

COMMERCIO IN SOFFERENZA PERÒ LA PRODUTTIVITÀ SALE

*Allarme di **Confcommercio** sul rischio desertificazione, ma la rete è diventata più forte. Il Mezzogiorno resiste grazie al turismo*

LUIGI MERANO

Il commercio italiano cambia, si rafforza sul piano economico, aumenta efficienza e produttività, ma perde presenza fisica sul territorio: tra il 2018 e il 2025 il numero di negozi del commercio al dettaglio in Italia è passato da 666.479 a 570.313, con una riduzione del 14,4%. Il calo riguarda soprattutto gli ambulanti (-27,3%) e i piccoli esercizi alimentari (-17,9%).

Secondo i dati del primo rapporto sul commercio di **Confcommercio** il rischio di desertificazione commerciale resta concreto, ma la rete è diventata più strutturata. Il fatturato complessivo è cresciuto del 25,7%, con un boom per i discount (+101,1%) e per l'e-commerce (41,9%). In difficoltà ipermercati (-8,4%) e ambulanti (-14,9%). «Le aziende commerciali, tra il 2018 e il 2025, hanno reagito ai cambiamenti e li hanno affrontati con responsabilità e capacità imprenditoriale. Hanno investito, si sono riorganizzate e hanno innovato. Certo, negli stessi anni, abbiamo perso quasi centomila punti vendita. È il grande problema della desertificazione commerciale», ha spiegato il presidente di **Confcommercio** **Carlo Sangalli**, secondo cui queste trasformazioni, presentate nel rapporto, «richiedono politiche dedicate»: meno burocrazia e provvedimenti fiscali equi che «favoriscano gli investimenti in sostenibilità e innovazione».

INTERVENTI MIRATI

«Occorrono interventi destinati alla crescita imprenditoriale della GDO, degli esercizi commerciali specializzati e delle imprese di prossimità. In una parola, serve una scelta politica di fondo che consideri il commercio non come un settore tra gli altri, ma come una vera e propria infrastruttura economica e sociale del Paese». Il fenomeno del calo delle unità locali interessa la maggior parte dei segmenti del commercio. Secondo i dati di **Confcommercio**, questa dinamica colpisce soprattutto le attività di piccole dimensioni e a forte radicamento territoriale, tra cui anche gli esercizi dedicati ai consumi culturali e ricreativi (-21,9%). «La diminuzione di attività quali edicole, librerie, cartolerie, negozi di giocattoli e di arti-

coli musicali - si legge nel rapporto -, penalizzate anche dalla crescente digitalizzazione dei consumi culturali e ricreativi, deve destare preoccupazione in quanto determina un impoverimento del tessuto urbano. Si tratta infatti di esercizi che, oltre alla loro funzione economica, svolgono un importante ruolo sociale e relazionale, contribuendo alla vitalità dei quartieri».

Tra le poche eccezioni spiccano le farmacie (+4,2%), sostenute dalla natura meno elastica della domanda e dall'ampliamento dell'offerta di prodotti e servizi per la salute e la cura della persona. **Confcommercio** sottolinea però come il calo delle unità locali non si traduce necessariamente in un contrazione dell'occupazione complessiva. Dal rapporto emerge infatti che la quota degli addetti nei negozi è diminuita complessivamente del 1,8% tra il 2018 e il 2025, ma nel caso dei supermercati e dei grandi punti vendita si è invece trattato di un incremento dell'8,3%.

Allo stesso modo, anche nel segmento degli esercizi specializzati, come abbigliamento, calzature e gioielleria, mostrano una dinamica occupazionale positiva (+3,4%), pur in presenza di una riduzione del numero complessivo di punti vendita.

PRESIDIO DI SICUREZZA

«Non ci rassegniamo a questo scenario di desertificazione, perché il commercio di prossimità è un presidio di sicurezza e di socialità», ha dichiarato il ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, intervenuto alla presentazione. «Nel vostro rapporto - ha aggiunto - i negozi appaiono più forti ma più rarefatti. Significa commercio a prescindere dal territorio e un commercio senza territorio non è accettabile per noi».

Secondo **Confcommercio**, il Mezzogiorno mantiene una maggiore capillarità commerciale rispetto al resto del Paese. Il rapporto segnala che le unità locali al Sud Italia sono diminuite del 5,2%, contro il -8,5% del Centro e un calo al Nord-Est e Nord-Ovest rispettivamente del -8,6% e del -10,2%. «Una tenuta - spiega **Confcommercio** - legata anche alle minori opportunità di lavoro dipendente, che favoriscono l'au-



toimprenditorialità, al ruolo degli incentivi e all'aumento dei flussi turistici. Ma questa resilienza può avere una doppia lettura: da un lato rappresenta una ricchezza sociale ed economica, dall'altro potrebbe anticipare un futuro processo di riduzione più rapido dei negozi anche al Sud». ■



Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli