

# Negozi, la corsa delle aperture Sono più di duemila al mese

## I dati Confesercenti. La spinta della staffetta generazionale

Si aprono molti più negozi di quanti se ne chiudano, la proporzione è quasi di tre a uno. Non è poco. Il dato arriva dalle rilevazioni periodiche della Confesercenti che ha preso in esame i primi otto mesi del 2015. Ebbene i commercianti che hanno abbassato definitivamente la serranda sono stati 6.052, con una flessione più accentuata nel Sud e nelle Isole. I settori merceologici più colpiti sono stati il tessile-abbigliamento, la distribuzione di carburante, le edicole e i negozi di sigarette elettroniche. Quelli che invece hanno alzato per la prima volta la serranda sono stati 17.015, un dato superiore (+16%) al periodo gennaio-agosto 2014 quando erano stati comunque aperti 14.647 esercizi. Per completare il quadro va segnalato l'eccezionale dinamismo del commercio ambulante che continua a crescere del 3,6% con 6.682 nuove imprese. Un boom, secondo la Confesercenti, che fa leva principalmente

sulla mobilitazione di imprenditori stranieri. Cosa ci suggeriscono di nuovo questi dati? Che è in atto e si accentua una sorta di staffetta generazionale. Lasciano i commercianti più in là con gli anni e vengono rimpiazzati abbondantemente da gio-

vani under 40 che guardano al commercio come il settore privilegiato per l'auto-impiego. Basta incrociare questi numeri con quelli dell'apertura delle nuove partite Iva per averne la quasi certezza. Si può aggiungere che visto l'alto tasso di voca-

### I numeri



● Il presidente della Confesercenti, Massimo Vivoli

● Secondo i dati Confesercenti le aperture gennaio-agosto sono state 17.015, un dato superiore del 16% rispetto al 2014

zioni non è vero che la grande distribuzione stia ammazzando la voglia di piccolo dettaglio, anche se per supportare quest'affermazione andrebbero individuati con precisione i settori merceologici e la tipologia delle città a maggiore densità di esercizi commerciali neonati. Un altro dato che servirebbe è quello della vita media dei nuovi negozi perché nelle grandi città si ha la netta sensazione di una rotazione accelerata dovuta all'inesperienza dei nuovi commercianti, alle obiettive difficoltà di mercato e a una ripresa dei consumi che va a singhiozzo. Se poi dalla statistica volessimo passare alle azioni e alle misure che possono aiutare quest'immissione di nuove energie e riqualificare l'offerta commerciale dovremmo metter al primo punto la formazione seguita dall'assistenza tecnico-burocratica. Un'esperienza interessante che potrebbe favorire i processi di crescita delle nuove imprese è quella dei distretti commerciali, specializzati e non, che creando un ambiente favorevole e mettendo a fattor comune alcuni servizi possono evitare aperture-chiusure troppo ravvicinate nel tempo con tutto quello che ne consegue in termini di uso razionale delle risorse. In fondo, con tutti i caveat necessari, per il commercio i dati fanno intravedere una stagione di discontinuità.

**Dario Di Vico**

© RIPRODUZIONE RISERVATA