



ELEZIONI AMMINISTRATIVE  
MILANO 2016

Milano



Comune  
di Milano

## PROPOSTE PER LA CITTÀ

Il punto di vista degli operatori  
commerciali, del turismo e dei servizi.

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



Nella mano del Poeta  
così densa di dolore  
hai messo la rosa  
del tuo sorriso un giorno,  
a dire che la grande  
assoluzione è nel cuore di Dio.  
Milano città perfetta  
ha bisogno di un fiore  
che lungamente sorrida.

A. MERINI



Il Presidente **Andrea Painini**  
Confesercenti Milano  
Lodi - Monza Brianza

Questo documento è il risultato di un lavoro che parte da lontano, ed ha come fondamento il quotidiano ascolto dei nostri imprenditori.

In questi ultimi mesi, con la modalità del confronto schietto e costruttivo, abbiamo incontrato uno ad uno intorno ad un tavolo tutti i candidati sindaco di Milano, arricchendo così, di volta in volta, il nostro bagaglio di esperienze ed informazioni.

Il Sindaco è il Primo Cittadino, figura simbolo della vicinanza delle istituzioni al territorio, depositario della fiducia dei propri cittadini che lo identificano come l'attore principale dei successi o degli insuccessi della città: un ruolo impegnativo e carico di responsabilità che, secondo noi, vedrà nel suo realizzarsi a pieno la capacità di fare squadra con la propria amministrazione e di lavorare in sinergia con i "portatori sani di valori" del tessuto economico e sociale.

Noi siamo disponibili a collaborare, mettendo a disposizione quasi mezzo secolo di storia al fianco delle imprese italiane ed un forte radicamento nel territorio milanese, con la consapevolezza che ognuno deve avere chiaro il proprio ruolo e le proprie responsabilità, ma anche che fare sistema non potrà più essere una scelta.

Il miglioramento della qualità della vita è un obiettivo primario, pertanto guardiamo al futuro cercando di far emergere modelli aziendali sostenibili, che siano promotori di valori etici e di una leadership morale nella gestione degli affari.

Buon lavoro  
*Andrea Painini*

## PREMESSA

Diceva una vecchia canzone “...lassa pur ch’el mond el disa, ma Milan l’è un gran Milan...”. Mai questa popolare strofa, almeno nella sua seconda parte, è apparsa più aderente all’attualità e alle prospettive della nostra città.

**Milano e la sua area metropolitana competono a livello internazionale, in diversi campi, in una posizione di preminenza.** È una delle aree urbane più dense del continente e del mondo, primario snodo dell’economia della conoscenza e della informazione, incubatore di eccellenze produttive storiche e di avanguardia. Grazie al ruolo centrale di università e istituti di alta formazione, di settori produttivi come quelli del design, della moda e creatività, ma anche quelli del medicale, delle plastiche avanzate, delle nano tecnologie e della ingegneria dei materiali, continua ad essere all’altezza della sfida internazionale.

**Anche sul fronte commerciale,** Milano vanta l’unica Fiera italiana in grado di competere con le migliori realtà europee. Ma è soprattutto nella sua funzione di **vetrina del made in Italy** più prestigioso, nella sua naturale **vocazione all’eccellenza e alla creatività**, nella sua **intraprendenza e dinamicità** che si esprime il carattere più internazionale, il potenziale più innovativo, il capitale più prezioso dell’anima commerciale cittadina. Milano è sempre più centro di elaborazione, interprete e protagonista di una **trasformazione degli stili di vita e di consumo**, di modalità di accesso e fruizione innovativi a beni e servizi più o meno tradizionali, capaci di arricchire il momento dell’acquisto di contenuti e esperienze più complesse, contaminando e fondendo generi e opportunità in spazi fisici di nuova concezione. Come prendere un

aperitivo o pasteggiare in libreria, scoprire un’intera filiera di servizi ascoltando una conferenza in uno spazio di coworking, offrire le proprie competenze in lavori idraulici in cambio di qualche ora di baby sitting comperando il giornale all’edicola del proprio quartiere.

**Fantasia, ispirazione creativa, innovazione, spirito imprenditoriale stanno già profondamente trasformando il tessuto delle polarità commerciali cittadine più centrali e di pregio:** e potrebbero diventare il lievito di una progressiva contaminazione nella quale, partendo da un bacino di sperimentazione privilegiato, l’emulazione coniugata al buonsenso possano generare modelli adatti a rigenerare il tessuto commerciale di tutta la città.

Anche **in termini quantitativi il cuore dell’economia cittadina e metropolitana**, per numero di imprese, di addetti e di volume del fatturato, è **sempre più rappresentato dal commercio** e dal terziario. È quindi inevitabile che i temi specifici di questi settori si intreccino e innervino di sé capitoli più generali del governo della città.

Analizzare problemi, avanzare richieste e proporre suggerimenti provenienti dagli operatori economici del commercio e del turismo, significa necessariamente e continuamente “fare la spola” tra il generale cittadino e il particolare di categoria senza soluzione di continuità.

Questo cercheremo di fare con il presente documento, rifuggendo dall’illusione di fornire una visione organica del governo della città, ma cercando di proporre alcuni spunti di riflessione/azione che scaturiscono dalle esperienze dirette e dalle angolature più specifiche delle realtà economiche rappresentate dalla nostra Associazione.

## IL PUNTO DI PARTENZA

Non è necessario in questa sede snocciolare dati statistici, eclatanti quanto scontati, che quantifichino gli **effetti generali di una crisi economica** che si è estesa a tutti i livelli del sistema Paese, innescando una spirale depressiva che ha intaccato in modo pervasivo e in profondità il tessuto economico e sociale nazionale.

Un panorama reso ancora più selettivo e destabilizzante per i nostri comparti economici di riferimento dalla repentina **diffusione di massa**, stimolata/intercettata da grandi investimenti/realtà anche multinazionali, di modalità di fruizione di beni/servizi come il **commercio elettronico** e la cosiddetta “**sharing economy**”, fino a poco tempo fa limitati a fenomeno di nicchia.

Il tutto in un contesto territoriale caratterizzato, anche nello specifico dell’area metropolitana milanese, dalla progressiva accentuazione dello sbilanciamento della rete commerciale, provocato dalla incontrollata **proliferazione dei grandi centri commerciali**, ma soprattutto dalla loro allocazione esclusiva **fuori dai confini cittadini**. Situazione che, convogliando grandi flussi di con-

sumatori verso quello che una volta era definito hinterland, disassano completamente in direzione centrifuga il sistema, determinando un’impoverimento del tessuto commerciale cittadino.

Appare però più utile iniziare la nostra riflessione dai numeri forniti dall’**Osservatorio Confesercenti (2015)**, che mostrano chiaramente come **le difficoltà, per i settori del commercio al dettaglio e del turismo, sono ben lontane dall’essere superate.**

Per il commercio al dettaglio nel Comune di Milano lo scorso anno si sono registrate 802 chiusure di impresa (più di due al giorno), un calo trainato dalle cessazioni di negozi no food (-723).

Il conto delle chiusure, se si esamina la provincia, sale a 1483 (186 nell’alimentare e 1297 nel no food), segno di una sofferenza ancora maggiore al di fuori del territorio strettamente cittadino.

Soffrono anche le imprese dell’alloggio e somministrazione, nonostante Expo: a Milano ci sono state 600 chiusure, che diventano 1.108 se si considera il territorio provinciale.



