

27
OTTOBRE
2025



Sala Ajace (UD)

Meeting per il
commercio udinese

↗ REtail

➤ INDICE

1. Contesto generale del commercio urbano in Italia
2. La situazione di Udine
3. I dati Tagliacarne e l'analisi di Confcommercio
4. Il protocollo per Udine Digitale
5. Dall'analisi all'azione: è tempo di matchmaking
6. Modello ispiratore: MAPIC e Fiera del Franchising
7. La proposta: Connection Day Udine
8. Modalità operative e partner
9. Conclusioni e call to action
10. Programma della giornata

1 ➤ Contesto generale del commercio urbano in Italia

Negli ultimi vent'anni il commercio al dettaglio in Italia ha subito una trasformazione profonda, legata a dinamiche strutturali e culturali che hanno ridefinito il ruolo degli spazi urbani, della prossimità e del consumo. La diffusione dei centri commerciali, la motorizzazione di massa, e negli ultimi dieci anni l'esplosione dell'e-commerce, hanno messo in crisi il commercio tradizionale di vicinato. Questa crisi si è tradotta in una crescente quota di spazi commerciali sfitti, in particolare nei piccoli comuni, che spesso appaiono oggi come paesaggi semi-abbandonati.

A fronte di queste dinamiche, i centri urbani maggiori hanno resistito meglio, pur dovendo affrontare sfide altrettanto rilevanti: mobilità auto-centrica, politiche immobiliari rigide e poco flessibili, elevati costi d'accesso per le nuove attività commerciali. Anche le politiche pubbliche hanno faticato a rinnovarsi, spesso scollegate dalle esigenze reali di commercianti, cittadini e territori.

2 ↗ La situazione a Udine

Udine si inserisce in questo contesto nazionale con caratteristiche proprie.

A partire da una vocazione storicamente emporiale, la città ha mantenuto un'identità commerciale centrale, sostenuta da una buona accessibilità, dalla presenza di servizi pubblici e privati e da una rete di attività storiche fortemente radicate.

Un'indagine del Comune di Udine del 2022 ha fotografato lo stato del commercio nel centro città (Allegato 1). I risultati sono stati incoraggianti: l'80% degli spazi commerciali dotati di vetrina risultano occupati, e solo il 20% è sfitto.

Questa media positiva nasconde però una forte polarizzazione territoriale. Il cuore del centro storico presenta una percentuale di occupazione superiore al 90%, mentre alcune aree periferiche del centro, come via Grazzano, via della Rosta e tratti di viale Europa Unità, superano il 50% di locali sfitti.

Anche Via Vittorio Veneto e parte di Via Aquileia, pur con percentuali minori, cominciano a destare preoccupazioni già nel breve periodo. Ciò comporta una frattura nella continuità dell'attrattività urbana, con effetti sulla fruibilità e la qualità percepita dello spazio pubblico.

A completare la fotografia vi è la presenza di 93 locali storici censiti, di cui la stragrande maggioranza attivi, che rappresentano un patrimonio culturale, economico e turistico da valorizzare.

3 ↗ I dati Tagliacarne e l'analisi di Confcommercio

A confermare la relativa tenuta di Udine nel panorama nazionale vi sono anche i dati dell'Istituto Tagliacarne, raccolti da Confcommercio su 122 comuni italiani. (Allegato 2)

Nella classifica relativa alla variazione percentuale delle imprese attive nel commercio al dettaglio tra il 2012 e il 2024, Udine si colloca al 94° posto (classifica decrescente dove il primo capoluogo è quello con maggiore criticità), con una contrazione del -20,3%. Un dato che, sebbene negativo, rappresenta il 5° miglior risultato nel Nord Italia. Meglio di Udine, in Regione, solo Pordenone (104° con -17,6%), mentre Trieste ha registrato un crollo significativo (9° posto assoluto, -30%), nonostante la crescita turistica.

Anche i dati su elaborazione CCIAA di PN UD su dati InfoCamere (allegato 3), relativi al biennio 2023-24, confermano che il comparto cittadino mantiene costante la presenza delle proprie unità destinate a commercio, ristorazione e servizi (variazione negativa dello 0,6% a dicembre '24 rispetto all'anno precedente).

