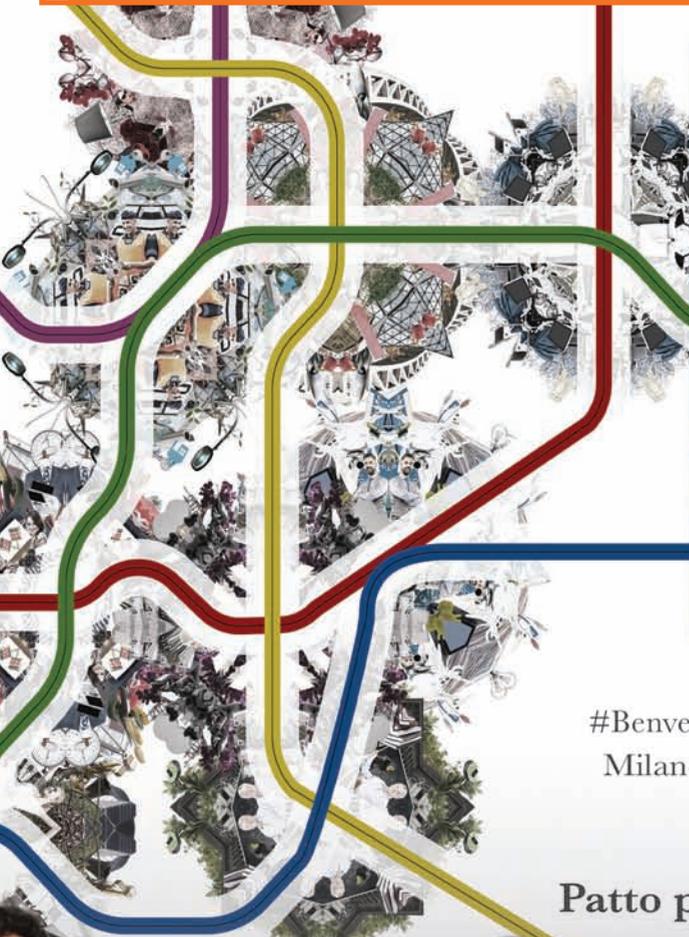


# Unione

*informa*



MENSILE DELL'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO



Con il Capo dello Stato a Venezia  
l'evento conclusivo per i 70 anni  
di Confcommercio

#BenvenutoilLuogo - Presentato il programma di Confcommercio  
Milano, Lodi, Monza e Brianza con le 80 proposte del terziario

**Carlo Sangalli ai candidati sindaco:  
Patto per un nuovo sviluppo della Grande Milano**



---

# GLI **STRUMENTI** DI CONFCOMMERCIO MILANO IN **ARMONIA** CON IL TUO MERCATO E LE TUE NECESSITÀ

---



Il nostro lavoro è darti tutti gli strumenti giusti.  
Dirigiamoli insieme verso una nuova stagione di successi.

## **137 ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E TERRITORIALI**

La tua Associazione conosce il tuo settore di mercato e sostiene e tutela il tuo lavoro  
nelle province di Milano, Lodi, Monza e Brianza



## 140 caratteri di confcommercio



**Carlo Sangalli** - Presidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Benvenuta Milano. Benvenuto il luogo dove tanta gente insieme non fa massa, ma, insieme, costruisce il tempo dei nostri figli, il futuro



### #BenvenutoilLuogo

Presentazione del programma di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ai candidati sindaco di Milano da pag. 4 a 21



Unioneinforma - maggio 2016 - n. 5 - anno 22 (questo numero è stato ultimato il 5 maggio)



# Una rivoluzione elettronica per il vostro sorriso!

Pellegrini ha creato una soluzione unica. Il Buono Pasto elettronico Pellegrini è una piattaforma informatica piena di potenzialità grazie all'accesso ai POS bancari già presenti negli esercizi commerciali e nella Grande Distribuzione.

## I vantaggi della Pellegrini Card

- Sconto a partire dal **8%** sul valore facciale del buono
- Spesa interamente **deducibile** fino a 7,00 € al giorno
- IVA agevolata al 4% **detraibile**
- Gestione dematerializzata di tutto il processo con notevole **riduzione dei costi**



## Oltre il Buono Pasto, il Welfare.

Pellegrini offre inoltre un'apertura totale al mondo del Welfare Aziendale: non solo nei *flexible benefits* ma anche nell'elaborare *soluzioni personalizzate e innovative*.

### ***Vuoi saperne di più?***

Contattaci e ti daremo tutte le informazioni che cerchi!

Scrivi a [sviluppo.card@gruppopellegrini.it](mailto:sviluppo.card@gruppopellegrini.it)  
Chiama il numero 02.89130.550

*Al Teatro La Fenice  
il Presidente della Repubblica  
Sergio Mattarella*



*Il presidente Carlo Sangalli:  
"l'orgoglio di rappresentare  
una parte del Paese che oggi vale oltre  
il 40% del Pil e dell'occupazione".  
I corpi intermedi servono  
"a costruire la democrazia"*

## 70 anni di Confcommercio A Venezia la cerimonia conclusiva

**A**l Teatro La Fenice di Venezia si è tenuto l'evento conclusivo per il Settantennale di Confcommercio, alla presenza del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella. Nel corso della giornata sono stati trasmessi il video "Il lungo viaggio" che ripercorre, con foto storiche e contemporanee dell'archivio Alinari, la storia dell'Italia e delle imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti, e il film "Una mano in più" che racconta il valore economico e sociale delle realtà che Confcommercio rappresenta. Un mondo che si intreccia anche con la storia, l'arte e la cultura dell'Italia (come ha raccontato nel suo intervento il professor Philippe Daverio). Nel suo intervento il presidente Carlo Sangalli ha ricordato come 70 anni di Confcommercio facciano "sentire forte l'orgoglio di rappresentare una parte del Paese che oggi vale oltre il 40% del Pil e dell'occupazione". Sangalli ha posto l'accento su come "la sfida per gli anni a venire" sia quella di "rendere più

produttiva l'impresa del terziario di mercato" altrimenti "sarà difficile creare nuova ricchezza, nuovo benessere, nuove forme di solidarietà sostenibili e durature". Sangalli ha ribadito come meno spreco pubblico e meno tasse siano l'unica strada per un Paese più dinamico e più equo e ha parlato dei corpi intermedi, che "servono ad essere protagonisti e a costruire la democrazia". Alla fine della cerimonia sono stati premiati cinque imprenditori che si sono distinti in questi settant'anni: l'associato più anziano e la startup più innovativa e, a seguire, l'eccellenza nei trasporti, nel turismo e nel commercio. Alla cerimonia hanno partecipato esponenti del Governo, della politica, delle istituzioni, dell'economia e del sistema Confcommercio.



**13 GIUGNO: MESSA PER DINO ABBASCIA'** - Lunedì 13 giugno a Milano, alle ore 17, nella chiesa di San Gioachimo (via General Fara 2), messa per Dino Abbascià (consigliere di Confcommercio Milano, presidente del Sindacato milanese dettaglianti ortofrutticoli e presidente Fida, la Federazione nazionale Confcommercio del dettaglio alimentare) a un anno dalla sua scomparsa.



*Presentato "Benvenuto Il Luogo":  
il programma di Confcommercio Milano,  
Lodi, Monza e Brianza  
con le 80 proposte del terziario  
in vista delle elezioni comunali*



## Carlo Sangalli ai candidati sindaco: **Patto** per un nuovo sviluppo della Grande Milano



### *Rilanciare il Tavolo Comune-parti sociali*

**U**n Patto per un nuovo sviluppo della Grande Milano: lo ha proposto il presidente Carlo Sangalli nell'incontro promosso in corso Venezia dalla Confcommercio milanese per presentare ai candidati sindaco di Milano "Benvenuto il Luogo", il programma con le 80 proposte del terziario emerse dal lavoro di 10 tavoli tematici con il contributo di quasi 100 esperti (vedi anche *Unioneinforma* di aprile a pag. 3 n.d.r.). "Milano – rileva Sangalli - ha cambiato passo, ma deve vincere nuove sfide. Per questo chiederemo al futuro sindaco un Patto per la Grande Milano, rilanciando il Tavolo di consultazione tra Comune e parti sociali".



Maria Teresa Baldini



Nicolò Mardegan



Basilio Rizzo



Marco Cappato



**Elezioni amministrative:  
si vota il 5 giugno  
con eventuale ballottaggio  
il 19 giugno**

▶▶▶ segue a pag. 6 ▶▶▶



Giuseppe Sala



Marco Cozzi



Luigi Santambrogio



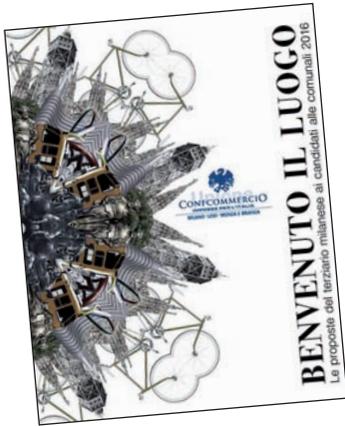
Massimo Emanuelli



Stefano Parisi



Tiziano Tussi



▶▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶



**“Benvenuto il Luogo”: l'intervento di Carlo Sangalli**

Incontro del 22 aprile  
nella sala Orlando della Confcommercio milanese  
con i candidati sindaco di Milano

**B**envenuti in Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Benvenuti. Benvenuti ai candidati sindaco di Milano. Grazie per aver accettato il nostro invito. Credo che sia la prima volta in cui vi confrontate tutti insieme e ci fa molto piacere avere questo primato. Benvenute alle autorità presenti, a tutti i rappresentanti della politica e delle istituzioni, alle amiche e agli amici della Confcommercio che sono qui oggi. Benvenuti ai coordinatori dei nostri 10 tavoli delle eccellenze e ai tanti partecipanti che hanno dato in questi mesi il loro contributo alle nostre proposte. Grazie, e benvenuti. Benvenuta Milano. Benvenuto Il Luogo. “Benvenuto il luogo dove tanta gente insieme non fa massa”, come cantava Giorgio Gaber. Perché questa è la nostra idea di città: quella dove si lavora insieme senza diventare massa indistinta. E in questo progetto abbiamo lavorato in tanti, abbiamo lavorato insieme, in un modo che amplia e non confonde identità e intelligenze.

Perché questa è la nostra idea di associazione di rappresentanza degli interessi imprenditoriali: essere un allargamento e un potenziamento dello spazio della libertà personale a disposizione del bene comune. Come grande rappresentanza d'impresa cittadina, non è la prima volta che sentiamo l'esigenza di “dire la nostra” alla politica, sia prima che dopo le elezioni. Lo abbiamo fatto 5 anni fa, e anche prima. Lo faremo tra 5 anni.

Tanto più che il settore che noi rappresentiamo conta in modo determinante sull'economia e sulla vita quotidiana di Milano.

Il terziario di mercato conta solo a Milano città, nel territorio che sarà chiamato ad esprimere il voto tra poche settimane, 171 mila e 500 imprese, quasi l'80% di tutte le imprese. Sottrarci alla riflessione, oggi come ieri, significa venir meno al nostro compito e alla nostra

responsabilità.

Sottrarci al confronto significa venir meno all'ambizione di essere pienamente parte di questa città, pur essendo “di parte”, la parte delle imprese del commercio, del turismo, dei servizi, della logistica, delle professioni.

Con questo progetto però questa volta abbiamo fatto un passo in più.

Un passo in più di riflessione, di apertura, di contributo ad una città “evoluta” e in evoluzione che avrà bisogno di un Sindaco all'altezza, ma anche di parti sociali innovative e concrete.

Guardate, “Benvenuto Il Luogo” è attraversato da un'ispirazione precisa.

Parafrasando quella famosa frase di Kennedy, quando diceva “non ti chiedere cosa può fare il tuo Paese per te ma cosa puoi fare tu per il tuo Paese”, noi ci siamo domandati quale impegno avremmo potuto chiedere ai prossimi amministratori di Milano impegnandoci però a nostra volta.

