

RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA 2011 -2013

DIREZIONE CENTRALE ATTIVITA' PRODUTTIVE

POLITICHE DEL LAVORO E DELL'OCCUPAZIONE

Programma: Sviluppo delle imprese e delle categorie produttive

Responsabili: Dott.ssa Maria Teresa Broggin Moretto (Direttore Centrale Attività Produttive, Politiche del lavoro e dell'Occupazione)

Dott.ssa Maria Chieppa (Direttore Centrale Turismo, Marketing territoriale ed identità)

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA

Per ricondurre ad una visione globale i progetti e l'offerta territoriale del Comune e degli altri attori sociali attivi nei diversi settori, coerentemente con il posizionamento strategico della città, nonché per definire e coordinare l'immagine cittadina, sono state definite una serie di azioni e progetti integrati, riassunti nel piano degli obiettivi/master plan. Tali azioni e progetti sono volti a sviluppare e mettere a sistema strumenti e programmi, anche in collaborazione con gli stakeholder cittadini pubblici e privati, per consentire di: 1) **rendere Milano** sempre più competitiva ed **attraente** nei confronti dei territori e dei grandi investitori internazionali e delle grandi città competitor, 2) **rafforzare la propria identità** secondo una visione di città globale, 3) valorizzare e sviluppare i propri ambiti di eccellenza coerentemente con il Piano di Posizionamento strategico e il Piano di Marketing.

Tutto ciò sarà possibile anche attraverso una politica di **valorizzazione delle diverse forme di impresa** (prestando una specifica attenzione, oltre che alle aziende commerciali, alle aziende agricole e alle imprese che operano nel circuito del sistema della moda e del design) finalizzata a promuovere la competitività, l'innovazione, lo sviluppo economico ed una cultura imprenditoriale **coniugando la distribuzione delle imprese con la riqualificazione del territorio**. Occorre evidenziare, peraltro, che la crisi economica e finanziaria che si sta consumando ha oramai assunto per tempi ed effetti la dimensione di una crisi congiunturale; poiché ad oggi è previsto il perdurare della stessa per tutto il 2010, il protrarsi della crisi rischia di compromettere la tenuta complessiva del sistema produttivo del nostro territorio, lasciando in difficoltà molte attività produttive della nostra città. Per attenuare l'impatto della crisi sulle realtà produttive, sul lavoro e l'occupazione è necessario dare attuazione ad alcuni interventi che si ritiene possano rivelarsi efficaci e tangibili per aiutare il sistema imprenditoriale a superare questo periodo.

A questo si affianca una politica del turismo che dovrà valorizzare la destinazione Milano sia per quanto riguarda nuovi ambiti turistici, come ad esempio il turismo leisure e giovanile, sia per quanto riguarda ambiti già consolidati ma di particolare interesse per la città, come il turismo business e soprattutto congressuale. Quest'ultimo infatti ha impatti positivi per le città ospitanti sia per quanto riguarda l'indotto generato sia per i ritorni di immagine e di marketing. Tale valorizzazione inoltre dovrà promuovere iniziative non solo nei confronti dei turisti esterni ma anche di quelli interni: residenti a Milano e provincia, al fine di aumentarne l'attrattiva "anche creando eventi di richiamo", offerte e percorsi nuovi che promuovano aspetti nascosti e una nuova immagine "turistica" della città.

Strumentali rispetto sia alla valorizzazione delle diverse forme d'impresa sia all'incremento della capacità attrattiva di impresa, sono gli interventi per **velocizzare e semplificare l'attività del Comune di Milano**.

MOTIVAZIONE DELLE SCELTE

Per quanto riguarda il Marketing Territoriale e la promozione in Italia e all'estero tra gli obiettivi fondamentali dell'azione di Governo individuati dal Piano Generale di Sviluppo 2006/2011, è contemplato il potenziamento della competitività e dell'attrattiva della città di Milano. Il perseguimento dei suddetti obiettivi implica un rilancio della città e della sua contestuale apertura all'esterno, allo scopo di promuovere ed attrarre le risorse necessarie allo sviluppo in un contesto socio-economico complesso ed in rapida evoluzione, caratterizzato da una forte intensificazione del fenomeno della mobilità delle risorse e dalla conseguente crescita della competizione tra territori. Nell'ottica sopradescritta nel 2007 è stato predisposto il documento di Posizionamento strategico che individua i driver di sviluppo prioritari su cui intervenire, tra i quali, in particolare, la qualità della vita (mobilità, sicurezza, ambiente) i Talenti/Capitale umano e la R&S. Tra i settori economici più centrali su cui puntare, anche in quanto capaci di creare il contesto sociale e culturale necessario: arte, cultura, spettacolo, moda, design, editoria, comunicazione, turismo, oltre che R&S nei settori tecnologici.

Su questi indirizzi sono stati sviluppati gli obiettivi del Piano di Marketing Territoriale, incrementare l'attrattiva del Sistema Milano, incrementare il turismo leisure e culturale, incrementare la presenza di Talenti, incrementare il congressuale, incrementare la presenza di investitori e imprese ad alto contenuto tecnologico ed innovativo, che hanno portato alla definizione delle azioni promozionali di marketing territoriale.

Inoltre, è stato rilevato che l'attrattività di un Sistema Territoriale passa anche attraverso la riconoscibilità della sua immagine, in tal senso si è investito nella formulazione di un'identità visiva dell'intero Sistema con il brand della città di Milano. Le esperienze positive di prodotti pilota, brandizzati Milano e in co-branding con altri marchi, ha portato allo sviluppo del progetto di licensing per la ricerca di un Master licenziatario a cui affidare per la produzione e commercializzazione di prodotti a marchio Milano.

La dinamicità dei fenomeni economici di contesto che determinano lo stato e la percezione dell'attrattività dei sistemi territoriali necessitano di un continuo e puntuale monitoraggio, il quale deve essere correttamente tarato e condiviso con il sistema di riferimento, a tal fine con CCIAA e le Università Milanesi si è addivenuti ad un protocollo d'intesa per la definizione di un rapporto di collaborazione finalizzato ad attività di "Osservatorio di Marketing Territoriale" nonché alla realizzazione di un sistema articolato di progetti relativi al raggiungimento degli obiettivi di marketing legati al potenziamento della competitività ed attrattività del territorio.

Il 2011-2013 vedrà pertanto la prosecuzione e lo sviluppo dei progetti e delle azioni avviati nel triennio precedente, con particolare riferimento: 1) all'attuazione del programma di iniziative promozionali ,2) al Brand Promozionale e a progetti di merchandising e co-marketing per promuovere l'immagine di Milano in Italia e nel Mondo, 3) all'Osservatorio di Marketing in collaborazione con il sistema universitario milanese, 4) alla realizzazione di azioni promozionali nei confronti dei Paesi di particolare interesse in prospettiva di Expo 2015, 6) alla nascita di nuove sinergie pubblico-private per la promozione delle eccellenze del Sistema Milano.

