# Grande distribuzione organizzata

La **grande distribuzione organizzata** (spesso abbreviata *GDO*) è il moderno sistema di [vendita al dettaglio](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio) attraverso una rete di [supermercati](https://it.wikipedia.org/wiki/Supermercati) e di altre catene di intermediari di varia natura. Rappresenta l'evoluzione del supermercato singolo, che a sua volta costituisce lo sviluppo del [negozio](https://it.wikipedia.org/wiki/Negozio) tradizionale.

Le catene di supermercati e [ipermercati](https://it.wikipedia.org/wiki/Ipermercati), che vengono normalmente raggruppate sotto la dizione di "grandi superfici", possono appartenere ad un gruppo proprietario (ciò è più tipico della Grande Distribuzione) o far parte di associazioni [consorziate](https://it.wikipedia.org/wiki/Consorzio) (in forma di [Gruppi di Acquisto](https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_d%27acquisto) o di [Unioni volontarie di Dettaglianti e Grossisti](https://it.wikipedia.org/wiki/Unioni_volontarie_di_dettaglianti_e_grossisti)), nelle quali i singoli supermercati, pur presentandosi sotto un [marchio](https://it.wikipedia.org/wiki/Marchio) comune, mantengono la propria individualità e la conduzione dell'esercizio (ciò è più tipico della Distribuzione Organizzata).



## Indice

* [1Storia](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Storia)
* [2Descrizione](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Descrizione)
	+ [2.1Anello distributivo](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Anello_distributivo)
	+ [2.2Grande Distribuzione (GD) e Distribuzione Organizzata (DO)](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Grande_Distribuzione_(GD)_e_Distribuzione_Organizzata_(DO))
	+ [2.3Piccolo e Grande Dettaglio](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Piccolo_e_Grande_Dettaglio)
	+ [2.4Classificazione puntivendita](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Classificazione_punti_vendita)
* [3La situazione italiana](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#La_situazione_italiana)
* [4Le grandiinsegnedelladistribuzione](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Le_grandi_insegne_della_distribuzione)
* [5Le supercentrali](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Le_supercentrali)
* [6Terminologia](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Terminologia)
* [7Note](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Note)
* [8Bibliografia](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Bibliografia)
* [9Altri progetti](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Altri_progetti)
* [10Collegamenti esterni](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#Collegamenti_esterni)

## 1. Storia

Fin dal [1830](https://it.wikipedia.org/wiki/1830) in [Francia](https://it.wikipedia.org/wiki/Francia) i cosiddetti [Magasins de Nouveautés](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Magasins_de_Nouveaut%C3%A9s&action=edit&redlink=1" \o "Magasins de Nouveautés (la pagina non esiste)) rappresentarono il passaggio tra il commercio tradizionale e la formula del grande magazzino. La data di nascita del [grande magazzino](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_magazzino%22%20%5Co%20%22Grande%20magazzino), tuttavia, è fatta coincidere con l'apertura da parte di Aristide Boucicaut del rinnovato [Le Bon Marché](https://it.wikipedia.org/wiki/Le_Bon_March%C3%A9%22%20%5Co%20%22Le%20Bon%20March%C3%A9) a [Parigi](https://it.wikipedia.org/wiki/Parigi) nel [1852](https://it.wikipedia.org/wiki/1852), seguito a ruota dall'apertura dei magazzini [Louvre](https://it.wikipedia.org/wiki/Louvre). Questo primato è, peraltro, contestato da molti[[*senza fonte*](https://it.wikipedia.org/wiki/Wikipedia%3AUso_delle_fonti)] che lo attribuiscono all'americano [Macy's](https://it.wikipedia.org/wiki/Macy%27s) (che aprì a New York nel decennio successivo) in quanto l'ampiezza delle linee merceologiche offerte da *Macy's* giustifica, a prescindere dalla data di apertura, la definizione di [grande magazzino](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_magazzino%22%20%5Co%20%22Grande%20magazzino).

