UNIVERSITÀ DI TRENTO

T QUOTIDIANO
Dir. Resp.:Simone Casalini
Tiratura: 16.500 Diffusione: 16.800 Lettori: 101.000

Rassegna del: 16/04/26
Edizione del:16/04/26
Estratto da pag.:1,23
Foglio:1/2

ref-id-1987

Trento, lo studio

Commercio, cresce il cibo Giù i vestiti

di **Massimiliano Moser**

Uno studio coordinato dal Comune di Trento fa il punto sul commercio in centro. Cresce la ristorazione, abbigliamento in calo anche del 30%.

A PAGINA 23

Commercio, la tendenza è per il food

Lo studio sul centro storico: abbigliamento giù del 30%, esplode la ristorazione

Ricerca Boatto: «Lusso e vestiti in via San Pietro, negozi indipendenti in via Suffragio, cibo multietnico in via Cavour, San Martino diviso»

di **Massimiliano Moser**

Negli anni tra il 2014 e il 2025 i negozi di abbigliamento nelle principali vie del centro storico sono passati da 36 a 25 (-30,5%), mentre le attività di ristorazione sono salite da 11 a 20 (+82%), seppur il totale delle attività non sia variato particolarmente (da 170 sono salite a 171). È questo lo scenario concreto emerso ieri dalla presentazione della ricerca «Spazi», uno studio sul commercio di prossimità nel capoluogo trentino, coordinato dall'Università e dal Comune di Trento. L'indagine ha preso in esame quattro vie simbolo della città: via San Pietro, via Suffragio, via San Martino e via Cavour.

Effetto foodification

«La ricerca ha osservato le trasformazioni delle attività di commercio ma anche del consumo – ha esordito Francesca Forno, professoressa di Sociologia generale e responsabile scientifica della ricerca – analizzando quattro vie centrali della città, e svolgendo un questionario online che ci ha aiutato. Abbiamo fatto anche passeggiate sul campo nelle strade interessate, le cosiddette urban walk, e siamo anche andati indietro nel tempo tramite Google Maps, per vedere come erano prima». Dai dati emerge, da un lato, la contrazione del numero di esercizi tradizionali e, dall'altro, l'aumento di nuove forme di consumo e di attività ibride, spesso legate alla ristorazione o ai servizi. «Dal 2000 ad oggi sta prendendo piede tra le vie del centro la foodification – ha analizzato Ismaele Corso, che ha preso parte alla ricerca – ossia il fenomeno per cui intere vie si trasformano in una scia di punti vendita gastronomici: lo abbiamo individuato in particolare in via Cavour e via Suffragio. Il fenomeno strutturale più recente è l'e-commerce, il commercio online, che ha allontanato intere categorie di consumo dal negozio fisico e alimentato la desertificazione commerciale, che indebolisce il tessuto sociale del centro storico».

Il punto di vista dei consumatori è stato raccolto invece dal questionario online. «Il questionario è stato compilato da 1226 persone ed è stato utile per capire come i consumatori vedono il futuro commerciale del centro storico – ha proseguito Corso – è emerso che oltre il 36% passa ogni giorno dal centro storico, principalmente per passare da bar, ristoranti, vetrine o incontrare amici. Molti consumatori preferiscono l'online per la tecnologia e prodotti del tempo libero, mentre il negozio fisico resiste su alimentari e prodotti per la casa».

■ Secondo un questionario compilato da 1226 persone, oltre il 36% dei consumatori passa ogni giorno dal centro storico, principalmente per passare da bar, ristoranti, vetrine o incontrare amici

■ Dal 2014 al 2025 i negozi di abbigliamento sono passati da 36 a 25, mentre le attività di ristorazione sono aumentate da 11 a 20

Le vie del centro

All'interno di questa grande trasformazione commerciale, le vie del centro storico di Trento prese in esame dallo studio si diversificano tra di loro per settore commerciale.

Peso:1-3%,23-64%

506-001-001

Il presente documento non e' riproducibile, e' ad uso esclusivo del committente e non e' divulgabile a terzi.

