L’Aquila, inaugurata la nuova sede McDonald’s nel cuore del centro storico

Sabrina Di Cosimo | 11/01/2026 | Cronaca

Tra memoria urbana, nuove opportunità e la sfida della convivenza commerciale L’Aquila torna a riempire i suoi spazi simbolici.

Ieri pomeriggio, alle ore 16:45, in corso Federico II, nei locali dell’ex Standa, si è svolta l’inaugurazione della nuova sede centrale di McDonald’s nel cuore del centro storico cittadino.

Un momento partecipato e carico di significato, aperto dalla benedizione impartita da don Daniele Pinton e don Martino Gaida, alla presenza di tanti cittadini e del vicesindaco Raffaele Daniele, che ha sottolineato il valore dell’iniziativa come segnale concreto di vitalità e ritorno alla piena fruizione del centro storico.

L’apertura rappresenta un passaggio simbolico importante per la città: non solo l’arrivo di un grande marchio internazionale nel cuore dell’Aquila, ma anche la restituzione di vita a uno spazio che per generazioni di aquilani ha rappresentato un punto di riferimento urbano, commerciale e sociale.

L’edificio che oggi ospita McDonald’s è infatti lo stesso che per decenni ha accolto la Standa, autentico centro commerciale cittadino ante litteram. Per molti aquilani – e per chi scrive in particolare – quel luogo è legato a ricordi personali e collettivi: l’emozione da bambina nel salire le scale mobili, attraversare i reparti, scoprire la moda, la casa, il quotidiano, in un’esperienza che anticipava ciò che oggi riconosciamo nei grandi centri commerciali. Non solo consumo, ma scoperta, socialità, ritualità urbana.

La nuova apertura si inserisce dunque in una cornice carica di memoria, ma proiettata verso il presente. La presenza di McDonald’s in un palazzo storico e lungo un asse centrale come corso Federico II colloca L’Aquila nel solco delle grandi città italiane ed europee, dove i marchi internazionali convivono con la storia architettonica e con un tessuto urbano stratificato. C’era curiosità anche per l’allestimento interno della nuova sede, pensato per dialogare con il contesto architettonico e con l’identità del centro cittadino, nel tentativo di coniugare standard internazionali e inserimento urbano.

Nel suo intervento, il vicesindaco Raffaele Daniele ha richiamato il lungo percorso di rinascita vissuto dalla città dopo il sisma: «Dopo il terremoto avevamo un centro storico perduto, impossibile da vivere per anni. Anche durante la ricostruzione restava il dubbio se le persone sarebbero tornate ad abitarlo davvero. Le infrastrutture da sole non bastano: servono attività, vita, presenze. Oggi è un giorno bellissimo per L’Aquila, perché apre un’attività importante che sarà un attrattore per studenti, giovani e famiglie e contribuirà a rendere vivo questo tratto di centro storico recentemente pedonalizzato. Come amministrazione e come città vi diamo il benvenuto, certi che faremo tanta strada insieme».

Accanto all’entusiasmo per una nuova inaugurazione, non può però mancare una riflessione più ampia. L’arrivo di un colosso della ristorazione internazionale in un’area già ricca di bar, ristoranti, pizzerie e attività storiche genera comprensibili timori tra i piccoli esercenti, che temono una riduzione della propria clientela e una competizione difficile da sostenere.

Dal punto di vista del marketing, l’apertura di una sede McDonald’s nel centro storico aquilano rappresenta un caso emblematico di brand identity globale. I celebri “due archi dorati” che formano la “M” non sono solo un logo, ma un simbolo immediatamente riconoscibile in ogni parte del mondo: da New York a Tokyo, da Parigi a Milano. Essi comunicano familiarità, affidabilità e standard riconosciuti, superando barriere culturali e linguistiche. In termini strategici, collocare il brand in un edificio storico e in una posizione centrale rafforza da un lato la visibilità del marchio, dall’altro ne favorisce l’integrazione nel tessuto urbano, contribuendo a trasformare il punto vendita in uno spazio di socialità e riferimento cittadino.

La vera sfida, tuttavia, è tutta locale: far convivere il nuovo con l’esistente, l’innovazione con la tradizione, il grande marchio con le attività che da anni tengono vivo il centro storico. Una sfida che chiama in causa istituzioni, operatori economici e cittadini.

Alle amministrazioni spetta il compito di accompagnare questo processo, tutelando il pluralismo commerciale e sostenendo le realtà più fragili. Ai cittadini, invece, il ruolo forse più importante: vivere il centro, scegliere consapevolmente, accogliere le novità senza dimenticare il valore delle attività storiche che hanno resistito anche nei momenti più difficili.

L’apertura del McDonald’s in centro può diventare una risorsa, se inserita in una visione di città inclusiva e attenta. Una città che cresce non cancellando ciò che è stato, ma integrandolo.















