

La nuova legge regionale in dettaglio

Per avere territori più competitivi attrattivi e resilienti e per rispondere in modo efficace ai cambiamenti negli stili di vita e di consumo, la nuova legge propone **politiche integrate** volte ad orientare e promuovere lo sviluppo dell'economia urbana verso modelli innovativi di riqualificazione, sostenibilità, potenziamento e gestione della rete dei servizi e degli spazi urbani.

Per far questo la legge promuove una pluralità di interventi diretti a migliorare la qualità urbana - con particolare attenzione al tema della sostenibilità e accessibilità -, qualificare e valorizzare le aree a vocazione commerciale, potenziare l'attrattività dei centri urbani e turistici e sostenere le aree e i piccoli centri caratterizzati da fenomeni di 'rarefazione' commerciale, qualificare la rete distributiva e l'innovazione, sviluppare azioni di sistema che supportino la trasformazione digitale e sostenibile, qualificando le competenze.

La legge promuove in particolare lo **sviluppo di nuovi servizi al cittadino** per la creazione di nuovi prodotti commerciali, servizi e spazi di vita rispondenti alle nuove domande di welfare e socialità. In tale direzione si intendono sviluppare i **servizi urbani di prossimità** attraverso **modelli integrati per la gestione e l'utilizzo dei servizi urbani e delle infrastrutture sociali di prossimità** (mobilità, accesso alle cure, educazione), mettendo al centro il ruolo pro-attivo della comunità e dei cittadini (es. ecoquartieri, autoconsumo collettivo-comunità energetiche rinnovabili, PED - *positive energy districts*), con nuove regole e gestione degli spazi, delle attività sociali, con particolare riferimento all'accessibilità per le fasce più fragili della popolazione.

Si punta anche all'**utilizzo di nuove tecnologie per la pianificazione**, per avere modelli previsionali relativi allo sviluppo del territorio, 'gemelli digitali' delle città, in cui si possono fare simulazioni, compiere il monitoraggio degli usi e delle funzioni varie delle città, utilizzando *Internet of Things* (IoT), *Open e Big Data* e Intelligenza Artificiale (IA) per lo sviluppo di nuovi servizi e attività a vocazione commerciale.

La Regione in questo ambito potrà concedere contributi per lo sviluppo di progetti pilota fortemente innovativi, promossi da Comuni e Unioni di Comuni, sentite le organizzazioni maggiormente rappresentative delle imprese del commercio e dei servizi.

Per incoraggiare la sperimentazione di tecnologie, modelli e soluzioni innovative, la Regione si avvarrà anche della collaborazione con la rete dei Clust-ER, in particolare Economia Urbana e Turismo.

Viene prevista la creazione di centri direzionali. Gli **hub urbani**: aree poste al centro delle città e dei comuni caratterizzate da una pluralità di funzioni e soggetti, rispetto ai quali le attività commerciali, dei pubblici esercizi e dei servizi svolgono un ruolo centrale, per accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e garantire una integrazione e valorizzazione di tutte le risorse presenti nel territorio. E gli **hub di prossimità**, cioè aree in grado di accrescere la propria identità ed economia di vicinato attraverso le attività commerciali, dei pubblici esercizi e dei servizi che si trovano nelle vicinanze di luoghi di abitazione e di lavoro, con i quali il cittadino può soddisfare le proprie esigenze quotidiane.

I processi di **rilancio socio-economico dell'area urbana** di riferimento, possono realizzarsi attraverso: opere di miglioramento del contesto fisico e di formazione di partnership pubblico privato; consorzi o associazioni di vie o aree, che perseguono finalità di sviluppo dell'economia urbana; individuazione di attrattori, materiali o immateriali, con spiccata connotazione identitaria, quali connotazioni commerciali, culturali, sportive.

Per far questo la Regione concederà contributi ai Comuni, sentite le Associazioni maggiormente rappresentative del settore del commercio e dei servizi, volti a realizzare studi di fattibilità per

l'attivazione degli hub, azioni di promozione, qualificazione e innovazione per le imprese insediate o da insediare in tali ambiti territoriali.

Vengono confermati **gli incentivi per il sostegno al credito**, con il coinvolgimento di consorzi fidi del commercio e dei servizi, i contributi per la **riqualificazione sostenibile e la valorizzazione commerciale** di strade, aree o piazze, ovvero dei **centri storici o di aree urbane a vocazione commerciale**, compresi i progetti di sistemazione e riqualificazione di aree mercatali già esistenti o di siti da destinare al commercio su aree pubbliche e i contributi per **l'insediamento e lo sviluppo di esercizi polifunzionali** nei territori soggetti a spopolamento del sistema distributivo e dei servizi (zone montane, piccoli centri isolati).