Telpress Servizi di Media Monitoring

Sezione:UNIVERSITÀ DI TRENTO

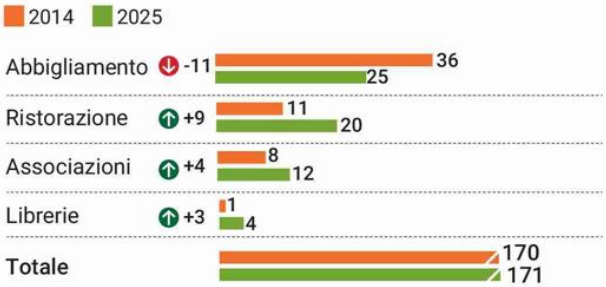
«L'abbigliamento sta affrontando una grave crisi, mentre la ristorazione è in crescita – ha evidenziato Leonardo Boatto, studente in Magistrale che ha preso parte alla ricerca – ognuna delle quattro vie prese in esame ha caratteristiche sue: via San Pietro si caratterizza per il settore lusso e abbigliamento, via Suffragio invece per i negozi indipendenti, via San Martino presenta invece una frattura a metà via, dove la parte pedonale è più attrattiva e legata all'associazionismo mentre la seconda metà è meno attrattiva e con più spazi sfitti, infine via Cavour dove abbiamo un'espansione della ristorazione legata a culture gastronomiche globali e fast food». I commercianti intervistati per la ricerca, che sono stati 20, hanno rivelato anche diverse criticità. «Alcuni commercianti vedono nel turismo una risorsa, altri lo vedono come un consumo veloce che non porta un particolare aumento nei guadagni – ha continuato Boatto – c'è poi il tema dell'aumento dei costi degli affitti, e alcuni commercianti hanno chiesto anche delle figure specializzate che possano aiutarli nell'adattarsi al commercio online. Un'altra richiesta arrivata è quella di aumentare il dialogo tra istituzioni e commercianti».

Orientare le politiche pubbliche

Nel corso dell'incontro è stato ribadito poi come il ruolo dell'università, in questo contesto, sia quello di ponte tra analisi ed azione. «La ricerca nasce dall'esigenza di capire come le trasformazioni del commercio stanno cambiando la città – ha aggiunto il direttore del Dipartimento di Sociologia Marco Brunazzo – è una questione economica ma anche di qualità della vita e di socialità: le università hanno il compito di fornire dati strutturali sulle percezioni dei cittadini e degli operatori economici». La ricerca, infatti, mira ad orientare le politiche pubbliche, mettendo a disposizione alcuni strumenti e dati concreti per aiutare l'analisi del fenomeno. «La ricerca è nata dalla volontà del Comune di avere un approccio serio e orientato con dei dati – ha rimarcato l'assessore all'economia del Comune Alberto Pedrotti – le tematiche che contribuiscono alla diffusione del fenomeno sono molte, per esempio gli stili di vita cambiati, approcci alla spesa diversi e dinamiche comportamentali diverse». Aspetti che interessano anche il Comune di Rovereto. «È importante presidiare questo tema – ha concluso l'assessore al commercio del comune di Rovereto Michele Dorigotti – Trento e Rovereto vivono dinamiche simili sul tema commercio».

Il commercio in città

Settori in crescita e in difficoltà: il numero non cambia, l'identità si



Quante volte i rispondenti frequentano il centro storico

Le abitudini di consumo: il questionario
Periodo 23 giugno – 15 agosto 2025

1.226 Questionari validi

Profilo campione Prevalenza femminile, fascia 45-54 anni, alto titolo distudio, residenza periferica

Temi Frequentazione, sicurezza, percezione commercio, confronto fisico/online, motivazioni d'acquisto

Natura Campione non rappresentativo, esplorativo

Motivi di frequentazione del centro storico

Sociologia La professoressa Forno con gli studenti-ricercatori Leonardo Boatto e Corso © *Foto Cattani*

Il presente documento non e' riproducibile, e' ad uso esclusivo del committente e non e' divulgabile a terzi.

506-001-001

Telpress Servizi di Media Monitoring