



---

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

# **IMPRESE E CITTA'**

## **Demografia d'impresa nelle città italiane (6<sup>a</sup> edizione)**

**MARIANO BELLA**  
**DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO**

**Roma, 22 febbraio 2021**

# Premessa

\* Edizione particolare perché: cancellazioni, mortalità e natalità sono eccezionali a causa della pandemia e sono eccezionali talvolta in senso contro-intuitivo.

\* Mortalità (sostanziale) è concetto differente da cancellazione (formale).

\* Nel 2020 si è osservato un tasso di cancellazione (sia al lordo sia al netto delle cancellazioni d'ufficio) straordinariamente basso:

<i>cancellazioni</i>	totale	commercio e APE
media 2015-2019	350.239	128.876
2020	307.686	111.216
$\Delta$	-42.553	-17.660
$\Delta\%$	-12	-14

Poiché non ci sentiamo di sostenere l'ipotesi di boom economico, dobbiamo ripiegare sulla più realistica ipotesi di congelamento, ibernazione del tessuto produttivo (blocco licenziamenti, cig, promesse di ristori).

\* Sono stati persi il 10% di ore lavorate, 160 miliardi di euro di PIL e 120 di consumi, molte imprese sono già chiuse nel senso che pur iscritte ai registri non operano e non opereranno mai più; il riflesso statistico (-240mila imprese perse causa Covid) si avrà nei prossimi trimestri, non subito (neppure nel primo quarto dell'anno). Questa presentazione descrive i trend strutturali di nati-mortalità del commercio nei centri storici delle città italiane, con uno sguardo a come potrebbero apparire dopo la pandemia.

# Campo di analisi

13 categorie:

- 1) non specializzati
- 2) alimentari
- 3) tabacchi
- 4) carburanti
- 5) computer e telefonia
- 6) mobili e ferramenta
- 7) libri e giocattoli
- 8) vestiario e calzature
- 9) farmacie
- 10) ambulanti
- 11) altro commercio
- 12) alloggio
- 13) bar e ristoranti

8 osservazioni annuali:

2008, 2012, 2014,  
2015, 2016, 2017,  
2018, 2020.

110 comuni di medie dimensioni capoluoghi di provincia (o ex capoluoghi) e 10 comuni non capoluogo più popolosi con la distinzione **Centri Storici** vs **Non Centri Storici** (classificazioni urbanistiche/intuitive)

<b>120 comuni considerati in % del totale Italia</b>	
popolazione	22,8
imprese totali	24,1
dettaglio in sede fissa	24,4
ambulanti e altro comm.	23,2
alberghi, bar e ristoranti	23,9

## Nota chart 2

**Linea di ricerca** che l'Ufficio Studi, dal 2015, porta avanti assieme al Centro Studi delle Camere di Commercio G. Tagliacarne (che fornisce i dati di base): qualificare la demografia d'impresa guardando come gli aggregati si muovono nei centri storici (CS) rispetto al resto del comune (NCS), e focalizzando l'attenzione sulle medie città, cioè le più importanti salvo quelle talmente grandi da essere policentriche (Napoli, Milano e Roma). La città e il suo centro storico sono una specificità italiana a cui la Confcommercio guarda con molto interesse e qualche preoccupazione. **Perimetro dell'analisi:** la disaggregazione riguarda 13 aree di attività economica: 9 del commercio fisso al dettaglio, cui si aggiungono il commercio ambulante, l'area dell'alloggio e quella della ristorazione, cioè bar e ristoranti; per completezza c'è anche una voce «altro commercio» che riguarda sostanzialmente le società che vendono online e porta a porta, i distributori automatici e le vendite per corrispondenza. Le osservazioni riguardano il periodo che va dal 2008 a giugno 2020; la presentazione è incentrata, prevalentemente, nel confronto 2012-2020 (dati più omogenei). **Oggetto di osservazione:** 120 città medio-grandi, cioè tutti i capoluoghi di provincia (ed ex capoluoghi) più 10 comuni di media dimensione. Il concetto di centro storico (CS) si riferisce prevalentemente all'appartenenza a zone urbanistiche specifiche, integrato con un approccio intuitivo che aggrega le aree e le vie a partire da un epicentro storico-commerciale. Il NCS è tutto il resto del comune, cioè tutto il tessuto urbano che non è compreso nel CS. Il perimetro di analisi è sufficientemente esteso, visto che copre quasi un quarto della popolazione italiana e delle imprese.

