METAMORFOSI DELLE CITTÀ QUANDO LA CHIUSURA DI UN NEGOZIO CAMBIA L'ANIMA DI UNA STRADA

L'XI Rapporto Confcommercio scatta la fotografia di un'Italia urbana in rapida trasformazione
Tra la ritirata dei servizi essenziali e la monocultura dell'accoglienza, la sfida oggi è trasformare le serrande abbassate in nuovi spazi di comunità

di **Valerio Maria Urru**

In testa c'è Agrigento, che guida la classifica con un arretramento del 37,5% delle proprie attività di vicinato. C'è poi Ancona, che segna una contrazione del 35,9%. Segue a ruota Belluno con un -35,8%, tallonata da Pesaro e Vercelli, appaiate a quota -34,9%. Scorrendo l'elenco dei centri urbani più colpiti troviamo Trieste (-34,1%), Alessandria (-33,7%), Savona (-33,5%), Ascoli Piceno (-33,4%) e Gorizia (-33,3%).
La graduatoria elaborata dall'Ufficio Studi di Confcommercio nell'XI Rapporto *Città e demografia d'impresa*, ribalta molti stereotipi: nei primi dieci comuni col maggiore calo, sei appartengono al laborioso Nord. All'estremo opposto, dove l'erosione si è rivelata più contenuta, svettano invece numerose realtà del Sud: Crotone limita le perdite a un -1,8%, Olbia contiene il saldo a -10,1%, mentre Cagliari (-14,4%), Iglesias (-15,3%) e Vibo Valentia (-16,5%) mostrano una tenuta superiore alla media nazionale, con il Sud che occupa la metà delle dieci posizioni più "resilienti". Non va meglio per grandi città come Firenze (-21,9%), Reggio Calabria (-23%), Bologna (-26,3%), Genova (27,8%).
Sono stati 122 i comuni medio-grandi analizzati (esclusi Roma, Milano e Napoli), distinguendo tra centri storici e periferie: un perimetro che ha coperto 13,4 milioni di residenti (il 22,8% della popolazione italiana) e circa il 24% dell'intero tessuto nazionale delle imprese del commercio al dettaglio, dell'alloggio e della ristorazione. I dati rivelano un'emorragia commerciale: tra il 2012 e il 2025 l'Italia ha visto evaporare oltre 156mila attività tra punti vendita al dettaglio in sede fissa e su aree pubbliche. Più di una saracinesca su quattro non si è rialzata: -23,4% la sede fissa, -29,2% gli ambulanti, ci dice il Rapporto. In sintesi: se tredici anni fa potevamo contare su 11 negozi ogni mille residenti, oggi sono 8. Cresce, invece, il comparto "alloggio e ristorazione": +5,9% su base nazionale, pari a +18,8mila imprese che sono passate dalle 318,1mila del 2012 alle 336,9mila del 2025.
Sono numeri che smontano la teoria





del cosiddetto “effetto plafond”, ovvero l’illusione teorica secondo cui, toccata una soglia minima, il numero di esercizi non possa scendere ancora, garantendo maggiore redditività ai superstiti. I dati dimostrano il contrario: la chiusura delle attività innesca un domino commerciale. Quando i negozi spariscono, le strade perdono sicurezza, decoro e attrattività; i residenti tendono a trasferirsi o a rivolgersi altrove, la domanda locale collassa e nuove saracinesche finiscono per abbassarsi.

C’è un altro aspetto preoccupante: alcuni mesi fa l’estrapolazione tendenziale di Confcommercio (che aveva preso il trend osservato nel passato recente e lo aveva prolungato matematicamente nel futuro) ipotizzava al 2035 un tasso di decadimento del 2,2% annuo, con altre 114mila sparizioni previste. Il dato reale registrato, invece, nel 2025 viaggia già al -3,1%. Risultato: la desertificazione non rallenta, semmai accelera, cambiando la fisionomia delle città. A pagare il tributo più pesante sono categorie storiche: le edicole sono più che dimezzate (-52,7%), i distributori di carburante crollano del 43,6%, l’abbigliamento e le calzature perdono il 35,6% dei negozi, mentre il settore mobili e ferramenta (-28,3%) e quello libri e giocattoli (-28,5%) arretrano in modo marcato. Nessuno sembra salvarsi: persino il commercio alimentare cala del 9,3% su scala nazionale e del 17,6% nei centri storici.

Di contro, si espandono i canali distributivi alternativi e la monocultura dell’accoglienza rapida. Le vendite al dettaglio online hanno registrato un incremento del 187%, una tendenza confermata dal numero più che raddoppiato di imprese attive nell’e-commerce e vendita a distanza (+105,5%). Tra i formati “fisici” crescono a ritmo sostenuto solo ▶▶

▶▶ i discount (+70,5%). È proprio l'incremento di questi due settori - discount e online - che sta erodendo le quote di mercato dei negozi di vicinato, accentuando la desertificazione commerciale.
I centri storici, intanto, vivono una profonda mutazione: mentre gli alberghi tradizionali arretrano (-9,2%), le strutture extra-alberghiere (affitti brevi, B&B) segnano un +184,4%. Una metamorfosi accompagnata dal conseguente aumento di ristoranti (+35%), rosticcerie, gelaterie e pasticcerie (+14,4%), che sta trasformando i quartieri in distretti ad uso e consumo esclusivo del visitatore temporaneo. Un impoverimento commerciale a cui si affianca una ritirata dei servizi essenziali: esiste una correlazione diretta - dice il Rapporto Confcommercio - tra taglio dei negozi e chiusura degli sportelli bancari sul territorio, segnale di una ritirata congiunta dei presidi di prossimità.
Visto che il commercio fisico agisce sullo sviluppo urbano, genera insostituibili aspetti positivi di vivibilità, è presidio contro il degrado, Confcommercio ha avviato il progetto "Cities" con cui ha aperto un confronto e una cooperazione con le amministrazioni locali, promuovendo strategie di rigenerazione urbana. Un laboratorio che punta ad arginare la desertificazione e a difendere il valore sociale dell'economia di prossimità, sostenendo il modello della "città dei 15 minuti". Per trasformare questo paradigma in interventi concreti, il progetto introduce una stretta alleanza pubblico-privata tra municipi, operatori economici e urbanisti, imperniata sul modello dei "patti locali": intese tra amministrazioni, associazioni di categoria e proprietari immobiliari volte a definire canoni di locazione calmierati, rendendo così accessibili i locali sfitti a nuove imprese o a negozi in difficoltà e restituendo luce a vie altrimenti destinate al declino.
La sfida, avvertono da Confcommercio, non si vince con la nostalgia, ma governando le transizioni: sostenendo gli investimenti tecnologici delle micro e piccole imprese affinché integrino negozio fisico e canali digitali, e gestendo in modo ragionevole i flussi turistici per evitare la monocultura espulsiva. Diventa cruciale allora accelerare l'approvazione parlamentare della proposta di legge A.C. 362 sulle zone del commercio nei centri storici ("Istituzione e disciplina delle zone del commercio nei centri storici"): una cornice normativa nazionale che - attraverso specifici regimi autorizzativi a tutela delle tradizioni locali, intese di rigenerazione e un Fondo da 300 milioni di euro l'anno per tre anni - potrà finalmente riconoscere e salvaguardare il negozio sotto casa per ciò che realmente rappresenta: l'infrastruttura primaria che tiene in vita la comunità. ■

