



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



**DIREZIONE COMUNICAZIONE E IMMAGINE
UFFICIO STAMPA**

176/2025

Roma, 15.11.2025

Oltre 105mila negozi sfitti, il maggior numero in Lombardia (9.447) e Veneto (9.118). Confcommercio porta a Bologna "inCittà – Spazi che cambiano, economie urbane che crescono", il 20 e 21 novembre a Palazzo Re Enzo per parlare di desertificazione e proposte per la rinascita dei centri urbani.

CONFCOMMERCIO: SENZA INTERVENTI DI RIGENERAZIONE URBANA, ENTRO IL 2035 SCOMPARIRÀ UN QUINTO DEI NEGOZI ITALIANI

Negli ultimi dodici anni l'Italia ha registrato una riduzione di oltre 140mila attività di commercio al dettaglio, tra negozi e attività ambulanti, con cali particolarmente accentuati nei centri storici e nei piccoli comuni. Un trend che, senza nuove ed efficaci politiche di rigenerazione urbana e senza interventi per riutilizzare gli oltre 105mila negozi sfitti (un quarto dei quali da oltre un anno), è destinato ad aggravarsi ulteriormente con il rischio di perdere, da qui al 2035, altre 114mila imprese al dettaglio. In pratica, oltre un quinto delle attività oggi esistenti sparirebbe con gravi conseguenze per l'economia urbana, la qualità della vita e la coesione sociale. Questo è confermato anche dall'analisi della densità commerciale, cioè il rapporto tra numero di negozi e abitanti, che evidenzia come molte città medio-grandi del Centro-Nord sarebbero quelle più esposte a questo fenomeno, mentre per alcuni Comuni del Mezzogiorno il calo sarebbe più contenuto, soprattutto per la riduzione dei residenti e il minor ricorso agli acquisti online. Confcommercio, anche attraverso il progetto Cities, propone un'Agenda Urbana Nazionale da definire insieme a Governo, Regioni e Comuni, per rigenerare i centri urbani valorizzando le economie di prossimità e le imprese del terziario di mercato. L'obiettivo è creare un quadro stabile e integrato delle politiche urbane, armonizzando i Distretti Urbani dello Sviluppo Economico e promuovendo strumenti condivisi contro la desertificazione commerciale e per una logistica urbana sostenibile.

E' quanto emerge da un'analisi dell'Ufficio Studi di Confcommercio in vista dell'iniziativa nazionale "inCittà – Spazi che cambiano, economie urbane che crescono", dedicata al futuro delle città e delle economie urbane, organizzato dalla Confederazione che si terrà a Bologna, a Palazzo Re Enzo, il 20 e 21 novembre prossimi ([qui il programma dell'evento](#)).

Seguici su Facebook: www.facebook.it/confcommercio e su X: <http://x.com/Confcommercio>

Questo documento è presente sul sito di Confcommercio all'indirizzo <http://www.confcommercio.it/sala-stampa>
00153 Roma – Piazza G.G.Belli 2, telefono 06.5866384/385, e-mail: stampa@confcommercio.it

Nel 2024 si contano in Italia oltre 534mila imprese del commercio al dettaglio (tab. 1), di cui circa 434mila in sede fissa, quasi 71mila ambulanti e 30mila appartenenti ad altre forme di commercio (internet, vendita per corrispondenza, etc.).

Il confronto con il 2012 evidenzia la scomparsa di quasi 118mila imprese del commercio al dettaglio in sede fissa e di circa 23mila attività ambulanti, per una riduzione totale di oltre 140mila unità, risultato di un eccesso di chiusure rispetto alle aperture. Le cause sono riconducibili a una crescita insufficiente dei consumi interni, al cambiamento dei comportamenti di spesa dei consumatori e alla diffusione delle tecnologie digitali che hanno favorito gli acquisti online. Non a caso, nello stesso periodo le imprese attive operanti prevalentemente su internet o nella vendita per corrispondenza sono aumentate di oltre 16mila unità (+114,9%).

Per quanto riguarda il commercio al dettaglio in sede fissa, le contrazioni più rilevanti si registrano nei seguenti comparti: distributori di carburante (-42,2%), articoli culturali e ricreativi (-34,5%), commercio non specializzato (-34,2%), mobili e ferramenta (-26,7%), abbigliamento e calzature (-25%).