Ma non esiste impegno senza obiettivo: per sapere dove andare bisogna avere un'idea da difendere e da realizzare.



*E qui arriviamo alle 10 eccellenze, intorno alle quali sono strutturate le proposte che presentiamo stamattina.*

*Chi fa il nostro lavoro, ma ancora di più chi fa il sindaco e l'amministratore lo sa bene.*

*Sa bene che la quotidianità è alla fine "gestione dei problemi", L'ordinaria amministrazione è affrontare le emergenze e, come si dice, "riempire le buche".*

*Fondamentale, però, è saper distinguere la gestione dell'ordinario dai momenti fondativi.*

*E i momenti fondativi sono quelli in cui bisogna pensare in modo diverso, partendo da una prospettiva diversa.*

*Perciò, qui, noi non siamo partiti dai problemi, non abbiamo fatto al futuro Sindaco l'elenco della spesa delle criticità.*

*Abbiamo ribaltato la prospettiva.*

*E il nostro punto di partenza sono state le cose che invece a Milano funzionano, le cose che fanno di Milano quello che è, unica e diversa dalle altre città.*

*Scommettendo che si può cambiare quello che poi si deve cambiare facendo leva sui punti di forza.*

*Siamo partiti dalle eccellenze di Milano, o almeno quelle che per noi sono tali.*

*10 eccellenze che abbiamo riprodotto in forma di caleidoscopio.*

*Caleidoscopi: perché l'eccellenza non è una volta per tutte, non è mai piatta, e invece si esprime nel continuo ricombinarsi di elementi diversi. Nondimeno, rimane un punto di forza della città.*

*Ecco allora le politiche commerciali, il sistema turistico e fieristico, la sanità e i servizi, l'università e la formazione, l'innovazione, la solidarietà e la sicurezza, la moda e il design,*

*"La nostra idea" da difendere e da realizzare sono state in realtà cinque.*

*Le 5 idee base di città.*

*5 come le linee della metropolitana che Milano si appresta ad avere.*

*5 idee che attraversano la città, alcune già collaudate e funzionanti da tanto, altre con la scritta "lavori in corso".*

*Milano per noi è città intraprendente, la città degli imprenditori e dell'intrapresa.*

*Milano è città policentrica, non polarizzata su un unico centro.*

*Poi, Milano è città aperta, ricettiva e intelligente nel senso tecnico, etico e spirituale.*

*E, ancora, è città universale, in linea di eredità dell'Esposizione che ha cambiato il volto di Milano lo scorso anno.*

*Infine, immaginiamo Milano città guida, in grado di aprire la strada, di raccogliere la leadership nel panorama europeo.*

*Le 5 idee di città incrociandosi in 10 snodi danno origine a 10 punti forti della nostra città.*

▶ ▶ ▶ segue a pag. 8 ▶ ▶ ▶



la comunicazione e l'editoria, la ristorazione e il food, lo sviluppo della città.

Alcuni mesi fa abbiamo affidato ciascuna di queste eccellenze ad un coordinatore del nostro sistema che ha riunito dei tavoli di riflessione.

Permettetemi di ringraziare i quasi 100 partecipanti che ci hanno regalato un po' del loro tempo e della loro professionalità, ma anche tanta passione per questa città.

Ogni tavolo ha lavorato intorno a 3 temi particolarmente cari al sistema

Confcommercio e al mondo del terziario. 10 eccellenze, 3 temi ciascuna.

Ecco da dove nascono i 30 temi che ci stanno a cuore che vedete riprodotti in forma di bandierina, qui alla mia sinistra...o per par condicio alla vostra destra, e su cui – in modo giocoso, ma certamente consistente - chiederemo oggi ai candidati di dire la loro.

Dentro a questi 30 temi sono nate 80 proposte alla prossima Amministrazione comunale.

Sono 80 proposte sintetiche e molto diverse tra loro: alcune di immediata realizzazione, altre di lungo periodo, alcune economicamente impegnative, altre quasi a costo zero.

Molte proposte prendono in considerazione la responsabilità Metropolitana di Milano e il fatto che il prossimo sindaco sarà un Sindaco che dovrà pensare oltre la dimensione cittadina.

Naturalmente, tante proposte parlano direttamente d'impresa.

Tra tanti esempi, non si può saltare il tema dei temi.

Quello della fiscalità, imprescindibile a livello locale quanto nazionale.

Bisogna ridurre il carico fiscale, direttamente o facendo ritornare con servizi forti quanto viene prelevato.

Faccio due esempi: se io sono disagiato dai cantieri delle opere pubbliche, devo ricevere delle agevolazioni strutturali per non chiudere nel frattempo.

Se io pago la tassa di soggiorno, la devo poter vedere utilizzata come tassa di scopo a favore del turismo.

E se, come dicevo, tante proposte sono pensate direttamente per le imprese, altrettante guardano alla città come il contesto imprescindibile nel quale l'impresa opera.

Cito anche qui solo alcuni passaggi.

Mi viene in mente il tema della cultura: dal rilancio del progetto di Expo in Città alla fusione degli assessorati di Turismo e Cultura.

Abbiamo scommesso su una città dove commercio e cultura siano capaci di guardare dalla stessa parte.

Ma soprattutto penso all'affermazione di una geografia urbana fatta di accessibilità e grandi progetti, che minimizzino i disagi, investendo sui risultati.

Una geografia urbana che non abbia paura della periferia. Che sia in grado di "rammendare" il tessuto sociale rendendo conveniente aprire imprese e investire nelle zone che



oggi sembrano meno desiderabili. Noi siamo stati tra i primi a credere in una Milano non "barricata" al centro.

Abbiamo scommesso su una città che può cambiare ancora, diventando ancora più bella, ancora più vivibile, ancora più attrattiva.

Una città attraversata da una mobilità urbana alla quale non chiediamo di tornare indietro, ma di fare un passo in più imparando dall'esperienza.

Così, si potrebbe procedere ad una pedonalizzazione ragionata di alcune aree (e non a caso ho usato il termine area e non isola, perché il punto è che la pedonalizzazione non deve isolare).

Si potrebbe procedere ad una pedonalizzazione ragionata di alcune aree anche nel contesto di una riapertura graduale dei Navigli.

Sentire certi termini, come pedonalizzazione, o certi concetti futuristici qui in "casa dei commercianti" può forse ancora stupire qualcuno.



## PREFAZIONE

del Presidente Carlo Sangalli

“**B**envenuto il luogo”: con questa espressione la più grande associazione di rappresentanza d'impresa del terziario saluta il futuro di Milano, attraverso un documento che parla direttamente a chi si troverà a guidare la città nel prossimo lustro.

Convinti che esprimere il proprio punto di vista non sia soltanto un diritto di una parte sociale viva e che funziona ma anche una responsabilità precisa, abbiamo messo dentro queste pagine l'impegno di pensare e di proporre.

Così, con questa prospettiva, è nato il progetto di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza “Benvenuto il Luogo”, che ruota intorno ad uno scheletro di cinque idee base sulla nostra città: Milano città intraprendente in grado di cogliere e raccogliere le opportunità; policentrica, non polarizzata tra un centro e una periferia; aperta, perché accogliente e realmente “intelligente”; una città più che internazionale, in quanto universale, con un'identità completa e capace di proiettarsi all'esterno senza confini; e, infine, Milano città guida, dotata dei numeri giusti per esercitare una leadership in Italia e in Europa. Cinque idee base di città, quindi, cinque

Ma noi non abbiamo pregiudizi, noi abbiamo solo un metodo di giudizio.

E il nostro metodo è l'utilità per le nostre imprese.

Convinti che il commercio, i servizi e il turismo, quando funzionano e prosperano, fanno bene alla città, creano benessere ed occupazione, sono funzionali al bene comune.

Per questo, ha senso lavorare assieme.

Per questo, al prossimo Sindaco chiediamo di continuare sulla buona strada del Tavolo per lo Sviluppo che avevamo lanciato 5 anni fa, rilanciandolo.

E chiediamo dunque un nuovo Patto per la Grande Milano che permetta a noi un dialogo costante e a chi governa la città di non perdere il “contatto con la realtà” grazie ai corpi intermedi.

Così – cioè, insieme - si distingue il giusto dallo sbagliato, e a volte basta poco per fare meglio.

Perché indubbiamente questo “programma” - se lo vogliamo chiamare così - dovrà camminare sulle gambe del prossimo Sindaco.

Noi, però, oggi, al futuro Sindaco, stiamo tendendo la mano, dicendo “benvenuta” alla città che ci piacerebbe avere.

Benvenuta Milano.

Benvenuto Il Luogo, il luogo dell'impresa, il luogo dove realizzare i propri sogni, il luogo dove essere parte di un progetto più grande di sé.

Benvenuto il luogo dove tanta gente insieme non fa massa, ma, insieme, costruisce il tempo dei nostri figli, il futuro. Benvenuto al futuro di Milano.

## BENVENUTO IL LUOGO

### LE PROPOSTE DEL TERZIARIO MILANESE AI CANDIDATI ALLE COMUNALI 2016

“...benvenuto il luogo dove tanta gente insieme non fa massa” (Giorgio Gaber)

come le cinque linee della metropolitana milanese: alcune più tradizionali, altre potenziate recentemente, le ultime ancora da conquistare dietro la scritta “lavori in corso”. Raggiungere e mantenere un'idea ambiziosa, anzi 5, di città – come un'infrastruttura che si usa e si usura ogni giorno - ha bisogno di manutenzione politica e cura sociale, di grandi progetti e decisioni incrementali, ma soprattutto ha bisogno di collaborazione: quella che offriamo noi.

Ma non finisce qui. Le cinque linee, incontrandosi, generano dieci interscambi, dieci scintille vitali, o – come le abbiamo chiamate - dieci eccellenze. Perché è nell'incontro di idee diverse che nasce sempre il meglio di Milano, città a vocazione multipla che fa della pluralità di inclinazioni elemento fondante della sua identità. Queste dieci eccellenze non sono isole, quanto invece poli di attrazione ed espansione che fra loro s'intersecano, si compenetrano e si animano.

Milano è commercio, con uno degli approfondimenti commerciali più interessanti d'Europa, Milano è hub dei servizi, idea-

▶ ▶ ▶ segue a pag. 10 ▶ ▶ ▶



▶▶▶ segue da pag. 9 ▶▶▶

trice del welfare a carattere ambrosiano e di un sistema sanitario riconosciuto, Milano è centro pulsante dell'editoria e della comunicazione, capitale europea della moda e del design e oggi anche della ristorazione, motore dell'innovazione, prima città al mondo per numero di consolati, centro pulsante di formazione professionale e università, enorme polo fieristico e oggetto di flussi turistici che non sono qualitativamente uguali al resto del Paese. Milano è una città

che sa cambiare se stessa; e quello di "sviluppo" non rimane un concetto astratto, ma un tratto deciso impresso sul tessuto urbano di questa città, che nel giro di pochi anni ha dimostrato ancora di sapere cambiare pelle: dalle infrastrutture alla mobilità, dai progetti immobiliari alla destinazione delle aree post Expo.

E' da dove siamo forti che dobbiamo partire per diventare migliori: le nostre proposte nascono da una visione che scommette su una città in movimento.

Per oltre tre mesi - da settembre a dicembre 2015 - abbiamo raccolto idee, opinioni e proposte su queste eccellenze intorno a tavoli tematici ai quali hanno par-

tecipato circa 100 tra imprenditori e manager, professori e professionisti, esperti e addetti ai lavori del mondo Confcommercio ma non solo. Ne sono nate più di 80 proposte alla nuova amministrazione comunale: alcune di piccola portata, altre di grande respiro, talune a costo zero, non poche economicamente impegnative, molte rivolte non semplicemente al Comune, tutte destinate a migliorare la città e soprattutto la vita e il lavoro del commercio, dei servizi, del turismo e delle professioni, che oggi costituiscono un cospicuo 70% dell'economia della Città Metropolitana. Da qui sono nati i dieci capitoli-manifesto dedicati alle "idee che ci stanno a cuore" (tre per ogni eccellenza) raccolti in questo volume per offrire ai candidati alle prossime amministrative la nostra visione, ma anche un contributo concreto alla costruzione, passo dopo passo, della città che progetta il suo domani con la partecipazione di chi la vive, vi lavora e la ama, orgoglioso di sentirsi milanese.

