



Unione
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Prefazione

“Benvenuto il luogo”: con questa espressione la più grande associazione di rappresentanza d'impresa del terziario saluta il futuro di Milano, attraverso un documento che parla direttamente a chi si troverà a guidare la città nel prossimo lustro. Convinti che esprimere il proprio punto di vista non sia soltanto un diritto di una parte sociale viva e che funziona ma anche una responsabilità precisa, abbiamo messo dentro queste pagine l'impegno di pensare e di proporre.

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

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

Ma non finisce qui. Le 5 linee, incontrandosi, generano dieci interscambi, dieci scintille vitali, o – come le abbiamo chiamate – dieci eccellenze. Perché è nell'incontro di idee diverse che nasce sempre il meglio di Milano, **città a vocazione multipla** che fa della pluralità di inclinazioni elemento fondante della sua identità. Queste dieci eccellenze non sono isole, quanto invece poli di attrazione ed espansione che fra loro s'intersecano, si compenetrano e si animano.

Milano è commercio, con uno degli approfondimenti commerciali più interessanti d'Europa, Milano è hub dei servizi, ideatrice del welfare a carattere ambrosiano e di un sistema sanitario riconosciuto, Milano è centro pulsante dell'editoria e della comunicazione, capitale europea della moda e del design e oggi anche della ristorazione, motore dell'innovazione, prima città al mondo per numero di consolati, centro pulsante di formazione professionale e universitaria, enorme polo fieristico, luogo di scelta di 3mila multinazionali e oggetto di flussi turistici che non sono qualitativamente uguali al resto del Paese.

Milano è una città che sa cambiare se stessa; e quello di *“sviluppo”* non rimane un concetto astratto, ma un tratto deciso impresso sul tessuto urbano di questa città, che nel giro di pochi anni ha dimostrato ancora di sapere cambiare pelle: dalle infrastrutture alla mobilità, dai progetti immobiliari alla destinazione delle aree post Expo. È da dove siamo forti che dobbiamo partire per diventare migliori: le nostre proposte nascono da una visione che scommette su una città in movimento.

Per oltre tre mesi -da settembre a dicembre 2015 – abbiamo raccolto idee, opinioni e proposte su queste eccellenze intorno a tavoli tematici ai quali hanno partecipato circa 100 tra imprenditori e manager, professori e professionisti, esperti e addetti ai lavori del mondo Confcommercio ma non solo. Ne sono nate **più di 80 proposte** alla nuova amministrazione comunale: alcune di piccola portata, altre di grande respiro, talune a costo zero, non poche economicamente impegnative, molte rivolte non semplicemente al Comune, tutte destinate a migliorare la città e soprattutto la vita e il lavoro del commercio, dei servizi, del turismo e delle professioni, che oggi costituiscono un cospicuo 70% dell'economia della Città Metropolitana.

Da qui sono nati i **dieci capitoli-manifesto** dedicati alle **“idee che ci stanno a cuore” (tre per ogni eccellenza)** raccolti in questo volume per offrire ai candidati alle prossime amministrative la nostra visione, ma anche un contributo concreto alla costruzione, passo dopo passo, della città che progetta il suo domani con la partecipazione di chi la vive, vi lavora e la ama, orgoglioso di sentirsi milanese.

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



Carlo Sangalli
Presidente di Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza

5 IDEE BASE sulla MILANO PRESENTE E FUTURA

1. Milano “città intraprendente”

Milano “*città intraprendente*” è a vocazione multipla, in grado di esprimere diverse eccellenze e di far leva su queste per cogliere le opportunità offerte dalla competizione urbana globale e dai mercati.

2. Milano “città policentrica”

Milano “*città policentrica*”, non polarizzata tra centro e periferia, ma in grado di creare più centri di attrazione su tutto il territorio in prospettiva Metropolitana, anche grazie alle sue eccellenze.

3. Milano “città aperta”

Milano “*città aperta*”, in grado di essere accogliente verso i turisti e ricettiva verso l’insediamento delle attività economiche, una città sicura e usufruibile, smart nel senso più esteso del termine.

4. Milano “città universale”

Milano “*città universale*”, in grado di esprimere una forte autonomia culturale e funzionale, ma, allo stesso tempo, capace di proiettare una tensione costruttiva verso l’esterno per essere realmente inclusiva e internazionale.

5. Milano “città guida”

Milano “*città guida*”, con la capacità di esercitare un ruolo di leadership e laboratorio nel panorama istituzionale, economico e sociale, italiano ed europeo.

