

STUDIO COMPLETO

Il commercio in tempo di crisi

Analisi degli esercizi commerciali

Calo degli esercizi commerciali in sede fissa. Nell'ultimo decennio l'intero comparto della distribuzione commerciale ha conosciuto una continua espansione dimostrandosi in grado di rispondere in maniera puntuale al comportamento d'acquisto dei nuovi consumatori.

Negli ultimi anni però, complice la congiuntura economica non favorevole che ha comportato anche una significativa contrazione dei consumi, la crescita del ventaglio dei canali di vendita nel suo insieme è stata notevolmente rallentata.

Nel 2011 il complesso della distribuzione commerciale contava oltre 1,6 milioni di esercizi commerciali, in aumento solo dello 0,36% rispetto al 2010 e dell' 1,12% rispetto al 2009. A guidare l'intero sistema della distribuzione c'è il settore del piccolo dettaglio e della grande distribuzione che nel 2011 contava 776.155 esercizi commerciali. A seguire il settore del commercio all'ingrosso (248.106), quello degli intermediari del commercio (246.454), del commercio ambulante (175.913), del settore auto (155.064). Chiude il canale di vendita che utilizza modalità alternative con 32.718 esercizi commerciali rilevati nel 2011.

Tabella 1

Numero degli esercizi commerciali per tipologia.

Anni 2009-2012

Valori assoluti

| Tipologia | Anni | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 (*) |
| Commercio al dettaglio in sede fissa e Grande Distribuzione | 772.712 | 776.365 | 776.155 | 771.053 |
| Commercio ambulante | 168.065 | 170.845 | 175.913 | 178.272 |
| Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati | 29.163 | 31.012 | 32.718 | 33.852 |
| Commercio all'ingrosso | 243.809 | 247.238 | 248.106 | 248.377 |
| Intermediari del commercio | 248.703 | 248.289 | 246.454 | 244.147 |
| Settore auto | 153.794 | 154.728 | 155.064 | 155.025 |
| Totale | 1.616.246 | 1.628.477 | 1.634.410 | 1.630.726 |

Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

(*): 1° semestre

Il numero complessivo di esercizi commerciali registrati nel corso del 2011 sembra però destinato ad un ridimensionamento significativo nel 2012. I dati del primo semestre dell'anno, infatti, rilevano un andamento negativo con oltre 3.500 esercizi commerciali in meno rispetto allo scorso anno.

Entro il 2012 chiuderanno i battenti quasi 7.000 punti vendita in sede fissa. La flessione d'altra parte non ha interessato tutti i canali di distribuzione ma in modo particolare l'area relativa al piccolo dettaglio e alla grande distribuzione che nel primo semestre del 2012 è già sceso di quasi lo 0,7% con oltre 5.000 punti vendita in meno, così come gli intermediari del commercio in calo dello 0,9%; cresce, invece, dell'1,3% il settore del commercio ambulante che registra 2.359 attività in più rispetto al 2011 e quello del "commercio al dettaglio alternativo ai negozi, banchi e mercati" che nei primi sei mesi dell'anno ha già fatto registrare un incremento degli esercizi pari a circa il 3,5% (oltre 1.000 attività in più).

Tabella 2

Numero degli esercizi commerciali per tipologia. Differenza assoluta e percentuale 2012-2011

Anni 2011-2012

Valori assoluti e percentuali

| Canale di vendita | Differenza 2012(*)-2011 | |
|--|----------------------------|--------------|
| | v.a. | % |
| Commercio al dettaglio in sede fissa e Grande Distribuzione | -5.102 | -0,66 |
| Commercio ambulante | 2.359 | 1,34 |
| Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati | 1.134 | 3,47 |
| Commercio all'ingrosso | 271 | 0,11 |
| Intermediari del commercio | -2.307 | -0,94 |
| Settore auto | -39 | -0,03 |
| Totale | -3.684 | -0,23 |

Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

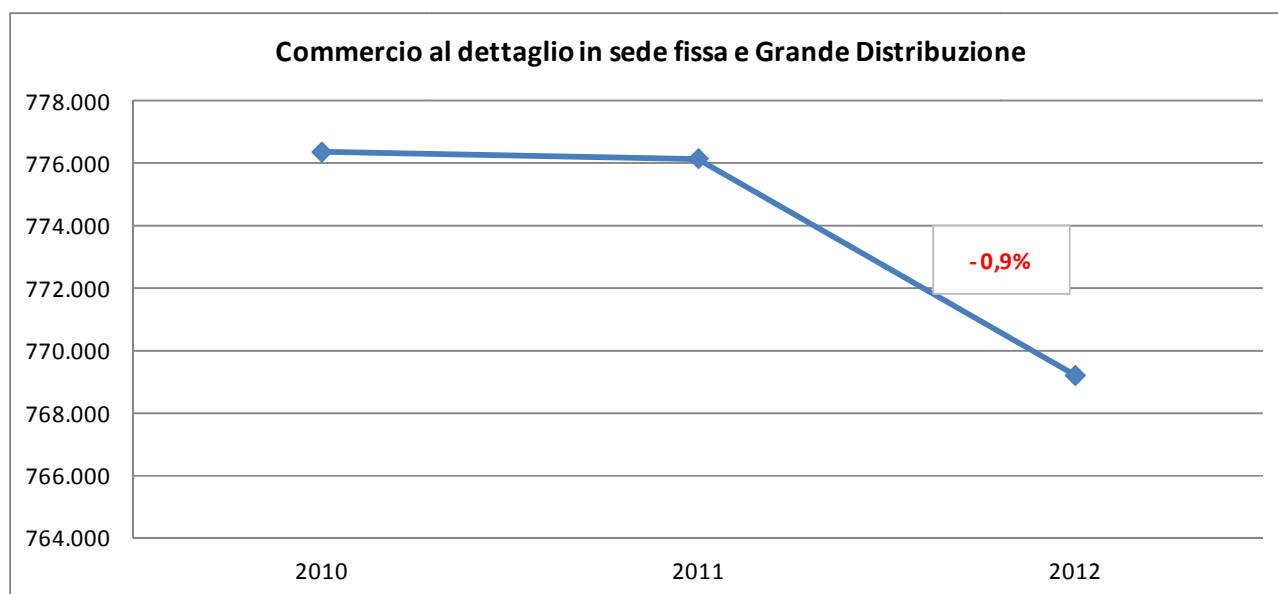
(*): 1° semestre

Le stime per il 2012. Secondo gli studi e le previsioni della *Link Campus University*, inoltre, entro la fine del 2012, vi sarà una ulteriore diminuzione degli esercizi commerciali che afferiscono al settore del piccolo dettaglio e della grande distribuzione con quasi 2.000 esercizi in meno rispetto al primo semestre del 2012 per un totale quindi di quasi 7.000 punti vendita in sede fissa in meno rispetto al 2011.

Grafico 1

Commercio al dettaglio in sede fissa e Grande Distribuzione. Stima al 31/12/2012

Anni 2010-2012



Fonte: Stima *Link Lab* dell'Università *Link Campus University*.

D'altra parte la crisi del comparto del piccolo dettaglio e della grande distribuzione era già evidente nel 2011 quando si contavano oltre 200 punti vendita in meno rispetto al 2010.

Sempre nel 2011 il settore dell'auto e quello del commercio all'ingrosso hanno registrato un modesto incremento (rispettivamente dello 0,22% e dello 0,35%), mentre un segnale fortemente positivo proviene dal commercio ambulante e soprattutto dal commercio al dettaglio che utilizza canali di vendita alternativi ai negozi e ai mercati. Quest'ultimo, che

ricomprende al suo interno la vendita a domicilio, il commercio per mezzo di distributori automatici, per corrispondenza, radio, telefono, televisione e soprattutto via internet, è cresciuto del 5,5% con circa 1.700 punti vendita in più rispetto al 2010.

Il commercio ambulante, che invece fa riferimento ad una pluralità di forme di distribuzione come i mercati, le fiere e la vendita itinerante, ha conosciuto un incremento di circa il 3%.

Tabella 3

Numero degli esercizi commerciali per tipologia. Differenza assoluta e percentuale 2011-2010

Anni 2010-2011

Valori assoluti e percentuali

| Tipologia | Differenza 2011-2010 | |
|--|-------------------------|-------------|
| | v.a. | % |
| Commercio al dettaglio in sede fissa e Grande Distribuzione | -210 | -0,03 |
| Commercio ambulante | 5.068 | 2,97 |
| Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati | 1.706 | 5,50 |
| Commercio all'ingrosso | 868 | 0,35 |
| Intermediari del commercio | -1.835 | -0,74 |
| Settore auto | 336 | 0,22 |
| Totale | 5.933 | 0,36 |

Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

La crescita del settore del commercio ambulante e quello del *commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati* appare più significativa se si analizza l'andamento dell'intera rete distributiva dal 2009. In soli due anni il numero degli ambulanti è salito del 4,7%, mentre le attività commerciali che utilizzano modalità alternative di distribuzione sono aumentate del 12,2% (oltre 3.500 esercizi in più nel 2011).

