Città metropolitana
di Roma Capitale

Confcommercio
Roma

VIVIAMO LE CITTÀ

LA GIORNATA DELLE CHIAVI:
riapriamo le porte al commercio

16 novembre 2026 | Ore 10:30

Palazzo Valentini - Sala Di Liegro
Via Quattro Novembre 119/A



POSITION PAPER

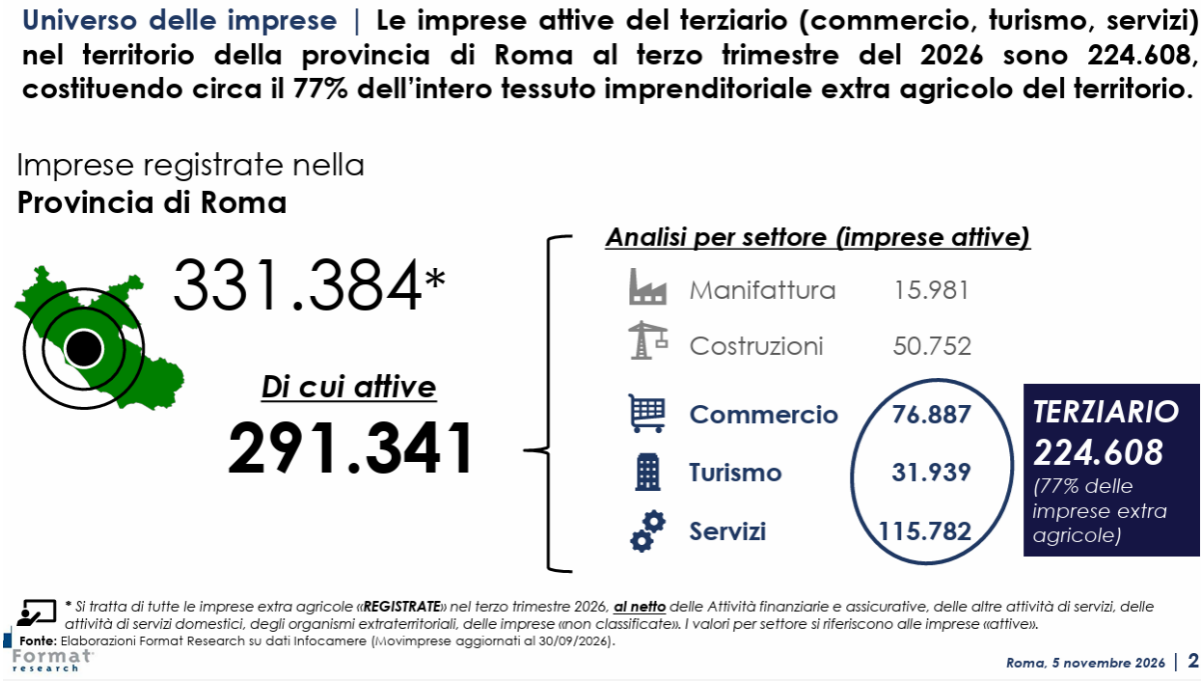
VIVIAMO LA CITTÀ: LA GIORNATA DELLE CHIAVI – RIAPRIAMO IL COMMERCIO

Un Piano d'Azione Territoriale per contrastare la desertificazione commerciale e restituire vitalità a Roma e alla sua Città metropolitana

01. I DATI: TERZIARIO OSSATURA DI ROMA

Dai dati dell'Osservatorio economico di Confcommercio Roma, realizzato in collaborazione con Format Research, emerge con chiarezza il ruolo centrale del **terziario nell'economia della Capitale**. Il **77%** delle imprese romane opera infatti in questo macro-settore, per un totale di oltre 224,608 mila unità.

Il terziario si conferma quindi l'ossatura dell'economia della provincia di Roma.



02 UNA CITTÀ CHE PERDE I SUOI NEGOZI

Il quadro è in movimento, ma non in modo uniforme. Mentre a Roma il terziario cresce, **il commercio resta indietro.** I dati ci dimostrano come il **terziario di mercato si stia rinnovando**: tra marzo e settembre ha guadagnato 2.644 imprese, grazie soprattutto ai servizi.