Per quanto riguarda le Politiche del Turismo e identità, le azioni previste, sempre in coerenza con quanto indicato dal Piano Generale di Sviluppo 2006/11, mirano a valorizzare l'identità di Milano e in particolare la sua attrattività turistica, nella consapevolezza dell'importanza di questo aspetto per la crescita economica complessiva della città. In particolare: 1) l'esigenza di sviluppare la percezione di Milano come grande Città d'arte, che si articola in tutte le scelte promozionali e di comunicazione adottate; 2) l'esigenza di sviluppare un turismo interno assai più diffuso e informato di quello attuale, legandolo alla storia e all'identità della città, nella consapevolezza che solo una conoscenza diffusa della ricchezza di significati della città potrà portare residenti e city-users a valorizzarla ulteriormente e a comunicare verso l'esterno un senso di appartenenza positivo; 3) l'esigenza di mettere a sistema i numerosi e talvolta divergenti interessi che agiscono in questo campo a livello cittadino, per svilupparli in direzioni sinergiche e unitarie. In quest'ottica assume particolare rilevanza l'ormai consolidato Sistema Turistico della Città di Milano, luogo di concertazione di politiche turistiche condivise e strumento per accedere a importanti finanziamenti concessi da Regione Lombardia a progetti di forte rilevanza turistica sostenuti dai partner del Sistema. La condivisione di progetti sul turismo cittadino appare come la strada migliore per coinvolgere le forze più significative del comparto in azioni comuni di largo respiro che possano produrre risultati tangibili e dati di ritorno utili a impostare politiche turistiche per l'Amministrazione come per i privati associati. 4) Sempre in quest'ambito va collocata la scelta di condividere con le Università milanesi con specializzazioni nel settore turistico (Bicocca, Bocconi, IULM) il progetto di un Osservatorio del Turismo della regione Urbana Milanese che possa monitorare i flussi turistici e i principali fenomeni quantitativi legati a questo comparto.

Le attività di marketing e lo sviluppo delle politiche del Turismo e Identità saranno supportate da strumenti di concezione innovativa, quali il sistema informativo del Turismo, che nascono da una esigenza di riconfermare il posizionamento di Milano quale città all'avanguardia creativa, e di rendere sempre più visibili il suo sistema di eccellenze.

Gran parte delle azioni finalizzate alla valorizzazione delle diverse forme di impresa mirano a soddisfare ben individuati e rilevanti bisogni dei cittadini, in particolare:

- il cittadino/consumatore esprime una forte domanda di una rete commerciale articolata sul territorio, differenziata per rapporto qualità/prezzo, comodamente accessibile a prescindere dalle proprie scelte o necessità di mobilità privata;
- il cittadino/imprenditore commerciale gioca gran parte del proprio intraprendere sulla qualità del contesto nel quale opera, sulla validità delle condizioni di accessibilità, delle persone e delle merci e di una buona relazione urbana: da qui la priorità data ai temi della logistica e dell'inserimento armonico e di qualità nei diversi ambiti cittadini;
- l'imprenditore che fruisce dei servizi erogati dal Settore ha bisogno di procedimenti celeri, resi trasparenti da informazioni chiare, aggiornate e attendibili, che lo agevolino nello start-up della attività, riducendo il numero di incombenzi e di accessi agli uffici tramite la possibilità di presentare le proprie pratiche "a distanza".
- il cittadino tout court sente le attività commerciali come elemento di qualificazione della città e come luoghi sempre più importanti di socializzazione; nel contempo, si mostra estremamente attento e sensibile alle esternalità connesse agli insediamenti commerciali e reclama azioni di contenimento e politiche di regolazione del Comune.
- Al fine di soddisfare questi bisogni nel triennio 2011 – 2013 si intende proseguire nella realizzazione di interventi concreti per la città, in termini di riqualificazione e rilancio della rete commerciale, nelle sue varie articolazioni, e di miglioramento dei servizi resi nei punti di accesso costituiti dal cd. "front – office", sia che si tratti degli sportelli fisici per l'utenza, sia di quelli virtuali disponibili tramite il Portale internet dedicato al mondo delle imprese

Un altro ambito su cui sarà focalizzata l'attenzione del Comune nel prossimo triennio è la valorizzazione delle aree agricole e delle cascine pertinenti all'interno della città di Milano che rientra fra gli strumenti che il Piano Generale di Sviluppo 2006/2011 ha individuato per rafforzare l'identità globale della città.

L'insieme delle aree ancora riservate ad uso agricolo, ascrivibili all'interno di *distretti agricoli* – la cui identificazione e perimetrazione rientra tra gli indirizzi che caratterizzeranno l'azione dell'Amministrazione – è di primaria importanza per il mantenimento e la valorizzazione dell'agricoltura urbana/periurbana della città: costituisce la leva primaria e insostituibile per il mantenimento di quel paesaggio cui è riconosciuta valenza di compatibilità ambientale, di salvaguardia del territorio, delle sue tradizioni e del benessere dei suoi abitanti.

Le iniziative di sostegno alla produzione agricola possono ritenersi trasversali alle politiche volte a far conoscere e promuovere Milano come meta turistica, non solo per le bellezze e le attrattive artistiche e culturali della città, ma anche per le opportunità che la cultura del paesaggio può offrire nell'immediato ambito periurbano.

L'attenzione va posta altresì sulle piccole e medie imprese ed sulle imprese artigiane che operano sul territorio mediante iniziative volte a coniugare la distribuzione delle stesse con la riqualificazione del territorio soprattutto nelle aree svantaggiate della periferia. Sussiste, infatti, l'esigenza di dar vita ad un tessuto sociale incentrato su un sistema di relazioni interne ad un contesto sociale ed economico urbano, capace di far emergere e stimolare le vocazioni del territorio in collaborazione con i diversi soggetti che in esso operano.

Verranno sviluppate, inoltre, iniziative volte a velocizzare e semplificare l'azione del Comune, l'accesso ai servizi ed alle gare d'appalto indette dal Comune di Milano da parte delle PMI e delle imprese artigiane sancite dalla sottoscrizione dello "Small business act" europeo.

Si interverrà anche negli specifici settori dell'artigianato produttivo ed artistico mediante azioni di sostegno alle piccole imprese artigiane in ambito locale, al fine di contribuire a risollevare dalla crisi economico-finanziaria le aziende che negli ultimi anni stanno subendo progressivamente l'esclusione dal mercato dei servizi, delle forniture e dei lavori pubblici.