COMMERCIO AL DETTAGLIO	ISCRIZIONI			CESSAZIONI			SALDO		
	ALIMENTARE	NON ALIMENTARE E NON SPECIALIZZ.	TOTALE	ALIMENTARE	NON ALIMENTARE E NON SPECIALIZZ.	TOTALE	ALIMENTARE	NON ALIMENTARE E NON SPECIALIZZ.	TOTALE
COMUNE DI MILANO	87	412	499	79	723	802	8	-311	-303
PROVINCIA DI MILANO	154	719	873	186	1297	1483	-32	-578	-610



ALLOGGIO E SOMMINISTRAZIONE	ISCRIZIONI	CANCELLATE	SALDO
COMUNE DI MILANO	452	600	-148
PROVINCIA DI MILANO	866	1108	-242

Questi dati dimostrano in modo evidente la criticità dell'attuale situazione, testimoniando come **commercio al dettaglio e turismo**, in quanto settori cruciali del presente e del futuro dell'economia cittadina, **devono essere posti al centro dell'azione dell'amministrazione cittadina e metropolitana**, nella valutazione e ricerca di ricadute specifiche derivanti da provvedimenti su aspetti di carattere generale, come nella realizzazione di interventi di promozione e sostegno settoriali.

## CITTÀ METROPOLITANA E MUNICIPI

Il governo di questioni fondamentali attinenti lo sviluppo economico del suo complesso, la pianificazione territoriale e urbanistica, le infrastrutture e la mobilità, le reti energetiche e informatiche, i servizi pubblici e le politiche ambientali dovranno necessariamente trovare il livello naturale di pianificazione, progettazione e gestione in un governo metropolitano.

Di pari passo la gestione di tutta una serie di aspetti della amministrazione cittadina hanno bisogno di essere gestiti in modo più decentrato, più puntuale e vicino al territorio, ai cittadini e alle imprese e ai loro bisogni.

Ben venga quindi l'avvento della **Città Metropolitana** e il rafforzamento del decentramento con il passaggio dalle Zone alle **Municipalità**.

Purchè il passaggio di poteri e competenze dal Comune alle due nuove istanze sia netto, e il trasferimento di risorse umane ed economiche reale. Sarebbe drammatico per cittadini e imprese assistere ad una moltiplicazione di livelli amministrativi e decisionali, di strutture e uffici, di sovrapposizioni di competenze e di intrecci burocratici.

### IN BREVE

- Definire attentamente competenze, funzioni e risorse di Città Metropolitana e Municipi, evitando ridondanze e sovrapposizioni con quelle del Comune di Milano.



## MACCHINA AMMINISTRATIVA E IMPRESE: SEMPLIFICAZIONE E SMATERIALIZZAZIONE DELLA BUROCRAZIA

Gli obiettivi alla base del **SUAP** e di Impresa in un giorno sono ancora lontani dall'essere raggiunti. Ancora troppo spesso, per tutta una serie di pratiche, il rimbalzo tra uffici e gli intrecci di competenze sono una regola, la certezza dei tempi di conclusione di una pratica e il suo completamento tramite sportelli virtuali in rete un miraggio. Non si tratta solo di procedere rapidamente ad ampliare il ventaglio di procedimenti per i quali sia possibile accedere ad un unico punto di interlocuzione, sia esso fisico o virtuale, ma di riformare la macchina amministrativa che sta dietro allo sportello unico: **semplificare radicalmente adempimenti e stratificazione delle competenze, razionalizzare la comunicazione e l'integrazione tra uffici**, facendo diventare obiettivo primario il raggiungimento del risultato, anziché la formalizzazione bizantina delle procedure.

Centrale è ovviamente da questo punto di vista colmare il pesante ritardo nell'**informatizzazione della macchina comunale**, che può essere accelerata e resa realmente performante anche sfruttando partnership con grandi aziende private del settore.

L'interfaccia tra l'amministrazione e gli utenti deve sempre di più essere smaterializzata e semplificata: fondamentale è quindi **mettere in rete e razionalizzare il complesso dei siti web isti-**

**tuzionali**, concentrando l'attenzione sulla **accessibilità**, aumentando volume e tipologia di documentazione/atti disponibili, sulla **interattività** (bidirezionalità del flusso informativo e della costruzione di contenuti) e soprattutto sulla modularità/**customizzazione** dei contenuti.

In questa ottica è irrinunciabile ampliare l'estensione della **rete wifi pubblica**, anche attraverso il potenziamento e l'integrazione delle reti esistenti, e migliorarne le prestazioni. Argomento del più ampio e ampiamente veicolato, ma scarsamente applicato, processo della **trasformazione "smart"** del rapporto con cittadini e imprese, che deve rendere disponibile ai dispositivi in mobilità la più ampia gamma di servizi possibile.

### IN BREVE

- Potenziare e ampliare i servizi dello sportello unico.
- Semplificare le procedure amministrative.
- Migliorare il coordinamento e eliminare le sovrapposizioni tra uffici comunali.
- Informatizzare gli uffici in partnership pubblico-privata.
- Ampliare i contenuti, migliorare l'accessibilità e personalizzare i servizi web.
- Coordinare i siti web istituzionali e privati.
- Potenziare la rete wifi pubblica e i servizi in mobilità.



## L'AMMINISTRAZIONE COMUNALE E LE ASSOCIAZIONI

L'argomento merita un capitolo a parte, legato al precedente anche perché spesso al centro delle rimozioni degli esercenti riuniti in forme associative più o meno formalizzate.

Anche in conseguenza della sostanziale crisi della maggioranza dei DUC (che oscillano tra funzioni di mera periodica intercettazione e distribuzione di finanziamenti regionali e, nel mezzo, di "discutifici" permanenti con scarsa capacità di interpretazione delle esigenze del tessuto commerciale locale e di conseguente iniziativa), si moltiplicano in città **esperienze associative spontanee di esercenti**, comprendenti anche comitati di cittadini e espressioni del sociale, che progettano manifestazioni, eventi e iniziative volte a migliorare la vivibilità, fruibilità e vitalità di vie e quartieri. Autorganizzandosi e autofinanziandosi senza alcun onere per le casse comunali, talvolta intervenendo su miglioramento degli arredi e del decoro urbani, talvolta progettando e mettendo in condivisione servizi e forniture. Di fatto **vicariando azioni e funzioni cui l'amministrazione cittadina non riesce a fare fronte**.

Queste realtà chiedono di essere ascoltate, in quanto antenne efficaci di ricezione di bisogni e problemi, e consultate come possibile cartina di tornasole dell'efficacia/utilità dei provvedimenti della AC. Ma soprattutto di non essere ostacolate nella loro attività e nella realizzazione di iniziative sul territorio dalla frapposizione di poco sensati vincoli/ostacoli burocratici. Di veder **riconosciuta la loro funzione economica e sociale** attraverso la concessione di condizioni facilitanti, di sconti su tasse e tributi (Cosap, Pubblicità), di corsie preferenziali rispetto ad iniziative con finalità puramente economiche.

