

appunti sul progetto Centri Storici dell'Ufficio Studi Confcommercio

Urbanpromo

**MARIANO BELLA
DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO**

Firenze, 7 novembre 2024

perché un Osservatorio su città e demografia d'impresa

Storicamente, un problema spesso evidenziato dalle associazioni locali del sistema Confcommercio è il rischio di desertificazione commerciale nelle città.

Nel 2015 l'Ufficio Studi ha avviato il progetto dell'Osservatorio - siamo al lavoro per la presentazione nel 2025 della decima edizione - con la finalità di:

- monitorare nelle nostre città l'andamento dello stock delle imprese del commercio al dettaglio e delle attività di alloggio e ristorazione;
- capire le cause dei cambiamenti della rete comunale di servizi al consumatore e, conseguentemente, anche capire come neutralizzare eventuali patologie, quali appunto il rischio di desertificazione commerciale o, meglio, la riduzione del livello di servizio alla cittadinanza.

le caratteristiche dell'Osservatorio

- sono stati individuati 120 comuni medio-grandi, ovvero tutti i capoluoghi di provincia più 10 comuni di media dimensione;
- in ogni comune è stata fatta la distinzione tra l'area urbana "centro storico" e quella "non centro storico"; se nell'area urbana fuori dal centro storico la perdita di negozi potrebbe essere compensata dall'apertura di altri esercizi, magari di dimensioni maggiori, nel centro storico queste sostituzioni sono molto più difficili e la riduzione del semplice numero di esercizi potrebbe implicare più gravi effetti sui livelli di servizio;
- sono stati esclusi dall'analisi Milano, Roma e Napoli perché città policentriche dove non è possibile questa distinzione.
- il numero delle attività commerciali è calcolato dall'Istituto G.Tagliacarne con cui abbiamo elaborato una tecnica specifica: stock al tempo t proveniente da ASIA-Istat con ricostruzione per l'ultimo biennio basata sulla nati-mortalità desumibile dai registri camerali.

individuazione del centro storico e dati di base (unità locali e imprese)

criteri utilizzati per l'individuazione dell'area "centro storico":

- a) raggruppamenti delle vie per CAP (Codice di Avviamento Postale);
- b) informazioni derivate da diverse fonti (ad es. portali ufficiali dei comuni, suddivisioni amministrative interne che richiamino il concetto di centro storico, guide turistiche);
- c) consultazione della cartografia dei comuni (ad esempio, www.geoplan.it).

L'unità rilevata nell'Osservatorio è l'impresa attività residente in un determinato comune.

A partire dall'edizione del 2024 si è utilizzata anche la metrica delle unità locali delle imprese che individuano proprio le singole attività commerciali e non. Il confronto tra la numeriche e le variazioni percentuali e assolute delle imprese e delle unità locali in aggregato è stato molto confortante: sono simili i livelli e le variazioni, perché queste imprese sono largamente costituite da una sola unità locale, e questo consente di studiare proprio il rischio di desertificazione commerciale.

campo di analisi

15 categorie di attività:

- 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) Alberghi
- 13) Altre forme di alloggio
- 14) Bar
- 15) Ristoranti

11 osservazioni annuali:

2008, **2012**, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, **2023** (ma noi utilizziamo come base il 2012 e l'ultimo anno come riferimento per calcolare l'intensità dei fenomeni)

120 comuni considerati in % del totale Italia (giugno 2023)	
popolazione	22,7
imprese totali delle attività considerate	23,8
dettaglio in sede fissa	24,2
ambulanti e altro commercio	23,3
servizi di alloggio, bar e ristoranti	23,5

