



Confcommercio è l'Organizzazione d'impresa **maggiormente rappresentativa del terziario di mercato**, ovvero di quel mondo composito fatto di commercio, di servizi, di turismo e di professioni che incide sulla produttività e caratterizza la qualità della vita di una città. La nostra è la voce di imprese che non delocalizzano, ma vivono con intensità i cambiamenti del territorio e le dinamiche collettive, poiché per le nostre imprese **il territorio è un fattore produttivo** a tutti gli effetti -quanto lo sono capitale, lavoro e mezzi di produzione-, incidendo sensibilmente sul loro successo e sulla possibilità di crescita.

Ponendo a riferimento questo target e le sue esigenze, lo scorso 22 aprile abbiamo presentato 80 proposte progettuali divise su 10 eccellenze -presenti e future- di Milano e contenute nel programma **Benvenuto Il Luogo**, che già a partire dal titolo indicava chiaramente un metodo di confronto: quello della disponibilità aperta che la nostra Organizzazione intende offrire a chi ha accettato la sfida di governare la cosa comune.

Alla vigilia delle elezioni di ballottaggio, ci rivolgiamo ai due candidati sindaco e mettiamo loro a disposizione questo **Decalogo del Terziario per la Grande Milano** che sintetizza le nostre priorità e le nostre proposte.

Nel passaggio da Milano alla Grande Milano, il terziario di mercato che rappresentiamo si troverà sempre più a dare il suo contributo in un ruolo chiave sull'attrattività urbana e sullo sviluppo del territorio. Anche l'Amministrazione comunale può e deve aiutare il terziario: agevolando i consumi ed agevolando le imprese, che significa essenzialmente, da un lato, **tutelare un mercato sano**, e, dall'altra, **incoraggiare un mercato libero di crescere in modo equilibrato**.

1) **PATTO COSTITUENTE PER LA GRANDE MILANO**

Rilancio e rafforzamento del **Tavolo per lo Sviluppo di Milano** in prospettiva della costruzione di una "Grande Milano", tale per confini, servizi e logiche di sviluppo. Pensiamo ad un **Patto costituente fra amministrazione e parti sociali che stabilizzi la loro collaborazione e che istituzionalizzi la presenza concreta dei corpi intermedi** nei processi di formazione e

implementazione delle scelte pubbliche, in particolare quelle che coinvolgono gli aspetti di sviluppo economico urbano e metropolitano.

2) CITTÀ METROPOLITANA

Valorizzazione della dimensione metropolitana, dal punto di vista spaziale e funzionale, come metodo per reperire risorse, attraverso risparmi o progetti di sviluppo condivisi, e come strumento per reinvestirle.

- **Processi interni alla Città Metropolitana.** La messa a valore della dimensione metropolitana si traduce nell'attivazione di **economie di scala nella gestione dei servizi** orientate alla riduzione delle tariffe. In particolare, si potrebbero generare risparmi da riversare in risparmi per gli utenti grazie alla messa a sistema delle risorse e dei servizi in tema di raccolta dei rifiuti, di mobilità e di produzione e fornitura energetica.
- **La Città Metropolitana si proietta all'esterno.** Massimizzare la dimensione metropolitana significa mettere Milano in grado di **competere nel sistema delle città europee** promuovendo la partecipazione pubblico/privata a bandi, finanziamenti e iniziative della Comunità Europea e all'elaborazione di progetti internazionali che attirino investitori stranieri.

3) ATTRATTIVITA' E PROMOZIONE TERRITORIALE

Rafforzamento e operatività di una **struttura di DMO (Destination Management Organization), gestita nella collaborazione tra pubblico e privato**, che sia in grado di raccogliere, sistematizzare e promuovere in modo coordinato l'offerta turistica sul territorio e intercettare la domanda internazionale, integrando anche il palinsesto degli eventi e delle iniziative diffuse aperte al pubblico, in un permanente impegno delle energie cittadine sul modello del Fuori Salone. Tale struttura e la sua operatività andrebbero finanziate attraverso il **reimpiego dell'imposta di soggiorno** utilizzata come tassa di scopo, mentre per gli eventi si chiede di prevedere una struttura di raccolta di sponsorship private e di costituire un innovativo sistema di crowdfunding urbano.

4) FISCALITA' PER LE IMPRESE

Consapevoli delle difficoltà di una riduzione generalizzata delle tasse per garantire la sostenibilità economica di un governo locale sempre meno garantito a livello centrale, **chiediamo di utilizzare la leva fiscale in modo mirato per compensare chi viene danneggiato** dall'implementazione di scelte collettive **e chi, viceversa, si sobbarca attraverso la propria attività**

una funzione di servizio pubblico, riqualificazione urbana o sviluppo sociale. In particolare, vediamo con favore:

- abbattimento della COSAP e sconto di imposta su TARI e TASI per imprese disagiate da cantieri invasivi;
- sconto d'imposta per le imprese che mettono in atto prassi di sostenibilità ambientale;
- abbattimento del canone concessorio e premialità fiscali per le imprese che aprono in individuate zone in via di sviluppo socio-economico.

