

ITALIA



Istituto nazionale per il Commercio Estero
Sezione per la Promozione degli Scambi dell'Ambasciata d'Italia a Vienna

Italienisches Institut für Außenhandel
Handelsförderungsbüro der Italienischen Botschaft in Wien



La Grande Distribuzione in Austria

SOMMARIO

ANALISI DELLA STRUTTURA DISTRIBUTIVA	3
PRODOTTI ALIMENTARI	4
<i>Il commercio al dettaglio in Austria</i>	8
<i>Lo sviluppo dei punti vendita:</i>	8
<i>Lo sviluppo del fatturato:</i>	9
MOBILI E COMPLEMENTI D'ARREDO	11
ABBIGLIAMENTO	12
CALZATURE	14
GIOCATTOLI.....	15
ELETTRONICA, ELETTROTECNICA ED ELETTRODOMESTICI	16
CANCELLERIA E LIBRI	16
ARTICOLI COSMETICI/IGIENICI.....	17
FOTO – OTTICA.....	17
ARTICOLI SPORTIVI	18
MATERIALI EDILI.....	18
ELENCO DEI PRINCIPALI OPERATORI DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE	20
SETTORE ALIMENTARE:.....	20
ARTICOLI COSMETICI/IGIENICI.....	22
MATERIALI EDILI.....	23
ELETTRONICA, ELETTROTECNICA ED ELETTRODOMESTICI	25
CALZATURE	26
MOBILI E COMPLEMENTI D'ARREDAMENTO	27
FOTO – OTTICA.....	28
ARTICOLI SPORTIVI	29
PLURISETTORIALE	30
<i>ABBIGLIAMENTO</i>	30
<i>CANCELLERIA</i>	31
<i>GIOCATTOLI</i>	32

ANALISI DELLA STRUTTURA DISTRIBUTIVA

Circa i 2/3 dell'intero fatturato derivante dalla vendita di beni di largo consumo viene realizzato in Austria tramite la Grande Distribuzione. È in atto un processo di progressiva concentrazione distributiva a tutto detrimento dei piccoli negozi al dettaglio, con ampliamento delle superfici espositive ed acquisizione di sempre nuove fasce di consumatori.

In Austria operano diverse catene di Grande Distribuzione, specializzate per tipologie merceologiche, mentre sono relativamente scarse le catene di grandi magazzini a livello plurisetoriale, fra le quali si segnalano la **KASTNER & ÖHLER** (27 punti vendita soprattutto in Stiria e Carinzia) e la **INTERSPAR** (52 punti vendita). La **GERNGROSS** (1 punto vendita a Vienna), fino a qualche anno fa, era una delle maggiori catene (8 punti di vendita), oggi si limita ad affittare i suoi locali. Altri punti vendita come il grande magazzino STEFFL nel centro di Vienna sono stati venduti. Anche STEFFL affitta i suoi locali. Per quanto riguarda la INTERSPAR occorre precisare che una grande parte della superficie dei suoi locali è adibita a prodotti alimentari. La KASTNER & ÖHLER vende soprattutto articoli di abbigliamento e profumeria e inoltre l'azienda dispone di 19 filiali con il nome GIGASPORT adibite ad articoli sportivi.

In linea generale si può affermare che la Grande Distribuzione in Austria prevede, a livello organizzativo, le seguenti tipologie: succursalisti, catene volontarie e gruppi di acquisto, grandi magazzini, cash & carry, vendite per corrispondenza. Negli ultimi anni si sono sviluppati in Austria numerosi shopping center, perlopiù ubicati vicino a grandi centri urbani, su vaste superfici (oltre 1.000 m²), al coperto, ospitanti negozi, supermercati, grandi magazzini, ecc. Tali centri, molto richiesti dai commercianti per gli innegabili vantaggi che comportano (minori costi di gestione e maggiori vendite), risultano essere molto frequentati dai consumatori austriaci per la varietà ed ampiezza dell'offerta, concentrata in un unico spazio. Il processo della costruzione di centri commerciali non è ancora terminato.

Negli ultimi anni, il settore della grande distribuzione austriaca è stato caratterizzato da un forte processo di concentrazione che non si è ancora concluso. Nel settore dell'arredamento i due più importanti operatori continuano ad acquisire concorrenti di medie dimensioni. In

alcuni settori il livello di concentrazione e il controllo del mercato dei 6 più importanti operatori è già molto alto:

- profumeria: 86%
- prodotti alimentari: 85%
- mobili ed articoli d'arredamento: 77%
- articoli sportivi: 66%

Il processo di concentrazione sembra destinato a continuare.

PRODOTTI ALIMENTARI

In Austria i prodotti alimentari vengono distribuiti tramite le grandi catene e il commercio al dettaglio. Di seguito viene riportata la situazione degli anni 2004 - 2009:

Le grandi catene d'acquisto in Austria e le loro quote di mercato:

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Fatturato in mrd. Euro	14,6	14,9	15,4	16	16,6	17
% variazione risp. anno precedente	+ 1,4%	+ 2%	+ 3,3%	+3,8%	+4,2%	+2,4%
Fatturato in %:						
• REWE International AG	29,9	29,6	29,7	30	30,3	31,0
• SPAR	27,8	27,5	27,6	27,7	28,3	28,4
• HOFER	17,1	18,8	19,4	19,7	19,9	19,8
• ADEG (ipermercati propri)	7,0	6,6	6,1	5,5	4,5	3,7
• ZEV Markant	5,6	5,4	5,3	5,3	5,1	5,2
• ZIELPUNKT/PLUS	5,2	5,0	4,7	4,5	4,3	3,9
• altri	4,9	4,4	4,3	4,2	4,1	4,2
• LIDL	2,5	2,7	3,0	3,0	3,4	3,8
• gruppo PFEIFFER (da 2005: incl. Hornig)	3,6	3,7	3,7	3,7	3,6	-
• ADEG (commercianti indipendenti)	6,0	6,6	6,1	5,5	4,5	-

L'aumento del fatturato (v. tabella) negli ultimi anni era dovuto in primo luogo alla congiuntura positiva e ad una visione ottimistica del futuro da parte dei consumatori. Anche con gli effetti della crisi economica però, i guadagni dei maggiori gruppi Rewe (Billa, Merkur, Penny, Adeg) e Spar AG (Interspar, Eurospar, Spar) nel 2010 hanno avuto un incremento di fatturato del +1,83% per Rewe e il +4,5% per Spar AG. Da notare che all'interno del gruppo Rewe, nel 2010 i supermercati Billa e Merkur hanno visto una crescita del 4,22%, mentre lo scarso successo di Penny e Adeg hanno contribuito alla crescita rallentata dell'intero gruppo.

Nel 2009 le tre maggiori catene alimentari REWE Austria, Spar AG e Hofer hanno raggiunto il 79,2% del fatturato totale del settore alimentare in Austria. Tale concentrazione di mercato rappresenta una quota molto alta paragonandola a livello europeo.

