



2.4 La distribuzione commerciale

Novità e cambiamenti

Il nuovo scenario del commercio vede in Piemonte un sistema distributivo completo ed evoluto realizzato dalla internazionalizzazione passiva che ha introdotto nuovi format e concentrato il settore, in particolare nel comparto food. Mantengono la connotazione di cantieri aperti il comparto non food e il commercio ambulante, che ancora presentano evidenti segni di trasformazione in atto.

Nel non food il processo di concentrazione non è ancora compiuto e ha seguito un percorso inverso rispetto al comparto food: prima l'organizzazione di catene di piccoli negozi (franchising) e poi le grandi superfici di vendita (outlet). Malgrado il modello di catena in franchising sia italiano (Benetton) è questo lo strumento con cui opera l'internazionalizzazione passiva anche nel non food: gli inglesi di Trony/Unieuro (elettrodomestici), gli svedesi di Ikea (mobili), gli spagnoli di Zara (abbigliamento), i francesi di Le Roi Merlin (bricolage) e di Decathlon (sport). La concentrazione del non food in catene di piccoli negozi in franchising ha contribuito a formare una nuova generazione di imprenditori commerciali.

Il commercio ambulante è ancora alle prese con il processo di ristrutturazione che realizza la messa a norma sia delle strutture (i mercati) sia degli strumenti (i banchi). Intanto l'internazionalizzazione passiva si manifesta anche qui: sono sempre più numerosi sia gli imprenditori sia i frequentatori/clienti di origine straniera extracomunitaria. Infine, nelle città medie del Sud Piemonte i grandi mercati funzionano ancora come attrattori anche per il commercio fisso di centro città. Proprio le città medie rappresentano gli spazi di residua espansione delle grandi strutture commerciali: si profila una nuova competizione fra Grande Distribuzione e mercati ambulanti in tali aree, a partire dai capoluoghi di Cuneo (dove a fine 2004 è stato aperto un centro commerciale dotato di un ipermercato Auchan di 7.500 m² di vendita e un centro commerciale dotato di un ipermercato Dimar di oltre 4.000 m² di vendita) e di Asti (dove è in costruzione il primo grande centro commerciale nell'area del capoluogo provinciale).

A partire da questo quadro viene individuata una *traiettoria evolutiva* del commercio piemontese che parte da un dato consolidato: la localizzazione di tutti i format commerciali è oggi prevalentemente di *attrazione* e non più di servizio in prossimità delle zone residenziali. Tale localizzazione è funzionale al nuovo ruolo di *promozione* del consumo, che è la nuova "missione" di un commercio che domina la filiera produzione-distribuzione-consumo arrivando fino a gestire direttamente quote crescenti di produzione (marche commerciali). La tendenza evolutiva che si può oggi intravedere è quella della *diversificazione*, intesa come estensione del campo di attività alla gestione di beni e servizi finora esclusi dalle forme di intermediazione commerciale tradizionale o dotati di autonomi canali specialistici (rete distributori carburanti, agenzie di viaggi e turismo, ristorazione e pubblici esercizi, edicole, medicinali da banco, assicurazioni, investimenti finanziari, autoveicoli, ecc.)

I gruppi distributivi italiani che hanno mantenuto una piena autonomia gestionale, sfuggendo alle acquisizioni e alle partecipazioni di controllo da parte dei grandi distributori stranieri, sono essenzialmente Coop (che in Italia è ancora leader di mercato, mentre in Piemonte è terzo sia per ipermercati, dopo Carrefour e Bennet, sia per supermercati, dopo Carrefour e Esselunga), Bennet (che continua a crescere in Piemonte: nel 2004 ha realizzato due iper, uno aperto a Torino, in via San Paolo, e uno a Castelletto Ticino, in provincia di Novara) ed Esselunga (che ha aperto nel 2004, ad Asti, un grande superstore, formato adatto agli spazi ancora aperti, per le grandi superfici, nelle città medie del Sud Piemonte).

Sistema distributivo completo ed evoluto; mercati ambulanti in ristrutturazione; il commercio diversifica