



**RIGENERARE IL COMMERCIO,
RIGENERARE LA CITTÀ**

Andrea Boi, Principal Consultant TradeLab
18 Aprile 2026

Il nuovo contesto socio-economico

SOCIODEMOGRAFIA: COMPOSIZIONE DELLE FAMIGLIE E OCCUPAZIONE FEMMINILE

RESIDENTI

2001	2011	2024
57.110.000	60.458.000	58.989.700

NATI

2001	2024	Var. % 2001-2024
538.999	369.922	- 31,4%

COMPOSIZIONE FAMIGLIE

	2001	2009	2024
MONOCOMPONENTE	24,9%	28,1%	36,2%
ALMENO 4 COMPONENTI	26,5%	23,7%	17,5%

TASSO DI OCCUPAZIONE FEMMINILE

	2000	2023
TASSO OCCUPAZIONE FEMMINILE	42,5%	53,9%

Fonte: analisi TradeLab su dati Istat

LA CRESCITA DEL TURISMO

PRESENZE TURISTICHE			
	2001	2023	Var.% 2001-2023
PRESENZE TURISTICHE (TUTTE LE TIPOLOGIE DI STRUTTURE)	248.921.000	458.400.000*	+84,2%

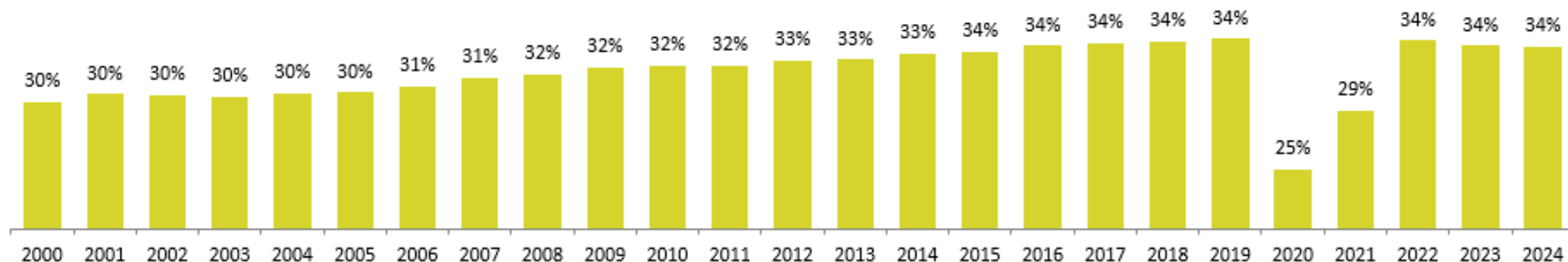
Lo sviluppo del turismo a livello mondiale, con una crescita molto significativa negli ultimi 20 anni della destinazione Italia: **circa +4% medio anno**.

Ma anche la **trasformazione del sistema di accomodation turistica** con la nascita e l'affermazione sul mercato delle sistemazioni extralberghiere commercializzate attraverso i 3 grandi portali Airbnb, Booking.com e Vrbo.

Fonte: analisi TradeLab su dati Istat e diversi

LA CRESCITA DEI CONSUMI ALIMENTARI «FUORI CASA», INARRESTABILE NEGLI ULTIMI 25 ANNI

ITALIA - QUOTA CONSUMI AFH SUL TOTALE CONSUMI ALIMENTARI
Trend 2000 - 2024



2000

AFH (mld €) 50

AH (mld €) 120

VALORE CONSUMI FUORI CASA RADDOPPIATO IN 24 ANNI

2024

AFH (mld €) 101

AH (mld €) 197

Consumi **At Home**: comprendono i consumi di prodotti alimentari acquistati in GDO, dettaglio tradizionale e ambulante.

Consumi **Away From Home**: comprendono i consumi effettuati nei canali del fuori casa come in bar, ristoranti, chioschi, locali d'asporto, discoteca, vending, Sono esclusi hotel e collettiva della Sanità.

Fonte: TradeLab, 2025

Oltre **1 euro su 3** speso dei consumi alimentari dalle famiglie è speso nel «fuori casa». In 24 anni il valore di questo mercato è più che raddoppiato.

Il travaso lento ma progressivo è stato sino ad ora inarrestabile perché spinto dalle trasformazioni sociodemografiche.