Per quanto attiene al tema della creatività, tenuto conto che il comparto della "produzione con creatività" rappresenta quasi il 50 per cento dell'economia cittadina, considerando la complessa situazione congiunturale economico-finanziaria e volendo mantenere saldo il posizionamento cittadino, si ritiene necessario operare per rafforzare e ampliare le iniziative legate al sostegno dei comparti moda e design, attraverso un costante investimento in azioni concrete ed eventi di coinvolgimento della Città, lo sviluppo di eventi a carattere innovativo e la programmazione di iniziative ancora maggiormente efficaci ed efficienti.

In sintesi, per incrementare la capacità di attrazione della città, si agirà per:

- **promuovere le eccellenze del territorio in Italia e all'estero**
- **conoscere e promuovere Milano come destinazione turistica**
- **recuperare e promuovere l'identità della città**

Per la valorizzazione delle diverse forme di impresa, gli interventi sono riconducibili:

- alla **valorizzazione del sistema distributivo milanese;**
- al **consolidamento della presenza artigiana, delle piccole imprese e delle libere professioni;**
- alla **valorizzazione del sistema delle piccole imprese locali;**
- alla **valorizzazione delle attività delle aziende agricole milanesi e del paesaggio rurale;**
- alla **agevolazione dell'imprenditorialità creativa, della Moda, del Design e degli Eventi;**

Infine, per velocizzare e semplificare l'attività amministrativa per favorire lo sviluppo economico, si procederà nella direzione della **facilitazione del "fare impresa a Milano"**, ed in particolare con la prosecuzione e lo sviluppo dei progetti e delle azioni avviati nel biennio precedente, quali, la realizzazione di azioni di sostegno economico per le p.m.i. locali, la facilitazione burocratica del "Fare impresa a Milano", il consolidamento delle nuove sinergie pubblico-private concepite per semplificare le procedure e conseguire riduzione degli oneri amministrativi e recupero di tempo e risorse da destinare alle attività fondamentali di impresa.

FINALITA' DA CONSEGUIRE

Promuovere le eccellenze del territorio in Italia e all'estero

Le finalità che ci si propone di raggiungere sono:

Creazione e sviluppo di strumenti di marketing e iniziative promozionali nell'ambito del Piano di Marketing triennale

Al fine di migliorare le fasi di programmazione e valutazione degli interventi in atto e per migliorare il posizionamento della città sono state messe a punto, e verranno sviluppate, da una parte una serie di strumenti di programmazione, valutazione e misurazione e dall'altra un programma di azioni promozionali rivolte a target di riferimento della città e finalizzate a far conoscere al "pubblico" le opportunità offerte dal territorio per aumentarne la competitività e creare sviluppo.

In particolare tali attività si possono ricondurre a:

- 1) Direct Marketing: partecipazione a fiere di settore per la promozione delle eccellenze, definizione di accordi di cooperazione, roadshow internazionali. In particolare, la programmazione della partecipazione del Comune agli eventi sarà realizzata individuando strategie di partecipazione diversificate in funzione dei temi proposti dalle singole iniziative con la finalità di offrire occasioni di comunicazione e di marketing per l'Amministrazione e per la città, di promozione delle eccellenze e soprattutto una visione sistemica delle attività e dei progetti cittadini. Per quanto riguarda la partecipazione a fiere del settore turistico all'estero, inoltre, continuerà l'integrazione del Sistema Turistico della città di Milano con il Sistema Paese attraverso la partecipazione congiunta con ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo), in un'ottica di coordinamento generale delle politiche turistiche nazionali e locali.
- 2) Sviluppo del nuovo marchio Brand e lancio e consolidamento del progetto Merchandising. Il progetto consiste, da una parte nell'applicazione del nuovo Brand su materiale promozionale di "sistema" (brochures, leaflets, calendari da tavolo, CD rom e DVD sulla città, layout stand fieristici,...) da distribuire in occasione di azioni promozionali dell'Amministrazione (rassegne fieristiche e attività di promozione per eventi di vario genere) e, dall'altra, nello sviluppo di un progetto di merchandising che, attraverso l'individuazione di un main-licensor (licenziatario generale), prevede la produzione e la commercializzazione di prodotti ufficiali a brand Milano in collaborazione con alcune importanti realtà milanesi. Lo scopo è di promuovere un'identità visiva della città di Milano coerente e sinergica, migliorare la brand awareness di Milano in Italia e nel mondo creando, nel contempo, valore per l'Amministrazione.
- 3) Progetti di promozione innovativi tra i quali attività di marketing virale e presidio della rete e del Web 2.0.
- 4) Realizzazione di azioni promozionali nei confronti dei paesi di particolare interesse strategico in relazione all'evento Expo 2015, con l'espletamento da parte del Comune di un ruolo di regia "primus inter pares" a livello di Sistema Milano per l'ottimizzazione e la massimizzazione di tutti gli apporti, in particolare, iniziative, eventi, e promozioni attivati da organismi, enti/istituzioni nazionali e internazionali operanti nell'ambito del marketing urbano.
- 5) Osservatorio di Marketing Territoriale. Continuazione delle attività di Osservatorio di Marketing previste dal protocollo d'intesa con le Università Milanesi e con Camera di Commercio di Milano in particolare per il monitoraggio della competitività ed attrattività del sistema territoriale della città di Milano. Le attività si sostanzieranno nella definizione del sistema di analisi competitiva a livello strategico, nell'analisi percettiva del posizionamento della città di Milano, e nella definizione del sistema di analisi competitiva a livello operativo.
- 6) Progetto Reputation: "Un software di analisi semantica dei contenuti pubblicati sul web per migliorare l'immagine turistica della città di Milano". In particolare, il progetto ha permesso di effettuare analisi di intelligence sociale utilizzandola per il monitoraggio e la gestione della reputation online del city brand di Milano e per la valutazione del sentiment online sulle dimensioni fondamentali di competitività turistica della città, organizzate in nove macro-categorie di attrattività. Nell'ambito del progetto è stata sperimentata un'innovativa tecnologia per l'analisi semantica, verticalizzata nel settore turistico e specializzata per la sentiment analysis automatica. L'adozione di tale sistema permetterà un miglioramento delle campagne marketing intraprese dal Comune di Milano per promuovere il turismo e le iniziative sul territorio.
- 7) Progetto Summer School 2011-13. Lancio nel 2011 della 3° edizione del progetto sempre in collaborazione con le Università e gli istituti di formazione di eccellenza, al fine di promuovere iniziative mirate a destagionalizzare il turismo a Milano, vale a dire a renderla viva, abitata e abitabile anche nei mesi estivi e a rinforzare l'identità della città come centro di attrazione culturale per giovani talenti provenienti dal resto d'Italia e dai Paesi esteri.
- 8) Sviluppo di relazioni con i potenziali "clienti" del territorio e/o partner, soprattutto internazionali.