10 ECCELLENZE DI MILANO

1. Politiche commerciali pag.08

2. Sistema fieristico, turistico ed eventi pag.12

3. Sanità e Servizi pag.16

4. Università e Formazione pag.20

5. Innovazione pag.24

6. Solidarietà e Sicurezza pag.28

7. Moda e Design pag.32

8. Comunicazione ed Editoria pag.36

9. Ristorazione e Food pag.40

10. Sviluppo della città pag.44

POLITICHE COMMERCIALI

Parole chiave

Pluralismo commerciale
Incentivi
Distretti

L'eccellenza in numeri

Sono oltre 25mila le imprese del commercio al dettaglio e di vicinato a Milano città, 26 i mercati comunali coperti e un centinaio i mercati scoperti a settimana.

Vi sono 961 strutture di media e grande distribuzione, oltre 7mila pubblici esercizi, 324 edicole, quasi 500 strutture alberghiere.

La densità e l'approfondimento commerciale sono elevate e Milano presenta un sostanziale policentrismo commerciale con ampie aree di concentrazione dei luoghi del commercio diffuse nella mappa radiale cittadina.

Il Distretto Urbano del Commercio di Milano è nato nel 2009 ed è attualmente diviso in 13 polarità distrettuali, governate da esecutivi di distretto.

I temi che ci stanno a cuore

Programmazione commerciale
Fiscalità locale
Sistema dei DUC

Le proposte

Programmazione commerciale

- **Sostenere i negozi di vicinato.** Nel rispetto del pluralismo distributivo, ma considerando in pieno il valore del negozio di vicinato come presidio di sicurezza e di aggregazione sociale nonché strumento di attrattività turistica (nella globalizzazione, la rete dei piccoli negozi distingue commercialmente una città dall'altra), si propone di dedicare risorse pubbliche per qualificare le attività. Ad esempio, si possono prevedere bandi a loro dedicati, un sistema di tariffe agevolate sulla pubblicità, sulla gestione dei rifiuti o sull'occupazione degli spazi, investimenti su parcheggi e aree di carico/scarico merci e interventi di coordinamento in merito agli obblighi di chiusura festiva.
- **Rilancio dei mercati comunali coperti.** Riproporre in chiave aggiornata (per valorizzare nicchie di produzione locale e specialità etniche) le Offerte Risparmio certificate in collaborazione con l'Amministrazione Comunale e prevedere concessioni più lunghe per ammortizzare le migliorie apportate dagli operatori mercatali.
- **Autogestione dei mercati ambulanti.** Mentre la procedura di assegnazione dei posteggi mercatali dovrebbe essere tenuta in capo al Comune, si propone che i restanti servizi collettivi inerenti al mercato – come quelli di pulizia o segnatura degli spazi – vengano delegati alle associazioni di imprese, tramite la costituzione di consorzi tra operatori dell'area, che potrebbero anche proporre servizi innovativi al consumatore: servizio a domicilio, distribuzione di cesti, servizio dogsitter.

Fiscalità locale

- **Semplificazione dei sistemi di pagamento e degli accertamenti.**
 - COSAP. Trasposizione del principio della SCIA su questo iter autorizzativo, ormai datato. Si propone un iter semplificato dove si preveda una semplice segnalazione, corredata di idoneo progetto, a cui seguono le verifiche; parallelamente, vanno messi in efficienza i sistemi informativi sui pagamenti della tassa di occupazione suolo pubblico, che attualmente sono aggiornati fino a due anni prima.
 - **Coordinamento dei controlli di Polizia Annonaria e Asl.**
 - Monitoraggio del sistema delle sanzioni, spesso più gravoso rispetto alla tariffa stessa.
- Misurazione della produzione dei **rifiuti urbani riciclabili** con un meccanismo di ritorno diretto del valore del rifiuto sul pagamento della TARI.

Sistema dei DUC

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



SISTEMA FIERISTICO, TURISTICO ED EVENTI

Parole chiave

Integrazione
Intelligenza
Immaginazione

L'eccellenza in numeri

Il settore turistico a Milano conta 18mila imprese, 117mila addetti e un fatturato di 7 miliardi di euro: sul territorio metropolitano vi sono circa 1.800 attività fra alberghi ed agenzie di viaggio e 16mila ristoranti; un'impresa del settore su due ha sede nel Comune di Milano.

