



Unione
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

informa Unione

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



*Il documento programmatico
di Confcommercio Milano
per chi si candida alla
guida della città*




CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



AL CENTRO DEL GIORNALE



IL TERZIARIO PER MILANO 2011

Spunti, idee e riflessioni dal mondo
del Commercio, del Turismo,
dei Servizi e delle Professioni



LA TUA ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA

Ente Mutuo, per le sue caratteristiche, è la soluzione ottimale per gli imprenditori ed i professionisti iscritti a Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza che desiderano accedere ad un'assistenza sanitaria altamente qualificata.

ENTE MUTUO È

- *Esclusivo*
- *Affidabile*
- *Su misura - 4 forme di assistenza:*
- *Presenta vantaggi fiscali*



Prestazioni sanitarie erogate presso strutture di primaria importanza a Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Per conoscere il mondo Ente Mutuo clicca su
www.entemutuomilano.it

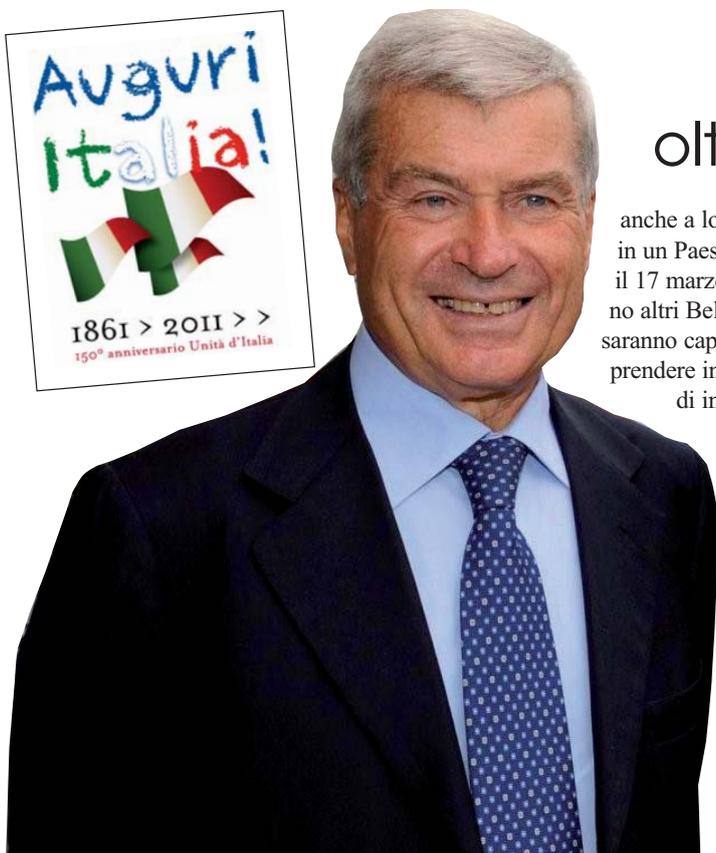


Corso Venezia, 49 - Milano 20121 - tel. 02.7750.359-474 - informazioni@entemutuomilano.it

ASSISTENZA OSPEDALIERA • ASSISTENZA SPECIALISTICA AMBULATORIALE • ALTRI CONTRIBUTI



EDITORIALE



Fare impresa unisce oltre le appartenenze

anche a loro se viviamo in un Paese unito. Dopo il 17 marzo 1861 verranno altri Belinzaghi e saranno capaci di intraprendere in ogni campo,

di innovare, di produrre benessere per sé e per gli altri, di rischiare e talvolta di sacrificarsi fino alle estreme conseguenze per l'Italia e la democrazia.

E' grazie anche a loro se viviamo in un Paese libe-

ro che, tra le altre cose non trascurabili, è la quinta potenza economica mondiale. Riflettere - in questo 2011 dei 150 anni dell'unità d'Italia - sulle motivazioni profonde del nostro essere cittadini d'Italia e sulle nostre radici cercando di riconoscere i valori comuni che ci uniscono, rappresenta un'opportunità. E' un'opportunità soprattutto in tempi come questi di contrapposizioni politiche logoranti e talvolta tanto esasperate da far invocare da più parti una tregua. Siamo convinti che tra i valori che uniscono c'è quello di fare impresa, un valore che contiene in sé tanti valori. E non è un caso se dal mondo delle associazioni imprenditoriali sia nata nel 2010 Rete Imprese Italia che, con le sue 5 organizza-

zioni fondatrici - Casartigiani, Cna, Confartigianato, Confcommercio e Confesercenti - esprime una forza di due milioni e mezzo di imprese iscritte e 14 milioni di addetti. Sono loro una parte rilevante del "popolo del fare impresa". La grande crisi, che due anni fa ha messo quasi in ginocchio l'economia mondiale, in Italia è stata fronteggiata dalla miriade di piccole e medie imprese che hanno fatto da argine alla tempesta pagando un prezzo elevato in termini economici e umani. Non sono stati pochi gli imprenditori che, per salvare la loro azienda, hanno impegnato ogni risorsa possibile anche quando sarebbe stato più conveniente venderla e abbassare la saracinesca per sempre.

E' un valore il piccolo imprenditore che va alla conquista dei mercati esteri, anche quelli più difficili e pericolosi, esportando l'italian style che è poi una visione della vita. E' un valore il commerciante che non scende a compromessi con il racket a costo di rischiare pesanti ritorsioni. E' un valore il negoziante che offre un servizio non solo professionale, ma anche umano diventando un prezioso punto di riferimento per le persone del suo quartiere che grazie a lui è più luminoso e più sicuro. E' un valore l'imprenditore che con i suoi collaboratori produce benessere rispettando le regole, l'ambiente, e favorisce l'integrazione dei lavoratori stranieri nel quadro della mobilità globale.

Il futuro dell'Italia è sulle spalle di questa gente concreta. Sono loro a dire che ce la faremo tutti insieme ricercando e vivendo i valori che ci uniscono. Auguri Italia.

CARLO SANGALLI

Presidente di Unione Confcommercio Milano

Giulio Belinzaghi, classe 1818, è un uomo che ha lasciato una traccia nella storia d'Italia anche se oggi il suo nome è quasi sconosciuto. Dal giorno dell'unità d'Italia è stato il secondo sindaco di Milano e il più longevo restando in carica quasi 19 anni. Belinzaghi è stato anche senatore e banchiere, ma vogliamo ricordarlo perché fu consigliere della Camera di Commercio di Milano e patriota. Grazie a lui, infatti, la spedizione dei Mille guidati da Giuseppe Garibaldi fu sostenuta finanziariamente dal mondo economico milanese. Sono tanti i Belinzaghi che hanno fatto l'Italia e dei quali si è persa la memoria. Eppure, sono le nostre radici ed è grazie



Unioneinforma - aprile 2011 - n. 4 - anno 17 (questo numero è stato ultimato il 4 aprile)

Unioneinforma - aprile 2011





ATTUALITA'



Rapporto presentato in occasione del Forum di Cernobbio

Confcommercio: consumi al palo

Consumi reali fermi ed alla fine del 2014 non saremo ancora tornati ai livelli pre-crisi: ogni italiano dispone oggi, a parità di potere d'acquisto, mediamente di 570 euro all'anno in meno rispetto al primo trimestre del 2007.

E' la stima elaborata dall'Ufficio Studi di Confcommercio e contenuta nel rapporto "La centralità dei consumi per il rilancio dell'economia italiana", presentato prima dell'avvio del recente Forum di Cernobbio promosso dalla Confederazione.

Dal 2001, ricorda lo studio, la crescita dei consumi pro capite si arresta (+0,1% annuo). Tra il primo trimestre del 2007 e il secondo trimestre del 2009, i consumi subiscono una riduzione complessiva del 4,3%.

"Considerando per il futuro una crescita della spesa reale pro capite

superiore ai tassi sperimentati nel periodo pre-crisi - si legge nello studio - alla fine del 2014 non avremo recuperato completamente neppure i livelli di inizio 2007". Nel rapporto si stima anche che la perdita di consumi dovuta alla condizione di disoccupazione di 640 mila famiglie con persona di riferimento che ha perso il lavoro, abbia pesato per 0,6 punti percentuali nel corso del 2009, rispetto alla riduzione complessiva

dei consumi in termini reali dell'1,8%: pertanto un terzo di questa riduzione è imputabile al non lavoro. Per quanto riguarda i dati macroeconomici, l'Ufficio Studi di

A parità di potere d'acquisto disponiamo mediamente di 570 euro all'anno in meno rispetto all'inizio del 2007

Confcommercio stima che il Pil di quest'anno registrerà una crescita "modesta" dell'1% per poi salire dell'1,2% nel biennio 2012-

2013: la stima per quest'anno è stata leggermente rivista al rialzo dal precedente +0,9% mentre quelle





ATTUALITA'



▲ **Forum di Cernobbio: il ministro dell'Economia e Finanze Giulio Tremonti e il presidente di Confindustria Carlo Sangalli**

2012-2013 sono state riviste al ribasso dall'1,3% delle ultime previsioni. I consumi delle famiglie cresceranno quest'anno dello 0,9% contro l'1% del 2010 e nel 2012 dell'1,5% (lievemente meno rispetto alla precedente previsione del +1,6%). Rivista al rialzo la previsione sul tasso d'inflazione per il 2011: al 2,7% dal precedente +1,9%.

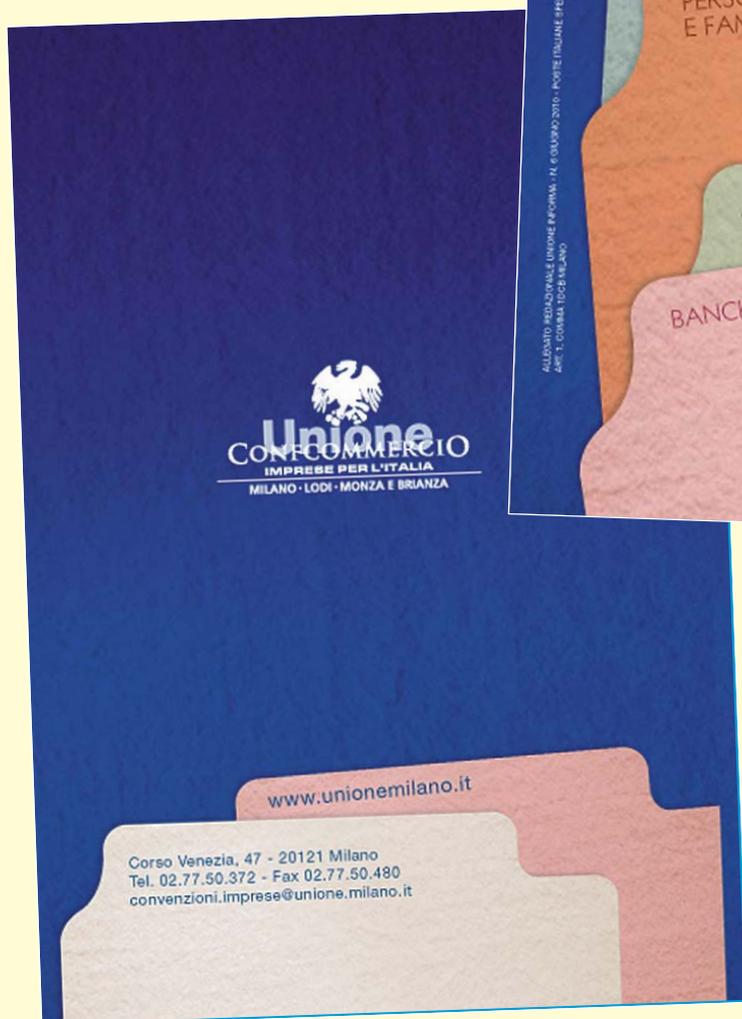




SEGNALIAMO CHE...

Convenzioni Unione Confcommercio

Da maggio
scopri tutte
le opportunità
con la Guida
2011



A maggio arriva la nuova Guida 2011 delle convenzioni di Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Nella Guida alle convenzioni gli imprenditori possono scoprire le numerose opportunità offerte ed usufruire di concreti risparmi e vantaggi: dalle banche all'auto, dalla telefonia ai fornitori di servizi e i prodotti per l'impresa. Ma anche cura della persona e tempo libero.

Per informazioni:

Area sviluppo associativo Unione
tel. 02.7750372





CONFCOMMERCIO CARD.
ESSERE SOCI HA TANTI VANTAGGI. PORTALI SEMPRE CON TE.



Messaggio pubblicitario con finalità promozionali, per condizioni contrattuali fare riferimento ai fogli informativi disponibili in associazione.

CHIEDILA SUBITO ALLA TUA ASSOCIAZIONE.

Per informazioni: **02.7750362**
marketing@unione.milano.it - www.unionemilano.it

I PRIVILEGI DELLA TUA TESSERA SOCIO, LA COMODITÀ DI UNA CARTA DI CREDITO.

- Tessera Associativa e carta di credito in un'unica Card.
- Addebitabile su qualsiasi banca.
- Disponibilità flessibile a partire da 2.600 euro al mese.
- Addebito mensile dopo 35 giorni dall'invio della lettera di addebito con un risparmio medio di 50 giorni di valuta.
- Canone annuo di 20 euro, gratis al superamento di 1.000 euro di spesa annua.
- Zero commissioni per rifornimento carburante.
- Commissioni di prelievo contante dimezzate.
- Pacchetto assicurativo dedicato.
- Progettata con ABCapital, realizzata da Deutsche Bank, utilizzabile negli esercizi commerciali che espongono il marchio MasterCard: oltre 32 milioni in tutto il mondo.
- In esclusiva per le imprese associate.
- Valida per accedere a sconti e convenzioni del Sistema Confcommercio.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Partner finanziari Confcommercio Card:





PANORAMA

Federazione italiana dettaglianti alimentazione

Dino Abbascià confermato per acclamazione alla presidenza Fida

Dino Abbascià (presidente del Sindacato dettaglianti ortofrutta di Unione Confcommercio Milano e presidente Fidicomet, il fondo di garanzia fidi Unione) è stato confermato per acclamazione alla presidenza di Fida

(Federazione italiana dettaglianti alimentazione) per il prossimo quadriennio. Del nuovo Consiglio federale di Fida fanno parte anche Luigi Currenti, Gianfranco Gentile, Roberto Lorenza (Milano), Bruno Sem (Sondrio) e Stefano Simonazzi (Mantova).



Vittime di estorsioni e usura Luca Squeri nel Comitato di solidarietà presso il Ministero dell'Interno

Luca Squeri, presidente Commissione sicurezza e legalità di Confcommercio, è stato nominato dal Cnel - Consiglio nazionale economia e lavoro - componente effettivo del Comitato di soli-

darietà per le vittime delle estorsioni e dell'usura presso il Ministero dell'Interno. Squeri (responsabile per le politiche della sicurezza di Unione Confcommercio Milano), è inoltre presidente di Figisc, la Federazione dei gestori carburanti.





Galbiati

A R R E D A



>> Milano - Via Pier Capponi, 3
tel. 0248008338 - fax 0236568416

SPAZIO CUCINE



P R O G E T T A

R I S T R U T T U R A

P E R S O N A L I Z Z A



>> Milano - V.le Certosa, 21 
tel. 0233001254 r.a. - fax 0233005952

CLASSICO E DESIGN

AEG Electrolux • Alivar • Arclinea • Axia • Citterio • Desalto • Desirè • Di Liddo e Perego
• Elam • Elica • Euromobil • Fiam • Flexform • Flos • Flou • Franke • Futura • Gaggenau •
Geneva Sound System • Glas Design • Kartell • Kasthall • Longhi • Meridiani • Minotti • Modà
• Pedini • Penta • Poliform • Poltrona Frau • Porada • Presotto Italia • Rex Electrolux •
Rimadesio • Roda • Rossana • Rotaliana • Tisettanta • Tonelli • Varenna • Whirlpool • Zalf • Zanotta

ADMEMBER

www.galbiatiarreda.com





PANORAMA

Visita ai nuovi laboratori

Il sindaco di Milano per i 50 anni del Capac Politecnico del Commercio

Cinquant'anni per un'eccellenza formativa milanese: il sindaco di Milano Letizia Moratti si è recato al Capac Politecnico del Commercio di viale Murillo 17 visitando - con il presidente del Capac Simonpaolo Buongiardino - i nuovi

laboratori usati dagli allievi: panetteria, pizzeria, pasticceria, gastronomia, gelateria, cucine, bar caffetteria. I nuovi laboratori coprono, su due livelli, un'area di

circa 1.000 metri quadrati e il Capac è anche molto attento al risparmio energetico: sono stati infatti installati pannelli fotovoltaici che garantiscono il 30% del fabbisogno di energia. Il sindaco ha incontrato allievi e insegnanti (e, per l'occasione, è stato organizzato un buffet con prodotti alimentari preparati a cura dei corsi Capac). Il Capac-Politecnico del

Commercio (fanno parte della Fondazione Capac: Comune di Milano, Provincia di Milano, Regione Lombardia, Camera di Commercio di Milano, Fondazione Cariplo, Fondazione Fiera e Unione Confcommer-

cio Milano cui è affidata la gestione) è stato costituito nel 1961 ed oggi svolge - in viale Murillo e nelle altre tre sedi accreditate (a Milano in via



cio Milano cui è affidata la gestione) è stato costituito nel 1961 ed oggi svolge - in viale Murillo e nelle altre tre sedi accreditate (a Milano in via



Amoretti, a Lodi e a Varese) - circa 800 corsi all'anno per quasi 11.000 allievi e più di 1.200 aziende coinvolte. Nello stesso complesso di viale Murillo, di fronte al Capac, si svolgono le attività formative della Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni che, con il Capac, completa l'offerta del polo formativo di Unione Confcommercio Milano.
(foto di Mattia Dognini e Santa Santacesaria)





