

Si moltiplicano le saracinesche abbassate Nella Tuscia la spesa si fa nei supermercati Sono sempre di meno i negozi di vicinato



Un negozio chiuso

La grande distribuzione ha ufficialmente surclassato nella Tuscia il negozio di alimentari sotto casa. Quello che era un trend avviato da anni, ormai è certificato dai numeri. Si tratta di un "grande sorpasso" almeno in termini percentuali che segna la crisi definitiva del negozio sotto casa, incapace di reggere la concorrenza delle grandi catene le quali, potendo contare su volumi di vendita non paragonabili, riesce ad offrire prezzi più vantaggiosi. Il dato è certificato dal Centro studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne, in collaborazione con "Il Sole 24 Ore".

A pag. 32

Spesa nella grande distribuzione, sempre meno i negozi di vicinato

**SI MOLTIPLICANO
LE SARACINESCHE
DEI PICCOLI ABBASSATE
TRA I FATTORI
LA MAGGIORE FACILITÀ
A RAGGIUNGERE GLI IPER**

LO STUDIO

La grande distribuzione ha ufficialmente surclassato il negozio di alimentari sotto casa. Quello che era un trend avviato da anni, ormai è certificato dai numeri. Si tratta di un "grande sorpasso" almeno in termini percentuali che segna la crisi definitiva del negozio sotto casa, incapace di reggere la concorrenza delle grandi catene le quali, potendo contare su volumi di vendita non paragonabili, riesce ad offrire prezzi più vantaggiosi.

IL FENOMENO

Fenomeno al quale la Tuscia non è affatto immune: le saracinesche abbassate nel centro storico di Viterbo ne sono la

prova. Sempre meno i piccoli che resistono, mentre anche in città la grande distribuzione continua a tagliare nastri (l'ultimo è stato quello dell'Ipertriscout sulla Cassia Nord). A misurare per la prima volta l'accessibilità dei servizi, in termini di vicinanza fisica, è un indice realizzato nell'ambito del progetto Urban Pulse 15 del Centro studi delle **Camere di commercio** Guglielmo Tagliacarne, in collaborazione con "Il Sole 24 Ore".

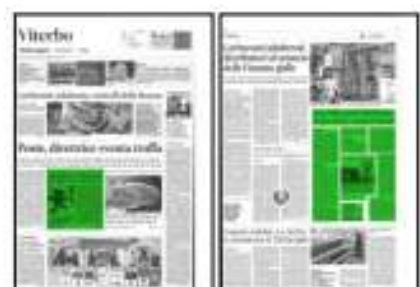
Tramite tecniche avanzate di geo-analytics è stato possibile calcolare la quota di popolazione in grado di raggiungere in 15 minuti a piedi almeno un negozio della grande distribuzione organizzata (iper e supermercati, discount e minimarket) o del piccolo commercio al dettaglio (panifici, macellerie, pescherie, fruttivendoli, e così via).

LA MISURAZIONE

Per l'occasione si è scelto di misurare la capillarità del servizio primario per eccellenza, legato all'acquisto dei beni ali-

mentari essenziali. Secondo lo studio, sono Barletta-Andria-Trani, Bari e Cagliari le tre province dove è più facile trovare un negozio alimentare sotto casa, seguite da Napoli, Foggia e Taranto: qui circa il 60% dei cittadini raggiunge almeno un punto vendita in 15 minuti. I territori meno serviti, invece, sono quelli di Belluno, Rieti, Udine e Treviso, dove la prossimità viene garantita a meno di un cittadino su quattro.

E Viterbo? La popolazione residente che si trova entro 15 minuti a piedi da almeno un negozio alimentare al dettaglio è pari al 48,5% nel capoluogo.



Percentuale che scende al 31,5% nel resto della provincia. Meglio va per la grande distribuzione: che si tratti di un ipermercato o di un discount, nella Città dei Papi il 50% della popolazione può trovarsene uno raggiungibile al massimo in un quarto d'ora da casa. Percentuale che scende al 38,7 nei restanti comuni della Tuscia.

Dallo studio emergono anche i numeri delle attività operative in provincia: a Viterbo ci sono 62 tra iper o supermercati, discount e minimarket, a fronte di 101 alimentari al dettaglio che ancora resistono. In provincia, i numeri sono rispettivamente 101 e 467.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DS3960



Un negozio di vicinato di Viterbo