# Macro-trend sulla demografia d'impresa (1/3)

3

	2012	2020	var. 2012-2020	
			%	assolute
	<b>ITALIA</b>			
<b>totale attività (considerate)</b>	<b>977.244</b>	<b>925.108</b>	<b>-5,3</b>	<b>-52.136</b>
commercio al dettaglio in sede fissa	551.317	474.241	-14,0	-77.076
commercio ambulante	93.810	79.957	-14,8	-13.853
alberghi, bar, ristoranti	318.133	345.980	8,8	27.847
altro commercio	13.984	24.931	78,3	10.947
	<b>120 comuni medio-grandi</b>			
<b>totale attività (considerate)</b>	<b>234.792</b>	<b>222.694</b>	<b>-5,2</b>	<b>-12.098</b>
commercio al dettaglio in sede fissa	135.386	115.561	-14,6	-19.825
commercio ambulante	21.874	17.786	-18,7	-4.088
alberghi, bar, ristoranti	73.692	82.753	12,3	9.061
altro commercio	3.840	6.594	71,7	2.754

Macro-trend totale ITALIA. Tutte le attività considerate oggi ammontano a oltre 925mila unità: 474mila riguardano il commercio al dettaglio in sede fissa; gli ambulanti sono circa 80mila; quasi 346mila è il totale di bar, ristoranti e alberghi; quasi 25mila sono le attività registrate come altro commercio. Tra il 2012 e il 2020 sono spariti 77mila negozi in sede fissa, con una riduzione del 14,0%; per converso cresce dell'8,8% il numero di attività di alloggio e ristorazione.

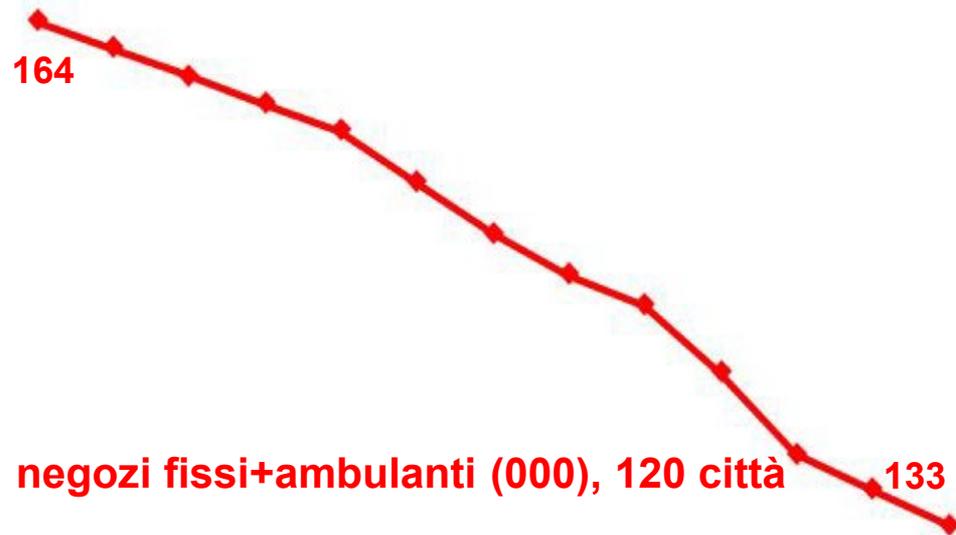
L'approfondimento di questi macro-trend sui 120 comuni medio-grandi prescelti presenta qualche differenza rilevante: non solo spariscono più rapidamente negozi fissi e ambulanti, ma le città attirano turismo, relazioni, convivialità, ricreazione e cultura, esattamente i settori più colpiti dalla pandemia. Gli effetti di queste dinamiche: se ieri il quadro era caratterizzato da meno commercio e più turismo, domani probabilmente sarà meno commercio e meno turismo con inediti problemi di equilibrio nella vita sociale dentro le città e in particolare dentro i centri storici.