Per crescita del turismo nel 2015, l'Italia è prima nella classifica dei Paesi europei ed è stata la Milano di Expo a trainare la crescita con il suo +18%. Circa tre quarti del turismo ambrosiano è legato al segmento business e congressuale.

Il sistema fieristico milanese ha una storia antica e un'evoluzione costante: Fiera di Milano è costituita dai poli espositivi di Fieramilano e Fieramilanocity, con un'estensione complessiva di 753mila mq di superficie complessiva, attestandosi come il polo fieristico più grande d'Europa.

I temi che ci stanno a cuore

DMO (Destination Management Organization)
Integrazione Turismo Business e Leisure
Recupero Aree Urbane Dismesse

Le proposte

DMO (Destination Management Organization)

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

Integrazione Turismo Business e Leisure

- **Unificare gli Assessorati** del Turismo e della Cultura.
- **Ulteriore regolamentazione della strutture di accoglienza privata**, oltre la Nuova Legge sul Turismo Regionale del 2015. A Milano il numero di posti letto di appartamenti privati offerti a turisti è oggi diventato sostanzialmente analogo a quello dei posti letto delle imprese turistiche, con un impatto negativo non solo sull'offerta turistica tradizionale, ma anche sui livelli dei canoni di locazione degli appartamenti destinati ai residenti.
- Trattare la **tassa di soggiorno come tassa di scopo**: gli introiti derivanti dalla tassa andrebbero investiti per il settore turistico e rendicontati come tali.

Recupero Aree Urbane Dismesse

- **Utilizzo aree dismesse**: il Comune di Milano dovrebbe svolgere il ruolo di facilitatore tra le proprietà delle aree e i potenziali utilizzatori, trovando in Confcommercio Milano un soggetto aggregante di interessi commerciali.
 - In particolare, valorizzare **gli ex scali ferroviari**: prevedere un utilizzo temporaneo degli stessi come avvenuto in occasione di EXPO 2015 e, insieme, una riqualificazione strutturale. Ad esempio, lo scalo Farini potrebbe essere servito tramite il canale della Martesana e la sua superficie consentirebbe la realizzazione di un ampio e caratteristico quartiere sull'acqua.
- **Mobilità Turistica**
 - **Creazione di nuovi circuiti turistici**, riconsiderando la mappa della mobilità turistica, tenendo conto dei centri di interesse specifici, delle polarità, dei punti di carico e scarico dei turisti; individuare le zone per lo stazionamento dei bus turistici da aggiungere a quella esistente di piazza Castello.
 - Realizzazione effettiva del **secondo passante ferroviario**.

SANITÀ E SERVIZI

Parole chiave

Valore
Collaborazione
Visione

L'eccellenza in numeri

Nel nostro territorio l'indice di dotazione di strutture sanitarie è quasi il doppio rispetto alla media italiana. Oltre 300mila degenti arrivano ogni anno per farsi curare a Milano, molto spesso accompagnati da familiari.

Non solo: la nostra città conta ben 44mila imprese che si occupano di servizi alla persona, un numero costantemente in crescita negli anni. E la neo-costituita Città Metropolitana integrerà servizi per oltre 3 milioni di abitanti, 1,8 milioni di addetti, 290mila imprese che producono il 10% del valore aggiunto nazionale e che operano per il 75% nel commercio, nei servizi e nel turismo.

I temi che ci stanno a cuore

Accoglienza sanitaria
Servizi alla persona
Integrazione servizi della Città Metropolitana

Le proposte

Accoglienza sanitaria

- **Agevolazioni per le strutture ricettive** che decidano di destinare una parte delle loro camere all'accoglienza degli assistiti nelle strutture sanitarie e dei loro familiari e che accrescano l'offerta di servizi in termini di assistenza medica o infermieristica.
- Ispirandosi al **progetto Ri-Milano**, creazione di un bando destinato a strutture private che intendono riconvertirsi all'accoglienza per chi utilizza servizi di assistenza medica a Milano e le loro famiglie.

Servizi alla persona

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

Integrazione servizi della Città Metropolitana

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

UNIVERSITÀ E FORMAZIONE

Parole chiave

Imprenditorialità
Organizzazione
Reversibilità

L'eccellenza in numeri

Il panorama formativo milanese è di livello internazionale: 8 Università, 6 Accademie, 1 Conservatorio, 2 accreditati istituti dedicati al mondo del Terziario: il CAPAC – Politecnico del commercio e la Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni.