In parallelo la questione del **rapporto tra le Associazioni di Categoria e l'Amministrazione Comunale**. Che deve a nostro avviso superare l'attuale carattere episodico, spesso motivato da esigenze di mera "copertura" e divulgazione di provvedimenti già predisposti, per assumere le caratteristiche di **coinvolgimento stabile**, di **consultazione continuativa**. Come presenza anche nelle fasi di individuazione e progettazione degli obiettivi e delle modalità di attuazione delle azioni amministrative, oltre che nella valutazione dei risultati conseguiti: sia su temi specificamente attinenti alle categorie rappresentate, che su argomenti di contesto più generale, in virtù delle loro ricadute sugli operatori del settore. A questo proposito, e collegato al tema della semplificazione/sburacratizzazione delle procedure, appare essenziale moltiplicare le esperienze già in atto di collaborazione e integrazione con gli uffici comunali, mediante la sottoscrizione e la piena applicazione di **protocolli di intesa** finalizzati ad attribuire alle Associazioni di Categoria, attraverso propri funzionari qualificati, la **predisposizione e l'espletamento di pratiche**.

### IN BREVE

- ▶ Instaurare e stabilizzare un rapporto di coinvolgimento e collaborazione tra AC e associazioni di commercianti di via/quartiere.
- ▶ Favorire le iniziative sul territorio delle associazioni di via/quartiere attraverso facilitazioni procedurali, detassazioni (cosap, pubblicità) e contribuzioni.
- ▶ Coinvolgere stabilmente le Associazioni di Categoria nelle fasi di preparazione, attuazione e verifica dei provvedimenti dell'AC.
- ▶ Potenziare i protocolli di intesa tra AC e Associazioni di Categoria per la predisposizione e l'espletamento di pratiche amministrative.

## RIGENERAZIONE COMMERCIALE E COMMERCIO DI VICINATO IN SEDE FISSA

I dati statistici più generali, accompagnati da una semplice passeggiata in città, non solo e necessariamente in zone periferiche, dimostrano che uno dei temi centrali per la difesa e il rilancio delle attività commerciali è il **sostegno degli esercizi di prossimità** e il **contrasto della desertificazione commerciale**.

Non è il caso di dilungarsi nella descrizione dell'**importanza sociale, oltre che economica, di un tessuto commerciale di negozi al dettaglio diffuso, diversificato e qualificato**, come servizio ai residenti, in particolare per le categorie più deboli con una scarsa propensione alla mobilità, come presidio di vivibilità e elemento fondamentale di animazione di vie, piazze e quartieri. È invece essenziale cercare di individuare le cause del continuo impoverimento di questo tessuto, studiare soluzioni efficaci e ragionevolmente realizzabili operando a tutti i livelli possibili.

E innanzitutto necessario conoscere il malato prima di proporre la soluzione: non esiste tutt'oggi, nemmeno nei database camerali, un **censimento delle imprese commerciali e dei pubblici esercizi** contenente consistenza numerica, dati dimensionali, tipologia/merceologia, con particolare riferimento alle piccole attività di vicinato. Né sono disponibili studi di natura non accademica che individuino sul campo quali sono i principali fattori di sofferenza, di derivazione non generale/nazionale, sui quali intervenire per attenuare difficoltà e rimuovere ostacoli.

Come citato precedentemente, è comunque indiscutibile che una certa parte delle difficoltà dei piccoli esercizi derivino dalla perdurante assenza di una ponderata e sistematica pianificazione diretta a **regolare l'insediamento di nuovi ipermercati/centri commerciali di grandi dimensioni**, a tutti i livelli di governo, da quello regionale fino a quello cittadino. **Lo sbilanciamento della rete commerciale** non è un dato puramente quantitativo e dimensionale (equilibrata proporzione tra le diverse categorie di superfici di vendita) conside-

rato sul complesso dell'area metropolitana o in ambito regionale. Ma è anche sensibilmente uno sbilanciamento territoriale **all'interno dello specifico metropolitano milanese**: con i grandi centri commerciali periferici, esistenti e nascenti, che in forza della potenza di fuoco rappresentata dalla varietà, industrializzazione e concorrenzialità della propria offerta, drenano in direzione centrifuga grandi flussi di consumatori, sottraendoli alla pancia molle del commercio cittadino, rappresentato dalla sua fetta meno qualificata, specializzata, non caratterizzata in senso distrettuale dalla appartenenza a polarità/centralità sufficientemente compiute e attrattive.

In questo senso, una equilibrata pianificazione indirizzata all'inserimento di **moderne strutture di vendita anche all'interno della cintura cittadina** potrebbe contribuire alla rivitalizzazione/ricompattazione del tessuto commerciale cittadino e al recupero della sua attrattività periferica: questo a patto che sia condizionata ad un attento studio dell'integrazione quali/quantitativa (mix commerciale) con il contesto locale esistente, diretta a catalizzare nuove opportunità, stimolare specializzazione e qualificazione dell'offerta, creare sinergie nella direzione di un reciproco rafforzamento, per la creazione di nuovi centri di originale e integrata attrattività. La concessione delle autorizzazioni deve perciò prevedere su questi aspetti una prioritaria e discriminante fase di **progettazione preliminare in partnership pubblico/privata**, seguita di un **processo permanente di monitoraggio e verifica periodica**, attraverso un percorso di confronto e negoziazione con gli operatori locali e con le associazioni di categoria, in aggiunta e a integrazione delle compensazioni economiche usualmente previste.

La diversificazione della strategia di **contrasto della desertificazione commerciale**, in particolar modo nelle zone periferiche e in quelle caratterizzate da un maggiore impoverimento/dequalificazione dell'offerta commerciale e di servizi, deve parimenti prevedere un momento progettuale teso a favorire lo sviluppo/rigenerazione delle polarità attraverso il **reinserimento di piccole attività economiche di prossimità**. Lo studio del tessuto esistente e della





sua integrazione al fine di ricostituire un mix commerciale, artigianale e di servizi ottimale potrebbe anche essere affidato a studi professionali del settore. L'insediamento mirato di nuove attività in locali sfitti e/o dismessi e il sostegno delle attività esistenti (in particolare le attività storicamente insediate e di pregio) deve essere **favorito utilizzando leve fiscali** (p.e. detrazioni su tasse universali TARI/TASI, sospensioni temporali dell'imposta di pubblicità e del tributo Cosap) **incentivi** (contributi ai locatari per la parziale copertura dei costi di locazione, edilizia commerciale convenzionata) e **semplificazioni di adempimenti burocratico/amministrativi**. La riqualificazione del tessuto commerciale può infine essere favorita, oltre alla scelta di nuove attività di qualità, accompagnando gli esercizi esistenti in un percorso di riqualificazione mediante **corsi di aggiornamento e professionalizzazione** tenuti in collaborazione con le agenzie formative delle Associazioni di Categoria.

La **ristrutturazione di edifici dismessi di proprietà pubblica**, anche attraverso il Fondo di Sviluppo Urbano, può essere seguita da **bandi** per l'assegnazione a attività di carattere sociale, culturale, ricreativo, a piccole imprese artigianali, commerciali e dei servizi, del settore creativo e del design, a spazi di coworking.

Il recupero di immobili/aree dismesse può anche prevedere **forme di partnership pubblico/privata**, con defiscalizzazione e premialità per i soggetti privati coinvolti.

Lo stimolo alla rimessa in circolo di unità immobiliari e locali sfitti e/o dismessi o in cattive condizioni deve infine trovare nuovi strumenti anche in **azioni di pressione sulle proprietà private** nei casi di eccessivo prolungamento del periodo di utilizzo/degrado (canoni di affitto troppo alti, carenza di manutenzione), mediante sanzioni e/o aumenti selettivi delle tasse e dei tributi locali.