In ogni caso REWE Austria LH, che appartiene al gruppo tedesco REWE, rimane al numero uno tra la GDO alimentare austriaca (+31% della quota di mercato nel 2009, escludendo ADEG), seguita da Spar AG (+28,4% della quota di mercato nel 2009).

La quota di mercato dei DISCOUNT in Austria supera il 30%. I maggiori discount sul territorio, Hofer e Lidl, detengono 23,6% del mercato (2009). I trend più attuali però, registrati nel 2010, vedono una lieve stagnazione della quota di mercato dei discount (-0,4%) a favore della distribuzione alimentare classica.

- Il discount HOFER offre in gran parte marchi privati (private labels) ed ha incrementato continuamente la sua quota di mercato arrivando nel 2009 al 20%, subendo però una perdita dell'1% nel 2010.

Dal 2006, HOFER offre sempre di più prodotti di alta qualità (p.es. prodotti bio) ed effettua anche promozioni periodiche per articoli relativamente costosi a livello di discount (p.es. vini).

- Il discount LIDL, inaugurato nel 1998, ha attuato nel 2009 un aumento della propria superficie e della rete di filiali del 3,2% (+11 filiali), arrivando ad un numero complessivo di filiali di 187. La quota di mercato stimata per Lidl nel 2009 è del 3,8%.
- Il discount ZIELPUNKT copre il 3,9% della quota di mercato (2009) dopo avere diminuito il numero di filiali a 309, fermandosi al 5,3% del numero totale di punti vendita GDO in Austria.

La ADEG si compone di ipermercati propri e di piccoli commercianti indipendenti, coprendo nel 2009 il 3,7% del mercato austriaco. Nel 2006 Rewe possedeva una quota di partecipazione alla ADEG del 24,9%, nel 2008 tale quota è aumentata al 75%. Per il futuro è previsto che il gruppo Rewe rilevi ADEG al 100%.

Il gruppo d'acquisti ZEV Markant (C&C Berger, Brückler, DM, Eurogast, Hausmann, Holzmann Gastro Multikauf, Kastner, Kienast, Kig, Tabor e Wedl) copriva nell'anno 2009 solo il 5,2% del mercato.

Nel 2004 il fatturato del commercio al dettaglio di prodotti alimentari in Austria ammontava a 14,6 miliardi di Euro, nel 2006 è salito a 15,4 miliardi di Euro (+ 5,4%) e nel 2008 ha raggiunto quota 16,6 miliardi di euro (+4,2%). Nel 2009 il fatturato ha ottenuto una crescita del 2,4%, toccando i 17 miliardi di euro.

Le grandi catene d'acquisto in Austria e i loro punti vendita:

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TOT. numero punti vendita	6.397	6.232	6.204	6.076	5.949	5.833
% variazione risp. anno precedente	- 1,3	- 2,6	- 0,4	- 2,1	- 2,1	-1,9
Quantità in %						
• REWE International AG	21,2	22,1	22,3	22,8	23,6	24,5
• SPAR	22,7	23,1	23,0	23,4	24,2	24,5
• HOFER (stima)	5,3	5,9	6,4	6,7	7,1	7,4
• ADEG (ipermercati propri)	13,0	12,8	12,4	11,4	9,9	8,2
• ZEV Markant	16,8	16,4	16,2	15,9	15,9	16,3
• ZIELPUNKT/PLUS	5,4	5,7	5,8	6	5,9	5,3
• altri	14,0	11,9	11,3	10,9	10,4	10,6
• LIDL (stima)	1,6	2,1	2,5	2,8	3	3,2
• gruppo PFEIFFER (da 2005: incl. Hornig)	8,3	9,1	9,0	n.d.	9,7	-
• ADEG (commercianti indipendenti)	12,6	12,5	12,0	11,1	13,9	-

Il numero totale delle filiali delle grandi catene in Austria è diminuito del -2,1% nell'anno 2008 rispetto al 2007 e del -1,9% nel 2009 rispetto al 2008. Nel corso del 2009 si è verificata la chiusura di 116 punti vendita (127 filiali nel 2008).

A fine 2009 le catene REWE e SPAR disponevano del maggior numero di filiali tra tutte le grandi catene austriache, ovvero: entrambe 1.429. I primi dati del 2010 riportano però una forte crescita del numero di filiali REWE (1.926 filiali) ed un aumento, anche se minore, dei punti vendita Spar (1.439 filiali).

In totale, nel 2010 si è verificato un incremento del numero di punti vendita delle grandi catene di acquisto, arrivando a 6.011 negozi.

Il commercio al dettaglio in Austria

- **quantità** dei diversi tipi di superficie di vendita: confronto dal 2004 al 2009.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TOT. numero punti vendita	6.397	6.232	6.204	6.076	5.949	5.833
% variaz. risp. anno precedente	- 1,3	- 2,6	- 0,4	-2,1	-2,1	-1,9
Quota % diversi tipi superfici di vendita						
ipermercati (> 1000 m ²)	5,3	5,6	5,7	5,8	6	6,2
supermercati (400 – 1000 m ²)	37,5	39,9	40,9	42,1	43,7	44,8
negozi (< 400 m ²)	50,3	46,5	44,4	42,7	40,2	38,3
HOFER & LIDL	6,9	8,0	8,9	9,5	10	10,6

*) situazione 4/2009

Lo sviluppo dei punti vendita:

La tabella qui sopra mostra che il numero degli ipermercati (> 1000 m²) e soprattutto dei supermercati (400 – 1000 m²) è in costante crescita.

L'Austria è al primo posto nella classifica europea della densità di supermercati (400 – 1000 m²) sul territorio rispetto alla popolazione con 391 filiali per milione di abitanti. Inoltre il paese si trova al secondo posto dopo la Norvegia per la densità di punti vendita del settore con grandezza superiore a 400 m². Questo fatto ha risvolti negativi per il commercio, in quanto una densità talmente alta è associata ad una bassa fedeltà dei consumatori verso singole filiali. Oltre ai prezzi, infatti, i consumatori richiedono chiari concetti di differenziazione.

Intanto, è continua la chiusura di negozi a superfici minore, interessando un gran numero di filiali.

- **fatturato** dei diversi tipi di superficie di vendita: confronto dal 2004 al 2009.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Fatturato in mrd. Euro	14,6	14,9	15,4	16	16,6	17
% variaz. risp. anno precedente	+ 1,4	+ 2,0	+ 3,3	+3,8	+4,2	+2,4
Quota % diversi tipi superfici di vendita						
Ipermercati (più di 1000 m ²)	23,7	23,3	23,2	23,3	23,5	23,5
supermercati (400 – 1000 m ²)	39,3	39,8	40,1	40,7	41,1	44,8
negozi (meno di 400 m ²)	17,4	15,3	14,3	13,2	11,9	11,1
HOFER & LIDL (stima)	19,6	21,5	22,4	22,9	23,5	20,5

Lo sviluppo del fatturato:

Nella seconda tabella che riguarda il giro d'affari si può constatare che lo stesso aumenta per i supermercati (400 – 1000 m²), mentre gli ipermercati (più di 1000) rimangono abbastanza costanti ed i negozi (meno di 400 m²) diminuiscono notevolmente.

