

Economia & Imprese

Commercio, in dieci anni chiusi 70mila negozi

RETAIL

Concommercio registra la scomparsa del 12% di esercenti dal 2008

Crescita a due cifre (+16,5%) per bar, take away, ristoranti e alberghi: 347mila esercizi

Enrico Netti

Tanti piccoli negozi: 70mila per la precisione. L'Italia ne ha persi tanti nell'arco di 11 anni, tra il 2008 e il 2019, passando ai circa 504mila dello scorso anno contro i 574mila del 2008.

Una perdita del 12% ma nei centri storici si supera il 14,3 per cento. Non è andata meglio agli ambulanti, comparto che nello stesso periodo ha perso il 14,2% degli imprenditori scesi a poco più di 84mila dai 98mila del 2008. È crescita a due cifre (+16,5%) per bar, take away, ristoranti e alberghi che superano i 347mila esercizi contro i circa 298mila del 2008. C'è poi l'exploit dell'altro commercio, ovvero chi vende online e porta a porta, per corrispondenza o con i distributori automatici. Una nicchia

che in dieci anni è più che raddoppiata. È quanto rivela la quinta edizione del rapporto «Demografia d'impresa nelle città italiane» presentato ieri da Concommercio. Il rapporto guarda alla desertificazione dei centri storici dove le chiusure aumentano di 3 punti percentuali rispetto alle altre zone delle città.

Resta fortunatamente una certa fluidità del commercio lungo la Penisola. A chiudere sono imprenditori italiani titolari di negozi alimentari e ferramenta, calzature, boutique, libri, giocattoli, bar e ambulanti ma molto spesso nell'attività o licenza subentrano gli imprenditori immigrati. C'è poi l'evoluzione dell'offerta: sono in aumento i negozi di telefonia e infotainment, quelli specializzati nella cura della persona e le farmacie -parafarmacie su cui si stanno concentrando i consumi nell'ultimo decennio.

«Dal punto di vista numerico dal 2012 le imprese registrate sono in numero costante, circa 6,1 milioni - segnala Mariano Bella, direttore ufficio studi di Concommercio -. Quelle italiane si sono ridotte del 2,2% mentre le straniere sono cresciute del 27,7% passando dal 7,8 al 10% del totale imprese». Ovvero le 120mila imprese italiane sparite sono state rimpiazzate da imprese straniere.

Sulle chiusure pesa l'evoluzione delle abitudini d'acquisto oltre ad altri fattori tra cui l'eccessiva pressione fiscale, il prolungato calo dei consumi, molto spesso il caro affitti e la burocrazia, la mancanza di ricambio generazionale per finire con l'e-commerce. Non è un mistero che nessun piccolo commerciante può essere competitivo con i prezzi offerti dalle piattaforme digitali.

Carlo Sangalli, presidente di Concommercio, guarda anche all'altra emergenza che in queste settimane colpisce il comparto: il coronavirus. «In una fase di totale stagnazione dei consumi, gli effetti del coronavirus rischiano di mettere in ginocchio interi comparti economici del nostro Paese - rimarca -. Penso soprattutto al comparto del turismo e della ristorazione con impatti sul Pil di almeno tre decimi di punto. Data la già precaria condizione della nostra economia, non si può escludere la recessione. Di fronte a questo scenario, apprezziamo l'impegno del presidente Conte e del ministro Gualtieri a prevedere specifiche misure di sostegno per i settori delle imprese più direttamente coinvolti».

Il commercio da anni soffre per l'assenza di interventi sostanziali. «I negozi che hanno chiuso in questi dieci anni sono il risultato di politi-