Diciamo quindi "Benvenuto il luogo dove tanta gente insieme non fa massa", come cantava Giorgio Gaber, convinti che il numero non conti nella misura in cui "fa volume" o massa, ma conti invece perché lavorare insieme è l'unico modo per governare bene, ed è anche un incredibile strumento per ampliare lo spazio della libertà personale, ben oltre il prossimo mandato.

## 5 IDEE BASE sulla MILANO PRESENTE E FUTURA

1. Milano **"città intraprendente"** e a vocazione multipla, in grado di esprimere operosamente diverse eccellenze e di far leva su queste per cogliere le opportunità offerte dalla competizione urbana globale e dai mercati.
2. Milano **"città policentrica"**, non polarizzata tra centro e periferia, ma in grado di creare più centri di attrazione su tutto il territorio in prospettiva Metropolitana, anche grazie alle sue eccellenze.
3. Milano **"città aperta"**, in grado di essere accogliente verso i turisti e ricettiva verso l'insediamento delle attività economiche, una città sicura e usufruibile, smart nel senso più esteso del termine.
4. Milano **"città universale"**, in grado di esprimere una forte autonomia culturale e funzionale, ma, allo stesso tempo, capace di proiettare una tensione costruttiva verso l'esterno per essere realmente inclusiva e internazionale.
5. Milano **"città guida"**, con la capacità di esercitare un ruolo di leadership e laboratorio nel panorama istituzionale, economico e sociale, italiano ed europeo.



La giornalista Paola Cambiagli ha coordinato i lavori dell'incontro in Confcommercio Milano con i candidati sindaco

## 10 ECCELLENZE DI MILANO

1. Politiche commerciali
2. Sistema fieristico, turistico ed eventi
3. Sanità e Servizi
4. Università e Formazione
5. Innovazione
6. Solidarietà e Sicurezza
7. Moda e Design
8. Comunicazione ed Editoria
9. Ristorazione e Food
10. Sviluppo della città

## Sviluppo ragionato di aree pedonali e vie d'acqua superano in prospettiva Area C

**U**n Patto per ridisegnare Milano: "Puntiamo – afferma Sangalli - a una nuova visione di sviluppo della città. Nel quadro di un'idea innovativa di mobilità siamo favorevoli alla crescita ragionata delle aree pedonali, come avviene nelle grandi città europee, e alla progressiva riapertura delle vie d'acqua (così come indicato dallo studio del Politecnico) nel quadro di un grande ridisegno di Milano città policentrica, aperta e attrattiva. Così si superano in prospettiva soluzioni restrittive come l'Area C. Area C che ha bisogno di un tagliando e va ripensata permettendo l'ingresso ai veicoli a basso impatto ambientale, come l'Euro 6, e consentendo ai residenti l'esenzione totale del ticket. Va esclusa, invece, con decisione, qualunque ipotesi di un suo allargamento".

"Parliamo di aree pedonali e non di isole – puntualizza Sangalli - perché queste zone devono essere accessibili, cioè si devono raggiungere comodamente; vive, perché animate dagli eventi e dalle attività commerciali; condivise, perché nate con il consenso dei residenti e dei commercianti. Bene, ad esempio, una pedonalizzazione dei Navigli e di molte zone della Movida. Mentre ci sono ampi margini di miglioramento per piazza Castello".



Mariastella Gelmini, Carlo Sangalli e Lorenzo Guerini

## POLITICHE COMMERCIALI

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - Sono oltre 25mila le imprese del commercio al dettaglio e di vicinato a Milano città, 26 i mercati comunali coperti e un centinaio i mercati scoperti a settimana. Vi sono 961 strutture di media e grande distribuzione, oltre 7mila pubblici esercizi, 324 edicole, quasi 500 strutture alberghiere. La densità e l'approfondimento commerciale sono elevate e Milano presenta un sostanziale policentrismo commerciale con ampie aree di concentrazione dei luoghi del commercio diffuse nella mappa radiale cittadina. Il Distretto Urbano del Commercio di Milano è nato nel 2009 ed è attualmente diviso in 13 polarità distrettuali, governate da esecutivi di distretto.

### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ Programmazione commerciale
- ✓ Fiscalità locale
- ✓ Sistema dei DUC

### LE PROPOSTE

#### Programmazione commerciale

✓ Sostenere i negozi di vicinato. Nel rispetto del pluralismo distributivo, ma considerando in pieno il valore del negozio di vicinato come presidio di sicurezza e di aggregazione sociale nonché strumento di attrattività turistica (nella globalizzazione, la rete dei piccoli negozi distingue commercialmente una città dall'altra), si propone di dedicare risorse pubbliche per qualificare le attività. Ad esempio, si possono prevedere bandi a loro dedicati, un sistema di tariffe agevolate sulla pubblicità, sulla gestione dei rifiuti o l'occupazione degli spazi, investimenti su parcheggi e aree di carico/scarico merce e interventi di coordinamento sugli obblighi di chiusura festiva.

▶ ▶ ▶ segue a pag. 12 ▶ ▶ ▶





▶▶▶ segue da pag. 11 ▶▶▶



Rilancio dei mercati comunali coperti. Riproporre in chiave aggiornata (per valorizzare nicchie di produzione locale e specialità etniche) le Offerte Risparmio certificate in collaborazione con l'Amministrazione comunale e prevedere concessioni più lunghe per ammortizzare le migliorie apportate dagli operatori mercatali.

- ✓ Autogestione dei mercati ambulanti. Mentre la procedura di assegnazione dei posteggi mercatali dovrebbe essere tenuta in capo al Comune, si propone che i restanti servizi collettivi inerenti al mercato - come quelli di pulizia o segnatura degli spazi - vengano delegati alle associazioni di imprese, tramite la costituzione di consorzi tra operatori dell'area, che potrebbero anche proporre servizi innovativi al consumatore: servizio a domicilio, distribuzione di cesti, servizio dogsitter.

#### Fiscalità locale

- ✓ Semplificazione dei sistemi di pagamento e degli accertamenti.
  - COSAP. Trasposizione del principio della SCIA su questo iter autorizzativo, ormai datato. Si propone un iter semplificato dove si preveda una semplice segnalazione, corredata di idoneo progetto, a cui seguono le verifiche; parallelamente, vanno messi in efficienza i sistemi informativi sui pagamenti della tassa di occupazione suolo pubblico, che attualmente sono aggiornati fino a due anni prima.

- Coordinamento degli organi ispettivi.
- Monitoraggio del sistema delle sanzioni, spesso più gravoso rispetto alla tariffa stessa.
- ✓ Misurazione della produzione dei rifiuti urbani riciclabili con un meccanismo di ritorno diretto del valore del rifiuto sul pagamento della TARI.

#### Sistema dei DUC

- ✓ Creazione di un DUC Metropolitan, nell'ambito del quale vanno individuate le diverse polarità distrettuali ben definite e con un'identità riconoscibile.
- ✓ Ottenimento della soggettività giuridica del DUC, che contribuisca a chiarire responsabilità e competenze di tutti gli organi costituiti e degli attori coinvolti.
- ✓ Implementare l'operatività dei manager di distretto.
- ✓ I DUC devono essere sede di confronto e integrazione tra pubblico e privato, concentrandosi prevalentemente su interventi di arredo urbano e sulla creazione di progettualità che valorizzino il mix merceologico delle attività commerciali e dei servizi insistenti sull'area.

**Parole chiave** - Politiche Commerciali: Pluralismo commerciale, Incentivi, Distretti

## SISTEMA FIERISTICO, TURISTICO ED EVENTI

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - Il settore turistico a Milano conta su 18mila imprese, 117mila addetti e un fatturato di 7 miliardi: sul territorio metropolitano vi sono circa 1.800 attività fra alberghi ed agenzie di viaggio e 16mila ristoranti; un'impresa del settore su due ha sede nel Comune di Milano. Per crescita del turismo nel 2015, l'Italia è prima nella classifica dei Paesi europei ed è stata la Milano di Expo a trainare la crescita con +18%. Circa tre quarti del turismo ambrosiano è legato al segmento business e congressuale. Il sistema fieristico milanese ha una storia antica e un'evoluzione costante: Fiera di Milano è costituita dai poli espositivi di Fieramilano e

Fieramilanocity, con un'estensione di 753mila mq di superficie complessiva, attestandosi come il polo fieristico più grande d'Europa.

#### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ DMO (Destination Management Organization)
- ✓ Integrazione turismo business e leisure
- ✓ Recupero aree urbane dismesse

## Alleanza tra pubblico e privato per la riqualificazione delle periferie

**“M**ilano – dichiara Sangalli - non potrà mai essere grande se non sarà finalmente realizzato un piano operativo per riqualificare le periferie e l'hinterland. E' una sfida che deve essere affrontata attraverso una stretta alleanza tra pubblico e privato. Le imprese commerciali, ad esempio, disposte ad aprire le loro attività in queste aree, devono essere sostenute attraverso facilitazioni fiscali o zone tax free e snellimenti burocratici significativi”.



privata, oltre la nuova Legge sul Turismo regionale del 2015. A Milano il numero di posti letto di appartamenti privati offerti a turisti è oggi diventato sostanzialmente analogo a quello dei posti letto delle imprese turistiche, con un impatto negativo non solo sull'offerta turistica tradizionale, ma anche sui livelli dei canoni di locazione degli appartamenti destinati ai residenti.

- ✓ Trattare la tassa di soggiorno come tassa di scopo: gli introiti derivanti dalla tassa andrebbero investiti per il settore turistico e rendicontati come tali.

### Recupero aree urbane dismesse

- ✓ Utilizzo aree dismesse: il Comune di Milano dovrebbe svolgere il ruolo di facilitatore tra le proprietà delle aree e i potenziali utilizzatori, trovando in Confcommercio Milano un soggetto aggregante di interessi commerciali.

## LE PROPOSTE

### DMO (Destination Management Organization)

- ✓ Commissionare uno studio sulla situazione reale dell'offerta turistica milanese includendo anche i quasi 15mila appartamenti privati che recentemente sono stati riversati sul mercato con regole diverse da quelle delle strutture tradizionali.
- ✓ Creare una struttura operativa di DMO che permetta:
  - la programmazione turistica coordinata di eventi e di iniziative di promozione e commercializzazione anche nel medio periodo;
  - una più stretta collaborazione tra servizi per il business e offerta culturale;
  - l'attivazione e la diffusione di un'unica Milano card multifunzione per accedere a servizi turistici e agevolazioni (ad esempio ingressi “senza code”).

### Integrazione Turismo Business e Leisure

- ✓ Unificare gli Assessorati del Turismo e della Cultura.
- ✓ Ulteriore regolamentazione della strutture di accoglienza

- In particolare, valorizzare gli ex scali ferroviari: prevedere un utilizzo temporaneo degli stessi come avvenuto in occasione di Expo 2015 e, insieme, una riqualificazione strutturale. Ad esempio, lo scalo Farini potrebbe essere servito tramite il canale della Martesana e la sua superficie consentirebbe la realizzazione di un ampio e caratteristico quartiere sull'acqua.
- ✓ Mobilità turistica
  - Creazione di nuovi circuiti turistici, riconsiderando la mappa della mobilità turistica, tenendo conto dei centri di interesse specifici, delle polarità, dei punti di carico e scarico dei turisti; individuare le zone per lo stazionamento dei bus turistici da aggiungere a quella esistente di piazza Castello.
  - Realizzazione effettiva del secondo passante ferroviario.