I supermercati si sono aggiudicati nel 2009 la quota maggiore di fatturato (44,8%), seguiti dagli ipermercati e dai discount HOFER e LIDL.

Nel lungo periodo si prevede per l'assortimento dei supermercati un trend verso i prodotti benessere e biologici, convenience e freschi. In questo trend si rispecchiano ovviamente i bisogni attuali dei consumatori; è aumentata inoltre anche la coscienza nei confronti di un'alimentazione sana, tema caldo per il commercio al dettaglio.

Inoltre, altro trend significativo, che sta acquistando sempre più importanza, è quello dei marchi propri a basso prezzo delle grandi catene di distribuzione alimentare. La crisi economica pare aver dato una particolare spinta ai prodotti di marchio proprio che hanno raggiunto una quota media di mercato del 16%. Tra i più importanti contano i prodotti *S-Budget* della catena SPAR e *Clever* della catena REWE (venduti nelle filiali BILLA e MERKUR). Tale trend si è affermato più che altro nel food: per esempio, negli ipermercati, i prodotti a marchio proprio hanno una quota di vendita del 18,9% con un aumento del 2,3% dal 2007 (dati di marzo 2010). Dal 2007 al 2010 i prodotti a marchio proprio nella nicchia

“pasta” sono cresciuti da 16% a 25%, ovvero ogni quarto prodotto della nicchia non è di marca. Anche nei surgelati, i label privati sono aumentati del 4% nel giro di 3 anni (16,6% nel 2007; 20,6% nel 2010), mentre i prodotti caseari sono cresciuti al 24% e i cibi pronti a 5,5% (partendo da un livello basso pari al 1,3%). Il settore dei dolci registra, dal canto suo, un calo dei prodotti di marca (6,2% di quota di nicchia, ovvero -1% dal 2007).

Per quanto riguarda le bevande, i marchi propri non hanno propriamente attecchito aumentando solo del 1,1% nel periodo discusso. Unica eccezione sono stati gli energy drinks che sono passati da 10,1% a 25,2% nel giro di due anni (dati 2010).

Contrariamente all'andamento generale, nelle catene di discount si verifica un recesso dei prodotti di marchio proprio (-2,6%), soprattutto in riferimento ai dolci (-8,3%) e ai cibi pronti (-6,1%); tassi in crescita per i prodotti caseari (+1,5%), i surgelati (+1,1%) e la pasta (+0,1%). In forte calo anche la nicchia delle bibite (-6,5% al 70,9%): soprattutto gli energy drinks (-17,9% a 82% che nel 2007 era a 99,9%), gli alcolici (-6,2% a 43% nel 2009), i prodotti per bibite calde (-3,4% a 93,2%) e gli analcolici (-2,3% a 90,1%) hanno subito una decrescita della quota di vendita nel loro settore di nicchia.

MOBILI E COMPLEMENTI D'ARREDO

La produzione locale fornisce circa il 50% dei mobili venduti in Austria. Per quanto riguarda le importazioni, la Germania è al primo posto con una quota del 49,2% su tutte le importazioni austriache di mobili. L'Italia è al secondo posto con una quota dell' 8,2%.

Più del 65% del fatturato del settore "mobili" viene realizzato in grandi magazzini e catene di negozi. L'operatore più importante è il gruppo **LEINER** con le sue due catene di succursalisti LEINER e KIKA, le quali insieme detengono una quota di mercato del 31% circa e 50 filiali in tutto il territorio austriaco. In totale dispongono di una superficie di vendita di più di 500.000 m². Il gruppo opera nella fascia media e medio alta del mercato.

Il concorrente più importante è il gruppo **LUTZ** (106 filiali in tutto il territorio austriaco) con le catene di succursalisti di XXXLUTZ, MÖBELIX e MÖMAX. Le catene MÖBELIX e MÖMAX operano nella fascia bassa e medio-bassa del mercato, un segmento che cresce in modo particolarmente forte.

La casa d'arredamento svedese **IKEA** detiene il 5% del mercato, pari ad un fatturato di 427 mln. Eruo, però non importa **direttamente dall'Italia** ma soltanto tramite la sede centrale in Svezia. Dispone di 7 grandi magazzini (Vienna, Graz/Stiria, Salisburgo, Haid/Alta Austria, Innsbruck/Tirolo, Klagenfurt, Vösendorf).

A causa della forte concorrenza i dettaglianti di piccole e medie dimensioni hanno creato GRUPPI D'ACQUISTO per ottenere prezzi e condizioni favorevoli mediante acquisti collettivi. Solitamente anche la pubblicità ed il marketing vengono effettuati collettivamente. Il più importante gruppo d'acquisto è **GARANT MÖBEL AUSTRIA**, che con 235 soci raggiunge una quota di mercato del 25%. Inoltre operano in Austria alcuni gruppi d'acquisto tedeschi (p. e. MUSTERRING) e gruppi specializzati nel settore mobili per cucine.

Esistono anche altre catene di negozi e gruppi d'acquisto, tuttavia di minore importanza. Alcuni gruppi d'acquisto appartengono ad associazioni tedesche o comprano soltanto dalla Germania.

La concorrenza tra gli operatori è molto forte e il consumo stagnante, fatto che si nota sia dal calo subito nella produzione generale di mobili in Austria (-14,6% nel 2009 rispetto al 2008), sia da quello subito nell'export (-14,6%) e nell'import (-6,7%). La causa di tale andamento viene attribuita alla crisi economica. Si spera però in una ripresa prevista per il 2011, dopo un leggero miglioramento nel 2010.

Generalmente, i grandi magazzini offrono una gamma completa di tutti i tipi di mobili (mobili imbottiti, cucine, mobili da ufficio, mobili per bagno, ecc.) ed anche articoli complementari come casalinghi, elettrodomestici e tessuti per l'arredamento. La concorrenza tra le due catene maggiori LEINER/KIKA e LUTZ/MÖBELIX/MÖMAX, che assieme rappresentano il 60% del fatturato totale del settore in Austria, è molto forte. Da anni sono in forte espansione, aprendo nuovi negozi o aumentando la superficie nei negozi già esistenti. Hanno inoltre acquisito operatori di medie o piccole dimensioni. Altri operatori si vedono costretti a chiudere a causa della forte concorrenza. I due gruppi operano anche all'estero (Germania, Europa dell'est).