## IN BREVE

- ▶ Realizzare un censimento puntuale delle imprese commerciali e dei pubblici esercizi cittadini.
- ▶ Promuovere uno studio sul campo per l'individuazione di criticità e dei fattori limitanti lo sviluppo commerciale cittadino e locale, con focus sulle piccole realtà di vicinato.
- ▶ Limitare l'espansione incontrollata dei grandi centri commerciali/ipermercati, in particolare extracittadini, attraverso una reale regolazione/pianificazione regionale e metropolitana.
- ▶ Stimolare la nascita di nuove polarità commerciali cittadine attraverso l'integrazione governata tra moderne strutture di vendita e il tessuto commerciale di prossimità, realizzata, monitorata e rimodulata con progetti in partnership pubblico-privata di carattere permanente.
- ▶ Favorire il reinsediamento di piccole attività economiche di prossimità in contesti periferici/dequalificati, attraverso progetti specialistici mirati, forme di incentivazione economica/fiscale/procedurale.
- ▶ Contrastare l'inutilizzo e il degrado degli immobili privati mediante sanzioni e penalizzazioni su tasse e tributi locali.

## MERCATI COMUNALI SCOPERTI E COPERTI

La domanda che più spesso viene posta dagli operatori del commercio su suolo pubblico è: ma siamo considerati una risorsa o un problema?

Anche l'attività degli ambulanti soffre in modo pesante gli effetti della crisi economica e della concorrenza dei grandi ipermercati: come e più del commercio in sede fissa è messa gravemente in difficoltà dalla larga diffusione del fenomeno dell'abusivismo. Lo stato di manutenzione, le attrezzature, gli impianti e i servizi dei **mercati rionali cittadini** sono gravemente insuf-

ficienti. Il campo di gioco degli ambulanti ha porte di legno, manca di reti, raramente vengono tracciate le linee e latitano arbitro e guardalinee.

La mancata **manutenzione dei parcheggi e dei marciapiedi** (manto d'asfalto sconnesso, buche, aiuole abbandonate) che sono la sede fisica del commercio ambulante sono un disservizio ai cittadini, prima che ai mercati: a questo si aggiunge molto spesso la insufficiente **strutturazione degli spazi**, con mancanza o malfunzionamento o inadeguatezza alle normative degli **impianti** (elettrici, idraulici, sanitari) al servizio degli operatori. Non va dimenticato che al mercato non si acquistano solo scarpe o felpe, ma anche prodotti alimentari vari, ortofrutticoli, avicoli, ittici, la cui conservazione (catena del freddo), manipolazione e commercializzazione deve avvenire in condizioni di igiene e di massima garanzia per i consumatori.

L'**abusivismo** non è solo un problema di evasione e di elusione di imposte e tributi, ma un fenomeno che spinge i mercati ad un livellamento verso il basso, in conseguenza del quale la concorrenza sleale degli abusivi spinge fuori mercato, e quindi fuori dai mercati, gli operatori in regola.

Va quindi urgentemente rivisto il sistema dei controlli, attualmente gravemente insufficiente. L'organico della **polizia annonaria** è fortemente sottodimensionato. Gravato ovviamente e principalmente dai controlli su tutte le attività in sede fissa del territorio comunale, riesce raramente ad assicurare una presenza incisiva sui mercati. È giudicata poco significativa, per le limitate responsabilità assegnate, la figura dell'ispettore di mercato, funzionario comunale sostanzialmente addetto alla sola assegnazione dei posti di "spunta" liberi.

In questo quadro appare di fondamentale importanza ripristinare un ruolo di riferimento costante e con competenze più ampie quale quello costituito in passato dal vigile di mercato, che nell'ambito dei controlli quotidiani e solo per specifici interventi potrebbe avvalersi a chiamata dell'intervento qualificato della polizia annonaria.

La reintroduzione del vigile di mercato potrebbe contribuire anche a rendere più puntuale un servizio essenziale come quello della **rimozione dei veicoli parcheggiati in divieto**: attualmente gestito da ATM e



affidato a imprese che si occupano della rimozione dei veicoli in sosta vietata su tutto il territorio comunale. La liberazione di un posteggio a mattinata avanzata è intuitivamente poco utile, comportando la sostanziale perdita della giornata di mercato per l'ambulante coinvolto. Da questo punto di vista sarebbe utile anche rivedere il meccanismo di assegnazione del servizio di rimozione: individuando un ventaglio di officine posizionate strategicamente rispetto all'insieme dei mercati cittadini; privilegiando l'intervento delle officine di volta in volta più vicine al mercato interessato; stabilendo una sorta di corsia preferenziale per gli interventi di rimozione ai mercati in primissima mattinata.

Il riconoscimento della funzione sociale, oltre che della rilevanza economica, dei mercati rionali dovrebbe indurre a ripensare complessivamente il sistema di calcolo del **tributo Cosap**, che in alcune situazioni determina esiti paradossali, e la riduzione della sua entità, con il passaggio ad una tariffazione forfetaria unica per tutto il territorio comunale.

Potrebbe infine essere di interesse ampliare alcune esperienze di modernizzazione della gestione dei mercati già in atto, quali forme di **gestione privatizzata dei servizi condivisi**, e favorire l'introduzione sperimentale di nuove opportunità, per esempio la consegna a domicilio della spesa con mezzi a basso impatto ambientale o la progettazione di applicazioni per ottenere informazioni e usufruire dei servizi dei mercati in mobilità.





L'attualità ha recentemente riaperto in tutta la sua urgenza il capitolo centrale della **riqualificazione/ristrutturazione** dei mercati SOGEMI, che deve essere necessariamente rimandato a sedi specifiche di approfondimento. È appena il caso di sottolineare in questa sede quanto essi, pur mantenendo la loro centralità rispetto all'ambito metropolitano, regionale e nazionale del commercio all'ingrosso, abbiano visto negli ultimi decenni arretrare progressivamente la propria posizione di leadership in termini di volumi/fatturati rispetto alle analoghe realtà europee. Anche in questo caso, come per i mercati scoperti, occorre rimarcare la estrema importanza della lotta all'abusivismo, attraverso il **potenziamento dei controlli** su grossisti/acquirenti e il coordinamento di tutte le agenzie demandate alla prevenzione, vigilanza e repressione del fenomeno.

## IN BREVE

- ▶ Riqualificare gli spazi fisici dei mercati rionali attraverso una maggiore manutenzione di manti stradali e marciapiedi, potenziando/ristrutturando gli impianti.
- ▶ Potenziare e riorganizzare il corpo di Polizia Annonaria.
- ▶ Reintrodurre la figura del Vigile di Mercato.
- ▶ Riorganizzare il servizio di rimozione veicoli in sosta vietata dagli spazi mercatali.
- ▶ Rimodulare e unificare il tributo Cosap per il commercio su area pubblica.
- ▶ Ampliare e consolidare le forme di privatizzazione dei servizi ai mercati.
- ▶ Riqualificare e rilanciare le strutture e l'offerta dei mercati SOGEMI.

## TURISMO E ATTRATTIVITÀ

**Le vastità e il pregio del complesso dell'offerta turistica e culturale cittadina e il suo potenziale di attrattività sono ancora largamente inespressi, nonostante EXPO.** La funzione di irripetibile volano di una manifestazione internazionale di tale richiamo è stata solo parzialmente e poco strutturalmente attivata.

