

VareseNews

La nuova frontiera è segnata anche dai distretti del commercio

Pubblicato: Lunedì 27 Dicembre 2010



La vignetta di **Gaspare Morgione** nella pagina finale sintetizza in maniera perfetta l'ultimo numero del 2010 della rivista "Lombardia nord-ovest", edita dalla Camera di Commercio di Varese. Un calciatore della squadra **Duc (distretti urbani del commercio)** si appresta a calciare un rigore. Il portiere con un'espressione tutt'altro che amichevole ha stampigliato sulla maglietta la scritta "**super market**". Riuscirà a segnare il giocatore della Duc? A fare il tifo per il rigorista c'è anche il presidente della Camera di Commercio, **Bruno Amoroso**, come dichiara nell'editoriale di apertura della rivista. Le ragioni di questa passione sono da ricercare non solo nella volontà dei distretti urbani del commercio (sono **15 in tutta la provincia**) di non far morire i negozi sotto casa e nei centri storici, ma anche nella loro capacità (dimostrata) di innovare sul territorio. I casi riportati in "Lombardia nord-ovest" vanno proprio in questa direzione, anche quando si parla dei supermercati Tigros, esempio di grande distribuzione con solide radici territoriali.

L'analisi iniziale di **Sergio Zucchetti**, dell'Università Carlo Cattaneo-Liuc, individua **tre pilastri** su cui poggiare il futuro: «il commercio come promozione dello sviluppo e della competitività del territorio. Ridefinire il bilanciamento tra domanda e offerta di beni e servizi, oggi troppo sbilanciato sull'offerta; il commercio come cinghia di trasmissione di un modello di sviluppo in grado di eliminare le differenze territoriali. Promuovere la coesione e l'integrazione economia, sociale e territoriale, nonché generare opportunità di impresa e profitto».



La lettura della "**geografia**" del commercio varesino, proposta dal docente universitario **Carlo Brusa**, ripercorre nei secoli i movimenti commerciali che trovarono nel capoluogo un incrocio strategico, amplificato dallo sviluppo della rete ferroviaria per Milano (via Saronno e Gallarate, per Como e per Laveno) e dall'unità architettonica del centro della città (corso **Matteotti** e piazza **Monte Grappa**).

Il successo dei Duc, come è stato dimostrato recentemente a **Londra, Lione, Losanna** e nella regione canadese del **Quebec**, richiede una strategia condivisa sia dai singoli operatori, che devono ragionare in termini di **rete e comunità**, sia dagli enti pubblici, in particolare dai **comuni**, che devono coordinare e disegnare le proprie strategie di gestione e rinnovo dell'arredo urbano. In questo contesto possono fiorire le eccellenze del commercio: dalle biciclette agli occhiali, dal cioccolato ai gioielli, passando per la carne e le grucce per non far sgualcire gli abiti. Sono solo alcuni esempi della capacità delle "botteghe" varesine di innovare nell'era della globalizzazione. «Ormai mi sono specializzato in questa ricerca quasi maniacale sul prodotto e, quando sono in laboratorio, sulla tecnica. È divertente e, soprattutto, funziona perché almeno la metà dei clienti è attirata dalla novità» commenta un noto produttore di cioccolato e pasticceria.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it