Viene rafforzata la linea di sostegno alla **qualificazione e innovazione delle imprese** del territorio regionale attraverso contributi a progetti volti all'innovazione tecnologica e organizzativa e alla riqualificazione delle attività che esercitano commercio al dettaglio e somministrazione alimenti e bevande.

Per favorire la creazione di **nuova occupazione** nel settore, la legge promuove inoltre lo sviluppo delle competenze per l'economia urbana, con iniziative di formazione, informazione e aggiornamento in particolare sulla transizione verde e digitale, la promozione dei servizi, la loro fruibilità e accessibilità nei contesti urbani, anche in collaborazione con le esigenze espresse da enti locali, imprese, loro associazioni di rappresentanza, Centri di Assistenza tecnica (CAT costituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore a livello provinciale e da altri soggetti interessati), università, centri di ricerca e altri soggetti dell'ecosistema regionale della ricerca e dell'innovazione, anche attraverso gli enti di formazione accreditati.

Viene infine istituito dalla Giunta regionale un **Comitato consultivo** a supporto dell'Osservatorio regionale competente per il monitoraggio delle politiche di sviluppo e la promozione dell'economia urbana.

L'analisi del settore

Il settore commerciale e dei servizi, in particolare **piccoli esercizi di comunità**, ha risentito del calo negli ultimi anni dei consumi interni, ma anche criticità più strutturali relative ai cambiamenti degli stili di acquisto e all'arrivo dei grandi operatori del commercio online. Senza contare le difficoltà legate al ricambio generazionale delle imprese, al limitato rinnovamento in termini di innovazione organizzativa, tecnologica-digitale, e di qualificazione del capitale umano, la realtà di imprese molto ridotte, con difficoltà allo sviluppo nel terziario e nel commercio di reti e altre forme di aggregazione. Il tutto aggravato dal periodo di emergenza sanitaria da Covid, che ha limitato i flussi turistici, e dall'alluvione di maggio.

I dati commercio in sede fissa: il report dell'Osservatorio regionale commercio (dati al 31.12.2021)

Negli ultimi quindici anni la rete di vendita al dettaglio ha subito cambiamenti importanti, sia a livello nazionale che in Emilia-Romagna. Secondo i dati dell'Osservatorio regionale del Commercio (che prendono in esame un periodo dal 1998 al 2021), in regione sono **73.500 gli esercizi commerciali**, di cui più di **20.500 gli esercizi alimentari** (con una superficie di vendita totale superiore ai **2,1 milioni di metri quadri**) e oltre **53.000 gli esercizi non alimentari**, con una superficie di vendita totale prossima ai **5 milioni di metri quadri**.

I servizi di vicinato in ripresa nel 2021

Nel 2021 in particolare si è registrato un significativo aumento degli esercizi di vicinato e quindi una fase di ripresa, che ha invertito il preoccupante trend negativo iniziato nel 2014. In lievissimo aumento appare anche il numero degli **esercizi medio-piccoli** che, dopo il calo costante dal 2008 al 2015 (-6,2%) ed un momento di crescita (2016-2018), avevano ripreso a calare, sebbene mantenendosi a livelli superiori a quelli del 1998.

Le **strutture medio-grandi, in termini di numero di esercizi**, registrano la **crescita percentuale più rilevante** (+60% circa), dal 1998 al 2021, mentre le **grandi strutture** si mantengono **sostanzialmente costanti**: dal 1998 al 2021.

Per quanto riguarda le tipologie dell'offerta in termini di **superficie di vendita i negozi di vicinato**, pur continuando a costituire **oltre la metà dell'offerta totale**, riducono il peso percentuale della superficie di vendita nel lungo periodo, mentre le strutture medio-piccole aumentano lievemente il proprio peso in termini di superficie

In particolare **gli esercizi di vicinato** hanno visto una forte crescita dal 1998 al 2014 (da n 61.906 sono passate a 71.494), stabilizzandosi per poi iniziare a decrescere in modo costante dal 2015 al 2020 (passando da 71.440 a 66.998). **Il 2021 vede invece un momento di crescita significativo**, con l'approdo a 71.440 unità.

Anche la **superficie di vendita complessiva degli esercizi di vicinato ha visto il medesimo trend** con una crescita dal 1998 al 2014, per iniziare a decrescere dal 2015 al 2020. Nel 2021 il dato vede una consistente ripresa, attestandosi ad un dato superiore al 2017.

