

Il Bricolage

Nel 2009 leggiamo i primi segnali negativi anche per un comparto che fino al 2008 aveva ben resistito agli effetti della crisi. Il comparto sviluppa 10,9 mld di euro e rappresenta il 10,3% di tutto il mondo non food. I consumi, però, nel 2009 si comprimono del 4,4%. Contribuisce in modo significativo a questa flessione landamento dei settori Edilizia+Fai da te (-7,9%): nel 2009 le famiglie hanno preferito, o hanno dovuto per la carenza di disponibilità finanziarie, posticipare la gran parte delle attività legate alla manutenzione e soprattutto all'abbellimento della casa. In termini di canali di fatti si legge una compressione ulteriore del canale tradizionale, per altro attestato ancora oltre il 60%, a favore della distribuzione moderna, in particolar modo delle GSS che passano da una quota del 25,7% al 27,4%, sebbene un segnale di rallentamento sia evidente.

Così pure andando ad analizzare l'offerta in termini di strutture disponibili sul territorio. Da un trend di crescita dei punti vendita negli ultimi 5 anni ad un tasso medio annuo di +8,2% si passa al +0,8% del 2009. Dietro questa apparente stabilità di fatti le dinamiche ci sono e sono caratterizzate da fenomeni diversi:

- Consolidamento della rete e attenzione ad attività di riconversione e omogeneizzazione dei punti vendita già esistenti
- In aree come il Sud e il Centro storicamente caratterizzate da un'attività di affiliazione spesso indiscriminata per rendere più capillare la rete di vendita si legge una maggiore ricerca di efficienza caratterizzata dalla scelta di punti vendita più grandi e quindi più strutturati volto a ridurre i costi legati alla standardizzazione della propria rete di vendita.
- Attenzione a nuovi format e orientamenti verso comparti commerciali meno usuali: leggiamo una crescita del + 5,1% di punti di vendita localizzati nei centri urbani.
- **Figura 1 - Dinamica del Bricolage nelle agglomerazioni principali**