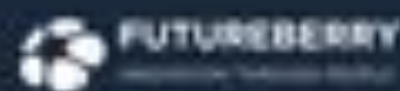




Nuovi negozi di quartiere

Una ricerca sul commercio
di prossimità a Milano



L'obiettivo della ricerca

- Studiare le nuove forme del commercio di prossimità a Milano
- Individuare i suoi protagonisti, per evidenziarne i tratti comuni e individuarne bisogni ricorrenti
- Delineare le linee guida per azioni successive di supporto a questa tipologia di negozi

Le domande di ricerca

- 1** Come sta evolvendo il retail a livello globale?
- 2** Queste tendenze si ritrovano anche nel commercio di prossimità di Milano?
- 3** Milano è una piattaforma ricettiva per la sperimentazione di nuovi modelli di retail?
- 4** Qual è il ruolo dei negozi di quartiere all'interno del tessuto sociale della città?

Globale

Driver

Sociali

Tecnologici

Economici

Trend



Personalizzazione
per tutti



Retail
remix



Da iper
a micro



Shopping
consapevole



One-Click-
Shop



Oltre la
vendita



Formazione
continua

Milano



Linee guida

1

Formazione

2

Comunità
e rete

3

Identità
locali

4

Opportunità
e strumenti

La trasformazione del Retail

12%

**Vendite online
rispetto al totale
delle vendite al
dettaglio nel mondo**

Corrispondente a 3.453
miliardi di dollari

6.800

**Negozi di vendita al
dettaglio che hanno
chiuso nel 2017 negli
USA**

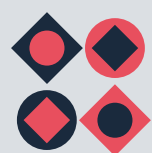
Appartenenti a grandi
catene

850

**Negozi fisici di
aziende native
digitali che apriranno
entro il 2023**

Da parte dei 100 retailer
online più importanti

7 trend globali del retail



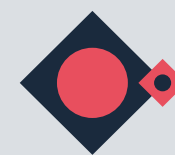
Personalizzazione per tutti

A ciascuno il suo



Retail remix

Uno spazio,
tante identità



Da iper a micro

La prossimità
è felicità



Shopping consapevole

Prima di comprare
vogliamo sapere



One-Click-Shop

Tutto, subito, ovunque



Oltre la vendita

Moltiplicazione dei
modelli di business



Formazione continua

Compra imparando,
impara comprando

Milano

Una volta conclusa la ricerca a livello globale, abbiamo spostato la nostra attenzione sul Comune di Milano, con l'obiettivo di mappare le manifestazioni locali dei trend globali identificati.