Per quanto riguarda il [supermercato](https://it.wikipedia.org/wiki/Supermercato%22%20%5Co%20%22Supermercato), le prime esperienze non durature risalgono al [1916](https://it.wikipedia.org/wiki/1916%22%20%5Co%20%221916) dove a [Memphis](https://it.wikipedia.org/wiki/Memphis%22%20%5Co%20%22Memphis) [Clarence Saunders](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Clarence_Saunders&action=edit&redlink=1) aprì il [PigglyWiggly](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Piggly_Wiggly&action=edit&redlink=1" \o "Piggly Wiggly (la pagina non esiste)) Store, sperimentando per la prima volta il [tornello](https://it.wikipedia.org/wiki/Tornello%22%20%5Co%20%22Tornello) come sistema per il controllo degli accessi in un locale pubblico. Le prime esperienze durature nacquero a valle della [grande depressione](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_depressione%22%20%5Co%20%22Grande%20depressione) del [1929](https://it.wikipedia.org/wiki/1929), a partire dal primo punto vendita della [King Kullen](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=King_Kullen&action=edit&redlink=1" \o "King Kullen (la pagina non esiste)) a [Cincinnati](https://it.wikipedia.org/wiki/Cincinnati).[[1]](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#cite_note-1)

Per quanto riguarda, infine l'[Ipermercato](https://it.wikipedia.org/wiki/Ipermercato), il caso più emblematico è quello del gruppo francese [Leclerc](https://it.wikipedia.org/wiki/E.Leclerc) che ha sempre tentato di introdurre nuove merceologie nei suoi punti vendita spesso "forzando" al ribasso l'esistenza di prezzi imposti (tabacchi, libri, benzine, profumi, ecc.)

## 2. Descrizione

Essa si compone di:

* *Grande Distribuzione* (GD) che vede catene composte da svariati punti di vendita (vere e proprie filiali di vendita) diffuse a macchia d'olio sul territorio e tutte controllate da un'azienda madre ([Coop](https://it.wikipedia.org/wiki/Coop_Italia), [Carrefour](https://it.wikipedia.org/wiki/Carrefour))
* *Distribuzione Organizzata* (DO) che prevede l'aggregazione di piccoli soggetti (svariati punti vendita l'uno indipendente giuridicamente dall'altro) aggregatisi per aumentare il loro potere contrattuale e che, consorziandosi mediante [gruppi d'acquisto](https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_d%27acquisto) o [unioni volontarie di dettaglianti e grossisti](https://it.wikipedia.org/wiki/Unioni_volontarie_di_dettaglianti_e_grossisti), cercano di affrontare il mercato con maggiore sicurezza

### 2.1 Anello distributivo

L'anello della distribuzione si compone di quattro principali attori:

* *Produttori*: aziende industriali a produzione diretta
* *Grossisti*: che solitamente acquistano dal produttore per rivendere ai dettaglianti; trattasi di aziende mercantili a produzione indiretta
* *Dettaglianti*: organizzati sotto forma di catene, [gruppi d'acquisto](https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_d%27acquisto) o [unioni volontarie di dettaglianti e grossisti](https://it.wikipedia.org/wiki/Unioni_volontarie_di_dettaglianti_e_grossisti), che hanno un contatto diretto col consumatore finale; trattasi di aziende mercantili a produzione indiretta
* *Consumatorefinale*

Sebbene sia i grossisti sia i dettaglianti compiano qualche intervento inevitabile sulle merci che andranno successivamente a rivendere (piccoli adattamenti quantitativi e/o qualitativi) il relativo intervento risulta di carattere meramente commerciale, ossia di mero e solo trasferimento dei prodotti nello spazio (distribuzione pura e semplice) e nel tempo (attività di conservazione). Proprio per questo, la relativa attività economica, è detta a *produzione indiretta*.

Il *canale diretto di smercio* prevede un contatto diretto tra produttore e consumatore finale. Il *canale breve di smercio* non prevede, invece, la figura del grossista. Il *canale lungo di smercio* prevede tutte le figure sopra elencate.

Talvolta il canale di smercio (o anello distributivo) può risultare ulteriormente complicato, prevedendo ulteriori figure che possano essere d'ausilio al passaggio della merce dal produttore al consumatore finale. Nell'anello distributivo, infatti, possono inserirsi ulteriori aziende mercantili con loro identità commerciale quali, ad esempio i [mediatori](https://it.wikipedia.org/wiki/Mediatore), gli [agenti di commercio](https://it.wikipedia.org/wiki/Agente_di_commercio), i [rappresentanti](https://it.wikipedia.org/wiki/Rappresentante) (che rappresentano forme di aziende mercantili con propria identità commerciale ma che agiscono in nome e per conto altrui) e i [commissionari](https://it.wikipedia.org/wiki/Commissionario), i [concessionari](https://it.wikipedia.org/wiki/Concessionario) e gli [spedizionieri](https://it.wikipedia.org/wiki/Spedizioniere) (che invece rappresentano aziende mercantili con propria identità commerciale ma che agiscono in nome proprio e per conto altrui).

