

Ogni giorno spariscono tre attività Allarme negozi in Emilia-Romagna

La regione è fra quelle con minore incidenza dei piccoli esercizi sulla popolazione residente

RIMINI

Nel 2022 in Emilia-Romagna sono spariti 1253 negozi al dettaglio, in pratica più di tre al giorno. Il dato emerge dalle elaborazioni realizzate da Confesercenti su dati delle camere di commercio. L'Emilia-Romagna, con 9,5 negozi ogni mille abitanti, è anche fra le regioni con la minore incidenza dopo Trentino Alto Adige (6,9), Friuli-Venezia Giulia (7,8) e Lombardia (8,4). La media italiana è di 12.

Il crollo delle aperture.

A livello nazionale nel 2022 sono nate solo 22.608 nuove attività, il 20,3% in meno del 2021. Un numero del tutto insufficiente a compensare le oltre 43mila imprese che hanno abbassato per sempre la saracinesca, e che fa chiudere l'anno con un bilancio negativo per oltre 20mila unità, per una media di oltre due negozi spariti ogni ora.

Mentre il numero di chiusure è in linea con quello rilevato negli anni pre-pandemia, il dato delle aperture del 2022 è il più

basso degli ultimi dieci anni, inferiore del -47,9% non solo al valore del 2012 - quando, nonostante la crisi, avevano aperto oltre 43mila attività del commercio - ma anche rispetto al 2020, anno dell'emergenza Covid e del lockdown, che comunque aveva registrato l'arrivo sul mercato di oltre 25mila imprese del commercio; nel 2019, le aperture erano state 29mila. Il calo delle nuove aperture è rilevante soprattutto in Sardegna (-33,2% rispetto al 2021), Piemonte (-29,3%) e Umbria (-27,3%).

In un anno persi 1253 negozi

La desertificazione delle attività commerciali colpisce tutto il territorio nazionale, anche se a registrare i saldi peggiori sono le regioni con un tessuto commerciale più sviluppato. In termini assoluti, a registrare la perdita più rilevante è la Campania, con un saldo negativo di -2.707 negozi; seguono, a stretta distanza, il Lazio (-2.215) e la Sicilia (-2.142). Perdite rilevanti anche in Lombardia (-2.123), Pie-

Commercio al dettaglio. Imprese ogni 1000 abitanti	
Anno 2022	
Piemonte	10,8
Valle d'Aosta	9,8
Lombardia	8,4
Trento/Bolzano	6,9
Veneto	9,0
Friuli-Venezia Giulia	7,8
Liguria	14,1
Emilia Romagna	9,5
Toscana	12,4
Umbria	12,3
Marche	10,8
Lazio	13,1
Abruzzo	13,8
Molise	13,7
Campania	19,5
Puglia	15,1
Basilicata	13,9
Calabria	18,7
Sicilia	15,1
Sardegna	14,4
MEDIA ITALIA	12

monte (-1.683), Toscana (-1.479), ed Emilia-Romagna (-1.253). In termini relativi, però, la perdita peggiore è quella registrata dalle Marche, dove il calo percentuale delle imprese del commercio attive, rispetto al 2021, è del -8,8%: quasi una su dieci. Seguono Friuli-Venezia Giulia (-4,7%) e Molise (-4,4%).

Tra chiusure e mancate aperture, il numero di negozi di vicinato al servizio della comunità è calato, rispetto al 2012, del -14,3% circa. Come detto, il tessuto del commercio resiste meno in Friuli Venezia-Giulia, Lombardia, Trentino Alto Adige ed Emilia-Romagna. Di più nelle regioni del Sud, in particolare in Campania (19,7 imprese ogni

mille abitanti), Calabria (18,7) e Sicilia e Puglia (entrambe con 15,1).

Il ruolo dei negozi di vicinato

«La ripartenza post-pandemia non è riuscita a infondere nuovo slancio alle piccole imprese del commercio al dettaglio. Aprire una nuova attività di commercio di vicinato, in un mercato crescentemente dominato da grandi gruppi e giganti dell'online, è sempre più difficile: e i neoimprenditori, semplicemente, rinunciano, come evidente dal calo delle nuove aperture, inferiore addirittura all'anno della pandemia», spiega Patrizia De Luise, Presidente di Confesercenti. «A rischio c'è il pluralismo del sistema distributivo e il servizio ai cittadini: proprio l'anno della pandemia ha dimostrato il valore della rete dei piccoli negozi - dagli alimentari alle edicole - per la popolazione. Occorre aiutare le piccole superfici di vendita a inserirsi nel mercato e a restarci. Innanzitutto, puntando di più sulle politiche attive, a partire dalla formazione imprenditoriale e dal tutoraggio delle start-up da parte delle associazioni di categoria. Ma servirebbe una spinta anche sul piano fiscale, con un regime agevolato per le attività di vicinato».