Questo posizionamento segnala una resilienza da non sottovalutare, che può costituire una base solida su cui costruire politiche innovative di rilancio.

4 ↗ Il protocollo per Udine Digitale: verso una città ùcommerciale intelligente

In risposta a queste dinamiche, il Comune di Udine, in collaborazione con l'Università di Udine, la Camera di Commercio Pordenone-Udine e Confcommercio, ha avviato un protocollo innovativo di partenariato finalizzato alla creazione di "Udine Digitale".

Il protocollo ha previsto:

- mappatura georeferenziata di tutte le attività economiche con vetrina nel centro cittadino
- analisi integrata tra dati demografici, accessibilità, servizi, dinamiche di apertura/chiusura
- un database aggiornabile, pensato come infrastruttura di gestione strategica degli spazi commerciali
- coinvolgimento attivo degli stakeholder attraverso tavoli partecipativi

L'**obiettivo** è dotare la città di uno strumento dinamico, capace di aggiornarsi come un Centro Commerciale Digitale, ma applicato allo spazio urbano: una "control room" che renda trasparenti, accessibili e condivisibili le informazioni sugli spazi disponibili, le opportunità e i flussi.

5 ↗ Dall'analisi all'azione: è tempo di matchmaking

La disponibilità di dati e strumenti digitali, per quanto avanzata, non basta a generare trasformazioni se non accompagnata da un passaggio cruciale: l'incontro reale tra gli attori.

Serve uno spazio dove domanda e offerta di commercio, servizi e immobili si possano incontrare. Serve un metodo, e soprattutto un'occasione, per costruire fiducia, visione comune e progetti condivisi.

Per questo motivo si propone di superare il modello tradizionale delle fiere e adottare un format snello, efficace e orientato al risultato: il Connection Day.

6 ↗ Modello ispiratore: MAPIC e Fiera del Franchising

Due eventi possono essere presi a modello per questa proposta:

- **MAPIC e MAPIC ITALY**: piattaforma europea per lo sviluppo immobiliare e retail, basata su incontri mirati one-to-one tra investitori, sviluppatori, brand e agenti immobiliari. L'efficacia deriva dalla selezione degli interlocutori e dalla qualità dei matching.
- **FIERA DEL FRANCHISING (Milano)**: evento che mette in contatto brand franchisor e potenziali affiliati, con momenti formativi, desk di consulenza e area matching.

Entrambi si distinguono per il taglio operativo e la forte vocazione al networking attivo, che è il cuore del modello proposto per Udine.

7 ↗ La proposta: Connection Day Udine

Si propone la realizzazione di una giornata unica di incontri professionali, non aperta al pubblico, ospitata nella splendida cornice della Sala Ajace, all'interno di Palazzo D'Aronco, uno dei simboli della città.

OBIETTIVO: far incontrare in modo strutturato e operativo i principali attori del settore.

- Proprietari di immobili commerciali
- Agenzie immobiliari e consulenti
- Brand del commercio, della somministrazione e dei servizi in franchising
- Commercianti e pubblici esercizi locali
- Servizi alla persona (es. saloni di parrucchiere/i, barbiere/i, estetiste/i, agenzie immobiliari)

7 CARATTERISTICHE DISTINTIVE

- Non è una fiera: nessuno stand, ma un format relazionale, dialogico e su invito
- Matching digitale: ogni partecipante compilerà un profilo (esigenze/offerte) utilizzando un software digitale
- Agenda prestabilita con incontri B2B da 20 minuti
- Desk informativi con dati sugli immobili disponibili
- Tavoli tematici su innovazione, sostenibilità commerciale, strumenti finanziari
- Spazio pitch: i retailer avranno a disposizione circa 10 minuti per presentare il proprio brand e progetto
- Corner esperti: legale, fiscale, finanziario e consulenza franchising
- Bando per lo sviluppo economico: l'evento fornirà l'occasione per approfondire l'imminente bando per lo sviluppo economico finanziato dal Comune di Udine (fino a 50.000 a fondo perduto per le nuove attività)

L'evento diventa così un vero laboratorio di connessioni economiche e urbane.

7 ↗

"UDIN È RE" è più di una sigla. È un'affermazione.

È Retail e Real Estate, ma anche Rinascita, Rigenerazione, Rete.