QUOTE DI MERCATO SU TOTALE GDO

FORMATO	2011	2016	2022
Ipermercati	18,7%	14,7%	8,9%
Superstore e Mini-iper	14,2%	17,0%	17,4%
Supermercati	41,1%	41,8%	43,2%
Libero Servizio	13,4%	10,7%	8,5%
Discount	12,6%	15,7%	21,9%
Totale GDO	100%	100%	100%

MQ/1.000 ABITANTI

ANNO	2011	2016	2024
Totale GDO	283	287	302

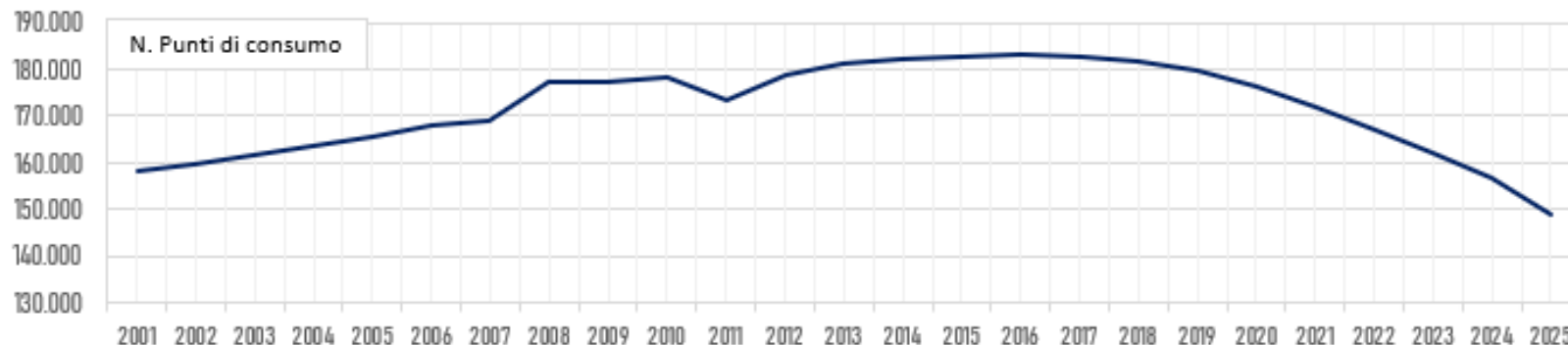
Solo +19 mq in 13 anni pari a meno del 7%.

Fonte: analisi TradeLab su dati Nielsen e Circana (IRI)

Sta finendo l’era degli **ipermercati (ne chiudono o vengono ridimensionati 7-8 all’anno)**. Crescono i discount, i supermercati rimangono la spina dorsale dell’offerta. Si evolve l’offerta per servire la prossimità. Lo sviluppo dei mq/1.000 abitanti sta arrivando al suo massimo.

I PUBBLICI ESERCIZI

Bar



148.830 pdc

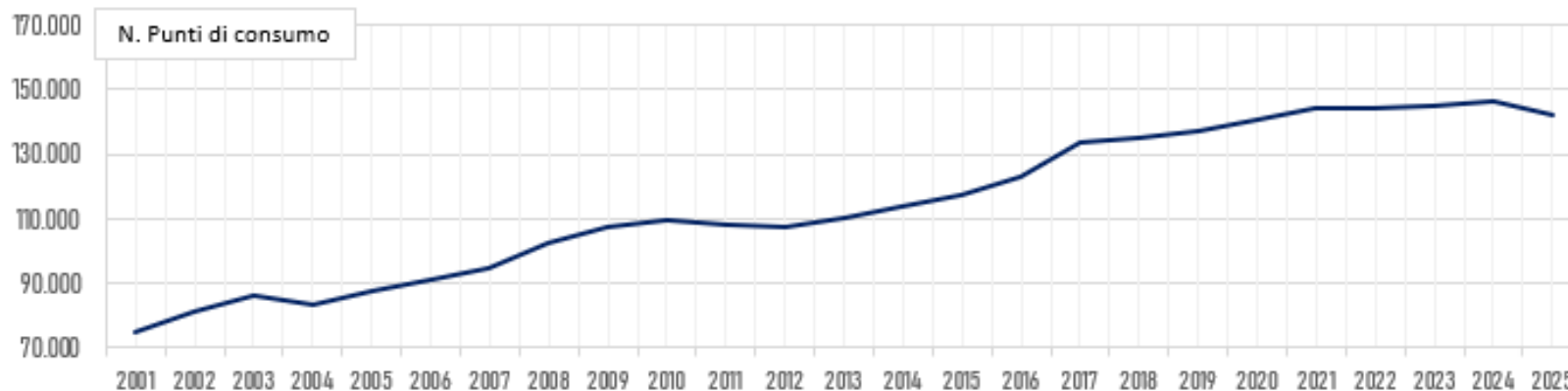
2025

-7.760 bar

Ogni giorno
«chiudono» 20 bar



Trend della rete dei ristoranti



142.290 pdc

2025

-4.000 risto

Ogni gg «chiudono» 11
ristoranti

In 20 anni il mondo delle reti a servizio dei consumi alimentari fuori casa si è trasformato: **meno somministrazione** (cioè meno bar) e **più trasformazione** (cioè più ristoranti).

