

Primo Piano

Economia e società



LA PRIMA PUNTATA

Sul Sole 24 Ore del 29 dicembre la prima puntata sul commercio di vicinato: nelle grandi città la desertificazione si colpisce soprattutto i centri storici.

Per contrastare il fenomeno, Milano lavora sulle botteghe, Bologna sui negozi sfitti, mentre Bari punta sul coinvolgimento dei cittadini. A Venezia invece il primo monitoraggio sull'efficacia delle misure.

Commercio sempre più alle corde: 206 Comuni senza negozi di vicinato

Sul territorio. Attività di quartiere ancora centrali per i cittadini, ma avanza la desertificazione dei punti vendita. Soffrono di più i centri medio-piccoli

Pagina a cura di
Margherita Ceci

C'è un fattore che i big dell'e-commerce non sono ancora riusciti a rubare alla controparte fisica: il rapporto umano. I dati raccolti dall'Osservatorio Reciprocità e commercio locale (promosso da Nomisma insieme a Percorsi di Secondo Welfare), sono molto chiari: per quattro italiani su cinque i negozi di vicinato sono presidi sociali che garantiscono la tenuta dei territori e delle comunità. Eppure, stando ai dati di Confcommercio, a oggi sono 206 i Comuni italiani che non hanno alcun esercizio di commercio al dettaglio.

Lo studio di Nomisma, anticipato dal Sole 24 Ore, riporta la voce dei cittadini, che non solo ritengono che le attività di quartiere favoriscano l'economia sociale (nell'84% dei casi), ma le percepiscono come essenziali per rendere vivi i centri urbani (81%) e generare un impatto sociale positivo (72%). La riprova si vede nel mercato immobiliare: secondo Confcommercio, le case situate in quartieri colpiti da desertificazione commerciale perdono attrattività, causando una perdita di valore del 16% (ma il differenziale arriva al 39% rispetto a un immobile situato in un quartiere ricco di negozi).



La presenza di punti vendita favorisce la convivenza sociale e limita i problemi legati alla sicurezza

Sono dati che suggeriscono quanto la pianificazione cittadina-urbanistica, demografica, sociale – dovrebbe andare di pari passo con quella commerciale. Con le peculiarità del singolo Comune: se le città più grandi hanno problemi nei centri storici e si muovono per ripopolarli – Genova per esempio ha avviato dal 2020 un piano integrato di rigenerazione urbana dei caruggi –, le zone rurali non hanno proprio avuto la forza politica e demografica per sopravvivere.

Ma a soffrire maggiormente sono le città di medie dimensioni: «Per intenderci, non Bologna ma Forlì – spiega Francesco Capobianco, capo alle Politiche pubbliche di Nomisma –. Dove non c'era un tessuto industriale forte in grado di sostenere i salari e la città era molto legata al commercio, appena questo è venuto meno sono emersi i problemi: di sicurezza urbana, rendita immobiliare, presidio sociale». Le stime di Confcommercio al 2035 sembrano confermare il trend: Ancona rispetto al 2024 potrebbe perdere il 38,3% delle sue attività, Trieste il 31,1%, Ra-

venna il 30,9 per cento.

Gli enti locali si muovono come possono: dagli hub dell'Emilia-Romagna a veri e propri «Festival della prossimità» (si veda l'articolo a fianco). Azioni che rischiano però di avere breve respiro, se non si trovano meccanismi in grado di autoalimentarsi nel tempo. Uno di questi, secondo Nomisma, è la reciprocità, ovvero «un'azione positiva compiuta senza che sia stabilito un tornaconto diretto, attivando un circolo virtuoso che darà benefici a tutti gli attori coinvolti», spiega Capobianco. Un principio, secondo l'Osservatorio, che se applicato alle imprese locali potrebbe fare da «leva concreta per attivare reti collaborative e generare valore condiviso sul territorio». A questo proposito, il 91% degli intervistati dallo studio ha dichiarato di ritenere il principio di reciprocità importante.

«Negli ultimi anni si è sperimentato molto – spiega Valentino Santoni, ricercatore di Percorsi di Secondo Welfare, lab dell'Università degli Studi di Milano – ma spesso i risultati scarseggiano perché si ha difficoltà a proseguire le iniziative». Per capire gli ostacoli, il laboratorio ha realizzato dei focus group con addetti ai lavori, sindaci e assessori. Il risultato è stata la stesura di un Manifesto di best practice, come l'adozione di nuovi strumenti digitali. «Spesso c'è

una difficoltà da parte del commerciante nello svincolarsi dal modo di lavorare tradizionale. Serve cambiare approccio, aprirsi a strumenti come i social, innovare la comunicazione del prodotto. Bisogna cioè arrivare a un commercio ibrido, applicando le strategie del mercato online anche a quello locale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le stime delle chiusure.

Ancona nel 2035 potrebbe perdere il 38,3% delle attività, Trieste il 31,1%