Secondo il **Rapporto Censis** di novembre 2026, a Roma **il commercio di prossimità non scompare**: si seleziona, si concentra, si indebolisce in alcune aree e si riconfigura in altre.

La dinamica di contrazione riguarda in misura prevalente gli **esercizi specializzati (-15,7%)**, che rappresentano oltre i 4/5 del sistema commerciale cittadino. Le **riduzioni** più significative si registrano **per le edicole e cartolerie (-36,2%),** i negozi per **uso domestico (-30,0%),** le rivendite di **calzature e articoli in pelle (-26,0%)** e gli articoli di **abbigliamento (- 20,0%).**

In controtendenza le **farmacie e parafarmacie,** che registrano un aumento del 22,6%, correlato al peso della salute e a una popolazione che invecchia rapidamente. **Crescono** anche gli **esercizi non specializzati (+3,4%)**, tra cui gli empori etnici e la grande distribuzione.

Anche i **dati nazionali** confermano una trasformazione che non può più essere considerata una semplice crisi di settore. Secondo l'Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia, in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne**,** tra il 2012 e il 2025 sono **scomparsi 156.000 punti vendita** e oggi i **locali commerciali sfitti** superano i **450.000**, nei centri storici come nelle periferie.



Fonte: Ufficio Studi Confcommercio in collaborazione con Istituto Tagliacarne.

A Roma, invece, nell'arco di 13 anni sarebbero **scomparse più di 4.836** attività di commercio al dettaglio, passando da 25.764 a 20.928.



Fonte: Ufficio Studi Confcommercio in collaborazione con Istituto Tagliacarne.

La desertificazione commerciale non riguarda soltanto il centro storico, sempre più sottoposto alla pressione delle funzioni turistiche e degli affitti brevi, ma anche i quartieri residenziali, le periferie e i comuni dell'area metropolitana. Con le imprese si perdono servizi, occupazione, relazioni, sicurezza e identità.

> **Dove chiude un negozio, si indebolisce anche la comunità.**

03 IL COMMERCIO COME INFRASTRUTTURA SOCIALE

La visione di CITIES

Per Confcommercio Roma, il commercio di prossimità costituisce un'infrastruttura socio-economica fondamentale, determinante per la qualità della vita, la coesione sociale e la sostenibilità del tessuto urbano.

La visione dell'Associazione si fonda sul principio del pluralismo distributivo: un modello di sviluppo urbano in cui coesistano armonicamente esercizi di vicinato, botteghe storiche, imprese artigiane, pubblici esercizi, servizi essenziali, grande distribuzione e logistica di prossimità. Tale impostazione trova concretizzazione nel progetto **CITIES (Città e Terziario: Innovazione, Economia, Socialità)**, che individua nel settore terziario una leva strategica per la rigenerazione urbana, da attuarsi mediante una governance collaborativa tra istituzioni, sistema imprenditoriale e comunità locale.

La principale priorità strategica risiede nel superamento di una gestione meramente emergenziale delle cessazioni d'attività, promuovendo un'integrazione strutturale delle politiche commerciali all'interno dei piani di assetto del territorio, mobilità sostenibile, sicurezza pubblica, valorizzazione turistica e pianificazione abitativa.

In quest'ottica, Confcommercio Roma intende evolvere dal tradizionale ruolo di rappresentanza di categoria a quello di "rappresentanza della città", configurandosi come interlocutore propositivo nei processi decisionali aziendali e pubblici che orientano lo sviluppo economico e sociale della Capitale. Al centro di tale approccio si colloca il paradigma della "*città bene comune*": un modello urbano antropocentrico e partecipato, all'interno del quale gli imprenditori e i corpi intermedi agiscono quali attori civici di primo piano, contribuendo attivamente alla cura dello spazio pubblico, alla risposta ai bisogni della collettività e alla definizione delle politiche di governance territoriale.

