

La cura del commercio e del turismo per rilanciare le città - Sangalli, serve un piano nazionale per la rigenerazione urbana

L'Ufficio Studi **Confcommercio** ha presentato un'analisi sull'evoluzione negli ultimi dieci anni delle attività commerciali, turistiche e dei servizi nei centri storici e nelle periferie: i centri storici hanno perso perdono il 13% dei negozi in sede fissa nel periodo 2008-2018.

Come l'evoluzione delle attività commerciali, turistiche e dei servizi ha cambiato il volto delle città, dai centri storici alle periferie, negli ultimi 10 anni, il ruolo del commercio ambulante e le proposte per riqualificare i centri urbani e scongiurare il rischio di desertificazione commerciale. Questi i principali temi che sono stati al centro di un'analisi dell'Ufficio Studi di **Confcommercio** realizzata su 120 città (tutti i capoluoghi di provincia più 10 comuni di media dimensione). I centri storici perdono il 13% dei negozi in sede fissa nel periodo 2008-18, -14% al sud con divario di 4 punti percentuali rispetto al centro-nord. Rispetto alle periferie il divario è di circa il 3%. Secondo il direttore dell'Ufficio Studi, Mariano Bella, c'è un evidente effetto composizione dei consumi. Crescono negozi tecnologia e farmacie, cade il numero di negozi tradizionali, che escono dai centri storici per trasformarsi nell'offerta delle grandi superfici specializzate fuori dalle città. Il calo dei consumi reali pro capite ha comportato una perdita di negozi in sede fissa. Quando salgono i consumi il numero di negozi resta stabile. L'impatto della popolazione è positivo, la sua riduzione determina maggior desertificazione delle città. Bella ha sottolineato che secondo le stime dell'Ufficio Studi, *«il 70-80% della riduzione dei negozi dei centri storici è dovuto a razionalizzazione e scelte relative a scarsa redditività e competizione con e-commerce, centri commerciali, parchi e outlet»*.

Il presidente di **Confcommercio**, Carlo Sangalli, è intervenuto alla conferenza stampa sul ruolo del commercio e del turismo per rilanciare i centri urbani. *«La riduzione dell'offerta commerciale, secondo il nostro Ufficio Studi 64 mila negozi in meno negli ultimi dieci anni, e una disordinata evoluzione delle strutture di ristorazione e alloggio stanno impoverendo le nostre città che, ora più che mai, devono essere rilanciate»*. *«C'è, dunque bisogno - ha detto Sangalli - di un piano nazionale per la rigenerazione urbana, fondato sul riconoscimento del rapporto strettissimo tra commercio e vivibilità delle nostre città, e di misure dedicate all'innovazione delle piccole superfici di vendita»*. *«Città più belle e attrattive danno sicurezza e fiducia: costituiscono un grande valore sociale ed economico per i nostri territori. Commercio, turismo e servizi vivono delle città e le fanno vivere»*.

[Demografia d'impresa nelle città italiane QUI](#)