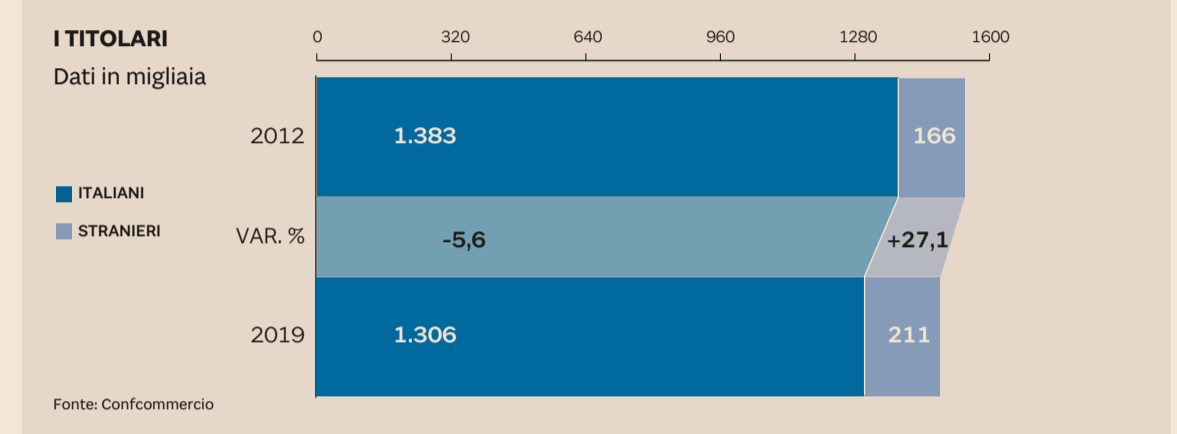
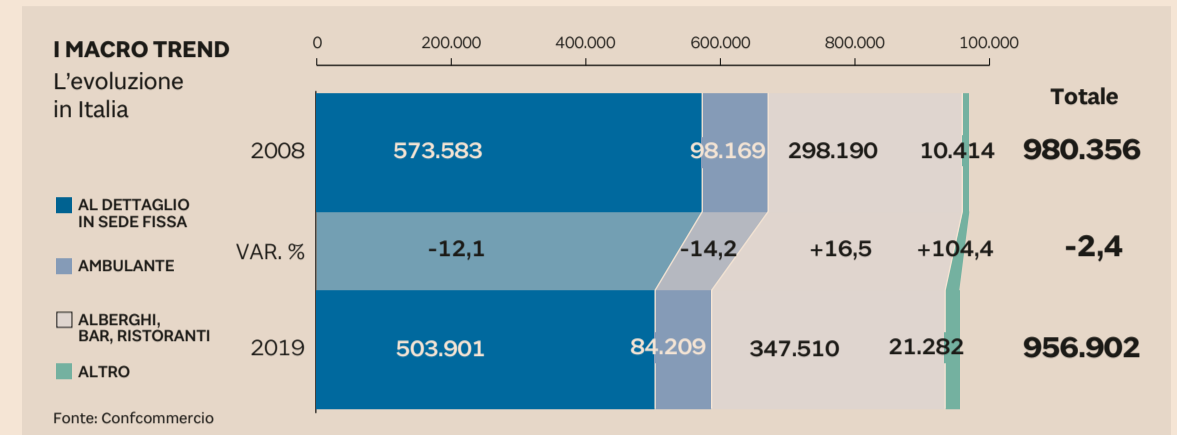
che che hanno clamorosamente mancato l'obiettivo di sostenere l'economia reale - è il commento di Luca Squeri, deputato di Forza Italia -. Ancora più macroscopici gli errori commessi dal governo, a partire dalle sanzioni sul pos e dalla mancata proroga della cedolare secca per gli affitti commerciali. Un accanimento destinato purtroppo a peggiorare ancora la situazione».

Oltre a lanciare l'allarme Concommercio suggerisce alcuni percorsi di rigenerazione urbana per il rilancio delle piccole attività. Progetti per la valorizzazione del commercio come asset per lo sviluppo e l'identità urbana secondo un modello di co progettazione delle città. L'organizzazione guidata da Sangalli chiede la definizione di un piano pluriennale per la rigenerazione urbana finanziato con fondi pubblici per garantire qualità fisica e infrastrutturale delle città per dare certezze a chi decide di investire. A livello europeo viene anche chiesta l'attuazione dell'Agenda urbana dando continuità al Programma nazionale per le città metropolitane, con misure di sostegno a favore delle Pmi che operano nelle città e rilanciando la strategia nazionale per le aree interne.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La crisi del settore



In arrivo i fondi alle scuole per l'acquisto dei giornali

EDITORIA

A breve il decreto che sblocca i 20 milioni della legge di Bilancio

Andrea Biondi

Entrerà in vivo l'operazione che porterà nelle scuole statali e paritarie italiane - di ogni ordine e grado - 20 milioni per l'acquisto di abbonamenti cartacei e digitali a quotidiani, periodici e riviste scientifiche e di settore.

Il decreto del sottosegretario con delega all'informazione e all'editoria, di concerto con il Ministero dell'Istruzione è in arrivo e saranno gli incontri tecnici della prossima settimana - il primo sarà martedì - a dare il la, chiudendo il cerchio su una misura prevista nella legge di Bilancio 2020 e contenuta nei commi che vanno dal 389 al 392.

«Dobbiamo essere molto soddisfatti per questa notizia - dichiara in una nota la viceministra dell'Istruzione Anna Ascani - perché stiamo rafforzando la missione educativa della scuola». Il sottosegretario alla presidenza del Consiglio con delega all'editoria, Andrea Martella, sottolinea come «l'accesso critico e consapevole dei giovani all'informazione costituisce anche il primo e più importante strumento per combattere le fake news e ogni forma di ma-

nipolazione dell'opinione pubblica». Il Dpcm che darà il via alle danze è stato preceduto nei giorni scorsi da una circolare del Ministero dell'Istruzione in cui si spiega che «sarà essenziale che le scuole interessate inseriscano, all'interno del Piano triennale dell'offerta formativa, a decorrere già dal corrente anno scolastico, programmi per la promozione della lettura critica e l'educazione ai contenuti informativi».