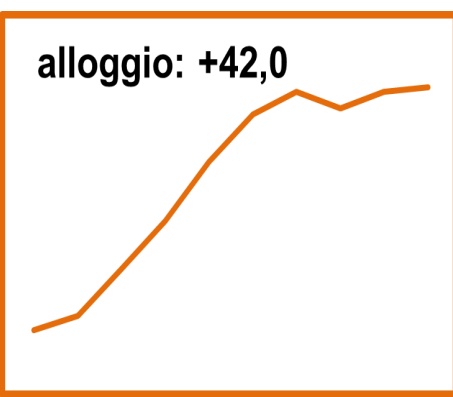
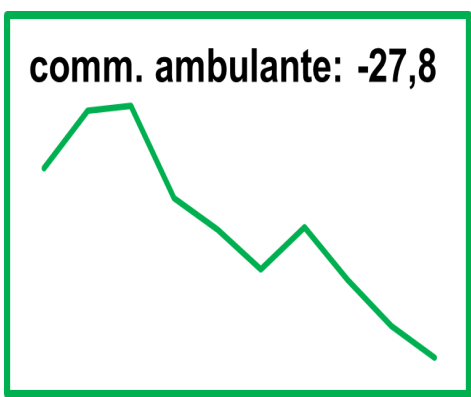
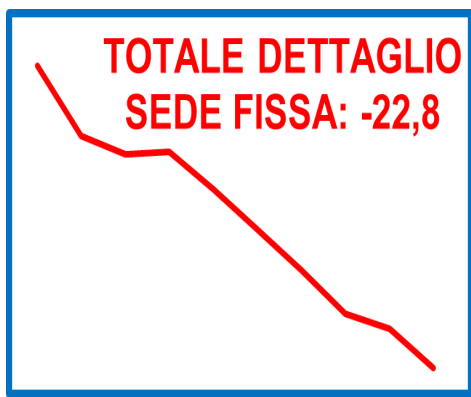
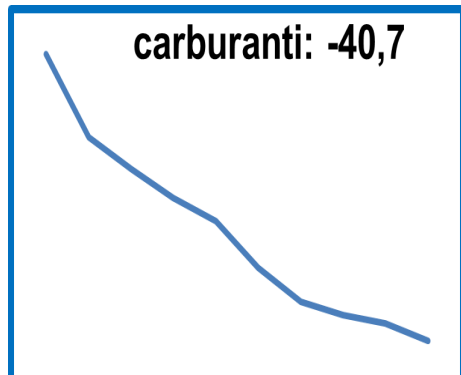
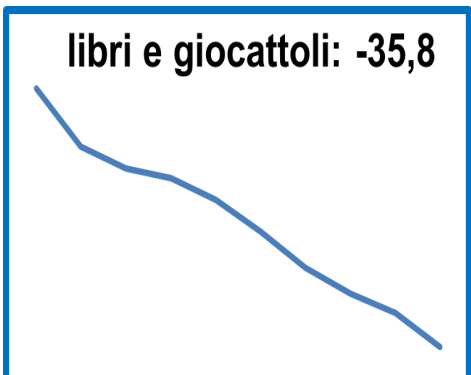
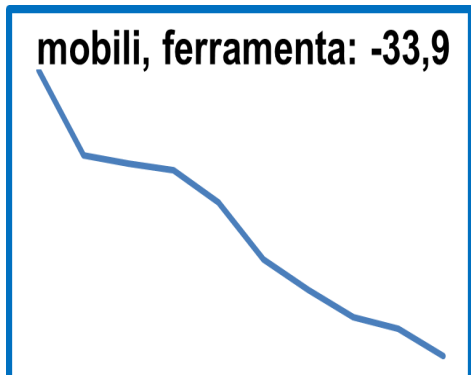
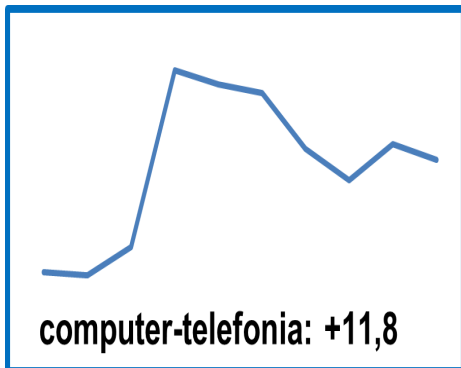
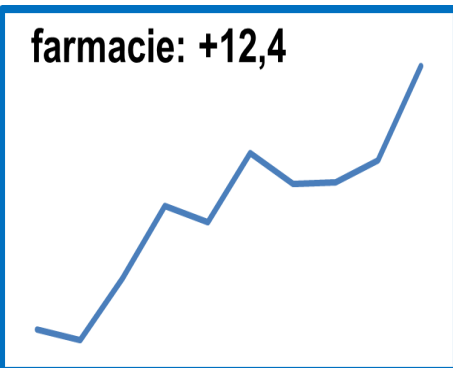
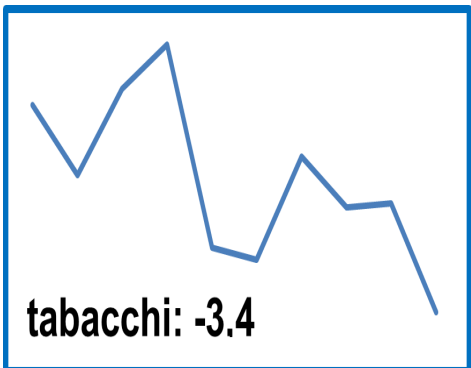
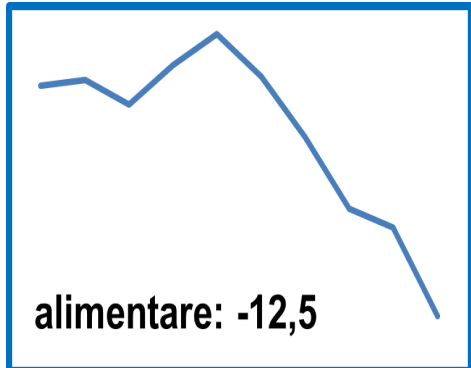
centri storici (CS) vs altro (NCS)