Banca Popolare di Vicenza

SERVIZI E FINANZIAMENTI ALLE IMPRESE

Convenzione

**Banca Popolare di Vicenza
Unione Confcommercio Imprese
per l'Italia di Milano, Lodi, Monza e Brianza**

Per informazioni rivolgersi presso le nostre filiali

MILANO

VIA TURATI, 12 - Tel. 02 62481711
VIA COL DI LANA, 6 - Tel. 02 8360048
CORSO COMO, 15 - Tel. 02 29010129
VIA CIVITALI, 23 - Tel. 02 4039350
VIA TOLENTINO, 1 - Tel. 02 316064
VIA S. MICHELE DEL CARSO, 13 - Tel. 02 4694299
VIALE UNGHERIA, 20 - Tel. 02 58011002
PIAZZA SCHIAVONE, 14 (ANG. VIA DE CAPITANI) - Tel. 02 39312917
VIALE TUNISIA, 12 (ANG. VIA LECCO) - Tel. 02 29401695
PIAZZALE LORETO, 2 (ANG. VIA ANDREA COSTA) - Tel. 02 99291324
VIA TORINO (ANG. VIA S. VITO - CARROBBIO) - Tel. 02 864941

CORSICO

VIA VINCENZO MONTI, 46 - Tel. 02 4402933

SESTO SAN GIOVANNI

VIALE FRATELLI CASIRAGHI, 79 - Tel. 02 24839279

VIMERCATE

VIA LUIGI CADORNA, 2 - Tel. 039 6260568

LODI

VIALE G. AGNELLI, 26 - Tel. 0371 840333

www.popolarevicenza.it



PANORAMA

*Photofestival: il "fuori salone"
con 80 mostre di fotografia in tutta Milano*

Photoshow: 65.000 presenze

In quattro giorni circa 65.000 visitatori. E' il bilancio della dodicesima edizione di Photoshow, la più importante rassegna nazionale dedicata a fotografia e immagine digitale che si è svolta in Fieramilanocity. Circa 300 le aziende partecipanti, in rappresentanza di tutti i principali marchi internazionali del mondo dell'imaging,

che hanno presentato le ultime novità di un mercato in crescita, come emerge dai dati 2010 rilevati da AIF, l'Associazione Italiana Foto&Digital Imaging. Il settore delle fotocamere digitali ha infatti generato un fatturato complessivo per il segmento dell'hardware (fotocamere, obiettivi, schede di memoria) di oltre 605 milioni di euro con un incremento del 5,6% rispetto al precedente anno. Le fotocamere consegnate nel 2010 sono state 3.604.351 (+12%). Incremento di vendite per le fotocamere ad ottica fissa (+10,9%) e impennata delle fotocamere ad ottica intercambiabile (+26%). Protagonista a Photoshow anche il pubblico con il Facebook Contest dedicato agli iscritti al gruppo "Photoshow" di Facebook (che ormai conta 15.000 amici attivi tutto l'anno) e il concorso "Mettila in posa

l'Italia" che ha visto nella sola giornata di domenica oltre 600 persone posare avvolte



Premio Terna in onore dei 150 anni dell'Unità d'Italia.



nel tricolore nel set fotografico allestito in collaborazione con

Da cornice a Photoshow l'ormai consolidato "fuori salone" di Photofestival con 80 mostre di fotografia diffuse in città e aperte al pubblico.



▲ **Circolo del Commercio: il console giapponese a Milano Shigemi Jomori, Dario Bossi (vicepresidente AIF e presidente Ascofoto) e il presidente AIF Alberto Raviolo** (alcune immagini di questa pagina sono di Mattia Dognini)

Come aiutare il Giappone: Il Consolato Giapponese a Milano (via Cesare Mangili 2/4) ha aperto un conto corrente presso Unicredit - filiale: Milano Donegani, 3 - IT 68 L.02008 01621 000101345672
Per info: http://www.milano.it.emb-japan.go.jp/earthquake_i_donazione.html

Solidarietà con il Giappone

Alla conferenza stampa al Circolo del Commercio su Photoshow e Photofestival, donazione al console generale del Giappone a Milano, Shigemi Jomori, di 10.000 euro raccolti da AIF. "Il 90% delle 300 aziende che aderiscono a Photoshow 2011 - ha commentato il vicepresidente AIF e presidente Ascofoto Dario Bossi - è costituito da imprese giapponesi protagoniste assolute dell'industria della fotografia mondiale. I danni del sisma e del maremoto sono ingentissimi ed hanno colpito numerose aziende. Questo di AIF vuole essere un piccolo gesto di solidarietà concreto e non formale, nel rispetto delle consolidate relazioni commerciali fra Italia e Giappone. Un gesto che ci auguriamo non rimanga isolato". (B.B.)





Mio nonno non ha pensato solo
a raccontarmi le favole.

Polizza 30 e lode

La polizza per pagare le spese universitarie di tuo nipote.

Contattaci per un preventivo gratuito.



www.emvaonline.it



Convenzione assicurativa stipulata da EMVA e BPU Assicurazioni Vita S.p.A., collocata tramite Gestione Previdenza S.r.l.
Per i contenuti tecnici del contratto, Vi invitiamo a prendere visione prima della sottoscrizione del Fascicolo Informativo, contenente Scheda Sintetica,
Nota Informativa e Condizioni Contrattuali e del Progetto Esemplificativo disponibili presso l'Intermediario.
La presente pubblicazione costituisce messaggio pubblicitario con finalità promozionale, aggiornata a Marzo 2007.



IL TERZIARIO PER MILANO 2011

Spunti, idee e riflessioni dal mondo
del Commercio, del Turismo,
dei Servizi e delle Professioni



MOTIVAZIONI PER UN DOCUMENTO PROGRAMMATICO

Confcommercio Milano - Lodi - Monza e Brianza intende, attraverso "Il Terziario per Milano", mettere a disposizione di coloro che si candidano alla guida di Milano alcune proposte e possibili percorsi per la crescita della città.

Dal lavoro di cinque Tavoli tematici, appositamente costituiti in seno a Confcommercio Milano, sono emerse le idee messe a sistema nelle pagine seguenti. La volontà di partecipare delle nostre Associazioni e dei loro Presidenti, che si sono messi a disposizione e impegnati per la realizzazione di questo documento, testimonia certamente il senso di appartenenza della nostra Organizzazione alla città di Milano, ma soprattutto un'idea forte e ambiziosa: le eccellenze devono intrecciarsi per far volare alto Milano.

Dalla sintesi degli interessi legittimi e diffusi che rappresentiamo, coniugati con gli interessi generali della nostra città, prende vita "Il Terziario per Milano", strumento con cui la nostra Organizzazione intende esprimere la propria posizione quando in gioco sono lo sviluppo e il futuro del territorio.



Il documento si articola, dunque, in una serie di proposte concrete rivolte ai candidati su tematiche considerate strategiche per il futuro della città:

- *Commercio*
- *Mobilità e Infrastrutture*
- *Attrattività e Internazionalizzazione*
- *Servizi e Innovazione*

Vengono inoltre trattate alcune tematiche, quali la formazione, le politiche del lavoro, l'accesso al credito, la sburocratizzazione e il passaggio generazionale, la cui valenza ricade su tutti i settori rappresentati dal nostro mondo.

Sono le risposte che i nostri imprenditori hanno dato dopo essersi interrogati su quello che essi possono fare per la città, per i luoghi che loro stessi fanno vivere, per quei cittadini, prima ancora che consumatori, al servizio dei quali prestano la propria opera ogni giorno.

La lettura di Milano che emerge può apparire, a tratti, severa. Ad imporcelo sono le sfide che ci attendono nei prossimi anni, per vincere le quali occorre far leva su quel welfare ambrosiano che ci piace definire come un modello di cooperazione costante tra pubblico e privato. Come la declinazione milanese di quel principio di sussidiarietà orizzontale che chiede al pubblico di fare meno, ma meglio, e all'iniziativa organizzata dei privati di assumere responsabilità di ordine generale. Questa è la Milano che amiamo e che vogliamo. La Milano laboriosa e responsabile, in cui un tessuto fitto di imprese, costituito per il 70% da micro, piccole e medie imprese del commercio, del turismo e dei servizi che, con i professionisti, genera giorno dopo giorno ricchezza e occupazione.

Il segreto dello sviluppo di una città come Milano sta nella sua capacità di evolversi, cogliendo le opportunità del cambiamento. Un'evoluzione che passa anche attraverso lo sviluppo di una nuova imprenditorialità extracomunitaria, che crea ricchezza e posti di lavoro, e la salvaguardia della grande tradizione commerciale milanese che trova espressione nel commercio di vicinato e nelle sue botteghe storiche.

Per assicurare le migliori condizioni di crescita del tessuto economico milanese si dovrà puntare sul Terziario e su una politica dei Servizi; si dovrà investire nella ricerca, nell'innovazione, nella formazione e nell'attrattività del territorio facendo come i suoi piccoli imprenditori che, nonostante la crisi, non si sono mai seduti, ma, anzi, si sono rimessi in movimento, innovando e investendo: su se stessi e sugli altri.

Un rafforzamento della produttività delle imprese dei servizi attualizzata anche attraverso la valorizzazione del rapporto vitale tra città e commercio e dallo sviluppo delle risorse legate al turismo.

Dal Duemila ad oggi vi sono stati forti processi di ristrutturazione della distribuzione commerciale. La risposta a questa fase sta nell'avanzamento di una politica che, nel rispetto del mercato, stabilisca parità di regole e attui una serie d'interventi concreti e strutturali, tra cui una maggiore integrazione tra urbanistica e "urbanistica commerciale".

L'appuntamento con Expo nel 2015 rappresenta un'occasione unica per far vivere alla nostra città un nuovo Rinascimento. Questo è ciò che i nostri imprenditori si attendono: una città che rappresenti un modello di sviluppo a 360 gradi, dove economia, solidarietà, vivibilità e coesione sociale trovino terreno fertile per la propria crescita e in cui la nostra Organizzazione sia pronta a dare il suo contributo.

Milano intesa anche come il punto nevralgico dell'area euro mediterranea che garantisce una possibilità unica: mettere insieme i punti di forza del Nord e del Sud di questo mare. In questo incontro fra Nord e Sud del Mediterraneo, Milano fa da perno, sia geograficamente che economicamente. Un terzo del volume d'affari italiano, con la sponda sud del Mediterraneo, è prodotto dalla città di Milano. Inoltre, tra Milano e i Paesi del Sud del Mediterraneo, ci sono relazioni ancora più forti saldate insieme dagli investimenti diretti all'estero, che negli ultimi anni sono cresciuti significativamente. E' necessario riaffermare e rinnovare il ruolo che la città di Milano ha nel mondo ed in Europa: a partire, soprattutto in questa fase storica, da quanto sta accadendo lungo la sponda sud del Mediterraneo. L'asse col Mediterraneo deve diventare il nuovo motore dello sviluppo europeo e Milano deve essere l'anello di congiunzione tra gli intensi flussi commerciali che hanno sempre attraversato quest'area.

Alla futura Amministrazione Comunale chiediamo l'impegno di tradurre le proposte prioritarie per il mondo del Terziario in interventi concreti da realizzare nell'interesse degli imprenditori e dei cittadini.





COMMERCIO

Confcommercio Milano rappresenta il settore del Terziario, con oltre 45 mila imprese e 300 mila addetti a Milano e Provincia. Sono imprese sempre profondamente radicate nel territorio, il cui patrimonio più prezioso è la qualità del lavoro di chi vi opera.

Sono, in una parola, imprese protagoniste della nostra città, con imprenditori profondi conoscitori del territorio, attenti osservatori dei cambiamenti che interessano la città: per questo interlocutori qualificati delle Istituzioni.

Un aspetto decisivo delle imprese commerciali è quello di abbinare la dimensione imprenditoriale con quella sociale. In particolare, il piccolo esercizio commerciale costituisce un vero e proprio strumento di vivibilità a garanzia di un'essenziale funzione di "servizio pubblico".

Come presidio sociale offre infatti un contributo alla sicurezza delle periferie, alla cultura dell'identità ambrosiana con i locali più antichi, all'importanza delle vie e delle piazze vive di negozi e di gente.

A questo proposito è importante che l'Amministrazione Comunale prosegua anche con iniziative dirette ad accrescere il valore sociale delle



imprese, mediante campagne di responsabilità sociale (educazione per un consumo coscienzioso di alcol, contro il consumo di stupefacenti, a favore dell'assunzione consapevole di cibo) da realizzare con il coinvolgimento di tutti gli attori interessati: famiglie, scuola, educatori, istituzioni pubbliche e attività economiche.

Le imprese, specialmente quelle più piccole e diffuse, dal commercio all'artigianato, non rappresentano solo un indicatore economico, ma, con la loro presenza, sono una garanzia sociale per uno sviluppo armonico del territorio, per una sfida di qualità diffusa all'insegna di un'area metropolitana viva e assortita, in centro come nell'hinterland. Un punto di partenza per la crescita del territorio. Un processo che per rappresentare una vera opportunità va costruito con un accordo condiviso tra la realtà istituzionale, associazionistica e imprenditoriale.

Tenuto conto di quanto il settore del Commercio sia strategico per l'economia e la vita della nostra città, è fondamentale assicurare uno sviluppo delle

politiche commerciali il più possibile equilibrato e sostenibile. Appare necessario declinare le esigenze del sistema della piccola distribuzione e garantire un equilibrato sviluppo del sistema commerciale. Questo dovrà avvenire tenendo presente che la funzione commerciale crea impatti diversi sulla città, a seconda della formula distributiva, del mix funzionale, dei settori merceologici interessati, della qualità degli interventi, delle localizzazioni e dell'organicità del nuovo rispetto all'esistente.

DISTRETTI URBANI DEL COMMERCIO

In questa direzione va ad inserirsi lo strumento dei Distretti Urbani del Commercio, un'innovativa soluzione di gestione integrata pubblico-privato per la qualificazione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese commerciali, promossa nel 2008 da Regione Lombardia.

Strumento essenziale per valorizzare il commercio urbano, i Distretti nascono con l'obiettivo di dare avvio ad una intensa e concreta integrazione tra le risorse economiche, sociali, culturali e imprenditoriali dell'area distrettuale, e le loro ricadute, in termini di crescita economica e occupazionale.

Per l'attuazione dei Distretti sono stati finora emanati 4 bandi regionali (l'ultimo dei quali pubblicato il 4 marzo 2011). Sul territorio cittadino, il Comune e Confcommercio Milano hanno finora dato vita a cinque Distretti: Brera, Giambellino, Isola, Navigli, Sarpì.

Nell'ottica di valorizzare sempre di più le attività commerciali e la città di Milano è bene che prosegua il percorso di condivisione tra Comune e Confcommercio Milano iniziato fin dal primo bando dei Distretti Urbani del Commercio. Se da una parte occorre puntare sui Distretti Urbani del Commercio (DUC) quale strumento idoneo a potenziare lo sviluppo commerciale, dall'altra è necessario definire nuovi percorsi attuativi semplificati nella gestione e nella realizzazione delle azioni dei Distretti.

Il "contratto di rete" potrebbe rappresentare lo strumento idoneo ad individuare e definire tutta una serie di azioni volte ad accrescere la capacità innovativa e la competitività sul mercato: gli obiettivi strategici, le attività comuni, un programma di rete, le modalità di adesione di altre imprese e ulteriori aspetti di carattere più strettamente operativo.

Per quanto riguarda la governance, occorre superare le criticità derivanti dal mancato riconoscimento della personalità giuridica del Distretto, che attualmente non attribuisce ai suoi organi di governo (Cabina di regia) alcun vero potere decisionale.

Tale limitazione potrebbe essere superata grazie al percorso legislativo che sta compiendo lo "Statuto delle imprese" attraverso il quale si trovano risposte positive per modificare l'approccio della Pubblica Amministrazione nei confronti delle piccole e medie imprese e per liberarle dai vincoli che ne comprimono le potenzialità.

Dal punto di vista operativo, è opportuno procedere alla nomina dei manager di Distretto, definendone i compiti (coordinamento e attuazione delle politiche commerciali e promozionali sul territorio del Distretto, gestione del Distretto, collegamento tra gli interessi di tutti i

IN SINTESI

- definire nuovi percorsi, in condivisione con Confcommercio Milano, per la gestione e l'attuazione delle azioni dei Distretti
- attribuire poteri decisionali alla Cabina di regia dei Distretti
- nominare i manager di Distretto, definendone i compiti
- prevedere agevolazioni fiscali per le attività realizzate nell'ambito dei Distretti.

soggetti del partenariato, definizione delle strategie di sviluppo economico e di riqualificazione urbana).

Infine, si propone di introdurre agevolazioni fiscali per le attività rientranti nel programma del Distretto del Commercio, consistenti nella riduzione dei tributi locali (Tassa smaltimento rifiuti, Imposta di pubblicità, Cosap) e di altre entrate locali (canone occupazione spazi).



AZIONI PER LA SALVAGUARDIA DEL COMMERCIO DI VICINATO

Al fine di preservare le attività di vicinato attualmente presenti sul territorio, è opportuno che l'Amministrazione Comunale metta in campo azioni di contrasto al rischio di desertificazione commerciale, favorendo l'insediamento di esercizi commerciali di vicinato soprattutto nelle zone periferiche. Questo potrebbe avvenire ad esempio anche mediante lo strumento dei Contratti di Quartiere, finalizzati ad avviare processi di crescita arricchendo la qualità ambientale, la dotazione dei servizi e la riconoscibilità dei luoghi urbani, e ad influire sulla vivibilità complessiva e sui processi di vivibilità sociale del quartiere.

Oltre a questo, potrebbero essere sfruttati i negozi comunali sfitti e vuoti, rendendoli disponibili, ad esempio, (come già sperimentato a New York) ai giovani talenti per attività espositivo-culturali.