Gli studenti iscritti a Milano sono oltre 200mila, dei quali il 20% sono residenti in città, circa la metà sono pendolari, mentre uno su tre è fuori sede.

I lavoratori sovra-qualificati (con titoli di studio che non corrispondono all'occupazione svolta) in Lombardia sono circa 559mila, il 13,3% sul totale della forza lavoro lombarda.

Dagli ultimi dati (2014 su 2013) a Milano si registra un trend di diminuzione del lavoro autonomo del 5% e un lieve aumento di quello dipendente. Eppure, allo stesso tempo, a Milano il numero di chi – nel lavoro autonomo- sceglie di fare impresa è cresciuto di 11 punti percentuali.

I temi che ci stanno a cuore

Cultura Imprenditoriale
Collegamento Scuola-Impresa
Formazione on the job

Le proposte

Cultura Imprenditoriale

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

Collegamento Scuola-Impresa

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

Formazione on the job

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

INNOVAZIONE

Parole chiave

Accessibilità
Informazione
Semplificazione

L'eccellenza in numeri

Circa un milanese su cinque che lavora nel privato si trova ad operare in un settore "smart". Ed è Milano la capofila dell'innovazione in Italia con quasi 17mila imprese su un totale nazionale di 152mila, un quarto degli addetti del settore (216mila su 829mila) e dei brevetti nazionali depositati (oltre 2mila su 9mila).

Qui nascono circa 5 start up innovative a settimana, quasi una su sei di tutte quelle che vengono create in Italia. Le imprese giovanili iscritte alla Camera di Commercio di Milano sono meno del 10% del totale, circa 25mila.

Vi sono 49 spazi di co-working a Milano e 8 incubatori d'impresa certificati. A seguito dei bandi pubblicati dal MIUR e dalla Regione Lombardia nel 2012, a Milano sono stati attivati 14 Progetti Smart City, finanziati con fondi europei. La Camera di Commercio gestisce in modalità telematica quasi 290mila pratiche su 467mila.

I temi che ci stanno a cuore

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

Le proposte

Smart city e burocrazia zero

■ Tecnologia per il turismo.

- Attivazione di una **Milano Card** multifunzione che permetta anche di tracciare i comportamenti dei turisti e di costruire campagne di marketing ad hoc conoscendone preferenze e stili di vita, in ottemperanza alla normativa sulla privacy.
- Creazione di un'applicazione digitale unica plurilingue collegata alla Milano Card contenente eventi, fiere, moda, design, arte, biglietti elettronici per gli spostamenti con nuove offerte ATM.

■ Amministrazione "amica delle imprese".

- Tutte le PA comunali dovrebbero essere gestite con un unico sistema informativo.
- Confermare la **gestione del SUAP** – Sportello Unico per le Attività Produttive alla Camera di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato di Milano, anche in prospettiva Metropolitana.

Giovani imprenditori, start up e nuova impresa

■ Dedicare una linea di bilancio comunale all'**associazionismo giovanile**.

■ **Incubatori di start up senza duplicazioni.** Negli ultimi anni vi è stata una proliferazione di incubatori, ma il problema delle start up appare essere non tanto l'avvio, quanto il tasso di mortalità. Creazione di un polo unico sul tema.

■ **Creazione di GIVE**, un Gabinetto Innovation Venture capital presso il Comune di Milano per assicurare l'attrazione di venture capital dedicato all'innovazione e alle imprese del futuro.

■ Realizzazione del **bando** rivolto alle associazioni imprenditoriali "**Aggiungi un posto al tavolo**", che generi un'attività di matching tra PMI con postazioni di lavoro disponibili e giovani startupper dei servizi. I giovani professionisti offrirebbero un servizio temporaneo all'azienda (rifacimento sito, piano di comunicazione, revisione dell'immagine social aziendale) in cambio della postazione di lavoro. Il valore delle associazioni imprenditoriali sarebbe quello di raccogliere e selezionare l'offerta disponibile.

Infrastrutture digitali

■ Valorizzazione e pieno utilizzo dell'**ecosistema digitale E015**.