Le reti della distribuzione (che permettono la realizzazione concreta dell'attività commerciale di trasferimento nello spazio e nel tempo dei prodotti) sono andate via via integrandosi anche con realtà di derivazione internazionale quali, ad esempio, i contratti di [franchising](https://it.wikipedia.org/wiki/Franchising) e le tecniche di [merchandising](https://it.wikipedia.org/wiki/Merchandising). Le tecniche di merchandising, in particolare, perseguono il fine d'organizzare i vari (e sempre più vasti) punti vendita, ciò per tramite della combinazione delle cosiddette leve di merchandising.

### 2.2 Grande Distribuzione (GD) e Distribuzione Organizzata (DO)**[**[**modifica**](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Grande_distribuzione_organizzata&veaction=edit&section=4)**|**[**modifica wikitesto**](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Grande_distribuzione_organizzata&action=edit&section=4)**]**

Fondamentale è la differenza tra *Grande Distribuzione* (GD) e strutture della *Distribuzione Organizzata* (DO).

La GD prevede grosse strutture centrali controllate da un unico soggetto proprietario, che gestiscono punti di vendita quasi sempre diretti. Gli attori più importanti sul mercato Italiano sono attualmente [Coop](https://it.wikipedia.org/wiki/Coop_Italia), [Esselunga](https://it.wikipedia.org/wiki/Esselunga), [Billa](https://it.wikipedia.org/wiki/Billa), [Carrefour](https://it.wikipedia.org/wiki/Carrefour), [Auchan](https://it.wikipedia.org/wiki/Auchan), [MD](https://it.wikipedia.org/wiki/MD_%28azienda%29), [Pam Panorama](https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_PAM#Societ%C3%A0_del_Gruppo_PAM), [Bennet](https://it.wikipedia.org/wiki/Bennet_%28azienda%29), [Eurospin](https://it.wikipedia.org/wiki/Eurospin).

La DO (altrimenti detta DA - *Distribuzione Associata*), invece, prevede la aggregazione di piccoli soggetti secondo la logica de *l'unione fa la forza*: consorziandosi in [gruppi d'acquisto](https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_d%27acquisto) i piccoli e medi dettaglianti possono ottenere agevolazioni economiche in termini di approvvigionamento, derivanti dal maggior potere contrattuale nei confronti dei fornitori e, molto spesso, saltando l'anello del grossista riescono a proporre le merci a prezzi maggiormente concorrenziali. A questo si aggiungono i vantaggi conseguibili dallo sfruttamento del marchio e dall'ottenimento di supporto in termini di know-how e coordinamento strategico. A volte, ai singoli esercenti facenti parte del gruppo, viene erogata anche una adeguata assistenza fiscale. Nel nostro paese i gruppi più importanti sono [Conad](https://it.wikipedia.org/wiki/Conad), [Crai](https://it.wikipedia.org/wiki/Crai), [Despar](https://it.wikipedia.org/wiki/Despar), [Gruppo VéGé](https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_V%C3%A9G%C3%A9) e [Sigma](https://it.wikipedia.org/wiki/Supermercati_Sigma). Oltre ai [gruppi d'acquisto](https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_d%27acquisto), fanno parte della DO, anche le cosiddette [unioni volontarie di dettaglianti e grossisti](https://it.wikipedia.org/wiki/Unioni_volontarie_di_dettaglianti_e_grossisti) ove, anziché saltare l'anello del grossista, i singoli esercenti, in maniera ben organizzata, riescono ad avere un maggior potere contrattuale nei raffronti di un preciso grossista di fiducia: un esempio è dato dai supermercati [A&O](https://it.wikipedia.org/wiki/A%26O).