# Macro-trend sulla demografia d'impresa (2/3)

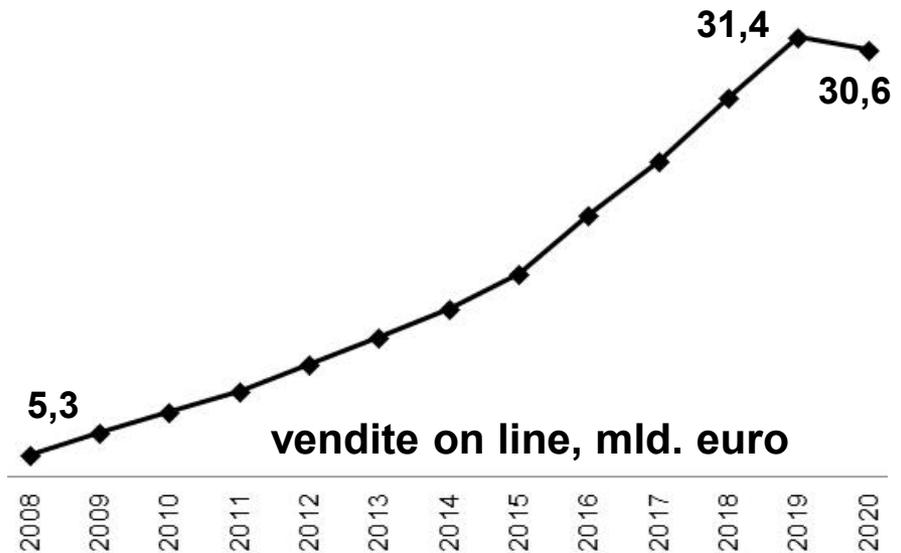
<i>dati in migliaia</i>	<b>imprese registrate - totale</b>		
	<b>2012</b>	<b>2020</b>	<b>var.%</b>
italiane	5.616	5.455	-2,9
straniere	478	627	31,3
quota % straniere	7,8	10,3	
	<b>imprese registrate del commercio</b>		
italiane	1.383	1.288	-6,9
straniere	166	212	27,5
quota % straniere	10,7	14,1	
	<b>occupati totale economia</b>		
italiani	20.456	20.529	0,4
stranieri	2.110	2.353	11,5
quota % stranieri	9,4	10,3	
	<b>occupati del commercio - ape</b>		
italiani (migliaia)	4.204	4.068	-3,2
stranieri (migliaia)	375	457	21,9
quota % stranieri	8,2	10,1	

Completa l'analisi dei grandi trend la distinzione delle imprese per cittadinanza del titolare (rectius: per Paese di nascita del controllore dell'impresa). Sostanzialmente dal 2012 le imprese registrate sono in numero costante, circa 6 milioni; tuttavia, mentre nel complesso dell'economia quelle italiane si sono ridotte di quasi il 3% quelle straniere sono cresciute di quasi un terzo, dal 7,8% praticamente al 10,3% del totale imprese. In altre parole le 160mila imprese italiane sparite in questi 8 anni sono state esattamente rimpiazzate, sotto il profilo numerico, da imprese straniere. Nel commercio totale (ingrosso e dettaglio), le imprese italiane si sono ridotte del 6,9% e quelle straniere sono cresciute del 27,5%, confermando il ruolo del commercio per le attività degli stranieri e anche quanto sia importante per il commercio l'attività degli stranieri. Questo aspetto va ricordato. In tema di occupazione, gli italiani sono rimasti stabili mentre i lavoratori stranieri sono cresciuti dell'11,5%; queste tendenze sono enfatizzate nel commercio e negli alberghi e pubblici esercizi.