Conoscere e promuovere Milano come destinazione turistica

Le indagini svolte relativamente al posizionamento di Milano nella percezione e nella valutazione degli operatori e degli analisti del settore hanno consentito di fissare gli obiettivi di sviluppo turistico della città e la definizione dei target da consolidare e da sviluppare maggiormente.

Verificata una sostanziale mancanza di rilevazioni delle dinamiche che caratterizzano il turismo a Milano e nel territorio circostante, si è attivato un gruppo di lavoro con la Camera di Commercio di Milano che, insieme ad altri partner del settore dopo avere prodotto un piano di fattibilità per la realizzazione di un Osservatorio del Turismo, ha approfondito con diversi interlocutori istituzionali – comprese tre università milanesi con le quali è stata approvata una specifica convenzione - e privati le problematiche relative al reperimento di dati turistici utili e attendibili. In tale ambito andranno analizzati e monitorati i comportamenti di acquisto della città e dei suoi servizi da parte delle principali tipologie di “clienti” individuate. Allo stesso modo sarà analizzata e monitorata la percezione della città e dei servizi turistici rispetto ai target e alle variabili strategiche individuate. L'Osservatorio del Turismo costituisce una delle componenti di progetto contenute nel Sistema Turistico di Milano, già riconosciuto da Regione Lombardia. Per quanto riguarda il segmento Identità saranno promosse iniziative volte a sollecitare la conoscenza di Milano presso cittadini e studenti. e a raccogliere delle opinioni dei cittadini sull'identità di Milano, attivando dibattiti e scambi di idee. Espletata una analisi dei prodotti che attualmente promuovono Milano si dovrà predisporre un Piano di Comunicazione da realizzare nel periodo qui preso in esame. Tale piano si dovrà correlare con il costituendo Portale del Turismo.

Pertanto, si citano a titolo esemplificativo e riassuntivo i principali progetti in essere:

- 1) Consolidare il neocostituito “Sistema informativo del Turismo - SITur”. Per il Portale del Turismo messo on-line nel 2009 e per il CGE verranno sviluppate nell’arco del prossimo anno e successivi nuove funzionalità e integrazioni di nuovi servizi (prenotazione voli on-line, prenotazione biglietteria museale, sviluppo di una maggiore interattività con gli utenti e multimedialità, integrazione portale e schede CGE e diversi canali di comunicazione per l’importazione diretta di informazioni, sviluppo sinergie con il web 2.0, ultimazione fase di sviluppo CGE ai fini del supporto alla programmazione degli eventi e alla gestione del calendario luoghi dell’Amministrazione, widget, applicazione *mobile*, ecc.
- 2) Incrementare in collaborazione con il partner Intesa Sanpaolo i servizi e i target della AmaMi Card, in particolare sviluppando nuove tipologie di card anche rivolte al turismo interno (card del cittadino)
- 3) Consolidare i dati dell’Osservatorio del Turismo, con il contributo delle Università Bocconi, Bicocca, IULM, nonché del mondo Imprenditoriale. L’Osservatorio dovrà essere in grado di creare, monitorare e aggiornare periodicamente l’insieme di indici necessari alla realizzazione delle politiche turistiche della città di Milano e del Sistema Turistico Milanese;
- 4) Attivare nuovi punti di informazione, accoglienza e commercializzazione di servizi e prodotti turistici, nei diversi punti strategici della città (Centro storico, Stazione Centrale, aeroporti milanesi, intesi come porte di accesso turistico alla città) anche in collaborazione con il settore privato.
- 5) Realizzare un Sistema integrato di identità visiva esterna per Milano: gli interventi previsti dal progetto hanno lo scopo di realizzare una nuova segnaletica turistica cittadina che possa accompagnare il visitatore nella scoperta della città attraverso un’informazione essenziale ma corretta che possa invogliare a ulteriori approfondimenti; in una prospettiva unitaria di integrazione visiva gradevole e di basso impatto rispetto agli spazi e alle risorse cittadine e affiancando ai cartelli ulteriori forme di fruizione individuali legate alle nuove tecnologie.
- 6) Promuovere e supportare lo sviluppo del turismo congressuale, attraverso la messa a sistema di un’offerta territoriale integrata e il supporto agli operatori di settore nel promuovere Milano come destinazione congressuale e per acquisire nuovi congressi internazionali.
- 7) Ideare, realizzare e collaborare a progetti obiettivo e strategici trasversali (identificazione di sistemi turistici complessi, interventi per la rivitalizzazione di aree urbane e siti obiettivo ai fini della promozione della città e del recupero dell’identità cittadina, realizzazione di mix di strumenti promozionali anche legati all’identità) e a progetti di grande respiro che coinvolgano in operazioni di co-marketing le forze vitali e produttive della città, ecc.
- 8) Contribuire per le aree di propria pertinenza alla ideazione e realizzazione di attività e progetti a supporto di Expo 2015
- 9) Avviare una serie di Accordi di Programma con soggetti e istituzioni sinergici alle attività strategiche (es. Fiera Milano, Unione del Commercio, Assolombarda, Sistema Universitario, ecc.)

Recuperare e promuovere l'identità della città

Durante il 2011 sarà dato ulteriore grande impulso all'organizzazione di manifestazioni ed eventi sia in occasione di ricorrenze cittadine da sempre celebrate, sia in momenti da riscoprire come caratterizzanti l'identità milanese.

Fra gli eventi, anche a valenza turistica, che saranno organizzati ci sono: i festeggiamenti per il Carnevale Ambrosiano, le celebrazioni delle 5 Giornate di Milano, nuovi percorsi e itinerari alla scoperta delle "CentoMilano"; i grandi spettacoli in Piazza Duomo per la rassegna "I Milanesi per il Duomo" all'interno de La Bella Estate; le rappresentazioni di opere liriche al Castello Sforzesco, sempre all'interno de "La Bella Estate"; ed iniziative varie in occasione della ricorrenza del Capodanno Celtico.

Altri eventi saranno promossi, in maniera indiretta, attraverso la concessione di patrocini - con e senza contributi economici - per la realizzazione di attività tese allo sviluppo turistico, economico e culturale di Milano e della sua identità.

Particolare attenzione sarà posta nella realizzazione di sinergie con le altre istituzioni attive in campo turistico. In particolar modo verranno sviluppate iniziative all'interno del Sistema Turistico della Città di Milano, d'intesa con Camera di Commercio di Milano, Unione del Commercio, Assolombarda ed altri soggetti come ATM, a SEA, a Fiera Milano, ecc.