La GD ha però radicalmente cambiato le sue strategie di crescita, tanto da pareggiare e, solo ultimamente, scavalcare la posizione di dominanza della DO. Un aspetto determinante che ha causato il "cambio di leadership" è proprio da individuare nelle caratteristiche strutturali dei due operatori. Infatti la struttura a rete classica della DO ha rivelato alcuni punti deboli riconducibili alle relazioni negoziali con i fornitori. Sovente infatti nella DO si verificano casi di "sovrapposizione negoziale" a causa della crescita dimensionale (e di conseguenza contrattuale ed economica) di singoli membri appartenenti allo stesso gruppo che non tardano a reclamare maggiore indipendenza dalla centrale, anche per le problematiche di carattere strategico e di [governance](https://it.wikipedia.org/wiki/Governo_d%27impresa). I rapporti di fornitura e le condizioni economiche che si riescono a ottenere infatti rappresentano una voce di assoluta centralità nel risultato economico di un'impresa commerciale. Inoltre non va sottovalutata l'eterogeneità dei formati di vendita che spesso va a caratterizzare la DO e che penalizza la capacità di controllo e di coordinamento unitario da parte della centrale.

Importanti sono anche le cosiddette [private label](https://it.wikipedia.org/wiki/Private_label) ossia i marchi contrassegnanti prodotti vendibili unicamente all'interno del gruppo o della catena.

### 2.3 Piccolo e Grande Dettaglio**[**[**modifica**](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Grande_distribuzione_organizzata&veaction=edit&section=5)**|**[**modifica wikitesto**](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Grande_distribuzione_organizzata&action=edit&section=5)**]**

La Grande distribuzione organizzata si avvale spesso di ampi luoghi di vendita che costituiscono, nel loro complesso, il cosiddetto *Grande Dettaglio*. Per Grande Dettaglio si intende l'insieme dei punti vendita con ampi spazi di smercio (di solito con ampiezze maggiori ai 400 m²). Afferiscono ad esso i *Supermercati*, gli *Ipermercati*, i *Grandi Magazzini* (questi ultimi specializzati generalmente nel non food) ecc...

Al Grande Dettaglio si affianca, poi, il cosiddetto *Piccolo Dettaglio* composto da piccoli esercizi commerciali come, ad esempio, le superette (con metratura dai 200 ai 399 m²) e i punti di vendita tradizionali ancor minori negli spazi. Esso è composto, per convenzione, da tutti i punti vendita con metratura al di sotto dei 400 m².

Assommando gli esercizi afferenti sia al piccolo sia al grande dettaglio si ottiene la rete di smercio complessiva a capo della distribuzione italiana.

### 2.4 Classificazione punti vendita**[**[**modifica**](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Grande_distribuzione_organizzata&veaction=edit&section=6)**|**[**modifica wikitesto**](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Grande_distribuzione_organizzata&action=edit&section=6)**]**

I punti vendita vengono generalmente classificati dalla grande distribuzione per *canale* in base alla loro dimensione (in metri quadrati) effettivamente adibita ad area di vendita vera e propria, cioè senza calcolare eventuali *gallerie commerciali*, parcheggi, ecc. ed in base alla profondità dell'assortimento.

Secondo la società [Nielsen Media Research](https://it.wikipedia.org/wiki/Nielsen_Media_Research), i canali di vendita della grande distribuzione sono i seguenti:

* [Ipermercato](https://it.wikipedia.org/wiki/Ipermercato): struttura con un'area di vendita al dettaglio superiore ai 2.500 m²
* [Supermercato](https://it.wikipedia.org/wiki/Supermercato): struttura con un'area di vendita al dettaglio che va dai 400 m² ai 2.500 m².
* [Libero Servizio](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Libero_Servizio&action=edit&redlink=1): struttura con un'area di vendita al dettaglio che va dai 100 m² ai 400 m²
* [Discount](https://it.wikipedia.org/wiki/Discount): struttura in cui l'assortimento non prevede la presenza di prodotti di marca che e meno 1000 m²
* [Cash and carry](https://it.wikipedia.org/wiki/Cash_and_carry): struttura riservata alla vendita all'ingrosso.
* [Tradizionali](https://it.wikipedia.org/wiki/Negozio_di_vicinato): negozi che vendono prodotti di largo consumo di superficie inferiore ai 100 m²
* [Self ServiceSpecialist Drug](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Self_Service_Specialist_Drug&action=edit&redlink=1): negozi che vendono principalmente prodotti per la cura della casa e della persona.