ABBIGLIAMENTO

La situazione economica nel settore dell'abbigliamento ha mantenuto una situazione stabile nel 2009 rispetto al 2008, rimanendo ad un fatturato di 1,1 miliardi di Euro.

La produzione locale fornisce soltanto il 5% circa del valore dell'abbigliamento venduto in Austria. Per quanto riguarda le importazioni, la Germania è al primo posto con una quota del 24% su tutte le importazioni austriache di abbigliamento, seguita dalla Cina con il 22%. L'Italia è al terzo posto con una quota import pari al 8%, subendo però un calo, dovuto alla crisi, del 7% nel 2009 rispetto al 2008.

I grandi magazzini **INTERSPAR**, con un'offerta generica di prodotti e presenti sull'intero territorio austriaco, vendono tutti i tipi di abbigliamento (uomo, donna, bambino, abbigliamento sportivo, ecc.) e altri prodotti tessili (biancheria per la casa) della fascia media. I grandi magazzini plurisettoriali **KASTNER & ÖHLER** (14 filiali, soprattutto in Stiria e Carinzia) vendono anche abbigliamento di livello medio-alto.

Per quanto riguarda il fatturato, la catena specializzata più importante è il gruppo svedese **HENNES & MAURITZ** (abbigliamento uomo/donna/bambino fascia media e medio-bassa) con attualmente 64 negozi in Austria ed il 10% di quota di mercato austriaco. In seconda e terza posizione si trovano la catena tedesca **C&A** con 142 grandi magazzini (abbigliamento uomo/donna/bambino, fascia media, medio-bassa) e il gruppo olandese/tedesco **PEEK & CLOPPENBURG** (con attualmente 10 grandi magazzini di abbigliamento ed uno progettato nel centro di Vienna nel 2011). In quarta posizione è la catena **VÖGELE CHARLES** con 57 filiali in tutto il territorio austriaco (abbigliamento uomo/donna fascia media).

La C&A dispone inoltre di 52 filiali nelle quali viene venduto soltanto abbigliamento per bambini e 6 filiali di moda giovane. Due altri concorrenti sono **KLEIDERBAUER** (abbigliamento uomo/donna/bambino fascia media e medio-alta), che dispone di 30 negozi, e **DON GIL** con 35 filiali di abbigliamento uomo/donna dal livello medio-alto/alto, catena comprata dal gruppo italiano FASHION NETWORK qualche anno fa.

Lo sviluppo della distribuzione di abbigliamento si caratterizza per l'entrata di operatori della grande distribuzione estera. **HENNES & MAURITZ** ha raggiunto in pochi anni il primato sul mercato austriaco dell'abbigliamento, nel 1994 è entrato nel mercato austriaco. Altro importante operatore straniero presente in Austria è il gruppo spagnolo Inditex con **MANGO**, **ZARA** e **SPRINGFIELD**.

Nel settore dell'abbigliamento intimo la catena più importante è **PALMERS** (113 filiali). Vendono soprattutto prodotti di livello medio-alto ed alto. La ditta **PALMERS** dispone anche di ulteriori 102 punti vendita con un sistema di franchising. Inoltre dispongono di altri 77 punti vendita all'estero, soprattutto in Germania. I prodotti più economici vengono distribuiti negli altri grandi magazzini e catene di negozi sopra menzionati (**SCHÖPS**, **C&A**, ecc.). In questo settore i produttori **TRIUMPH** e **HUBER TRICOT** con 75 e 70 filiali rispettivamente hanno ampliato negli ultimi anni la loro rete di negozi al dettaglio e la catena italiana **INTIMISSIMI** con attualmente 26 negozi in forma di franchising è diventata un concorrente importante.

Per quanto riguarda l'abbigliamento sportivo, esistono due gruppi d'acquisto: **SPORT 2000** (419 punti vendita) ed **INTERSPORT** (354 punti vendita). Gli acquisti di tutti gli articoli sportivi vengono principalmente effettuati dalle centrali.

Inoltre esistono due catene di negozi del settore: **HERVIS** del gruppo SPAR con 75 filiali e **GIGASPORT** dell'operatore **KASTNER & ÖHLER** con 19 punti vendita in Austria.

Le case di vendita per corrispondenza (**OTTO VERSAND, NECKERMANN, UNIVERSAL VERSAND**), che offrono tutte una vasta gamma di prodotti tessili, acquistano sempre più importanza.

La più importante catena italiana è **BENETTON**.

Gli ultimi tempi sono stati caratterizzati dall'apertura di negozi sempre più grandi in questo settore. Su grandi superfici l'offerta per i consumatori è più ampia e il successo maggiore. Anche la **BENETTON** ha ristrutturato la sua presenza in Austria in questa maniera. Nonostante un processo di concentrazione, il settore dell'abbigliamento è il settore meno concentrato del commercio austriaco. I primi 5 operatori realizzano una quota del 34% sul fatturato totale di settore. Un'altra novità è l'apertura di negozi propri da parte di produttori di marchi d'alto livello (p.e. Esprit, Tommy Hilfiger, Nike ecc.).

CALZATURE

Negli ultimi 10 anni le importazioni a basso prezzo provenienti dai paesi asiatici sono aumentate. Il 9% circa delle calzature vendute in Austria proviene dalla produzione austriaca. L'Italia è al secondo posto per quanto riguarda il valore delle calzature importate (17,2%), dopo Cina (20,7%). A seguire vi sono Germania (13,4%) e Vietnam (9,3%).

La maggior parte del fatturato del settore (70%) viene realizzato in catene di negozi. La catena più importante è il gruppo **LEDER UND SCHUH** con una quota di mercato del 20% e un totale di ca. 160 filiali in tutto il territorio austriaco, oltre che avere filiali in Germania e nei diversi Paesi dell'Est Europa. Questa catena opera con diversi canali distributivi (**HUMANIC, JELLO, SHOE 4 YOU, CORTI, DOMINICI**) e commercializza calzature per uomo, donna e bambino, come anche calzature sportive (per jogging, tennis, ecc.).

Il canale distributivo più importante è la catena **HUMANIC**, la quale vende prodotti della fascia media e medio-alta. **JELLO, SHOE 4 YOU** e **CORTI** invece vendono articoli di livello qualitativo più basso. **DOMINICI** opera nella fascia alta del mercato, ma soltanto con 4 filiali.

Il concorrente più importante è il gruppo **STIEFELKÖNIG** con una quota di mercato del 10% e un totale di 70 filiali su tutto il territorio. **STIEFELKÖNIG** vende prodotti della fascia media e medio-alta. Il proprietario del gruppo (la banca **BAWAG**) ha venduto la catena **DELKA** al

concorrente SALAMANDER. I negozi di GEOX, prima di proprietà di STIEFELKÖNIG che li gestiva in forma di franchising, sono stati acquistati dalla stessa azienda GEOX.