Crescono più le strutture medio-piccole rispetto a quelle medio grandi

Le **strutture medio-piccole** hanno visto un picco dal 1998 al 2008 (passando da un numero di 3.410 a quota .3.720), per iniziare poi a decrescere (n. 3.495 nel 2020). Nel 2021 la situazione appare sostanzialmente costante rispetto all'anno precedente (n. 3.498).

La **superficie di vendita** delle **attività medio-piccole** vede una **crescita costante nei 23 anni** (variazione 1998-2021 pari a circa +26%).

Le **strutture medio-grandi** sono passate **da 190 a 304**, con una crescita percentuale del + 60% circa dal 1998 al 2021. Anche in termini di superficie di vendita vedono una crescita della superficie costante dal 1998, con un lieve rallentamento negli ultimi 4 anni.

Il numero delle **grandi strutture** ha un **andamento piuttosto stabile** dal 1998: sono 118 nel 1998; 142 nel 2008; 146 nel 2021. La superficie di vendita delle grandi strutture ha un andamento non costante nei 23 anni, con una lieve crescita a partire dal 2019, confermata anche nel 2021.

Per quanto riguarda i settori merceologici gli **esercizi non alimentari** vedono una forte crescita nel primo decennio (1998-2008: +13,7%). Nei tredici anni successivi si riscontra un calo di quasi 1.400 unità, pari al -2,6%.

Gli **esercizi alimentari** sono stabili nel primo decennio, mentre crescono di quasi 2.800 unità negli ultimi tredici anni (+16%). Tra 2021 e 2020 si evidenzia un aumento di oltre 1.000 esercizi (+5%).

Nel lungo periodo la crescita del numero di esercizi alimentari è superiore a quella dei non alimentari.

Il calo di bar e ristoranti

Per quanto riguarda **bar e ristoranti**, secondo il Report dell'Osservatorio regionale del Commercio in Emilia-Romagna, sono **circa 26mila** quelli **in attività**.

Più di **19.000 attività** sono soggette ad autorizzazione (aree tutelate in base alla normativa commerciale: centri storici etc.), di cui oltre **18.000** operative tutto l'anno (circa il 95%) e oltre **960 stagionali**, per una superficie di vendita totale pari a 1.887.778 mq.

Oltre **6.600 attività** sono soggette a segnalazione certificate di inizio attività (altre aree) per una superficie di vendita totale di 737.624 mq), di cui oltre **1.800** operative tutto l'anno, e poco meno di **1.000 stagionali**.

Dall'analisi dei dati del periodo 2001-2021, emerge un picco nel 2002/2003, un trend di crescita positivo dal 2004 al 2016 e negativo dal 2016 al 2021, particolarmente sensibile nell'ultimo anno considerato (il 2021), **con circa 1.200 attività in meno (-6%) nei 5 anni**.

In aumento il numero dei mercati su aree pubbliche, in calo i posteggi e delle giornate di mercato nei mercati (dati Osservatorio regionale del commercio 2021).

Sono 727 i mercati che ospitano **30.025 posteggi** per un totale di **1.461.835 giornate** di funzionamento l'anno. Il loro trend di crescita è **complessivamente costante negli ultimi 11 anni (2011-2021)**. Il **2021** ha registrato **circa 500 posteggi in meno** rispetto al 2020.

I mercati sono presenti in quasi tutti i comuni della Regione (tranne 21). Per quasi $\frac{3}{4}$ si tratta di mercati settimanali. Più del 12% dei posteggi sono dedicati ai prodotti alimentari. Se si considerano le giornate di posteggio, il settore alimentare arriva a circa $\frac{1}{5}$ del totale. Più dell'80% dei posteggi sono assegnati con concessione decennale.

L'evoluzione di lungo periodo (2001-2021) deve tener conto dell'inserimento, nel 2009, dei 7 comuni della Valmarecchia, che pur pur avendo numeri non rilevanti in senso assoluto (meno dell'1% dei totali), possono essere significativi nell'analisi di dettaglio.

Nel periodo considerato si evidenzia una tendenza all'aumento nel numero dei mercati ma non quello dei posteggi e, in linea con questo andamento, delle giornate di posteggio, ambedue in calo (rispettivamente -5,9% e -8,3%). Quest'ultimo dato appare significativo in quanto le giornate di posteggio rappresentano il principale indicatore di produttività del settore. Cresce invece la superficie occupata (7,1%) come conseguenza della crescita della superficie dei banchi che si registra ormai da anni.