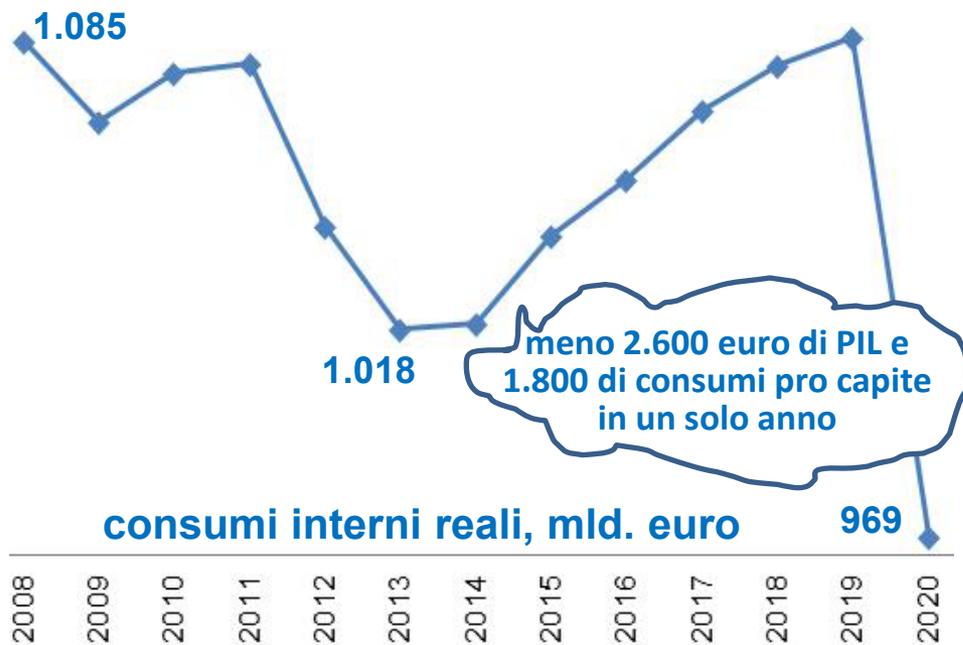
# Macro-trend sulla demografia d'impresa (3/3)



negozi fissi+ambulanti (000), 120 città



vendite on line, mld. euro



consumi interni reali, mld. euro

meno 2.600 euro di PIL e  
1.800 di consumi pro capite  
in un solo anno

## e-commerce - vendite in mld di euro

	2019	2020	var. %
totale	31,4	30,6	-2,6
beni	17,9	23,4	30,7
servizi	13,5	7,2	-46,9

# Nota chart 5 (1/2)

5bis

Quello che si vuole spiegare è il trend dei negozi nelle grandi città che poi ha dinamiche simili al trend dei negozi nel complesso. Non c'è affatto una spiegazione semplice: concorrono diverse cause ed è chiaro che i consumi non sono affatto sufficienti a spiegare la riduzione del tessuto commerciale, o meglio la spiegazione deve essere articolata. Durante le crisi il numero di negozi si riduce, ma fatica a risalire durante la ripresa, anche perché la ripresa italiana, se così si può chiamare, è sempre stata assolutamente debole. Si vede che prima della pandemia avevamo recuperato il livello dei consumi nel complesso, ma in termini pro capite eravamo comunque distanti quindi c'era comunque ancora nel 2019 meno potere d'acquisto e meno spesa pro capite del 2008. Se all'inizio i negozi si riducono con la recessione, poi l'imprenditore sceglie di aumentare la produttività, cioè ogni negozio serve un po' di clienti/di spesa in più: ma il numero non sale.

Il nostro problema oggi è che a causa dell'ibernazione dell'economia non siamo in grado di valutare immediatamente la riduzione ulteriore di tessuto commerciale che ci aspetta e che impatterà le città, in particolare quelle a maggiore vocazione turistica. La crescita delle vendite online qualche impatto ce l'ha, ma il rischio qui è di esagerarlo: verrebbe da dire che l'e-commerce sia un nemico facile da accusare, troppo facile per essere un nemico reale, per avere l'impatto che vogliamo attribuirvi. Tutti gli esercizi per modellare la dinamica dei negozi nelle città italiane in base alla variazione dei consumi, del grado di digitalizzazione della popolazione residente e dei costi fissi dei negozi, portano a risultati ambigui.

## Nota chart 5 (2/2)

**Ad eccezione di due aspetti.** Si registra un trend di riduzione dei negozi, fissi e ambulanti che ha a che fare con una specie di selezione naturale: i marginali che magari erano entrati come imprenditori della vecchia guardia degli anni '70 e '90 stanno uscendo ed entrano i giovani, ma sono più quelli che escono di quelli che entrano. Mentre i canoni di locazione testimoniano la vitalità della città piuttosto che un costo fisso per l'esercente. In altre parole se l'economia cittadina cresce il negoziante i soldi per pagare un affitto elevato li trova; se la città langue, non li trova neppure per pagare un affitto basso.