Il Comune inoltre si farà promotore della creazione, da parte degli operatori commerciali, di pacchetti turistici in occasione di determinati periodi dell'anno e/o di eventi di particolare rilevanza, con il coinvolgimento dei principali attori del settore: dalle compagnie aree low-cost, alle compagnie di bandiera all'associazione dei Tour Operator Italiani all'Unione del Commercio, stimolando inoltre un innalzamento dell'offerta di servizi turistici e della loro qualità.

Le attività previste per la promozione dell'Identità e del Turismo, si svilupperanno in un programma più dettagliato, anche per:

- promuovere e sviluppare il turismo interno nazionale ed estero a Milano, di concerto con gli operatori del settore, attraverso la valorizzazione delle attrattive note della città e la riscoperta del potenziale turistico e di richiamo finora non adeguatamente esplicitato;
- promuovere e sviluppare l'identità milanese, del senso di appartenenza alla città e alla ricca tradizione artistica e culturale che la connota, nella prospettiva del rilancio dell'interesse dei milanesi per Milano, per i suoi luoghi e per le opportunità di confronto e di crescita all'interno del suo territorio;
- organizzare e promuovere manifestazioni ed eventi tesi a promuovere la città e ad accrescerne l'attrattività locale, nazionale ed estera, nonché a consentire una piena valorizzazione dei luoghi degli spazi della città.

Valorizzare il sistema distributivo milanese

- Programmare lo sviluppo della rete distributiva commerciale
 - In conformità al Piano di Governo del Territorio, e sviluppo delle politiche attive di sostegno del settore, si intende consolidare l'upgrading dei distretti urbani commerciali naturali;
 - Completamento degli interventi previsti nel Programma di Intervento approvato e cofinanziato dalla Regione Lombardia relativo ai cinque Distretti Urbani del Commercio (Brera, Giambellino, Isola, Navigli, Sarpi), in particolare: predisposizione di bandi per la concessione di contributi in conto capitale ai commercianti, organizzazione di iniziative di animazione, realizzazione di opere di arredo urbano in collaborazione con i settori tecnici competenti;
 - Approvazione ed applicazione dei criteri comunali per l'insediamento dei pubblici esercizi di somministrazione, sulla base di un apposito studio di natura economico - urbanistica e previo monitoraggio dell'inquinamento acustico in alcuni ambiti territoriali sensibili;
 - Organizzazione di iniziative commerciali a tema capaci di integrare il commercio con il turismo, attraverso l'attrattività ed l'aggregazione dei cittadini, quali "La piazza in gioco" ed i mercatini di Natale. Altri eventi saranno promossi, in maniera indiretta, attraverso la concessione di patrocini - con e senza contributi economici - per la realizzazione di attività tese allo sviluppo turistico, economico e culturale di Milano e della sua identità;

La valorizzazione del sistema distributivo milanese, relativo ai Mercati Comunali Coperti, sarà realizzato attraverso la procedura del Project- Financing ai sensi dell'art. 153 del D.Lgs . 163/2006.

In particolare la loro razionalizzazione e la riorganizzazione, avverrà nel rispetto delle "Linee guida in materia di Mercati Comunali Coperti" approvate dalla Giunta con trattazione di massima in data 8 gennaio 2010, recepita successivamente nella Relazione Previsionale e Programmatica 2010 / 2012.

Il "promotore" dovrà provvedere alla riqualificazione, attraverso 3 tipi di interventi: la dismissione, la riorganizzazione ed il rilancio dei singoli Mercati.

Dovrà essere demolito l'immobile di viale Monza 148(Gorla), al fine di costruire edifici a destinazione residenziale.

Un gruppo di n° 6 Mercati (Monza 54 , Lorenteggio, QT8 , Gratosoglio ,Giambellino, S.Leonardo) saranno gestiti dal promotore del project in diritto di superficie . A fronte di tale concessione,lo stesso promotore provvederà al rilancio di n° 13 Mercati (Cà Granda , Chiarelli, Fusina, Montegani , Morsenchio, Ponte Lambro, Prealpi, Quarto Oggiaro, Rombon, Sant'Ambrogio, Ticinese, Wagner, Zara) mediante la ristrutturazione edilizia ed impiantistica e conferendo a tutto il sistema mercatale milanese, un'immagine unica e coordinata.

- Razionalizzare il commercio su aree pubbliche
 - Applicazione del Regolamento del commercio su aree pubbliche e condivisione con gli ambulanti di un codice etico di comportamento relativo alla corretta gestione delle aree mercatali;
 - Attuazione degli interventi programmati di razionalizzazione dei mercati, a partire dalle maggiori priorità (pulizia, decoro, collocazione), utilizzando anche l'Atlante dei mercati, analisi delle caratteristiche logistiche delle aree di mercato;
 - Prosecuzione nella valorizzazione delle Fiere e Sagre tradizionali, in particolare della Fiera degli Oh bej! Oh bej!, favorendo la riqualificazione dell'arredo e arricchendole con eventi di carattere artistico e culturale, allo scopo di promuovere il commercio che esprime la tradizione e l'identità cittadina;
 - Supporto alla crescita dell'appeal dei mercati attraverso il miglioramento dell'ordine e del decoro estetico degli stessi, eventualmente ricorrendo allo strumento dei contributi per la sostituzione delle attrezzature di vendita già previsto in ambito DUC;
 - Partecipazione con altri enti e settori coinvolti ad una campagna di interventi per la lotta alla contraffazione ed all'abusivismo nel commercio.

- Promuovere iniziative per lo sviluppo dei mercati generali
 - Il nuovo assetto organizzativo avviato dalla SOGEMI sarà accompagnato dalla revisione delle convenzioni in essere anche alla luce dei possibili mutamenti normativi regionali;
 - Sarà avviato da Sogemi e governato dall'Amministrazione il processo di valorizzazione e rilancio del comparto dei mercati all'ingrosso, anche in vista della rifunzionalizzazione per le attività legate al tema dell'alimentazione (Expo 2015).
In tema di riqualificazione della mission di Sogemi e di razionalizzazione logistica dei mercati, sarà definito un piano industriale che dovrà fornire le risposte sia alle mutate esigenze in termini di servizio che alla redditività aziendale.
 - Proseguire nel percorso intrapreso con il bando per l'affidamento del servizio di facchinaggio e movimentazione merci nel Mercato Ortofrutticolo all'Ingrosso di Milano ed interrotto con l'annullamento della gara.
 - Prevedere sanzioni certe alle aziende che, tramite il lavoro nero, operano slealmente in concorrenza con gli operatori onesti.
 - Aumentare i controlli di garanzia a tutte le Società presenti in Ortomercato con contratti diretti con Sogemi, oppure con contratti di lavoro tra operatori. Ogni anno imporre a tutti gli operatori di produrre la certificazione antimafia della Prefettura di Milano, prevedendo meccanismi di tracciabilità dei flussi finanziari.

