

Il focus lombardo dell'analisi Confcommercio "Città e demografia d'impresa".
In regione considerati i capoluoghi di provincia, tranne Milano, e altri centri

Confcommercio Lombardia: commercio al dettaglio in calo Fuori dai centri storici lombardi maggiore resilienza

Il vicepresidente vicario **Carlo Massoletti**: riconoscere le imprese di prossimità come attori di governo del territorio. In Lombardia positivo il modello dei Distretti del commercio

Cala il commercio al dettaglio, in minor misura i pubblici esercizi (bar e ristoranti) mentre aumenta il comparto ricettivo, trainato dall'extra-alberghiero. È la sintesi del quadro lombardo che emerge dalla nuova analisi su "Città e demografia d'impresa" di Confcommercio.

Dal 2012 al 2025, nelle città lombarde prese in considerazione le attività di commercio al dettaglio sono calate del 23%, passando da 11.294 a 8.702. Peggio vanno i centri storici, dove il decremento si attesta oltre il 26%, mentre la decrescita è più contenuta nelle aree esterne, con una riduzione che sfiora il 20%.

Bar e ristoranti passano da 5.079 a 4.704 (-7,4%), mentre risulta in crescita il comparto ricettivo, ma con una distinzione netta tra alberghiero ed extra-alberghiero: il primo cala del 16%, il secondo esplode, con un +250%.

Oltre l'extra-alberghiero a crescere, dal 2012, sono l'e-commerce e i negozi di computer e telefonia. I cali più drastici, invece, riguardano edicole, negozi di abbigliamento e calzature, e il commercio al dettaglio ambulante.

*"Contrastare la desertificazione commerciale – dichiara il vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia **Carlo Massoletti** - significa assumersi la responsabilità di rendere più sostenibili, sotto il profilo ambientale, sociale ed economico, i centri urbani". "Le reti commerciali – prosegue **Massoletti** – sono, infatti, le infrastrutture sociali delle città, un antidoto al degrado e garanzia di sicurezza e pluralismo distributivo".*

*"Per andare in questa direzione - prosegue **Massoletti** – è necessaria un'attenta pianificazione urbanistica e vanno riconosciute le imprese di prossimità come attori del governo del territorio. Riconoscimento che in Lombardia avviene da tempo grazie ai Distretti del commercio, partenariato pubblico che ha come scopo il rilancio dei territori partendo dalla loro economia di prossimità".*

*"A questo – conclude **Massoletti** - si deve aggiungere la consapevolezza di quelle che sono oramai leve imprescindibili per la competitività delle imprese: multicanalità e transizione sostenibile per offrire opportunità di acquisto moderne e innovative, formazione, implementazione della tecnologia e dell'intelligenza artificiale".*

Milano, 16 marzo 2026

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

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