A causa di regolamenti europei, la banca BAWAG si vede costretta a vendere nel breve periodo anche la catena STIEFELKÖNIG. Tale processo di vendita è ora in atto.

Dal 1992 la catena tedesca **DEICHMANN**, la più importante commerciante di calzature in Germania (1000 filiali sul territorio tedesco), si è affermata nel mercato austriaco con attualmente 141 filiali ed è tuttora in forte espansione. Opera nel segmento medio e medio-basso del mercato; l'attuale quota di mercato è dell'15%. La catena tedesca **RENO** opera con 68 filiali nello stesso segmento del mercato; la sua quota di mercato è dell'7%.

La catena **SALAMANDER** si trova in una fascia più alta (medio-alta ed alta) e gestisce 34 filiali su tutto il territorio austriaco, oltre che a 35 negozi DELKA recentemente acquistati. Vende calzature da uomo, donna e bambino di livello medio-alto e detiene una quota di mercato del 10% . Nel segmento medio opera la ditta svizzera **VÖGELE SHOES** con più di 100 filiali in Austria ed una quota di mercato del 10%.

Oltre alle catene di negozi esistono alcuni gruppi d'acquisto che acquistano scarpe per conto dei soci (negozi medi e piccoli). Il gruppo più importante è **RING SCHUH** con ca. 170 soci (250 negozi) su tutto il territorio.

GIOCATTOLI

Il mercato del giocattolo è per il 60% in mano a poche catene e gruppi d'acquisto specializzati: il discount americano **TOYS 'R' US**, che con 14 filiali copre il 20% del mercato, il gruppo d'acquisto **VEDES/SPIELZEUGRING** (SPIELZEUGRING: 46 punti vendita, VEDES: 81 punti vendita in Austria) e la **HEINZ SPIELWAREN** (10 filiali). Circa il 40% del fatturato totale del settore viene realizzato da grandi magazzini plurisetoriali, Cash & Carry, case di vendita per corrispondenza e altri dettaglianti.

La sempre più crescente richiesta di giochi elettronici e computerizzati (NINTENDO, SONY PLAY STATION, ecc.) ha inciso negativamente sul fatturato globale dei giocattoli tradizionali, che è apparso negli ultimi tempi in lieve flessione.

ELETTRONICA, ELETTROTECNICA ED ELETTRODOMESTICI

Il gruppo **SATURN/MEDIA MARKT** (14 punti vendita SATURN e 29 punti vendita MEDIA MARKT) è specializzato in articoli elettronici, radio, TV ed accessori. La commercializzazione avviene in grandi hall, tipo ipermercato/self service, e i negozi dispongono di personale specializzato, offrendo un'ottima assistenza alla clientela. A causa della forte concorrenza, COSMOS, un tempo importante rivale commerciale, non ha retto il confronto ed ha annunciato il suo fallimento a inizio 2010.

I dettaglianti di piccole e medie dimensioni hanno creato GRUPPI D'ACQUISTO per ottenere prezzi e condizioni favorevoli mediante acquisti collettivi per affrontare la concorrenza da parte della grande distribuzione. I gruppi d'acquisto più importanti del settore sono **RED ZAC CENTER** e **EXPERT EINKAUFSGENOSSENSCHAFT** ognuno con ca. 200 negozi.

Importanti sono le vendite di articoli del settore elettronico e elettrotecnico nelle catene del settore fotografia/optica: **HARTLAUER** (160 filiali), **NIEDERMEYER** (94 filiali).

CANCELLERIA E LIBRI

Esiste praticamente una sola catena importante specializzata nella vendita di cartoleria, libri, CD, DVD, articoli per la scuola e cancelleria: il gruppo **LIBRO/PAGRO DISKONT**. La catena **LIBRO** è stata ristrutturata (in seguito al fallimento nel 2002) ed opera con 230 filiali. **PAGRO DISKONT** dispone attualmente di 110 filiali ed è in forte espansione, è un discount e vende anche all'ingrosso.

La catena **THALIA** (con 35 filiali) opera in un segmento più alto del mercato, è presente soprattutto nell'est e nord dell'Austria.

Prodotti di largo consumo vengono distribuiti anche nei grandi magazzini e presso alcuni supermercati.

Tipi di carta particolari e/o di qualità vengono distribuite per la maggior parte tramite grossisti ed importatori diretti, agenti/rappresentanti, oppure da filiali estere in loco.

ARTICOLI COSMETICI/IGIENICI

Le tre catene **BIPA** (gruppo REWE/BILLA, 572 filiali), **SCHLECKER** (1152 filiali) e **DM-DROGERIE MARKT** (363 filiali) dominano il mercato.

Importanti sono inoltre i seguenti operatori con più filiali in tutto il Paese:

Nell'ambito dei prodotti di drogheria **GWD** – “**Gewusst Wie Drogerien**” (catena volontaria e cooperativa d'acquisto e marketing con 81 punti vendita), nell'ambito più ristretto della profumeria le catene **DOUGLAS** (43 filiali) e **MARIONNAUD** (100 filiali).

FOTO – OTTICA

La più importante catena specializzata di occhialeria è la catena americana **PEARLE** con più di 90 filiali in tutta l'Austria.

La catena **HARTLAUER** (160 filiali) offre soprattutto apparecchi fotografici, accessori fotografici ed articoli dei settori telefoni e computer. Inoltre esistono reparti speciali che vendono occhiali da sole e da vista.

L'operatore tedesco **FIELMANN**, la più grande catena del settore occhiali in Germania, dispone attualmente di 31 negozi in Austria ed è in forte espansione.

Questi operatori fanno una seria concorrenza agli ottici locali. Reparti per occhiali da sole si trovano anche nei grandi magazzini plurisetoriali e presso tutti i distributori di articoli ed attrezzature sportive.

ARTICOLI SPORTIVI

Per quanto riguarda la commercializzazione di articoli sportivi, alcune imprese si sono associate per effettuare gli acquisti e la programmazione delle campagne pubblicitarie, pur mantenendo la propria autonomia. Trattasi di **INTERSPORT** (354 punti vendita in Austria, Rep. Ceca, Slovacchia ed Ungheria con 37,3% di quota di mercato in Austria) e **SPORT 2000** (419 punti vendita in Austria, Rep. Ceca, Slovacchia ed Ungheria con 22,2% di quota di mercato in Austria). Sia per numero di punti vendita, sia per fatturato e superficie di negozi, tra i due INTERSPORT è molto più grande.

Importante è anche la catena **HERVIS** del gruppo SPAR con le sue 76 filiali in Austria e altre 83 in diversi paesi dell'est (15,2% del mercato austriaco), e la catena **GIGASPORT** della ditta KASTNER & ÖHLER con 19 filiali ed altri punti vendita in Slovenia, la Repubblica Ceca e Slovacchia.