- Realizzare iniziative a sostegno del mercato che esprime tradizione
 - Promozione del marchio "Bottega Storica di Milano", individuando gli interventi possibili per il sostegno dell'attività dei negozi storici, commerciali ed artigiani, con approvazione di apposite linee guida di interventi per la valorizzazione delle Botteghe storiche milanesi;
 - Predisposizione di bandi per la concessione di contributi in conto capitale ai commercianti per la tutela delle attività storiche e del loro brand;
 - Prosecuzione della pubblicazione dell'annuario delle Botteghe Storiche e della relativa premiazione, al fine di rispondere al sempre più avvertito bisogno di affermare l'identità storica, personale e comunitaria, dei milanesi.

- Prosecuzione nell'azione tesa a semplificare le procedure, per ridurre i tempi e i costi dei procedimenti, per l'utenza e l'Amministrazione, anche attraverso l'implementazione del nuovo sistema informatico ed il coordinamento con l'attività dello Sportello Unico Attività Produttive, utilizzando gli strumenti di liberalizzazione previsti dal quadro normativo.

Per promuovere il **consolidamento della presenza artigiana, delle piccole imprese e delle libere professioni** si opererà per:

Realizzare azioni per sostenere la competitività delle imprese artigiane e delle piccole imprese, mediante

- Valorizzazione dei circuiti dell'artigianato artistico anche in collaborazione con le scuole d'arte; realizzazione del bando "crea il gioiello di Milano" in accordo con Associazione Orafa Lombarda Camera di Commercio di Milano, Unione Artigiani, Confcommercio
- realizzazione della cittadella virtuale dell'artigianato, esposizione di prodotti di alta gamma, partecipazione a meeting ed eventi nazionali ed internazionali;
- partecipazione a manifestazioni fieristiche ed eventi in Italia per la promozione dell'artigianato artistico e dell'artigianato produttivo; partecipazione al Salone degli imprenditori per la presentazione del progetto "Evadere dal Quotidiano";
- realizzazione di iniziative di sostegno a giovani creativi in collaborazione con le Università;
- realizzare di iniziative in collaborazione con Unione del Commercio, Camera Nazionale della Moda Italiana e Fiera Milano s.p.a. nell'ambito del progetto di sostegno ai consumi;
- realizzazione di un tavolo permanente con Unione Artigiani, Confartigianato e CNA Milano per iniziative di sostegno in favore delle piccole Imprese artigiane .
- sostegno delle libere professioni per facilitare nel fare impresa e fare sistema con gli Ordini professionali, creando un sistema di comunicazione/collaborazione con gli ordini dei Notai, dei Commercialisti e degli Avvocati e Consulenti e del Lavoro al fine di integrare le attività dei liberi professionisti che operano con le attività produttive della città
- sostegno delle libere professioni con un progetto denominato Material Connection in accordo con gli ordini degli architetti e degli ingegneri e le università di design, e scuole di design;
- azione di public management per lo sviluppo della filiera del well-being nel Comune di Milano al fine di stimolare la creazione di nuovi posti di lavoro nei servizi artigiani alla persona;

Valorizzare le attività delle aziende agricole milanesi e il paesaggio rurale

Nel corso del primo semestre 2010 è stata approvata la deliberazione n. 1610/2010 avente ad oggetto "Linee guida per la predisposizione di contratti di affittanza agraria di fondi di proprietà del Comune di Milano, per l'individuazione delle modalità di scelta del contraente, per l'affidamento di opere e servizi in convenzione", cui ha fatto seguito la presentazione di candidatura alla Regione Lombardia per il riconoscimento del Distretto Agricolo Milanese nell'ambito dei distretti rurali accreditati.

Altresì sono state altresì prese in carico le strutture tutt'ora potenzialmente oggetto della conduzione di attività agricola e in tale ambito è stato avviato un progetto di recupero funzionale e d'uso di Cascina Linterno. Hanno preso corpo infine una serie di rapporti di collaborazione con Enti anche ministeriali, Associazioni, Comitati, rappresentanti della proprietà fondiaria, necessari e finalizzati alla migliore conduzione della progettualità di Distretto Agricolo e Culturale Milanese.

Su queste fondamenta ci si prefigge per i primi mesi del 2011 di completare il percorso di rinnovo dei contratti di affittanza agraria, in aderenza alle linee di indirizzo approvate con le deliberazioni richiamate, di procedere tramite procedura ad evidenza pubblica all'assegnazione di aree agricole nel contempo liberatesi per rinuncia dei conduttori o cessazione dell'attività, di completare il percorso avviato di riconoscimento del Distretto Agricolo Milanese (Deliberato dalla Giunta Regionale in data 12 ottobre 2010) con il sostegno alle imprese agricole aderenti per la costituzione della prevista Società di Distretto.

In ragione del consolidamento del Distretto Agricolo Milanese e del possibile ampliamento dello stesso all'adesione di imprese agricole operanti in ambito provinciale, sarà valutata la possibilità di intraprendere un percorso volto all'individuazione e alla costituzione di soggetto/i giuridici tra imprese agricole/Società di Distretto, Enti pubblici (Provincia/Comune), altri proprietari fondiari, per la gestione consorziata di servizi volti alla manutenzione e valorizzazione del territorio.

Detti percorsi saranno affiancati dalla collaborazione con Camera di Commercio di Milano, con soggetti pubblici e privati ai fini della conduzione di politiche dell'occupazione e attività formative volte allo start up allo sviluppo delle imprese agricole verso forme sempre più evolute di multifunzionalità.

Realizzare iniziative per l'uso polifunzionale delle aziende agricole milanesi: si intende proseguire e implementare le azioni per favorire forme di “interscambio” tra aziende agricole milanesi e la città, attraverso:

- > Diffusione della conoscenza e fruibilità delle aziende agricole milanesi da parte della cittadinanza ;
- > Valorizzazione e implementazione delle esperienze di polifunzionalità delle aziende agricole milanesi attraverso la valorizzazione della cultura vernacolare e del contesto rurale;
- > Sensibilizzazione della popolazione sulla realtà rurale, con il sostegno alla sperimentazione di “fattorie didattiche”, “orti scolastici” ecc;
- > Sostegno alla diffusione delle attività agrituristiche nell’ampia accezione della normativa regionale vigente (Legge Regionale 10/07) comprendente somministrazione, ospitalità, degustazione, attività ricreative, culturali, pratica sportiva ecc.

