

## Sette anni di commercio a Bergamo. Ecco cosa è cambiato

Analisi dell'Ascom sull'evoluzione dal 2008. Aumenta l'offerta turistico ricettiva, stabili i negozi. Fusini: «Ma il territorio urbano va rilanciato, promotori di un "Patto per la città»



Offerta turistico-ricettiva in crescita e negozi di vicinato stabili. È quanto emerge dall'analisi fatta dall'Ascom su come è cambiata la città di Bergamo e il centro città tra il 2008 e il 2015. L'analisi nasce dall'approfondimento con dati locali di uno studio presentato oggi in conferenza stampa a Roma da Confcommercio Imprese per l'Italia sull'evoluzione dei centri storici di 39 medie città italiane, tra cui è compresa anche Bergamo.

Dai dati analizzati dall'Ascom risulta che Bergamo è una realtà in crescita. Dal 2008 al 2015 il commercio è aumentato del 3,2% (+ 62 unità). Il boom si è registrato nelle attività di somministrazione e nella ricettività con un +9,2% (49 attività in più). Mentre restano stabili il commercio fisso alimentare (+ 1,1%) e il commercio fisso non alimentare (+0,9%).

Il terziario cittadino è composto per il 56,9% da negozi non alimentari, per il 29,4% da pubblici esercizi, ristoranti e alberghi e per il 13,7% da negozi alimentari.

Il rapporto tra densità demografica e attività è di 60 abitanti per esercizio commerciale nel 2015 e 61 nel 2008. I dati relativi al 2015 dicono che c'è un bar o ristorante ogni 204 abitanti, un negozio alimentare ogni 440 abitanti e un negozio non alimentari ogni 106 cittadini.



Oscar Fusini

«Nei sette anni analizzati i numeri sono per lo più invariati – spiega Oscar Fusini, direttore Ascom Bergamo –, questo è dovuto in particolare all'aumento del numero di attività registrato nel 2015, anno in cui si sono colmate quelle perdite avute negli anni precedenti. L'analisi svolta a livello locale conferma i dati nazionali per quanto riguarda la crescita dei pubblici esercizi e la maggiore vocazione turistica di Bergamo, mentre presenta sensibili differenze rispetto ad altre città italiane per quanto riguarda il commercio in sede fissa alimentare e non alimentare».

Secondo lo studio di Confcommercio sui centri storici di 39 medie città italiane emergono sostanzialmente tre elementi: negli ultimi 7 anni, tutti i comuni analizzati, fatta qualche rara eccezione, hanno subito una perdita di esercizi commerciali più o meno significativa; nello stesso periodo, cresce l'offerta turistico-ricettiva; la riduzione dei negozi nei centri storici è quasi doppia rispetto alle periferie. «La differenza con le altre città è dovuta al fatto che a Bergamo l'avvento della grande distribuzione organizzata è iniziato un decennio prima rispetto alle altre realtà provinciali, che si sono trovate ad affrontare l'impatto della gdo solo in questi ultimi anni», spiega Fusini.

## I dati

### • Ricettività e somministrazione

Pubblici esercizi e ristoranti sono aumentati in 7 anni del 9,2%, in particolare nel centro città sull'asse piazzale Marconi – porta Nuova e nella zona piazza Pontida – via Sant'Alessandro – Sant'Orsola. La crescita è l'esito delle liberalizzazioni totali che hanno interessato il settore. Fuori dai centri storici sono nati alcuni pubblici esercizi nella periferia cittadina.

### • Commercio fisso alimentare

Nel commercio fisso alimentare c'è stato un piccolissimo incremento di attività, pari all'1,1%. Il settore aveva già pagato pesantemente la perdita di attività nel decennio precedente a tra il 2000 e il 2010. Oggi questa stabilità è dovuta in particolare alla nascita di nuove attività che offrono consumo sul posto.

### • Commercio fisso non alimentare

Anche in questo settore si registra una stabilità. È avvenuta una trasformazione del settore con la riduzione di negozi di abbigliamento e calzature tradizionali, la cui offerta era particolarmente alta negli Anni 80 e si è andata ridimensionando anche per via del cambiamento degli stili di vita e di consumi; il calo dei negozi tradizionali è stato compensato da altre proposte, in particolare negozi etnici.

## Le proposte

<https://www.larassegna.it/sette-anni-di-commercio-a-bergamo-ecco-cosa-e-cambiato/>

Confcommercio pone come elemento strategico per la crescita del Paese la rigenerazione dei centri urbani, nei quali confluiscono il maggior numero di abitanti e di imprese attive nel terziario. Nelle maggiori 100 città italiane si concentra il 67% della popolazione, l'80% del Pil e il 75% delle imprese attive. La Confederazione ha sottoscritto nei mesi scorsi un "Patto per le città" insieme al Consiglio nazionale degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori, Ance e Unioncamere.

Ascom, prendendo spunto da Confcommercio, si propone di stringere un Patto per la città che riunisca i diversi attori presenti in città con l'obiettivo di sostenere e sviluppare il rilancio del territorio urbano. «Serve quindi un piano coordinato di interventi di riqualificazione e di rigenerazione urbana attraverso il quale necessario puntare sull'offerta culturale, turistica e commerciale - spiega Fusini-. Infine è fondamentale integrare le competenze anche di innovazione e di visione digitale della città (smart city e sostenere le reti d'impresa tra cui il nostro Distretto urbano del commercio».