L'incremento dei restanti settori, invece, è stato molto più contenuto; il commercio all'ingrosso, infatti, è cresciuto di quasi l'1,8%, il settore auto dello 0,8% e quello del commercio al dettaglio e della grande distribuzione ha registrato un aumento dello 0,4%. La peggiore performance appartiene ancora una volta al settore degli intermediari del commercio che perde lo 0,9% rispetto al 2009.

Tabella 4

Numero degli esercizi commerciali per tipologia. Differenza assoluta e percentuale 2011-2009

Anni 2009-2011

Valori assoluti e percentuali

| Tipologia | Differenza 2011-2009 | |
|--|-------------------------|-------------|
| | v.a. | % |
| Commercio al dettaglio in sede fissa e Grande Distribuzione | 3.443 | 0,45 |
| Commercio ambulante | 7.848 | 4,67 |
| Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati | 3.555 | 12,19 |
| Commercio all'ingrosso | 4.297 | 1,76 |
| Intermediari del commercio | -2.249 | -0,90 |
| Settore auto | 1.270 | 0,83 |
| Totale | 18.164 | 1,12 |

Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Crisi del piccolo dettaglio: il settore non-alimentare quello più penalizzato ma informatica e TLC non conoscono crisi. Il piccolo dettaglio è il canale di vendita che soffre maggiormente tra gli esercizi commerciali in sede fissa. L'andamento negativo si rende

evidente già nel 2011 quando si assiste ad una modesta contrazione del numero di esercizi commerciali, pari a circa 700 unità in meno rispetto al 2010. Tale riduzione peraltro ha riguardato prevalentemente l'area non alimentare che ha perso 512 unità a fronte di 217 esercizi commerciali in meno registrati nell'area alimentare.

Il calo più consistente nell'area alimentare si registra per il settore della carne che scende dell'1,9% con oltre 600 unità in meno rispetto al 2010, seguito dal settore dei prodotti da forno e della confetteria che perde 270 punti vendita. Segno positivo, invece, per il settore del pesce che vede 103 unità in più rispetto al 2010 e per quello dei tabacchi che cresce del 2% con 629 esercizi in più rilevati nel 2011.

La flessione registrata nel 2011 nell'area non alimentare ha riguardato in modo particolare il settore relativo a mobili e articoli per la casa che nel 2011 conta oltre 650 unità in meno rispetto al 2010, e il settore tessile che scende del 2,9% con 623 esercizi commerciali in meno. Segnale negativo, ancora, per il comparto di ferramenta, vernici e materiali da costruzioni, in calo di 366 unità, per il reparto degli articoli sportivi che conta 263 esercizi commerciali in meno e per quello dell'abbigliamento con una riduzione di 219 unità rispetto al 2010.

Un modesto decremento si registra anche per il settore relativo a giornali e articoli di cartoleria con 142 esercizi in meno, e per quello dei libri con un calo di 41 esercizi.

A fronte però del declino di alcuni settori dell'area non alimentare ci sono alcune componenti che non soffrono la crisi e che, anzi, continuano a crescere nonostante la recessione. È il caso del settore dell'informatica e delle telecomunicazioni – si pensi alle lunghe file degli ultimi giorni per l'acquisto dell'iPhone 5 – che cresce del 2,6% con 387 attività commerciali in più rispetto al 2010, e quello degli elettrodomestici con 276 esercizi in più aperti nel corso del 2011. Segnale fortemente positivo per il settore dei medicinali che 362 attività in più rispetto al 2010.

In controtendenza anche il reparto degli articoli di gioielleria che cresce di 249 unità, quello delle calzature e degli articoli in pelle con 186 punti vendita in più e, infine, il settore relativo a piante e animali domestici che sale con 164 esercizi commerciali in più rispetto al 2010. L'aumento del settore del lusso denota un allargamento della forbice economica e sociale a cui stiamo assistendo nell'ultimo periodo che se da un lato vede allargarsi l'area della povertà, dall'altra vede rafforzare quella della ricchezza.

Tabella 5

Piccolo dettaglio per specializzazione^(*). Differenza assoluta e percentuale 2011-2010

