



Presentato oggi in collaborazione con Confcommercio Milano

## **L'Osservatorio CityDoxa: promossa la Milano dei quartieri**

*L'85% dei residenti, se dovesse cambiare casa, preferirebbe comunque rimanere a Milano. Percentuale ancora più alta tra i giovani: il 91% per la Gen Z*

*L'88% dei cittadini è legato al proprio quartiere e il 53% ritiene che migliorerà nei prossimi 3-5 anni.*

*Commercio: consegna a domicilio e delivery utilizzati, con diverse frequenze, da 9 cittadini su 10*

*Il 45% dei cittadini dichiara di lavorare in modalità "ibrida": sia a casa sia in ufficio*

*L'81% si sente abbastanza sicuro nel proprio quartiere*

*Parcheggi, silenziosità e livello di traffico, qualità dell'aria tra i punti da migliorare*

### **Osservatorio CityDoxa: le schede**

C'è sintonia a Milano fra i cittadini e il quartiere dove si vive. Il dato emerge con chiarezza dall'Osservatorio CityDoxa Milano, realizzato da BVA Doxa e presentato oggi a Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio della Confcommercio milanese, in collaborazione con Confcommercio Milano.

Sono intervenuti *Paola Caniglia*, Partner & Head of BU Retail & Living e *Andrea Tozzi* Research Manager di BVA Doxa, *Alessia Cappello*, assessora allo Sviluppo Economico del Comune di Milano; *Vincenzo Albanese*, vicepresidente di Confcommercio Milano (con competenza su urbanistica e territorio) e il segretario generale di Confcommercio Milano, *Marco Barbieri*.

Per l'Osservatorio CityDoxa sono state effettuate 1.660 interviste su un campione rappresentativo della popolazione milanese.\*

L'88% degli intervistati sostiene di sentirsi legato al quartiere nel quale vive. Un attaccamento – emerge dall'indagine – che accomuna tutte le aree di Milano. L'89%

consiglierebbe ad un'altra persona di venire ad abitare nel proprio quartiere. Emerge anche un altrettanto forte attaccamento alla città di Milano: l'85% dei residenti se dovesse cambiare casa preferirebbe rimanere a Milano piuttosto che cambiare città (15%). Tale orientamento diviene ancora più forte fra i più giovani: la Gen Z è la generazione che più si identifica (91%) con la città.

**PIACE IL COMMERCIO NEL PROPRIO QUARTIERE. SERVIZI DI CONSEGNA E DELIVERY MOLTO DIFFUSI** – Il giudizio sulle attività commerciali nel quartiere in cui si abita è positivo: per il 67% i negozi e pubblici esercizi si sono attrezzati con servizi online e di delivery, per il 58% i punti vendita si sono modernizzati e vi è anche più attenzione all'arredamento e all'estetica (53%). Seppur con frequenze differenziate, i servizi di consegna a domicilio e delivery sono ormai utilizzati da più di 9 residenti su 10.

**LAVORO TRA CASA E UFFICIO: L'“IBRIDO” HA UN IMPATTO POSITIVO SULLA VITA DEL QUARTIERE** – L'emergenza Covid ha accresciuto la diffusione del lavorare da casa. Il 55% degli intervistati dichiara di andare sempre o quasi sempre in ufficio/azienda; il 45% lavora, invece, in egual misura, da casa o dall'ufficio o prevalentemente da casa. Dall'indagine CityDoxa Milano emerge come la modalità “ibrida” (lavorare sia in ufficio, sia da casa) abbia, nella percezione dei cittadini, un impatto decisamente favorevole sulla vita del quartiere: il 78% lo vive in modo più completo che in passato e l'81% è convinto che ne beneficino le attività commerciali di prossimità (alle quali i cittadini fanno ricorso più frequentemente). Tuttavia, c'è un rovescio della medaglia: se lo sguardo degli intervistati si sposta dal proprio quartiere agli altri quartieri della città, e in particolare a quelli a vocazione terziaria e direzionale, ecco allora che i giudizi si ribaltano e la maggioranza dei cittadini (77%) è d'accordo nel ritenere che lo smartworking rischi di danneggiare le attività commerciali lì localizzate.

**COME SI VEDE IL PROPRIO QUARTIERE: GLI “UP AND DOWN”** – Il cambio di “ritmo” della vita quotidiana, con il maggiore desiderio di avere tutto a portata di mano - vicino a casa, nel quartiere in cui si vive – accresce, a Milano, l'attenzione e l'esperienza di chi vi abita. È soddisfatto dei collegamenti con i mezzi di trasporto pubblico l'88% degli intervistati, degli spazi verdi l'83%, della relativa sicurezza (per l'81%). Percentuali più basse di approvazione, invece, rispetto alla presenza delle piste ciclabili (68%), alla silenziosità e al livello di traffico (63%), ai parcheggi (60%) e alla qualità dell'aria (59%) nell'ambito del proprio quartiere.

