

Si vede infatti come gli alti costi del lavoro comprimano l'utile fino allo 0,5% del margine (e lo 0,1% delle vendite). Anche cooperative e catene locali non realizzano alti utili nella tipologia minimercato: mentre nelle cooperative ciò sembra causato da un più alto volume di spese generali, il fattore critico per le catene sembra essere una percentuale piuttosto elevata di deperimenti e differenze inventariali sulle vendite (1,49%). Ciò in parte è riconducibile ad una diversa composizione del marketing mix, caratterizzato da una maggior presenza di deperibili che porta (stante i margini lordi piuttosto ridotti) ad una riduzione degli utili. Evidentemente questo risponde a strategie diversificate nelle varie imprese che gestiscono sia minimercati che supermercati e presentano l'integrazione di deperibili proprio come una caratteristica aziendale uniforme su tutte le proprie tipologie, anche se sui minimercati essa può indurre esiti economici meno positivi, almeno in termini di utile.

B) Il piccolo supermercato

Il supermercato di piccole dimensioni che impiega 12 addetti su 480 metri quadrati e realizza un giro d'affari di 2.117 milioni (con una produttività di 175 milioni per addetto in termini di giro d'affari, di 23 milioni in termini di valore aggiunto) resta ancora un magazzino di prossimità con un'elevata qualità di servizio offerto al consumatore. Anch'esso è localizzato in zone ad elevata densità demografica, rispetto agli altri due tipi di supermercato, prevalentemente localizzati in zone a densità più ridotta (zone urbane periferiche) o in centri minori; dal punto di vista del rapporto col cliente, questa tipologia presenta molte analogie con il minimercato.

Dal punto di vista della struttura del conto economico il picco-