Le 11 mila istituzioni scolastiche statali e paritarie italiane avranno così di-



ANDREA MARTELLA
Sottosegretario alla presidenza del Consiglio con delega all'editoria

sposizione fondi per avvicinare alla lettura di quotidiani, periodici o riviste specializzate i lettori del domani, inevitabilmente immersi in un mare magnum in cui costruire la capacità critica di saper scegliere fra le fonti non è derubricabile a esercizio banale.

«Esprimo soddisfazione per l'imminente varo del decreto» dice il presidente Fieg, Andrea Riffeser Monti, per il quale «l'utilizzo dell'informazione di qualità nelle scuole dove i giovani diventano cittadini costituisce un importante traguardo a cui gli editori hanno

dato, e intendono continuare a dare, il proprio contributo. Ricordo la campagna dei giornali della Fieg per la raccolta di firme promossa dall'Ance per l'educazione alla cittadinanza come materia nelle scuole, diventata legge».

Nella pratica, a quanto risulta al Sole 24 Ore, a disposizione delle scuole elementari non ci dovrebbero essere i quotidiani, ma periodici e riviste. Quanto alle superiori per gli studenti delle sole prime classi (sono all'incirca 600 mila studenti) i fondi saranno caricati sulla Carta dello Studente «IoStudio» e saranno utilizzabili per l'acquisto di abbonamenti cartacei e digitali a quotidiani e periodici. Le scuole medie e le superiori, come istituti, potranno invece sfruttare le risorse per acquistare abbonamenti a periodici e riviste o anche a quotidiani quando inseriti in progetti di lettura critica.

I fondi saranno resi disponibili alle scuole attraverso bandi (probabilmente saranno più di uno) adottati dal Dipartimento editoria della Presidenza del Consiglio. Da parte del ministero dell'Istruzione c'è poi tutto l'impegno a sensibilizzare il più possibile le scuole per partecipare a un'iniziativa che non sarà comunque a costo zero. I fondi andranno infatti a coprire il 90% della spesa. Quel 10% mancante risponde alla necessità di avere istituti motivati e intenzionati a far fruttare al meglio questa occasione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DALLA FORMAZIONE LA NOSTRA CRESCITA

La rapida evoluzione tecnologica spinge le aziende ad investire sempre più nella formazione delle risorse umane per mantenere adeguati livelli di competitività nei mercati globali.

Nel contempo i giovani specialisti sono linfa vitale per l'impresa in un tempo in cui linguaggi e processi cambiano ad una velocità mai sperimentata prima. Corvallis stanza ogni anno importanti investimenti per la formazione interna e crede fermamente nell'inserimento precoce degli studenti in azienda.

È per questo che abbiamo dato vita al primo corso in Italia di ITS residenziale, permettendo ad una selezione di studenti di concludere i loro studi specialistici direttamente nelle nostre sedi, attraverso un modello di apprendimento "on the job" che mira a creare figure professionali capaci di fare la differenza nell'economia del futuro.

Formiamo i professionisti del futuro

IN EDICOLA IL NUOVO «IL»

I nativi digitali nell'era del vocale, l'invasione degli smart speaker

Ecco le ultime scoperte scientifiche e gli studi sulla fonetica applicata

Nicoletta Polla Mattioli

Pronunciamo 150 parole al minuto, riusciamo a scriverne 40. La generazione digitale sta subendo una rapida, come sempre quando si tratta di tecnologia, mutazione vocale.

Le parole che usiamo e il modo in cui le pronunciamo riflettono la nostra identità. Forse è per questo che, proprio quando tutto sembrava passare per uno schermo e tramite la scrittura (post, tweet e messaggi), le corde vocali ricominciano a farsi sentire, anche su whatsapp e su applicazioni nate visive prima che sonore. È dedicato al potere della voce il nuovo IL in edicola da oggi con il Sole24 Ore: un'inda-

gine a 360 gradi che parte dall'invasione degli smart speaker passando per i cloud dove finiscono le informazioni che la rete ascolta (e che tanto mettono in gioco la nostra privacy), per arrivare al nuovo «instagram per le orecchie». Non può mancare un approfondimento sulle ultime scoperte scientifiche, in particolare gli studi di fonetica applicata che dimostrano come, alterando toni e decibel di un discorso politico, si può modificare il consenso e l'indice di credibilità, prescindendo dai contenuti. Fra registrazioni politiche e podcast culturali, una nota di costume: mentre in questi giorni Milano ospita la Fashion Week, curioso che proprio l'invito alla sfilata che ha dato inizio alla settimana non sia stato un ecologico e-vite e neppure un capolavoro di cartotecnica, ma un sonoro whatsapp. La voce era quella di Alessandro Michele!

EDITORIA



Il mensile «IL»

È dedicato al potere della voce il nuovo IL in edicola da oggi: un'indagine a 360 gradi che parte dall'invasione degli smart speaker

© RIPRODUZIONE RISERVATA