

IRPET Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana



3 marzo 2025

**Sala Luca Giordano,
Via Cavour 1 - Firenze**

Se vive il commercio vivono le città

Nicola Sciclone – Direttore IRPET

Chiara Agnoletti e Valentina Patacchini – IRPET

Se vive il commercio, vivono le città



- **Le attività commerciali sono un motore dell'economia cittadina**

Il commercio crea lavoro, genera reddito e aumenta le entrate fiscali per il comune, che può così investire in servizi pubblici, infrastrutture e sicurezza. Senza una adeguata rete di commercio, ogni città rischia il declino, lo spopolamento e la perdita di attrattività.

- **Le attività commerciali favoriscono la socialità.**

Negozi e mercati insieme a ristoranti e caffè sono luoghi di incontro e di scambio tra persone, contribuendo a creare una rete di relazioni che rafforzano il senso di comunità.

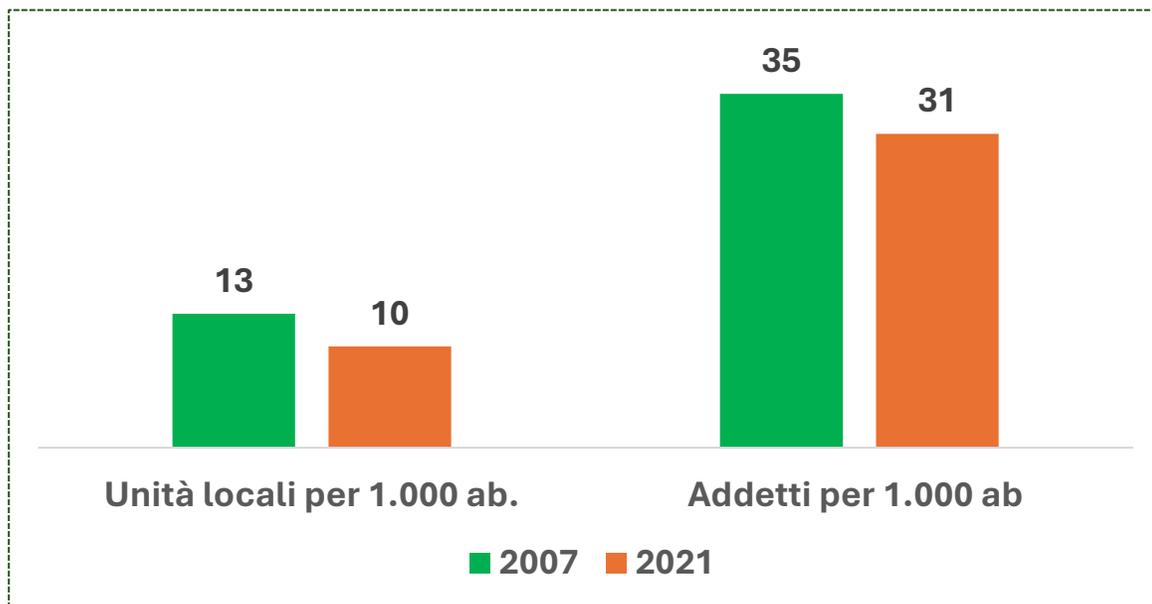
- **Le attività commerciali conferiscono identità ai quartieri e ne modellano il paesaggio urbano**

Le botteghe artigiane o i mercati locali caratterizzano l'identità urbana e definiscono il volto di molte città italiane.

Esiste in definitiva una **coscienza di luogo**, oltre che di classe, che parte dal presupposto che **ogni territorio non è solo uno spazio geografico**, ma anche e soprattutto **una comunità** fatta di valori, attività, comportamenti, relazioni, usanze, interessi, **rapporti produttivi** e sociali; una comunità che, la presenza di una fiorente rete di attività commerciali, contribuisce a determinare.

