

La struttura distributiva

A giugno 2009 è stato presentato il settimo Rapporto sulla distribuzione moderna nel mercato non alimentare a cura di **Indicod-Ecr**: un lavoro di analisi il cui obiettivo è quello di monitorare il ruolo della distribuzione moderna nei principali comparti merceologici che costituiscono il settore non alimentare e nelle diverse componenti specializzate e despecializzate.

I comparti non alimentari considerati sono i seguenti: elettronica di consumo, abbigliamento e calzature, articoli per lo sport, tessile, prodotti di profumeria, farmaci da banco e automedicazione, bricolage, prodotti di ottica, cancelleria, casalinghi, giocattoli, mobili e arredamento, edutainment (libri non scolastici, homevideo, videogiochi, supporti musicali).

I dati riportati fanno riferimento agli anni 2007 e 2008.

La struttura distributiva

Alla fine del 2008, secondo i dati pubblicati dal **Ministero delle Attività Produttive** sulla base dell'attività commerciale prevalente, sul territorio nazionale si contano complessivamente circa 957 mila esercizi al dettaglio, di cui più di 775 mila sono punti di vendita in sede fissa e quasi 162 mila ambulanti. In generale, se si trascurano le forme alternative di distribuzione, i numeri del commercio al dettaglio non appaiono positivi. Difatti, se lo scorso anno si era assistito a un trend sostanzialmente stabile, nel 2008 la dinamica è stata negativa. Tale flessione è legata ad entrambe le forme di commercio: quello ambulante, la cui numerica si è ridotta di poche unità, e soprattutto quello fisso, che nell'arco di un solo anno ha registrato una riduzione di circa di 3.100 punti vendita (-0,4%).

La situazione relativa al commercio al dettaglio fisso appare più chiara se si scompone il dato complessivo in base al grado di specializzazione merceologica: a soffrire maggiormente è difatti il commercio specializzato (che rappresenta l'86,5% del dettaglio fisso) sia alimentare (-1,9%) sia non alimentare (-0,7%), dove le grandi catene distributive tendono a sostituire un numero sempre più ampio di commercianti indipendenti. Le uniche a non risentire di queste problematiche, nell'ambito della distribuzione specializzata, sono le tabelle speciali (tipo tabacchi e carburanti), il cui trend continua ad essere positivo (+2,4%) grazie alla particolarità e ai regolamenti esistenti sulle merceologie veicolate.

La parte rimanente (13,5%) del dettaglio fisso è rappresentata dal commercio despecializzato (ipermercati, supermercati, grandi magazzini), che sostanzialmente conferma alla fine del 2008 il trend dell'anno precedente (+0,5% corrispondente a circa 500 unità in più). Se nella precedente edizione si parlava di un preoccupante rallentamento delle aperture dovuto ad una situazione economica negativa e poco ottimistica per il futuro, quest'anno il punto di vista è diverso. Difatti, se si considera la flessione dello specializzato, si nota come alcune insegne stiano tentando di affrontare la crisi attraverso la capillarità di specifiche formule distributive (come i supermercati di medio-piccole dimensioni) capaci di venire incontro alla ritrovata esigenza di prossimità dei consumatori.

Il dato medio negativo (-0,7%) del commercio specializzato non alimentare nasconde, ancora una volta, trend molto differenti a seconda dello specifico comparto merceologico di riferimento.

- Figura 1 Variazione numero esercizi dal 2007 al 2008

Rispetto agli anni scorsi continuano ad aumentare i comparti in flessione, confermando una dinamica abbastanza preoccupante: anche nel 2008 i punti vendita di prodotti elettronici (dagli elettrodomestici alle TV, dai telefoni cellulari ai CD/DVD) e le rivendite di prodotti tessili e biancheria sono diminuiti a tassi più marcati (rispettivamente -3,7% e -4,5%). Seppur a tassi più contenuti, in calo si rilevano anche il comparto dei mobili (-1,9%), dei cosmetici (-1,6%) e della ferramenta (-0,3%).

Tre sono invece i comparti non food in controtendenza rispetto alla media complessiva. Difatti, pur non potendo parlare di settori trainanti (in tutti i casi il trend è stato inferiore al punto percentuale), i negozi di abbigliamento e calzature, le cartolerie, le edicole e le librerie hanno fatto registrare un leggero incremento in termini di numerica.