- Arricchire le applicazioni integrate esistenti del Comune di Milano con nuovi flussi informativi (come ad esempio il portale dell'infomobilità) e proseguire nella pubblicazione di flussi informativi conformi a E015.
- Sviluppare azioni per la promozione dell'utilizzo di glossari applicativi condivisi, al fine di standardizzare ulteriormente i flussi informativi del territorio. Richiedere ad esempio la **partecipazione ai bandi comunali su piattaforma E015**.
- Attuare azioni di promozione, comunicazione e diffusione del nuovo metodo di collaborazione, che prevedano iniziative di formazione su E015 e di incentivazione all'adozione di E015.

■ Efficientamento ed ampliamento delle **isole digitali Wi-Fi**.

■ Accelerare il superamento del digital divide infrastrutturale tra Milano e territorio Metropolitan, in particolare rispetto alla diffusione della **banda larga**.

SOLIDARIETÀ E SICUREZZA

Parole chiave

Presenza
Possibilità
Periferie

L'eccellenza in numeri

La Fondazione Welfare Ambrosiano è stata costituita nel 2009 da Sigle sindacali (CGIL, CISL, UIL), Camera di Commercio di Milano, Comune di Milano e Provincia per promuovere il micro-credito: le famiglie in situazioni di disagio possono ricevere fino a 10mila euro in 5 anni con il Credito Solidale Sociale, mentre per i lavoratori in difficoltà che cercano di mettersi in proprio vengono messi a disposizione fino a 20mila euro in 7 anni con il Credito Solidale d'Impresa.

Dalla sua nascita, la Fondazione ha aiutato oltre 2mila famiglie in difficoltà, erogando più di 8 milioni di euro. D'altra parte, le imprese sociali a Milano sono oltre 4mila, cresciute di quasi il 5% nel 2015 e del 12% negli ultimi quattro anni.

Le imprese milanesi temono principalmente tre scenari: una città poco sicura (10,1%), una città polarizzata tra povertà e benessere (6,2%), una città degradata (5,9%). E il 23,1% delle imprese cita come prima richiesta la sicurezza.

I temi che ci stanno a cuore

Welfare Ambrosiano
Commercio come presidio sociale, sicurezza, lotta alla contraffazione e all'abusivismo
Decentramento, Municipalità e Periferia

Le proposte

Welfare Ambrosiano

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

Commercio come presidio sociale, sicurezza, lotta alla contraffazione ed abusivismo

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

Decentramento, Municipalità e Periferia

- Creazione di una **Commissione Rammendo Urbano** che –anche in una prospettiva di neo costituita Città Metropolitana- favorisca la tenuta di un tessuto socio-economico omogeneo, indifferentemente dal posizionamento geografico di una certa area cittadina. La Commissione dovrebbe essere costituita dal Comune di Milano, dall'associazione del commercio maggiormente rappresentativa, dalla Curia di Milano e dalla *Consulta Periferie Milano*, al fine di raccogliere le segnalazioni sulle zone critiche e mettere a sistema i progetti di sviluppo disponibili sul territorio, in particolare quelli destinati al decoro urbano, alla cultura e al commercio.
- Le Municipalità dovrebbero rispettare due principi:
 - **semplificare e non duplicare** gli adempimenti a carico delle imprese, in particolare nelle autorizzazioni, seguendo una logica di sussidiarietà verticale.
 - **essere uno strumento di controllo del territorio, non di dispersione** delle funzioni di programmazione. Il Comune deve garantire la visione d'insieme.



MODA E DESIGN

Parole chiave

Attrarre
Coordinare
Difendere

L'eccellenza in numeri

La moda a Milano coinvolge 13mila imprese, quasi 9mila solo nel settore commercio, e impiega 83mila addetti.

Il design e l'arredamento muovono nel nostro territorio un fatturato di quasi 5 miliardi di euro, impegnando oltre 5mila imprese.

Le Settimane della Moda e il Salone del Mobile sono gli eventi intorno ai quali si è costruita l'identità di Milano, tanto che per sei visitatori su dieci il Salone del Mobile è l'evento centrale dell'attrattività cittadina, con oltre 310mila visitatori nel 2015 e un indotto turistico stimato sulla città di 150 milioni di euro.

Milano Moda Donna ha attirato lo scorso anno oltre 200mila visitatori a settembre, HoMi ne ha contati 94mila e Host circa 150mila.

Più popolare è un comparto, più risulta a rischio di aggressione criminale: a Milano il 73% dei pezzi contraffatti sequestrati riguarda il comparto moda.