Il commercio elettronico certamente abbassa ricavi e margini per i negozi fisici, ma visto che ormai vale più di 30 miliardi, qualcosa come il 6-7% della spesa eleggibile per passare dal canale virtuale, non si può escludere che per i negozi anche piccoli che lo utilizzano sia un fattore di sviluppo. Le evidenze complessivamente sono incerte.

Comunque va tenuto conto che anche il commercio online registra cambiamenti a causa della pandemia e questo può fare paura: si sono ridotti gli acquisti nel complesso, ma esclusivamente a causa della riduzione dei servizi acquistati sul canale virtuale perché per i beni, anche per gli alimentari, il boom dell'online c'è stato ed è abbastanza illusorio che si torni completamente indietro quando l'epidemia sarà finita.

Questa è una nuova sfida per i negozi fisici, che non possono più rimanere solo fisici.

# Centri storici (CS) vs altro (NCS)

120 comuni	var. % 2012 - 2020	
	CS	NCS
commercio dettaglio in sede fissa	-14,9	-14,5
commercio ambulante	-19,5	-18,4
alberghi, bar, ristoranti	14,2	11,0
<b>totale categorie</b>	<b>-4,8</b>	<b>-5,4</b>

	var. % 2012 - 2020			
	SUD*		CENTRO-NORD	
	CS	NCS	CS	NCS
commercio dettaglio in sede fissa	-13,4	-12,2	-15,8	-15,9
commercio ambulante	-24,2	-23,5	-15,4	-15,1
alberghi, bar, ristoranti	22,6	19,8	11,0	7,3
<b>totale categorie</b>	<b>-3,9</b>	<b>-3,7</b>	<b>-5,2</b>	<b>-6,4</b>

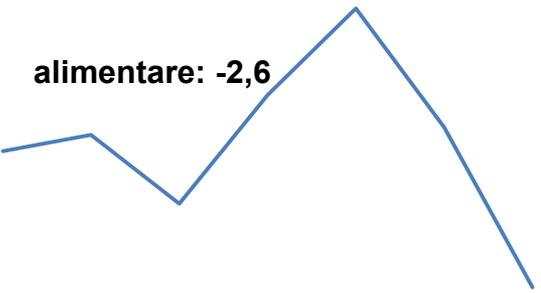
\* otto regioni, incluse le isole; il riferimento sono sempre le 120 città considerate.

Centri storici, una questione eccezionalmente rilevante perché si tratta di capire come vivremo nel futuro prossimo. Una prima evidenza meritevole di attenzione è la riduzione del commercio al dettaglio in sede fissa nei centri storici, solo leggermente superiore a quella fuori dai centri storici. Il conteggio sconta una diversa struttura urbanistica tra centri e non centri. Perdere 4 negozi fuori dal centro magari vuole dire che cinque hanno chiuso e uno più grande ha aperto, con un saldo di meno 4. Nel centro storico, invece, queste sostituzioni sono tecnicamente molto più difficili. E' per questa ragione che, riguardo il commercio fisso, le riduzioni nei centri pesano di più proprio con riferimento all'eventuale riduzione dei livelli di servizio. Prosegue il processo di razionalizzazione dell'ambulantato, soprattutto nei centri storici delle città meridionali (-24,2% contro una riduzione nel periodo 2012-2020 del 15,4% nel Centro-Nord). È sempre positiva la dinamica dei pubblici esercizi, anche se la qualità dell'offerta, causa effetto composizione, secondo alcuni attenti osservatori, rischia di deteriorarsi. Questi sono i risultati per quanto riguarda il passato. Il futuro costituisce un'incognita difficile da decifrare: soprattutto nei centri storici delle città considerate si osserverà una riduzione delle attività legate al turismo. Non si può affermare, tuttavia, con certezza che questa riduzione - che si registrerà nel 2021 - sarà permanente. È un'eventualità che non si può escludere. La ripresa del settore dipenderà sia dal livello dei ristori sia dalla capacità delle singole aziende e delle istituzioni economiche di intraprendere iniziative di cambiamento della gestione dell'impresa (garanzia di sicurezza, asporto, canale virtuale, delivery efficace ed efficiente) consistente in un decisivo upgrade rispetto agli standard attuali.