Poiché la sopravvivenza del commercio di vicinato è essenziale per garantire la vitalità della città, è necessario realizzare un'adeguata programmazione della rete commerciale, agendo sulle diverse tipologie merceologiche, in relazione alle differenti esigenze di servizio e dei consumatori.

La rete dei negozi di vicinato, dal tessile all'alimentare, risulta particolarmente penalizzata dall'irrazionale sviluppo, avvenuto negli ultimi anni, delle diverse forme distributive che ha consentito il proliferare delle grandi strutture di vendita sia sul territorio cittadino che nell'immediato hinterland.

Ad esempio i panificatori esprimono la necessità di limitare al massimo la deroga, concessa dal Comune con opportuna motivazione, al divieto di vendita di pane la cui panificazione è effettuata nelle giornate domenicali e festive. È infatti del tutto evidente che, in caso di deroga, i piccoli imprenditori subiscano, in maniera impari, la concorrenza della grande distribuzione organizzata.

In un'ottica di consolidamento della rete dei negozi di prossimità, occorre valutare la possibilità che le edicole diventino un front-office per l'amministrazione pubblica (info point soprattutto per la distribuzione di materiale turistico relativo a iniziative/fiere che si svolgono in città), considerato che esse sono capillarmente diffuse sul territorio comunale (con oltre 620 unità) e hanno un contatto quotidiano e diretto con i clienti. Per il nuovo ruolo che verrebbe riconosciuto alle edicole si propone inoltre la definizione di un piano di sviluppo per la categoria degli edicolanti che comprenda: finanziamenti volti alla sostituzione dei manufatti (arredo urbano); finanziamenti per l'informaticizzazione delle proprie attività; riconoscimento di servizio di pubblica utilità sulla base del valore sociale e dell'attività svolta dai rivenditori.

IN SINTESI

- dare impulso ai Contratti di Quartiere per favorire l'insediamento di esercizi commerciali di vicinato soprattutto nelle zone periferiche
- rendere disponibili ai giovani talenti i negozi comunali sfitti e vuoti
- riconoscere alle edicole il ruolo di info-point in vista di Expo

MERCATI COMUNALI COPERTI E SCOPERTI

Sempre in una logica di collaborazione fra pubblico e privato, si colloca la necessità di adottare misure volte alla riqualificazione dei mercati comunali coperti, superando le attuali carenze sia di tipo strutturale (limitato spazio per l'esposizione delle merci, assenza di servizi accessori, vetustà e degrado degli edifici, insufficienza delle aree di sosta), sia di tipo gestionale (concessioni di durata troppo breve), che quelle più strettamente legate all'offerta merceologica dove il riequilibrio del layout distributivo appare come leva strategica fondamentale per restituire efficienza ed efficacia a questa forma distributiva.

A tal fine, sulla scorta di quanto già avvenuto con la firma del protocollo di intesa (11/05/2010) tra Amministrazione Comunale e Assofood, si propone di dar seguito al progetto per la riorganizzazione e il rilancio dei mercati comunali coperti di Milano. Gli obiettivi da perseguire sono strettamente legati all'indiscutibile ruolo sociale che essi ricoprono e che, fortemente, necessita di essere valorizzato anche a sostegno dei loro tradizionali punti di forza: l'ottimale rapporto qualità-prezzo che funge da calmiera dei prezzi, il mantenimento del servizio commerciale in periferia, l'alta qualità di prodotto e di servizio nel settore degli alimenti freschi. L'Amministrazione Comunale deve altresì impegnarsi a porre in essere un programma operativo al fine di coordinare le azioni della Polizia Locale e Annonaria a garanzia della legalità e dei diritti dei consumatori e degli operatori commerciali.

Un equilibrato sviluppo del sistema commerciale passa anche attraverso azioni e interventi strategici e di sistema in grado di rilanciare l'intero comparto commerciale dei mercati settimanali scoperti, tenuto conto del loro importante ruolo sociale e della centralità del cittadino-consumatore. Le iniziative, da realizzare in condivisione con la nostra Organizzazione, riguardano principalmente l'ordine e l'estetica dei mercati, la qualità degli spazi urbani destinati al loro svolgimento, la qualità dei prodotti e dei servizi offerti, le iniziative promozionali, gli interventi strutturali di razionalizzazione dei mercati stessi, l'adozione di misure anticrisi a favore dei cittadini.

In particolare, maggiore attenzione deve essere riservata alla manutenzione delle aree adibite a mercati settimanali scoperti, sia per quel che riguarda la copertura superficiale (spesso il manto stradale che ospita i mercati è disconnesso), sia per quel che riguarda le infrastrutture (compattatori per la raccolta dei rifiuti, colonnine per l'erogazione idrico/elettrica, segnaletica appropriata).

Particolare impegno deve essere rivolto al contrasto del fenomeno dell'abusivismo e della contraffazione, da realizzare per mezzo della presenza di agenti di Polizia Locale (in coordinamento con le altre Forze dell'Ordine) dall'inizio al termine di ogni mercato.

Si avverte inoltre la necessità di sviluppare ulteriormente la collaborazione con Amsa per garantire la pulizia delle aree mercatali e un maggiore rigore nei controlli e nelle sanzioni.

IN SINTESI

- riqualificare, sia dal punto di vista gestionale che strutturale, i mercati comunali coperti mediante protocolli di intesa tra Comune e Confcommercio Milano
- rilanciare i mercati comunali scoperti attraverso azioni condivise con Confcommercio Milano
- rafforzare le azioni di contrasto al fenomeno dell'abusivismo e della contraffazione

ATTIVITÀ DELL'INGROSSO

Il commercio all'ingrosso costituisce un settore strategico nel contesto economico e commerciale milanese, costituendo l'anello di collegamento tra il mondo della produzione e la rete di vendita al dettaglio. Milano vanta un primato in termini di attività di distribuzione intermedia e di importazione di beni: tale centralità riveste rilevante importanza in quanto contribuisce ad accrescere il ruolo di Milano nel contesto economico e sociale lombardo e nazionale, generando occupazione, sviluppando considerevoli valori in termini di indotto, consentendo alla città di competere con i maggiori centri europei.

Il Pgt recentemente approvato prevede che le nuove attività di commercio all'ingrosso siano consentite solo negli Ambiti di Rinnovo Urbano, previa verifica della loro compatibilità in termini ambientali, di traffico introdotto e di parcheggio. Si segnala come sia opportuno che la collocazione delle attività all'ingrosso venga legata anche ad una verifica del volume della merce e all'impatto che la loro movimentazione può generare sul tessuto urbano. È infatti del tutto evidente che la movimentazione di merce voluminosa (ad esempio elettrodomestici) ha un impatto del tutto diverso rispetto, ad esempio, alla movimentazione di preziosi, orologi e simili.

In generale, alcune zone cittadine che vedevano la concentrazione di attività di ingrosso non alimentare sono oggi del tutto sparite; questo appare particolarmente evidente con riferimento, ad esempio, all'ingrosso tessile. Per le imprese dell'ingrosso non alimentare sarebbe utile la creazione di piattaforme logistiche di vicinato che permettano di abbattere i costi di stoccaggio e di ridurre, contestualmente, i problemi di traffico e inquinamento.

In una città come Milano, in cui vendita al dettaglio e all'ingrosso (nei negozi in sede fissa e nei mercati) convivono, occorre intensificare i controlli, da parte della Polizia Locale, affinché le diverse attività si svolgano nel rispetto delle norme vigenti.

IN SINTESI

- autorizzare nuove attività di commercio all'ingrosso ponendo attenzione, in relazione al volume della merce, all'impatto generato dalla loro movimentazione
- creare piattaforme logistiche di vicinato per agevolare la distribuzione delle merci
- riqualificare l'area So.Ge.Mi.

Proprio riguardo all'attività di vendita all'ingrosso effettuata nei mercati dedicati, è più che mai sentita l'esigenza di porre in atto una serie di iniziative volte a riqualificare l'area So.Ge.Mi., oggi abbandonata ad uno stato di degrado, recuperando il suo valore strategico per l'economia, milanese e non solo.

BOTTEGHE STORICHE

Nel panorama commerciale milanese, non vi è dubbio che le botteghe storiche rappresentino storie di eccellenza, con un patrimonio storico e culturale che è bene tutelare e conservare; l'esclusività delle loro caratteristiche e della loro offerta costituisce un importante elemento di attrattività per la città.

Spesso accade che la sopravvivenza di questi (come di altri) negozi, specialmente quelli situati in centro città, sia minacciata da canoni di locazione spropositati e sproporzionati. È evidente che la scomparsa di questi negozi danneggerebbe gravemente le potenzialità attrattive della città, tenuto conto che turisti, italiani e non, sono attratti dall'atmosfera che in quei luoghi si respira, dai locali e dagli arredi storici, dalle raccolte di opere d'arte che spesso sono custodite in questi locali, dalle raffinatezze poste in vendita. Per questo motivo, si propone che il Comune di Milano, in collaborazione con la Soprintendenza dei Beni Architettonici e Paesaggistici, provveda ad inserire questi luoghi storici in un circuito di negozi sottoposti a vincolo, con l'obiettivo di preservarli e tutelarli.

A questa misura ben si potrebbe affiancare la riedizione di bandi comunali che prevedano contributi per il rinnovo dei locali e l'acquisto di beni strumentali, analogamente a quanto già compiuto nel 2010.

Parallelamente, per tutelare la permanenza delle botteghe storiche, occorre garantire e prevedere anche particolari agevolazioni

come, ad esempio, un abbattimento dei tributi locali.

Inoltre, per identificare "a colpo d'occhio" le botteghe storiche e renderle riconoscibili, si suggerisce di realizzare apposite insegne a bandiera, con un'immagine coordinata, da apporre sulle facciate degli edifici.

IN SINTESI

- salvaguardare la sopravvivenza delle botteghe storiche inserendole in un circuito di negozi sottoposti a vincolo dei Beni Architettonici
- prevedere contributi per le botteghe storiche, attraverso bandi comunali e agevolazioni tributarie

GALLERIA VITTORIO EMANUELE II

La Galleria costituisce un emblema della città: monumento storico e architettonico, rappresenta un luogo di incontro e di passaggio e uno spazio ad alto potenziale economico di elevata concentrazione commerciale. Si colloca al centro dei quattro punti cardinali rappresentativi della città di Milano: Palazzo Marino - simbolo istituzionale, Il Teatro alla Scala - simbolo dell'arte e della cultura, Piazza dei Mercanti - simbolo degli scambi economici, il Duomo - simbolo della sacralità.

In considerazione della sua importanza strategica, con gli stakeholder Camera di Commercio e Comune di Milano, è stato definito un documento (pre-concept) che ha dettato le linee guida per un percorso di valorizzazione del complesso monumentale rappresentato dalla Galleria Vittorio Emanuele II.

Occorre che prosegua il lavoro di confronto per la valorizzazione della Galleria, le cui linee strategiche, contenute nel preconcept, prevedono che la Galleria sia un luogo in cui valorizzare le eccellenze della città. Tali attività dovranno essere legate alle tradizioni più prestigiose e consolidate della città o anche alle nuove tecnologie, alle eccellenze del made in Italy o del mondo che in questo luogo intendono mostrare i loro aspetti migliori.

Inoltre, nelle intenzioni del preconcept, la Galleria dovrà diventare un luogo vivibile e percorribile in tutte le ore della giornata e in tutti i mesi dell'anno, con possibile sviluppo in verticale allo scopo di valorizzare anche i piani superiori, fruibile sia dai turisti che dai milanesi, con attività ed eventi di alta qualità che valorizzino la Galleria e restituiscano valore aggiunto alla città.



IN SINTESI

- definire il concept Galleria Vittorio Emanuele II
- procedere con la revisione del protocollo d'intesa sui contratti di concessione delle unità immobiliari ad uso commerciale presenti in Galleria Vittorio Emanuele II, in sintonia con i principi contenuti nel preconcept

Nell'ambito di questi principi il preconcept deve diventare lo strumento da cui partire per arrivare ad una revisione del protocollo d'intesa del 28/12/2007, sottoscritto dalla nostra Organizzazione con l'Amministrazione Comunale, in merito ai contratti di concessione delle unità immobiliari ad uso commerciale presenti in Galleria Vittorio Emanuele II.

CANTIERI

In molte occasioni, negli ultimi anni, Confcommercio Milano ha supportato gli imprenditori la cui attività economica ha risentito dei disagi creati dall'apertura di cantieri.

L'apertura di cantieri cittadini, infatti, si accompagna spesso ad una prolungata ricaduta negativa sull'attività quotidiana delle imprese circostanti, specialmente quando i cantieri oscurano o nascondono le vetrine dei negozi e impediscono o rendono difficoltoso l'abituale flusso veicolare.



Così è avvenuto, ad esempio, in Largo Quinto Alpini, in Piazzale Novelli, in Piazza XXV Aprile.

Si propone che il Comune di Milano, avvalendosi della potestà riconosciuta dall'art. 1, comma 86, della l. 549/95, adotti un provvedimento che stabilisca l'esenzione automatica temporanea dal pagamento dei tributi comunali (TARSU, Imposta di pubblicità, ICI) o quantomeno la loro riduzione (in misura pari ad almeno il 50%) in caso di lavori per la realizzazione di opere pubbliche che si protraggano per oltre sei mesi. Si propone, inoltre, che tali agevolazioni spettino agli imprenditori automaticamente (senza bisogno di apposita domanda), a seguito della comunicazione agli interessati dell'avvio dei cantieri da parte dell'Amministrazione Comunale.

Appare infatti inaccettabile far ricadere sulle imprese i costi supplementari causati dall'apertura di cantieri.

Oltre a questo, è indispensabile che l'Amministrazione Comunale indichi tempi certi e chiari sull'inizio e termine dei lavori.

In questa sede si vogliono anche ribadire le riflessioni fatte sul "cantiere etico" ossia sulla possibilità di partecipare, con Comune e Imprese, alle fasi di impostazione delle iniziative attraverso l'informazione preventiva, la condivisione delle modalità di intervento e il monitoraggio del cantiere. Due fasi, quindi, di lavoro: la prima propedeutica all'intervento finalizzata allo scambio di informazioni e condivisione delle strategie; la seconda, riferita alle fasi di cantiere e pensata per garantire lo svolgimento delle attività economiche presenti durante i lavori del cantiere.

IN SINTESI

- in caso di cantieri che si protraggono per oltre sei mesi, escludere automaticamente i negozi limitrofi al cantiere dal pagamento dei tributi comunali
- pervenire alla sottoscrizione del Protocollo di Intesa sul "cantiere etico"

ABUSIVISMO

La contraffazione e, più in generale, l'abusivismo, non costituiscono soltanto un problema economico: rappresentano un problema sociale sempre più preoccupante che danneggia l'intera società; costituiscono terreno fertile per la criminalità; ledono le regole di un mercato sano che si fonda sui principi di legalità, di giustizia e di equità. È di certo un crimine per le imprese, ma lo è anche per lo Stato, per la società civile, per i consumatori.

Occorre dunque mettere in atto azioni in grado di estirpare il problema dell'abusivismo e della contraffazione, promuovendo Protocolli di intesa e accordi bilaterali con le Forze dell'Ordine e la Polizia Locale.

Nello specifico, in relazione alle licenze di ambulanti "itineranti", occorre far in modo che la misura della confisca dei beni e dei mezzi, l'unica che si rivela veramente efficace nei confronti dei trasgressori, venga effettivamente applicata, come previsto dalle leggi e dai regolamenti vigenti. Occorre inoltre regolamentare (imponendo ad esempio un limite minimo di distanza da rispettare) l'attività di quegli operatori itineranti che parcheggiano il loro mezzo-negozio a pochi metri da esercizi commerciali in sede fissa che vendono prodotti simili, al fine di evitare situazioni di grande tensione.

È inoltre opportuno intensificare le attività di controllo per arginare il fenomeno del contrabbando e della contraffazione delle sigarette, negli ultimi anni in forte crescita specie nelle aree dei mercati ambulanti.

IN SINTESI

- promuovere la sottoscrizione di Protocolli di intesa e accordi bilaterali con le Forze dell'Ordine e la Polizia Locale per combattere il fenomeno dell'abusivismo e della contraffazione
- procedere con la confisca dei beni e dei mezzi dei venditori ambulanti che violano le norme e i regolamenti vigenti
- imporre una distanza minima ai mezzi-negozio quando posizionati in prossimità di esercizi commerciali che vendono la medesima merceologia

SICUREZZA

È di estrema importanza proseguire con le attività avviate negli ultimi anni per il contrasto alla criminalità che colpisce i negozi, rafforzando la collaborazione con la nostra Organizzazione e, in particolare, con le categorie più soggette a furti e rapine (gioiellieri, tabaccai, distributori di carburante, pubblici esercizi).

In questi ultimi tempi è fortemente salita la preoccupazione per le crescenti infiltrazioni della criminalità organizzata, come dimostrano le recentissime operazioni della magistratura. Occorre fare quadrato fra Forze dell'Ordine, Amministrazioni Locali e rappresentanti delle categorie economiche: gli operatori commerciali non devono infatti mai essere lasciati soli in caso di difficoltà e devono percepire concretamente il sostegno di chi li rappresenta.

Oltre a questo, può essere utile prevedere sistemi di controllo (mediante telecamere) da installare in zone della città ad elevato afflusso di pubblico (ad esempio: Galleria Vittorio Emanuele II, zone della movida), particolarmente a rischio in occasione di grandi manifestazioni sportive o culturali (finali dei campionati di calcio, celebrazioni del Carnevale, etc.).