Tab. 1 – Imprese attive del commercio al dettaglio e dei servizi di alloggio e ristorazione in Italia (migliaia; var. %)

	2012	2024	var. ass.	var. %
commercio non specializzato (supermercati, discount, grandi magazzini, ...)	54,8	36,1	-18,7	-34,2
tabacchi	30,9	31,1	0,2	0,6
commercio specializzato alimentare	80,8	76,2	-4,6	-5,7
distributori di carburante	21,7	12,5	-9,2	-42,2
computer e telefonia	11,5	12,1	0,6	4,9
mobili e ferramenta	79,1	58,0	-21,1	-26,7
articoli culturali e ricreativi	47,9	31,3	-16,5	-34,5
Farmacie	18,5	21,6	3,1	16,9
altro commercio specializzato (vestiario, calzature, ...)	206,1	154,7	-51,4	-25,0
commercio al dettaglio in sede fissa	551,3	433,6	-117,8	-21,4
ambulanti	93,8	70,9	-22,9	-24,4
altro commercio (internet, vendita per corrispondenza, ...)	14,0	30,0	16,1	114,9
totale commercio al dettaglio	659,1	534,5	-124,6	-18,9
bar	127,5	103,1	-24,4	-19,1
ristoranti	143,8	168,3	24,5	17,1
alberghi	24,4	22,1	-2,3	-9,5
altre forme di alloggio (bed&breakfast,...)	22,5	43,1	20,7	92,1
servizi di alloggio e ristorazione	318,1	336,6	18,5	5,8

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Centro Studi Tagliacarne (CST).

Diverso risulta l'andamento dei servizi di alloggio e ristorazione, che nel 2024 contano quasi 337mila imprese, registrando un incremento del 5,8% rispetto al 2012, pari a circa 18mila unità. Il comparto della ristorazione mostra una crescita significativa (+17,1%), sostenuta da tre fattori: l'aumento delle presenze turistiche, italiane e, soprattutto, straniere; la diffusione di nuovi modelli di consumo (delivery, asporto) che hanno progressivamente sostituito larga parte dei pasti domestici; le modifiche amministrative ai codici di attività che hanno comportato una migrazione di numerose imprese dai bar tradizionali, in calo del 19,1%, ai bar con somministrazione, riclassificati come ristoranti.

Per quanto riguarda l'alloggio, si osserva una contrazione degli alberghi tradizionali (-9,5%), a fronte di una crescita molto sostenuta delle altre forme ricettive (B&B, affittacamere, case vacanza), aumentate del 92,1% tra il 2012 e il 2024. Questo sviluppo, favorito dalla diffusione delle piattaforme digitali e dalla ricerca di soluzioni più flessibili da parte dei turisti, ha tuttavia effetti ambivalenti: da un lato, intercetta nuova domanda e sostiene l'economia urbana; dall'altro, se non governato, può alimentare tensioni sociali presso la comunità che popola la destinazione. Una crescita troppo rapida e concentrata di tali attività rischia quindi di compromettere l'equilibrio tra funzioni residenziali e turistiche, minando la qualità della vita urbana.

Proiezioni al 2035

Per valutare l'evoluzione futura del settore, è stato fatto un esercizio di estrapolazione delle recenti tendenze osservate su un orizzonte temporale fino al 2035, simulando uno scenario che ipotizza la prosecuzione delle dinamiche osservate nel periodo 2012-2024 senza l'adozione di nuove politiche di rigenerazione urbana. In tale ipotesi, la riduzione delle imprese del commercio al dettaglio (negozi e ambulanti) arriverebbe fino al 21,4%, equivalente a circa 114mila unità in meno (tab. 2).

Tab. 2 – Proiezioni al 2035 in assenza di nuove politiche di rigenerazione urbana

	proiezioni al 2035 var. %	contributi di ciascuna variabile var %
bar	-17,7	-2,6
ristoranti	15,5	3,0
alberghi	-8,7	-0,4
altri alloggi (B&B, ...)	81,9	-0,4
omnicanalità (integrazione con vendite online)	101,6	1,8
redditi reali	6,4	0,7
trend	-23,6	-23,6
sede fissa + ambulanti		-21,4

Nota: le proiezioni al 2035 sono state calcolate ipotizzando che, nel periodo 2025-2035, la variazione media annua di ciascuna variabile coincida con quella osservata nel periodo 2012-2024.

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati CST, Istat-Archivio ASIA e MEF.

