Convegno “Città vive, territori forti”: a Palazzo Castiglioni (Confcommercio Milano)
il confronto tra i protagonisti dei Distretti del commercio

Confcommercio Lombardia: Distretti del commercio modello virtuoso per il bene comune delle città

Il 75% delle imprese promuove la formula di partenariato pubblico-privato, per un’attività su quattro aumento dei ricavi grazie alle iniziative connesse

In quasi vent’anni, da Regione Lombardia, 8 bandi sui Distretti del commercio per uno stanziamento complessivo di 229 milioni di euro

DALL’INDAGINE DI FORMAT RESEARCH

Le città “Vive” da contrapporre all’abbandono, non solo fisico, ma anche sociale. Da questa idea nasce l'evento "Città vive, territori forti – Il ruolo dei Distretti del commercio tra economia, comunità e rigenerazione urbana". Un modo per mettere al centro il tema delle città sotto diverse declinazioni: vivibilità, attrattività, sicurezza e socialità.

Un appuntamento – a pochi giorni da inCittà, l’evento nazionale di Confcommercio dedicato alle città italiane e alle loro economie urbane – che, con la presenza del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, dell’assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia Guido Guidesi e del presidente dell’Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI) Lombardia Mauro Guerra, ha riunito a Palazzo Castiglioni (Confcommercio Milano) mondo delle imprese, Regione e Comuni, i protagonisti della vita dei Distretti, formule di partenariato pubblico-privato assegnano all’economia di prossimità il ruolo di perno dello sviluppo dei centri urbani.

Ruolo approfondito sotto diversi profili – sociologico, di marketing territoriale e di rigenerazione urbana – grazie al contributo di tre accademici: Mauro Magatti, Luca Zanderighi e Luca Tamini.

A restituire il punto di vista delle imprese è stata la ricerca "I Distretti del commercio: competitività e crescita del territorio", realizzata da Format Research per Confcommercio Lombardia su 900 imprese: il 75% esprime un giudizio positivo sui Distretti e il 26% dichiara di aver registrato un aumento dei ricavi grazie alle iniziative connesse.

Il 73% delle imprese conosce i Distretti del commercio, soprattutto grazie a Confcommercio (18%) e Comuni (14%), e il 55% è consapevole di esserne all’interno. Conoscenza che si trasforma in partecipazione per il 30% del campione, mosso soprattutto dalla possibilità di aumentare la propria visibilità, dall’opportunità di accesso a fondi per investire sulla propria attività e dal senso di appartenenza al territorio. A frenare la partecipazione, alla quale non è interessato solo l’8% delle imprese, il timore della burocrazia e difficoltà legate a tempo, personale e risorse.

Oltre che sulla propria impresa, gli imprenditori sono consapevoli degli effetti dei Distretti del commercio sul territorio, soprattutto su tre temi specifici: collaborazione tra attori locali, sviluppo economico e attrattività. Non solo; riconoscono il contributo della formula distrettuale anche per il miglioramento degli spazi pubblici, la sicurezza e la mobilità.

Per rafforzare l’efficacia dei Distretti del commercio le imprese chiedono bandi più accessibili, maggiore coinvolgimento nei progetti e percorsi formativi su marketing, gestione aziendale e relazione con il cliente.

“*Le attività di prossimità* – rileva **Confcommercio Lombardia** - *rappresentano le vere infrastrutture sociali delle città: tengono accese le luci dei quartieri e creano comunità. Un ruolo che si conferma anche alla luce degli episodi di tensione avvenuti a Milano e in diverse città. Imprese, Regione e Comuni condividono lo stesso obiettivo, quello di rendere sempre di più le città vive e i territori forti ei Distretti del commercio sono lo strumento con cui questa alleanza diventa concreta. Il nostro compito è rafforzarli, semplificarli e renderli sempre più vicini alle imprese*".

Milano, 26 ottobre 2026

Confcommercio Lombardia
Nicola Maselli tel. 027750246 – nicola.maselli@confcommerciolombardia.it

Ufficio stampa Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza tel. 027750222 relazioni.esterne@unione.milano.it