I fattori di maggiore debolezza del sistema turistico cittadino e metropolitano, passata la meteora EXPO, sono rimasti sostanzialmente inalterati.

È necessario operare affinché l'immagine turistica milanese, peraltro ben posizionata sul versante business e commerciale, sia arricchita dal dispiegamento e dalla attivazione di tutti le innumerevoli opportunità di conoscenza e fruizione di un patrimonio storico, artistico, artigianale, enogastronomico e culturale ancora insufficientemente veicolato e conosciuto, a dispetto del suo considerevole pregio.

Non può più essere rimandata la necessità di un maggiore coinvolgimento, di un efficace coordinamento e di una reale **integrazione di tutti gli enti, le agenzie e gli operatori pubblici e privati facenti parte del settore turistico a livello metropolitano**, comprese la Camera di Commercio e le Associazioni di Categoria, nel definire strategie e programmazione, ma anche un **brand/immagine unitaria** che trovino riscontro e realizzazione un una gestione semplificata e integrata dell'accessibilità in rete ai servizi.

In questo senso, oltre al potenziamento dei contenuti, dell'interattività e della customizzazione dei singoli **portali web pubblici**, è fondamentale realizzare rapidamente integrazione/coordinamento tra i portali a tutti i livelli territoriali e tematici, tra contenuti e offerte pubblici e privati: anche mediante ridefinizione delle **card dedicate/tematiche** e maggiore disponibilità di **applicazioni** per l'accesso in **mobilità**. Parallelamente rafforzando/riorganizzando **servizi fisici di assistenza e informazione turistica sul territorio** (desk point, punti di informazione turistica IAT), con il coinvolgimento delle associazioni di categoria.

Va inoltre favorita e rafforzata la programmazione di eventi e manifestazioni in due principali direzioni.

La **realizzazione di grandi eventi di richiamo nazionale e internazionale**, indispensabili ad accrescere l'attrattività metropolitana, affidate a personalità di spessore riconosciuto che siano garanzia del livello di qualità e catalizzatori di risonanza e diffusione delle iniziative: valorizzando maggiormente quelle già esistenti, consolidate o avviate, e inserendone in calendario di nuove. Sfruttando il traino di quelle di maggiore impatto, coordinarle con l'organizzazione di **grandi eventi di comunicazione** (con i più svariati format: workshop, educational, "Fuori Salone") per la promozione della città nel suo insieme.

La stesura del calendario deve necessariamente prevedere un passaggio di selezione e coordinamento, operato dalla Amministrazione Comunale in concerto con gli stakeholders, che punti ad evitare sovrapposizioni indesiderate ma soprattutto a perseguire il fondamentale obiettivo di **destagionalizzare l'afflusso turistico**, fattore indispensabile a rendere economicamente sostenibili e strutturalmente consolidati gli investimenti necessari a migliorare l'offerta del sistema dell'attrattività cittadina.

Lo stesso sforzo di facilitazione, stimolo, coordinamento e accompagnamento deve essere destinato alla **intensificazione di iniziative, eventi e manifestazioni di rilievo più locale**, diffuse sul territorio allo scopo di rianimare il tessuto cittadino e aumentare le occasioni di frequentazione/fruizione di vie, piazze e quartieri, in particolare nelle zone periferiche della città e/o negli orari post lavorativi.

La necessaria ambizione dei progetti volti a valorizzare le potenzialità attrattive e la vivibilità cittadine hanno bisogno di risorse ingenti. Esclusivamente a questi scopi devono essere quindi destinati gli introiti della **tassa di soggiorno**, coinvolgendo Camera di Commercio, associazioni di categoria e stakeholders nella pianificazione delle strategie e nella individuazione degli obiettivi di investimento. In questa ottica è necessario attivare preliminarmente meccanismi di comunicazione stabili che aumentino le caratteristiche di **trasparenza del sistema di raccolta** della tassa di soggiorno. Particolarmente pressante e giustificata da questo punto di vista è la richiesta che viene dalle associazioni di albergatori (ATR - Confesercenti in testa), che sono di fatto

gli "esattori" della tassa di soggiorno per conto dell'AC: che chiedono di avere con più frequenza la **rendicontazione** dell'andamento degli introiti della tassa di soggiorno, oltre che quella relativa ai suoi impieghi. Per vedere giustificati sforzi organizzativi e oneri economici che ricadono sulle proprie strutture per la riscossione dei tributi, oltre che per farsi promotori della sua utilità presso la propria clientela.

Un capitolo a parte merita nel panorama del sistema ricettivo cittadino e metropolitano, oltre che nazionale, il tema della **parità di condizioni di esercizio tra gli operatori dell'accoglienza "tradizionali"**, (alberghi/hotel/pensioni) e **le nuove forme di ricettività** (p.e. bed & breakfast) più o meno organizzate, con particolare riferimento a quelle riconducibili al prepotente fenomeno della sharing economy (per esempio Airbnb).

La legge quadro regionale su turismo e attrattività recentemente licenziata ha iniziato un percorso di classificazione delle strutture ricettive, distinguendo strutture alberghiere da quelle non alberghiere, stabilendo gli obblighi di base comuni a tutte le strutture ricettive e fissando standard minimi per le strutture non alberghiere. Permane tuttavia sostanzialmente inalterato lo squilibrio tra il complesso di regole/adempimenti/permessi/certificazioni cui sono sottoposte le strutture tradizionali rispetto alle altre strutture ricettive più "informali" della cosiddetta "extraricettività". La disparità di costi generati da questi differenti regimi di gestione produce una pesante **distorsione della concorrenza**, una diminuita competitività delle strutture più qualificate e il conseguente rischio di una rincorsa al ribasso degli standard qualitativi dell'offerta ricettiva.

L'impatto distorsivo del comparto "extraricettivo" è andato rapidamente aggravandosi, e assume ormai dimensioni insopportabili, con l'esplosione di modalità di fruizione dell'offerta ricettiva che coniugano commercio elettronico e economia della condivisione. Portali come **Airbnb** hanno canalizzato e messo in circolo un volume d'offerta complessivo impressionante. Una prima conseguenza tangibile è stata la perdita di una considerevole fetta di introiti che sarebbero dovuti derivare dalla tassa di soggiorno anche durante il periodo EXPO: constatata





zione che ha recentemente convinto il Comune di Milano a estendere l'imposizione della tassa anche agli ospiti di Airbnb. Riconosciuto il merito del provvedimento all'AC, moltissimo è ancora da fare.

Ad oggi risulta che per iniziare un'attività di questo tipo è sufficiente comunicare al comune indirizzo e numero civico dell'unità immobiliare, senza allegare planimetrie, abitabilità, certificati di manutenzione caldaia, cucina a gas e impianto elettrico: con buona pace della sicurezza dei clienti, cui si spera i prossimi regolamenti attuativi regionali rendano giustizia.

Su un piano più generale, che è però bene sia compreso a tutti i livelli istituzionali, non si può più scambiare per spontanea **sharing economy** l'offerta su piattaforma web di più appartamenti nella disponibilità di un unico proprietario, che diventa così in realtà un operatore seriale che evade i vincoli legislativi alimentando **un'economia sommersa** invisibile alle amministrazioni pubbliche. Senza controlli sugli appartamenti, senza distinzione tra realtà occasionali e professionali occulte, si lascia il campo libero a una competizione drogata che erode il mercato del settore, espellendo ogni giorno imprese qualificate e addetti professionalmente preparati.