120 comuni - imprese attive	var. % 2012-2023			
	SUD		CENTRO-NORD	
	CS	NCS	CS	NCS
commercio dettaglio in sede fissa	-20,6	-17,3	-24,0	-22,5
commercio ambulante	-27,2	-28,7	-28,3	-29,2
alberghi	-10,4	0,1	-6,9	-8,3
altre forme di alloggio	168,2	118,3	86,7	72,5
bar	-10,3	-12,7	-20,9	-20,6
ristoranti	28,3	22,1	20,0	12,0

1 performance migliori nel Sud - 2 commercio fisico peggiore nei CS rispetto a NCS - 3 i b&b sono responsabili della crescita della voce alloggio a scapito degli alberghi tradizionali - 4 molti bar hanno cambiato codice spostandosi sulla somministrazione propriamente detta (ristoranti)

centri storici: focus categorie

dinamiche e var. % 2012-2023 - imprese attive



Le determinanti della variazione del numero/densità di negozi nelle città

sviluppo del commercio online (-)
 ciclo economico (+)
 dinamica demografica (+)
 razionalizzazione rete (efficienza) (-)
 flussi turistici (+, con qualificazioni)

e i prezzi/affitti degli immobili commerciali...?
 sono endogeni, quindi non li posso usare direttamente come variabile esplicativa

Le politiche pubbliche dovrebbero finalmente prendere in considerazione il concetto di esternalità positiva del commercio di prossimità, riconoscendo che questo settore fornisce un servizio - la vivibilità quotidiana delle città - il cui valore non è incorporato nei prezzi di mercato (quindi se ne produce di meno). Questo è un valore da difendere per la cittadinanza, non per i commercianti (supporti agli investimenti tecnologici sarebbero i benvenuti perché comporterebbero maggiori profitti su un lato del mercato e presidio territoriale dall'altro).

dinamiche 2018-2024 dell'indice delle vendite al dettaglio ISTAT (var.% a valore primi 8 mesi)

totale	iper	super	discount	piccole superfici	on line
11,4	11,9	19,6	46,8	1,5	117,3
var.% IPC stesso periodo = 18,1					

... e l'overtourism?

Roma: commercio, turismo e (dis)servizi
correlazioni preliminari, ma notevoli

associazione tra variazioni percentuali del numero di attività presenti in 114 quartieri di Roma tra il 2015 e il 2023

esercizi commerciali in sede fissa	vs	servizi turistici		
114 quartieri		ρ	=	-0,14
(nessuna variazione rilevante se si escludono i regolamentati: carburanti, farmacie e tabacchi)				
24 quartieri municipio I		ρ	=	-0,64
(nessuna variazione rilevante se si escludono i regolamentati: carburanti, farmacie e tabacchi)				

fonti

chart 4-5-6-8: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Centro Studi Camere Commercio G. Tagliacarne.

chart 7: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

per la bibliografia e per le valutazioni estese sull'argomento si vedano: Città e demografia d'impresa (nona edizione), 8 febbraio 2024 e Demografia d'impresa nelle città italiane, 19 marzo 2024 (sezione pubblica Ufficio Studi www.confcommercio.it)

il presente documento, chiuso con le informazioni disponibili a settembre 2024, costituisce traccia per una mia presentazione orale (se lo usate da soli è pericoloso)

appunti sul progetto Centri Storici dell'Ufficio Studi Confcommercio

Urbanpromo

**MARIANO BELLA
DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO**

Firenze, 7 novembre 2024