Inoltre, la grande distribuzione settoriale dispone di filiali in posizioni commercialmente strategiche come la prossimità dei grandi centri sportivi (sci, golf, tennis, ciclismo, alpinismo, ecc.), offrendo un personale altamente qualificato, come anche assistenza, servizio di noleggio e di riparazione dell'attrezzatura sportiva; tali filiali vendono anche abbigliamento sportivo specializzato. Altro punto strategico dove trovare la GDO di questa branca sono i grandi magazzini ed ipermercati multisettoriali

MATERIALI EDILI

Grande importanza nel ambito materiali edili riveste il settore del “**fai da te**”, dominato dall'impresa austriaca **BAUMAX** e da diverse aziende tedesche, in parte in cooperazione con partner locali. Altrettanto importante è anche **LAGERHAUS**, marchio della ditta RWA, la quale si posiziona come fornitore regionale. Altra ditta che si sta progressivamente affermando sul mercato in questione è la 3e con i mercati “**Toolpark**” e “**Let's do it**”.

Target di questo settore sono i consumatori privati. Date le grandi superfici di vendita della GDO, i piccoli dettaglianti fanno particolare fatica a competere. Negli ultimi anni si è assistito infatti ad un notevole sviluppo del “fai da te”, non tanto in termini di volume d'affari, quanto in termini di spazi di vendita. A livello europeo, l'Austria detiene il primato in fatto di numero di

mercati “fai da te” in relazione alla popolazione (1 mercato ogni 11.000 abitanti), con un fatturato totale di circa 2,6 miliardi Euro, che grossomodo viene fatturato da una decina di aziende (le prime cinque in classifica possiedono 85% della quota di mercato).

Importanti gruppi tedeschi quali **OBI**, **BAUHAUS**, **HORNBAACH**, **HAGEBAU**, attirati dalle enormi potenzialità del settore in Austria, hanno cercato di accaparrarsi quote di mercato e di trovare partner nazionali per un’eventuale cooperazione. Il più importante gruppo rimane comunque **BAUMAX** con una quota di mercato di circa il 26%.

I gruppi tedeschi hanno tentato diverse strade per penetrare il mercato: collaborazioni con piccole catene locali e negozi affermati o costituzione di proprie filiali. La concorrenza ha luogo in termini di prezzo e nella qualità dei servizi: tutte le aziende attive in questo settore, per risultare più competitive, hanno stretto cooperazioni internazionali per l’acquisto ed il marketing. L’immediata conseguenza di tutto ciò è stato un notevole calo dei prezzi ed il fatto che alcune aziende hanno ceduto l’attività, come la tedesca Praktiker, che per esempio si è vista costretta a ritirarsi dal mercato austriaco.

SETTORE ALIMENTARE:

ADEG ÖSTERREICH HANDELS AG

*Succursalista e catena volontaria; comprende anche il Cash & Carry AGM ABHOLGROSSMARKT
(330 filiali e 130 ricettori di fornitura)*

Handelszentrum 5
5101 Bergheim bei Salzburg
Tel.: 662/469460
Fax: 662/46946-511
Sito web: www.adeq.at
alimentari, settore non-food

HOFER KG

Succursalista (più di 430 filiali)

Hoferstr. 1
4642 Sattledt
Tel.: 7244/8000-0
Fax: 7244/8000-1009
Sito web: www.hofer.at
alimentari, settore non-food

LIDL AUSTRIA GmbH

Succursalista (180 filiali)

Unter der Leiten 11
5020 Salzburg
Tel.: 662/442833
Fax: 662/442833-1019
Sito web: www.lidl.co.at
alimentari, settore non-food

METRO Cash & Carry

Cash & Carry (Organizzazione all'Ingrosso, 12 filiali)

Ortsstr. 23-27
2331 Vösendorf
Tel.: 1/69080-0
Fax: 1/6992660
Sito web: www.metro.at
*alimentari, elettrodomestici, elettronica, PC, TV, radio, casalinghi, cancelleria, libri,
abbigliamento, articoli sportivi, pelletteria, calzature, foto, cosmesi, piante*

M-PREIS WarenvertriebsgmbH

Succursalista (192 filiali)

Landesstr. 16

6176 Völs

Tel.: 512/300-0

Fax: 512/300-981

Sito web: www.mpreis.at

alimentari, settore non-food

REWE AUSTRIA AG

Succursalista (2.475 filiali)

IZ NÖ-Süd, Str.3, Obj. 16

2355 Wiener Neudorf

Tel.: 2236/600-0

Fax: 2236/600-7142

Sito web: www.rewe-group.at

Al suddetto gruppo fanno capo le seguenti catene distributive:

1. Billa: alimentari, non food (1.000 filiali)
2. Merkur: alimentari, non food (117 filiali)
3. Penny: alimentari, non food (280 filiali)
4. Weinkellerei Wegenstein: cantina vinicola
5. Bipa: articoli igienici, profumeria, foto, ecc. – vedi settore “Cosmetici” (560 filiali)

Eventuali offerte alle suddette catene distributive possono essere inviate direttamente all'indirizzo del gruppo REWE AUSTRIA AG, indirizzandole all'ufficio acquisti (Einkauf) e riportando nel testo il riferimento della specifica catena distributiva alla quale si è interessati. Per la Catena MERKUR il numero di fax da utilizzare è il seguente: 2236/600-7142.

SPAR Österreichische Warenhandels AG

Succursalista con propri filiali ed organizzazione Catena volontaria (1.500 filiali)

Europastr. 3

5015 Salzburg

Tel.: 662/4470-0

Fax: 662/4470-514

Sito web: www.spar.at

Al suddetto gruppo fanno capo le seguenti catene distributive:

1. Spar: settore alimentare, non food (1.369 filiali insieme ad Eurospar)
2. Interspar: plurisetoriale (52 filiali)
3. Eurospar: settore alimentare, non food
4. Hervis: articoli sportivi – vedi settore “articoli sportivi” (70 filiali)
5. DM-Drogerie Markt: : articoli igienici, profumeria, foto – vedi settore “Cosmetici” (354 filiali)

ZEV Markant Zentrale Einkaufs- u. VertriebsGmbH & Co KG

Catena volontaria e Gruppo d'acquisto (517 filiali)

Radingerstr. 2A

1020 Wien

Tel.: 1/2145695-0

Fax: 1/2145696-34

Sito web: www.markant.co.at

alimentari, settore non-food

ZIELPUNKT WarenhandelsGmbH & Co KG

Succursalista (310 filiali)

Heizwerkstr. 5

1230 Wien

Tel.: 1/61045-0

Fax: 1/61045-304

Sito web: www.zielpunkt.at

alimentari, settore non-food

ARTICOLI COSMETICI/IGIENICI

BIPA Parfümerien GmbH

Succursalista (572 filiali)

AG IZ Nö-Süd, Str. 3, Obj. 16

A-2355 Wr. Neudorf

Tel: 2236/600-0

Fax: 2236/600-7501

Sito web: www.bipa.at

cosmesi, profumeria, articoli igienici, casalinghi, ecc.