Anni 2010-2011

Valori assoluti e percentuali

| Specializzazione | | Piccolo dettaglio | | Differenza 2011-2010 | |
|--|--|-------------------|----------------|----------------------|--------------|
| | | 2010 | 2011 | v.a. | % |
| Area alimentare | Esercizi non specializzati con prevalenza prodotti alimentari | 81.585 | 81.386 | -199 | -0,24 |
| | Esercizi specializzati | 122.520 | 122.502 | -18 | -0,01 |
| | <i>Frutta e verdura</i> | 20.525 | 20.495 | -30 | -0,15 |
| | <i>Carni e prodotti a base di carne</i> | 33.934 | 33.305 | -629 | -1,85 |
| | <i>Pesci, crostacei e molluschi</i> | 8.481 | 8.584 | 103 | 1,21 |
| | <i>Pane, torte, dolci e confetteria</i> | 12.113 | 11.843 | -270 | -2,23 |
| | <i>Bevande</i> | 5.779 | 5.783 | 4 | 0,07 |
| | <i>Altri esercizi alimentari specializzati</i> | 11.043 | 11.218 | 175 | 1,58 |
| | <i>Tabacchi</i> | 30.645 | 31.274 | 629 | 2,05 |
| Totale Area alimentare | | 204.105 | 203.888 | -217 | -0,11 |
| Area non alimentare | Non specializzati | 23.773 | 23.690 | -83 | -0,35 |
| | Specializzati | 530.028 | 529.599 | -429 | -0,08 |
| | <i>Carburanti</i> | 25.151 | 25.372 | 221 | 0,88 |
| | <i>Apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni</i> | 15.015 | 15.402 | 387 | 2,58 |
| | <i>Prodotti tessili</i> | 21.197 | 20.574 | -623 | -2,94 |
| | <i>Ferramenta, vernici, vetro piano e materiali da costruzione</i> | 44.046 | 43.680 | -366 | -0,83 |
| | <i>Tappeti, rivestimenti per pavimenti e pareti</i> | 1.737 | 1.752 | 15 | 0,86 |
| | <i>Elettrodomestici</i> | 1.367 | 1.643 | 276 | 20,19 |
| | <i>Mobili, articoli per l'illuminazione e altri articoli per la casa</i> | 44.859 | 44.201 | -658 | -1,47 |
| | <i>Libri</i> | 6.233 | 6.192 | -41 | -0,66 |
| | <i>Giornali e articoli di cartoleria</i> | 37.243 | 37.101 | -142 | -0,38 |
| | <i>Registrazioni musicali e video</i> | 500 | 537 | 37 | 7,40 |
| | <i>Articoli sportivi</i> | 14.471 | 14.208 | -263 | -1,82 |
| | <i>Giochi e giocattoli</i> | 7.158 | 7.178 | 20 | 0,28 |
| | <i>Articoli di abbigliamento</i> | 129.823 | 129.604 | -219 | -0,17 |
| | <i>Calzature e articoli in pelle</i> | 28.194 | 28.380 | 186 | 0,66 |
| | <i>Medicinali</i> | 19.898 | 20.260 | 362 | 1,82 |
| | <i>Articoli medicali e ortopedici</i> | 5.358 | 5.435 | 77 | 1,44 |
| | <i>Cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria</i> | 22.610 | 22.651 | 41 | 0,18 |
| | <i>Fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti</i> | 23.143 | 23.307 | 164 | 0,71 |
| <i>Orologi e articoli di gioielleria</i> | 19.510 | 19.759 | 249 | 1,28 | |
| <i>Altri prodotti e prodotti non specificati</i> | 58.217 | 58.081 | -136 | -0,23 | |
| <i>Articoli di seconda mano</i> | 4.298 | 4.282 | -16 | -0,37 | |
| Totale Area non alimentare | | 553.801 | 553.289 | -512 | -0,09 |
| Totale generale | | 757.906 | 757.177 | -729 | -0,10 |

Fonte: Elaborazione Link Lab dell'Università Link Campus University su dati Confcommercio.

(*) Il dato relativo al piccolo dettaglio è ottenuto sottraendo al totale degli esercizi in sede fissa gli esercizi commerciali della Grande Distribuzione.

Piccolo dettaglio: la maggiore concentrazione al Sud e nelle Isole. L'analisi della distribuzione degli esercizi del piccolo dettaglio nelle diverse regioni ne evidenzia una maggiore consistenza numerica nell'Italia meridionale e nelle Isole dove nel 2011 si contano oltre 300.000 esercizi commerciali al dettaglio, a fronte dei 162.715 attivi nel Nord-Ovest, dei 153.390 nel Centro e dei 121.037 del Nord-Est.

Proprio i piccoli commercianti del Mezzogiorno e delle Isole, però, sembrano patire maggiormente la crisi economica: nel 2011 si registrano, infatti, 722 esercizi commerciali in meno rispetto al 2010, a fronte dei 199 punti vendita in meno del Nord-Ovest e i 139 in meno nel Nord-Est. L'unica area geografica in controtendenza è quella del Centro che invece fa registrare 226 esercizi in più rispetto al 2010.