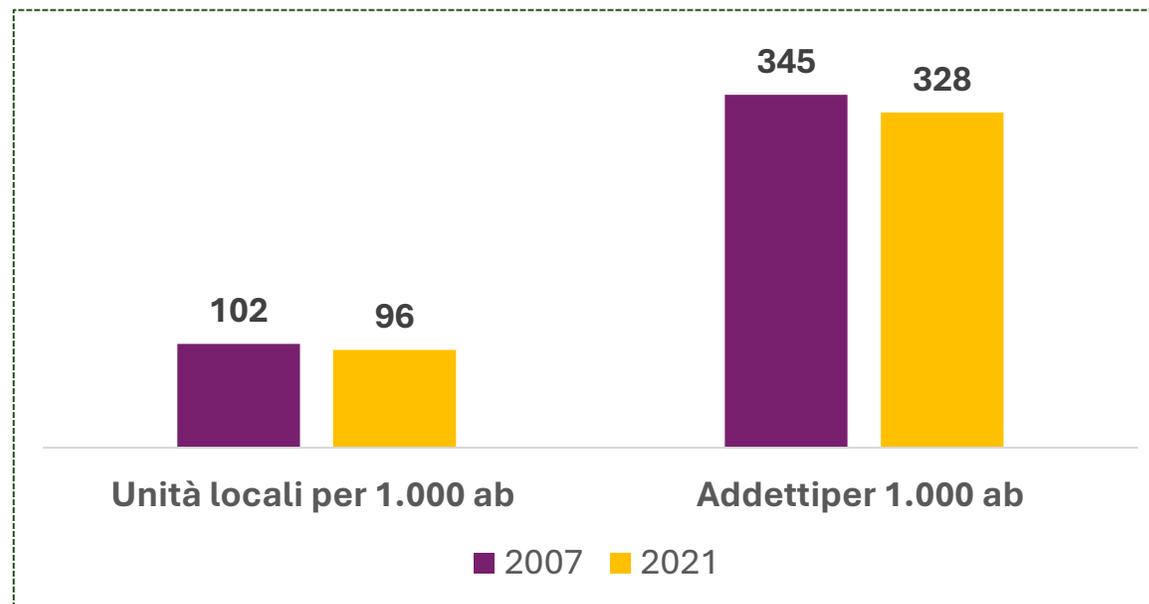
I numeri del commercio in Toscana

Unità locali ed addetti per 1.000 abitanti - Commercio



*10 unità locali ogni mille abitanti (erano 13)
31 addetti ogni mille abitanti (erano 35)*

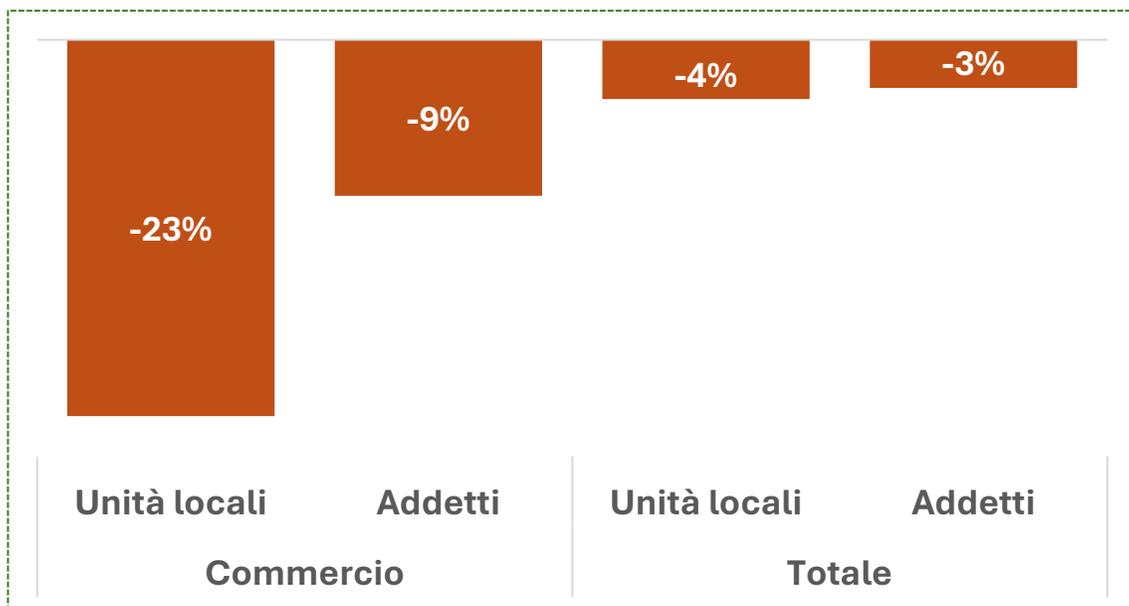
Unità locali ed addetti per 1.000 abitanti - Totale



*96 unità locali ogni mille abitanti (erano 102)
328 addetti ogni mille abitanti (erano 345)*