IN SINTESI

- rafforzare la collaborazione con le categorie più soggette al rischio di furti e rapine, che, per la loro esperienza, possono fornire un valido contributo nella lotta alla criminalità
- promuovere protocolli tra Forze dell'Ordine, Amministrazioni Locali e rappresentanti delle categorie economiche per sostenere gli imprenditori vittime di episodi di criminalità



REGOLAMENTI COMUNALI

Per una migliore vivibilità della città è necessario apportare delle modifiche ai Regolamenti comunali di interesse per le categorie dei nostri settori.

a. regolamento somministrazione alimenti e bevande

In particolare per il settore dei Pubblici Esercizi si chiede l'approvazione del nuovo Regolamento per il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura delle attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande. Con l'approvazione definitiva in Consiglio sarebbe infatti garantita ai residenti una maggiore vivibilità della zona (in termini di minor traffico e rumore) e ai consumatori un più elevato livello di qualità del servizio.

Oltre a questo, è auspicabile l'approvazione di un Regolamento per la disciplina delle manifestazioni temporanee di somministrazione e di concessione del suolo pubblico, in caso di somministrazione gratuita di alimenti e bevande finalizzata a pubblicizzare prodotti (caffè, bibite) e/o macchinari (macchine caffè ecc.). Manifestazioni che possono essere distorsive della concorrenza.

b. regolamento d'igiene e regolamento occupazione suolo pubblico (Osap)

Occorre peraltro definire un nuovo testo del Regolamento di igiene, conforme alle recenti normative adottate dalla Comunità europea e coordinato con il vigente Regolamento edilizio, nonché la modifica al vigente Regolamento di occupazione del suolo pubblico (come da emendamenti già presentati all'Assessorato Sviluppo del Territorio) affinché, a dieci anni di distanza dalla sua approvazione, il provvedimento risulti più aderente alla mutata realtà cittadina.

c. raccolta e smaltimento dei rifiuti

La raccolta e lo smaltimento dei rifiuti richiedono che vengano attuate delle modifiche al Regolamento per l'applicazione della Tassa dei rifiuti solidi urbani. Tenuto conto che i pubblici esercizi sono, tra gli esercizi commerciali, tra i maggiori produttori di rifiuti, ci preme evidenziare la necessità di una revisione del Regolamento partendo dalle esigenze del settore, che principalmente riguardano:

- eliminare l'equiparazione dei bar tavola calda e fredda a mense aziendali, pizzerie, ristoranti, poiché il volume dei rifiuti prodotti dalle due categorie di locali non è equiparabile (solamente una piccola porzione della superficie dei locali è destinata alla tavola calda e fredda);
- applicare ai depositi dei bar, bar tavola calda e fredda, pizzerie, ristoranti, trattorie, la tariffa minima (€ 2,17) prevista per i depositi degli esercizi commerciali all'ingrosso di generi alimentari;
- distinguere, per il pagamento della tassa giornaliera riferita allo smaltimento dei rifiuti solidi urbani, tra le occupazioni temporanee occasionali e di breve durata (manifestazioni con notevole afflusso di pubblico, cantieri, etc.), per le quali è dovuta la tassa ordinaria rapportata a giorno e maggiorata del 50%, e le occupazioni con sedie e tavoli nelle aree esterne agli esercizi commerciali, che non hanno carattere di occasionalità, ma sono stagionali e continuative e per le quali non è quindi dovuto alcunché;
- escludere dal pagamento della tassa i locali temporaneamente chiusi (per più di 30 giorni con comunicazione inviata al Comune) che per tale motivo non producono rifiuti.

Oltre ai Pubblici Esercizi, una particolare attenzione nella revisione complessiva del Regolamento viene posta dalla categoria delle edicole.

Si rileva il problema dei costi sostenuti per lo smaltimento dei rifiuti, diventato particolarmente significativo negli ultimi anni, da quando l'involucro degli inserti (che sempre più spesso accompagnano quotidiani e riviste) viene gettato dai clienti nei cestini posti in prossimità dell'edicola, conferendo così al rivenditore rifiuti che non sono in realtà di sua pertinenza. Si propone pertanto di porre a carico dei rivenditori i soli rifiuti che provengono direttamente dalle loro attività e non anche quelli generati dai loro clienti.

Per concludere, in tema ambientale, si segnala il problema dei centri di raccolta dei rifiuti elettrici ed elettronici (RAEE). Le legislazione nazionale impone che l'imprenditore debba farsi carico di smaltire i vecchi apparecchi dei clienti a fronte dell'acquisto di nuovi prodotti. Fin dall'entrata in vigore della nuova disciplina, le operazioni di consegna dei vecchi apparecchi elettrici ai centri di raccolta autorizzati si sono rivelate di difficile attuazione.

Si richiede all'Amministrazione Comunale di favorire le attività di recupero e lo smaltimento dei rifiuti derivanti da apparecchiature elettriche ed elettroniche attraverso la collocazione di apposite piazzole nel territorio urbano ed assicurando il pieno funzionamento di tutti i centri di raccolta.

d. regolamento feste di via

Per feste di via si intendono le manifestazioni che si tengono nelle giornate domenicali in una o più vie del territorio comunale, e che, attraverso l'organizzazione e realizzazione di particolari iniziative, creano momenti di aggregazione collettiva, perseguendo finalità promozionali di carattere sociale, culturale, economico, commerciale, turistico, sportivo. Al fine di garantire una migliore organizzazione e declinazione delle feste di via, si propone l'approvazione di un nuovo Regolamento che, nella selezione delle manifestazioni ammissibili, preveda criteri particolarmente selettivi quanto, ad esempio, a merceologia ammissibile, in modo da evitare che le feste di via si traducano in svliti duplicati dei mercati settimanali.

e. autorizzazioni temporanee di vendita

Negli ultimi mesi si è riscontrato un considerevole aumento delle cosiddette vendite temporanee, organizzate nell'ambito di eventi culturali o aggregativi, ovvero promosse da enti non lucrativi a finalità benefica e/o natura medico-scientifica. Si tratta, in genere, di manifestazioni squisitamente commerciali, simulate sotto forma di manifestazioni culturali o benefiche. Il fenomeno ha assunto dimensioni incontrollate posto che, nel Comune di Milano, nel 2010 hanno avuto luogo all'incirca 300 iniziative di questo tipo che hanno generato un notevole danno, sia alle attività commerciali in sede fissa (specialmente i fioristi), sia agli operatori di commercio su area pubblica che si sono trovati così a dover fronteggiare una concorrenza sleale. A tale proposito è opportuno provvedere a regolamentare con chiarezza e trasparenza, attraverso un apposito provvedimento, le attività di vendita temporanee.

f. regolamento pubblicità

Poiché assistiamo, nella pratica, alla necessità di variare frequentemente i messaggi pubblicitari esposti sulle vetrine dei negozi, è necessario

semplificare il processo di determinazione dell'imposta pubblicitaria, a prescindere dalla quantità di messaggi pubblicitari esposti in vetrina (l'indicazione del cd. Tax free, delle carte di credito con cui è possibile pagare nei negozi, etc.) e dalla superficie occupata.

Nell'ottica di una maggiore semplificazione, rileviamo quindi la necessità di ammettere il pagamento di un canone annuale dell'imposta di pubblicità, calcolato sulla base di una percentuale predeterminata (pari a 1/5 della superficie della vetrina), indipendentemente dal numero dei messaggi pubblicitari esposti e dalla loro superficie. Questa modifica, da introdurre nel Regolamento sulla Pubblicità, conseguirebbe il duplice risultato di far entrare risorse sicure e certe per il Comune e di semplificare le procedure amministrative per le imprese, evitando inutili aggravii burocratici.

IN SINTESI

Mediante il coinvolgimento delle categorie economiche interessate:

- approvare il nuovo Regolamento per il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura delle attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande
- definire un nuovo Regolamento di igiene
- modificare il Regolamento di occupazione del suolo pubblico, poiché il testo attualmente vigente (approvato dieci anni fa) è superato
- sottoporre il Regolamento per l'applicazione della Tassa dei rifiuti solidi urbani ad una revisione complessiva
- con riferimento al regolamento RAEE, incrementare sul territorio comunale il numero delle piazzole per la raccolta delle apparecchiature elettriche ed elettroniche
- approvare un nuovo Regolamento delle feste di via
- disciplinare il fenomeno delle vendite temporanee con un apposito regolamento
- ammettere il pagamento forfetario annuale dell'imposta pubblicitaria





MOBILITÀ E INFRASTRUTTURE

Una città in cui cittadini e operatori economici possano muoversi agevolmente, è un valore assoluto. La Lombardia è una delle Regioni d'Europa in cui circolano più merci e persone: l'effetto della sua vitalità economica, industriale e dei servizi.

Tuttavia, la congestione delle strade si traduce in un danno per l'economia e l'ambiente. La Camera di Commercio di Milano ha stimato che inquinamento e traffico costano a ciascuna impresa di Milano circa 3 mila e 500 euro all'anno, per un totale di 1 miliardo di euro, in termini di ritardi, malattie e giorni di lavoro persi.

Le tematiche ambientali sono state al centro dell'attenzione dell'attuale Amministrazione Comunale. Gli interventi adottati, però, si sono concentrati essenzialmente sulla riduzione del traffico veicolare, privato e commerciale, attraverso l'introduzione dell'Ecopass e di provvedimenti restrittivi della circolazione. I risultati di tali interventi si sono dimostrati insufficienti, anche alla luce del ripetuto superamento della soglia dei 50 microgrammi per metro cubo di PM 10 e i conseguenti blocchi della circolazione per i veicoli di classe inferiore all'Euro 4 nel periodo dicembre 2010 - febbraio 2011.

Le politiche ambientali necessitano di un approccio di più ampio respiro che vada al di là di interventi di tipo emergenziale che, come il blocco del traffico, creano disagi senza risolvere i problemi.

Al fine di una adeguata programmazione degli interventi a tutela della qualità dell'aria, è importante valutare non solo la quantità di inquinamento prodotto dal traffico veicolare, ma tutte le sorgenti emissive: impianti termici, attività manifatturiere, attività agricole. Parallelamente vanno valutate azioni che possano favorire l'eliminazione degli inquinanti al suolo: i terreni coltivati o l'asfalto corrugato trattengono e assorbono le polveri, altre superfici lisce le rimbalzano nell'aria. Discorso analogo va fatto per i materiali usati in edilizia dove è preferibile costruire palazzi in cemento, che assorbono, rispetto a palazzi a vetri che non hanno alcun potere assorbente.

Anche circoscrivendo l'analisi allo smog generato dal traffico dei veicoli è necessario distinguere l'origine delle polveri inquinanti: il Dipartimento Federale dell'Ambiente, dei Trasporti, dell'Energia e delle Comunicazioni svizzero è tra i committenti di uno studio - pubblicato nell'agosto 2009 - che evidenzia come soltanto il 41% dell'inquinamento derivante da traffico veicolare sia determinato dai gas di scarico. Contribuiscono alla produzione di sostanze inquinanti per il 21% l'abrasione dei freni e per il 38% la risospensione del particolato dal fondo stradale a seguito del passaggio dei veicoli.

Appare evidente che miglioramento della mobilità all'interno del Comune di Milano e tutela della qualità dell'aria sono due obiettivi separati che possono essere raggiunti attraverso una pluralità di interventi ad ampio spettro basati su dati relativi ai trend temporali degli inquinanti atmosferici eccedenti i limiti normativi.

In particolare è necessario che l'Amministrazione Comunale intervenga nelle seguenti aree:

- gestione della viabilità
- piazzole adibite al carico scarico delle merci
- gestione dei parcheggi

In aggiunta alle azioni a favore della mobilità, è altrettanto necessario che l'Amministrazione Comunale si faccia carico di ulteriori interventi rivolti direttamente alla riduzione dell'inquinamento atmosferico:

- lavaggio delle strade
- rifacimento e manutenzione del manto stradale
- incentivi e controlli sulle caldaie
- coordinamento con i Sindaci dei Comuni limitrofi

GESTIONE DELLA VIABILITÀ

Gli interventi dell'Amministrazione Comunale si sono concentrati essenzialmente sull'introduzione nel 2007 di Ecopass: la misura, nata come sperimentale, ha avuto un effetto blando sulla riduzione dello smog e gli effetti positivi sui livelli di traffico, rilevati nei primi mesi, stanno diminuendo con l'aumentare dei veicoli di classe Euro 4 e 5 in circolazione.

Si esprime netta contrarietà a provvedimenti di chiusura del centro città al traffico veicolare perché la città vive grazie alla mobilità di merci e persone al suo interno. È necessario dare seguito al dialogo con il Comune di Milano che aveva già portato all'Accordo sulla mobilità sostenibile, sottoscritto il 27 dicembre 2007 da Confcommercio Milano e Comune. In quella occasione l'Amministrazione Comunale si era impegnata ad attivare una serie di ulteriori interventi - quali il potenziamento del trasporto pubblico, iniziative finalizzate all'efficienza energetica, incremento del numero delle piazzole per il carico e lo scarico delle merci - realizzati solo in parte.

Attraverso il confronto fra le categorie economiche e l'Amministrazione Comunale sarà possibile valutare l'opportunità e le modalità di gestione dell'Ecopass e, al tempo stesso, la priorità da dare ad altre tipologie di interventi qui di seguito riportate. Poiché la misura dell'Ecopass ha l'obiettivo di migliorare la qualità dell'aria e della mobilità, è opportuno destinare alla manutenzione delle strade gli introiti raccolti. Ulteriori temi di confronto devono essere l'individuazione delle aree da assoggettare a pedonalizzazione e l'apertura di cantieri per interventi infrastrutturali, quali parcheggi o lavori della Metropolitana Milanese. Visto il loro forte impatto sul territorio, è necessario che anche queste scelte siano pienamente condivise con le categorie e gli operatori della zona al fine di individuare le soluzioni più efficaci e meno penalizzanti per le attività commerciali.

La definizione delle politiche e degli interventi diretti al decongestionamento del traffico veicolare all'interno dell'area non può infine prescindere da una visione complessiva della mobilità milanese e da interventi "a monte" sui tempi della città, dalle scuole agli uffici, dalla consegna delle merci ai flussi viabilistici delle singole aree. In questa prospettiva, comprensiva anche di considerazioni di carattere sociale, il trasporto pubblico è chiamato a svolgere un ruolo chiave. Appare utile rafforzare l'offerta di un servizio pubblico di scuolabus che eviti alle famiglie di utilizzare mezzi privati per accompagnare i figli a scuola.

Appare altrettanto utile, per una metropoli internazionale come Milano, prolungare di almeno un'ora l'orario serale dei mezzi pubblici di trasporto ed accrescere le frequenze dei collegamenti notturni (servizio sostitutivo linee metropolitane, rafforzamento del servizio notturno a chiamata come quello denominato "Bus by night") per assicurare il trasporto pubblico 24 ore su 24. Collegamenti più prolungati e frequenti accrescerebbero infatti la vivibilità complessiva della città, a beneficio non solo della "movida" del fine settimana, ma anche di lavoratori e lavoratrici che, prestando servizio in orario notturno, sono ora costretti ad utilizzare la propria auto.



Sul piano strettamente operativo, si evidenziano alcuni problemi rilevati in riferimento a:

- realizzazione delle piste ciclabili
- circolazione di mezzi di lunghezza superiori ai 7,5 mt nella Ztl Cerchia dei Bastioni
- multe comminate per violazione dei limiti alla circolazione nell'area Ecopass.

Le piste ciclabili all'interno del tessuto urbano forniscono un incentivo concreto all'utilizzo delle biciclette in alternativa ai veicoli a motore ed aumentano, non solo in termini di immagine, una fruizione sostenibile della città. L'esperienza degli ultimi mesi ci dimostra che la realizzazione di piste ciclabili può comportare un restringimento eccessivo della carreggiata con una conseguente congestione del traffico veicolare cui si accompagna anche una significativa riduzione degli affari per gli esercizi commerciali dell'area interessata. Emblematico il recente caso di Largo V Alpini, in cui la creazione della pista ciclabile ha fatto sorgere problemi anche di natura logistica per lo svolgimento dell'abituale mercato. Si auspica pertanto la preventiva condivisione tra Confcommercio Milano e Comune per analoghi progetti futuri.

Attualmente, all'interno della Ztl Cerchia dei Bastioni, vige il divieto di accesso per tutti i veicoli aventi lunghezza superiore ai 7 metri, salvo dover richiedere una deroga speciale per poter circolare. In questo modo si rende assai difficoltosa la circolazione dei veicoli commerciali a passo

IN SINTESI

- dare attuazione all'Accordo sulla mobilità sostenibile, sottoscritto il 27 dicembre 2007 da Confcommercio Milano e Comune
- attraverso il confronto fra le categorie economiche e l'Amministrazione Comunale valutare come reimpiegare efficacemente i proventi di Ecopass
- condividere previamente con la nostra Organizzazione i progetti per la realizzazione di aree pedonali e di piste ciclabili e l'apertura di cantieri
- intervenire sulla gestione dei tempi della città
- prolungare di almeno un'ora l'orario serale dei mezzi pubblici di trasporto e rendere più frequenti le corse notturne
- facilitare l'ingresso in Ztl per motivi di lavoro di veicoli aventi lunghezza superiore ai 7 metri
- ridurre i tempi di notifica delle multe

allungato adibiti al trasporto di mobili ed arredamenti i quali, per entrare nella Ztl Cerchia dei Bastioni per consegnare la merce, devono richiedere la prevista deroga speciale con notevoli difficoltà (lo scarso preavviso dato per la consegna della merce non sempre permette il disbrigo delle pratiche necessarie per ottenere dalla Polizia Locale la deroga).

L'Amministrazione Comunale ha 90 giorni di tempo per la notifica dei verbali di contestazione nel caso di infrazione del Codice della strada rilevata con le telecamere di controllo dell'accesso alle Zone a Traffico Limitato e alle aree Ecopass. Per evitare che il cittadino in buona fede reiteri la stessa infrazione, incorrendo più volte/giorni nella medesima sanzione, si richiede di ridurre al minimo i tempi di invio dei suddetti verbali.

PIAZZOLE ADIBITE AL CARICO SCARICO MERCI

Come accennato, con l'Accordo Quadro sulla mobilità sostenibile del 27 dicembre 2007 il Comune di Milano si era già formalmente impegnato a incrementare il numero delle piazzole da adibire al carico e scarico delle merci.