Realizzare iniziative di sostegno alla produzione agricola: si intende sostenere il permanere e il consolidarsi dell’attività delle aziende agricole, incentivando il ricambio generazionale, per conservare aree ecologicamente importanti che rappresentano una ricchezza ed una risorsa per Milano, attraverso lo sviluppo delle seguenti linee di indirizzo:

- > valorizzazione dell’agricoltura, dei cascinali e delle strutture annessi alle aziende agricole quale patrimonio dell’identità del territorio della città di Milano,
- > promozione di progetti innovativi e individuazione delle fonti specifiche di finanziamento, in adesione alle linee guida del Piano di Sviluppo Rurale della Regione Lombardia;
- > promozione di esperienze lavorative ed eventualmente di progetti occupazionali al fine del rilancio delle attività agricole nell’ottica paesaggistica delineata e del ricambio generazionale;
- > promozione e sostegno alla diffusione, d’intesa con le aziende agricole, di gruppi d’acquisto solidale “Gas”, delle opportunità di filiera corta e di valorizzazione del consumo di produzioni locali e stagionali;
- > creazione di network tra aziende agricole, università e istituti agrari per mettere a sistema le potenzialità reciproche, incentivate e sostenute anche attraverso l’assegnazione di una borsa di studio su tematiche di specifico interesse;
- > creazione di una mailing list volta alla diffusione e alla promozione delle iniziative e degli eventi culturali legati all’agricoltura.

Agevolazione dell'imprenditorialità creativa, della Moda, del Design e degli Eventi

Saranno intraprese le seguenti azioni:

Riposizionamento strategico del sistema moda

In particolare per il servizio Moda e Design, a seguito di un preliminare approfondimento sulla situazione attuale di mercato e sugli scenari evolutivi, che permettano di delineare il piano strategico di sviluppo degli indirizzi e delle attività, si potranno costituire gli elementi fondanti, nel 2011, per il riposizionamento del Sistema, per lo sviluppo della piattaforma strategica per la tutela del capitale creativo (inteso anche come lotta alla contraffazione) e della valorizzazione delle nuove professioni. I primi risultati ottenuti indicheranno le tipologie di leve su cui progettare il sostegno del comparto moda, collegato alla forte vocazione imprenditoriale milanese.

Integrazione del Sistema Moda in ambito cittadino per garantire un maggiore coinvolgimento positivo della Città attraverso anche politiche di marketing strategico mirato

In particolare, si investirà in modo specifico sul rafforzamento di due *umbrella concept*, Milano Loves Fashion e Enjoy Milano, i quali, integrandosi perfettamente, rappresentano un’ideale segmentazione della strategia di posizionamento: il primo più rivolto a lavorare sul percepito, anche a livello internazionale, il secondo per stabilire efficaci e duraturi progetti organici di rapporto con le realtà operanti sul territorio, facilitando, sostenendo e stimolando il percorso a sostegno.

Il concetto ombrello di “Milano Loves Fashion”, lanciato lo scorso settembre 2010, garantirà lo sviluppo di iniziative di forte impatto cittadino e grande ritorno mediatico, sulle quali capitalizzare, sia per coinvolgere la Città, sia per rafforzarne la percezione positiva a livello internazionale, contribuendo al posizionamento strategico di Milano.

Il progetto Enjoy Milano, invece, nato dall'intesa tra Comune di Milano, Camera del Commercio, Unione del Commercio, Fiera di Milano, è finalizzato a valorizzare la presenza cittadina dei contenitori periodici dedicati alla Moda ed individuare iniziative integrate per migliorare accoglienza e godibilità della Città. Un progetto con una forte connotazione b-to-b, ma comunque consapevole dell'esigenza di aprire la Moda alla cittadinanza.

Un brand dedicato, per il quale verranno amplificati i circuiti comunicativi, sperimentate attività legate all'ampliamento delle opportunità di ospitalità, ristorazione, mobilità.

Tramite il progetto Enjoy Milano verranno anche rafforzate le relazioni con i principali stakeholder di riferimento e creato tavoli di lavoro mirati su varie tematiche, sviluppando anche progetti di visibilità pubblica.

Innovazione delle attività consolidate

Particolare attenzione sarà rivolta a stabilire un forte legame emotivo fra cittadini e Amministrazione attraverso eventi e manifestazioni inseriti in palinsesti periodici collegati ai contenitori de La Bella Estate, del Natale, oltre alle iniziative di forte richiamo nazionale negli ambiti di eccellenza milanese, quali tra l'altro, la creatività e l'innovazione.

Senza dubbio poi il mese di agosto prevederà specifiche attività dedicate a rendere la città più bella da vivere anche nel periodo tipicamente meno vitale dell'anno, attraverso incentivi al commercio ed al consumo, piani e progetti di comunicazione mirati e manifestazioni e appuntamenti rivolti a particolari fasce di cittadinanza.

Promozione dell'identità della città attraverso eventi e iniziative a sostegno del target giovanile con particolare attenzione al comparto discografico e al consumo

Rientra in tali eventi un concorso musicale che si rivolge ad un pubblico giovane, con la finalità di trasformare la Città nella capitale italiana della musica emergente, rilanciando al tempo stesso gli spazi della metropolitana milanese, che faranno da sfondo a tutti gli eventi previsti nel 2011.

Allo scopo di pubblicizzare l'evento e reperire le band che si esibiranno nel 2011 sarà realizzata una grande campagna di comunicazione, attraverso radio e social network, e un sito Internet, a cui gli utenti potranno rivolgersi per ottenere informazioni, iscriversi al concorso, consultare il calendario dei concerti.

Saranno, inoltre, messi a regime strumenti di accesso a servizi per l'acquisto di prodotti che contribuiscono alla lotta alla contraffazione e in grado di guidare gli utenti verso acquisti agevolati e a prezzi convenienti.

Attivazione di un efficace canale di comunicazione e promozione

Infine, con l'obiettivo di aumentare le opportunità di realizzazione di eventi a costo zero per l'Ente, sarà implementato un format innovativo di presenza sul territorio, atto a stimolare gli investimenti e le sponsorizzazioni di aziende private, con un tangibile beneficio in termini di spesa corrente.

COERENZA CON I PIANI REGIONALI DI SETTORE

Il programma di interventi sopra declinato è coerente con la normativa e i piani regionali previsti per i singoli comparti, laddove esistano, e con la pianificazione provinciale.

Per quanto attiene le attività in ambito turistico, vi è coerenza con il piano regionale previsto per il settore turismo (Legge Regionale 29 marzo 2001 n. 135, Legge Regionale 11 agosto 1973 n. 28, Legge Regionale 14 aprile 2004 n. 8).

COERENZA CON GLI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE DELL'ENTE

Nel quadro della valorizzazione della programmazione integrata, di natura trasversale alle diverse Unità Organizzative dell'Ente, le azioni indicate saranno rese coerenti con le indicazioni del nuovo Piano di Governo del Territorio (PGT).