Nel linguaggio corrente del settore, vi sono anche altre terminologie, che cercano di creare ulteriori segmentazioni.

* [Iperstore](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Iperstore&action=edit&redlink=1) o mini-iper: struttura con un'area di vendita al dettaglio che va dai 2.500 m² ai 4000 m²
* [Superstore](https://it.wikipedia.org/wiki/Superstore): struttura con un'area di vendita al dettaglio che va dai 1.500 m² ai 3.500 m²
* [Supermercato di prossimità](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Supermercato_di_prossimit%C3%A0&action=edit&redlink=1): struttura con un'area di vendita al dettaglio che va dai 500 agli 800 m²
* [Superette](https://it.wikipedia.org/wiki/Superette) struttura con un'area di vendita al dettaglio che va dai 200 m² ai 400 m²

La classificazione per area di vendita è indicativa, è da considerare anche la politica commerciale che sta alla base del punto vendita. Ad esempio il gruppo [Interdis](https://it.wikipedia.org/wiki/Interdis) individua, con insegna [Ipersidis](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Ipersidis&action=edit&redlink=1), superfici di oltre 1500 metri quadrati, mentre per [Il Gigante](https://it.wikipedia.org/wiki/Il_Gigante_%28azienda%29) o [Esselunga](https://it.wikipedia.org/wiki/Esselunga), i superstore sono negozi dai 2000 ai 4500 metri quadrati circa, mentre vengono considerati ipermercati, ad esempio da Auchan solo i negozi di oltre 4500 metri quadrati. Nella realtà, quindi, ogni catena prevede dei format diversi con caratteristiche che spesso esulano dalla metratura, ed attengono, ad esempio, alla presenza in assortimento di prodotti non alimentari o ad un'alta superficie dedicata ai prodotti freschi. Per una miglior comprensione delle unità operative della G.D e della G.D.O è opportuno rifarsi alle definizioni dell'economista [Giancarlo Pallavicini](https://it.wikipedia.org/wiki/Giancarlo_Pallavicini_%28economista%29), pubblicate nel 1968 per quelle che all'epoca costituivano le tipologie della distribuzione integrata: grandi magazzini, magazzini a prezzo unico, supermercati, catene di negozi, cooperative di consumo, unioni volontarie e gruppi di acquisto, case di vendita per corrispondenza e altre forme del dettaglio integrato (Case di vendita "porta a porta", case di sconto, centri commerciali verso i quali viene prevista l'evoluzione di parte della grande distribuzione, e "drug stores"), che hanno costituito un riferimento per la normativa nazionale e per gli indirizzi della Comunità economica europea[[2]](https://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata#cite_note-2)

## 3. La situazione italiana[[modifica](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Grande_distribuzione_organizzata&veaction=edit&section=7) | [modifica wikitesto](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Grande_distribuzione_organizzata&action=edit&section=7)]

In generale, in Italia, la Grande Distribuzione Organizzata (sia di GD e sia di DO) soffre una notevole debolezza delle catene nazionali che si trovano soverchiate dalla potenza dei colossi esteri, in particolar modo nei settori [discount](https://it.wikipedia.org/wiki/Discount) e [ipermercati](https://it.wikipedia.org/wiki/Ipermercati), rispettivamente dominati da gruppi tedeschi e francesi. Solo nei modelli di vendita superstore, supermercati e superette dominano i gruppi italiani. L'insufficiente capillarità nella diffusione sul territorio nazionale determina una quasi totale assenza di insegne italiane nei mercati esteri, mentre in [Germania](https://it.wikipedia.org/wiki/Germania) e [Francia](https://it.wikipedia.org/wiki/Francia) dominano le proprie catene nazionali. I soli gruppi ad avere una copertura di tutto il territorio italiano sono [Conad](https://it.wikipedia.org/wiki/Conad), [Lidl](https://it.wikipedia.org/wiki/Lidl), [Selex](https://it.wikipedia.org/wiki/Selex), [MD](https://it.wikipedia.org/wiki/MD_%28azienda%29) ed [Eurospin](https://it.wikipedia.org/wiki/Eurospin).