Tabella 6

Piccolo dettaglio per area geografica. Differenza assoluta e percentuale 2011-2010

Anni 2010-2011

Valori assoluti e percentuali

| Area geografica | Anni | | Differenza 2011-2010 | |
|-----------------|---------|---------|----------------------|-------|
| | 2010 | 2011 | v.a. | % |
| Nord Ovest | 162.914 | 162.715 | -199 | -0,12 |
| Nord Est | 121.176 | 121.037 | -139 | -0,11 |
| Centro | 153.164 | 153.390 | 226 | 0,15 |
| Sud e Isole | 320.763 | 320.041 | -722 | -0,23 |

Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

In Campania la più alta diffusione di esercizi commerciali al dettaglio. La maggiore concentrazione di esercizi al piccolo dettaglio si ha soprattutto nella regione Campania che ne conta quasi 100.000, seguita dalla Lombardia con oltre 87.000 punti vendita, il Lazio con 72.949 e la Sicilia con 70.730. Quest'ultima, tuttavia, nel 2011 ha fatto registrare la peggiore variazione rispetto al 2010 con 510 punti vendita in meno, seguita dalla Liguria (-230), dalla stessa Campania (-199) e dalla Toscana (-174). Segno negativo anche per il Piemonte con 166 esercizi commerciali in meno e il Friuli Venezia Giulia che ha chiuso il 2011 con 145 esercizi in meno rispetto al 2010.

Variazione positiva, invece, per il Lazio il cui numero di attività di piccolo dettaglio è cresciuto di 383 unità, per la Lombardia che conta 195 esercizi in più e la Puglia che ne calcola 165 in più.

Tabella 7

Piccolo dettaglio per regione. Differenza assoluta e percentuale 2011-2010

Anni 2010-2011

Valori assoluti e percentuali

| Regione | Piccolo dettaglio | | Differenza 2011-2010 | |
|-----------------------|-------------------|--------|----------------------|-------|
| | 2010 | 2011 | v.a. | % |
| | | | | |
| Piemonte | 49.797 | 49.631 | -166 | -0,33 |
| Valle d'Aosta | 1.755 | 1.757 | 2 | 0,11 |
| Lombardia | 87.084 | 87.279 | 195 | 0,22 |
| Liguria | 24.278 | 24.048 | -230 | -0,95 |
| Veneto | 50.075 | 50.038 | -37 | -0,07 |
| Trentino Alto Adige | 9.886 | 9.882 | -4 | -0,04 |
| Friuli Venezia Giulia | 12.856 | 12.711 | -145 | -1,13 |
| Emilia Romagna | 48.359 | 48.406 | 47 | 0,10 |
| Toscana | 49.489 | 49.315 | -174 | -0,35 |
| Umbria | 11.979 | 11.920 | -59 | -0,49 |
| Marche | 19.130 | 19.206 | 76 | 0,40 |
| Lazio | 72.566 | 72.949 | 383 | 0,53 |
| Abruzzo | 19.184 | 19.129 | -55 | -0,29 |
| Molise | 4.983 | 4.889 | -94 | -1,89 |
| Campania | 99.384 | 99.185 | -199 | -0,20 |
| Puglia | 58.566 | 58.731 | 165 | 0,28 |
| Basilicata | 9.064 | 9.085 | 21 | 0,23 |
| Calabria | 32.314 | 32.369 | 55 | 0,17 |
| Sicilia | 71.240 | 70.730 | -510 | -0,72 |
| Sardegna | 26.028 | 25.923 | -105 | -0,40 |

 Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Piccoli ambulanti crescono. Come ricordato in precedenza, il comparto del commercio ambulante ha conosciuto una crescita considerevole negli ultimi anni. Il primo semestre del 2012 ne conferma la tendenza: si registrano infatti oltre 2.000 ambulanti in più rispetto al 2011. A guidare il comparto è il settore dell'abbigliamento e dei tessuti che registra, nei primi sei mesi dell'anno, 47.246 attività, ben 1.851 in più rispetto al 2011, seguito dal settore di articoli generici che ne conta 44.634, ovvero 1.734 esercizi in più rispetto allo scorso anno. In calo, invece, il settore alimentare che vede 197 ambulanti in meno.

Tabella 8

Commercio ambulante. Differenza assoluta e percentuale 2012-2011

Anni 2011-2012

Valori assoluti e percentuali

| Settori | Anni | | Differenza 2012(*)-2011 | |
|------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------|------------|
| | 2011 | 2012(*) | v.a. | % |
| | | | | |
| Non specificato | 15.636 | 15.262 | -374 | -2,4 |
| Alimentare | 37.355 | 37.158 | -197 | -0,5 |
| Abbigliamento, Tessuti e Calzature | 24.230 | 23.314 | -916 | -3,8 |
| Abbigliamento e Tessuti | 45.395 | 47.246 | 1.851 | 4,1 |
| Calzature e Pelletterie | 5.609 | 5.716 | 107 | 1,9 |
| Altri Articoli | 42.900 | 44.634 | 1.734 | 4,0 |
| Mobili e Articoli di uso domestico | 4.788 | 4.942 | 154 | 3,2 |
| Totale commercio ambulante | 175.913 | 178.272 | 2.359 | 1,3 |

 Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

(*): 1° semestre

I dati confermano l'andamento registrato dal comparto nel 2011 quando si registravano 5.000 ambulanti in più rispetto al 2010.