I temi che ci stanno a cuore

Attrattività internazionale
Grandi eventi diffusi
Tutela e trasparenza del mercato

Le proposte

Attrattività internazionale

- Attivazione di un'unica **Milano card multifunzione**, collegata ad un'app digitale, che permetta di acquistare l'accesso alla Fiera, di ricevere inviti agli eventi "Fuori Fiera" e di accedere ad una scontistica in negozi, alberghi e pubblici esercizi convenzionati.
- Insiediare alcuni **desk/punti informativi** presso gli aeroporti (Malpensa e Linate) e le stazioni ferroviarie (con il coinvolgimento di SEA, grandi Stazioni Ferroviarie dello Stato, Trenord, ATM, Fiera Milano, CCIAA Milano, Confcommercio Milano).
- Elaborazione di un **pacchetto di facilitazioni** per agevolare i visitatori che partecipano agli eventi, ai congressi e alle fiere.
- Organizzazione regolare di visite ai grandi eventi cittadini di **opinion maker** e giornalisti internazionali e loro promozione attraverso **roadshow all'estero** che pubblicizzino l'italicità e la milanesità, ad esempio con la Triennale per valorizzare il Salone del mobile.

Grandi eventi diffusi

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

Tutela e trasparenza del mercato

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



COMUNICAZIONE ED EDITORIA

Parole chiave

Affermazione
Programmazione
Racconto

L'eccellenza in numeri

Oltre 13mila imprese della comunicazione hanno sede a Milano, che supera la Capitale per quanto riguarda il numero di imprese nel comparto dell'editoria, mentre altre 6mila imprese operano nel campo della pubblicità.

Lavora a Milano un addetto italiano su tre del settore, che vale 31 miliardi di euro e produce il 56% del fatturato nazionale.

I milanesi sono sempre più informati: trascorrono 7 ore al giorno tra nuove tecnologie e media tradizionali, come stampa e televisione.

I temi che ci stanno a cuore

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

Le proposte

Milano, hub italiano della comunicazione

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

Programmazione culturale cittadina e sponsorizzazioni

- Affinamento del *progetto Expo in Città* attraverso:
 - creazione di un catalogo eventi selezionato, che preveda un forte utilizzo della promozione sui social media.
 - attività di matching per fare incontrare eventi e sponsorizzazioni.
- Creazione di un **sito sul modello KickStarter** per raccogliere fondi per finanziare:
 - i grandi enti culturali milanesi in difficoltà.
 - gli eventi privati selezionati da Expo in Città.
- **Omologazione degli orari dei musei**, con aperture straordinarie programmate e condivise. Identificazione di un museo-icona cittadino con mostre temporanee di ampio richiamo. Rilancio della Grande Brera.

Il racconto di Milano-Brand Milano

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

RISTORAZIONE E FOOD

Parole chiave

Regole
Controllo
Equilibrio

L'eccellenza in numeri

Nella produzione alimentare Milano è cresciuta in un anno del 3,7%, prima in Lombardia per numero di imprese alimentari (oltre 1600) con un valore di produzione di 11 miliardi.

Il capoluogo lombardo conta 17mila attività nel settore della ristorazione, cresciuto del 3% tra il 2014 e il 2015.

È questo un settore differenziato e accogliente, spesso tra le prime scelte dei giovani imprenditori, tanto che nella ristorazione milanese cresce costantemente la percentuale degli under 35 titolari di impresa.

Infine, a Milano un'impresa su quattro è straniera (26,2% sul totale), con un'offerta di oltre 4mila attività straniere, cresciute di circa l'8% in un anno.

I temi che ci stanno a cuore

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

Le proposte

Mercati generali e sistema di approvvigionamento

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

Regolazione attività pubblici esercizi

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

Sviluppo dei Food District

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



SVILUPPO DELLA CITTÀ

Parole chiave

Progettualità
Riqualificazione
Terziarizzazione

L'eccellenza in numeri

Milano, prima in Lombardia con il 39,1% delle unità immobiliari censite (circa 2,3 milioni), detiene il primato nazionale per numero di uffici mentre è seconda, dopo Roma, per abitazioni e negozi.

A Milano si contano 92mila ingressi medi giornalieri in Area C, vi sono 4 linee della metropolitana già funzionanti e una in corso di costruzione, 182 km di piste ciclabili, un'ampia rete di car e bike sharing.

In questi ultimi anni, gli interventi di sviluppo immobiliare sono stati di grande impatto: ad esempio Porta Nuova (380 unità abitative in 13 edifici), City Life (366mila mq) o la Fondazione Feltrinelli - Porta Volta (17.268 mq).