**IL TUO QUARTIERE MIGLIORERA' NEI PROSSIMI 3-5 ANNI?** – A questa domanda gli intervistati danno nel complesso un giudizio favorevole: sì per il 53%.

**Paola Caniglia, Partner & Head of BU Retail & Living BVA Doxa:** *“CityDoxa è un format che dà voce alle opinioni e alle valutazioni dei cittadini per capire la loro percezione della qualità della vita nei quartieri e nella città. I risultati di CityDoxa Milano riservano delle piacevoli sorprese, sfatando anche qualche luogo comune e mostrando come nei quartieri di Milano ci siano delle percezioni molto più omogenee che differenziate”.*

**Alessia Cappello, assessora allo Sviluppo Economico del Comune di Milano:** *"Desidero ringraziare Confcommercio Milano e l'Osservatorio di Doxa per aver ben focalizzato l'indagine sul tema dei quartieri, articolandolo su registri diversi ma di grande interesse per il mio Assessorato, cito lo smartworking e il commercio. Emerge un dato, a mio avviso, inconfutabile. La Milano a 15 minuti che abbiamo impostato come obiettivo di mandato, non è solo un'idea ma una realtà che di fatto già esiste nelle abitudini di cittadine e cittadini milanesi. Ecco allora che assumono un valore significativo bandi come Crowdfunding civico o Mi-15, la recente modifica del PGT per aumentare il commercio di vicinato, così come tutte le novità che abbiamo introdotto in materia di lavoro agile e nearworking. Misure che hanno il preciso obiettivo di rendere Milano sempre più una città policentrica, un insieme di quartieri in cui la distinzione tra centro e periferia smette di esistere".*

**Vincenzo Albanese, vicepresidente di Confcommercio Milano (competenza su urbanistica e territorio):** *"L'Osservatorio CityDoxa fotografa quanto i milanesi siano legati alla loro città, ne sono quasi gelosi. Gli stessi sono da sempre i veri ambasciatori della città nel mondo. Il Covid, se vogliamo, ci ha regalato il tempo per scoprirla meglio, di andare in profondità. Lo si evince da quanto i cittadini raccontano dei loro quartieri, con un gradimento talvolta eccessivo per alcuni versi. Ma del momento che stiamo vivendo, traspare anche l'incertezza. Dobbiamo considerare il momento per quanto possibile un'opportunità, far germogliare processi di pensiero e dare risposte a realtà mutevoli. Ripensare a modelli sociali a favore della convivenza sempre più aperta ed inclusiva. Fare nostro il significato 'to live together'. Milano da sempre città aperta e anticipatrice in Italia. La sua attrattività è legata ai suoi asset principali: eventi, investimenti internazionali, università, competitività, inclusione sociale e solidarietà. Caratteristiche che ne fanno una città capace di rigenerarsi e prepararsi adeguatamente alle nuove sfide che l'attendono. Ma paga anche lo scotto delle sue dimensioni territoriali. Il futuro la obbligherà ad una riflessione ampia e a un ripensamento in ambito metropolitano. Una città da trasformare dove nuove centralità diffuse devono essere al centro dello sviluppo futuro, unico modo per dare ai propri cittadini una migliore qualità della vita. Milano non dev'essere solo per molti un hub di transito. Il concetto centro/periferia va rimodulato e ripensato".*

**Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano:** *"La rete commerciale dei quartieri milanesi, dai risultati dell'Osservatorio CityDoxa, esce con un'immagine indubbiamente rafforzata. Crescono l'online e i servizi a domicilio. E i punti vendita, per la maggioranza dei cittadini, appaiono migliorati. Ciò accresce ulteriormente la nostra responsabilità nel supportare le imprese in questo cambiamento, pensiamo all'innovazione digitale, che è parte di un nuovo modo di vivere la città".*

*\*CITYDOXA MILANO: indagine realizzata con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) nel periodo giugno-luglio 2022 su un campione rappresentativo della popolazione milanese dai 18 ai 74 anni, stratificato per zona della città, sesso e classe di età. Dati a totale ponderati sulla base del numero dei residenti nei 9 municipi di Milano.*

Milano, 29 novembre 2022

*Nikos Kotoulas - Head of Business Development & Strategy – BVA DOXA - 3460027863*

Ufficio stampa Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza 027750222 [relazioni.esterne@unione.milano.it](mailto:relazioni.esterne@unione.milano.it)