Economia - *Commercio, il paradosso italiano: meno vetrine nei centri, ma fatturati in crescita e imprese più strutturate*

Roma - 22 lug 2026 (Prima Notizia 24) **Rapporto Confcommercio 2018-2025: persi quasi 100mila negozi, ma il giro d'affari sale del 25,7% superando i 410 miliardi. Vola il canale discount, tiene l'occupazione. Sangalli: "La desertificazione incide sulla vivibilità".**

Il commercio al dettaglio italiano ha cambiato volto negli anni a cavallo della pandemia: la rete dei negozi fisici si fa sempre più ridotta e rarefatta, ma le attività superstiti diventano più grandi, strutturate e capaci di generare fatturato. È questo il quadro delineato dal nuovo Rapporto di Confcommercio, che mette in luce un vero e proprio paradosso strutturale per il settore. Nel periodo compreso tra il 2018 e il 2025 le unità di vendita al dettaglio sono scese da 666.479 a 570.313, registrando una flessione del 14,4%: quasi 100mila punti vendita in meno in meno di un decennio. Le contrazioni più severe hanno colpito il commercio ambulante (-27,3%) e i piccoli esercizi alimentari di vicinato (-17,9%). Il Mezzogiorno mostra una parziale controtendenza mantenendo una maggiore capillarità sul territorio, sostenuta anche da una marcata propensione all'autoimprenditorialità legata a minori sbocchi nel lavoro dipendente, fattore che tuttavia espone maggiormente le piccole realtà agli shock di mercato. A fronte del calo di vetrine su strada, la risposta economica del comparto evidenzia un consolidamento: il fatturato complessivo è passato da 326,8 a 410,7 miliardi di euro, segnando un balzo del +25,7%. Tra le formule commerciali a registrare le performance più sostenute figurano i discount alimentari: con un aumento dei punti vendita del 7,4%, il loro fatturato è raddoppiato (+101,1%), confermando la centralità della ricerca di convenienza da parte delle famiglie. Progrediscono anche l'e-commerce, la vendita porta a porta e i distributori automatici (+13,6% di esercizi e +41,9% nei ricavi). In flessione, al contrario, le grandi superfici degli ipermercati (-8,4%) e gli ambulanti (-14,9%). Sul fronte occupazionale, il contrazione della rete di prossimità non ha generato crolli verticali: come illustrato da Mariano Bella, direttore del Centro Studi Confcommercio, gli addetti si sono ridotti dell'1,8% (da 1,905 a 1,871 milioni). Nel medesimo arco temporale è aumentato il peso delle società di capitali, salite dal 12,2% al 17,4% del totale delle imprese. Il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, ha sottolineato l'impegno riorganizzativo delle aziende, ponendo tuttavia l'accento sulle ripercussioni sociali della chiusura dei negozi di vicinato: “La desertificazione commerciale non è soltanto un dato economico, pur importante. È un aspetto che incide sulla qualità della vita delle persone. Perché – come sosteniamo da sempre – dove c’è il terziario di mercato c’è vivibilità diffusa, sicurezza, relazioni sociali”. Un timore rilanciato anche dal ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, che ha garantito l'impegno delle istituzioni a tutela del commercio diffuso: “Non ci rassegniamo allo scenario di desertificazione. Il commercio di prossimità è un

presidio di sicurezza e vivibilità e una peculiarità di un Paese che ha 8mila Comuni e una distribuzione territoriale particolarmente significativo".

(Prima Notizia 24) Mercoledì 22 Luglio 2026

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it