L'area di Expo è detenuta dalla società Arexpo ed ha una superficie di oltre 1 milione di mq, attualmente è un'area tra le più infrastrutturate d'Italia tra collegamenti e servizi, la superficie edificabile è di 480mila mq, di cui oltre 30mila destinati ad housing sociale e residenza universitaria.

Il Parco Pluritematico ipotizzato dal Masterplan CdP insisterebbe su un'area di 500mila mq.

L'eventuale riapertura dei Navigli ha un costo valutato di 406 milioni di euro e una previsione di benefici collettivi di circa 800 milioni di euro.

I temi che ci stanno a cuore

Infrastrutture e logistica
Sviluppo immobiliare
Aree post Expo

Le proposte

Infrastrutture e logistica

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

Sviluppo immobiliare

- Istituire **premieria fiscale** per:
 - proprietari di immobile con una *Bottega Storica* insediata al suo interno che si impegnino a mantenerla nel tempo;
 - proprietari di immobili che apportano un miglioramento del livello di certificazione energetica.
- Rendere **strutturale la misura che agevola le imprese danneggiate dai cantieri**, inserendo tale misura direttamente nei capitolati di gara.
- **Focus su decoro urbano**: azione incisiva sul lavaggio graffiti e imbrattamento muri e manutenzione delle strade.
- **Implementazione del lavaggio stradale**, che permetta di tenere sotto controllo il sollevamento del particolato, e contestuale obbligo delle proprietà di contribuire al lavaggio dei marciapiedi.

- Promuovere **progettualità urbanistiche di respiro** in grado di assumere significati simbolici nel recupero dell'identità cittadina, ma anche di ampliare il suo potenziale di attrattività, come ad esempio **la parziale riapertura dei Navigli**, nell'ottica di una città europea veloce nei collegamenti e nei servizi, ma "slow" in senso contemporaneo nelle scelte legate alla qualità della vita.

Aree post Expo

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

Glossario

Black Friday. È il “venerdì nero” in cui tradizionalmente negli Stati Uniti comincia la stagione dello shopping natalizio con un giorno di sconti speciali. Cade ogni anno il giorno successivo al Thanksgiving Day, il Giorno del Ringraziamento.

Bottega storica. Riconoscimento assegnato dal Comune di Milano alle attività commerciali e artigiane con almeno 50 anni di attività, caratterizzate da un forte radicamento urbano. A Milano è stato istituito un Albo al fine di tutelare gli esercizi rientranti in questa tipologia.

Brand Milano. Comitato creato su iniziativa del Comune di Milano nel 2012, che si sta attualmente evolvendo in Associazione e che coinvolge associazioni imprenditoriali e culturali, sistema universitario, società partecipate per elaborare e diffondere la narrazione della città di Milano e del territorio Metropolitano.

Bussole. Collana editoriale di Confcommercio-Imprese per l'Italia focalizzata sull'innovazione nelle imprese del terziario. Finora sono stati pubblicati 9 volumi dedicati: al bar, alla ristorazione, all'illuminazione del punto vendita, al negozio nell'era di internet, al negozio di arredamento, alle start up, al vending, al negozio alimentare, alle vendite su E-Bay.

CAPAC – Politecnico del Commercio. Istituto fondato da Confcommercio Milano insieme a Comune e Provincia di Milano, Camera di Commercio, Fondazione Cariplo; è oggi accreditato presso la Regione Lombardia e offre servizi formativi per tutti i comparti del terziario, tra cui commercio, filiera alimentare, ristorazione e pubblici esercizi, turismo ed estetica.

CFMT - Centro di Formazione Management del Terziario. È una business school altamente specializzata che nasce nel 1994 per iniziativa di Confcommercio e di Manageritalia; è la knowledge community di oltre 20mila dirigenti e 8mila aziende del settore terziario.

Consulta Periferie Milano. È nata nel 2005, su iniziativa di promotori quali circoli di quartiere, associazioni culturali e commerciali di via, per elaborare proposte, promuovere incontri e manifestazioni con le realtà sociali, culturali e la cittadinanza per individuare soluzioni alle problematiche delle periferie di Milano.

CreAttivamente Negoziando. Iniziativa dei Giovani Imprenditori di Confcommercio La Spezia, volta a coinvolgere studenti di istituti tecnici superiori nel ripensamento, sulla base delle loro competenze e delle tendenze di mercato, di spazi fisici commerciali sfitti.