Per valutare appieno l'impatto di tale declino sui servizi offerti ai cittadini è stata considerata - ipotizzando lo stesso scenario - anche la dinamica demografica della popolazione attraverso l'analisi sulla densità commerciale (tab. 3), ovvero il numero di imprese attive ogni mille abitanti, da cui emergono forti differenze territoriali: i comuni medio-grandi del Centro-Nord sono quelli più esposti, mentre per alcune città medio-grandi del Mezzogiorno il calo medio sarà più contenuto, ma legato anche alla riduzione di popolazione per l'emigrazione verso il Nord di persone in cerca di migliori opportunità occupazionali e alla minore propensione agli acquisti online.

In assenza di interventi, città come Ancona (-38,3%), Trieste (-31,1%) e Ravenna (-30,9%) rischiano di perdere circa un terzo ed oltre delle proprie attività di vicinato, con gravi effetti sulla vitalità dei quartieri e sulla qualità dei servizi per i residenti.

Tab. 3 – La densità commerciale nei comuni italiani: confronto 2012-2024 e proiezioni al 2035 (imprese attive ogni mille abitanti)

	2012	2024	proiezione al 2035 (scenario base)	var % 2024-2035	
				imprese	popolazione residente
i 10 comuni con la più bassa densità commerciale					
Fiumicino	7,3	5,2	4,0	-17,6	6,3
Trento	7,2	5,4	4,0	-23,0	3,5
Cinisello Balsamo	5,7	4,8	4,1	-13,7	1,1
Sesto San Giovanni	6,7	5,1	4,1	-23,6	-5,1
Ancona	11,0	6,8	4,1	-38,3	1,3
Trieste	9,1	6,3	4,4	-31,1	-1,1
Ravenna	9,3	6,4	4,5	-30,9	-0,6
Novara	9,3	6,6	4,5	-29,9	2,7
Lodi	8,9	6,4	4,5	-25,5	4,8
Reggio Emilia	8,1	6,1	4,5	-23,2	2,4
i 10 comuni con la più alta densità commerciale					
Cosenza	15,4	13,2	10,9	-20,7	-4,3
Trapani	14,6	13,3	11,0	-27,3	-12,3
Nuoro	13,8	12,2	11,6	-19,2	-15,1
Frosinone	15,7	13,8	12,0	-18,4	-6,0
Cagliari	14,9	13,7	12,7	-11,5	-4,6
Crotone	11,4	11,7	12,8	0,6	-8,3
Lanusei	16,5	14,4	13,2	-21,1	-14,3
Andria	19,5	16,2	13,7	-19,7	-5,3
Vibo Valentia	16,1	14,5	13,7	-15,9	-11,5
Lecce	17,8	15,7	14,1	-12,3	-2,8

Nota: la densità commerciale è calcolata come numero di imprese attive del commercio al dettaglio (in sede fissa e ambulante) ogni mille abitanti. Nel 2024, tra i 122 comuni considerati, Cinisello Balsamo, Sesto San Giovanni e Fiumicino presentano i valori di densità commerciale più bassi.

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati CST e Istat.

Negozi sfitti

Si stima che i negozi sfitti in Italia siano, al 2025, circa 105 mila unità (un quarto dei quali da oltre un anno). Questa cifra è stimata sulla base dell'ipotesi della persistenza di un saldo netto negativo di 7.500 negozi all'anno, assumendo che per gli anni 2023-24-25 la rete commerciale nazionale si sia ridotta del valore medio annuo calcolato per il periodo 2011-2022. Dall'osservazione dei dati elaborati emerge come le Regioni più colpite da questo fenomeno, in termini assoluti, siano quelle più grandi con una struttura commerciale più ampia: quasi 9.500 in Lombardia, oltre 9.100 in Veneto e poco meno di 9mila in Piemonte (tab. 4). Tuttavia, l'impatto maggiore dei negozi sfitti, misurato in percentuale sul totale della rete distributiva, lo si rileva nelle Regioni più piccole: in Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia e Liguria un quarto ed oltre dei negozi esistenti risulta sfitto (tab. 5).

