



Commercio, per quello di prossimit  rischi da burocrazia e mancato ricambio

Descrizione

(Adnkronos)    Pi ¹ di un imprenditore su due vuole restituire competenze ai giovani ma il ricambio generazionale e la burocrazia frenano l  impresa. Sono questi alcuni dei dati emersi dall  indagine Il valore dell  esperienza civile ed economica degli imprenditori senior, ideata e promossa da Fondazione 50&Pi ¹ e Fondazione Giuseppe Orlando, presentata    per la prima volta in Italia    all  appuntamento   Contro il deserto urbano. Proposte e strategie intergenerazionali per il commercio di prossimit    . L  incontro si    svolto nei giorni scorsi, presso la Sala Orlando di Confcommercio, a Roma. All  evento oltre ai presidenti delle fondazioni anche Valeria Baglio, assessora alle Attivit   produttive del Comune di Roma, e Carlo Sangalli, presidente nazionale Confcommercio. Al confronto, moderato da Stefania Marignetti dell  Adnkronos, hanno partecipato, con la loro testimonianza di passaggio generazionale, Ines Di Lelio e sua figlia nn Chiara Cuomo, titolari dell  attivit       Il vero Alfredo   a Roma che portano avanti la tradizione di famiglia, avviata nel 1908.

Costi di gestione dell  attivit   troppo elevati (41,5%), concorrenza della grande distribuzione (37,2%), crescita degli acquisti on line (34%) e burocrazia (30,3%): sono queste le cause che negli ultimi anni hanno accentuato il fenomeno della desertificazione commerciale e hanno provocato conseguenze non solo economiche ma anche sociali, tra cui l  aumento progressivo dei locali sfitti (71,4%), minore vivibilit   dei centri urbani (68.8%) e indebolimento delle relazioni sociali (65,1%).

  Di certo incidono costi e peso normativo, ma anche la mancanza di un ponte strutturato verso le nuove generazioni ha un suo peso  , ha commentato Pierluigi Ascani, presidente della societ   di ricerca Format Research che ha condotto l  indagine. Proprio sul valore umano della transizione si    soffermato Sebastiano Casu, presidente di Fondazione 50&Pi ¹ ETS:   La successione deve diventare un cantiere educativo che si avvia con anni di anticipo. Oltre il 62% dei senior vorrebbe trasmettere competenze pratiche ai giovani  . E sulla dimensione identitaria del negozio    intervenuta Marisa Tiberio, presidente di Fondazione Giuseppe Orlando ETS:   Per l  80% dei titolari l  attivit      stata il pilastro della propria identit  , per questo il passaggio non pu   essere ridotto a mera pratica burocratica  .

All'evento Valeria Baglio, assessora alle Attività Produttive di Roma Capitale ha sottolineato che •Contrastare la desertificazione commerciale significa difendere la qualità della vita, le relazioni sociali e l'identità dei nostri quartieri. I negozi di prossimità non sono soltanto attività economiche, ma presidi di socialità e punti di riferimento per le comunità. Come Roma Capitale siamo impegnati a tutelare il commercio tradizionale, valorizzare le botteghe storiche e contrastare l'omologazione dell'offerta commerciale. Vogliamo una città attrattiva, capace di accogliere turisti e investimenti, ma che continui a essere prima di tutto un luogo in cui vivere e lavorare•.

Ha concluso i lavori Carlo Sangalli, presidente nazionale Confcommercio che ha sottolineato che •Confcommercio si è impegnata nel progetto Cities, che vedrà il suo evento annuale a Bari tra un paio di settimane. È una giornata di mobilitazione nazionale in cui le Confcommercio territoriali porteranno ai sindaci proposte concrete per riportare funzioni economiche e vitali negli spazi oggi inutilizzati. Proponiamo di rivitalizzare i servizi di prossimità all'interno del modello italiano di pluralismo distributivo, nella convinzione che rigenerazione sia proprio questo, dare nuova vita all'esistente assumendosi la responsabilità delle città e dei territori, patrimonio collettivo come leva per il futuro, come bene comune•.

•

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 16, 2026

Autore

redazione