Destination Management Organization (DMO). Gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione turistica (attrazioni, accesso, marketing, risorse umane, immagine e prezzi) attraverso il collegamento di molteplici soggetti che operano sul territorio.

E015 Digital Ecosystem. Ambiente digitale di cooperazione aperto, competitivo, non discriminatorio e concorrenziale per lo sviluppo di applicazioni software integrate a beneficio di tutti gli enti e le imprese del territorio, nato dalla collaborazione tra la società Expo 2015 SpA e Confindustria, CCIAA di Milano, Confcommercio, Assolombarda e Unione del Commercio, con il coordinamento tecnico-scientifico di CEFRIEL - Politecnico di Milano. Dal 31 ottobre 2015 Regione Lombardia è subentrata alla società Expo 2015 SpA per proseguire nella gestione e nello sviluppo di E015.

Ente Mutuo Unione Confcommercio - Società di Mutuo Soccorso. Fondata nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti, è una società di mutuo soccorso che non ha scopi di lucro e ha per oggetto l'assistenza sanitaria dei propri iscritti: attualmente ne annovera circa 25.000 ed è tra le più importanti a livello nazionale.

Expo in Città. Progetto del Comune di Milano e Camera di Commercio di Milano, nato in prospettiva di Expo 2015, per creare un palinsesto unitario di eventi che permettesse a turisti, cittadini e city user di identificare appuntamenti culturali, sportivi e ricreativi di Milano.

Farmer market. Tipologia di mercato in cui gli agricoltori vendono i loro prodotti alimentari direttamente ai consumatori.

FIDICOMET. È una Cooperativa di Garanzia Fidi, nata nel 1977 per volontà di Confcommercio Milano, che opera con l'obiettivo di favorire l'accesso al credito bancario per gli operatori del Commercio, Turismo, Servizi e delle Professioni delle province di Milano, Lodi e Monza Brianza.

Fondazione Welfare Ambrosiano. È un ente no-profit che promuove iniziative a favore dei lavoratori milanesi in difficoltà economica. È stata istituita nel 2009 da Comune di Milano, Provincia di Milano, Camera di Commercio di Milano, Camera del Lavoro Metropolitana di Milano, CISL Milano, UIL Milano e Lombardia, diventando poi operativa nel 2011.

Food Truck. Camioncino itinerante – di diverse dimensioni – con cucina attrezzata e che propone pasti di qualità.

Home restaurant. Ristorante occasionalmente aperto in un'abitazione privata per sconosciuti (viaggiatori soprattutto) che avranno la possibilità di sperimentare la cucina originale del luogo.

Kickstarter. Sito web di crowdfunding volto al supporto di progetti creativi, in cambio di una ricompensa materiale o un'esperienza unica, come una lettera personale di ringraziamento o il primo collaudo di un nuovo prodotto.

Milano ID-Card. Carta che dà diritto agli studenti universitari, specialmente stranieri, a una serie di servizi come visite guidate ai musei, assistenza per l'ottenimento dei documenti di soggiorno o un aiuto nella ricerca di una abitazione a Milano. È stata creata dal 2015 da un accordo tra Comune di Milano, Camera di Commercio di Milano e le principali università e accademie milanesi.

Progetto Ri-Milano. Progetto nato nel 2015 per iniziativa del Comune di Milano volto a creare una nuova struttura per l'accoglienza low cost rivolta in particolar modo ai familiari dei degenti dell'Istituto Europeo di Oncologia.

Reverse mentoring. Programmi di affiancamento, tutoring e formazione in azienda in cui i più giovani in azienda insegnano ai senior l'utilizzo delle tecnologie, in particolare informatiche.

Save the Bees. Progetto nato da un gruppo di architetti milanesi per collegare concettualmente il tema delle api e dell'alveare con l'alacrità dell'imprenditoria milanese e l'interfunzionalità del suo sistema economico.

Shelly. Applicazione che aggiorna e avvisa in tempo reale sulle situazioni di potenziale pericolo intorno a una certa zona attraverso l'invio di una notifica sul cellulare.

Street food. “Cibo di strada”, secondo la definizione della FAO, costituito da quegli alimenti, incluse le bevande, già pronti per il consumo, venduti soprattutto in strada o in altri luoghi pubblici, anche da commercianti ambulanti.

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

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

Mandato in stampa il 15 marzo 2016
A cura della Direzione Relazioni Istituzionali
Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza