



Crisi, Link Lab: calo dei negozi con sede fissa, crescono quelli online

Con la **crisi** diminuiscono gli esercizi commerciali che hanno una sede fissa: entro il 2012 a chiudere i battenti saranno quasi 7.000 punti vendita (nei primi 6 mesi se ne sono registrati già 3500 in meno rispetto al 2011). Una tendenza che riguarda soprattutto il piccolo dettaglio e la grande distribuzione, secondo i **dati di Link Lab**, il Laboratorio di ricerca socio-economica della Link Campus University.

Il piccolo dettaglio è quello che soffre di più, soprattutto nel settore non-alimentare: già nel 2011 hanno chiuso circa 7000 negozietti rispetto all'anno precedente. **Le aree più colpite? Negozi di mobili, articoli per la casa e tessile. Non conoscono crisi, invece, il settore dell'informatica e delle telecomunicazioni (basta pensare 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. In crescita anche il settore dei medicinali che registra 362 attività in più rispetto al 2010.

Per quanto riguarda l'alimentare, **i prodotti che risentono più della crisi sono la carne (-600 unità rispetto al 2010), i prodotti da forno e la confetteria. 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.

Stupisce la crescita degli articoli di gioielleria, delle calzature e degli articoli in pelle. E crescono anche i piccoli ambulanti: entro la fine dell'anno +3,7%. A farla da padrone è il settore dell'abbigliamento e dei tessuti, mentre calano gli ambulanti di **alimentari**.

E veniamo all'ultima forma di commercio senza una sede fissa: l'e-commerce. Entro la fine dell'anno ci sarà il 24% in più di esercizi commerciali online. Nei primi 6 mesi del 2012 il numero di esercizi commerciali dediti 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.

“L'e-commerce appare oggi una risposta strategica alla crisi economica, in grado di coniugare le esigenze dei commercianti e quelle dei consumatori – dichiara Nicola Ferrigni, docente di sociologia della Link Campus University e direttore di Link Lab – 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 – conclude il direttore di Link Lab – trova quindi finalmente attuazione concreta anche per gli italiani”.

Article source: <http://www.helpconsumatori.it/acquisti/crisi-link-lab-calo-dei-negozi-con-sede-fissa-crescono-quelli-online/53785>

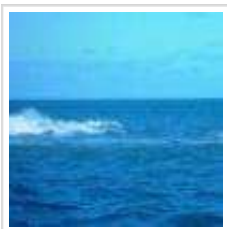
Guarda anche questi articoli:



Confcommercio: 2012, consumi a meno 3%. Il dato peggiore della Repubblica



Istat: la Caporetto delle vendite al dettaglio. Crollano gli alimentari



Saldi, partenza in sordina per un rito al tramonto



Istat: bene le vendite nella gdo. I commenti



Poste Italiane: Postepay e Bancoposta permettono un risparmio sugli alimentari



Aggiungi un commento...

Commenta usando...

Plug-in sociale di Facebook