È un gioco di parole che diventa un gioco di visione: perché il commercio urbano è una leva di rigenerazione urbana.

Con "UDIN È RE" mettiamo al centro i due asset più sottovalutati e più potenti della città:

- i luoghi (REal estate)
- le attività (REtail)

E li facciamo parlare, li mettiamo in connessione, li rendiamo di nuovo vivi.

Possibile naming:

- UDIN È RE: Connect – Dove gli spazi incontrano le idee (o Dialoghi tra spazi e attività)
- UDIN È RE: DAY – Retail & Real Estate in azione

8 ↗ Modalità operative e partner

Affinché il Connection Day diventi un punto di svolta concreto, è necessario strutturare con cura ogni aspetto organizzativo e attivare una rete di partner qualificati, capaci di portare valore, contenuti e credibilità. La chiave del successo risiede nella sinergia tra pubblico e privato, tra mondo accademico e imprenditoriale, tra istituzioni locali e reti nazionali.

- Camera di Commercio Udine-Pordenone: sarà il fulcro operativo e digitale del progetto. Oltre a fornire il software europeo di matching (già utilizzato in altri contesti internazionali), metterà a disposizione i propri data set, le competenze di analisi economica territoriale e l'infrastruttura logistica.
- Assofranchising: garantirà la partecipazione di brand dinamici e in fase espansiva, offrendo ai partecipanti una panoramica sulle opportunità del franchising, una leva oggi strategica per ridare slancio al commercio.
- Confcommercio Udine e FVG: avrà un ruolo di facilitatore del territorio, con compiti che spaziano dal coinvolgimento dei commercianti ed esercenti alla definizione delle priorità locali. Sarà anche canale di ascolto diretto delle esigenze delle imprese.
- Distretto del Commercio di Udine: sarà il presidio territoriale del progetto, raccordando le politiche urbanistiche, commerciali e di rigenerazione urbana con le istanze degli attori economici e sociali.
- Comune di Udine: in qualità di capofila istituzionale, metterà a disposizione spazi e funzioni pubbliche, garantendo la coerenza del Matching Day con le strategie di sviluppo urbano (mobilità, accessibilità, sostenibilità, rigenerazione)

9 ↗ Conclusioni

Il Connection Day non è un semplice evento, ma una piattaforma di trasformazione.

È una modalità nuova di fare sviluppo urbano, che fonde rigore analitico, visione strategica e pragmatismo operativo.

È un'alleanza tra le energie vive della città per affrontare insieme una sfida comune: restituire vitalità al tessuto commerciale e qualità allo spazio urbano.

Udine oggi ha tutte le carte in regola per guidare questa trasformazione:

- ha un capitale immobiliare che può essere rigenerato
- ha un sistema istituzionale coeso e collaborativo
- ha già attivato strumenti di analisi, mappatura e ascolto
- ha una storia commerciale e sociale che merita di essere proiettata nel futuro

10 ➤ PROGRAMMA DELLA GIORNATA

10:30: Accredитamento e welcome coffee

11:00-13:00 - Panel informativi

Saluti iniziali

- Benvenuto del Comune di Udine
- Introduzione di Confcommercio-Udine
- Relazione di Assofranchising

La città in cifre – i numeri di Udine (Guido Caufin, Manager del Distretto del Commercio)

Protocollo Rigenerazione Urbana – presentazione dello studio (prof. Salvatore Amaduzzi)

Le presenze in città (a cura del Distretto del Commercio)

Approfondimento sull'immobiliare - Le proposte immobiliari in città

I bandi del Comune di Udine in collaborazione con CATT FVG

- Bando per 1.400.000 € a fondo perduto per lo sviluppo economico – nuove aperture, ricambio generazionale, rinnovo attività esistenti e lotta agli sfitti
- Bando per 100.000 € a fondo perduto per l'innovazione digitale nel retail – vetrine domotiche, software gestionali, totem, videowall, contapersone, casse rendiresto

13:00-14:00 – Light lunch

14:00-17:00 – Business matching: incontri focalizzati sull'interesse imprenditoriale di ogni partecipante (imprenditore cerca impresa, impresa cerca imprenditore)

17.00: Conclusioni finali



➔ GRAZIE.