5) **LEGALITA'**

Fare della legalità un asset di sviluppo del mercato significa tutelarne i principi e implementarne le azioni da tre punti di vista: miglioramento della **sensazione di sicurezza, riduzione del numero dei reati, circolazione delle informazioni disponibili.**

Dal punto di vista della sensazione di sicurezza, chiediamo di sviluppare **una dedicata politica per il decoro urbano, che includa anche una serrata lotta ai fenomeni di contraffazione e abusivismo.**

Dal punto di vista del miglioramento oggettivo della sicurezza per gli operatori, chiediamo di mettere a sistema il maggior numero di informazioni disponibili, in particolare attraverso **il mantenimento e rafforzamento della Centrale Operativa Drago**, promuovendo anche la creazione di una coordinata Unità di video intelligence. Chiediamo inoltre che siano attivate **sperimentazioni presso le singole Municipalità cittadine** per quanto riguarda l'utilizzo di nuovi servizi di controllo del territorio, anche attraverso applicazioni digitali, l'adozione di forme di coordinamento degli operatori e la realizzazione di iniziative di sensibilizzazione dei consumatori

6) **MOBILITÀ**

Ridisegno della Città Metropolitana in un'ottica policentrica di accessibilità, fluidità veicolare e qualità della vita.

- **Trasformazione delle isole pedonali in aree pedonali**, sviluppate in modo ragionato su tre condizioni: **accessibilità**, ovvero devono risultare comodamente raggiungibili, **dinamicità**, cioè devono essere animate da eventi e da un numero minimo di attività commerciali, **condivisione**, nel senso che vanno realizzate con l'accordo di residenti e imprese su strada. Chiediamo, viceversa, un ripensamento delle chiusure al traffico veicolare laddove poco rilevanti per i residenti e controproducenti per la circolazione, come quella di Piazza Castello.

- **Efficientamento del sistema di carico/scarico merci**, che non va limitato negli orari, ma programmato in modo innovativo attraverso la gestione digitale delle piazzole di carico e scarico e un sistema, diffuso e non eludibile, di controlli attraverso telecamere.
- **Revisione strutturale di Area C** prevedendo una premialità per i veicoli meno inquinanti, fino all'esenzione stessa del pagamento, e riconoscendo pienamente il principio della residenzialità delle imprese per quanto riguarda esenzioni e agevolazioni.

7) **OLTRE LE PERIFERIE**

Realizzazione di **un piano operativo di ricucitura urbana in zone a bassa intensità attrattiva** che preveda, nella collaborazione pubblico/privato, azioni di programmazione di sviluppo territoriali intorno ai temi di: decoro urbano, incentivazione fiscale per le imprese, realizzazioni infrastrutturali, promozione di reti d'impresa tra negozi di vicinato, maggior presidio delle forze dell'ordine, realizzazione diffusa di eventi.

Utilizzo delle neo-costituite **Municipalità** come strumento di controllo del territorio e semplificazione nei processi autorizzativi, non di dispersione delle funzioni di programmazione comunali.

Creazione di un **DUC metropolitano** dotato di soggettività giuridica e con una governance definita, suddiviso in polarità identitarie forti in grado di rigenerare le aree marginali o in difficoltà.

8) **CONCORRENZA E PLURALISMO DISTRIBUTIVO**

Processi di autorizzazione di progetti di sviluppo urbano e recupero edilizio che rispondano **a standard qualitativi elevati e ad una logica di equilibrio fra le diverse forme di commercio e tipologie d'impresa**, considerando in particolare l'importanza di mantenere servizi competitivi con le altre città internazionali, ma in grado di garantire al territorio la sua originalità anche dal punto di vista commerciale.

La piccola distribuzione ha in questo senso un ruolo strategico che, innanzitutto, rinforza la caratteristica di Milano quale metropoli tascabile, a misura d'uomo; in secondo luogo, potenzia l'approfondimento e l'assortimento commerciale, attraendo, pubblici diversi; infine, abilita l'innovazione diffusa che nasce dall'iniziativa del singolo ed è caratteristica produttiva del terziario di mercato.

9) **SEMPLIFICAZIONE**

Affermazione combinata e contestuale dei principi di **semplificazione delle autorizzazioni a monte, certezza dei controlli a valle**. Il processo autorizzativo deve essere chiaro nelle regole e fluido nella gestione, ma allo stesso tempo in grado di localizzare puntualmente e sanzionare i comportamenti illeciti e lesivi del consumatore e della concorrenza.

- Reale interoperatività dei SUAP metropolitani, ponendo come punto di riferimento gestionale la Camera di Commercio di Milano.
- Maggiore disponibilità nel processo autorizzativo degli spazi di suolo pubblico.
- Coordinamento dei controlli sul territorio delle autorità preposte per alleggerire le duplicazioni.
- Incentivare l'utilizzo del fascicolo unico d'impresa tra tutte le amministrazioni pubbliche.

10) **INNOVAZIONE**

Adozione e pieno utilizzo dell'ambiente digitale per la condivisione uniforme di dati **EO15**, promuovendolo anche attraverso l'utilizzo da parte della pubblica amministrazione, per esempio, quale interfaccia per la partecipazione a bandi comunali.

Messa a disposizione della **banda ultra larga** per ogni attività economica residente sul territorio.

Creazione di **una struttura statistica** in grado di fornire informazioni integrate sulla città (dal traffico ai flussi pedonali, dalle preferenze di consumo alle scelte di residenza) che consenta agli operatori di migliorare le proprie scelte di posizionamento e marketing.