**Parole chiave** - Sistema fieristico, turistico ed eventi: Integrazione, Intelligenza, Immaginazione

▶ ▶ ▶ segue a pag. 14 ▶ ▶ ▶



▶▶▶ segue da pag. 13 ▶▶▶

## SANITÀ E SERVIZI

**L'ECCELLENZA in NUMERI-** Nel nostro territorio l'indice di dotazione di strutture sanitarie è quasi il doppio rispetto alla media italiana. Oltre 300mila degenti arrivano ogni anno per farsi curare a Milano, molto spesso accompagnati da familiari. Non solo: la nostra città conta ben 44mila imprese che si occupano di servizi alla persona, un numero costantemente in crescita negli anni. E la neo-costituita Città Metropolitana integrerà servizi per oltre 3 milioni di abitanti, 1,8 milioni di addetti, 290mila imprese che producono il 10% del valore aggiunto nazionale e che operano per il 75% nel commercio, nei servizi e nel turismo.

### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ Accoglienza sanitaria
- ✓ Servizi alla persona
- ✓ Integrazione servizi della Città Metropolitana

### LE PROPOSTE

#### Accoglienza sanitaria

- ✓ Agevolazioni per le strutture ricettive che decidano di destinare una parte delle loro camere all'accoglienza degli assistiti nelle strutture sanitarie e dei loro familiari e che accrescano l'offerta di servizi in termini di assistenza



medica o infermieristica.

- ✓ Ispirandosi al progetto Ri-Milano, creazione di un bando destinato a strutture private che intendono riconvertirsi all'accoglienza per chi utilizza servizi di assistenza medica a Milano e le loro famiglie.

#### Servizi alla persona

- ✓ Bando per la creazione di reti d'impresa dedicate ai servizi alla persona nel territorio del Comune di Milano.
- ✓ Tutte le imprese che dimostrano di svolgere servizio a domicilio nel territorio comunale anche con mezzi alternativi (ad esempio, la bicicletta) potrebbero avere diritto all'esenzione dal pagamento della congestion charge per un altro veicolo tradizionale ad uso commerciale.

#### Integrazione servizi della Città Metropolitana

- ✓ Trattenere a Milano una quota del gettito IMU proveniente dalle attività produttive di categoria D attualmente destinata allo Stato, che permetterebbe di disporre di circa 200 milioni di euro all'anno per la Città Metropolitana.
- ✓ Parametrare l'efficacia dei servizi svolti dalla Città Metropolitana affinché vi sia effettivamente un incremento di produttività del lavoro pari al 5,8% nei prossimi 5 anni: secondo uno studio dell'European Metropolitan Network Institute, l'integrazione dei servizi e le economie di scala realizzate attraverso la costituzione di un'Area Metropolitana dovrebbe determinare mediamente questo risultato.
- ✓ Costituzione di un Suap metropolitano unico gestito per il Comune dalla Camera di commercio di Milano.
- ✓ Attribuire alla Città Metropolitana funzioni di governo/coordinamento del trasporto pubblico locale, della fornitura di energia elettrica e gas e della raccolta dei rifiuti per venire incontro alle esigenze di un territorio con nuovi orari, bisogni e connessioni, che va gestito in modo integrato.

**Parole chiave** - Sanità e Servizi: Valore, Collaborazione, Visione

## Meno tasse su rifiuti e suolo pubblico Sostenere le imprese penalizzate dai cantieri

**E** sul fisco Sangalli avverte: "La pressione fiscale elevata è la madre di tutti i problemi. Bisogna ridurla per ridare ossigeno a famiglie e imprese. Va dunque abbassata anche la fiscalità locale, come ad esempio per la Cosap, tassa di occupazione del suolo pubblico e la Tari, tassa sui rifiuti, intervenendo sulla spesa pubblica e sui costi di servizio. Meno fisco e più incentivi anche alle tante imprese in difficoltà per i cantieri". "Poi - specifica Sangalli - andrebbero previsti criteri di premialità fiscale per le imprese che si impegnano nelle iniziative di promozione del brand Milano. In questo contesto è importante anche destinare la tassa di soggiorno a progetti rendicontati di sviluppo turistico e di marketing territoriale della città".

## UNIVERSITÀ E FORMAZIONE

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - Il panorama formativo milanese è di livello internazionale: 8 Università, 6 Accademie, 1 Conservatorio, 2 accreditati Istituti dedicati al mondo del Terziario: il CAPAC - Politecnico del commercio e la Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni. Gli studenti iscritti a Milano sono oltre 200mila, dei quali il 20% sono residenti in città, circa la metà sono pendolari, mentre uno su tre è fuori sede. I lavoratori sovra-qualificati (con titoli di studio che non corrispondono all'occupazione svolta) in Lombardia sono circa 559mila (13,3% sul totale della forza lavoro lombarda). Dagli ultimi dati (2014 su 2013) a Milano si registra un trend di diminuzione del lavoro autonomo (del 5%) e un lieve aumento di quello dipendente. Eppure, a Milano, il numero di chi - nel lavoro autonomo - sceglie di fare impresa è cresciuto di 11 punti percentuali.

### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ Cultura imprenditoriale
- ✓ Collegamento Scuola-Impresa
- ✓ Formazione on the job



### LE PROPOSTE

#### Cultura imprenditoriale

- ✓ Diffusione nelle scuole superiori e nelle università della collana "Le Bussole", realizzata da Confcommercio sul "fare impresa" nel terziario.
- ✓ Replicare il progetto Creattivamente Negoziando (Confcommercio La Spezia) che - coinvolgendo Comune, Camera di commercio, Confcommercio e istituti di credito - incentiva i giovani delle scuole superiori a sviluppare progetti imprenditoriali che mettano insieme commercio di prossimità ed esperienza digitale del consumatore, da realizzare in spazi commerciali sfitti di proprietà comunale.

#### Collegamento Scuola-Impresa

- ✓ Istituzione di uno Sportello Unico presso il CAPAC-Politecnico del Commercio che integri i molteplici servizi dedicati dalle istituzioni all'orientamento professionale, all'offerta formativa, alla selezione e all'inserimento lavorativo nelle materie attinenti all'ambito commerciale e turistico.
- ✓ Creazione presso il Comune di una Consulta della Formazione che coinvolga il mondo associativo di rappresentanza delle imprese per programmare annualmente:
  - corsi specialistici per creare figure professionali necessarie alle imprese;
  - bandi per giovani che si vogliono mettere in proprio nelle eccellenze economiche del territorio (moda, design, food, editoria, tecnologia digitale, video e fotografia).

#### Formazione on the job

- ✓ Promozione del reverse mentoring. In particolare, si potrebbe prevedere un percorso di reverse mentoring degli universitari stranieri possessori della Milano Id Card - creata nel 2015 dalle università milanesi con il Comune di Milano - dentro le aziende associate Confcommercio, non in modalità di stage, ma come scambio di competenze.

**Parole chiave** - Università e Formazione: Imprenditorialità, Organizzazione, Reversibilità

▶ ▶ ▶ segue a pag. 16 ▶ ▶ ▶



▶▶▶ segue da pag. 15 ▶▶▶



## INNOVAZIONE

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - Circa un milanese su cinque che lavora nel privato si trova ad operare in un settore "smart". Ed è Milano la capofila dell'innovazione in Italia con quasi 17mila imprese su un totale nazionale di 152mila, un quarto degli addetti del settore (216mila su 829mila) e dei brevetti nazionali depositati (oltre 2mila su 9mila). Qui nascono circa 5 start up innovative a settimana, quasi una su sei di tutte quelle che nascono in Italia. Le imprese giovanili iscritte alla Camera di commercio di Milano sono meno del 10% del totale, circa 25mila. Vi sono 49 spazi di co-working a Milano e 8 Incubatori d'Impresa certificati. A seguito dei bandi pubblicati dal MIUR e dalla Regione Lombardia nel 2012, a Milano sono stati attivati 14 Progetti Smart City, finanziati con fondi europei. La Camera di commercio gestisce in modalità telematica quasi 290mila pratiche su 467mila.

### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ Smart city e burocrazia zero
- ✓ Giovani imprenditori, start up e nuova impresa
- ✓ Infrastrutture digitali

### LE PROPOSTE

#### Smart city e burocrazia zero

- ✓ Tecnologia per il turismo.
  - Attivazione di una Milano Card multifunzione che permetta anche di tracciare i comportamenti dei turisti e di costruire campagne di marketing ad hoc conoscendone preferenze e stili di vita, in ottemperanza alla normativa sulla privacy.
  - Creazione di un'applicazione digitale unica plurilingue collegata alla Milano Card con eventi, fiere, moda, design, arte, biglietti elettronici per gli spostamenti con nuove offerte Atm.
- ✓ Amministrazione amica delle imprese.
  - Tutte le PA comunali dovrebbero essere gestite con un unico sistema informativo.
  - Confermare la gestione del Suap - Sportello Unico per le Attività Produttive alla Camera di commercio, industria, agricoltura e artigianato di Milano, anche in prospettiva Metropolitana.

#### Giovani imprenditori, start up e nuova impresa

- ✓ Dedicare una linea di bilancio comunale all'associazionismo giovanile.
- ✓ Incubatori di start up senza duplicazioni. Negli ultimi anni vi è stata una proliferazione di incubatori, ma il problema delle start up appare essere non tanto l'avvio, quanto il tasso di mortalità. Creazione di un polo unico sul tema.
- ✓ Creazione di GIVe, un Gabinetto Innovation Venture capital presso il Comune di Milano per assicurare l'attrazione di venture capital dedicato all'innovazione e alle imprese del futuro.
- ✓ Realizzazione del bando rivolto alle associazioni imprenditoriali "Aggiungi un posto al tavolo", che generi un'attività di matching tra pmi con postazioni di lavoro disponibili e giovani start-upper dei servizi. I giovani professionisti offrirebbero un servizio temporaneo all'azienda (rifacimento sito, piano di comunicazione, revisione dell'immagine social aziendale) in cambio della postazione. Il valore delle associazioni imprenditoriali sarebbe quello di raccogliere e selezionare l'offerta disponibile.

#### Infrastrutture digitali

- ✓ Valorizzazione e pieno utilizzo dell'ecosistema digitale E015.
  - Arricchire le applicazioni integrate esistenti del Comune di Milano con nuovi flussi informativi (come ad esempio il portale dell'infomobilità) e proseguire nella pubblicazione di flussi informativi conformi a E015.
  - Sviluppare azioni per la promozione dell'utilizzo di glossari applicativi condivisi, al fine di standardizzare ulteriormente i flussi informativi del territorio. Richiedere ad esempio la partecipazione ai bandi comunali su piattaforma E015.
  - Attuare azioni di promozione, comunicazione e diffusione del nuovo metodo di collaborazione, che prevedano iniziative di formazione su E015 e di incentivazione all'adozione di E015.
  - Proseguire azioni di coinvolgimento creativo per identificare nuove opportunità basate su E015.
- ✓ Efficientamento ed ampliamento delle isole digitali Wi-Fi.

**Parole chiave** - *Innovazione: Accessibilità, Informazione, Semplificazione*

## SOLIDARIETA' E SICUREZZA

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - La Fondazione Welfare Ambrosiano è stata costituita nel 2009 da sigle sindacali, Camera di commercio di Milano, Comune di Milano e Provincia per promuovere il micro-credito: le famiglie in situazioni di disagio possono ricevere fino a 10mila euro in 5 anni con il Credito Solidale Sociale, mentre per i lavoratori in difficoltà che cerchino di mettersi in proprio vengono messi a disposizione fino a 20mila euro in 7 anni con il Credito Solidale d'Impresa. Dalla sua nascita, la Fondazione ha aiutato oltre 2mila famiglie in difficoltà, erogando più di 8 milioni di euro. D'altra parte, le imprese sociali a Milano sono oltre 4mila, cresciute di quasi il 5% nel 2015 e del 12% negli ultimi quattro anni. Le imprese milanesi temono tre scenari: una città poco sicura (10,1%), una città polarizzata tra povertà e benessere (6,2%), una città degradata (5,9%). E il 23,1% delle imprese cita come prima richiesta la sicurezza.



### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ Welfare Ambrosiano
- ✓ Commercio come presidio sociale, Sicurezza, Lotta alla contraffazione e all'abusivismo
- ✓ Decentramento, Municipalità e Periferia

### LE PROPOSTE

#### *Welfare Ambrosiano*

- ✓ Potenziare ed estendere l'attività della Fondazione Welfare Ambrosiano con:
  - la costruzione di nuovi strumenti finanziari ad hoc per le imprese familiari e ditte individuali in difficoltà;
  - la valorizzazione di percorsi di recupero attraverso l'autoimprenditorialità;
  - l'individuazione di alloggi da locare a canone calmierato destinato alle giovani coppie per riqualificare aree abitative meno prestigiose;
  - un nuovo servizio di assistenza sanitaria integrativa minima appoggiato ad un sistema di enti e società di mutuo soccorso attivi nella sanità integrativa, promosso e coordinato dall'Ente Mutuo di Confcommercio.
- ✓ Progetto di recupero delle eccedenze alimentari prodotte dalle piccole imprese, attraverso la creazione di hub di raccolta in ogni Municipio (all'interno di immobili confiscati alle mafie o alla criminalità), la costruzione di una rete di contatti (fornitori e strutture caritative) e la redistribuzione delle eccedenze gestite dai Municipi.
- ✓ Attivazione di una linea di credito d'emergenza garantita dal Comune di Milano e gestita con il supporto operativo di Confcommercio-Fidicomet per aiutare le piccole imprese che hanno subito danni da rapine a riaprire l'attività in via immediata.

#### *Commercio come presidio sociale, Sicurezza, Lotta alla contraffazione ed abusivismo*

- ✓ Creazione di un Osservatorio sulla Sicurezza della Città Metropolitana promosso dal Comune di Milano, che sia una struttura di raccordo tra i dati raccolti dai diversi osservatori attivi sul territorio.
- ✓ Realizzazione di un'applicazione digitale per il controllo del territorio gestita dall'Amministrazione Comunale che offra un servizio gratuito al cittadino - sul modello dell'app esistente Shelly - e permetta di monitorare il livello di sicurezza dei luoghi selezionati dall'utilizzatore.
- ✓ Lotta alle infiltrazioni criminali nei pubblici esercizi. A seguito del processo autorizzativo preventivo o a posteriori (modello Scia) è importante istituire in modo puntuale: controlli annuali sulla effettiva titolarità della gestione dei pubblici esercizi, sulla permanenza dei requisiti morali da parte dei titolari, sulla presenza di anomalie sintomatiche di fenomeni criminali.
- ✓ Percorsi formativi in tema di sicurezza, terrorismo, lotta alla contraffazione e all'abusivismo dedicati agli amministratori pubblici, alle imprese e agli operatori dei media.

#### *Decentramento, Municipalità e Periferia*

- ✓ Creazione di una Commissione Rammendo Urbano che – anche in una prospettiva di neocostituita Città Metropolitana - favorisca la tenuta di un tessuto socio-economico omogeneo, indifferentemente dal posizionamento geografico di una certa area cittadina. La Commissione dovrebbe essere costituita dal Comune di Milano, dall'associazione di rappresentanza del commercio maggiormente rappresentativa, dalla Curia di Milano e dalla Consulta Periferie Milano, al fine di raccogliere le segnalazioni sulle zone critiche e mettere a sistema i progetti di sviluppo disponibili sul territorio, in particolare quelli destinati al decoro urbano, alla cultura e al commercio.
- ✓ Riduzione dei tributi locali per le imprese che insediano attività in aree periferiche o degradate, in edifici/spazi abbandonati e/o sfitti, in strutture confiscate alla malavita, tutte censite e pubblicizzate annualmente.

▶▶▶ segue a pag. 18 ▶▶▶



▶▶▶ segue da pag. 17 ▶▶▶

## MODA E DESIGN

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - La Moda a Milano coinvolge 13mila imprese, quasi 9mila solo nel settore commercio, e impiega 83mila addetti. Le Settimane della Moda e il Salone del Mobile sono gli eventi intorno ai quali si è costruita l'identità di Milano, tanto che per sei visitatori su dieci il Salone del Mobile è l'evento centrale dell'attrattività cittadina, con oltre 310mila visitatori nel 2015. Milano Moda Donna ha attirato lo scorso anno oltre 200mila visitatori a settembre, HoMi ne ha contati 94mila e Host circa 150mila. Più popolare è un comparto, più è a rischio di aggressione criminale: a Milano il 73% dei pezzi contraffatti sequestrati riguarda il comparto moda.

### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ Attrattività internazionale
- ✓ Grandi eventi diffusi
- ✓ Tutela e trasparenza del mercato

### LE PROPOSTE

#### Attrattività internazionale

- ✓ Attivazione di un'unica Milano card multifunzione, collegata ad un'app digitale, che permetta di acquistare l'accesso alla Fiera, di ricevere inviti agli eventi "Fuori Fiera" e di accedere ad una scontistica in negozi, alberghi e pubblici esercizi convenzionati.
- ✓ Insiadare alcuni desk/punto informazioni presso gli aeroporti (Malpensa e Linate) e le stazioni ferroviarie (con il coinvolgimento di Sea, Grandi Stazioni Ferroviarie dello Stato, Trenord, Atm, Fiera Milano, CCIAA Milano, Confindustria Milano).
- ✓ Elaborazione di un pacchetto di facilitazioni per agevolare i visitatori che partecipano agli eventi, ai congressi e alle fiere.
- ✓ Organizzazione regolare di visite di opinion maker e gior-

- ✓ Le Municipalità dovrebbero rispettare due principi:
  - semplificare e non duplicare gli adempimenti a carico delle imprese, in particolare nelle autorizzazioni, seguendo una logica di sussidiarietà verticale.
  - essere uno strumento di controllo del territorio, non di dispersione delle funzioni di programmazione. Il Comune deve garantire la visione d'insieme.

**Parole chiave** - *Solidarietà e Sicurezza: Presenza, Possibilità, Periferie*



nalisti internazionali e promozione dei grandi eventi cittadini attraverso roadshow all'estero che promuovano l'italicità e la milanesità, ad esempio con la Triennale per valorizzare il Salone del Mobile.

### Grandi eventi diffusi

- ✓ Promozione di nuovi grandi eventi annuali:
  - in parte, incentrandoli su temi iconici per Milano oltre Moda e Design, come Architettura, Enogastronomia, Musica, Animazione o Comunicazione.
  - in parte, importando dall'estero alcune idee di successo come il Black Friday o la grande Fiera dell'Immobiliare, oggi appannaggio del MIPIM di Cannes.
- ✓ Aperture straordinarie coordinate in occasione dei singoli grandi eventi (ad esempio, finale di Champions League, Triennale del Design, Settimana della Moda e Salone del Mobile).
- ✓ Semplificazione dell'iter di approvazione degli eventi e riduzione della COSAP per le iniziative a carattere temporaneo.

### Tutela e trasparenza del mercato

- ✓ Attuazione di un progetto per la distruzione dei beni contraffatti sequestrati, da realizzare in collaborazione con Confindustria, attraverso: la determinazione di volumi, consistenza, quantità, qualità e dislocazione delle merci; la selezione delle merci per tipologia; l'individuazione di un operatore nel settore rifiuti del territorio; la valutazione della sostenibilità del processo di distruzione delle merci.

**Parole chiave** - *Moda e Design: Attrarre, Coordinare, Difendere*

## COMUNICAZIONE ED EDITORIA

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - Oltre 13mila imprese della comunicazione hanno sede a Milano, che supera la Capitale per quanto riguarda il numero di imprese nel comparto dell'editoria, mentre altre 6mila imprese operano nel campo della pubblicità. Lavora a Milano un addetto italiano su tre del settore, che vale 31 miliardi di euro e produce il 56% del fatturato nazionale. I milanesi sono sempre più informati: trascorrono 7 ore al giorno tra nuove tecnologie e media tradizionali, come stampa e televisione.



### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ Milano, hub italiano della comunicazione
- ✓ Programmazione culturale cittadina e sponsorizzazioni
- ✓ Il racconto di Milano-Brand Milano

### LE PROPOSTE

#### Milano, hub italiano della comunicazione

- ✓ A fianco delle ormai consolidate - o più recenti - immagini di Milano come capitale della moda, del design e della ristorazione, valorizzare l'asset imprenditoriale orientato alla comunicazione. Promozione di Milano capitale della comunicazione anche con un evento internazionale annuale dedicato.

#### Programmazione culturale cittadina e sponsorizzazioni

- ✓ Affinamento del progetto Expo in Città attraverso:
  - creazione di un catalogo eventi selezionato, che preveda un forte utilizzo della promozione sui social media.
  - attività di matching per far incontrare eventi e sponsorizzazioni.
- ✓ Creazione di un sito sul modello KickStarter per raccogliere fondi per finanziare:

- i grandi enti culturali milanesi in difficoltà.
- gli eventi privati selezionati da Expo in Città.
- ✓ Omologazione degli orari dei musei, con aperture straordinarie programmate e condivise. Identificazione di un museo-icona cittadino con mostre temporanee di ampio richiamo. Rilancio della Grande Brera.

#### Il racconto di Milano-Brand Milano

- ✓ Costruzione di uno storytelling urbano attraverso il coinvolgimento di opinion leader stranieri coinvolti dal Comune di Milano sul modello Expo e ospitati e guidati attraverso il sistema Confcommercio.
- ✓ Utilizzo di un marchio SaveTheBees concesso dal Comune e da Confcommercio Milano sui progetti per le attività di start up commerciale, di servizio e culturale.
- ✓ Delineare chiaramente le funzioni di governance dentro la futura Associazione Brand Milano, affinché le parti sociali possano parteciparvi in modo attivo ed efficace.

**Parole chiave** - Comunicazione ed Editoria: Affermazione, Programmazione, Racconto

## RISTORAZIONE E FOOD

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - Nella produzione alimentare Milano è cresciuta in un anno del 3,7%, prima in Lombardia per numero di imprese alimentari (oltre 1600) con un valore di produzione di 11 miliardi. Il capoluogo lombardo conta 17mila attività nel settore della ristorazione, cresciuto del 3% tra il 2014 e il 2015. E' questo un settore differenziato e accogliente, spesso tra le prime scelte dei giovani imprenditori, tanto che nella ristorazione milanese cresce costantemente la percentuale degli under 35 titolari di impresa. Infine, a Milano un'impresa su quattro è straniera (26,2% sul totale),

con un'offerta di oltre 4mila attività straniere, cresciute di circa l'8% in un anno.

### I TEMI CHE CI STANNO A CUORE

- ✓ Mercati generali e sistema di approvvigionamento
- ✓ Regolazione attività pubblici esercizi
- ✓ Sviluppo dei Food District

▶ ▶ ▶ segue a pag. 20 ▶ ▶ ▶



▶▶▶ segue da pag. 19 ▶▶▶

## LE PROPOSTE

### **Mercati generali e sistema di approvvigionamento**

- ✓ Definire in collaborazione con Confcommercio un nuovo modus operandi di Sogemi, contrastando il sommerso mercato parallelo che dequalifica il lavoro degli operatori regolari, proseguendo il percorso del Protocollo d'Intesa, già definito con Prefettura, Comune di Milano, Sogemi, Forze dell'Ordine e Associazioni di categoria.

### **Regolazione attività pubblici esercizi**

- ✓ Va rivisto il diffuso orientamento "liberista" che sta provocando danni alla città e alla qualità dell'offerta, adottando atti di programmazione qualitativa che disciplinino l'inseadimento di nuove attività prevedendone l'impatto socio-ambientale.
- ✓ Adozione del provvedimento sulle 7 aree cittadine da sottoporre a tutela previste dal nuovo regolamento PE (che non ha attualmente concluso l'iter in Consiglio Comunale), in modo da consentire un ordinato sviluppo dei pubblici esercizi in aree ad alta densità di offerta.
- ✓ Revisione del regolamento di igiene ormai desueto, perché non considera, da un lato, i regolamenti comunitari che hanno cambiato le competenze degli Organi interessati alla sicurezza alimentare e, dall'altro, non risulta aggiornato in materia di innovazioni tecnologiche.