Il 2011 ha visto i commercianti ambulanti che si occupano della vendita di abbigliamento, tessuti e calzature in particolare difficoltà con oltre 1.500 attività in meno rispetto al 2010, mentre è cresciuto considerevolmente il settore degli articoli generici (+ 3.759) così come il numero degli esercizi commerciali che si occupano della sola vendita di abbigliamento e tessuti (+3.099). Quest'ultimo dato sottolinea l'andamento di un settore che incontra particolari difficoltà nella formula distributiva del piccolo dettaglio in sede fissa e che invece trova maggiore spazio nella vendita in forma ambulante, presumibilmente per effetto di una differente politica dei prezzi che esorta una risposta positiva da parte dei consumatori.

Tabella 9

Commercio ambulante. Differenza assoluta e percentuale 2011-2010

Anni 2010-2011

Valori assoluti e percentuali

| Settori | Anni | | Differenza 2011-2010 | |
|------------------------------------|-----------------|----------------|----------------------|------------|
| | 2010 | 2011 | v.a. | % |
| | Non specificato | 16.042 | 15.636 | -406 |
| Alimentare | 37.724 | 37.355 | -369 | -1,0 |
| Abbigliamento, Tessuti e Calzature | 25.758 | 24.230 | -1.528 | -5,9 |
| Abbigliamento e Tessuti | 42.296 | 45.395 | 3.099 | 7,3 |
| Calzature e Pelletterie | 5.380 | 5.609 | 229 | 4,3 |
| Altri Articoli | 39.141 | 42.900 | 3.759 | 9,6 |
| Mobili e Articoli di uso domestico | 4.504 | 4.788 | 284 | 6,3 |
| Totale commercio ambulante | 170.845 | 175.913 | 5.068 | 3,0 |

Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Commercio ambulante: entro la fine dell'anno +3,7%. I dati fin qui riportati hanno dimostrato una significativa crescita del commercio ambulante a fronte di una contrazione dei canali di vendita tradizionali.

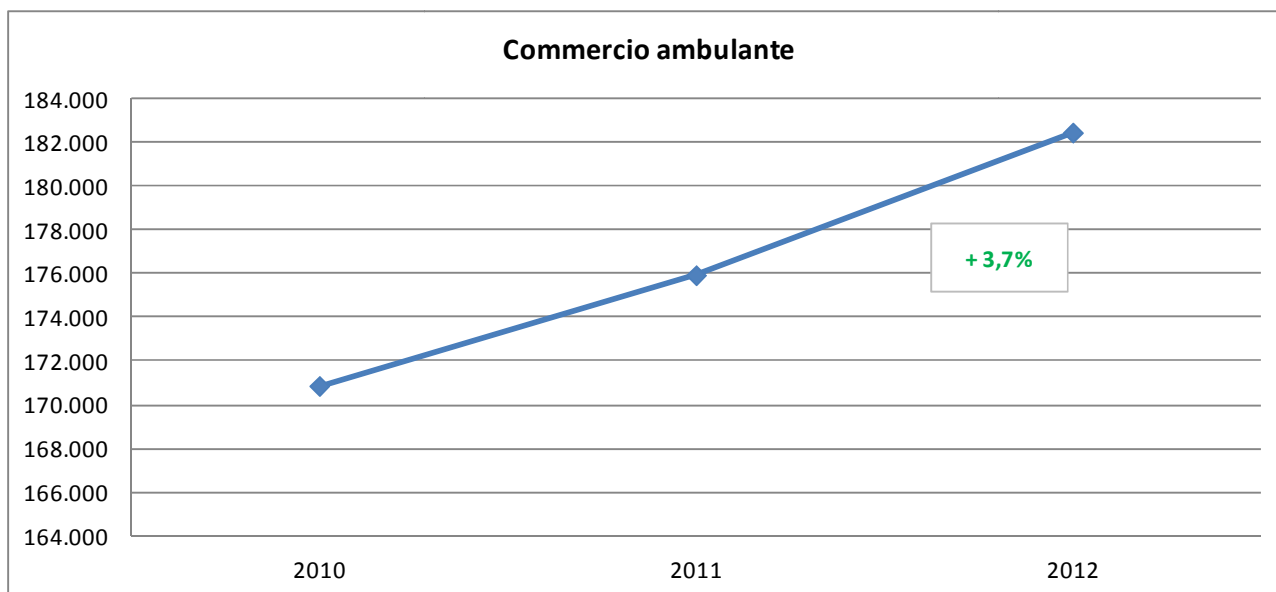
Tale aumento può con molta probabilità ricollegarsi ai significativi vantaggi economici per il commerciante che intende avviare un'attività commerciale in quanto potrà beneficiare del considerevole abbattimento dei costi di gestione di un esercizio in sede fissa. La diretta conseguenza è la riduzione dei prezzi di vendita, la quale a sua volta stimola una risposta positiva da parte degli acquirenti, alle prese con il difficile compito del risparmio in un momento di gravi difficoltà economiche per l'intera popolazione.