Il processo di **razionalizzazione della rete** sta cominciando a colpire ora anche i ristoranti: troppa offerta rispetto alla domanda.

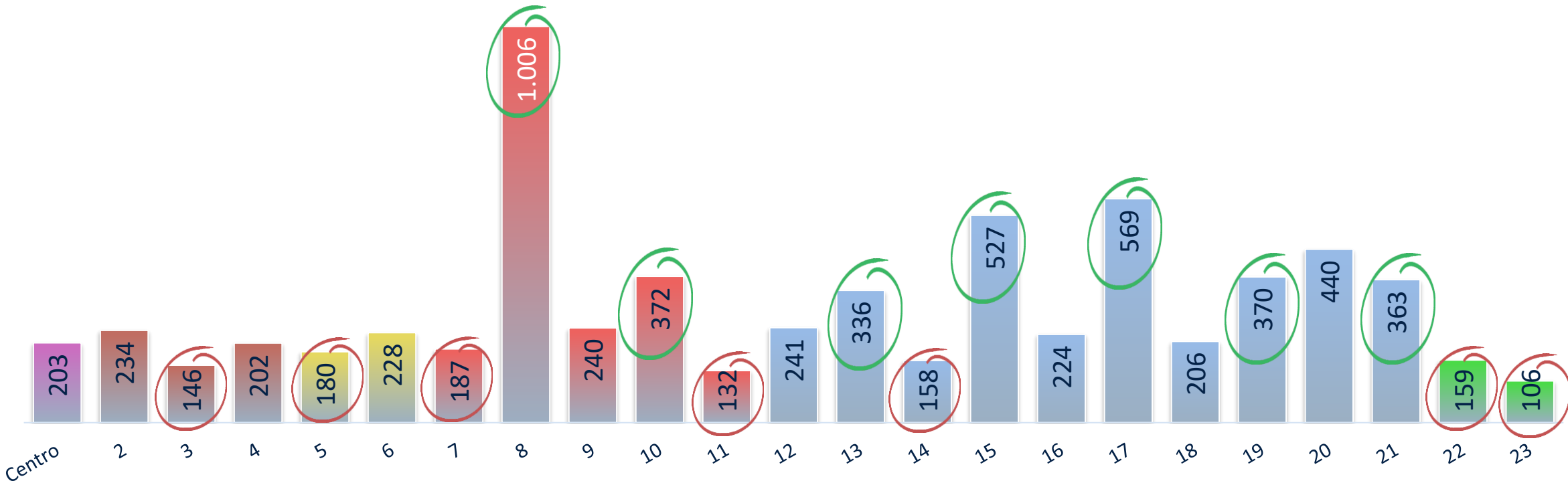
In parallelo si sono sviluppati i **formati secondari**: pasticcerie, gelaterie, gastronomie, ecc ...

Fonte: analisi TradeLab su dati CCIA e diversi

MEDIE&GRANDI STRUTTURE ALIMENTARE – Presidio (Mq x 1.000 abitanti)

