12-OTT-2025
da pag. 27 / foglio 1 / 2

Secolo XIX Imperia

Quotidiano - Dir. Resp.: Michele Brambilla
Tiratura: N.D. Diffusione: 995 Lettori: 16000 (DATASTAMPA0006901)

DATA STAMPA
44° Anniversario

L'INTERVISTA

DATASTAMPA6901 DATASTAMPA6901

Carlo Sangalli

«Aiutare i negozi di vicinato Il Palasport può indebolire il tessuto commerciale»

Il presidente di Confcommercio oggi a Genova per gli 80 anni dell'associazione «In Liguria chiuse 2.300 imprese in sei mesi: senza il settore non c'è comunità»

Il presidente nazionale di Confcommercio, Carlo Sangalli

Licia Casali / GENOVA

«La grande distribuzione non può sostituire il piccolo commercio. Genova ne è un esempio emblematico: il centro commerciale al Palasport è un progetto che rischia di indebolire ulteriormente il tessuto urbano». Carlo Sangalli, presidente nazionale di Confcommercio, analizza il mondo del commercio alla vigilia della sua presenza, questa mattina a Genova, alla celebrazione degli ottant'anni della sede genovese dell'associazione di categoria.

Confcommercio Genova festeggia 80 anni, un traguardo importante che arriva in un momento di grande difficoltà per il commercio. Quanto pesano il commercio online e la presenza sempre più massiccia delle grandi catene?

«La risposta alla crescita dell'e-commerce e alla presenza sempre più estesa delle grandi superfici non è la contrapposizione: occorre integrazione tra fisico e digitale e un equilibrio tra modelli distributivi. I negozi di prossimità devono valorizzare ciò che li rende unici: il rapporto umano, la fiducia, la qualità e il radicamento territoriale sono elementi che nessuna piattaforma può replicare. È fondamentale, però, che sia rispettato il principio "stesso mercato, stesse regole". Allo stesso tempo, il pluralismo distributivo è un modello caratteristico del nostro Paese che, proprio grazie alla competitiva compresenza di imprese di piccola, media e grande dimensione, ha sempre assicurato un adeguato livello di servizi sia in termini di prezzi che di offerta a i consumatori. C'è spazio per tutti, sia per crescere che per specializzarsi».

Sempre più saracinesche si stanno abbassando a Genova, come nel resto d'Italia. La desertificazione commerciale si può fermare o è inarrestabile?

«Tra il 2012 e il 2024 in Italia sono spariti in Italia quasi 118 mila negozi al dettaglio -

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30516 - SL_LIG

Secolo XIX Imperia
Quotidiano - Dir. Resp.: Michele Brambilla
Tiratura: N.D. Diffusione: 995 Lettori: 16000 (DATASTAMPA0006901)

DATA STAMPA
44° Anniversario

soprattutto attività tradizionali come librerie, ferramenta, alimentari, negozi di abbigliamento e di arredamento - e 23 mila attività di commercio ambulante. Un fenomeno che svuota i centri storici e impoverisce le comunità. Ma la risposta c'è e si chiama rigenerazione urbana».

La Liguria come si pone in questo panorama?

«Nei primi sei mesi del 2025 la Liguria conferma una dinamica imprenditoriale ancora fragile: hanno chiuso più di 2.300 imprese nei servizi di mercato, oltre 650 solo nel commercio al dettaglio. Si registrano, però, segnali positivi nei settori dell'alloggio, dei servizi digitali, professionali e turistici, trainati dalla stagione estiva».

Quali strumenti normativi - bonus o incentivi - servono?

«Certamente occorrono politiche strutturate per rilanciare il commercio di prossimità, che rappresenta un fondamentale presidio sociale, di sicurezza, di vivibilità e di attrattività turistica. Ma serve anche un'agenda urbana nazionale che riconosca il ruolo insostituibile del commercio locale. Ciò significa meno burocrazia, fiscalità equa, investimenti mirati, digitalizzazione e formazione. Va proprio in questa direzione il progetto Cities di Confcommercio per favorire uno sviluppo urbano sostenibile e valorizzare il ruolo sociale ed economico delle attività di prossimità nelle città».

A Genova Confcommercio è in prima linea nella lotta alla grande distribuzione. Può diventare un esempio pilota anche a livello nazionale?

«Il rischio è quello di uno squilibrio tra grande distribuzione e commercio di vicinato, ambedue rappresentati dalla nostra organizzazione. Siamo per il pluralismo distributivo e lo sviluppo ma servono equilibrio, regole e pianificazione condivisa. Sostenere i negozi dei centri urbani significa sostenere comunità, lavoro e qualità della vita».

A tal proposito, conosce il progetto del centro commerciale al Palasport, simbolo di questa battaglia?

«Un progetto del genere nel cuore della città rischia di indebolire ulteriormente il tessuto urbano e le attività di prossimità. Serve una visione che punti alla rigenerazione, non alla sostituzione. Rigenerare spazi significa rivitalizzare le città, non svuotarle».

Manca personale anche a livello del commercio, oggi serve una preparazione diversa. Come si può formare?

«La formazione è decisiva e questi settori richiedono competenze nuove: digitali, relazionali, gestionali. Confcommercio promuove percorsi formativi in collaborazione con scuole, università e Its per preparare figure professionali aggiornate. Investire nella formazione vuol dire rafforzare le imprese e offrire ai giovani un futuro».

Quale messaggio deve uscire dall'evento di Genova?

«La festa per gli 80 anni di Confcommercio Genova è un'occasione per ribadire che senza commercio non c'è comunità, e che il terziario resta il cuore pulsante dell'economia italiana. Ci aspettiamo un messaggio di fiducia e responsabilità, perché il futuro si costruisce insieme, valorizzando imprese, persone e territori. È quello che sosteneva anche un grande presidente e un grande amico come Paolo Odone: la sua visione e la sua capacità di tradurla in azioni concrete restano un esempio sempre attuale per tutti noi».—

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30516 - SL_LIG