## SVILUPPO DELLA CITTÀ

**L'ECCELLENZA in NUMERI** - Milano, prima in Lombardia con il 39,1% delle unità immobiliari censite (circa 2,3 milioni), detiene il primato nazionale per numero di uffici mentre è seconda, dopo Roma, per abitazioni e negozi. A Milano si contano 92mila ingressi medi giornalieri in Area C, vi sono 4 linee della metropolitana già funzionanti e una in corso di costruzione, 182 km di piste ciclabili, un'ampia rete di car e bike sharing. In questi ultimi anni gli interventi di sviluppo immobiliare sono stati di grande impatto: ad esempio Porta Nuova (380 unità abitative in 13 edifici), City Life (366mila

mq) o la Fondazione Feltrinelli - Porta Volta (17.268 mq). L'area di Expo è detenuta dalla società Arexpo ed ha una superficie di oltre 1 milione di mq, attualmente è un'area tra le più infrastrutturate d'Italia tra collegamenti e servizi, la superficie edificabile è di 480mila mq, di cui oltre 30mila destinati a housing sociale e per residenza universitaria. Il Parco Pluritematico ipotizzato dal Masterplan CdP insisterebbe su un'area di 500mila mq. L'eventuale riapertura dei Navigli ha un costo valutato in 406 milioni di euro e una previsione di benefici collettivi di circa 800 milioni di euro.



Le foto di queste pagine dell'incontro con i candidati sindaco di Milano sono di Massimo Garriboli

### **Sviluppo dei Food District**

- ✓ Regia della movida. La popolazione serale/notturna che frequenta pubblici esercizi, teatri, sale cinematografiche o concerti, musei, ha bisogno di una regia dedicata, sulla falsariga di quanto fatto in altre capitali, che hanno istituito una funzione amministrativa per la "Politica della notte e del consumo dell'alcol", al fine di evitare contestualmente desertificazione e disturbo della quiete dei cittadini.
- ✓ Regolazione della sharing economy sul comparto food, nella logica "stesso mercato stesse regole": su tutte le attività che svolgono lo stesso servizio devono insistere le medesime regole. In particolare, va stabilita una disciplina su home restaurant e farmer market.
- ✓ Creazione di un circuito di qualità dedicato allo street food e ai food truck, coordinato da Confcommercio (con le associazioni di categoria coinvolte).

**Parole chiave** - Ristorazione e Food: Regole, Controllo, Equilibrio

**I TEMI CHE CI STANNO A CUORE**

- ✓ Infrastrutture e logistica
- ✓ Sviluppo immobiliare
- ✓ Aree post Expo

**LE PROPOSTE****Infrastrutture e logistica**

- ✓ Condurre un'analisi approfondita sulla mobilità cittadina, per non incorrere in scelte dettate da sentiment temporanei, quanto da effettivi bisogni.
- ✓ Anche al fine di incentivare il rinnovo dei mezzi circolanti, introdurre un correttivo al sistema di accesso al centro storico, riconoscendo libertà d'ingresso ai veicoli meno inquinanti di nuova generazione (Euro 6) e mantenendo tuttavia il riconoscimento – e relative agevolazioni - del traffico di servizio. In ogni caso, si manifesta piena contrarietà all'estensione ulteriore dell'attuale Area C.
- ✓ Creazione di nuovi parcheggi di interscambio coincidenti con le fermate della linea metropolitana corrispondenti con gli arrivi dai Comuni limitrofi.
- ✓ Riconoscimento dell'auto come mezzo di servizio per gli agenti di commercio; previsione di abbonamenti agevolati per la categoria sui mezzi pubblici.
- ✓ Razionalizzazione aree carico/scarico merci.
  - Più puntuale individuazione ed estensione di tali aree, soprattutto in occasione del programma di riqualificazione degli assi stradali e della creazione delle isole pedonali.
  - Implementazione di infrastrutture telematiche per la prenotazione delle aree di carico e scarico, in modo da permettere anche un controllo a distanza delle stesse.
  - Mantenimento dell'attuale piena libertà oraria delle possibilità di carico/scarico merci.
- ✓ Creazione di un sistema complessivo intorno alla città di piattaforme logistiche di ultimo miglio.
- ✓ Pedonalizzazione ragionata di talune aree commerciali servite da parcheggi e facilmente raggiungibili con i mezzi pubblici, a rischio desertificazione, con adeguata presenza di esercizi commerciali, pubblici esercizi ed eventi mirati, per favorire la riqualificazione e assicurare un maggiore controllo del territorio (fattibilità e opportunità andranno valutate caso per caso con le associazioni imprenditoriali in loco).
- ✓ Attenta gestione dello stabilimento di piste ciclabili su strada o marciapiede: le piste devono avere una coerenza di percorso urbano e vanno comunque evitate zone ad alta intensità commerciale e consumo di vie con calibro insufficiente, preferendo l'istituzione di "zone 30".

**Sviluppo immobiliare**

- ✓ Istituire premialità fiscali per:
  - proprietari di immobile con una Bottega Storica insediata al suo interno che si impegnino a mantenerla nel tempo;
  - proprietari di immobili che apportano un upgrade di certificazione energetica.
- ✓ Rendere strutturale la misura che agevola le imprese danneggiate dai cantieri, inserendo tale misura direttamente nei capitolati di gara.
- ✓ Focus su decoro urbano: azione incisiva sul lavaggio graffiti e imbrattamento muri e manutenzione delle strade.
- ✓ Implementazione del lavaggio stradale, che permetta di tenere sotto controllo il sollevamento del particolato, e contestuale obbligo delle proprietà di contribuire al lavaggio dei marciapiedi.
- ✓ Promuovere progettualità urbanistiche di respiro in grado di assumere significati simbolici nel recupero dell'identità cittadina, ma anche di ampliare il suo potenziale di attrattività, come ad esempio la parziale riapertura dei Navigli, nell'ottica di una città europea veloce nei collegamenti e nei servizi, ma "slow" in senso contemporaneo nelle scelte legate alla qualità della vita.

**Aree post Expo**

- ✓ Non autorizzare in tali aree grandi centri di vendita, ma la presenza trasversale di soggetti diversi in grado di portare un messaggio di qualità e un singolo valore aggiunto.
- ✓ Immaginiamo l'ex Area Expo come un polo dedicato anche al food e alla formazione, un nuovo luogo-simbolo di Milano attraverso il quale valorizzare tutta la filiera del food e attivare tutti i suoi attori: dagli imprenditori agricoli agli chef stellati.
- ✓ Presenza di Confcommercio nel progetto di utilizzo delle aree del sito espositivo a disposizione del Comune di Milano.
  - Creazione di uno spazio dedicato alle aziende del terziario, con particolare riferimento alle Start Up, per lo sviluppo di soluzioni innovative, di prodotto e di processo, a favore del terziario: Ict, logistica, distribuzione, turismo, e-commerce, internazionalizzazione.
  - Installazione di uno spazio dedicato alle eccellenze formative del sistema Confcommercio (Scuola Superiore CTSP, CAPAC, CFMT), ove poter trasferire i percorsi formativi (come internazionalizzazione, social media marketing, ristorazione, accoglienza) più innovativi e alcuni laboratori, con particolare attenzione alla filiera del food.

Il documento "Benvenuto Il Luogo" contiene anche un glossario (con i vari termini utilizzati)

*Si ringraziano per l'indispensabile contributo e per la capacità di guardare al futuro con dedizione, il coordinatore della Consulta del Presidente, Adalberto Corsi, e i coordinatori dei Tavoli delle Eccellenze: Umberto Bellini, Renato Borghi, Simonpaolo Buongiardino, Andrea Colzani, Giacomo Errico, Maurizio Naro, Carlo Alberto Panigo, Mario Peserico, Giorgio Rapari, Lino Stoppani.*

*Infine, un grazie a tutti coloro che "insieme non hanno fatto*

*massa", grazie ai circa 100 stakeholder milanesi - tra imprenditori, manager pubblici e privati del settore sanitario, turistico e culturale, professori universitari, giornalisti, tecnici e sindacalisti del sistema Confcommercio - che hanno partecipato ai Tavoli delle Eccellenze tra settembre e dicembre 2015 e ci hanno regalato non solo un po' del loro tempo e della loro professionalità, ma soprattutto una grande passione per questa città.*

Per la mia salute  
ho scelto uno strumento di precisione.

**ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA AGLI IMPRENDITORI  
E PROFESSIONISTI ISCRITTI ALLE ASSOCIAZIONI  
ADERENTI AD UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO,  
LODI, MONZA E BRIANZA**

**Ente Mutuo** grazie alle sue caratteristiche e alla varietà dell'offerta è la soluzione ottimale per i **Soci Unione Confcommercio** che desiderano accedere ad un'Assistenza Sanitaria altamente qualificata.



[www.entemutuomilano.com](http://www.entemutuomilano.com)  
[marketing@entemutuomilano.it](mailto:marketing@entemutuomilano.it)



Corso Venezia, 49 - 20121 Milano  
Numero di telefono unico: 02.7750.950

**Ente Mutuo. Piacere di stare bene. Insieme a chi ami.**



*La Direttiva Bolkestein e la legge approvata dal Consiglio regionale lombardo*



*Giacomo Errico, presidente degli ambulanti (Apeca e Fiva Confcommercio)*

## Posteggi dei mercati scoperti: riassegnazioni dal 2017 tenendo conto dell'anzianità lavorativa e professionale acquisita

“**O**ra in Lombardia abbiamo messo un punto fermo per tutelare il lavoro di oltre 22mila ambulanti. Ci siamo impegnati fortemente, assieme alla Confcommercio lombarda, per raggiungere questo risultato. C'era, infatti, un problema concreto di giustizia per i tanti nostri operatori che hanno investito la loro vita professionale, assieme a quella delle loro famiglie, e le loro risorse, per operare sui mercati”: così Giacomo Errico presidente di Apeca (l'Associazione milanese) e Fiva Confcommercio (la Federazione nazionale degli ambulanti), commenta la legge del commercio su aree pubbliche e

sagre di recente approvata dal Consiglio Regionale lombardo.

La legge, recependo la Direttiva Bolkestein, attua le disposizioni dell'intesa fra Stato e Regioni (del 2012 n.d.r.) e prevede, nel rispetto del dettato europeo, la riassegnazione dal 2017 dei posteggi dei mercati per 12 anni con un criterio assolutamente prioritario di professionalità acquisita calcolata sulla base dell'anzianità d'impresa e di posteggio.

“La soluzione individuata in Lombardia è equilibrata – prosegue Errico - perché stabilisce criteri di concessione dei posteggi su aree pubbliche che non vanificano gli investimenti effettuati valorizzando l'esperienza professionale degli operatori. Ringraziamo l'assessore allo Sviluppo economico Mauro Parolini, il relatore della legge Fabio Rolfi e tutti i consiglieri regionali, maggioranza e opposizione, che hanno capito l'importanza di questo provvedimento”.

*Giacomo Errico, presidente Apeca e Fiva Confcommercio: tutelati oltre 22 mila ambulanti*



**REGOLAMENTATE LE SAGRE** - *Nel provvedimento approvato dal Consiglio Regionale lombardo si introducono, inoltre, principi di regolamentazione sulle sagre, il cui proliferare incontrollato danneggia l'attività dei pubblici esercizi sul territorio. “Certamente importanti – ha rilevato Lino Stoppani (foto), presidente di Epam (l'Associazione milanese) e Fipe Confcommercio (la Federazione nazionale dei pubblici esercizi) – l'introduzione di un calendario annuale di queste sagre (con sanzioni per chi opererà senza essere inserito n.d.r.) e le linee guida che la Regione indirizzerà ai Comuni perché si dia priorità a quelle manifestazioni che hanno una valenza riconosciuta di tradizione con gli operatori già presenti sul territorio”.*

### SODDISFAZIONE DI CONFCOMMERCIO LOMBARDIA

“Si tratta di un provvedimento molto significativo per le imprese lombarde del terziario, che ribadisce principi fondamentali di concorrenza leale e di contrasto all'abusivismo conseguito dopo molti mesi di lavoro grazie alla positiva collaborazione con la Regione e con l'Assessorato allo Sviluppo Economico guidato da Mauro Parolini” ha dichiarato Renato Borghi (foto), vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia.