## IN BREVE

- ▶ Coordinare tutte le realtà pubbliche e private ai diversi livelli territoriali del settore turistico nella definizione di strategie e programmazione.
- ▶ Creare un brand/immagine cittadina unitaria e una relativa card tematica.
- ▶ Potenziare e coordinare i portali web e le applicazioni in mobilità.
- ▶ Rafforzare i servizi fisici di assistenza e informazione turistica sul territorio.
- ▶ Consolidare/integrare il calendario di grandi eventi affidati a personalità di fama nazionale e internazionale, anche con l'obiettivo di stagionalizzare i flussi turistici.

## URBANISTICA E MOBILITÀ

I temi della continua ridefinizione dell'assetto urbanistico/viabilistico e del governo della mobilità sono i più centrali e decisivi ambiti di intervento dell'azione amministrativa cittadina. Un'analisi approfondita di argomenti di questa portata richiede spazi, tempi e competenze che non possono trovare espressione del presente documento. Che ha invece lo scopo di fornire una riflessione parziale, avanzata dal doppio punto di vista di cittadini e di imprenditori economici del settore.

Obiettivo di medio lungo periodo è sicuramente lavorare per ridefinire una identità compiuta ai quartieri, in particolar modo quelli periferici, nella direzione della **creazione di riconoscibili centralità/identità urbane** e di polarità commerciali e di servizi.

Progetti che coniughino un riequilibrio del mix sociale dell'insediamento residenziale (facendo leva sulla ristrutturazione e sul miglioramento della gestione del patrimonio edilizio pubblico, sulla edilizia

- ▶ Intensificare le iniziative e le manifestazioni locali diffuse sul territorio, in particolare per i contesti periferici.
- ▶ Destinare interamente gli introiti della tassa di soggiorno al comparto turistico e dell'attrattività.
- ▶ Rendere disponibili con maggiore frequenza e dettaglio informazioni riguardo a introiti raccolti con la tassa di soggiorno e loro impieghi, coinvolgendo nelle scelte gli stakeholders.
- ▶ Estendere progressivamente anche alla ricettività non alberghiera il complesso di regole e adempimenti cui è sottoposta la ricettività alberghiera.

convenzionata con prezzi di vendita e canoni di affitto calmierati) con una ridefinizione della viabilità locale, (riduzione del traffico di attraversamento, pedonalizzazioni, ztl e zone 30) degli spazi aperti pubblici (piazze e giardini) e dell'arredo urbano; prevenendo la presenza di servizi pubblici di base, spazi per la cultura e l'aggregazione, strutture scolastiche e sportive e favorendo il reinsediamento di servizi privati (attività lavorative e professionali) e di attività commerciali di prossimità (progettazione del mix commerciale/servizi affidata per esempio a studi specializzati); valorizzando il recupero delle identità storico culturali locali (favorendo la riscoperta dei luoghi dell'identità urbana che ne rappresentano l'immagine e la memoria: i monumenti, i grandi spazi a verde, i vecchi borghi, i musei, gli spazi della cultura, i quartieri storici).

Ad un livello di più immediata realizzabilità e non solo nelle zone periferiche, è sicuramente necessario attivare **interventi diffusi di riqualificazione/riprogettazione dell'arredo urbano** (dalle panchine alle insegne dei negozi, anche favorendo l'iniziativa autonoma di associazioni e partnership con soggetti privati nell'ottica della caratterizzazione architettonica locale), di sistemazione/allargamento di marciapiedi e viabilità pedonale, di manutenzione e pulizia dei manti stradali.

Particolare attenzione deve essere posta nella predisposizione e nella gestione di nuovi provvedimenti di **pedonalizzazione** o di restrizione del traffico veicolare mediante **zone ZTL/zone 30**, oltre che nella necessaria rimodulazione dei provvedimenti già esistenti, alla consultazione preventiva e al coinvolgimento delle categorie economiche.

La necessità del contenimento del trasporto privato nelle città, accompagnato dal potenziamento del trasporto pubblico, sono principi largamente e universalmente condivisi. Esperienze di diversa natura sono da tempo attive in Europa e nel mondo, ad alcune delle quali si sono ispirati i provvedimenti adottati a Milano prima con l'Ecopass e poi con la cosiddetta **area C**. È tema di attualità se e come proseguire le esperienze in atto.

Appare eccessivamente semplificato anche se di sicuro impatto mediatico sostenere la inutilità tout court di provvedimenti di restrizione del traffico veicolare privato: pare sufficiente provare ad immaginare cosa potrebbe tornare a diventare la nostra congestionata città con il ritorno alla totale libera circolazione privata.

**Ecopass** era la declinazione milanese del concetto di **"pedaggio sull'inquinamento"** (pollution charge): chi più inquina più paga, senza particolari limitazioni alla circolazione dei veicoli più inquinanti. La sua applicazione si è dimostrata nel tempo non proprio agevole, con risultati economici oltre che di abbattimento dell'inquinamento in continua diminuzione con il passare del tempo. L'efficacia di provvedimenti di questo tipo è stata messa in discussione anche sulla base di due nuove tendenze. Una determinata dal progressivo rinnovo del parco macchine circolante, che ha diminuito l'incidenza specifica del traffico veicolare rispetto ad altri fattori, in particolare quello costituito dagli impianti di riscaldamento, sui livelli dei principali contaminanti atmosferici. L'altra rappresentata dalla maggiore diffusione di studi anglosassoni in cui viene stimata, da un punto di vista puramente economico, l'incidenza sui costi indiretti (sanitari e ambientali per esempio, ma non solo) associati al traffico veicolare su strada di vari fattori quali inquinamento, rumore, congestione del traffico, incidenti, manutenzione stradale, cambiamenti climatici. Il fattore congestione da solo risulterebbe incidere da tre a cinque volte più di tutti gli altri messi assieme.

Da queste considerazioni ha preso lo spunto il passaggio al concetto di **"pedaggio di congestione"** (congestion charge), declinato anche in funzione necessariamente antiinquinamento, **alla base dell'instaurazione della zona C**: divieto di accesso per i mezzi più inquinanti e pedaggio di congestione per tutti gli altri. Gli impatti, positivi o negativi, di qualsiasi provvedimento dipendono come sempre dalla sua applicazione pratica: e su questo versante più che sulla filosofia di base, sostanzialmente condivisibile, che ci è possibile fornire alcuni suggerimenti.





In primo luogo in merito alle **ipotesi di allargamento della zona C** fino alla cerchia della filovia 90-91, che rischia di apparire allo stato attuale più un desiderata che il pilastro di un programma di legislatura. Appare già sufficientemente ambizioso porsi l'obiettivo di potenziare il sistema di trasporto pubblico in modo che fornisca una reale alternativa all'automobile per chi deve raggiungere la città; o muoversi, con la sufficiente rapidità e comodità, in direzione radiale o concentrica, all'interno di essa. Il punto centrale dovrebbe essere come fermare le auto ben prima dell'area C o della cerchia 90-91, prevedendo per esempio **grandi parcheggi di interscambio** periferici gratuiti o semigratuiti da cui raggiungere con una rete di trasporto pubblica più ramificata e "intensiva", e più economica, le varie zone della città. Non si può procedere ad ipotesi di ulteriori allargamenti di area C senza prima realizzare questi obiettivi, a rischio di pesanti conseguenze innanzitutto sull'economia cittadina.

È invece possibile **integrare la strategia di base di area C**: da un lato **estendendo e potenziando gradualmente**, con una analisi puntuale delle caratteristiche e



delle esigenze di vie, polarità e quartieri, con il concorso e coinvolgimento delle associazioni di categorie e degli stakeholders, **il sistema delle isole pedonali e delle zone a traffico limitato (ZTL/zone 30)**; d'altro canto **flessibilizzando la sua applicazione**, in particolare in favore delle categorie economiche, con piccoli aggiustamenti che non ne snaturino gli obiettivi e non ne compromettano i risultati. Importante da questo punto di vista appare **l'estensione delle forme di agevolazione** per residenti (tariffa scontata e 40 ingressi gratuiti all'anno) anche per titolari/dipendenti di esercizi, per professionisti e imprese, prevedendo anche la possibilità di forme di forfetizzazione, abbonamenti mensili/annuali a tariffa agevolata senza necessità di attivazione.

Corollari indispensabili di una strategia di decongestionamento e antinquinamento della città sono il **potenziamento dell'intermodalità** della mobilità cittadina, promossa con infrastrutture di collegamento/scambio/integrazione tra le diverse modalità di spostamento, e strumenti digitali che ne favoriscano la fruizione; la promozione e incentivazione della riconversione alla **propulsione elettrica** per le flotte aziendali pubbliche e private, accompagnata da un'adeguato sviluppo delle infrastrutture di ricarica; il potenziamento del sistema ciclabile.

Anche per quanto riguarda la **sosta** è indispensabile **agire sulle infrastrutture e flessibilizzare il sistema**. La necessità principale è aumentare la disponibilità complessiva di parcheggi di interscambio e di parcheggi di prossimità a rotazione. Ma di nuovo vanno previste **forme di agevolazione tariffaria/forfetizzazione** per titolari/dipendenti di imprese commerciali e pubblici esercizi, categorie professionali e imprese di servizi (p.e. estendendo quelle già esistenti per i cosiddetti turnisti) e la possibilità di accedere flessibilmente ai posti riservati ai residenti negli orari (approssimativamente lavorativi) in cui sono sottoutilizzati. Va inoltre effettuata una valutazione capillare, per zone/quartieri/vie, del mutato assetto insediativo locale residenziale e produttivo, al fine di rivedere la non più adeguata **proporzione tra parcheggi blu e gialli** in alcuni contesti della città.

Non è possibile infine proseguire nella direzione di una efficace politica di restrizione dell'accesso veicolare privato al nucleo centrale della città senza provvedere ad un più efficiente e moderno sistema di **mobilità organizzata delle merci**. Una direzione necessaria nel medio-lungo periodo è quella dello sviluppo di un sistema integrato di **piattaforme logistiche urbane** con dimensionamento e localizzazione differenziata (grandi e periferiche di smistamento, progressivamente più piccole e centrali di distribuzione e prossimità), collegate al tessuto economico urbano almeno per le zone a traffico limitato con l'utilizzo di mezzi elettrici o a basso impatto ambientale. Per una più immediata risposta alle necessità di movimentazione delle merci è però necessario **aumentare il numero degli stalli di carico/scarico merci**, provvedendo ad informatizzarne progressivamente la gestione e la fruizione in mobilità da parte dei trasportatori: e sperimentando, per periodi limitati e in zone campione, la facilitazione dell'accesso a zone ZTL dei mezzi di lunghezza superiore ai 7 m per esempio in orari a cavallo della pausa pranzo.

Un'ultima questione, fortemente intrecciata con i temi della mobilità, riguarda i **disagi** arrecati alle attività commerciali, artigianali e dei servizi, e alle **attività economiche** di piccole dimensioni in generale, dalla **convivenza prolungata nel tempo con cantieri** di varia natura, da quelli necessari a grandi opere infrastrutturali a quelli di più ordinaria ristrutturazione urbana. Sono stati fatti anche recentemente (cantieri M4) notevoli passi avanti da parte della AC nella attivazione di **meccanismi di compensazione economica** degli impatti subiti dagli esercizi commerciali, con il reperimento nel bilancio comunale di ingenti risorse straordinarie e la loro messa a disposizione tramite bando ad una larga platea di operatori, per l'abbattimento di spese per investimenti, spese correnti e tasse/tributi locali. Questo tipo di interventi deve diventare il più possibile automatico in caso di cantieri di durata superiore ai tre mesi. Decisivo per un tale obiettivo è **stabilizzare il meccanismo di reperimento delle risorse economiche necessarie**, inserendo ordinariamente nei budget delle gare d'appalto delle opere da realizzare specifiche voci dedicate al risarcimento degli operatori economici danneggiati dai cantieri.



## IN BREVE

- ▶ Ridefinire riconoscibili centralità/identità urbane nei quartieri/zone della città (riequilibrio residenziale; riorganizzazione viabilità spazi e servizi pubblici; reinsediamento di attività economiche di prossimità; recupero identità storico culturali locali).
- ▶ Confermare l'estensione attuale dell'area C.
- ▶ Integrare la sua strategia di base con una graduale estensione/remodulazione del sistema di isole pedonali/ZTL/zone 30.
- ▶ Flessibilizzare l'applicazione di zona C con l'estensione di forme di agevolazione agli operatori economici.
- ▶ Aumentare disponibilità di parcheggi di interscambio e di prossimità a rotazione.
- ▶ Estendere forme di agevolazione tariffaria/forfetizzazione per titolari e dipendenti di attività economiche.
- ▶ Favorire uso flessibile dei parcheggi per residenti sottoutilizzati
- ▶ Rivedere localmente/puntualmente proporzione tra parcheggi blu e gialli.
- ▶ Pianificare la realizzazione di un sistema di piattaforme logistiche urbane per la mobilità delle merci.
- ▶ Aumentare il numero di stalli per il carico/scarico merci, informatizzando la gestione del sistema e introducendo la fruizione in mobilità del servizio.
- ▶ Stabilizzare e semplificare il reperimento delle risorse e le procedure di assegnazione dei contributi compensativi destinati agli operatori economici danneggiati dagli impatti dei cantieri di media-lunga durata.

## SICUREZZA, ABUSIVISMO E CONTRAFFAZIONE

Aldilà della parziale contraddizione dei dati in circolazione (ISTAT, Questura) sul trend degli eventi criminosi di maggiore entità, quali per esempio le rapine a mano armata, in ambito cittadino e metropolitano, è confermato dalle statistiche sulla microcriminalità e rilevato regolarmente nella percezione della cittadinanza un crescente **deficit di sicurezza**.

Altrettanto indiscutibili sono le conseguenze ormai insopportabili del **dilagante fenomeno dell'abusivismo e della contraffazione** e dei suoi effetti distorsivi sulla concorrenza, capace di intercettare volumi commerciali e di fatturato in continua crescita, sottraendoli agli operatori economici che operano nella legalità per dirottarli ad attività irregolari e dal profilo opaco, spesso direttamente organizzate e controllate da organizzazioni illegali legate alla criminalità organizzata.

