



Η κρίση οδηγεί τις επιχειρήσεις με ευρύ δίκτυο καταστημάτων σε αποφάσεις αναδιάταξης των καταστημάτων τους. ήδη τράπεζες, εταιρίες κινητής τηλεφωνίας , οικιακού εξοπλισμού ακόμα και ειδών ένδυσης και υποδησης προχωρούν σε αποφάσεις κλεισίματος καταστημάτων τα οποία χαρακτηρίζονται ως μη αποδοτικά. Το φαινόμενο δεν παρατηρείται μόνο στην αγορά της Αττικής και της Θεσσαλονίκης, όπου το πρόβλημα είναι πιο έντονο αλλά και σε όλα τα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας.

Τελευταίο κρούσμα τη στρατηγικής αυτής η αλλυσίδα ηλεκτρικών ειδών ΕΙΚΟΝΑ -ΗΧΟΣ που ανακοίνωσε πριν απο λίγο ότι : " η δύσκολη οικονομική συγκυρία και η αποδυνάμωση της αγοραστικής δύναμης, η οποία έγινε ιδιαίτερα αισθητή στον κλάδο των ηλεκτρικών ειδών όπου δραστηριοποιείται η εταιρία, οδήγησαν την διοίκηση στην απόφαση να διακόψει την λειτουργία ενός εκ των δύο καταστημάτων που διατηρούσε στην περιοχή της Λάρισας και συγκεκριμένα του καταστήματος που βρίσκεται στην περιφερειακή οδό Λάρισας - Τρικάλων, καθώς οι πωλήσεις του καθιστούσαν αδύνατη την κάλυψη των άμεσων λειτουργικών του εξόδων. Επισημαίνεται ότι, οι πωλήσεις του συγκεκριμένου καταστήματος στη χρήση 1.1.-31.12.2009 ανήλθαν σε €1.287,87 χιλ (συμμετοχή 5,6% στο σύνολο των πωλήσεων της εταιρίας για τη χρήση 2009), ενώ, για το ίδιο διάστημα, οι δαπάνες ανήλθαν σε € 512,70 χιλ (39,8% επί των πωλήσεων). Για την περίοδο 1.1.-31.3.2010 οι πωλήσεις του καταστήματος διαμορφώθηκαν σε € 313,39 χιλ (συμμετοχή 6,8% στο σύνολο των πωλήσεων της εταιρίας για τη περίοδο του α' τριμήνου 2010) ενώ, για το ίδιο διάστημα, οι δαπάνες ανήλθαν σε € 113,00 χιλ (36,1% επί των πωλήσεων)."

Πρέπει να σημειωθεί ότι και άλλες αλλυσίδες αποσύρονται απο εμπορικά τους σημεία ακόμα και αν αυτά βρίσκονται στο κέντρο της Αθήνας. Για παράδειγμα η SATO αποσύρθηκε απο το κατάστημα που διατηρούσε στην οδό Ακαδημίας , η αλλυσίδα καλλυντικών SEPHORA έχει ήδη προσωρήσει σε ανασχεδιασμό των εμπορικών της σημείων ενώ πιο έντονο είναι το φαινόμενο στις αλλυσίδες αυτοκινήτων.