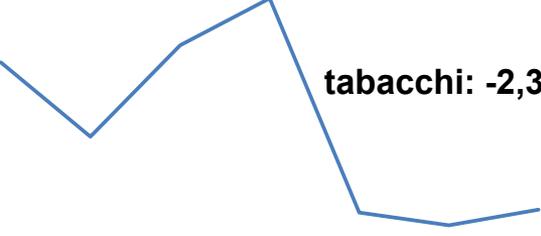
# Centri storici: focus categorie (1/2)

## dinamiche e var. % 2012-2020 (1/2)

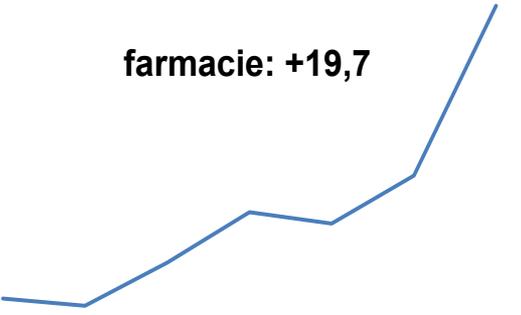
alimentare: -2,6



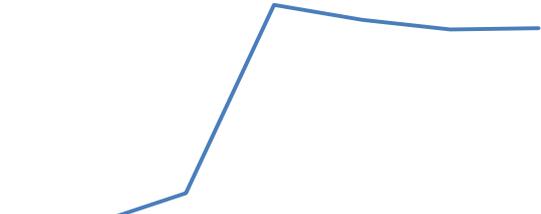
tabacchi: -2,3



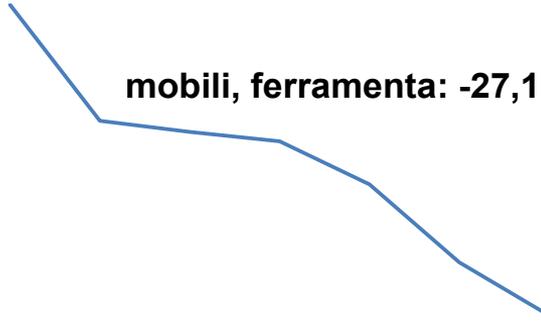
farmacie: +19,7



computer e telefonia: +18,9



mobili, ferramenta: -27,1



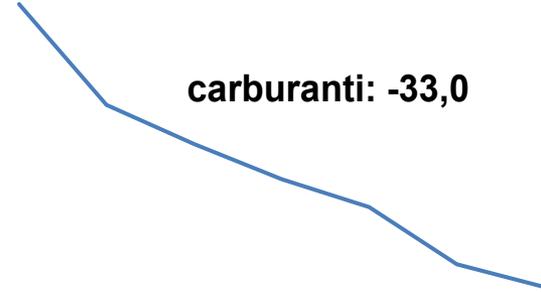
libri e giocattoli: -25,3



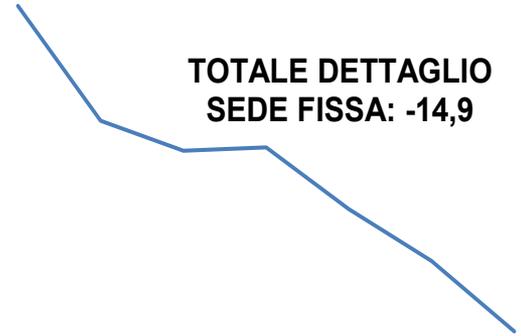
vestiario e calzature: -17,0



carburanti: -33,0



TOTALE DETTAGLIO  
SEDE FISSA: -14,9

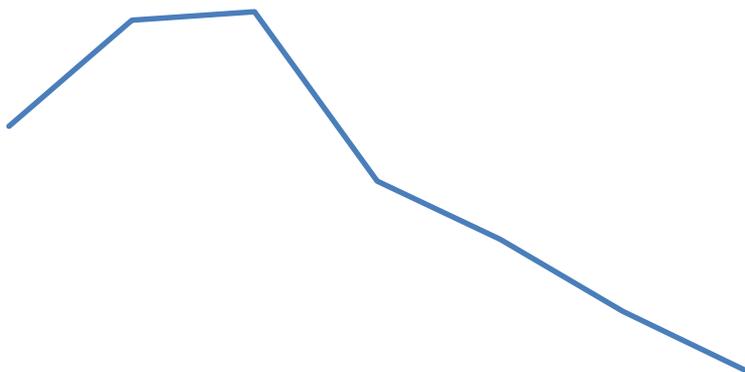


Anche prima della pandemia il tessuto commerciale dei centri storici stava cambiando. Tiene bene la numerosità dei negozi di base come gli alimentari e quelli che oltre a soddisfare bisogni primari svolgono nuove funzioni (ad esempio le tabaccherie, ormai punti di supporto alla gestione di tante esigenze anche finanziarie delle famiglie). Significativi sono anche i grandi cambiamenti legati alle modificazioni dei consumi: tecnologia e comunicazioni e farmacie. Queste ultime sono luoghi per sviluppare la cura del sé piuttosto che punti di approvvigionamento dei medicinali tradizionali. Il resto dei settori merceologici è in rapida discesa e sono i negozi dei beni tradizionali che si spostano nei centri commerciali e comunque fuori dai centri storici: mobili e ferramenta, giocattoli, vestiario, pompe di benzina, con riduzioni attorno o oltre il 20% nei quasi dieci anni appena trascorsi. È importante notare che la pandemia acuisce questi trend e lo fa con una precisione chirurgica. I settori che hanno tenuto o che stavano crescendo cresceranno ancora, quelli in declino rischiano proprio di scomparire dai centri storici.

