

Il boom e-commerce

In vent'anni sul web da 90 a 700 attività

Ma negozi giù del 9%

In provincia 5.395 imprese, calo superiore alla media nazionale
Male abbigliamento, ferramenta, profumerie e bar
In crescita librerie, farmacie, telefonia e ristoranti

Il dibattito continua

Confcommercio e Comune, posizioni differenti

Venerdì Confcommercio ha diffuso pubblicamente i dati sulla crisi dei negozi a Forlì città dal 2012 a oggi: 260 esercizi in meno, pari a 1.500 posti di lavoro. L'indomani, l'assessore al centro storico Andrea Cintorino ha analizzato che il calo è concentrato dal 2012 al 2019 (dunque prima dell'amministrazione Zattini) e che Forlì ha una tenuta migliore rispetto alle altre città romagnole, con settori vivaci, per esempio l'accoglienza e la ristorazione

Nei giorni scorsi si sono succedute analisi e dati con tema la chiusura di attività commerciali al dettaglio. Sono infatti intervenuti il direttore di Confcommercio, Alberto Zattini, e l'assessore comunale al centro storico, Andrea Cintorino. Anche la Camera di Commercio offre il proprio contributo e parla di un calo delle imprese del commercio al dettaglio nei territori di Forlì-Cesena e Rimini.

Nel confronto di lungo periodo 2003-2023, la variazione negativa è inferiore a quella regionale, ma superiore a livello nazionale. Soffrono gli esercizi specializzati, quelli non specializzati (in tono minore) e, soprattutto, il commercio ambulante. In forte aumento, invece, gli esercizi al di fuori dei negozi e mercati, tra i quali spicca l'e-commerce. Numeri positivi per gli esercizi della ristorazione, ma solo grazie alla crescita dei ristoranti; in dimi-

nuzione, invece, i bar. «Nei venticinque anni dall'entrata in vigore della legge Bersani - commenta Carlo Battistini, presidente della Camera di Commercio della Romagna -, gli scenari sono profondamente cambiati. Se ci si focalizza sull'avvento e l'evoluzione del web nel 2003, nelle nostre province erano circa novanta le attività commerciali online, numero comprensivo anche delle vendite sui canali tv e radio. Dopo vent'anni, le sole attività commerciali online sono quasi settecento. È evidente quindi come sia necessario un aggiornamento della normativa, adeguandola alla società attuale e valorizzando tutti gli aspetti del commercio, fisico tradizionale e online».

Alla fine del 2023 in provincia di Forlì-Cesena si contavano 5.395 attività del commercio al dettaglio: il 79,7% è costituito dai negozi (specializzati e non),



La crisi dei negozi è certificata dai dati della Camera di Commercio della Romagna

il 12,9% dal commercio ambulante e il 7,4% dagli esercizi al di fuori dei negozi e mercati. Osservando l'ultimo decennio, nel confronto con il 2013 si riscontra un calo complessivo delle imprese del commercio pari al 9,1%, con -9,1% anche per i negozi, inferiore alla flessione re-



Il presidente Battistini «Gli scenari sono radicalmente mutati e la normativa deve essere aggiornata»

gionale (-9,9%) ma superiore a quella nazionale (-7,1%).

Il settore con il calo maggiore è quello delle edicole con un -31,1%, poi -15% i negozi di abbigliamento, che rappresentano la parte prevalente del settore, -15,1% gli articoli sportivi, -9,1% le tabaccherie, -16,3% le ferramenta, -6,6% i mobili, -10,2% le profumerie, -17,3% i negozi di calzature e -14,3% i fiorai. Nell'ambito alimentare calano le macellerie (-21,2%) e le peschierie (-11,5%).

In crescita, invece, le librerie (+21,4%), i distributori di carburante (+5,2%), le farmacie (+10,3%), gli articoli medicali e ortopedici (+14,3%) e i prodotti per telefonia (+8,2%). Nell'alimentare, infine, i negozi di frutta e verdura segnano un +5,3%, le bevande +36,8% e gli altri prodotti alimentari il +10%.

Gianni Bonali