012-Giugno2013 è completo, ma non lo è il periodo precedente Luglio2011-Giugno2012, dato che il Centro prima di Febbraio 2012 era ancora chiuso.

OK ✓				NO ✗			
Fatturati Centro "La Corte"				Fatturati Centro "La Corte"			
	2011	2012	2013		2011	2012	2013
Gen			1.012.500	Gen			1.012.500
Feb			837.000	Feb			837.000
Mar			1.048.500	Mar			1.048.500
Apr			1.053.000	Apr			1.053.000
Mag		1.080.000	1.116.000	Mag		1.080.000	1.116.000
Giu		1.093.500	1.075.500	Giu		1.093.500	1.075.500
Lug		1.251.000	981.000	Lug		1.251.000	981.000
Ago		1.260.000	1.080.000	Ago		1.260.000	1.080.000
Set		1.071.000	1.093.500	Set		1.071.000	1.093.500
Ott		972.000		Ott		972.000	
Nov		1.008.000		Nov		1.008.000	
Dic		2.214.000		Dic		2.214.000	
		Anno preced.	Anno in corso			Anno preced.	Anno in corso
Totale 2° Trim		3.582.000	3.154.500	Totale 12 mesi		5.755.500	13.491.000
			-12%				134%

Esempio 5

In un locale dove avviene un cambio d'insegna e merceologia, ad esempio un negozio di intimo viene sostituito da un negozio di calzature. I nuovi dati non possono essere confrontati con i precedenti, il locale deve essere escluso dai calcoli (non confrontiamo mele con pere).

Esempio 6

Se un negozio chiude temporaneamente ad esempio per ristrutturare il locale e riaprirà con stessa insegna i suoi fatturati vanno esclusi, appena ci sarà un trimestre confrontabile potremo considerare nuovamente l'operatore. Se la chiusura è solo di pochi giorni e non sembra influire sul fatturato si possono mantenere validi i dati.