

12 March 2009

[HOME AREA](#)[TORNA/VAI PAGINA PRINCIPALE](#)[INTRODUZIONE ALL'AREA](#)[EDITORE E CONTENUTI](#)[PROGRAMMAZIONE EDITORIALE 2009](#)
[Home Area](#) | [Istituzioni italiane nazionali](#) | [Rapporto Annuale Assolowcost](#)
[HOME AREA AGENZIA STAMPA](#)[TORNA/VAI PAGINA PRINCIPALE](#)**ACQUISTA ON-LINE****NOVITA' 2009**

CLICCA QUI, ENTRA NELLO STORE E ACQUISTA A 1 EURO IL PDF DEL CARTACEO DI TRIBUNA ECONOMICA

Rapporti Ambasciate: 23 febbraio Svizzera, 9 marzo Lituania, 23 marzo Svezia.

CATEGORIE NOTIZIE[Governo/Politica/Parlamento](#)[Istituzioni italiane nazionali](#)[Istituzioni locali](#)[Finanza e Bilanci](#)[Motori](#)[Informatica&Tecnologia](#)[Istituzioni estere](#)[Aziende diverse](#)[Banche e Credito](#)[Energia/Ambiente/R&S](#)[Compagnie Aeree](#)[Chimica/Farmaceutica](#)[Altre Notizie](#)[Turismo](#)[Moda](#)[Inglese/Francese](#)[Cultura/Spettacoli](#)**INFOIMPRESE**

- Cerca per nome
 Cerca per prodotti

RAPPORTO ANNUALE ASSOLOWCOST**Thursday 12 March 2009**

Per la prima volta in Italia il settore del low cost di qualità è stato sottoposto ad uno studio rigoroso ed analitico, che ne fotografa la consistenza, la diversa articolazione nei vari settori merceologici e dei servizi, le prospettive di sviluppo e la sua incidenza sulla produzione della ricchezza nazionale.

Il settore registrerà una crescita del 10 % nel corso del prossimo anno e questo assicurerà nel 2009 un incremento pari a circa mezzo punto di prodotto interno lordo. In questo modo il low cost di qualità eserciterà una funzione anticiclica, frenando la diminuzione del Pil.

Lo afferma il Rapporto annuale di "Assolowcost Qualità & Valore" la prima Associazione Europea del low cost di qualità, presentato oggi a Milano al Circolo della Stampa. Secondo il Rapporto, elaborato dal Centro studi di "Assolowcost Qualità & Valore", con la collaborazione di Boston Consulting Group, GPF, Databank, Beareure Van Dijk, Cai e Iama, il low cost di qualità in Italia nel 2008 ha fatturato 55 miliardi di Euro con un'incidenza del 3,50% sul PIL. La crescita stimata per il nel settore del low cost di qualità nel 2009, in totale controtendenza con il calo in corso della ricchezza prodotta nel Paese, porterà il fatturato a circa 61 miliardi di euro con un'incidenza sul Pil previsto pari al 3,93% e una crescita pari allo 0,43% del PIL. "Un risultato straordinario in una fase di recessione e considerando che non è stato considerato il valore dell'indotto - ha affermato **Andrea Cinosi** Presidente di Assolowcost, l'Associazione che vede già tra i suoi associati alcune delle aziende più rappresentative del settore: Genialloyd, Ikea, Ing Direct, Dacia Renault, Volagratis, Genertel, Dialogo, Decathlon, Mercatone Uno, Camicissima, Nau Ottica, Mutuonline e Arredy.

Il Rapporto esamina la congiuntura economica, reale e monetaria, ne analizza i riflessi sul potere d'acquisto, fa il punto sui mutamenti di carattere socio-culturale alla base dell'evoluzione dei comportamenti d'acquisto, esamina i vari settori produttivi verificando le differenze tra una produzione di tipo tradizionale e i modelli di business low cost di qualità e fornisce una serie di spunti su come queste moderne filosofia d'impresa possa rappresentare il modello di riferimento anche in altri settori chiave dell'economia.

Dal Rapporto emerge che il 66% (+ 25% in più rispetto al 2007) ha intenzione di ridurre il proprio livello di spesa nei prossimi 12 mesi. Questo comporterà un'accentuazione del fenomeno, già in corso da alcuni anni, del Trading down: la ricerca del miglior prezzo possibile senza rinunciare alla qualità. Negli ultimi due anni il Trading down è cresciuto del 13% (15% in Europa). Nel settore alimentare aumenteranno gli acquisti nei discount e nella grande distribuzione alimentare si registrerà una crescita di private labels e di prodotti in promozione.