## Associazione milanese fioristi: nuovo sito e spazio alle imprese

È online [www.associazionefioristimilano.it](http://www.associazionefioristimilano.it) il nuovo sito internet dell'Associazione fioristi (Confcommercio Milano). "Abbiamo optato – spiega l'Associazione - per una navigazione semplice e intuitiva, oltre che esteticamente accattivante". In ogni pagina si trovano numerose informazioni utili per l'attività degli operatori associati, i servizi

comunali, le gallerie fotografiche delle manifestazioni promosse dall'Associazione e le brochure scaricabili in formato pdf.

In fondo alla homepage sono stati inseriti anche collegamenti al sito di Confcommercio Milano: "ogni colore aiuta ad identificare una delle nostre sette aree di assistenza e consulenza".

Tra le novità l'Associazione segnala un'area del sito nella quale gli utenti possono trovare il fiorista di zona (spazio a disposizione delle imprese per far conoscere la propria attività sul web pubblicando una breve scheda descrittiva del negozio con il logo).

### Vendite benefiche: la Giunta Regionale lombarda approva le linee guida

La Giunta Regionale lombarda ha approvato le Linee guida per la disciplina delle vendite benefiche da parte di enti non commerciali (in attuazione della legge regionale 24/2015): un provvedimento fortemente sollecitato dal sistema Confcommercio lombardo e frutto di un articolato confronto - in collaborazione con l'Unione Regionale Fioristi e Federfiori - con l'Assessorato regionale allo Sviluppo Economico. Entro il 13 ottobre ogni Comune lombardo avrà l'obbligo di dotarsi di un Piano comunale delle cessioni. (GC)

Lanciato anche l'hashtag #giustiziapermomo

### Milano e l'asilo nido a rischio chiusura per il "chiasso" dei bambini: piena solidarietà di Assonidi all'azienda associata "La Locomotiva di Momo"

Assonidi, l'Associazione degli asili nido e scuole d'infanzia privati, ha manifestato piena solidarietà al proprio associato "La Locomotiva di Momo", asilo nido e scuola dell'infanzia di via Anfossi 36 a Milano, per la vicenda relativa alla sentenza di primo grado che intima la chiusura della struttura (presente nello stabile dal 2012).

Assonidi ricorda che, storicamente, nelle grandi città, i primi nidi privati nascono all'interno degli stabili proprio per fornire un servizio in risposta alle esigenze delle famiglie residenti nei condomini stessi e a quelle dell'intero quartiere.

Risulta perciò incomprensibile – rileva Assonidi - l'ostilità nei confronti di una struttura che accoglie bambini da 0 a 6 anni, nel rispetto dei regolamenti vigenti, il cui unico "disturbo" arrecato è quello provocato dalle espressioni di gioia e felicità dei bambini. Viene da domandarsi – conclude l'Associazione (che ha anche lanciato l'hashtag #giustiziapermomo) - da quando, in una città come Milano, sempre attenta alle esigenze delle famiglie, una risata o il pianto di un bambino possano creare fastidio.



Collaborazione e supporto di Interflora



## “Milano... un fiore di città” Gli operatori dell'Associazione fioristi hanno decorato il Ponte dei Sassi e il Vicolo dei Lavandai

“**M**ilano... un fiore di città” è il messaggio che l'Associazione fioristi (Confcommercio Milano), con gli operatori associati, ha lanciato in occasione della recente ventesima edizione di “Fiori sul Naviglio Grande” con la decorazione del Ponte dei Sassi e del Vicolo dei Lavandai. “Con le margherite – spiega Anna Lucia Carbognin, presidente dell'Associazione fioristi milanesi – è stato crea-

to l'effetto di grosse sfere fiorite”. Sempre margherite anche per il Vicolo dei Lavandai dove l'Associazione fioristi è stata presente con una postazione: “grazie al contributo e alla collaborazione di Interflora sono stati offerti a cittadini e turisti piante, gadget e palloncini”.





## [www.assotecnicaindustriale.it](http://www.assotecnicaindustriale.it) Il nuovo sito di Assotecnica



**A**ssotecnica, l'Associazione articoli industriali, sta attraversando una fase evolutiva importante con l'obiettivo di migliorare ed affinare i propri strumenti al servizio delle aziende associate.

Ha fatto il suo recente debutto online il nuovo sito associativo [www.assotecnicaindustriale.it](http://www.assotecnicaindustriale.it) al passo con le più recenti funzionalità interattive del web.

Attraverso questo strumento le aziende associate hanno modo di conoscere più da vicino i servizi offerti.

Assotecnica rappresenta imprese appartenenti a svariati settori merceologici in ambito tecnico/industriale e raggruppa aziende del settore delle forniture industriali che rappresentano società a livello nazionale ed internazionale.

Assotecnica è molto attiva nell'ambito della formazione professionale e aiuta le imprese ad orientarsi tra le varie oppor-

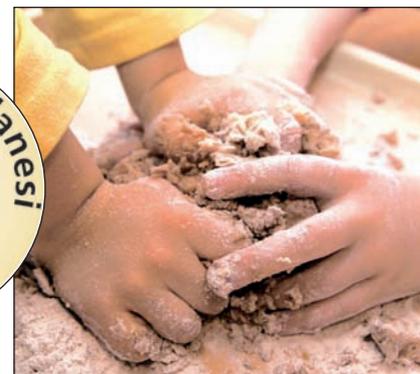
tunità formative attraverso i finanziamenti erogati da For.Te. ed Ebiter (l'Ente bilaterale), promuovendo corsi già programmati oppure organizzandone altri ad hoc in base alle richieste dei soci.

Oltre alla formazione, Assotecnica è attiva in materia di commercio estero, sindacale e tributario (assieme alle Direzioni competenti della Confcommercio milanese). Il nuovo sito consente, inoltre, di avvicinare gli associati alle convenzioni di Confcommercio Milano, ma soprattutto viene offerto un vero e proprio vademecum su come fare per essere protagonisti con la propria impresa nelle convenzioni. Farsi conoscere è, infatti, molto importante ed è per questo che ogni associato ha sul sito di Assotecnica un proprio spazio dedicato dove poter presentare brevemente la propria attività. (SMA)

### Opera San Francesco, Associazione Panificatori e MuBa

## Il 2 e 3 giugno a Milano tornano per i più piccoli i Laboratori del Pane

**D**opo il successo dello scorso anno, tornano a Milano giovedì 2 e venerdì 3 giugno i Laboratori del Pane per i bambini (dai 5 agli 11 anni), organizzati dall'Opera San Francesco in collaborazione con l'Associazione Panificatori di Milano e Monza Brianza e MuBa (il Museo dei Bambini Milano). Guidati dai maestri panificatori, i bambini scopriranno tutti i segreti del pane: dalla scelta degli ingredienti, all'arte dell'impasto; dalla cura della lievitazione fino alla cottura in un vero forno professionale. E vedranno nascere tra le loro mani l'alimento più comune, diventato simbolo universale di solidarietà e fratellanza. Per partecipare ai laboratori (gratuiti grazie



al sostegno di Fratelli Paganì Spa), telefonare al numero 02.43980402 e scegliere uno dei tre turni proposti: il primo dalle 11 alle 12.15, il secondo dalle 14 alle 15.15 e il terzo dalle 17 alle 18.15. La durata è di circa 75 minuti e i laboratori si svolgono tutti presso il Museo dei Bambini, alla Rotonda della Besana (via Besana 12). (BB)



Marco Coldani, presidente AssICC

## Commercio chimico AssICC compie 70 anni e il 14 giugno festeggia ad “alta velocità” nell’Autodromo di Monza

Un’intera giornata dedicata a celebrare AssICC con i soci coinvolti la mattina in incontri e dibattiti condotti dal presidente Marco Coldani (che si concluderanno con la consegna del premio Augusta Baggi agli studenti meritevoli degli istituti scolastici di chimica e la celebrazione delle aziende protagoniste dei 70 anni di vita associativa). Nel pomeriggio sono in programma visite al Museo della velocità (che,

quando si svolge l’assemblea, ospita la mostra “Ayrton Senna. L’ultima notte”) e all’Autodromo (per conoscerne la storia, i segreti, le opportunità). E per gli amanti delle forti emozioni, sarà possibile - su richiesta -



**E**’ stato scelto l’Autodromo di Monza come sede per festeggiare, martedì 14 giugno, il 70esimo compleanno di AssICC, l’Associazione italiana commercio chimico. In quel giorno due mondi si incontreranno e confronteranno: la chimica e le auto da corsa, due eccellenze italiane accomunate da prodotti all’avanguardia, ricerca e innovazione.

fare un giro sul tracciato F1 dell’Autodromo e sul circuito storico di alta velocità, famoso per la parabolica. (BB)

## In Aice (Associazione italiana commercio estero) l’ufficio della Camera di commercio italiana a Singapore

**A**l Circolo del Commercio di Milano la cerimonia di apertura dell’ufficio della Camera di Commercio italiana a Singapore (ICCS) che viene localizzato presso la segreteria di Aice (Associazione italiana commercio estero, i cui uffici

sono nella Confcommercio milanese, corso Venezia 47). In questo modo – spiega Aice – si pone rimedio all’assenza, in Italia, di un’ambasciata e di un ufficio punto di riferimento per le imprese che intendono sviluppare l’interscambio con Singapore. (SM)



Claudio Rotti, presidente Aice

*“Ring” la sala Orlando di Confcommercio Milano: spunti da tre ricerche inedite*

## Asseprim e “Controverso” Confronti/scontri sulla comunicazione

Con Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese, “Controverso” (vedi *Unioneinforma* di aprile a pag. 28 n.d.r.): giornata di confronto sul mercato della comunicazione in Italia che ha visto alternarsi nella sede milanese di Confcommercio (Palazzo Castiglioni) i maggiori player italiani del mondo della comunicazione. “Abbiamo coinvolto – e ringraziamo – molti protagonisti del settore, perché siamo convinti che, solo unendo le forze, potremo individuare le modalità e gli strumenti adeguati per creare sviluppo”. Queste le parole del presidente Asseprim Umberto Bellini. E per l’ideatrice, Rita Palumbo, “Una sfida per dare una scossa al settore, devastato dalla crisi economica, avvenuta in un momento in cui i modelli di produzione - sia delle attività sia dei servizi di comunicazione - affrontavano i grandi cambiamenti generati dalle nuove tecnologie”.

Il concept di “Controverso”: “Una giornata - prendendo in prestito le parole di Adriana Mavellia, fondatore e presidente onorario MSL Italia - a proposito del vorticoso cambiamento-miscelamento-sconfinamento che sta vivendo il mondo della comunicazione” che vede nello stesso tempo tutti contro tutti, ma anche con la necessità di andare verso il nuovo modo di comunicare, ridistribuendo ruoli e competenze, ritrovando i valori.

Il format di “Controverso”: la sala Orlando di Palazzo Castiglioni trasformata in “ring” con tre inediti studi per il confronto/scontro tra gli interessi contrapposti: “Scenario sul mondo della comunicazione” (Elena Bucci, Milan Office Director GNRResearch); “Il futuro della comunicazione: tra nuove professioni e competenze consolidate” (Marco Ravagnan, partner e direttore ricerche InTribe); “2011-2015: mortalità e (ri)nascita nel mercato della comunicazione” (Rita Palumbo, amministratore di Wip Consulting).

Il primo studio ha messo a confronto agenzie e aziende: occorre il pieno recupero e consolidamento dei contenuti e delle competenze che costituiscono il cuore della professione. Evidenza confermata dai risultati anche del secondo studio. “La diffusione dei social network, l’evolversi del cosiddetto Internet of Things e la massiccia mole di dati a disposizione (i big data), imporranno lo sviluppo di competenze fino ad ora considerate marginali”. Ma a fianco di queste, alcune delle competenze “tradizionali” si evolveranno: “professioni legate allo storytelling, alla definizione delle strategie o al coordinamento internazionale, si svilupperanno tenendo conto di nuovi linguaggi, dinamiche e canali di

comunicazione” ha commentato il relatore Marco Ravagnan.