# Centri storici: focus categorie (2/2)

## dinamiche e var. % 2012-2020 (2/2)

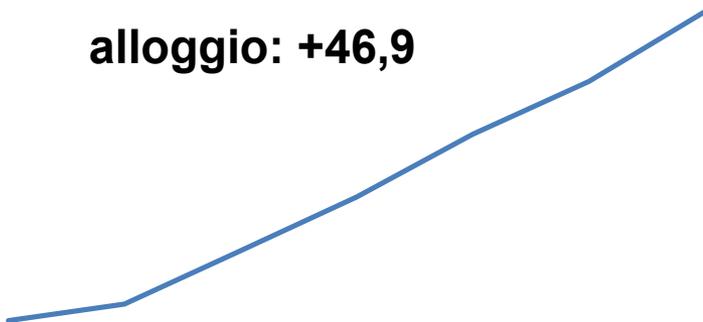
commercio ambulante: -19,5



razionalizzazione

numeri molto diversi nel 2021

alloggio: +46,9



ristorazione: +10,0



## Nota chart 8

Il quadro delle attività nei centri storici deve essere completato dalle dinamiche riguardanti ambulanti, alberghi, bar e ristoranti.

Sull'ambulantato conviene affidarsi al tema della razionalizzazione, processo che si intensificherà dopo la pandemia. Non tutte le licenze possono continuare a sopravvivere, soprattutto nell'ambito del non alimentare che registrerà riduzioni molto forti. Ma anche nell'alimentare l'ambulantato non sarà lo stesso nel 2021 e negli anni a venire. Il tema del distanziamento richiederà una revisione di regole e di gestione delle vendite. È necessario comunque che questo fondamentale canale di vendita sia supportato nella transizione verso un nuovo assetto (queste considerazioni restano valide anche tenuto conto di qualche distorsione dovuta alla differenza tra localizzazione dell'impresa e localizzazione del banco/mercato fisico).

Per alberghi e pubblici esercizi il futuro è totalmente privo di certezze, soprattutto nei centri storici delle città medie (e grandi: si può immaginare che molti degli aspetti qui trattati siano applicabili anche a Milano, Roma e Napoli). Mentre ieri il tema centrale riguardava il rischio di città «solo per turisti» dove i negozi scomparivano e crescevano bar e ristoranti, da oggi la questione è come immaginare un centro storico con meno negozi, meno mercati e meno attività legate al turismo. Il rischio desertificazione assume quindi una gravità diversa che in passato.