Oltre a [Esselunga](https://it.wikipedia.org/wiki/Esselunga), attiva solo nel settore supermercati e solo al centro-nord (anche se in via di espansione anche nel centro Italia), tra i gruppi nazionali si fanno notare nel settore ipermercati anche [Iper](https://it.wikipedia.org/wiki/Iper), [Bennet](https://it.wikipedia.org/wiki/Bennet_%28azienda%29) e [Panorama](https://it.wikipedia.org/wiki/Gruppo_PAM): da notare che questi ultimi due si riforniscono dalla stessa centrale di acquisto [Intermedia](https://it.wikipedia.org/wiki/Intermedia) e si presentano in maniera estremamente simile, ma sono finora diffusi capillarmente solo in aree limitate e diverse del Paese, senza mai farsi concorrenza; un'eventuale loro fusione, similmente a quanto accaduto nello sviluppo delle catene d'oltralpe, porterebbe alla creazione del gruppo con maggiore numero di ipermercati in Italia (pur non coprendo l'intero territorio), anche davanti a Coop. Tuttavia sembra una realtà abbastanza lontana dal concretizzarsi.

Ad integrare le due tipologie distributive vi sono, inoltre, le cooperative di consumatori e le cooperative di dettaglianti. Le prime vedono come principale attore [Coop Italia](https://it.wikipedia.org/wiki/Coop_Italia), mentre le seconde [Sigma](https://it.wikipedia.org/wiki/Supermercati_Sigma) e [Conad](https://it.wikipedia.org/wiki/Conad), tutte e tre con sede a Bologna. Di norma i sistemi cooperativi vengono comunque inseriti all'interno dei gruppi della *Grande Distribuzione* (GD).

# Vendita al dettaglio

Vendita al dettaglio di [frutta](https://it.wikipedia.org/wiki/Frutta) al Mercato Centrale di [Firenze](https://it.wikipedia.org/wiki/Firenze)



[Spezie](https://it.wikipedia.org/wiki/Spezie) al mercato di [Campo de' Fiori](https://it.wikipedia.org/wiki/Campo_de%27_Fiori), [Roma](https://it.wikipedia.org/wiki/Roma)

La locuzione **vendita al dettaglio** (in [inglese](https://it.wikipedia.org/wiki/Lingua_inglese) *retail sales*) è usata in ambito [commerciale](https://it.wikipedia.org/wiki/Commercio), per indicare la [vendita](https://it.wikipedia.org/wiki/Compravendita) di [prodotti](https://it.wikipedia.org/wiki/Prodotto_%28economia%29) al [consumatore finale](https://it.wikipedia.org/wiki/Consumatore) (ovvero al pubblico).

La vendita o somministrazione al dettaglio costituisce l'ultimo anello della catena di distribuzione. Il venditore al dettaglio (negozio, supermercato, ecc.) acquista quantità, relativamente elevate, di merce dal [produttore](https://it.wikipedia.org/wiki/Attivit%C3%A0_manifatturiera) o da un grossista e rivende quantità più contenute ai consumatori per ottenere un [profitto](https://it.wikipedia.org/wiki/Profitto). La vendita al dettaglio può essere eseguita presso i punti di vendita o attraverso la [consegna a domicilio](https://it.wikipedia.org/wiki/Consegna_a_domicilio). Esiste anche la vendita al dettaglio online, che sfrutta le moderne tecnologie del [commercio elettronico](https://it.wikipedia.org/wiki/Commercio_elettronico) per offrire ai consumatori una vasta selezione di prodotti. Questo tipo di commercio viene chiamato [B2C](https://it.wikipedia.org/wiki/Business_to_Consumer) (dall'inglese *Business to Consumer*).

Sovente, quando il rivenditore al dettaglio è una grande catena, il suo fornitore diretto può essere anche un'impresa di distribuzione (a volte di dimensione multinazionale), specie per taluni tipi di prodotto (elettronica/informatica e abbigliamento, soprattutto). Invece, per altre (alimentari) è tipico che si salti la catena e ci si approvvigioni dal produttore, specie per il "fresco".

Il ruolo del dettagliante è quello di organizzare al meglio la vendita, facendo in modo di combinare tra loro fattori come: disponibilità di magazzino, prezzo concorrenziale, ampiezza della gamma di articoli proposti, rotazione delle scorte, differenziazione rispetto alla concorrenza, specie di diversa segmentazione.