Nel dicembre 2009 Confcommercio Milano ha commissionato uno studio sulle piazzole di carico e scarico realizzate e da realizzare nell'area Ecopass. Alla data di realizzazione dello studio ne erano presenti 179, corrispondenti a 220 stalli. Alla luce delle 7.368 attività commerciali presenti nell'area Ecopass, è stata rilevata la necessità di realizzare 280 nuove piazzole con 441 stalli. Ad oggi, delle 280 piazzole considerate necessarie in base allo studio, l'Amministrazione Comunale ne ha approvate 36; ma di queste nessuna piazzola, finora, è stata ancora realizzata.

È necessario che tale collaborazione prosegua, realizzando concretamente il progetto per l'implementazione di piazzole per il carico scarico merci risalente a dicembre 2009, posto che il numero di piazzole per il carico e scarico merci attualmente esistenti non è sufficiente.

Visti i benefici prodotti a favore della fluidità della circolazione e del minore inquinamento, è opportuno che la creazione delle piazzole non sia penalizzata dal posizionamento di aree di parcheggio a pagamento o riservate ai residenti né dalla collocazione di rastrelliere per le biciclette.

È necessario, inoltre, che il Comune dia avvio a un progetto di comunicazione telematica per la gestione del carico e scarico merci. Occorre creare una rete informatizzata di piazzole che permetta di comunicare al trasportatore che deve consegnare merci quali siano le piazzole disponibili nella zona di suo interesse. Lo stesso sistema dovrà distinguere i veicoli commerciali autorizzati a utilizzare le piazzole da quelli non autorizzati, provvedendo alla sanzione automatica dell'infrazione. Fra i veicoli autorizzati dovranno essere compresi anche quelli di agenti rappresentanti quando la natura delle merci trasportate (ad esempio: preziosi, campionari) lo richieda.



IN SINTESI

- implementare il numero di piazzole per il carico e scarico merci
- avviare un progetto di informatizzazione telematica delle piazzole di carico e scarico merci
- creare piattaforme logistiche di vicinato per la distribuzione delle merci

Un ulteriore intervento da realizzare per migliorare il trasporto delle merci sul territorio urbano è la creazione di piattaforme logistiche di vicinato: centri di raccolta e smistamento delle merci collocati in posizioni semi periferiche dai quali possano partire mezzi a basso impatto ambientale che effettuano a pieno carico le consegne all'interno del centro cittadino.

GESTIONE DEI PARCHEGGI

La razionale gestione dei parcheggi svolge un ruolo determinante nel decongestionamento del traffico.

Si esprime, pertanto, parere favorevole verso il previsto sistema centralizzato di indirizzamento ai parcheggi del centro storico di Milano: il progetto, già presentato dal Comune di Milano, permetterà agli automobilisti di avere in tempo reale informazioni sulla disponibilità di posti liberi presso le autorimesse aderenti all'iniziativa.

In vista della futura implementazione dell'iniziativa, si propone di non imporre alcun tipo di vincolo predefinito alle tariffe da applicare da parte delle autorimesse aderenti, se non quello di apporre all'ingresso le tariffe praticate.

Inoltre, sarebbe opportuno che in favore delle autorimesse non automatizzate (quelle in cui la movimentazione del veicolo viene operata manualmente dal personale) fosse data la possibilità di accorpate le prime due ore di posteggio (tariffa minima di due ore).

Le aree di parcheggio devono essere considerate come uno strumento volto a favorire la mobilità all'interno del tessuto urbano e al tempo stesso la sua vivibilità. Per questo appare opportuno prevedere l'equiparazione dei clienti delle strutture di parcheggio site all'interno della Ztl Cerchia dei Bastioni, in possesso di un abbonamento mensile, alla categoria dei residenti. In questo modo essi potrebbero beneficiare delle tariffe annuali Ecopass agevolate, previste per i residenti, analogamente a quanto previsto dal Comune per coloro che pur risiedendo all'esterno della zona Ecopass siano titolari di un contratto di proprietà o d'affitto di un box o posto auto sito all'interno della Cerchia dei Bastioni.

Al fine di favorire una piena fruizione della città anche in orari serali si propone una riduzione del costo delle "strisce blu" dopo le ore 18:00 con l'obiettivo di incentivare i cittadini a vivere le zone del centro città anche dopo suddetto orario.



In ragione del loro contributo alla valorizzazione del territorio in cui operano, si richiede all'Amministrazione Comunale di prevedere specifici provvedimenti a favore delle imprese del Terziario. In particolare si richiede di fissare una tariffa agevolata a favore di titolari dei pubblici esercizi e dei loro dipendenti per il parcheggio di loro veicoli in aree di sosta delimitate dalle strisce blu, indipendentemente dall'orario di inizio al mattino o di chiusura la sera e dal fatto che si possa ricorrere all'impiego di mezzi pubblici. Sempre a sostegno delle attività commerciali, si chiede l'applicazione di tariffe forfetarie per gli Agenti e Rappresentanti di commercio che, operando abitualmente in città, utilizzano i parcheggi sulle strisce blu. Tale forfetizzazione può essere estesa anche a tutte le imprese del terziario che, in città, svolgono attività di servizio.

IN SINTESI

- prevedere un sistema centralizzato di indirizzamento ai parcheggi del centro storico di Milano
- equiparare ai residenti i clienti delle strutture di parcheggio site all'interno della Ztl, in possesso di un abbonamento mensile
- ridurre il costo delle "strisce blu" dopo le ore 18:00 in centro
- fissare una tariffa agevolata a favore di titolari di pubblici esercizi e dei loro dipendenti per il parcheggio dei loro veicoli in aree di sosta delimitate dalle strisce blu
- prevedere in funzione dell'attività che si esercita tariffe forfetarie per il parcheggio nelle strisce blu

LAVAGGIO DELLE STRADE

Come anticipato, il raggiungimento di una significativa riduzione del livello di inquinamento può essere ottenuto solo intervenendo efficacemente su tutte le fonti emissive.

La sospensione delle polveri ha un peso significativo nella generazione dello smog, per questo si richiede il costante lavaggio delle strade. Nel maggio 2009 è stato pubblicato uno studio realizzato a Barcellona dall'Unità per la Qualità e l'intervento sull'Ambiente dell'Agenzia della Salute Pubblica con il supporto del Consiglio Nazionale Spagnolo per le Ricerche e dell'Institute of Environmental Assessment and Water Research (IDAEA), che dimostra come il costante lavaggio delle strade porti ad una riduzione della concentrazione del PM10 compresa fra il 7% e il 10%.

IN SINTESI

- provvedere al costante lavaggio delle strade per ridurre il livello di inquinamento dell'aria

RIFACIMENTO E MANUTENZIONE DEL MANTO STRADALE

L'abrasione di freni e pneumatici è una ulteriore fonte di inquinamento che può essere contenuta attraverso la costante manutenzione del manto stradale delle vie che sopportano i maggiori flussi di traffico.

Negli ultimi anni è stata individuata una serie di interventi sulle infrastrutture che portano ad un abbattimento delle polveri sottili. Tali interventi sono stati riportati nel decreto del Ministero dell'Ambiente del 1° Aprile 2004 "Linee Guida per l'utilizzo dei sistemi innovativi nelle valutazioni di impatto". Particolare attenzione è stata dedicata all'impiego di sostanze quali il biossido di titanio (TiO2) che attivano un processo fotocatalitico che permette di abbattere l'inquinamento. Grazie infatti alle sue caratteristiche e al solo apporto di luce solare, il biossido di titanio innesca un processo fotocatalitico che causa la trasformazione degli inquinanti (biossido d'azoto, benzene, ossidi di zolfo, monossido di carbonio, ozono ed alcuni particolati di particelle sottili) in piccolissime quantità di semplici sali minerali già presenti in natura (nitrato di sodio, nitrati di calcio e calcare).

Prime sperimentazioni sull'efficacia del biossido di titanio sono stati realizzati anche in Italia. In particolare a Segrate è stato steso un composto a base di biossido di titanio in via Morandi, strada lunga 230 metri e larga 71 con un traffico giornaliero di circa 18.000 veicoli. A seguito dell'intervento è stato rilevato un abbattimento degli inquinanti su strada urbana pari al 65% e un abbattimento degli inquinanti domestici, incluso il monossido di carbonio (CO), del 40%.

Il biossido di titanio è oggi impiegato nella produzione di materiale cementizio e piastrelle. Il loro utilizzo su strade, infrastrutture ed edifici pubblici può dare un contributo efficace alla riduzione dell'inquinamento, motivo per cui si chiede che anche a Milano si sperimentino questi nuovi materiali e, sulla base dei risultati ottenuti, si valuti il loro impiego.

IN SINTESI

- sperimentare l'impiego di sostanze quali il biossido di titanio nel rifacimento del manto stradale

VERIFICHE E SOSTITUZIONE IMPIANTI TERMICI

La disciplina regionale prevede già la sostituzione degli impianti termici con più di 15 anni che non garantiscono un rendimento pari almeno al 75%. È necessario che l'applicazione di tale disciplina sia supportata da un adeguato sistema di verifiche a campione. Controlli dovranno essere effettuati anche in edifici pubblici e privati per il rispetto dei limiti di temperatura massima di riscaldamento dei locali.

Al tempo stesso si dovranno rinnovare incentivi a favore della sostituzione delle caldaie, prevedendo benefici per la stipula di "contratti servizio energia". Questa particolare tipologia di contratti prevede che alla fornitura del combustibile si affianchi un servizio di manutenzione e messa in efficienza degli impianti che consente di ridurre sensibilmente i consumi a parità di temperatura. A questo fine sono installati strumenti di rilevazione dei consumi e del calore prodotto. Questi dati potrebbero essere raccolti dalle autorità preposte ai controlli per accertare il rispetto delle prescrizioni sulle temperature consentite.

IN SINTESI

- incentivare, attraverso bandi comunali, la sostituzione delle caldaie

COORDINAMENTO CON ALTRE ISTITUZIONI LOCALI SULLE TEMATICHE AMBIENTALI

Le politiche sulla mobilità e sulla riduzione dell'inquinamento non potranno risultare efficaci in assenza di una programmazione di medio e lungo periodo e di un coordinamento con le altre istituzioni locali presenti sul territorio.

La definizione degli interventi in materia di mobilità consente alle imprese, tra l'altro, di programmare il rinnovo del parco di autoveicoli in circolazione.

È evidente che tutti gli interventi proposti risulteranno di minore impatto se i Comuni dell'hinterland milanese non adotteranno analoghe misure in accordo con quanto pianificato dal Comune di Milano.

La collaborazione fra le diverse istituzioni locali risulta necessaria anche in relazione ad interventi che non possono essere limitati al solo territorio della città di Milano come i controlli sulle emissioni inquinanti delle attività industriali. Controlli mirati devono essere effettuati anche sull'utilizzo di diserbanti e fertilizzanti in agricoltura. Anche l'aratura dei terreni agricoli produce polveri per cui è necessario definire apposite prescrizioni ed un efficace sistema di controlli.

IN SINTESI

- programmare politiche sulla mobilità e sulla riduzione dell'inquinamento di medio e lungo periodo, condivise tra le Istituzioni locali





ATTRATTIVITÀ E INTERNAZIONALIZZAZIONE

Nell'ultimo decennio Milano ha dimostrato di essere un centro di attrazione internazionale superando la media annua delle dieci milioni di presenze. Ciò, nonostante il mercato turistico sia caratterizzato dalla netta prevalenza del segmento business, pari al 70%, che è naturalmente sensibile alle crisi economiche e politiche che hanno caratterizzato gli ultimi anni.

VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO RICETTIVO MILANESE

Recentemente, l'autorevole New York Times ha collocato Milano al quinto posto tra i quarantuno luoghi da visitare, citando l'arte e la cultura, la creatività nella moda e nel design come principali motivi di attrazione.

Il settore turistico milanese può contare già oggi su punti di forza che costituiscono le condizioni per il suo futuro sviluppo: capacità ricettiva elevata e di qualità, ristorazione fortemente differenziata per tipologie con punte di eccellenza, ricco patrimonio culturale, disponibilità di servizi diversificati in grado di rispondere alle esigenze più diverse.

In particolare, la capacità ricettiva di Milano e della sua Provincia in termini di strutture ricettive è sufficiente a soddisfare le esigenze di ospitalità che derivano sia dai segmenti business che leisure. Come riportato nella tabella sottostante, realizzata sulla scorta dei dati forniti dalla Provincia di Milano, nel territorio milanese sono presenti ben 83.024 posti letto, 75.820 dei quali in strutture ricettive alberghiere. Nella sola città di Milano, i posti letto alberghieri sono 50.352.

	Alberghi	Posti letto alberghi	Altre strutture	Posti letto altre strutture	Totale strutture	Totale posti letto
Milano	434	50.352	206	6.023	640	56.375
Provincia Milano	193	19.888	152	1.181	345	26.649
Totale	627	75.820	358	7.204	985	83.024

Offerta ricettiva nella provincia di Milano - Fonte: Ufficio Statistica Provincia di Milano 1° semestre 2010

Si tratta di un'offerta di ospitalità che propone al turista una pluralità di formule di accoglienza che comprende, oltre agli alberghi, anche residence, case e appartamenti per vacanza, campeggi, ostelli, bed&breakfast.

Anche la ristorazione è una componente d'eccellenza del mercato turistico milanese, in virtù della pluralità delle tipologie - cucine regionali, nouvelle cuisine, ristoranti etnici ecc. - e della qualità delle proposte grazie alla presenza di numerosi chef di fama internazionale.

Ai servizi turistici di base si aggiungono ulteriori opportunità, personalizzate sulle esigenze dei diversi segmenti: dalle strutture e dai servizi congressuali, per il turismo d'affari, alle visite guidate per il turista di vacanza.

Va inoltre tenuto conto del valore del patrimonio artistico culturale che può contare su una ricca proposta di musei e mostre, che può svolgere un forte ruolo di attrazione come dimostrano il successo e la risonanza avuta dal Museo del Novecento.

D'altra parte il turismo milanese soffre ancora oggi di punti di debolezza quali:

- un'immagine di Milano concentrata sul comparto affari;
- la scarsa conoscenza del patrimonio storico, artistico e ambientale presente sul territorio;
- la forte stagionalità, specie su base settimanale;
- lo scarsa integrazione dell'offerta turistica nel suo complesso.

La politica del turismo dell'Amministrazione Comunale dovrà quindi comprendere interventi dedicati alla comunicazione delle eccellenze e delle opportunità offerte sul territorio milanese, alla destagionalizzazione e all'incremento della competitività complessiva del mercato turistico.

Si evidenzia inoltre netta contrarietà alla ventilata ipotesi di introdurre una tassa di soggiorno, in quanto si tradurrebbe in una penalizzazione del turismo milanese sia in termini di competitività che di immagine. I titolari delle strutture ricettive sarebbero infatti costretti, da un lato, a praticare un sostanziale aumento delle tariffe e, dall'altro, sarebbero costretti a svolgere il ruolo di esattori.

IN SINTESI

- improntare le politiche del turismo alla valorizzazione del ricco patrimonio storico, artistico, culturale e ambientale per incentivare la competitività del mercato turistico
- evitare l'introduzione della tassa di soggiorno

INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE

Sarà opportuno che l'Amministrazione Comunale, in concerto con le associazioni di categoria e altri partner istituzionali competenti per territorio, selezioni le manifestazioni fieristiche più attrattive, individuando i mercati su cui puntare e, a tal fine, favorisca la realizzazione di adeguati eventi di comunicazione (workshop, educational, "Fuori Salone" in concomitanza con fiere) atti a promuovere la città di Milano.

È importante che in queste occasioni siano resi disponibili pacchetti turistici su misura, predisposti dagli agenti di viaggio, che consentano di partecipare ad eventi e visitare luoghi di grande richiamo (Leonardo e il Codice Atlantico, il Museo del Novecento). La creazione dei pacchetti turistici consente infatti di programmare l'offerta in anticipo avvalendosi di canali di distribuzione in grado di vendere i pacchetti in modo capillare. I pacchetti potrebbero essere inseriti anche nel portale turistico del Comune di Milano.

La promozione di Expo 2015 darà un grande contributo alla costruzione di una nuova immagine della città, più ricca e stimolante. Le attività promozionali di Expo 2015, da un lato, e di Milano, dall'altro, dovranno essere opportunamente integrate affinché si rafforzino reciprocamente. Il risultato da raggiungere è la percezione di Milano non solo come capitale del business, della moda e del design, ma anche dell'arte, della cultura, della gastronomia, dell'innovazione e di tutte quelle eccellenze che la rendono sede naturale di Expo 2015.

Considerando una media annuale di 5 milioni di arrivi, nei prossimi quattro anni soggiogneranno nel territorio milanese circa 20 milioni di turisti. A loro è necessario orientare una serie di azioni volte a comunicare che Milano è la sede di Expo e che grazie ad Expo un viaggio a Milano diventa un'esperienza imperdibile.



L'organizzazione ottimale di eventi e workshop all'estero, utili a promuovere le eccellenze di Milano ("prodotto Milano") e a favorire l' incontro tra domanda e offerta degli imprenditori, dovrebbe prevedere la presenza e partecipazione al sostegno delle spese anche da parte dell'Amministrazione Comunale. In riferimento a questo punto, l'Associazione delle agenzie di viaggio Fiavet Lombardia si impegna a garantire la presenza in loco di almeno un operatore in ciascun evento calendarizzato.