Secondo le previsioni della *Link Campus University* si assisterà ad una ulteriore espansione del commercio ambulante che crescerà, entro la fine del 2012, del 3,7% rispetto al 2011.

Grafico 2

Commercio ambulante. Stima al 31/12/2012

Anni 2010-2012



Fonte: Stima *Link Lab* dell'Università *Link Campus University*.

Internet non conosce crisi. Il commercio via Internet è senz'altro il settore che ha trainato l'intero comparto del *commercio alternativo a negozi, banche e mercati*. Nei primi 6 mesi del 2012 il numero di esercizi commerciali dedicati all'e-commerce è stato di 10.169, in aumento del 10,2% rispetto al 2011 quando gli esercizi commerciali online ammontavano a 9.228, il 18,9% in più rispetto al 2010. Secondo gli studi della *Link Campus University*, inoltre, entro la fine del 2012, il numero degli esercizi commerciali online continuerà a crescere attestandosi a +24% rispetto al 2011.

Tabella 10

Commercio via Internet, per anni. Differenza percentuale 2012-2011 e 2011-2010

Anni 2010-2012

Valori assoluti e percentuali

| Commercio via internet | | | Diff. % 2012(*)-2011 | Diff. % 2011-2010 |
|------------------------|-------|---------|-------------------------|----------------------|
| 2010 | 2011 | 2012(*) | | |
| 7.758 | 9.228 | 10.169 | 10,2 | 18,9 |

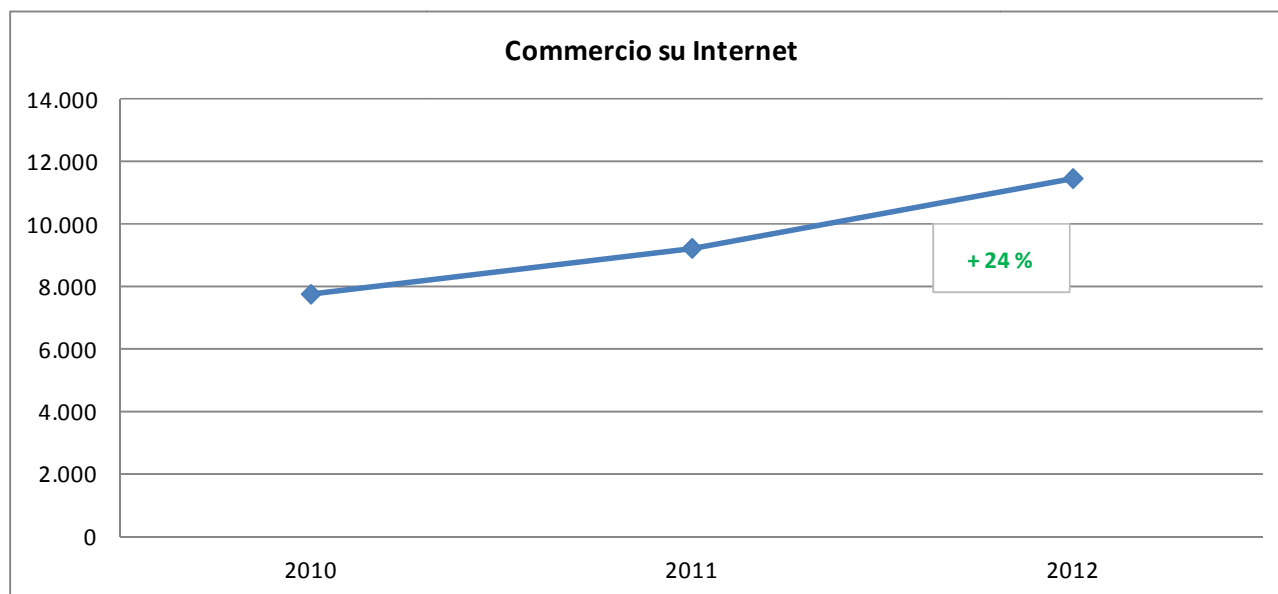
Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

(*): 1° semestre

Grafico 3

Commercio su Internet. Stima al 31/12/2012

Anni 2010-2012



Fonte: Stima *Link Lab* dell'Università *Link Campus University*.