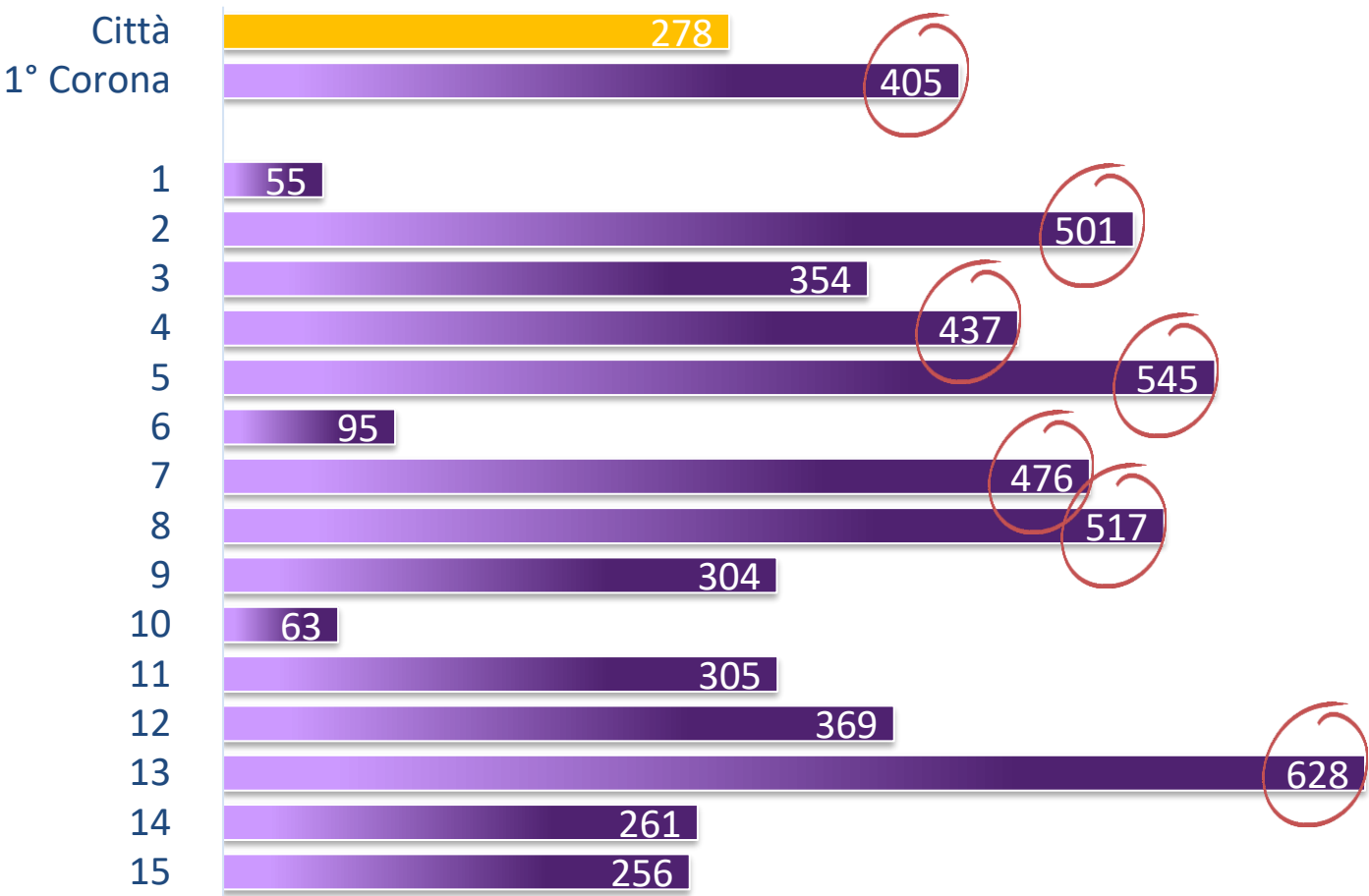
Media Italia
302 mq.

Media Città 278 mq



Fonte: analisi TradeLab su dati Circana

MEDIE&GRANDI STRUTTURE ALIMENTARE – 1° CORONA HINTERLAND - Presidio (Mq x 1.000 abitanti)

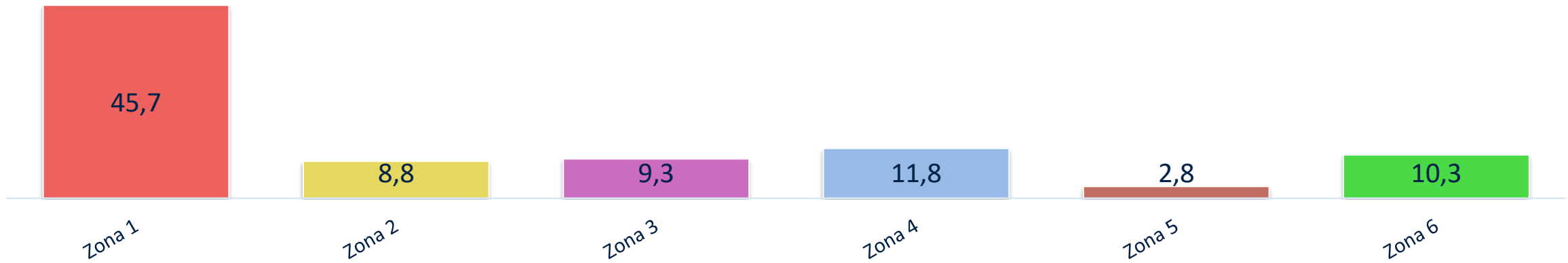


Fonte: analisi TradeLab su dati Circana

ESERCIZI DI VICINATO ALIMENTARE – Presidio (Numero Pdv x 10.000 abitanti)