# Centri storici (CS): potenziali chiusure nel 2021 (effetto pandemia)

*Stima delle chiusure per commercio e alloggio e ristorazione nei CS di 120 città italiane (capoluoghi e altre 10 maggiori) per i settori di attività più impattati dalle limitazioni all'attività produttiva*

	imprese nei CS 2020	stima chiusure nei CS	% di imprese chiusure nei CS
commercio al dettaglio non specializzato	2.744	-355	-12,9
carburante per autotrazione	711	-105	-14,8
computer e telefonia	1.498	-63	-4,2
mobili e ferramenta	4.955	-423	-8,5
libri e giocattoli	3.957	-508	-12,8
vestiario e calzature	21.349	-4.238	-19,9
ambulanti	4.746	-1.121	-23,6
alloggio	4.923	-591	-12,0
bar e ristorazione	28.547	-7.755	-27,2
<b>totale commercio al dettaglio</b>	<b>39.959</b>	<b>-6.814</b>	<b>-17,1</b>
<b>totale alloggio e ristorazione</b>	<b>33.470</b>	<b>-8.346</b>	<b>-24,9</b>
<b>totale settori d'interesse</b>	<b>73.429</b>	<b>-15.160</b>	<b>-20,6</b>

## Nota chart 9

L'esercizio proietta sui centri storici (CS) delle 120 città considerate le stime sulle potenziali chiusure dovute alla pandemia (USC, dicembre 2020). I settori soggetti a chiusure per gli eventi eccezionali del 2020 sono i seguenti: commercio al dettaglio non specializzato, carburanti, computer e telefonia, mobili e ferramenta, libri e giocattoli, vestiario e calzature, commercio ambulante, alberghi, bar e ristorazione. Si comprende come siano stati esclusi i settori non direttamente e non immediatamente impattati dalla pandemia (commercio alimentare in sede fissa, commercio elettronico, farmacie, tabaccherie e altri). Ciò non vuol dire che anche le imprese di questi settori non abbiano subito ingenti perdite: semplicemente l'impatto in termini di probabilità di chiusura immediata è sensibilmente più esiguo di quanto si stima per le imprese dei settori qui considerati. Dopo la focalizzazione sui settori, è necessario escludere dal monte chiusure quelle che riguardano le città multicentriche come Roma, Milano e Napoli: per tutti i settori le chiusure sono state ridotte del 10%, un valore vicino alla quota di popolazione residente nelle tre grandi città. A questo punto si è considerata la quota di imprese collocate nei CS rispetto al totale delle imprese in Italia, settore per settore. Questa quota moltiplicata per le chiusure come sopra definite potrebbe indicare il numero di chiusure a carico dei CS. Tuttavia, per alcuni settori, l'impatto della pandemia nei CS è accentuato dalla componente turistica (soprattutto straniera e quindi completamente assente), dall'incremento del commercio elettronico e dalla prosecuzione dei trend di riduzione del tessuto commerciale vista alle chart 7 e 8. Tenendo conto di questi fattori di penalizzazione, attraverso un coefficiente che amplifica la quota delle chiusure nei CS delle 120 città italiane, si perviene alle determinazioni quantitative presentate alla chart 9.

# Fonti

**chart 1:** elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio (USC) su dati Movimprese.

**chart 2:** elaborazioni USC su dati Centro Studi Camere Commercio G. Tagliacarne (CST), Istat (statistiche sulla popolazione).

**chart 3:** elaborazioni USC su dati CST.

**chart 4:** elaborazioni USC su dati Movimprese, Istat (Rilevazione continua Forze di Lavoro).

**chart 5:** elaborazioni USC su dati CST, Istat, Osservatori Digital Innovation - Politecnico Milano.

**chart 6-7-8-9:** elaborazioni USC su dati CST.



---

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

# **IMPRESE E CITTA'**

## **Demografia d'impresa nelle città italiane (6<sup>a</sup> edizione)**

**MARIANO BELLA**  
**DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO**

**Roma, 22 febbraio 2021**