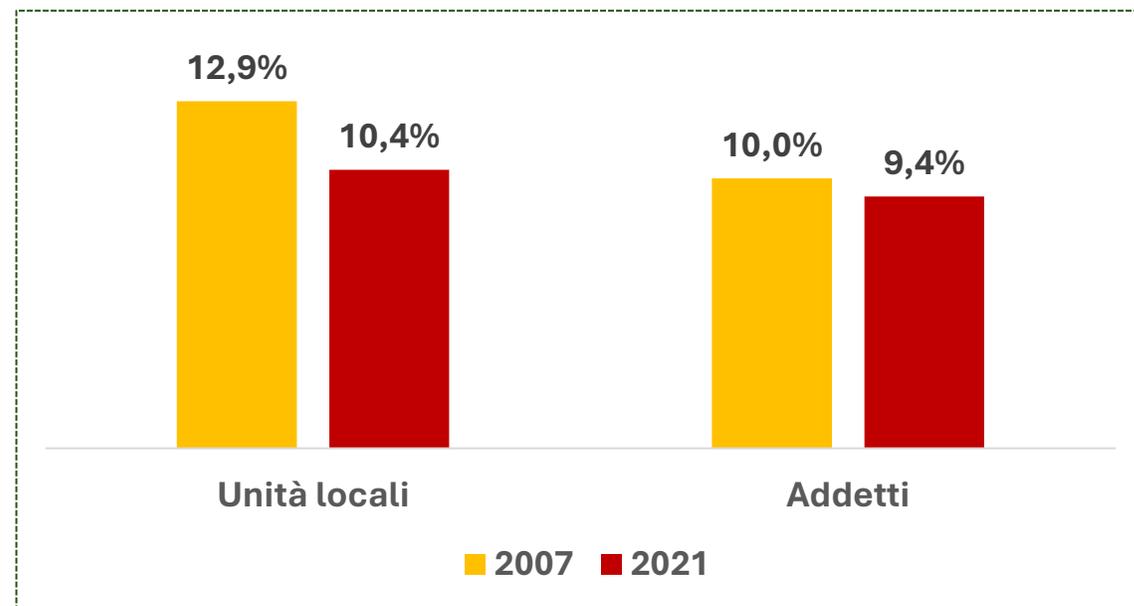
I numeri del commercio in Toscana

Variazione percentuale 2021-2007



Unità locali ed addetti calano più nel commercio che nel complesso dell'economia

Peso commercio su totale attività 2021-2007



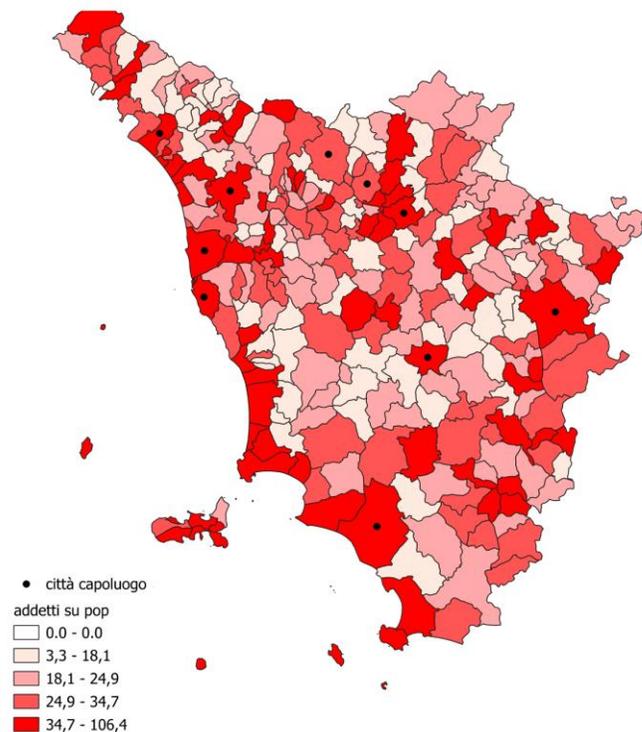
E quindi si riduce il peso del commercio in termini di addetti ed unità locali