DM Österreich

Succursalista (363 filiali)

dm drogerie markt GmbH

Günter-Bauer Str. 1

A-5073 Wals-Himmelreich

Tel.: 662/8583-0

Fax: 662/8583-101

Sito web: www.dm-drogeriemarkt.at

cosmesi, profumeria, articoli igienici, casalinghi, ecc.

Gewußt wie wellness & beauty reg. Gen.m.b.H.

Catena volontaria e gruppo d'acquisto e marketing (81 punti vendita)

Industriestr. 58

2514 Traiskirchen

Tel.: 2252/80634-0

Fax: 2252/80634-16

Sito web: www.gewusstwie.at

cosmesi, profumeria, articoli igienici, casalinghi, ecc.

DOUGLAS Parfumerie GmbH

Succursalista (43 filiali in Austria)

Rotenturmstraße 11, A-1010 Wien

Tel: 1/5331287

Fax: 1/5320915

Sito web: www.douglas.at

cosmesi, profumeria, articoli da regalo, ecc.

SCHLECKER Home Shopping GmbH

Succursalista (1.152 filiali in Austria)

Wachau 1, A-4020 Linz

Tel: 732/778291-0

Fax: 732/772376

Sito web: www.schlecker.com

cosmesi, profumeria, articoli igienici, casalinghi, ecc.

MARIONNAUD Parfumeries

Succursalista (100 filiali in Austria)

Lamezanstrasse 9, A-1230 Wien

Tel: 1/6161254-0

Fax: 1/6161254-33

Sito web: www.marionnaud.at

cosmesi, profumeria, articoli da regalo, ecc.

MATERIALI EDILI**BAUHAUS Depot GmbH**

Succursalista (21 mercati in Austria)

Straubinger Str. 25

4600 Wels

Tel.: 7242/625-0

Fax: 7242/625-173

Sito web: www.bauhaus.at

materiali per edilizia, ferramenta, utensili, articoli per giardinaggio

BAUMAX AG

Succursalista (67 mercati in Austria)

Aufeldstr. 17-23

3400 Klosterneuburg

Tel.: 2243/420 0

Sito web: www.baumax.at

materiali per edilizia, ferramenta, utensili, articoli per giardinaggio

HAGEBAU HandelsgmbH & CoKG (ÖBAU)

Società con commercianti indipendenti come soci (48 mercati fai da te di cui 31 con sezione giardinaggio, 77 punti per il commercio di materiali edili, 19 mercati per professionisti)

Liebermannstraße A01

2345 Brunn am Gebirge

Tel: 2236/377600-0

Fax: 2236/377600-77

Sito web: www.hagebau.at; www.oebau.at

materiali edili, ferramenta, utensili, articoli per giardinaggio

HORNBACH Baumarkt GmbH

Succursalista (11 mercati in Austria)

IZ Nö Süd, Str. 3, Objekt 64

2355 Wiener Neudorf

Tel.: 2236/31480

Fax: 2236/314835

Sito web: www.hornbach.at

materiali per edilizia, ferramenta, utensili, articoli per giardinaggio

LAGERHAUS – RWA Raiffeisen Ware Austria AG

Succursalista

Wienerbergstr. 3

1100 Wien

Tel.: 1/605150

Fax: 1/605150

Sito web: www.lagerhaus.at

materiali per edilizia, ferramenta, utensili, articoli per giardinaggio

OBI Bau- u. Heimwerkermärkte Systemzentrale GmbH

Succursalista + 8 franchise-partner in Austria (32 mercati in Austria)

Baumgasse 60 b

1030 Wien

Tel.: 1/415150

Fax: 1/415151509

Sito web: [www.obi.at](http://www.obి.at)

materiali per edilizia, ferramenta, utensili, articoli per giardinaggio

TOOLPARK + LET'S DO IT – 3 E AG

Succursalista (linea "Toolpark" a livello regionale e linea "Let's do it" a livello provinciale)

Uhlandstr. 50

4600 Wels

Tel.: 7242/7530

Fax: 7242/26405

Sito web: www.3e-ag.com

materiali per edilizia, ferramenta, utensili, articoli per giardinaggio

ELETRONICA, ELETTROTECNICA ED ELETTRODOMESTICI

EXPERT ÖSTERREICH E. GEN.

Catena volontaria e Gruppo d'acquisto (più di 200 punti vendita in Austria)

Kamerlweg 37

4600 Wels

Tel.: 7242/290700

Fax: 732/682945-15

Sito web: www.expert.at

elettronica, elettrodomestici, radio/TV/video

MEDIA MARKT - SATURN

Succursalista (29 Media Markt e 14 Saturn)

SCS-Am Nordring

2334 Vösendorf

Tel.: 01 / 690 60-0

Fax: 01 / 699 87 80

Sito web: www.mediamarkt.at, www.saturn.at

elettronica, elettrodomestici, radio/TV/video

EURONICS Austria - RED ZAC

Catena volontaria e Gruppo d'acquisto (ca. 200 punti vendita in Austria)

Georg-Humbhandlgasse 7

2362 Biedermansdorf /NO.

Tel.: 2236/47140

Fax: 2236/47140-65

Sito web: www.redzac.at

elettronica, elettrodomestici, radio/TV/video

CALZATURE

LEDER UND SCHUH AG

Succursalista (ca. 170 filiali in Austria)

Lastenstraße 11-13

8020 Graz

Tel.: 316/7844-2055

Fax: 316/7844-12283

Sito web: www.lsq.com

calzature

RINGSCHUH Verbund GmbH

Catena volontaria e Gruppo d'acquisto (250 punti vendita)

Händelstraße 57

8042 Graz

Tel.: 316/471521-0

Fax: 316/471521-40

Sito web: www.ringschuh.at

calzature

SALAMANDER in Austria GmbH

Succursalista (32 filiali in Austria)

Zeleborgasse 21

1120 Wien

Tel.: 1/8158508-0

Fax: 1/8158508-8103

Sito web: www.salamander.at

calzature

STIEFELKÖNIG Schuhhandels GmbH

Succursalista (ca. 70 filiali in Austria)

Weinzöttlstraße 16

8045 Graz

Tel.: 50302/99276

Fax: 50302/9899276

Sito web: www.stiefelkoenig.at

calzature

MOBILI E COMPLEMENTI D'ARREDAMENTO

GARANT-MÖBEL AUSTRIA GmbH & Co KG

Catena volontaria e Gruppo d'acquisto (137 punti vendita)

Big Point Hetzendorf

Altmannsdorferstr. 76/12/1/2a

1120 Wien

Tel.: 1/96099-0

Fax: 1/96099-900

Sito web: www.garant-moebel.at

mobili ed articoli d'arredamento

RUDOLF LEINER GmbH

Succursalista (50 filiali in Austria)