119 Vicinato Alimentare

15,1



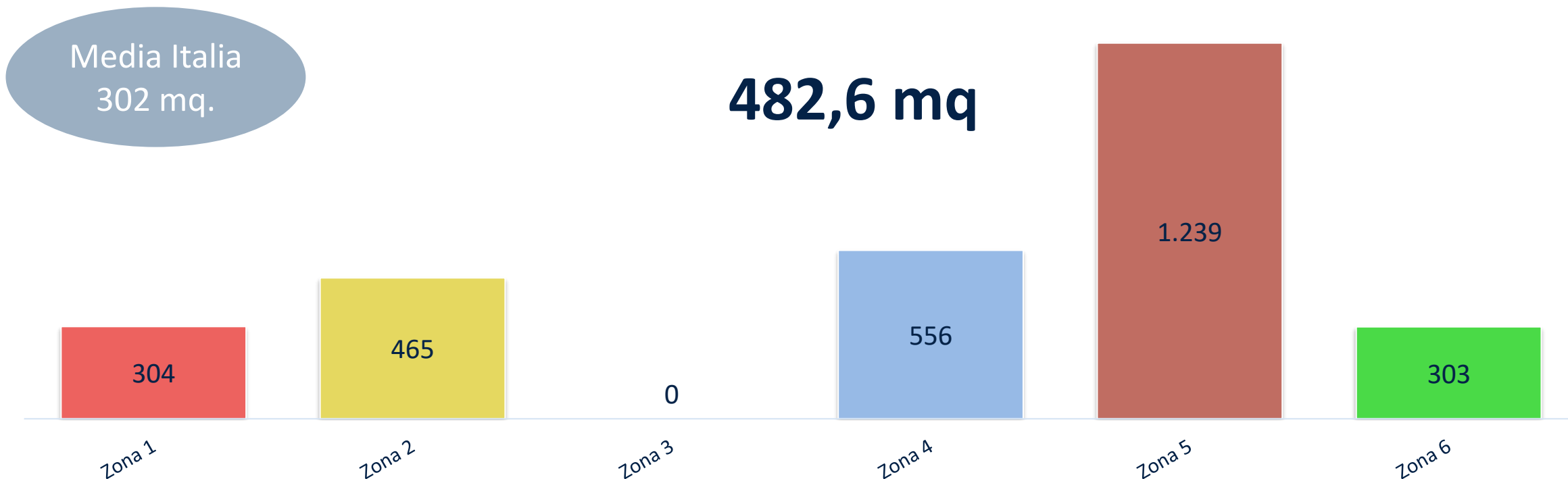
IMPLICAZIONI PER GLI INTERVENTI DI REGOLAZIONE

Praticamente in tutte le Zone della Città (in misura minore nella 1), si è di fronte ad una alternativa: si ricostruiscono le reti di Vicinato, attraverso politiche attive molto forti e incisive, o si devono trovare altre soluzioni per garantire il servizio di prossimità. In prospettiva è possibile che la stessa problematica debba essere affrontata anche in Zona 1 con la medesima criticità.

Fonte: analisi TradeLab

CASO 2: CAPOLUOGO DI PROVINCIA DEL NORD ITALIA

MEDIE&GRANDI STRUTTURE ALIMENTARE – Presidio (Mq x 1.000 abitanti)



IMPLICAZIONI PER GLI INTERVENTI DI REGOLAZIONE

I dati particolarmente elevati di questo indicatore chiave per la programmazione commerciale indicano, fatta eccezione per la Zona 3 di cui si è già detto, che negli interventi di regolazione urbanistica e commerciale si deve ben tener conto che nuove autorizzazioni hanno come conseguenza molto probabile la chiusura di altrettante MSV (o GSV), con conseguente generazione di locali commerciali vuoti e degrado urbano. Meglio incentivare ristrutturazioni e piccoli ampliamenti.

Fonte: analisi TradeLab su dati Circana

MERCATO COMUNALE– Numero di posteggi operativi disponibili in 1 settimana

Quartieri

	Zona 1	451
	Zona 2	-
	Zona 3	-
	Zona 4	-
	Zona 5	-
	Zona 6	-

ATTIVITÀ DI SERVIZIO: ACCONCIATORI e ESTETISTI – Numeriche

Totale Città
336

ZONE

	Zona 1	182
	Zona 2	36
	Zona 3	11
	Zona 4	42
	Zona 5	22
	Zona 6	43



TradeLab

Andrea Boi

aboi@tradelab.it

mobile 3358224350