La distribuzione territoriale degli addetti nel commercio

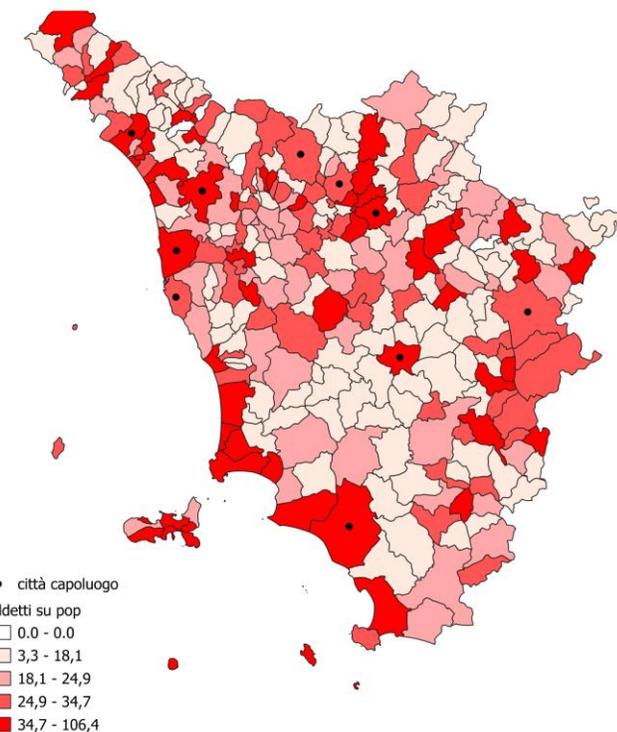
Addetti per mille abitanti

Classificazione Snai	Addetti per 1.000 abitanti 2021
Polo	34,83
Cintura	27,50
Intermedio	22,68
Periferico	26,56
TOTALE	30,72
Di cui sotto 5000 abitanti	20,39
Di cui sopra 5000 abitanti	31,55