Particolarmente illuminante a proposito il **dossier recentemente presentato da Confesercenti a livello nazionale** sull'impatto di abusivismo e contraffazione nell'ambito del commercio su area pubblica, che rischia in tempi anche brevi di spingere l'intero settore verso la marginalità, nonostante le grandi potenzialità di questo canale distributivo. Un dato per tutti è necessario citare per dare un'idea della dimensione del fenomeno. L'incrocio dei dati forniti dal sistema camerale, dall'INPS e dalle dichiarazioni dei redditi, indica come su circa 200mila imprese del commercio su area pubblica iscritte alle Camere di Commercio in Italia, solo la metà sono attive e in regola, mentre l'altra metà è costituita dalle cosiddette imprese fantasma, con tutta probabilità

irregolari, che scompaiono dai radar della pubblica amministrazione subito dopo l'avvio di attività.

A livello cittadino il **circolo vizioso tra desertificazione commerciale e espansione del degrado e della microcriminalità** è particolarmente evidente nelle realtà periferiche, ma non solo. Se nel centro città e nelle principali vie dello shopping un autoalimentato turnover di vetrine rende comunque viva ed attraente la città, nelle zone periferiche il buio delle insegne spente cede spesso il passo ad un proliferare incontrollato di attività di bassissimo profilo e di dubbia gestione che crea effetti controproducenti per il territorio.

La ricetta per aumentare sicurezza e legalità deve necessariamente intrecciare il complesso di misure necessarie a favorire il ripopolamento commerciale e la vivibilità cittadina con provvedimenti di natura più specifica.



A partire dal **potenziamento del presidio fisico del territorio**, con la necessaria riorganizzazione della polizia locale (anche attraverso una moderna declinazione del vigile di quartiere), la sperimentazione di forme di vigilanza privata e il loro più stretto coordinamento con le forze dell'ordine. Ma anche favorendo e incentivando la partecipazione di gruppi / associazioni di cittadini alla gestione di spazi pubblici e di luoghi sensibili.

Oltre al miglioramento della **illuminazione pubblica**, anche interventi di recupero/mantenimento della **pulizia** e del **decoro** e il potenziamento della **videosorveglianza**, con l'interconnessione delle reti presenti e il loro collegamento alle centrali operative delle forze dell'ordine per il controllo in remoto, possono costituire ambiti di sperimentazione per il coinvolgimento dei cittadini e l'incentivazione di interventi in partnership pubblico-privata.

La lotta all'abusivismo non può prescindere dal coordinamento dei controlli effettuati dagli agenti della polizia locale e dal complesso dei vari corpi delle forze dell'ordine. Nello specifico ambito d'azione dell'AC, va data immediata priorità ad un robusto **rafforzamento** e a una riorganizzazione della **polizia annonaria**, accompagnata da un deciso cambio di strategia nella **scelta degli ambiti su cui concentrare i controlli**. Accanto ad una maggiore presenza sui mercati rionali, presso i mercati generali e sulle strade, va decisamente allargata la platea dei soggetti da monitorare: per non replicare una schema secondo il quale a venir controllati sulle virgole sono le attività che operano nella legalità, presenti nei database della PA, mentre sono totalmente ignorate quelle evidentemente e robustamente irregolari, invisibili dalle scrivanie dei nostri uffici ma facilmente individuabili anche con una semplice passeggiata per le strade della città. ■



## IN BREVE

- ▶ Riorganizzare la Polizia Locale e coordinarla maggiormente con le forze dell'ordine e con forme di vigilanza privata.
- ▶ Migliorare l'illuminazione pubblica, il decoro e la pulizia urbani.
- ▶ Potenziare i sistemi di videosorveglianza, la loro interconnessione e il collegamento con le sale operative delle forze dell'ordine per controllo in remoto.
- ▶ Reindirizzare strategia, criteri e le modalità attuative dei controlli amministrativi della polizia annonaria.

# ASSOCIAZIONI CONFEDERATE

## COMMERCIO

**AISA**  
Benzinaio Autostradali

**ANAG**  
Antiquari e Galleristi

**ANVA**  
Ambulanti

**ASSODISTRIBUZIONE**  
Supermercati

**ASSOFRUTTERIE**  
Fruttivendoli

**ASSOITTICI**  
Pescherie

**ASSOPANIFICATORI**  
Panificatori

**ASSOTABACCAI**  
Tabaccai

**FAIB**  
Benzinaio

**FENAGI**  
Giornalai

**FIO**  
Ottici

**FIOS**  
Ortopedie

**FISMO**  
Settore Moda

**SECOM**  
Combustibili

**UNERBE**  
Erboristerie

**AISAD**  
Settore Animali

**ANCESTOR**  
Centri Storici

**ANVI**  
Videonoleggio

**ASSOFIORISTI**  
Fioristi

**ASSOGROSSISTI**  
Grossisti

**ASSOMACELLAI**  
Macellerie

**ASSOSALUMIERI**  
Salumerie

**COMPETROL**  
Prodotti Petroliferi

**FEDERFRANCHISING**  
Franchising

**FIESA**  
Alimentari

**FIG**  
Gioiellerie

**FISMED**  
Elettrodomestici e Dischi

**ITALIA MERCATI**  
Grossisti Ortofrutta

**SIL**  
Librerie e Cartolerie

## ALTRI

**CNGI**  
Giovani Imprenditori

**IF**  
Imprenditoria Femminile

**FIPAC**  
Pensionati

**SOS IMPRESA**  
Usura

## TURISMO

**AICEB**  
Centri Benessere

**AIGO**  
Ostelli

**ASSOHOTEL**  
Alberghi

**ASSOTURISMO**  
Turismo

**FEDERAGIT**  
Guide Turistiche

**FIBA**  
Stabilimenti Balneari

**FIOS**  
Commercio nelle Stazioni

**AIEB**  
Buoni Pasto

**ASSOCAMPING**  
Campeggi

**ASSONAVIGAZIONE**  
Navigazione Turistica

**ASSOVIAGGI**  
Agenzie Viaggi

**FIAT**  
Animatori Turistici

**FIET**  
Pubblici Esercizi

**SIDED**  
Discoteche

## SERVIZI

**ANAMA**  
Agenzie Immobiliare

**ANSVA**  
Spettacoli Viaggianti

**ASSO ACCONCIATORI ED ESTETISTE**  
Acconciatori ed Estetiste

**CIO**  
Odontotecnici

**FEDERNOLEGGIO**  
Autonoleggi

**FEDERSECURITY**  
Prevenzione e Sicurezza

**ANPI**  
Parafarmacie

**ASSICUREZZA**  
Vigilanza

**ASSOARTISTI**  
Artisti

**ASSONET**  
Informatica

**FEDERFIDI**  
Consorzio Fidi

**FEDERPUBBLICITÀ**  
Pubblicisti

**FENAP**  
Professionisti

**FIARC**  
Agenti di Commercio

**FENIR**  
Revisori

## SOMMARIO

Presentazione	3
Premessa	4
Il punto di partenza	5
Città metropolitana e municipi	6
Macchina amministrativa e imprese: semplificazione e smaterializzazione della burocrazia	7
L'amministrazione comunale e le associazioni	8
Ripopolamento commerciale e commercio di vicinato in sede fissa	9
Mercati comunali scoperti e coperti	10
Turismo e attrattività	12
Urbanistica e mobilità	14
Sicurezza, abusivismo e contraffazioni	18
Associazioni confederate	20





## Confesercenti Provinciale di Milano

Via G. Sirtori, 3 - 20129 Milano

Tel. 02.28.18.621 - Fax 02.99.99.02.45

[info@confesercentimilano.it](mailto:info@confesercentimilano.it)

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



**APRILE 2016**