

Commercio, crescono servizi e turismo ma chiudono più di 200 negozi all'anno

Bordignon (**Ebicom**): «Così rischiamo di trovarci città vuote, puntellate da bar e lavanderie»

TREVISO Sempre più attratti dai centri commerciali e dalle catene della distribuzione organizzata: le abitudini di consumo dei trevigiani, passate ai raggi X dal centro studi **Ebi-comlab**, certificano la crisi del commercio di vicinato. I ricercatori hanno passato in rassegna i dati sulla demografia d'impresa nel terziario dal 2009 al 2024. In questi quindici anni mentre aumentavano le attività legate ai servizi (cresciute di 4111 unità) e al turismo (più 932), quelle del commercio non hanno fatto che arretrare. Il mondo delle «botteghe» entra in crisi soprattutto a partire dal 2012 al ritmo di 230 chiusure all'anno: a diminuire sono tutti i comparti merceologici (del 16,5% l'alimentare, del 35,3% il settore moda, del 19,3% la casa, del 12,8% la cura della persona, sport e tempo libero) con l'eccezione dell'elettronica e della telefonia (+29,4%). Il focus è frutto di un lavoro commissionato dagli enti bilaterali del terziario della provincia di Treviso, partecipati dalla **Concommercio** e dalle sigle sindacali di settore (Filcams-Cgil, Fisascat - Cisl, Uiltucs-Uil). Negli anni considerati, guardando al mondo del lavoro, spicca l'aumento progressivo dei contratti a termine a danno delle assunzioni a tempo indeterminato. Il saldo occupazionale dell'intero terziario è positivo

ma se si sono registrati 77.395 nuovi lavoratori, a tempo determinato, i posti fissi sono scesi di 59.380, al ritmo di 4 mila contratti all'anno. E se anche nel commercio l'occupazione è in crescita, questo lo si deve soprattutto alla grande distribuzione organizzata. Che piace sempre di più a tutti.

In generale un intervistato su tre, negli ultimi dieci anni, ha ammesso di frequentare i centri commerciali più di un tempo. Uno su quattro per raggiungere un negozio più grande di quelli che ha a disposizione nelle vicinanze è disposto anche a recarsi fuori dal proprio comune. Tra le piccole botteghe resistono soprattutto gli acconciatori (l'85% rimane affezionato alle insegne di prossimità) e il settore abbigliamento, a pari merito con le catene più strutturate. Altrettanto arretrante, guardando alla fascia tra i 18 e i 24 anni, è il mondo degli acquisti online. Nel commento del presidente di **Ebicom** Treviso **Adriano Bordignon** traspare la preoccupazione per il futuro e la voglia di affrontare questi mutamenti radicali, che già da tempo, offrono spunti di dibattito sul futuro dei centri storici: «In 15 anni a Treviso e provincia sono spariti oltre 2800 esercizi - fa notare - chiudono librerie, edicole, piccole ferramenta, negozi di giocattoli,

abbigliamento. Bar e pubblici esercizi hanno turnover sempre più alti e vite sempre più brevi. Rischiamo di trovarci città vuote, puntellate soprattutto di parafarmacie, agenzie immobiliari e bar e qualche lavanderia. È necessario invece preservare il tessuto del commercio cittadino con le sue diversità». Se gli aspetti economici del rapporto sono stati curati dall'economista **Alessandro Minello** a due sociologi, Francesco Morace e Linda Gobbi è stato chiesto di indagare le abitudini di consumo dei trevigiani. Malgrado tutto l'appeal del centro storico del capoluogo tiene: quasi un intervistato su due sceglie di frequentare le vie del centro per fare shopping. Ma sperare in svolte radicali nel segno dell'innovazione sembra sempre più difficile. L'ultima nota dolente riguarda infatti i giovani: sempre meno scelgono la strada del fare impresa nel commercio, il 96% degli imprenditori ha oggi più di 30 anni. «Occorre una strategia condivisa con le pubbliche amministrazioni - è l'appello di Bordignon - ma anche un patto con i consumatori che, nel momento in cui escono dal circuito dell'acquisto di prossimità e fisico, rinunciano ad una relazione fondamentale per la qualità della loro vita».

Matteo Marcon

© RIPRODUZIONE RISERVATA





In Calmaggione
Anche in centro
calano le serrande
(Panajotti)