IN SINTESI

- realizzare eventi di comunicazione e workshop, in città e all'estero, in grado di promuovere e accrescere l'attrattività della città
- favorire la realizzazione e la veicolazione, anche attraverso il portale del turismo del Comune di Milano, di pacchetti turistici che contemplan le eccellenze milanesi

INIZIATIVE PER LA DESTAGIONALIZZAZIONE

Negli ultimi anni sono aumentati il numero e la portata degli eventi che, nel corso dell'anno, contribuiscono ad accrescere l'attrattività di Milano (Festival musicale MiTo, Milano Fashion Week, Fuori Salone ecc.). Il Comune di Milano dovrà realizzare azioni di valorizzazione delle manifestazioni già avviate e progettare ulteriori iniziative di grande richiamo, concordando con le categorie la calendarizzazione e proposte di ospitalità ad hoc al fine di incrementare le presenze turistiche nei periodi di minore afflusso.

IN SINTESI

- favorire l'incoming nei periodi di bassa affluenza turistica attraverso la promozione di eventi, concordandone la calendarizzazione con le categorie

INIZIATIVE PER L'INCREMENTO DELLA COMPETITIVITÀ**a. integrazione dei servizi**

Come evidenziato poc'anzi, sul fronte dell'offerta Milano non è carente né sul piano quantitativo né sul piano qualitativo. Ciò che manca è un'integrazione dei servizi che permetta di offrire Milano come prodotto turistico completo, facilmente accessibile e rispondente alle esigenze di qualsiasi target comunque individuato: per età, motivo del viaggio, interessi particolari.

L'Amministrazione Comunale deve favorire la realizzazione di progetti di integrazione dei servizi pubblici e privati, svolgendo un ruolo di facilitatore di iniziative coordinate e condivise con le categorie, che permettano lo sviluppo di una rete sempre più ampia e articolata di servizi turistici.

Un particolare contributo potrà essere dato in riferimento alla accessibilità e alla fruibilità dei beni artistico-culturali di proprietà del Comune di Milano. In particolare, sarà opportuno:

- attivare un sistema di accesso informatizzato agli spazi museali;
- creare una mediateca che renda immediatamente visibile il patrimonio museale;
- permettere l'accesso a musei e mostre anche in orari serali.

In relazione ai servizi di assistenza e di informazione turistica, occorre rafforzare l'attuale sistema dei punti informativi, attivando desk nei principali punti di collegamento (aeroporti, stazioni ferroviarie e della metropolitana) e di attrazione turistica. I desk dovranno essere facilmente riconoscibili, messi in rete fra di loro e garantire omogenei livelli di servizi.

Sotto questo aspetto anche gli operatori del commercio e del turismo possono dare un contributo concreto in ragione del loro contatto diretto con i visitatori, specialmente nella prospettiva di Expo 2015.

Posto che attualmente la gestione dei desk di informazione turistica poggia su una convenzione di co-branding per la concessione in utilizzo del marchio "Amami" e delle prerogative collegate (servizi di assistenza e informazione turistica), si rileva la necessità di ridiscutere l'organizzazione dei punti di informazione turistica (IAT) mediante il coinvolgimento delle Associazioni di categoria.

b. valorizzazione del territorio

Milano dispone di aree cittadine ad elevato potenziale attrattivo, sia in termini turistici che di intrattenimento (si pensi, ad esempio, ad aree come i Navigli, corso Como, Arco della Pace - Sempione etc.), da tutelare con apposita disciplina e specifici piani d'area. Per queste aree occorre consentire lo svolgimento dell'attività di somministrazione anche all'esterno dei locali nella bella stagione e la possibilità di installare, per il resto dell'anno, dehor ed elementi di arredo urbano, nel rispetto di regole appositamente predisposte nel piano d'area.

La realizzazione di isole pedonali a carattere definitivo in zone quali i Navigli, e l'organizzazione di manifestazioni culturali e spettacoli di intrattenimento potranno accrescere ulteriormente l'attrattività delle aree, a beneficio dell'intera città.

Coinvolgendo gli operatori della somministrazione e dell'intrattenimento si potranno realizzare iniziative speciali in occasione dei principali eventi programmati in città (es. Notti Bianche e Festa di Primavera, Ifla, Teatro alla Scala, Fuori salone fieristici, eventi di moda, grandi concerti, avvenimenti sportivi, ecc.).

Ulteriori azioni di valorizzazione, quali festival musicali a cadenza periodica, dovranno inoltre riguardare quelle aree del territorio, anche centrali, che in orario serale, dopo la chiusura dei negozi, risultano deserte e, pertanto, scarsamente attraenti sia per i turisti che per gli stessi milanesi. L'obiettivo è quello di spezzare il circolo vizioso per cui la mancata presenza di residenti e visitatori inibisce lo sviluppo di iniziative che accrescono la vivibilità dei quartieri.

c. valorizzazione del patrimonio ricettivo

La prospettiva di Expo 2015 rende di massima rilevanza le capacità di accoglienza di Milano. L'ospitalità che la nostra città saprà offrire ai visitatori di Expo 2015 sarà prova tangibile dei risultati ottenuti in termini di efficienza ed efficacia dei servizi, innovazione, qualità della vita.

Già oggi a Milano sono presenti strutture ricettive diversificate e di qualità molto elevata: basti ricordare che si possono contare 627 alberghi, di cui 15 a cinque stelle, e 191 a quattro stelle. A questi si aggiungono ulteriori 358 strutture extra-alberghiere. La ricettività milanese è quindi in grado di rispondere adeguatamente alle esigenze di soggiorno anche nei mesi di apertura di Expo 2015.

Per avere un quadro reale di tali esigenze occorre ricordare che dei 20 milioni di visitatori attesi, più del 50% avrà come località di provenienza il Nord Italia. Quindi, tenendo anche conto dei collegamenti che saranno attivati entro il 2015, per la metà dei visitatori non vi saranno particolari necessità di pernottamento. Va poi ricordato che nel dossier di candidatura, facendo riferimento a dati 2005, si contavano 511.167 posti letto all'interno della cosiddetta "isocrona" (la distanza temporale di 90 minuti dal sito dell'Expo), 270.142 dei quali nella sola Lombardia.

Nel 2009 il numero di posti letto nella nostra Regione è salito a 333.006, con un aumento del 23%. Analoga dinamica di crescita si è registrata

**IN SINTESI**

- promuovere un progetto per l'aggregazione e l'integrazione dei servizi offerti dalla città, svolgendo il ruolo di facilitatore di iniziative coordinate e condivise con le categorie
- rafforzare e razionalizzare la rete dei servizi di assistenza e di informazione turistica (IAT)

IN SINTESI

- tutelare il potenziale attrattivo della città attraverso l'adozione di piani d'area specifici per singole zone
- rendere definitive le isole pedonali di Navigli e corso Como
- in concomitanza con grandi eventi organizzare, con il coinvolgimento dei pubblici esercizi, iniziative speciali
- promuovere azioni di valorizzazione nei quartieri della città tradizionalmente meno vivaci



nella Provincia di Milano dove, nello stesso arco temporale, il numero di posti letto è aumentato da 65.398 a 81.814, con un incremento del 25%. A fronte di una ricettività già così diffusa e diversificata, appare irrazionale lo sviluppo edilizio di strutture turistico-ricettive che coinvolgono il territorio milanese e, in particolare, quello dell'asse Rho-Però.

Pertanto, occorre prevedere opportuni interventi di gestione del territorio volti a prevenire il ripetersi di una crescita indiscriminata di nuove strutture che determinerebbero un eccesso di offerta penalizzante per l'intero sistema turistico ricettivo milanese. In quest'ultima ipotesi si riproporrebbe la situazione creata in occasione dei Campionati mondiali di calcio del 1990, quando gran parte delle nuove strutture ricettive dovette essere riconvertita in abitazioni.

Per migliorare la qualità dell'accoglienza bisogna favorire gli investimenti in ristrutturazioni, innovazione tecnologica, formazione, nuovi servizi personalizzati sulle esigenze di target specifici (ad esempio: servizi congressuali per l'uomo d'affari, baby sitting per la famiglia).

In risposta alle necessità dei turisti che viaggiano con camper e caravan, si chiede che vengano poste in essere iniziative volte a favorire e a rendere più confortevole il turismo itinerante sia all'interno dell'area metropolitana, sia nell'hinterland. Infatti il numero di aree di sosta attualmente presenti sul territorio provinciale, circa venti, risulta del tutto insufficiente, come carente è la qualità dei servizi offerti.

Si rileva, infine, che l'attuale Amministrazione Comunale sta promuovendo lo sviluppo di una nuova tipologia di strutture ricettive non prevista dalla legge quadro: le cosiddette "strutture low cost". Fermo restando che la disciplina delle strutture ricettive è materia di competenza regionale, così come previsto dalla l.r. 15/2007 ("Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo"), si ritiene opportuno, al fine di evitare pericolosi squilibri nel regime di concorrenza, inquadrare adeguatamente questa particolare formula di ricettività, prevedendo che:

- possano qualificarsi come "low cost" soltanto quelle strutture che, per la loro realizzazione, abbiano goduto di particolari condizioni di favore (superficie lorda di pavimentazione e oneri ridotti);
- l'ospitalità "low cost" sia offerta esclusivamente da enti a favore di categorie di clientela ben definite a seguito di convenzione.

Ad esempio:

- università e istituti di formazione per la categoria studenti;
- ospedali e case di cura per i parenti dei degenti;
- Forze dell'Ordine per loro appartenenti;
- persone con basso reddito anziane e/o sole autosufficienti

IN SINTESI

- valutare attentamente l'opportunità di procedere con lo sviluppo edilizio di strutture turistico ricettive, stante l'abbondante e diversificata offerta già esistente; privilegiare piuttosto investimenti in ristrutturazioni, innovazione tecnologica, formazione, nuovi servizi personalizzati in base ad esigenze di target specifici
- incrementare il numero di aree di sosta destinate a camper e caravan, riqualificando la qualità dei servizi offerti presso le aree già esistenti
- regolamentare le strutture ricettive "low cost"

d. interventi sul comparto fieristico

Il segmento business rappresenta il 70% del mercato turistico milanese con una media di 3,5 milioni di turisti l'anno, gran parte dei quali giunge per partecipare a manifestazioni fieristiche. Nel 2010 Milano si è posizionata al 15mo. posto tra le principali città d'affari nel mondo.

Si è rilevata una forte criticità relativa al costo degli spazi espositivi in Fiera, che rende il polo fieristico milanese meno concorrenziale rispetto alle altre fiere europee. Si ritiene che il Comune di Milano debba intervenire per accrescere la competitività del Polo Fieristico Milanese, anche in relazione alla competitività degli spazi espositivi.

IN SINTESI

- intervenire sui costi degli spazi espositivi fieristici
- razionalizzare il sistema di calendarizzazione degli eventi fieristici (con il coinvolgimento delle Associazioni di categoria interessate) allo scopo di evitare la sovrapposizione di eventi

e. interventi sui sistemi di collegamento

L'impatto negativo della cancellazione dei voli su Malpensa da parte di Alitalia si è tradotto in una grave contrazione degli arrivi nello scalo lombardo: -19,5 % tra il 2007 e il 2008, con un'ulteriore perdita dell'11,5 % nel 2009.

La valorizzazione del sistema aeroportuale milanese e le scelte strategiche e di sviluppo che CAI-Alitalia intende operare riguardo agli aeroporti di Linate e Malpensa devono essere motivo di nuovi confronti fra Istituzioni e Associazioni di categoria e di iniziative di valorizzazione.

Il destino di Malpensa, ormai dismesso quello di hub, è diventare un grande aeroporto intercontinentale "point to point". A tal fine risulta indispensabile:

- liberalizzare gli slot (i diritti di volo) su Malpensa, ampliando il traffico aereo verso i Paesi di maggiore interesse per l'economia milanese e lombarda e favorendo una maggiore concorrenza fra le compagnie aeree;
- sviluppare le tratte dei vettori già esistenti e, soprattutto, attrarre nuovi vettori che attivino nuove tratte;
- prevedere delle specificità per ogni aeroporto: Malpensa deve rimanere l'aeroporto principale del Nord Italia, in grado di offrire un numero adeguato di collegamenti intercontinentali e internazionali diretti; Linate deve diventare un city airport dedicato all'utenza business e dei city user; mentre Orio al Serio dovrà essere dedicato ai voli low cost.

Al fine di favorire l'accesso al centro storico si richiede che gli autobus turistici possano arrivare fino al Castello Sforzesco e nei pressi delle principali attrazioni turistiche, senza essere fermati ai confini della ZTL Cerchia dei Bastioni. La richiesta nasce dalle seguenti considerazioni:

- la maggior parte dei visitatori-tipo che utilizzano i pullman ha più di 60 anni e ha difficoltà a spostarsi. Per tali visitatori risulta impossibile coprire lunghe distanze a piedi e certamente disagevole utilizzare i mezzi pubblici;
- la maggior parte di coloro che raggiunge Milano in pullman non dorme in città e ha normalmente 6 ore a disposizione (spesso la visita a Milano è abbinata ad un soggiorno sui laghi);
- i turisti che raggiungono Milano in pullman seguono un percorso guidato in centro di circa due ore (tre ore, se si aggiunge la visita al Cimitero Monumentale). Altre tre ore sono dedicate al pranzo in un locale del centro e allo shopping. In questo arco di tempo occorre garantire la massima fruizione della città.

IN SINTESI

- valorizzare il sistema aeroportuale milanese avviando nuovi confronti tra Istituzioni pubbliche e soggetti privati;
- creare le condizioni affinché Malpensa possa divenire un grande aeroporto intercontinentale "point to point" (liberalizzazione degli slot, sviluppo di nuove tratte, attrazione di nuovi vettori);
- consentire ai pullman turistici l'ingresso all'interno della Cerchia dei Bastioni per favorire l'accesso dei visitatori al centro storico cittadino.

Un ipotetico diverso inquadramento della ricettività "low cost" deve comunque prevedere quei requisiti ed obblighi a carico delle strutture ricettive tradizionali volti a garantire la piena sicurezza di clienti e dipendenti: norme di prevenzione incendi, norme sulla sicurezza del lavoro, applicazione del C.C.N.L. del settore turismo, obblighi derivanti dalle leggi di pubblica sicurezza (TULPS - registrazione degli ospiti, sorveglianza dei locali ecc.).

Inoltre è opportuno prevedere una valutazione accurata della calendarizzazione delle fiere. Il confronto su questo tema fra Amministrazione Comunale, Fiera Milano e Associazioni di categoria permetterà di distribuire in modo più omogeneo e razionale i grandi eventi sul territorio milanese evitando la loro coincidenza con i più importanti appuntamenti fieristici.

Lo scarico dei turisti al Castello Sforzesco permette loro di muoversi agevolmente per le vie pedonali, senza disturbo al traffico e senza pericolo per la loro incolumità.

Si evidenzia, inoltre, che, per i pullman che scaricano i turisti al Cimitero Monumentale, è opportuno riaprire i parcheggi esistenti al fine di evitare congestioni di traffico nella zona di via Cenisio.





SERVIZI E INNOVAZIONE

Il mondo dei Servizi è uno specifico settore economico i cui operatori erogano prestazioni immateriali e che richiede per la sua tipicità una forte vocazione all'innovazione tecnologica, di processo e, quindi, organizzativa.

Non c'è dubbio che i Servizi stiano assumendo a Milano un ruolo e una funzione indispensabili per sostenere la competitività delle imprese; da anni, infatti, assistiamo ad una continua evoluzione della società, che da economia tipicamente industriale è ora caratterizzata dalla marcata presenza di imprese di produzione di servizi rivolti alle imprese e alle persone.

In particolare, tra i servizi alle imprese si riconoscono i servizi professionali, le agenzie di mediazione immobiliare, l'area pubblicitaria promozionale marketing, l'area ricerca, la consulenza aziendale e finanziaria, i servizi di consulenza organizzativa e quelli di information and communication technology.

Tra i servizi alle persone si contemplan, ad esempio, i servizi per la terza età, per il tempo libero, per l'intrattenimento culturale e per la salute. Il mondo dei servizi appare quindi molto diversificato e, al tempo stesso, altamente qualificato e specializzato, richiedendo pertanto forte professionalità in tutti coloro che vi operano.

Oltre a questo, il settore è molto complesso ed è costituito principalmente da realtà aziendali micro-piccole che nascono e si sviluppano sulla base dei bisogni attuali, di quelli nuovi e di quelli emergenti, permettendo dinamismo imprenditoriale e flessibilità.

Un mondo fortemente e necessariamente "al passo coi tempi" che non può prescindere dalle attenzioni delle Istituzioni locali per il proprio consolidamento, soprattutto tenendo conto del ruolo strategico che ricopre all'interno del nostro sistema economico.

Queste necessarie premesse ci inducono a considerare imprescindibile la richiesta di istituire, con il prossimo governo comunale, un Assessorato o una Consulta specificatamente dedicati al settore dei Servizi e delle Professioni.



In materia di innovazione tecnologica Milano ha sempre rappresentato un laboratorio avanzato, qualificandosi come termine di riferimento per l'economia italiana ed internazionale.

Sul piano infrastrutturale Milano può contare su una rete metropolitana a banda larga capillarmente estesa, grazie alla presenza di sistemi gestiti da Comune di Milano (WiFi Sistema Controllo Traffico e Territorio, Campus 2) e da ATM (WIMAX-WiFi). ATM sta promuovendo, in collaborazione con il Comune di Milano, un progetto di federazione di tutte le reti WiFi, basato sull'integrazione di quelle già esistenti, che avrà come risultato l'attivazione di un'unica rete WiFi in tutte le principali vie, a cominciare dall'asse Cairoli-Duomo-San Babila.

Questo progetto permetterà di erogare una pluralità di servizi facilmente accessibili a cittadini, turisti e imprese e determinerà un forte legame fra servizi offerti e peculiarità territoriali. In questa prospettiva, è essenziale il coinvolgimento degli operatori del Terziario che con le loro attività contribuiscono alla connotazione del tessuto urbano.