Oltre alla vendita o somministrazione nel senso proprio dei termini, il retail è anche relativo alla erogazione di attività in favore dell'[utilizzatore](https://it.wikipedia.org/wiki/Utilizzatore) di un prodotto o servizio (es. la riparazione del PC domestico).

## Indice

* [1Shopping](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio#Shopping)
* [2Evoluzione](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio#Evoluzione)
* [3Tipologia](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio#Tipologia)
* [4Principali dettaglianti](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio#Principali_dettaglianti)
* [5Note](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio#Note)
* [6Voci correlate](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio#Voci_correlate)
* [7Collegamenti esterni](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio#Collegamenti_esterni)

## Shopping

La vendita al dettaglio, nel corso degli anni, ha dato origine allo [shopping](https://it.wikipedia.org/wiki/Shopping). Quest'ultimo consiste nell'attività di girare per i negozi, attuando un confronto tra i prodotti offerti, al fine di trovare quello più adatto alle proprie esigenze e con il prezzo più accessibile.

## Evoluzione

All'incirca a partire dal 2010, si è assistito al posizionamento nei punti vendita, di dispositivi interattivi digitali di nuova generazione ([*segnaletica digitale*](https://it.wikipedia.org/wiki/Digital_signage)) che permettono un approccio più articolato e personalizzato con il cliente, oltre a veicolare messaggi promozionali in maniera multimediale.

Un'ulteriore innovazione nel campo della vendita al dettaglio è rappresentato dalla progressiva diffusione dei cosiddetti [negozi a tempo](https://it.wikipedia.org/wiki/Negozio_a_tempo) (in inglese *pop-up store*, *pop-up shop* o *temporary store*), caratterizzati da aperture lampo e vendita di prodotti a edizione limitata[[1]](https://it.wikipedia.org/wiki/Vendita_al_dettaglio#cite_note-1).

## Tipologia[[modifica](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Vendita_al_dettaglio&veaction=edit&section=3) | [modifica wikitesto](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Vendita_al_dettaglio&action=edit&section=3)]

La vendita al dettaglio, viene solitamente suddivisa in tre grandi settori:

* [Prodotti alimentari](https://it.wikipedia.org/wiki/Alimento) - comprende tutti i generi necessari alla [nutrizione](https://it.wikipedia.org/wiki/Nutrizione) dell'[essere vivente](https://it.wikipedia.org/wiki/Essere_vivente). Solitamente il rivenditore al dettaglio dispone di [impianti frigoriferi](https://it.wikipedia.org/wiki/Frigorifero) per la conservazione di cibo e [bevande](https://it.wikipedia.org/wiki/Bevanda).
* [Beni di consumo durevoli](https://it.wikipedia.org/wiki/Bene_%28economia%29#Suddivisione_per_utilizzo) - comprende [elettrodomestici](https://it.wikipedia.org/wiki/Elettrodomestico), [mobili](https://it.wikipedia.org/wiki/Mobile_%28arredamento%29), [stoviglie](https://it.wikipedia.org/wiki/Stoviglia) e altri beni che possono essere utilizzati più volte nel tempo, soggetti ad un lento deterioramento.
* [Beni di consumo](https://it.wikipedia.org/wiki/Bene_%28economia%29#Suddivisione_per_utilizzo) - include [vestiti](https://it.wikipedia.org/wiki/Abbigliamento) e altri beni che possono essere utilizzati più volte nel tempo, ma soggetti ad un veloce deterioramento (solitamente sotto i tre anni).



Esempi di elettrodomestici per la cucina. Da sinistra a destra: [bollitore](https://it.wikipedia.org/wiki/Bollitore), [macchina per caffè](https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Macchina_per_caff%C3%A8&action=edit&redlink=1), [teiera](https://it.wikipedia.org/wiki/Teiera) e [tostapane](https://it.wikipedia.org/wiki/Tostapane).

Gli **elettrodomestici** sono apparecchi o piccole [macchine](https://it.wikipedia.org/wiki/Macchina) [alimentati ad energia elettrica](https://it.wikipedia.org/wiki/Alimentazione_elettrica) e destinati ad uso domestico.[[1]](https://it.wikipedia.org/wiki/Elettrodomestico#cite_note-1)