2007



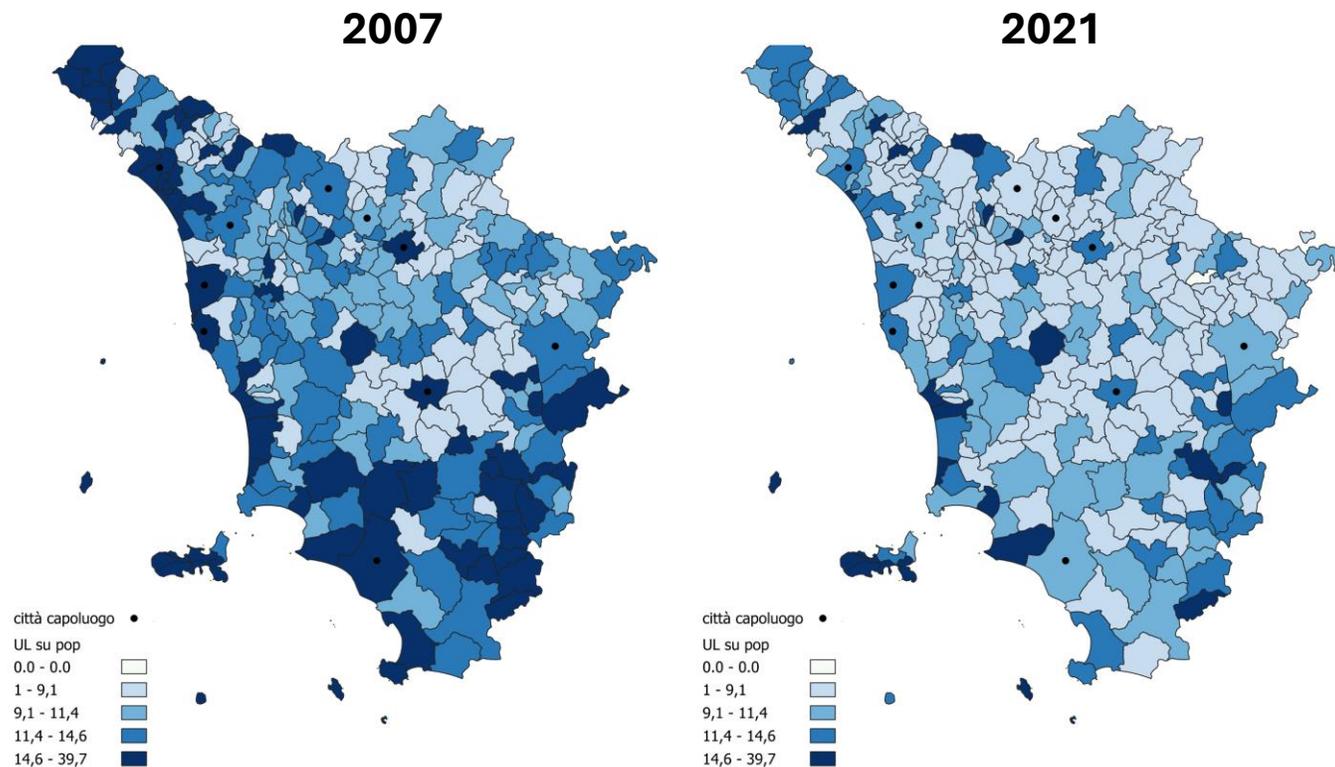
2021



La distribuzione territoriale delle unità locali nel commercio

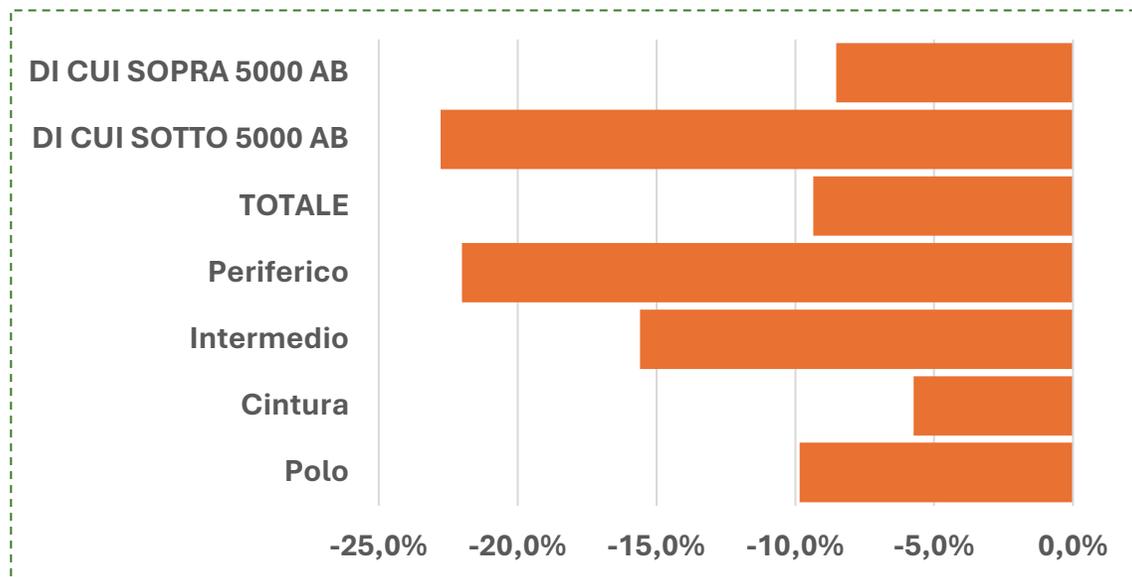
Classificazione Snai	Unità locali per 1.000 abitanti 2021
Polo	10,91
Cintura	8,58
Intermedio	9,31
Periferico	11,46
TOTALE	9,92
Di cui sotto 5000 abitanti	9,31
Di cui sopra 5000 abitanti	9,97