Italia a macchia di e-commerce. Gli esercizi commerciali che utilizzano Internet come canale di vendita prevalgono in misura maggiore nelle regioni del Nord-Ovest con 2.816 esercizi registrati nel 2011 a fronte dei 2.374 esercizi nel Sud e nelle Isole, dei 2.230 del Centro e dei 1.808 del Nord-Est.

La performance positiva del settore è dunque confermata dal confronto dei dati con l'anno 2010 che vede un incremento complessivo del 18,9%, circa 1.500 esercizi in più nel 2011.

Tabella 11

Commercio via Internet, per area geografica. Differenza percentuale 2011-2010

Anni 2010-2011

Valori assoluti e percentuali

| Area geografica | Anni | | Differenza 2011-2010 | |
|-----------------|--------------|--------------|----------------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | v.a. | % |
| Nord Ovest | 2.342 | 2.816 | 474 | 20,2 |
| Nord Est | 1.517 | 1.808 | 291 | 19,2 |
| Centro | 1.884 | 2.230 | 346 | 18,4 |
| Sud e Isole | 2.015 | 2.374 | 359 | 17,8 |
| Totale | 7.758 | 9.228 | 1.470 | 18,9 |

Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

In Lombardia il numero più alto di esercizi commerciali con attività di vendita online: 1.786 registrate nel 2011, ben 300 in più rispetto all'anno precedente. Seguono il Lazio con 1.086 esercizi nel 2011, 162 in più rispetto all'anno precedente, la Campania (824) e il Piemonte (800).

È opportuno sottolineare che tutte le regioni hanno conosciuto un incremento delle attività di vendita via internet, a conferma dell'importanza strategica assunta, per consistenza numerica e volume d'affari, dal settore.

Tabella 12

Commercio via Internet, per regione. Differenza assoluta e percentuale 2011-2010

Anni 2010-2011

Valori assoluti e percentuali

| Regione | Commercio via Internet | | Differenza 2011-2010 | |
|-----------------------|------------------------|--------------|----------------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | v.a. | % |
| | | | | |
| Piemonte | 656 | 800 | 144 | 22,0 |
| Valle d'Aosta | 25 | 25 | 0 | 0,0 |
| Lombardia | 1.482 | 1.786 | 304 | 20,5 |
| Liguria | 179 | 205 | 26 | 14,5 |
| Veneto | 584 | 691 | 107 | 18,3 |
| Trentino Alto Adige | 131 | 162 | 31 | 23,7 |
| Friuli Venezia Giulia | 175 | 192 | 17 | 9,7 |
| Emilia Romagna | 627 | 763 | 136 | 21,7 |
| Toscana | 586 | 697 | 111 | 18,9 |
| Umbria | 125 | 148 | 23 | 18,4 |
| Marche | 249 | 299 | 50 | 20,1 |
| Lazio | 924 | 1.086 | 162 | 17,5 |
| Abruzzo | 139 | 159 | 20 | 14,4 |
| Molise | 30 | 30 | 0 | 0,0 |
| Campania | 691 | 824 | 133 | 19,2 |
| Puglia | 385 | 469 | 84 | 21,8 |
| Basilicata | 49 | 66 | 17 | 34,7 |
| Calabria | 144 | 181 | 37 | 25,7 |
| Sicilia | 418 | 478 | 60 | 14,4 |
| Sardegna | 159 | 167 | 8 | 5,0 |
| Totale | 7.758 | 9.228 | 1.470 | 18,9 |

Fonte: Elaborazione *Link Lab* dell'Università *Link Campus University* su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

L'e-commerce appare oggi una risposta strategica alla crisi economica, in grado di coniugare le esigenze dei commercianti e quelle dei consumatori.

La riduzione dei costi di gestione e lo snellimento della catena burocratica risultano oggi gli importanti vantaggi che stimolano e appoggiano lo slancio imprenditoriale verso questo canale di vendita innovativo, oggi più che mai apprezzato dai consumatori.

La crescente penetrazione di Internet e dei diversi dispositivi di accesso tra le famiglie italiane, nonché la pianificazione della giornata tipica del cittadino postmoderno che vede la progressiva riduzione del tempo libero a disposizione, hanno senz'altro incoraggiato nuove abitudini di acquisto nei consumatori che oggi sempre più si rivolgono alla Rete apprezzandone la possibilità di confrontare prezzi e prodotti e soprattutto i prezzi più competitivi. Il decalogo quasi teorico dei vantaggi del web trova quindi finalmente attuazione concreta anche per gli italiani.