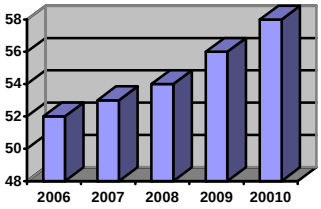
Il Mercato Retail Bielorusso

Il **mercato Bielorusso** sta conoscendo interessanti evoluzioni e presenta potenzialità sostanziali che ci poniamo nelle condizioni di valutare e considerare d'accordo con i nostri interlocutori.

La **costante crescita dell'economia** (rallentata, ma non fortemente penalizzata come accaduto ai paesi limitrofi, a causa della crisi economica abbattutasi sui mercati finanziari negli ultimi due anni), **l'incremento del reddito disponibile e della capacità di spesa della popolazione** (+52% - +58% nel quinquennio 2006-2010), la maggior consapevolezza d'acquisto dei consumatori, la riduzione del carico di norme restrittive in campo immobiliare, gli sforzi compiuti a livello di policy e sul piano normativo per migliorare il business climate e per favorire gli investimenti stranieri (il paese è stato inserito tra i "Global Top Ten Regulatory Reformers" secondo il rapporto annuale della Banca Mondiale "Doing Business" 2010) sono tra le condizioni che hanno garantito ritmi di crescita elevati del fatturato generato dalle vendite nel settore retail (il turnover annuo negli ultimi 6 anni ha registrato tassi di crescita pari al 16.9% in termini reali, giungendo ad un volume d'affari complessivo nel 2008 pari a $23.7 miliardi – una crescita solamente rallentata nel 2009, avendo fatto segnare un +3%).



Si sta inoltre verificando un **processo di ristrutturazione** del settore: dalla forte frammentazione e disaggregazione del commercio (si tenga presente che le vendite attraverso mercati rionali, bazaar ecc assorbiva, fino al 2008, una quota di mercato rilevante pari al 30%), si sta procedendo verso la concentrazione dell'offerta entro unità di vendita di medio-grandi dimensioni operanti sotto un unico marchio: si sta assistendo, in altre parole, allo **sviluppo di catene commerciali organizzate** sulla base di regole di supply chain efficienti.

Dal 2008 al 2010, infatti, è stato previsto lo **sviluppo di spazi commerciali** per una superficie pari a più di 170.000 mq. Si attende, pertanto, una riduzione significativa dello squilibrio generato dal basso livello di concentrazione di aree commerciali per abitante (Nel 2008 la superficie media per 1000 abitanti equivaleva a 160 mq. In chiave comparativa, secondo il rilievo, Tallin, nel 2007 presentava un valore pari a 1.375 mq, Riga 859 mq, e Mosca 399 mq.)

È atteso, dunque, un percorso di convergenza significativo, caratterizzato dalla **forte crescita di unità commerciali moderne**, dall'**incremento dell'offerta di spazi commerciali** entro aree di vendita organizzate, e, in particolare, dallo **sviluppo di formule commerciali di distribuzione**, si pensi al **franchising**, il quale si ritiene possa essere la tecnica che guiderà la trasformazione del settore a livello nazionale.