Tabella 4 – Classifica delle Regioni per numero di negozi sfitti (stima ottobre 2025)

REGIONI	Val. ass.
Lombardia	9.447
Veneto	9.118
Piemonte	8.948
Campania	8.686
Toscana	8.621
Sicilia	8.030
Lazio	7.407
Puglia	7.176
Emilia-Romagna	7.029
Liguria	4.895
Calabria	4.355
Sardegna	4.350
Marche	3.929
Abruzzo	3.493
Friuli-Venezia Giulia	3.147
Umbria	2.155
Trentino-Alto Adige	1.639
Basilicata	1.226
Molise	947
Valle d'Aosta	428
ITALIA	105.026

Fonte: survey operatori immobiliari e Ufficio Studi Confcommercio (dati sulla demografia di impresa)

Tabella 5 – Classifica delle regioni per % di negozi sfitti (stima ottobre 2025)

REGIONI	% su rete distributiva commerciale
Valle d'Aosta	28,1%
Friuli-Venezia Giulia	26,7%
Liguria	23,7%
Molise	22,5%
Marche	21,9%
Abruzzo	20,6%
Umbria	20,4%
Sardegna	20,2%
Toscana	19,4%
Piemonte	19,3%
Veneto	18,5%
Calabria	15,9%
Trentino-Alto Adige	15,6%
ITALIA	15,1%
Emilia-Romagna	15,0%
Basilicata	14,8%
Sicilia	13,1%
Puglia	13,0%
Lazio	10,6%
Campania	10,6%
Lombardia	10,4%

Fonte: survey operatori immobiliari e Ufficio Studi Confcommercio (dati sulla demografia di impresa)

Le proposte di Confcommercio

Nel percorso verso la definizione di una Agenda Urbana Nazionale, sul modello delle esperienze già avviate in altri Paesi europei, Confcommercio propone che i diversi livelli di governo – nazionale, regionale e locale – collaborino alla creazione di un quadro stabile, coerente e abilitante per la valorizzazione delle economie di prossimità e delle imprese del terziario di mercato.

A livello nazionale, si chiede di garantire un coordinamento stabile delle politiche urbane e territoriali, promuovendo linee guida condivise e l'integrazione dei diversi programmi e fondi europei e nazionali (PNRR, Fondi di Coesione, URBACT, ecc.) in una strategia unitaria dedicata alla rigenerazione urbana e al rafforzamento delle economie locali.

A livello regionale, è fondamentale valorizzare e armonizzare l'esperienza dei Distretti Urbani dello Sviluppo Economico, superando la frammentazione normativa e definendo regole minime comuni per il funzionamento, la governance e il coinvolgimento degli attori locali, con particolare attenzione alla dimensione di servizio alla comunità e all'uso dei dati per la programmazione territoriale.

A livello comunale, si propone la redazione di Programmi Pluriennali per l'Economia di Prossimità, strumenti integrati per coordinare le diverse azioni di contrasto alla desertificazione commerciale. Tra le misure più efficaci: patti locali per la riattivazione dei locali sfitti, con canoni calmierati e incentivi coordinati tra pubblico e privato; interventi di animazione urbana e accompagnamento all'avvio d'impresa, promossi da Comuni e associazioni di categoria; azioni per una logistica urbana sostenibile e integrata nei sistemi digitali; piattaforme di welfare territoriale che permettano alle imprese di erogare crediti spendibili nei negozi e servizi di prossimità; partenariati tra imprese del terziario di mercato e operatori immobiliari, per integrare nei nuovi interventi di rigenerazione urbana spazi destinati ai servizi di quartiere e alla vita comunitaria.

L'iniziativa "inCittà – Spazi che cambiano economie urbane che crescono"

20 e 21 novembre a Bologna, Palazzo Re Enzo

"inCittà – Spazi che cambiano, economie urbane che crescono" è l'iniziativa nazionale di Confcommercio dedicata al presente e al futuro delle città italiane e delle loro economie urbane. Due giornate di confronto tra istituzioni, imprese, mondo accademico, esperti e società civile per discutere come rigenerare gli spazi urbani e valorizzare le economie di prossimità affrontando temi che spaziano dalla desertificazione commerciale alla mobilità sostenibile, dalle sfide demografiche alle politiche abitative, dal rapporto tra turismo e vivibilità dei centri storici al ruolo della cultura e dell'intelligenza artificiale nella trasformazione urbana. Tra i partecipanti, il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, il Ministro dell'Interno Matteo Piantedosi, il vice presidente della Commissione europea, Raffaele Fitto, il presidente della Conferenza delle Regioni Massimiliano Fedriga, l'Arcivescovo di Bologna Matteo Maria Zuppi, il segretario generale dell'Anci Veronica Nicotra, il presidente di Unioncamere Andrea Prete ([link al programma completo](#)).