La partecipazione delle Organizzazioni di categoria alla governance del progetto consentirà il più ampio coinvolgimento degli operatori, la valorizzazione delle specificità territoriali, la corretta selezione ed implementazione dei servizi rivolti a imprese ed utenti privati.

Al fine di incentivare la diffusione di innovazione tecnologica, di processo, di servizio e organizzativa per le pmi si richiede, inoltre, di attivare un Fondo per l'innovazione su base continuativa in grado di finanziare progetti di innovazione, processi di aggregazione e di internazionalizzazione.

Tra le ulteriori necessarie misure da attivare vi sono il riconoscimento di incentivi alle aziende per la rottamazione del software e dell'hardware desueto; la costituzione di un Tavolo di regia permanente tra Comune, Camera di Commercio e sistema associativo con lo scopo di programmare e gestire in modo sistemico il tema dello sviluppo e della promozione dell'Innovazione nel tessuto economico milanese; la connessione di tutte le scuole in rete, con dotazione di strumenti e servizi tecnologici avanzati per la didattica e le relazioni con le famiglie.

Infine, occorre prevedere incentivi per favorire gli investimenti dei Professionisti nella formazione, indispensabili per mantenere aggiornata e competitiva l'offerta di mercato, e, nei bandi per

consulenze e progetti formativi, riconoscere valore alle singole competenze professionali, prevedendo criteri che valutino maggiormente le competenze maturate e meno le dimensioni aziendali.

In un'ottica di sburocristizzazione è indispensabile snellire di procedure burocratiche non solo l'apertura delle attività, ma anche la partecipazione a bandi pubblici ed appalti.

IN SINTESI

- istituire un Assessorato o una Consulta dedicati al settore dei Servizi e delle Professioni
- coinvolgere gli operatori del Terziario nella governance del progetto (promosso da ATM e Comune) per la realizzazione di un'unica rete WiFi
- attivare un Fondo permanente per l'innovazione
- prevedere incentivi in caso di rottamazione del software e dell'hardware





TEMATICHE INTERSETTORIALI

Quando ci si propone di dare slancio alle imprese e far ripartire il mercato interno e i consumi, inevitabilmente si arriva al nodo dell'occupazione. Tra i problemi più urgenti vi è certamente la disoccupazione giovanile: un ragazzo su quattro nel nostro Paese non trova lavoro.

POLITICHE DEL LAVORO

Da una recente ricerca della Camera di Commercio di Milano è emerso come solo il 25% dei disoccupati con meno di 30 anni sia destinato a trovare un posto di lavoro fisso nel corso del nuovo anno.

Trovare lavoro è il primo passaggio indispensabile, ma altrettanto necessario è, da un lato, tenere alto il livello di qualità del capitale umano che opera nelle imprese; dall'altro, incentivare e sostenere le forme di auto-imprenditorialità.

Parallelamente al sostegno delle imprese che promuovono occupazione, è però importante potenziare il legame tra scuola, sistemi produttivi e territorio ed incentivare la nuova imprenditorialità e la formazione continua a dipendenti e manager delle pmi milanesi.

Partendo dal presupposto che Expo 2015 darà grande slancio all'occupazione giovanile, ci siamo impegnati - a livello regionale con le altre Associazioni di Categoria e in collaborazione con i sindacati - a realizzare un Patto per l'occupazione giovanile sfruttando un avvenimento straordinario come l'Esposizione Universale che, nel nostro Paese, non si verificava da oltre un secolo.

Il Patto prevede un Tavolo tecnico di lavoro che opererà per linee tematiche: leve contrattuali, incentivi fiscali e formazione. Chiediamo al Comune di investire in riforme, di investire sui giovani dando loro certezza di occupazione. L'Amministrazione Comunale dovrà pertanto favorire l'accordo fra le parti sociali affinché Expo 2015 possa costituire una reale opportunità di contrasto alla disoccupazione, specie giovanile, e di sviluppo economico complessivo.

Nell'ottica di promuovere l'occupazione giovanile, il Comune di Milano, tra le iniziative finora realizzate nell'ambito del progetto "Milano Aperta d'Agosto", ha voluto favorire (nell'estate 2009, ma la sperimentazione è proseguita anche nel 2010, nella stagione estiva e a dicembre) l'occupazione di giovani (prevalentemente studenti tra i 16 e i 25 anni non compiuti), promuovendo una cultura della legalità in ambito lavorativo. Il pagamento della prestazione è avvenuto attraverso i cosiddetti voucher (buoni lavoro), che hanno garantito, oltre alla retribuzione, anche la copertura previdenziale presso l'Inps e quella assicurativa presso l'Inail. L'esperienza positiva dei voucher, quale strumento efficace e flessibile capace di contrastare il lavoro nero, favorire l'incontro fra la domanda di occupazione dei giovani e l'offerta delle aziende ad un costo sostenibile, ci porta a chiedere di valutare la stabilizzazione dell'iniziativa.

Oltre alla misura dei voucher, Comune di Milano e Camera di Commercio hanno promosso un bando per sostenere l'occupazione delle pmi, mettendo a disposizione delle aziende contributi complessivi per 3 milioni di euro a fondo perduto per favorire l'inserimento/reinserimento nel mondo del lavoro di diverse categorie di persone, dai giovani under 30 ai disoccupati con più di 45 anni.

IN SINTESI

- agire quale facilitatore tra le parti sociali nell'attuazione del Patto per l'occupazione per Expo 2015
- rendere stabili iniziative quali i voucher lavoro, promossi con bandi nel 2009 e nel 2010
- finanziare ogni anno bandi per il sostegno all'occupazione delle pmi

Poiché la valorizzazione delle competenze tecniche acquisite dai lavoratori negli anni, nonché l'inserimento in azienda di giovani lavoratori in grado di incrementare la produttività aziendale attraverso un'elevata specializzazione, sono peculiarità fondamentali per favorire la competitività delle imprese, l'iniziativa andrebbe rifinanziata annualmente.

FORMAZIONE

Il Comune di Milano, che ha una consolidata esperienza nel settore della formazione professionale, non stanziava di norma fondi per la formazione continua, settore governato dalla Regione e in parte dalla Provincia. La collaborazione con il Comune potrebbe però, in questo scenario, trovare una realizzazione nella formazione mirata a implementare le capacità di accoglienza della città rispetto a Expo 2015.

Gli operatori del commercio al dettaglio, della ricettività, della ristorazione, dei pubblici esercizi, costituiranno il primo biglietto da visita della città verso milioni di visitatori.

È quindi ipotizzabile una sinergia fra Enti e Agenzie formative direttamente partecipate dall'Amministrazione Comunale ed Enti di formazione di emanazione del sistema Terziario (Capace Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni) per progettare e realizzare, con l'apporto associativo, corsi di formazione rivolti a titolari e collaboratori, al fine di creare una rete di accoglienza competente e diffusa su tutto il territorio.



In questo senso, prioritaria è l'organizzazione di corsi di lingua di breve durata in grado di fornire agli operatori gli strumenti di base per sostenere conversazioni con clienti stranieri, offrire assistenza rispetto all'orientamento sul punto vendita e scambiare informazioni, strutturando i messaggi in modo formale e informale.

Altrettanto importante, rispetto all'obiettivo indicato, è l'organizzazione di percorsi pensati per far conoscere agli operatori usi, costumi e consuetudini dei vari Paesi, per consentire la corretta gestione delle relazioni con i visitatori stranieri.

Ulteriori aree formative da sviluppare sono quelle dell'informatica, al fine di facilitare i processi di innovazione tecnologica anche nelle micro e piccole imprese, e dell'internazionalizzazione.

Per favorire l'accesso ai percorsi formativi si propone l'erogazione di voucher diretti ai lavoratori e l'assegnazione di incentivi alle aziende. È opportuno che il Comune agevoli l'incontro tra domanda e offerta mettendo in contatto le Associazioni di categoria con la domanda di lavoro specializzata, soprattutto di neolaureati.

Nella logica della conciliazione lavoro/famiglia si chiede di valutare l'opportunità di contributi che sostengano progetti di formazione a distanza (on line) per le imprenditrici.



Confcommercio Milano mette a disposizione le proprie strutture collegate: Scuola Superiore e Capac, per il riconoscimento di una sorta di "bollino blu" alle imprese che dimostrino di:

- aver promosso politiche finalizzate alla diffusione della qualità del servizio e al contrasto del fenomeno dell'abusivismo professionale, attraverso sgravi ed incentivi, controlli e sanzioni, sensibilizzazione all'adozione di codici deontologici (requisiti etici, impatto ambientale, corretta gestione dei dipendenti);
- aver monitorato le attività svolte da operatori stranieri per evitare la violazione delle norme in vigore con conseguente scorretta concorrenzialità nei confronti dell'imprenditorialità italiana.

IN SINTESI

- in vista di Expo 2015 realizzare corsi di formazione (tra i quali: corsi di lingua straniera, corsi di informatica) in concerto con Capac e Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni e mondo associativo
- prevedere incentivi per le aziende che erogano corsi di formazione e voucher per i lavoratori
- riconoscere il "bollino blu" alle imprese virtuose, attribuendo a Scuola Superiore e Capac il ruolo di enti certificatori

PASSAGGIO GENERAZIONALE

Le imprese familiari hanno un ruolo fondamentale nel nostro tessuto economico. Esse sono al centro di una sfida complessa caratterizzata, da un lato, dalla spinta all'internazionalizzazione del business e, dall'altro, dal passaggio generazionale che non può essere più vissuto come un momento di discontinuità, ma come una "continuità" competitiva dell'impresa.

Per questo il passaggio generazionale dovrebbe essere sostenuto e valorizzato non solo economicamente, ma anche con appositi corsi di formazione a favore delle giovani generazioni.

IN SINTESI

- sostenere il passaggio generazionale nelle aziende con corsi di formazione e incentivi

ACCESSO AL CREDITO

In termini di accesso al credito, considerato che la quasi totalità delle imprese del Terziario possiede alcuni elementi distintivi che rendono difficile l'accesso al credito (dimensione ridotta; sottocapitalizzazione; immaterialità dell'offerta e delle garanzie), si chiede all'Amministrazione Comunale, di concerto con la Camera di Commercio e il sistema dei Confidi, di individuare strumenti a sostegno dell'imprenditorialità e dello start-up d'impresa che richiede forti investimenti iniziali e costanti aggiornamenti professionali e tecnologici per presentarsi sul mercato ai massimi livelli di competitività.

IN SINTESI

- individuare strumenti per sostenere lo start up di nuove imprese

SBUROCRATIZZAZIONE

In un'ottica di sburocratizzazione e riduzione dei tempi dei procedimenti, si propone l'avvio di percorsi che consentano di sottoscrivere specifici protocolli di intesa al fine di attribuire a Confcommercio Milano, attraverso propri qualificati incaricati (appositamente formati dagli uffici comunali), l'attività di predisposizione delle domande, corretta istruzione e controllo dei dati e degli elementi costitutivi della domanda e dei suoi allegati.

Ciò potrebbe avvenire con modalità analoghe a quelle già sperimentate con il Protocollo d'intesa sull'occupazione del suolo pubblico (per il rilascio delle licenze agli ambulanti), siglato tra Comune di Milano e Confcommercio Milano, che consente ai funzionari di Confcommercio Milano, previa formazione a cura del Comune di Milano, di espletare le pratiche relative all'occupazione del suolo pubblico.

IN SINTESI

- dare impulso alla sburocratizzazione dei procedimenti amministrativi mediante Protocolli di Intesa tra Comune e Confcommercio Milano



Presidente
Carlo Sangalli

Segretario generale
Gianroberto Costa

Vicepresidente vicario
Adalberto Corsi

*Assistente del presidente
per gli Affari economici*
Duilio Aragone

Vicepresidente
Renato Borghi

*Vicesegretario
generale vicario*
Daniela Ceruti

Amministratore
Simonpaolo Buongiardino

Si ringraziano i Coordinatori, che hanno guidato i lavori dei singoli Tavoli, dai quali nasce il contributo di questa pubblicazione:

Berardino Abbascià e Giacomo Errico (Tavolo commercio);

Simonpaolo Buongiardino (Tavolo mobilità e infrastrutture);

Alberto Sangregorio e Alfredo Zini (Tavolo attrattività e internazionalizzazione);

Umberto Bellini e Giorgio Rapari (Tavolo servizi e innovazione);

Carlo Alberto Panigo (Tavolo Provincia Milano, Lodi, Monza e Brianza)

Un riconoscimento particolare va al presidente della Commissione Elettorale di Confcommercio Milano, Adalberto Corsi, che ha dato impulso a questo progetto.

A cura della Direzione Relazioni Istituzionali di Unione Confcommercio Milano (con il contributo dell'Ufficio stampa)



CITTA'

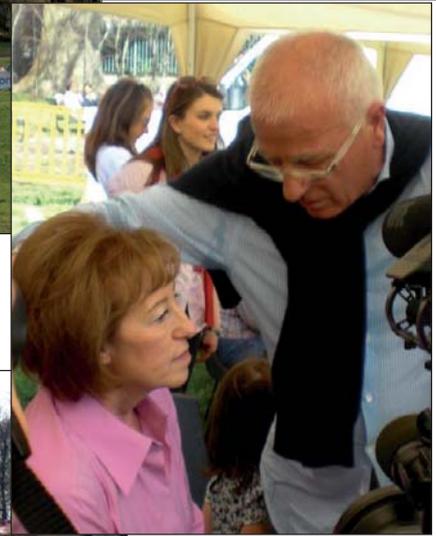
Affori: con Ascoart Festa di Primavera in carrozza

Una domenica di primavera piena di pubblico a Milano con la prima edizione del "Concorso attacchi d'eleganza": in gara cavalli, cavalieri con carrozze d'epoca che si sono sfidati ad Affori all'interno del parco di Villa Litta in

il patrocinio e sostegno del Consiglio di Zona 9.

occasione della "Festa d'eleganza e tradizione - '800 a Villa Litta". Oltre a cavalli, cavalieri e carrozze, con la "Festa di primavera" un'ottantina di bancarelle, giostre, gonfiabili, un trenino per i più piccoli, spettacoli di burattini e attrazioni con artisti di strada hanno dato vita alla tradizionale manifestazione di Affori. Non sono mancati gli intrattenimenti musicali con la "Banda d'Affori" e la "Banda Millennium".

L'evento di Affori è stato organizzato da Ascoart (l'Associazione commercianti e artigiani di Affori) con il supporto di Unione Confcommercio Milano-Promo.Ter, Apeca (l'Associazione milanese del commercio ambulante) e con



Giacomo Errico, presidente di Ascoart e Apeca, con il sindaco di Milano Letizia Moratti intervenuta per le premiazioni della manifestazione nel parco di Villa Litta ad Affori





ASSOCIAZIONI

Il presidente Fnaarc Adalberto Corsi ha scritto al ministro Tremonti e ai presidenti delle commissioni Finanze del Parlamento

Agenti e rappresentanti di commercio colpiti dal caro-carburante Fnaarc: costi detraibili al 100%

Con una percorrenza media di 160 chilometri per giorno lavorativo (ma c'è chi fa anche 300 km al giorno) gli agenti e rappresentanti di commercio hanno nell'automobile uno strumento essenziale per la propria attività e l'aumento dei costi del carburante - alla fine si tratterà di almeno di 450 euro all'anno con punte fino a 900 euro - sta incidendo in modo significativo sui conti degli agenti già alle prese con la difficile congiuntura economica che ha segnato per il 2010 una riduzione media dell'intermediato del 10%.

Fnaarc, l'organizzazione (aderente a Confcommercio) maggiormente rappresentativa dei 250.000 agenti e rappresentanti di commercio italiani (20.000 in Lombardia) ha sollecitato - con una lettera inviata dal presidente Adalberto Corsi al ministro dell'Economia e finanze Giulio Tremonti e ai presidenti delle Commissioni Finanze del Senato e

della Camera Mario Baldassarri e Gianfranco Conte - un intervento per porre rimedio a questa situazione di grave difficoltà.

"C'è un'assoluta necessità, da parte degli agenti e rappresentanti, di



La percorrenza media è di 160 chilometri per giorno lavorativo: in un anno il carburante costerà in più agli agenti almeno 450 euro

dover utilizzare l'auto: a maggior ragione quando, con la stagnazione dei consumi, aumenta la frequenza di visite alla clientela"

spiega il presidente Fnaarc Corsi.

"Il rincaro del carburante, il cui costo è detraibile solo all'80% nella determinazione del reddito d'impresa



▲ Il presidente Fnaarc Adalberto Corsi

- continua Corsi - sta perciò mettendo molti nostri operatori in seria difficoltà". Fnaarc ha quindi chiesto l'adozione di urgenti provvedimenti di natura fiscale: a partire dalla possibilità - in via eccezionale per quest'anno - di portare la detraibilità del costo del carburante al 100%.



informa
Unione

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

PROPRIETÀ:
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano
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
AMILCARE PIZZI Spa
20092 Cinisello Balsamo (Milano)

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.

PUBBLICITÀ
Imagina sas
Corso di Porta Romana 128
20122 Milano
Tel. 0258320509
fax 0258319824
e-mail: imaginuo@tin.it
www.imaginapubblicita.com





ASSOCIAZIONI

I dati della sesta indagine Gfk Retail

Orologi da polso Assorologi: mercato con segnali di risveglio

In Italia, nel 2010, sono stati venduti 7,5 milioni di orologi da polso, per un valore di 1,23 miliardi di euro: sono i dati elaborati da GfK Retail & Technology nell'ambito della sesta indagine annuale sugli acquisti di orologi da polso in Italia effettuata per conto di Assorologi.

Dopo un 2009 particolarmente problematico, lo scorso anno si sono intravisti

timidi segnali di risveglio: + 3,4% a quantità e sostanziale

equilibrio a valore. Prosegue il calo del prezzo medio che si attesta sui 164 euro, rispetto ai 172 del 2009. L'orologio maggiormente venduto è il "solo tempo" (81% in quantità e 69% a valore). Si conferma la leadership del movimento al quarzo (81% a quantità e 54% a valore).