Un vero tsunami socioculturale mette in secondo piano l'edonismo consumistico, la voglia di apparire, l'esibizione dello spreco e l'elogio del superfluo a vantaggio della frugalità ("non mi interessa guadagnare di più per spendere di più, voglio meno stress e più qualità della vita"). Aumenta negli italiani il riferimento a valori di impegno sociale, attenzione all'ambiente e partecipazione attiva al consumo come esperienza partecipativa e improntata alla responsabilità. In questo contesto il low cost di qualità diventa "la" filosofia del consumo e in chi acquista nascono nuove consapevolezza: prezzo più alto non è sempre sinonimo di qualità elevata; prezzo basso non significa necessariamente rinuncia; prezzo alto non è necessariamente cool.

"Il low cost di qualità - ha affermato **Andrea Cinosi** - è un'opportunità e una sfida anche al mondo della produzione in quanto si basa sull'innovazione nei modelli di business e comporta, per le imprese, significativi interventi sulla catena del valore".

Il Rapporto esamina i vari settori dell'offerta di prodotti e servizi low cost di qualità. La grande distribuzione non alimentare segna un aumento delle vendite nelle superfici specializzate (bricolage, elettrodomestici, mobile e articoli sportivi) e nel settore della moda del fast fashion. Vengono descritti i casi di successo consolidato di Ikea, Decathlon, Mercatone Uno, Camicissima, Nau!

Grande sviluppo il low cost di qualità sta avendo nel settore auto che pure attraversa un periodo di profonda crisi. Il caso di Dacia Renault ne è la dimostrazione con un incremento delle vendite che ha toccato nel marzo 2008 un +208% quando l'intero settore registrava nello stesso mese un -18%.

Anche nel settore viaggi, il sempre maggiore utilizzo della Rete, porta un numero crescente di italiani a scegliere viaggi, alberghi e pacchetti vacanze attraverso le agenzie online di maggior successo. Il caso Volagratis, illustrato nel Rapporto, ne è la dimostrazione.

Nel settore delle assicurazioni auto, il low cost di qualità è in netta espansione attraverso le compagnie dirette che propongono polizze con costi inferiori fino al 30% rispetto ai canali di distribuzione tradizionali e registrano un più elevato livello di soddisfazione del cliente rispetto alle compagnie tradizionali. Vengono esaminati i casi di successo di Genialloyd, Genertel, Dialogo. Nel settore delle banche retail la presenza di un numero crescente di banche online ha contribuito notevolmente a far diminuire il costo medio dei conti correnti che, secondo le stime di Assolowcost, sono scesi nel 2008 a 75,14 euro. Analoga tendenza si nota sul mercato dei mutui, in cui gli spread medi applicati dalle banche online sono minori. Un importante vantaggio per i consumatori in tal senso deriva dalla nascita dei broker online che consentono la comparazione delle condizioni. Vengono descritti i casi di successo di Ing Direct e di Mutuonline.

Un settore in cui il low cost ha grandi prospettive di crescita è quello dei servizi professionali. Studi professionali a costo contenuti ed efficienza elevata nel servizio cominciano a diffondersi

[SkyTg24 \(Tv\)](#)[Borsa Italiana](#)[RaiNews24 \(Tv\)](#)[Bloomberg News \(Tv\)](#)[Cnn Money](#)[Cnbc Markets](#)

CLICCA NEL MENU QUI SOPRA ED ENTRA

Tribuna Economica è anche su Facebook

**SYNDICATION**

CERCA SOLO NELL'AREA

 Web www.tribuna.com

v2.0 by www.fairtec.at

anche in Italia. Viene esaminato il caso di Arredy, uno studio di architetti specializzato nell'arredamento degli ambienti, rivolto alle famiglie e alle agenzie immobiliari. Ci sono altri settori in cui il low cost di qualità può essere una carta da giocare per valorizzare asset nazionali e riqualificare la spesa sociale e pubblica: il turismo, con la costruzione di alberghi low cost e lo sviluppo di una rete di trasporti a costi contenuti; l'edilizia residenziale con la costruzione di case ed interi nuovi quartieri low cost mediante l'uso di materiali e tecniche improntate al basso impatto ambientale e al risparmio energetico; la sanità basata sulla costruzione di strutture progettate con i criteri del low cost e l'implementazione di modelli organizzativi mutuati dalle aziende low cost; la Pubblica amministrazione che può adottare i modelli delle società low cost per ottimizzare la propria organizzazione e la fornitura di servizi.

[Pros. >](#)

[\[Indietro\]](#)

Copyright © 2007 Tribuna Economica

W3C XHTML 1.0

W3C CSS