

## **Commercio e riqualificazione nelle aree urbane, Camere di commercio d'Italia in coedizione con Maggioli, 2013**

*15 novembre 2013*

Il volume si divide in tre parti:

la prima parte prende in esame alcuni contesti territoriali per evidenziare le modalità attraverso le quali, con interventi di tipo urbanistico, tecnico e organizzativo, sono state ripensate le logiche cittadine, al fine della riqualificazione dei tessuti produttivi e sociali.

La seconda parte presenta, in brve rassegna, alcune "strumentazioni" che l'Istituto ritiene possano essere utilmente impiegate e sulle quali sono state fatte apposite sperimentazioni sul campo: la georeferenziazione delle imprese, i "prodotti" del progetto MarketingLab e, infine, i distretti del commercio e i contratti di rete per la rigenerazione urbana.

La terza parte esplicita i risultati della georeferenziazione delle aree analizzate nella prima parte del volume quale modello per un lavoro che avrà la sua completa esplicitazione nel passaggio a un sistema contenuto in un'apposita piattaforma on line.