E in Italia? “In Italia - secondo Alessandro Iozzia, partner Brunswick Group - il fenomeno che forse sta modificando di più gli scenari della comunicazione è la crisi dell’informazione e in particolare dei giornali di carta”. Con le aziende che si concentrano sulla comunicazione digitale “a volte senza un preciso piano strategico”.

Il terzo studio si basa su dati della Camera di Commercio di Milano (Registro Imprese 2011-2015): nei cinque anni presi in esame hanno chiuso (non per azioni giudiziarie) 12.153 imprese; sono state avviate 9.109 nuove attività e sono scomparsi definitivamente dal mercato 3.044 operatori. Un dato significativo riguarda le aziende che dichiarano di non avere addetti: in media rappresentano quasi la metà di quelle

che dichiarano di avere dipendenti a contratto. Quindi, mortalità e (ri) nascita di nuove imprese per rimanere sul mercato con strutture agili che lavorano “a chiamata”. Soddisfatto di “Controverso” il presidente di Asseprim Umberto Bellini che ha dato appuntamento al prossimo anno per una nuova edizione: “Sono tanti gli spunti interessanti emersi dal confronto. Ne cito due: il primo riguarda la grande transizione che sta vivendo il settore della

comunicazione; ciò obbliga gli operatori ad avere profili professionali sempre più innovativi e aggiornati. La formazione, quindi, è un nodo strategico da risolvere con urgenza: occorrono investimenti. Noi, come Confcommercio, attraverso gli Enti Bilaterali, abbiamo messo sul piatto 2 milioni e 100 mila euro per la formazione del terziario. L’altro elemento a mio avviso molto importante è la collaborazione tra le associazioni. Oggi confermiamo il nostro impegno a lavorare con tutti gli operatori della comunicazione: il nostro obiettivo è mettere insieme competenze ed esperienze, nel rispetto delle identità”.

L’estrema sintesi potremmo affidarla alla provocazione lanciata da Pasquale Diaferia (Creative Chairman, special team) con l’hashtag #leideespigano (foto qui sopra). (BB)



“Controverso”: foto di Agnese Spina

120 mostre per la rassegna della fotografia d'autore promossa da AIF

**PHOTO FESTIVAL**

MILANO 2016  
20 APRILE  
12 GIUGNO

SEGGNI  
FORME  
ARMONIE

Promossa da  
**AIFOTO**  
Associazione Italiana Foto & Digital Imaging

Con il supporto di  
**U** CONSULENZA DELLA CULTURA  
COMUNICAZIONE

Media Partner  
**AI FOTOWEB.IT**

Con i partner di  
Regione Lombardia  
Milano  
Comune di Milano  
Cultura

Un evento  
**CIT  
EXT  
POA**

[www.milanophotofestival.it](http://www.milanophotofestival.it)

## Fino al 12 giugno **Photofestival 2016**

**E**' in scena fino al 12 giugno Photofestival 2016 (vedi *Unioneinforma* di marzo a pag. 11), undicesima edizione dell'annuale rassegna milanese dedicata alla fotografia d'autore, promossa da AIF (Associazione Italiana Foto & Digital Imaging): 108 mostre a Milano città, 12 nell'hinterland. Photofestival ha il sostegno di Confcommercio Milano e Camera di Commercio di Milano (coinvolte nei "Palazzi della Fotografia" con mostre ai palazzi storici Castiglioni e Bovara in corso Venezia, Giureconsulti in via Mercanti e Turati in via Meravigli), il contributo del main sponsor Gruppo Cimbali e la collaborazione del media partner Aifotoweb.it. Accanto ai fotografi famosi (da Robert Doisneau a Oliviero Toscani, da Mario Cresci a Eadweard Muybridge,

da Felice Beato a Michael Kenna, ad Aurelio Amendola), Photofestival annovera 12 fotografi esordienti alla loro prima personale. Inoltre è significativa la presenza femminile con 20 personali di donne fotografe.

Con il sottotitolo "Segni, Forme, Armonie" ricordiamo che filo conduttore di quest'edizione di Photofestival è il design (in occasione della XXI Esposizione Internazionale della Triennale di Milano): un mondo che ha un legame imprescindibile con la fotografia e che è servito da stimolo per gli autori che si sono voluti confrontare con questo tema. "Photofestival è una delle iniziative che rafforzano la capacità attrattiva di

▶▶▶ segue nelle pagine successive ▶▶▶



▶▶▶ segue da pag. 29 ▶▶▶



**Conferenza di presentazione in Confcommercio Milano di Photofestival:** nella foto (di Massimo Garriboli), da sinistra, Giovanni Augusti (presidente AIF), Dario Bossi (consigliere AIF), Carlo Sangalli (presidente Confcommercio e Camera di Commercio di Milano), Filippo Del Corno (assessore alla Cultura del Comune di Milano) e Roberto Mutti (direttore artistico Photofestival). Le altre foto di queste pagine sono tratte dalle mostre nei "Palazzi della Fotografia" (Castiglioni, Bovara, Giureconsulti e Turati). Fotografi: Paolo Barozzi (1), Renato Bosoni (2), Franco Donaggio (3), Stefano Ferrante (4), Alessandro Gardini (5), Jacopo Golizia (6), Marco Lanza (7), Andrea Nannini (8), Erika Zolli (9).



# informa Unione

Mensile di informazione dell'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO

**PROPRIETA'**  
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano  
[www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Gianroberto Costa

**EDITORE**  
PROMO.TER Unione  
Sede e amministrazione:  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

**REDAZIONE**  
Federico Sozzani  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

**FOTOCOMPOSIZIONE e STAMPA**  
GRAPHITI SRL - INDUSTRIA GRAFICA  
via Newton 12 - Pero (Milano)

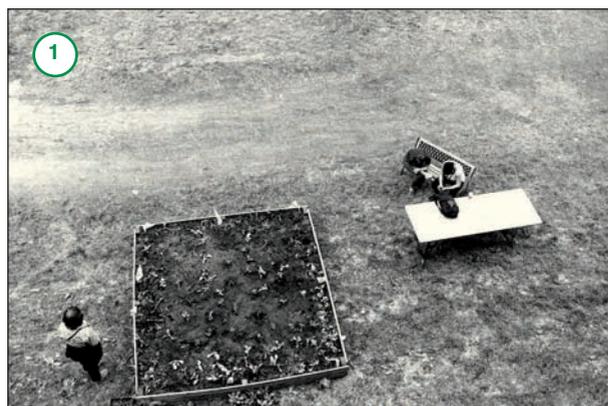
**PER LA PUBBLICITÀ:**  
[marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)  
Tel. 02 7750 372

**AUTORIZZAZIONE TRIBUNALE**  
di Milano -  
n. 190 del 23 marzo 1996  
Poste Italiane s.p.a - spedizione in  
A.P. - D.L. 353/2003  
(conv. in L. 27/02/04 n. 46) - art. 1,  
comma 1- DCB Milano.



Milano anche a livello internazionale – ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio e di Camera di Commercio di Milano - Nell'anno del design 120 mostre fotografiche diffuse sul territorio, dal centro alle periferie, rendono la nostra città una straordinaria galleria a cielo aperto. Inserita nel grande palinsesto di ExpoCittà, Photofestival dimostra l'eccellenza della cultura dell'immagine e l'attualità del settore fotografico". "Guardiamo a Photofestival – ha detto Giovanni Augusti, presidente di AIF – come ideale iniziativa di promozione e comunicazione in grado di dare risalto all'intera filiera del mondo dell'imaging". Photofestival, aggiunge Dario Bossi (consigliere AIF e componente del Comitato organizzatore) è "ormai divenuta una manifestazione di respiro internazionale e un'occasione unica per fare il punto sul meglio dell'offerta in ambito fotografico".

Tutte le informazioni su Photofestival 2016 e il catalogo online sono reperibili all'indirizzo web [www.milanophotofestival.it](http://www.milanophotofestival.it). Il catalogo viene distribuito anche in forma cartacea (8.000 copie complessive) presso le singole sedi espositive. (SM)



## Il punto di vista \*



\* di Lucia Mari  
(giornalista di moda)



## Refrattaria alla "cultura" del gossip

**S**arò grave. Meglio, sono grave. Roba da andare dallo specialista, ammesso che ci sia un medico capace di stabilire perché io sia così refrattaria a una sorta di epidemia che, ripeto, ha contagiato e continua a coinvolgere milioni di persone, vittime del virus del gossip.

Mi spiego: seguo in tv, sul web, attraverso i giornali questa nostra società ingorda di pettegolezzo (meglio se becerò), una sorta di scienza che ha raggiunto livelli insopportabili e improponibili. Quando va bene, si osanna il narcisismo dell'effimero con l'immaginario erotico che non è più immaginario. Lettore o spettatore ingordo di cronaca scandalistica, comunque ad effetto: se no che gusto c'è. Ecco perché mi definisco grave: a me, di sapere le mete preferite dei vari personaggi o i locali che frequentano, non me ne importa niente: così come non mi scompono conoscere se la bella di turno è stata mollata, si è rifatta, ha cambiato partner o compie acrobazie amatorie da far invidia al Kamasutra. Ribadisco rischiando l'impopolarità: non me ne frega proprio niente. Non parliamo, poi, quando leggo del borsino dei compensi: euro come noccioline, magari per un'ospitata, e qui mi girano veramente le scatole.

Ho parlato di scienza, ma visto il fenomeno dilagante, potremmo definirlo addirittura "cultura". Sì la cultura del pettegolezzo. Che poi, se ci ragioniamo un pochino, il pettegolezzo c'è sempre stato: nato senza l'enfasi di oggi, dalla portineria da sempre raccolta e smistamento dei fatti altrui. Esasperando il concetto, con un pizzico di ironia, roba che se ci fanno un pensierino le portinaie potrebbero chiedere le "royalty", vantando il "copyright" che spetta loro di diritto. Gossip: parola che ha quasi "allure" come "outlet" che in italiano significa spaccio aziendale e oggi è promosso a fenomeno che nobilita gli sconti.

Sono davvero irrecuperabile? Mica tanto, perché mi ritrovo



(per fortuna) nelle letture firmate Massimo Gramellini (La Stampa) e Aldo Grasso (Corriere della Sera). E poi i ricordi aiutano: agli inizi della professione rammento la love story del campionissimo Fausto Coppi per colei che era battezzata "dama bianca": si sussurrava della loro relazione, ma tutto finiva lì. Esasperando il concetto: se ne difendeva la privacy. Certo, i tempi cambiano: la fiction si mescola alla realtà e spesso la seconda è peggiore della prima. Certo, la dignità è un optional. Sparite parole come serietà, coerenza, comprensione, rispetto. Soprattutto civiltà individuale ed educazione collettiva. Mi rendo conto che evocare tutto questo è pretendere troppo. Fate conto di non avere letto niente.



**Promo.Ter** Unione

ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO  
DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI  
E DELLE PROFESSIONI



## Hai necessità di ...?



### SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO:

- documento valutazione rischi aziendali
- rspp esterno
- medico competente e sorveglianza sanitaria
- corsi di formazione
- piano di emergenza
- piano di evacuazione
- certificazione prevenzione incendi
- verifica periodica
- messa a terra impianto elettrico
- d.u.v.r.i./p.o.s.
- servizio defibrillatore

## CLUB DELLA SICUREZZA

### HACCP e

### IGIENE DEGLI ALIMENTI:



- piano di autocontrollo
- formazione addetti in aula e online
- tamponi autotest per corretta sanificazione
- verifica taratura termometri

### PRIVACY:



- assistenza per informative e consensi
- formazione addetti
- iter videosorveglianza

## CONTATTACI PER IL TUO PREVENTIVO

e se pensi di non avere necessità  
... per **SICUREZZA** ...  
contattaci comunque!

### Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 7750.590/591 - Fax 02 7750.895 - club.sicurezza@unione.milano.it  
club.haccp@unione.milano.it - club.privacy@unione.milano.it