> **Risulta pertanto improcrastinabile la definizione di un rinnovato Patto di collaborazione tra settore pubblico e privato.**

04 LA GIORNATA DELLE CHIAVI: UNA RESPONSABILITÀ COMUNE

Con "**Viviamo la città**" vogliamo coinvolgere cittadini, istituzioni, imprese e comunità per riaffermare il valore fondamentale del commercio di prossimità.

Con **"La Giornata delle Chiavi – Riapriamo il commercio**" intendiamo consegnare simbolicamente alle istituzioni le chiavi dei negozi chiusi, trasformando le serrande abbassate in un'esplicita e concreta richiesta di responsabilità e di intervento.

Non chiediamo soltanto sostegni economici per le imprese: chiediamo una nuova politica urbana capace di prevenire le chiusure, recuperare gli spazi vuoti e restituire funzioni economiche e sociali ai quartieri.

Confcommercio Roma mette a disposizione delle istituzioni dati, competenze, esperienze e la propria rete associativa per costruire questo percorso.

I numeri mostrano chiaramente quanto stiamo perdendo. Ora dobbiamo decidere quale città vogliamo costruire. Perché ogni negozio che chiude è un pezzo di città che si spegne. Ogni negozio che riapre è un servizio che ritorna, un'opportunità di lavoro, una comunità che si rafforza.

05 IL PAT – PIANO D'AZIONE TERRITORIALE

La proposta: sottoscrizione di un **Piano d'Azione Territoriale per Roma (PAT),** che definisca ruoli e responsabilità coinvolgendo Assessorati, Dipartimenti e Municipi, attraverso queste direttrici:

1. Conoscere e programmare	Ridurre la burocrazia e **semplificare** i rapporti tra PA e imprese. Istituire **un Data Lab comunale** condiviso, per mappare attività commerciali, locali sfitti e flussi pedonali, individuando puntualmente le aree da tutelare e quelle da rigenerare. L'inserimento del Piano nella programmazione dell'Amministrazione, con obiettivi chiari, risorse dedicate, tempi definiti e risultati verificabili, partendo dall'approvazione di una **Mozione capitolina** che riconosca le economie di prossimità come priorità delle politiche urbane.
2. Riaprire	Un **Fondo per il commercio di vicinato**, alimentato da risorse comunali, regionali, europee e da partenariati pubblico-privati come avviene in altre città italiane. Valorizzare le reti del commercio anche attraverso le **Reti d'Imprese** e la figura del Manager di Rete. Introdurre un Manager degli sfitti e un **Fondo per il commercio di vicinato** — prioritariamente destinato alle micro e piccole imprese indipendenti con locali fino a 250 mq — per sostenere nuove aperture, riaperture, investimenti e canoni di locazione. Prevedere nel Fondo per il commercio **una premialità** subordinata all'applicazione per i propri dipendenti dei contratti collettivi di lavoro. Prevedere incentivi per i proprietari che applicano affitti calmierati alle attività commerciali e valutare agevolazioni fiscali su TARI, IMU e Canone Unico Patrimoniale (CUP).
3. Rigenerare	Tutelare la vocazione commerciale dei piani terra, riqualificare i **mercati rionali** e gli spazi pubblici, migliorare l'accessibilità e la mobilità, e prevedere adeguate misure di ristoro e sostegno per le attività penalizzate dalla presenza di cantieri prolungati.
4. Valorizzare	Rafforzare la tutela delle **botteghe storiche** e delle attività indipendenti attraverso la semplificazione amministrativa, uno sportello dedicato e smart, progetti con le scuole per tramandare le arti e i mestieri, e misure per favorire il ricambio generazionale. Sostenere la continuità d'impresa e la qualità del lavoro, contrastando il **dumping contrattuale** e promuovendo l'applicazione dei CCNL sottoscritti dalle organizzazioni comparativamente più rappresentative.

5. Innovare	Accompagnare le imprese nella transizione digitale e sostenibile, per il **ricambio generazionale,** sviluppare micro-hub logistici di quartiere, soluzioni innovative per la mobilità, logistica dell'ultimo miglio.