



Marisa Tiberio

Presidente Fondazione
Giuseppe Orlando ETS

Come Fondazione Giuseppe Orlando abbiamo voluto questo momento insieme alla Fondazione 50&Più, perché oggi affrontiamo due facce della stessa medaglia: da un lato la vita delle persone che hanno costruito il commercio italiano, dall'altro il destino delle nostre città. I dati che ci verranno illustrati sono una radiografia emotiva, economica e civile del nostro Paese.

Un aspetto della ricerca colpisce più di tutti: quasi l'80% degli imprenditori senior dichiara che l'attività è stata una parte fondamentale della sua identità personale, e oltre il 71% riconosce di essersi identificato quasi totalmente con il suo ruolo lavorativo. Nel commercio di prossimità, l'impresa non è un capitale astratto: l'impresa è la persona. Nei nostri quartieri e nei nostri borghi non si va semplicemente "in farmacia", "dal fornaio" o "nel negozio di abbigliamento"; si va "da Mario", "da Anna", "da Giuseppe".

Questa sovrapposizione tra attività e identità è stata per decenni la vera forza della nostra coesione sociale. Diventa però un nodo delicatissimo quando si avvicina la fine del ciclo lavorativo. Per chi ha lasciato o sta per lasciare l'attività, la difficoltà principale non è solo burocratica o economica: è l'impatto emotivo personale. Per troppo tempo abbiamo trattato il passaggio generazionale solo come una pratica notarile, fiscale o societaria, ma abbiamo dimenticato il fattore umano: il senso di lutto o di smarrimento non elaborato. Se non accompagniamo l'imprenditore sul piano psicologico, la transizione si blocca. Finché non si è costretti a chiudere per sfinimento.

È qui che la vicenda individuale dell'imprenditore diventa una questione collettiva. La stragrande maggioranza degli imprenditori percepisce chiaramente la desertificazione commerciale attorno a sé, collegandola non solo a locali sfitti, ma a un calo netto di vivibilità e sicurezza dei quartieri. Il negozio di vicinato esercita quelle che si possono definire "funzioni invisibili" di supporto al territorio. Quando un negozio chiude perché manca il ricambio generazionale, non muore solo un'azienda: si impoverisce la vita democratica e relazionale della strada. E la desertificazione urbana non si combatte solo riempiendo spazi vuoti: si combatte evitando che quelle saracinesche si abbassino per mancanza di supporto al passaggio di testimone. L'indagine ci indica una strada: la maggioranza degli imprenditori senior vuole continuare a dare un contributo.

Come Fondazione Giuseppe Orlando crediamo in tre direttrici concrete. Servono accompagnamento integrato: non solo assistenza fiscale o finanziaria, ma percorsi di affiancamento manageriale ed emotivo al passaggio generazionale, sostenendo la famiglia imprenditoriale; botteghe come scuole di futuro: favorire modelli di "nuova prossimità" (spazi ibridi, negozi multiservizio, patti generazionali) dove il senior diventa mentore retribuito o valorizzato; politiche urbane di rigenerazione: dialogare con le istituzioni - e la presenza dell'Assessora Baglio oggi è fondamentale - affinché i locali commerciali storici abbiano tutele, agevolazioni e una pianificazione urbanistica che metta al centro la vita di prossimità.

In conclusione: difendere i nostri imprenditori senior non è un atto di nostalgia, ma il più lungimirante investimento sul futuro delle nostre città. Grazie.