Prevalgono, anche se in calo, la cassa in acciaio (72% a valore), ed il bracciale in metallo (44% a valore). Resta nettamente privilegiato il quadrante analogico (87% a valore). Il canale tradizionale di vendita

(gioiellerie ed orologerie) resta quello privilegiato, (44% degli acquisti in quantità e 58% a valore), ma perde terreno a vantaggio delle gioiellerie poste all'interno di centri commerciali



Leadership del tradizionale canale di gioiellerie ed orologerie, ma guadagnano terreno i punti vendita posti all'interno dei centri commerciali

(20% a quantità e 19,5% a valore). Cresce leggermente anche il canale internet: 2% a quantità e 4,4% a valore. "Siamo moderatamente ottimisti sulla possibilità di ripresa del mercato - afferma il presidente di Assorologi



▲ **Mario Peserico, presidente Assorologi**

Mario Peserico. Il segno positivo registrato già nel 2010 relativamente ai volumi venduti è un chiaro segnale di interesse del consumatore italiano verso l'orologeria. Sarà ora importante verificare l'andamento delle vendite nel bimestre maggio - giugno, tradizionalmente uno dei periodi più importanti per il settore".

ricordiamo che ...



Centrimpresa: uffici in Unione

Dal 30 marzo, a Milano, gli uffici di Centrimpresa Srl da via Sangro 13/A si sono trasferiti **in via Marina 10** (2° piano - accesso da via Marina) presso la sede Unione Confcommercio (il cui ingresso principale è corso Venezia 47).

Ecco i nuovi riferimenti:

← ●●●●●● telefono 02 7750 616, fax: 02 7750 612, email: info@centrimpresa.it





**Sono autosufficiente
e non peso sulla mia famiglia.**

Polizza Autonomia

**La polizza che ti protegge dal rischio di perdita
dell'autosufficienza in qualsiasi fase della vita.**

Contattaci per un preventivo gratuito.



www.emvaonline.it



Convenzione assicurativa stipulata da EMVA e BPU Assicurazioni Vita S.p.A., collocata tramite Gestione Previdenza S.r.l.
Per i contenuti tecnici del contratto, Vi invitiamo a prendere visione prima della sottoscrizione del Fascicolo Informativo, contenente Scheda Sintetica,
Nota Informativa e Condizioni Contrattuali e del Progetto Esemplificativo disponibili presso l'Intermediario.
La presente pubblicazione costituisce messaggio pubblicitario con finalità promozionale, aggiornata a Marzo 2007.



ASSOCIAZIONI



Responsabilità sociale d'impresa: Assintel e Avis Milano per "B2Blood"

Promosso da Assintel (l'Associazione nazionale delle imprese Ict) con Avis Milano e la collaborazione di Unione Confcommercio Milano il convegno "Aziende Ict e responsabilità sociale d'impresa: questo matrimonio s'ha da fare" che ha approfondito il tema etica/business a partire dai risultati del progetto "B2Blood" sviluppato da Assintel e Avis Milano. "B2Blood" prevede la possibilità di donare sangue ad Avis due volte l'anno direttamente davanti alla sede Unione. Per l'83,3% delle aziende Ict che hanno risposto all'indagine condotta da Assintel e Avis Milano, presentata nel corso del convegno, è preciso compito delle imprese contribuire alla costruzione di una "coscienza sociale". Per il 78,8% le relazioni com-

merciali non possono esulare dall'etica. E l'86% ritiene che la responsabilità sociale sia adatta anche alla microimpresa informatica.

segnaliamo che ...



INIZIATIVA IL 9 MAGGIO DEL GRUPPO TERZIARIO DONNA UNIONE - Il 9 maggio (ore 9.30 in Unione Confcommercio Milano, corso Venezia 47, sala Pavoni) il Gruppo Terziario Donna Unione organizza (con la professoressa Alda Caruso) un momento formativo aperto agli iscritti sul mondo dell'associazione: appartenenza, organizzazione e comunicazione.

◀ **Maria Antonia Rossini, presidente del Gruppo Terziario Donna di Unione Confcommercio Milano**



SONO RITIRABILI LE TESSERE 2011

Unione Confcommercio: campagna associativa

Per informazioni e approfondimenti chiamare l'Area sviluppo associativo 02.7750362/372 o la propria Associazione di categoria o territoriale.

RICARICA LA TUA ATTIVITA'



Più vantaggi

Meno problemi



Una grande organizzazione dalla parte della tua impresa

Unione Confcommercio è la più grande realtà del sistema Confcommercio Imprese per l'Italia. Sostiene, tutela e rappresenta il tuo lavoro nelle province di Milano e Monza e Brianza.



La forza delle relazioni
151 Associazioni di Categoria e Territoriali.

Chiedi risposta alle tue esigenze

a un partner prezioso che conosce il tuo settore di mercato e il tuo territorio.



- Finanziamenti a tasso agevolato, garantiti fino al 70%
- Assistenza fiscale e tributaria
- Assistenza contrattuale e sindacale
- Consulenza legale
- Servizi di amministrazione e contabilità
- Servizi paghe e contributi
- Formazione professionale
- Assistenza sanitaria

Non sei un "Cliente". Con noi sei un Socio



Unione CONFCOMMERCIO
MILANO - MONZA E BRIANZA

Corso Venezia, 47 - 20121 Milano
Tel. 02 7750 362
E-mail: marketing@unione.milano.it
www.unione milano.it





TERRITORIO



Ascom territoriale di Melzo Donato Turba presidente e nuovo Consiglio direttivo

▲ *Il presidente dell'Ascom territoriale di Melzo Donato Turba (a destra mentre sta parlando) con i componenti del neo eletto Direttivo*

Le foto di questa pagina sono state realizzate da Sissifoto (studio fotografico di Vincenzo Tavano, Cernusco sul Naviglio, viale Assunta 60/b)

Donato Turba presidente dell'Ascom territoriale di Melzo (Unione Confcommercio). E' il responso per acclamazione della recente assemblea generale dell'Associazione. Turba, che era subentrato a Claudio Vailati (diventato assessore comunale al Commercio) prosegue così il suo impegno alla guida dell'Ascom territoriale. Nel nuovo Consiglio direttivo dell'As-

sociazione ci sono Angela Amabile, Claudio Biava, Carlo Bracchi, Ivan Canegrati, Angelo Castelli, Ester Gerli, Alberto Segale, Pierluigi Sirtori. Nel corso dell'assemblea



▲ *Assemblea a Melzo: una delle premiazioni - di Margherita Polonioli - per la fedeltà associativa. Da destra: Donato Turba, il segretario generale Unione Confcommercio Milano Gianroberto Costa e Carlo Alberto Panigo (Giunta Unione Confcommercio e responsabile Unione per il territorio della provincia)*

sono state premiate 24 aziende iscritte all'Associazione da più di 25 anni.





TERRITORIO

Ascom territoriale di Melegnano Guido Scotti alla presidenza

E' Guido Scotti il nuovo presidente dell'Ascom territoriale di Melegnano (Unione Confcommercio) eletto dall'assemblea generale dell'Associazione. Del nuovo Consiglio direttivo dell'Ascom fanno parte: Anna Bandirali, Erminio Barbieri, Mara Benzoni, Alberto Bertolotti, Elena Breda, Marco Cattaneo, Romeo Dominelli, Giovanni Ghianda, Marco Gobbi, Caterina Ippolito, Giovanni Papetti, Renata Parmigiani, Camillo Passerini, Aniello Santaniello, Giuliana Serbelloni, Alberto Spoldi, Giuseppe Steffenini, Pietro Tamiazzo, Nicola Zampillo.



Guido Scotti



Ente Mutuo: assemblea elettiva il 20 giugno

I Soci dell'Ente Mutuo di Assistenza tra gli Esercenti il Commercio della Provincia di Milano sono convocati in assemblea ordinaria presso la sede sociale di Milano, corso Venezia 47/49 alle ore 8.00 del 29 aprile 2011 per discutere e deliberare sul seguente ordine del giorno:

- | | |
|--|---|
| 1. Comunicazioni del Presidente; | 5. Rinnovo cariche:
- Consiglio di Amministrazione
- Collegio dei Sindaci
- Collegio dei Probiviri |
| 2. Conto consuntivo esercizio 2010 e relazione del Consiglio di Amministrazione; | |
| 3. Relazione del Collegio dei Sindaci; | 6. Emolumenti ai componenti il Collegio dei Sindaci; |
| 4. Conto preventivo esercizio 2011; | 7. Varie ed eventuali. |

Non intervenendo, all'ora e giorno indicati, il numero legale dei Soci, l'Assemblea procederà in seconda convocazione, che s'intende sin da ora fissata nello stesso luogo e con il medesimo ordine del giorno:

**per le ore 14,30
di lunedì 20 giugno 2011**

In tal caso, l'Assemblea sarà ritenuta valida qualunque sia il numero degli intervenuti.

I documenti annessi alla relazione sul conto consuntivo 2010 potranno essere consultati presso la sede sociale dell'Ente cinque giorni prima dell'Assemblea.





Seregno "tricolore" con l'Ascom

Seregno: vie del centro e principali piazze colorate con 250 bandiere tricolori. E' l'iniziativa promossa dall'Ascom territoriale (Unione Confcommercio).



Iniziativa varie - in collaborazione con il Comune - e negozi aperti il 17 marzo, festa dell'unità d'Italia, con l'esibizione del corpo musicale Santa Cecilia. Il 26 marzo l'associazione Teatrando ha messo in scena "Bixio: qui si fa l'Italia o si muore". "150 anni fa - ha dichiarato



Dario Nobili, presidente della Delegazione Ascom di Seregno - i nostri 'padri' hanno dimostrato che uniti si possono portare avanti, anche con piccole risorse, ma con grande volontà, ampi progetti. E, con lo stesso spirito, oggi lavoriamo per sostenere e sviluppare il nostro Distretto commerciale".

Le iniziative di Ascom territoriale e Comune

Unità d'Italia: il "Buon Compleanno" di Sesto San Giovanni



Per la celebrazione dei 150 anni dell'unità d'Italia, l'Ascom territoriale (Unione Confcommercio) e il Comune di Sesto San Giovanni hanno dato vita a un nuovo momento di incontro con i cittadini che ha coinvolto i commercianti sestesi. Il 18 marzo, per le vie di Sesto, sono stati allestiti mercatini con prodotti tipici regionali, organizzati piccoli concerti con musiche folkloristiche e - gran finale - dopo l'orario di chiusura negozi, è stato effettuato il lancio di minimongolfiere nelle piazze. Coinvolte la zona Rondò, Rondinella, Trento e Trieste, piazza Petazzi e via Pisa. Evento nell'evento il concorso di vetrine "Buon Compleanno Italia" con vetrine a tema negli esercizi commerciali. La premiazione del concorso si svolgerà in giugno in occasione della Festa di San Giovanni.



*Selezione di foto con l'iniziativa promossa
attraverso la newsletter di Unione Confcommercio Milano
"Da una settimana all'altra"
per la ricorrenza dei 150 anni dell'unità d'Italia*

Gli scatti "tricolori"

Le foto di queste pagine sono quelle finora direttamente inviate dagli operatori (o realizzate dopo una segnalazione) per l'iniziativa "Scatti tricolori: fotografa la tua vetrina" promossa attraverso la newsletter di Unione Confcommercio Milano "Da una settimana all'altra" per la ricorrenza dei 150 anni dell'unità d'Italia. Del materiale acquisito pubblichiamo una selezione ricordando che sul sito internet Unione Confcommercio Milano www.unionemilano.it/home è possibile vedere tutte le immagini.



▲ "Bottega d'arte Andrea G. Colombo" via Gramsci 16 – Arese



▲ "Blachere Illumination Italia"
via Alessandro Tadino 3 – Milano
(foto di Benedetta Borsani)



▲ "Ceratina 1919" via Meravigli 12 – Milano

segue a pag. 38 ▶ ▶ ▶

INIZIATIVE



segue da pag. 37



▲ "Cartoleria Loma" via Vittorio Emanuele 38B – Monza



▲ "Zucca in Galleria"
Galleria Vittorio Emanuele II/piazza
del Duomo – Milano



▲ "Grip Milano"
via Valfurva 3 – Milano



▲ "Fioreria Castiglioni"
via Milano 4 - Magenta



▲ "Il Forno di via Venini" via Venini 29 –
Milano (foto di Benedetta Borsani)



▲ "Hotel Mercure" piazza Oberdan 12 – Milano



INIZIATIVE



▲ "Il Giardino... Gelato" via Europa 17 Turbigo



Gli scatti "tricolori"



▲ "Kika Sartoria" via Panfilo Castaldi 32 - Milano (foto di Benedetta Borsani)



▲ "Fratelli Cozzi" viale P. Toselli - Legnano



▲ "Moroni Gomma" corso Matteotti 14 - Milano



▲ "Jacqueline Boutique" via Mazzini (angolo via Dogana) Milano

segue a pag. 40 ▶ ▶ ▶





INIZIATIVE



segue da pag. 39



▲ "Renna Sport" piazza Diaz 1 – Milano

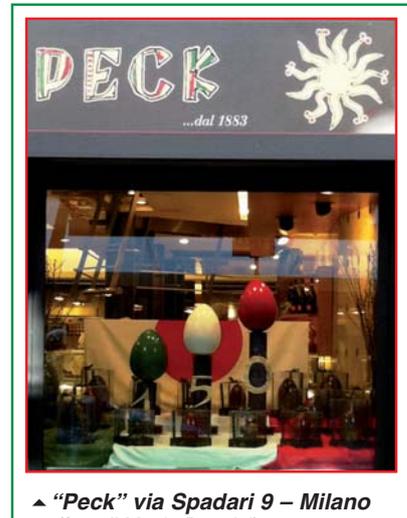
Gli scatti "tricolori"



▲ "Parrucchiere Rocco Napoleone" via Vincenzo Monti 47 – Milano



▲ "Raffaella Curiel" corso Matteotti 14 – Milano



▲ "Peck" via Spadari 9 – Milano (foto di Mattia Dognini)



▲ "Vigano 1919" Galleria Vittorio Emanuele II – Milano



▲ "VI.DA.M" piazzale Lugano 4 – Milano





Promo.Ter Unione

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



LE NOSTRE PAROLE CHIAVE PER LA SICUREZZA



SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

(D.lgs. 81/08)
Tel 02 76.02.80.42/15
club.sicurezza@unione.milano.it

IGIENE DEGLI ALIMENTI

(H.A.C.C.P. D.lgs. 193/07)
Tel 02 77.50.590/591
club.haccp@unione.milano.it

PRIVACY

(Trattamento dati D.lgs. 196/03)
Tel 02 76.02.80.42/15
club.privacy@unione.milano.it

... PER L'INNOVAZIONE

QUALITA'

(Sistema gestione qualità aziendale)
Tel 02 76.02.80.42/15
club.qualita@unione.milano.it

ENERGIA & AMBIENTE

(Risparmio Energetico e Servizi Ambientali)
Tel 02 76.02.80.42/15
club.energia@unione.milano.it



Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

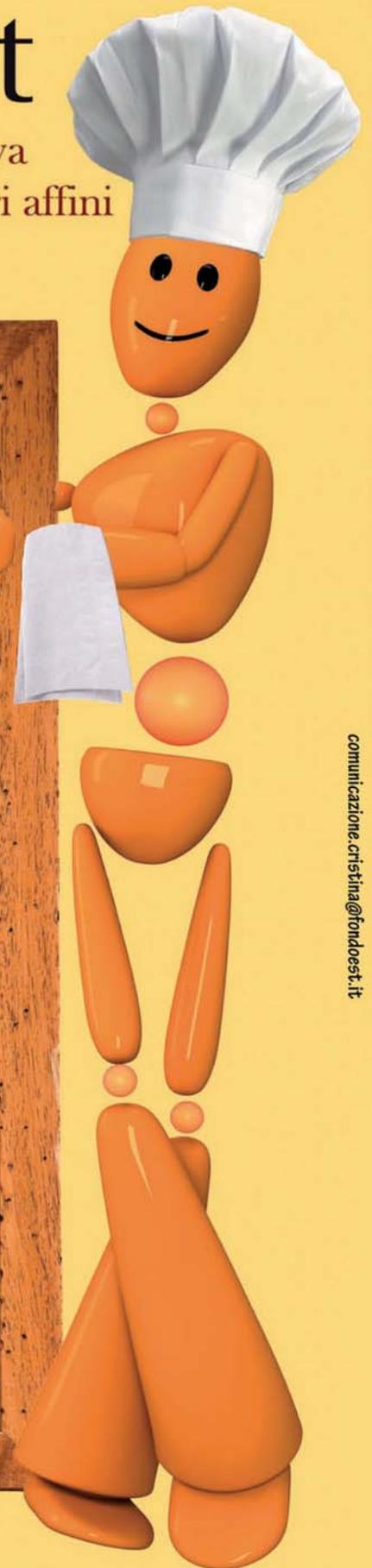
Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 76.02.80.42/15 - Tel 02 77.50.590/591 - Fax 02 76.01.76.77



Fondo Est

assistenza sanitaria integrativa
commercio turismo servizi e settori affini



Menu del Fondo Est

*per tutti i dipendenti del
terziario, commercio, turismo e servizi*

RIMBORSO DEI TICKET
DIAGNOSTICA e TERAPIA
VISITE SPECIALISTICHE
ODONTOIATRIA
CHIRURGIA

SERVIZI DI CONSULENZA
PACCHETTI di PREVENZIONE
PACCHETTO MATERNITA'
TUTELA DEL NEONATO

*Nuove prestazioni sanitarie
nell'ambito dell'inabilità temporanea*

FISIOTERAPIA
AGOPUNTURA MANU MEDICA
PRESIDI ED AUSILI MEDICI ORTOPEDICI

www.fondoest.it