Unità locali per mille abitanti



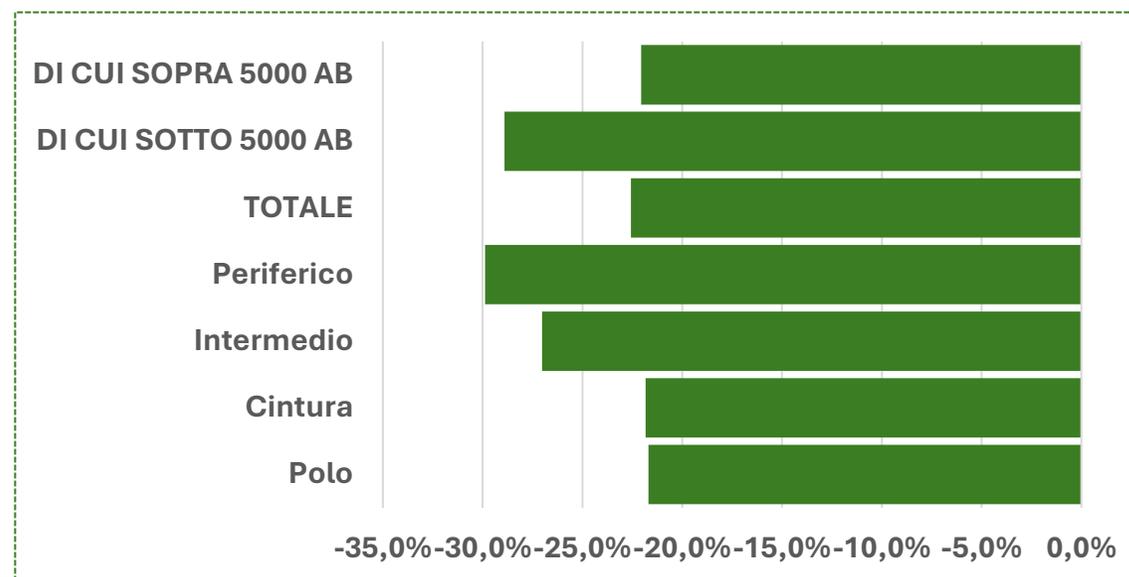
I numeri del commercio in Toscana

Addetti al commercio
Variazione percentuale 2021-2007



Variazioni negative e più consistenti nei borghi e nei comuni periferici

Unità locali del commercio
Variazione percentuale 2021-2007



Variazioni negative e più consistenti nei borghi e nei comuni periferici

Gli esercizi commerciali per i consumi alimentari di base

	Variazione % comm. alim. di base Unità locali 2021-2007 -34%	Variazione % comm. alim. di base Addetti 2021-2007 -26%
<i>Minimercati alimentari</i>		
<i>Esercizi di prodotti surgelati</i>		
<i>Esercizi di frutta e verdura</i>		
<i>Esercizi di prodotti a base di carne</i>		
<i>Commercio di pesci, crostacei e molluschi</i>		
<i>Commercio di pane</i>		
<i>Commercio di torte, dolci</i>		
<i>Commercio di bevande</i>		
<i>Commercio di latte e di prodotti lattiero-caseari</i>		
<i>Commercio di caffè torrefatto</i>		
<i>Commercio prodotti macrobiotici e dietetici</i>		
<i>Altri prodotti alimentari</i>		
<i>Commercio ambulante di alimentari e bevande</i>		
	(-23% totalità degli esercizi commerciali)	(-9% totalità degli esercizi commerciali)

Comuni privi degli esercizi commerciali dediti alla vendita di

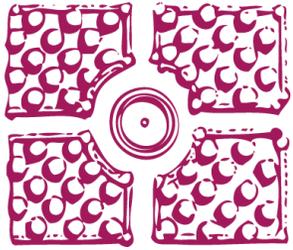
Frutta e verdura	84
Prodotti a base di carne	29
Pesci, molluschi, crostacei	196
Pane	100
Bevande	104
Latte e prodotti lattiero-caseari	156

Concludendo, sul commercio in generale

- È in atto una **polarizzazione territoriale** degli insediamenti commerciali. Le chiusure degli esercizi sono maggiori nelle periferie rispetto ai centri storici o ai grandi poli, anche se in questi ultimi è in atto una importante trasformazione. Inoltre, il commercio nei piccoli comuni ha perso di più rispetto a quanto accaduto nei grandi comuni.
- Le nuove modalità di vendita (**online, centri commerciali e outlet**) hanno messo in crisi le piccole botteghe ed il vicinato in generale, che non è più riuscito a crescere perché la domanda si è spostata verso questo modello più vicino ai nuovi stili di vita, indebolendo il sistema del commercio più piccolo.
- Due le direzioni su cui puntare: il **commercio digitale** e le **aggregazioni di impresa**: centri commerciali naturali o i distretti urbani del commercio, rappresentano importanti esempi di valorizzazione dell'attività commerciale.

Concludendo, su rischio desertificazione

- **Politiche fiscali:** riduzione delle tasse locali (Imu, Tasi) nelle aree a rischio desertificazione e/o incentivi per i nuovi imprenditori o per chi mantiene aperta un'attività che ha una funzione di servizio in zone critiche;
- **Digitalizzazione:** investimento in piattaforme digitali (e formazione) per permettere ai piccoli commercianti di vendere online, mantenendo un legame con il territorio;
- **Politiche urbane:** rigenerazione urbana per il rilancio delle attività commerciali e riqualificazione di strade e piazze con spazi anche per mercati; recupero degli edifici per l'insediamento di botteghe artigianali, di mercati o altri servizi (coworking spazi condivisi);
- **Politiche culturali:** promozione di eventi e itinerari per la valorizzazione di aree commerciali dei centri urbani o dei borghi.



IRPET Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana



3 marzo 2025

**Sala Luca Giordano,
Via Cavour 1 - Firenze**

Se vive il commercio vivono le città

Nicola Sciclone – Direttore IRPET

Chiara Agnoletti e Valentina Patacchini – IRPET