Porschestraße 7

3100 St. Pölten

Tel.: 2742 805 0

Fax: 2742 805 58

Sito web: www.leiner.at

mobili ed articoli d'arredamento

KIKA Möbelhandels-gesellschaft m.b.H

Succursalista (32 filiali in Austria)

Anton-Scheiblin-Gasse 1

3100 St. Pölten

Tel: +43 2742 805-0

Sito web: www.kika.at

mobili ed articoli d'arredamento

*I centri di grande distribuzione **Leiner** e **Kika** appartengono entrambi all'impero dei mobili della Famiglia Koch. Tra i due, Leiner appartiene ad una classe di qualità e prezzo superiore.*

XXXLUTZ GmbH

Succursalista (46 filiali XXXLutz e 50 filiali Möbelix in Austria)

Römerstraße 39

4600 Wels

Tel.: 050111-1000

Fax: 7242/43881

Sito web: www.lutz.at

mobili ed articoli d'arredamento

HARTLAUER Handels GmbH

Succursalista (160 filiali)

Stadtplatz 13

4400 Steyr

Tel.: 7252/588-0

Fax: 7252/588-17

Sito web: www.hartlauer.at

foto, ottica, video, TV, Hi-fi

NIEDERMEYER GmbH

Succursalista (94 filiali)

Talpagasse 1A

1231 Vienna

Tel.: 01/91880-0

Fax: 01/91880-380

Sito web: <http://niedermeyer.at>

foto, ottica, video, TV, Hi-fi

PEARLE Österreich GmbH

Succursalista (più di 90 filiali in Austria)

Pearle Holding GmbH

Mariahilfer Straße 124

1070 Vienna

Tel.: +43/1/525 71-0

Fax +43/1/525 71-15

FIELMANN GmbH

Succursalista (31 filiali in Austria)

Barichgasse 40–42

1030 Vienna

Tel.: +43/1/7187177

Fax: +43/1/7187177-11

ARTICOLI SPORTIVI

GIGASPORT (KASTNER & ÖHLER Warenhaus AG)

Succursalista (19 filiali in Austria)

Sackstraße 7-13

8021 Graz

Tel.: 316/870-0

Fax: 316/828713

Sito web: www.gigasport.com

articoli sportivi

HERVIS Sport und ModegesellschaftmbH

Succursalista (76 filiali in Austria)

Walser Bundesstraße 35

5071 Wals

Tel.: 662/8964-0

Fax: 662/8964-379311

Sito web: www.hervis.at

articoli sportivi

INTERSPORT Austria GmbH

Catena volontaria e Gruppo d'acquisto (354 punti vendita)

Flugplatzstraße 10

4600 Wels

Tel.: 7242/233-0

Fax: 7242/233-32157

Sito web: www.intersport.at

articoli sportivi

SPORT 2000 Zentrasport Reg.GenmbH

Catena volontaria e Gruppo d'acquisto (419 punti vendita)

Ohlsdorfer Straße 10

4694 Ohlsdorf

Tel.: 7612/780-0

Fax: 7612/780-33

Sito web: www.sport2000.at

articoli sportivi

PLURISETTORIALE

KASTNER & ÖHLER Warenhaus AG

Grande Magazzino (27 punti vendita)

Sackstraße 7-13

8012 Graz

Tel.: 316/870-0

Fax: 316/828713

Sito web: www.kastner-oehler.at

abbigliamento uomo/donna/bambino, profumeria, giocattoli, articoli sportivi, casalinghi, elettrodomestici ecc.

UNIVERSAL Versand

Organizzazione di Vendita per Corrispondenza

Peilsteinerstraße 5-7

5021 Salzburg

Tel.: 662/4485

Fax: 662/4485-5555

Sito web: www.universal.at

elettrotecnica, elettrodomestici, abbigliamento, merci di tutti i generi

ABBIGLIAMENTO

KBS KLEIDER BAUER Betriebs-GmbH

Succursalista (30 filiali)

Zwingenstraße 5

2380 Perchtoldsdorf

Tel.: 1/91944

Fax: 1/91944-10

Sito web: www.kleiderbauer.at

abbigliamento uomo/donna/bambino

Otto GmbH (OTTO Versand)

Organizzazione di vendite per corrispondenza

Alte Poststraße 152

8020 Graz

Tel.: 316/5460-0

Fax: 316/5460-374

Sito web: www.ottoversand.at

abbigliamento uomo/donna/bambino

PALMERS Textil AG

Succursalista (113 filiali propri + 102 punti vendita franchising in Austria)

Palmersstraße 6-8

2351 Wiener Neudorf

Tel.: 2236/63500-0

Fax: 2236/63500-366

Sito web: www.palmers.at

biancheria intima, calze, abbigliamento per spiaggia, ecc.

VÖGELE CHARLES

Succursalista (57 filiali in Austria)

Feldkirchenstraße 24

8401 Kalsdorf bei Graz

Tel.: 3135/505-0

Fax: 3135/505-171

Sito web: www.charles-voegele.at

abbigliamento uomo/donna

CANCELLERIA

LIBRO Handelsgesellschaft mbH

PAGRO Diskont Handelsgesellschaft mbH

Succursalista (230 filiali Libro + 110 filiali Pagro)

Industriestraße 7 A

2353 Guntramsdorf

Tel.: 2236/8099-0

Fax: 2236/8099-219

Sito web: www.libro.at

libri, CD, DVD, cancelleria, carta, giochi elettronici

THALIA Buch & Medien GmbH

Succursalista (35 filiali in Austria)

Landstraße 41

4020 Linz

Tel.: 732/7615-0

Fax: 732/7615-590

Sito web: www.thalia.at

libri, CD, DVD, cancelleria, carta, giochi elettronici

GIOCATTOLI

VEDES AG

Catena volontaria e Gruppo d'acquisto (46 punti vendita Spielzeugring/81 punti vendita Vedes in Austria)

Beuthener Straße 43

D- 90471 Nürnberg

Tel: +49(0)911.6556.0

Fax: +49(0)911.6556.251

Sito web: www.spielzeugring.at
giocattoli

TOYS "R" US HandelsgmbH

Succursalista (14 filiali in Austria)

Ikeaplatz 4

4053 Haid

Tel.: 7229/78712

Fax: 7229/78712-50

Sito web: www.toysrus.at
giocattoli

ITALIA 

**Italienisches Institut
für Aussenhandel**

Handelsförderungsbüro der
Italienischen Botschaft

Karlsplatz 1/6

1010 Wien

Tel.: +43/1/5039080

Fax: +43/1/503908020

vienna@ice.it

www.ice.gov.it/paesi/europa/austria/index.htm

www.italtrade.com/countries/europe/austria/index.htm