

L'AQUILA: MCDONALD'S IN CENTRO STORICO, COMMERCIO DIVISO TRA TIMORI E OTTIMISMO

17 Ottobre 2025



L'AQUILA - Nei locali dell'ex Standa, all'Aquila, in uno spazio di oltre millecento metri quadrati su due piani, aprirà un nuovo McDonald's, che porterà per la prima volta la multinazionale del fast food nel cuore della città.

Sarà il secondo punto vendita - sempre dell'imprenditore Gaetano Miranda - dopo quello di Viale Corrado IV, mentre in passato un ristorante a Monticchio - in periferia - aveva chiuso i battenti.

E in centro c'è chi si divide su questa apertura "storica", in particolare il settore della ristorazione intesa in senso ampio: bar, pizzerie, rosticcerie, attività di somministrazione di cibi e bevande che già faticano a stare in piedi in un centro storico che, al di là dei mesi primaverili ed estivi, continua a soffrire.

La ricostruzione è ancora in corso, molte attività non sono tornate, tanti servizi non ci sono più e diversi esercenti hanno persino chiuso. Uno su tutti, Ralph, in Piazza Duomo, ma non solo lui.

Chi ha scelto, tra mille difficoltà, di riaprire un negozio, una bottega o un locale in un contesto complicato ora si chiede come reggere l'urto di una concorrenza a trecentosessanta gradi come quella di McDonald's.

"Non è semplice sopravvivere qui, e l'arrivo di un brand così forte rischia di complicare ancora di più le cose", dichiarano alcuni operatori, che però preferiscono non esporsi pubblicamente.

Più fiducioso, invece, il presidente di Confcommercio L'Aquila, Alberto Capretti, che invita a non guardare solo ai rischi.

"All'inizio qualche operatore potrà soffrire l'impatto - ammette Capretti ad AbruzzoWeb - ma un McDonald's in centro storico non può che fare bene. L'Aquila deve diventare una città turistica a pieno titolo e un'insegna di questo livello attirerà tantissima gente, soprattutto nei mesi invernali quando il flusso di cittadini e clienti tende a rarefarsi".

Capretti ricorda che in passato altri marchi avevano provato a inserirsi nel centro storico senza fortuna.

“Negli anni scorsi brand importanti come Cento Montaditos o la Pizzeria Trieste sembravano destinati a fare una concorrenza spietata a chi era già presente, invece non sono riusciti a reggere l’impatto con la realtà del centro. Certo, McDonald’s ha ben altri strumenti, ben altra forza economica, e forse proprio per questo può fungere da attrattore”, afferma.

Il presidente di Confcommercio sottolinea infine quella che considera l’importanza della dimensione globale del marchio che però, per chi è abituato al contatto diretto con il commerciante, secondo lui non rappresenterà un “pericolo”.

“McDonald’s è presente in tutto il mondo, in città con gli stessi abitanti dell’Aquila o persino con meno. È un fenomeno globale, e non vedo perché la nostra città dovrebbe restarne esclusa”, conclude.