Il commercio di prossimità a Milano

32.973

**Esercizi
commerciali attivi
nella vendita al
dettaglio**

Dato Confcommercio 2017

+13,12%

**Crescita del
numero di esercizi
commerciali nel
Municipio 1**

Da 6.413 a 7.993

13,5%

**Crescita del numero
di esercizi di
somministrazione
nel Municipio 2**

Da 1.017 a 1.176

La nostra mappatura

600+

**Segnalazioni
raccolte tramite il
form online**

Di cui 350 segnalazioni
uniche

51

**Negozi di quartiere
innovativi selezionati
dalla ricerca**

Distribuiti su tutto il
territorio di Milano

La griglia di innovazione

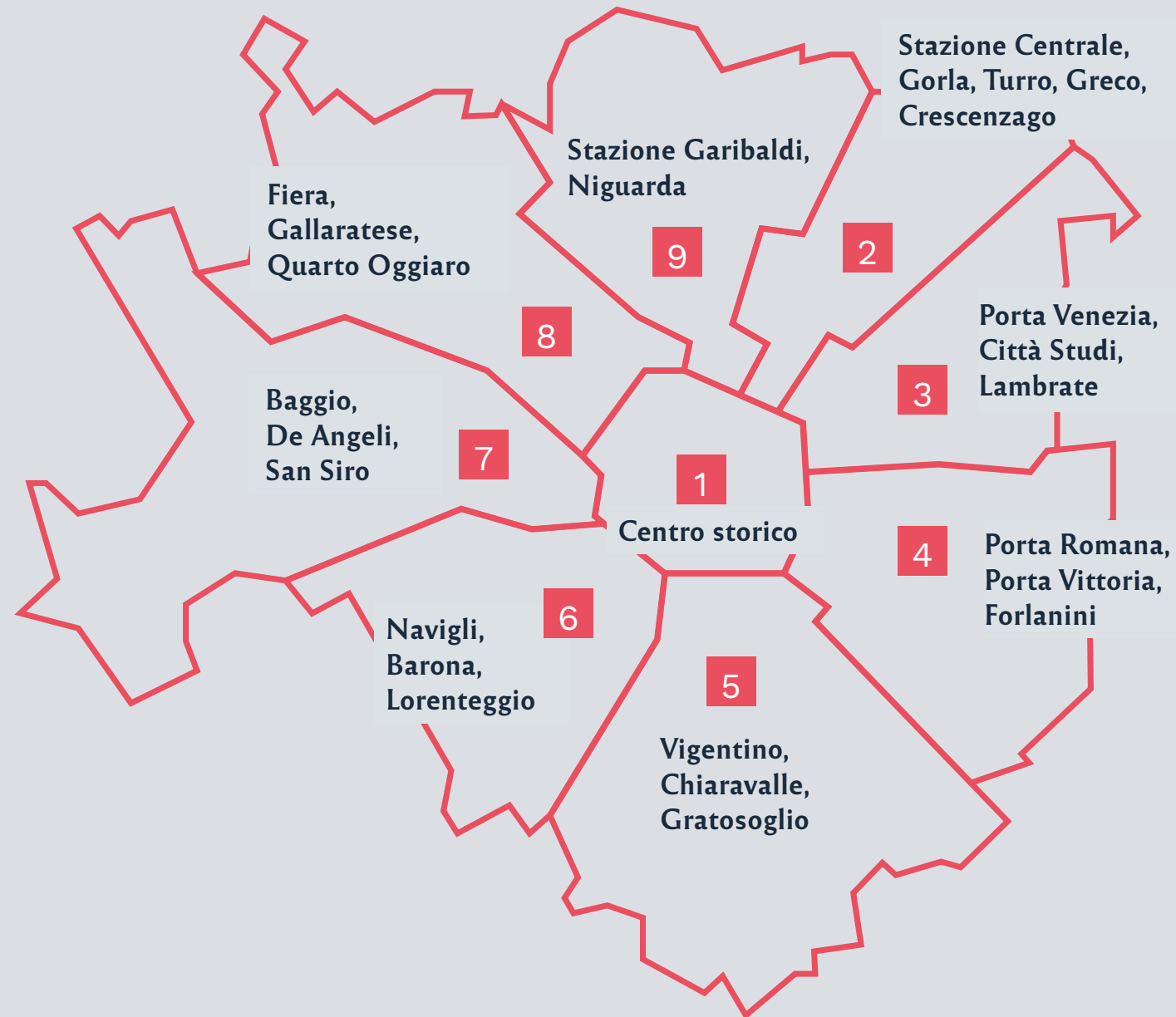
2013

**I negozi inclusi nella
ricerca sono stati
aperti a partire da
questo anno**

Trend globali

**Corrispondenza tra
le attività
individuare e i trend
globali del retail**

Elementi di innovazione



Municipio 1
Centro Storico
7 attività

Municipio 2
Stazione Centrale, Gorla,
Turro, Greco, Crescenzago
7 attività

Municipio 3
Porta Venezia,
Città Studi, Lambrate
9 attività

Municipio 4
Porta Romana,
Porta Vittoria, Forlanini
4 attività

Municipio 5
Vigentino, Chiaravalle,
Gratosoglio
2 attività

Municipio 6
Navigli, Barona,
Lorenteggio
2 attività

Municipio 7
Baggio, De Angeli, San
Siro
5 attività

Municipio 8
Fiera, Gallarate,
Quarto Oggiaro
4 attività

Municipio 9
Stazione Garibaldi,
Niguarda
11 attività

Considerazioni sulla mappatura

51 = 0,5%

attività
selezionate

dei 32.973 negozi attivi
sul territorio

Dato 1

Distribuzione per anno
di apertura

L'anno in cui si rileva il
maggior numero di
aperture è il **2015 (11
attività)**, seguono **2017**
e **2018** con **10 attività**
ciascuno

Dato 2

Distribuzione per
Municipio

51 attività totali,
così distribuite:

Municipio **9 11**
Municipio **3 9**
Municipi **1-2 7**
Municipio **7 5**
Municipi **4-8 4**
Municipi **5-6 2**

Dato 3

Distribuzione per settore
merceologico

I settori più
rappresentati sono:
alimentare 7
abbigliamento 5
librerie 5
attività di artigianato 5

Dato 4

Correlazione con i trend
del retail

I trend emersi più
frequentemente sono:
Retail remix
Formazione continua

Linee guida

Come supportare il commercio di prossimità?
Quali strategie si possono mettere in pratica
per sostenere i negozi già presenti sul territorio
e/o incoraggiare l'apertura di altri?

Linee Guida

1.

Formazione

Imparare ogni giorno
per crescere

2.

Comunità e rete

Unirsi per
condividere saperi
ed esperienze

3.

Identità locali

Ricostruire e
valorizzare
le diverse anime
di Milano

4.

Opportunità e strumenti

Progettare i mezzi
per supportare
il cambiamento

1.

Formazione

Essere un commerciante di prossimità significa ricoprire ruoli diversi sfruttando sempre più competenze. La formazione continua è necessaria per restare rilevanti.

Questo insieme include le seguenti linee guida:

- _ Abilitare la prossimità anche digitale
- _ Formare i nuovi negozianti di quartiere
- _ Aiutare nella pianificazione finanziaria
- _ Misurare per valorizzare
- _ Promuovere l'aggiornamento sui cambiamenti di mercato

2.

Comunità e rete

In un mondo connesso dal digitale e in cui le interazioni si fanno più complesse, una rete sociale di professionisti è essenziale per restare aggiornati e affrontare i cambiamenti.

Questo insieme include le seguenti linee guida:

- _ Incoraggiare le partnership
- _ Condividere le buone pratiche
- _ Costruire la comunicazione della comunità

3.

Identità locali

La forza di una grande città sta nel saper riconoscere il valore delle diverse identità che la compongono e nel riuscire a integrarle, favorendo lo scambio continuo tra centro e periferia.

Questo insieme include le seguenti linee guida:

- _ Rinnovare il racconto delle periferie
- _ Ampliare le aree dello shopping
- _ Ibridare e contaminare per crescere

4.

Opportunità e strumenti

Organizzare sistemi alternativi di supporto alle imprese commerciali per tenere conto della grande variabilità del settore.

Questo insieme include le seguenti linee guida:

- _ Coprogettare strumenti e opportunità
- _ Accompagnare la crescita
- _ Diffondere la cultura del design

I Nuovi Negozi di Quartiere a Milano

1. L'originalità di Milano

Imprenditoria attiva, supporto del Comune e apertura alla scena internazionale

2. Un laboratorio aperto di innovazione

Consumatori esigenti e imprenditori ricettivi

3. Uno strumento di rigenerazione sociale e culturale

Circolo virtuoso tra rigenerazione dei quartieri e nascita di negozi innovativi

La versione integrale del report
è disponibile sulla pagina web
del Comune di Milano

<https://economiaelavoro.comune.milano.it/>