Gli interventi programmati saranno correlati alle indicazioni contenute nel Piano di Marketing, agli indirizzi dei Piani comunicativi dell'Ente e alle previsioni del programma delle Opere pubbliche

3.4 - PROGRAMMA 5000 - SVILUPPO IMPRESE E CATEGORIE PRODUTTIVE

3.5 - RISORSE CORRENTI ED IN CONTO CAPITALE PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA

ENTRATE

	Anno 2011	Anno 2012	Anno 2013	Legge di finanziamento e articolo
ENTRATE SPECIFICHE				
• STATO	0,00	4.000.000,00	0,00	
• REGIONE	3.189.000,00	3.189.000,00	3.189.000,00	
• PROVINCIA	0,00	0,00	0,00	
• UNIONE EUROPEA	0,00	0,00	0,00	
• CASSA DD. PP. - CREDITO SPORTIVO - ISTITUTI DI PREVIDENZA	1.500.000,00	1.300.000,00	1.300.000,00	
• ALTRI INDEBITAMENTI (1)	0,00	0,00	0,00	
• ALTRE ENTRATE	5.570.000,00	4.750.000,00	5.250.000,00	
TOTALE (A)	10.259.000,00	13.239.000,00	9.739.000,00	
PROVENTI DA SERVIZI	0,00	0,00	0,00	
TOTALE (B)	0,00	0,00	0,00	
QUOTE DI RISORSE GENERALI	27.198.321,00	24.280.051,00	23.618.635,00	
TOTALE (C)	27.198.321,00	24.280.051,00	23.618.635,00	
TOTALE GENERALE (A+B+C)	37.457.321,00	37.519.051,00	33.357.635,00	

(1) Prestiti da istituti privati, ricorso al credito ordinario, prestiti obbligazionari e simili

3.6 - SPESA PREVISTA PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA - IMPIEGHI

Anno 2011							
Spesa corrente				Spesa per investimento		Totale (a+b+c)	% su spese finali
Consolidata		Di sviluppo		Spesa per investimento			
Entità (a)	%	Entità (b)	%	Entità (c)	%		
23.025.801,00	61,47	1.520,00	0,00	14.430.000,00	38,52	37.457.321,00	0,42
Anno 2012							
Spesa corrente				Spesa per investimento		Totale (a+b+c)	% su spese finali
Consolidata		Di sviluppo		Spesa per investimento			
Entità (a)	%	Entità (b)	%	Entità (c)	%		
23.629.051,00	62,98	10.000,00	0,03	13.880.000,00	36,99	37.519.051,00	0,44
Anno 2013							
Spesa corrente				Spesa per investimento		Totale (a+b+c)	% su spese finali
Consolidata		Di sviluppo		Spesa per investimento			
Entità (a)	%	Entità (b)	%	Entità (c)	%		
19.499.785,00	58,46	8.000,00	0,02	13.849.850,00	41,52	33.357.635,00	0,38

PROGRAMMA: Politiche del lavoro e dell'occupazione

Responsabile: Dott.ssa Maria Teresa Brogini Moretto (Direttore Centrale Attività Produttive, Politiche del lavoro e dell'Occupazione)

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA

Il perdurare della incertezza economica e di significativi segnali di difficoltà di ripresa dell'economia - all'origine dell'aggiornamento del programma predisposto nel 2006 quando le aspettative erano di crescita economica orientata verso la promozione, il sostegno, una migliore occupazione e una nuova occupazione - confermano le linee di programma per lo sviluppo delle politiche attive del lavoro con l'obiettivo di **rafforzare l'occupazione e qualificare l'offerta di lavoro, in modo da rendere Milano laboratorio di processi di sviluppo economico** attraverso la conoscenza del mondo del lavoro milanese, la definizione di strumenti di pianificazione e lo sviluppo di azioni per favorire l'occupazione.

MOTIVAZIONE DELLE SCELTE

Si proseguirà con le azioni intraprese secondo le Linee di indirizzo per le politiche attive del lavoro a Milano (approvate con deliberazione di Giunta Comunale PG 659988/2009) con l'obiettivo di dare risposta alla forte domanda di servizi e di interventi posti a un grande ente territoriale come il Comune di Milano e riconducibili alle seguenti esigenze:

nell'ambito della conoscenza del mondo del lavoro milanese e della definizione di strumenti di pianificazione:

conoscere il mercato del lavoro locale per definire gli indirizzi dell'Amministrazione, in coerenza con gli sviluppi comunitari e internazionali e in risposta alle principali criticità della Città;

nell'ambito dello sviluppo di azioni per favorire l'occupazione:

sostenere i settori di vocazione della città per promuovere l'occupabilità nei settori di vocazione della città (moda e design, nuovi media, terziario) e per lo sviluppo competitivo del territorio e in ambiti strategici (servizi di cura, green jobs, ecc.), anche in connessione con Expo 2015.

qualificare il sistema educativo e formativo per promuovere una visione della formazione come politica attiva del lavoro basata sul principio che il sapere e la conoscenza rappresentano un investimento occupazionale e socio-economico.

promuovere un nuovo rapporto tra formazione e lavoro per orientare e accompagnare alle professioni richieste dalla evoluzione del mercato costruendo una rete con gli operatori e gli enti competenti del territorio

promuovere un modello integrato di azioni per il lavoro per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, attraverso lo sviluppo di nuovi modelli di politiche attive del lavoro e un modello gestionale per attività di welfare attivo.

sostenere le fasce deboli per favorire l'accoglienza e l'inserimento dei soggetti svantaggiati attraverso forme di collaborazione strutturale in un'ottica di sistema integrato per realizzare progetti di workfare.

sviluppare progetti per l'occupazione e azioni di sostegno all'auto imprenditorialità per concorrere alle politiche attive del lavoro attraverso progetti e programmi sia europei, nazionali, regionali e provinciali sia integrati con gli attori sociali.

realizzare un piano locale per l'occupazione per condividere obiettivi e scelte cruciali in tema di sviluppo locale. attraverso la partecipazione attiva degli attori politico-istituzionali e socio-economici del territorio e come quadro di connessione e riferimento per le azioni sviluppate in risposta alle precedenti esigenze.

FINALITA' DA CONSEGUIRE

Conoscere il mondo del lavoro milanese e definire strumenti di pianificazione

Conoscere il mercato del lavoro locale. Il monitoraggio sistematico della realtà economica e sociale della città di Milano e del suo territorio è presupposto per definire e registrare continuamente, in coerenza con gli sviluppi comunitari e internazionali, gli indirizzi dell'Amministrazione comunale e per conoscere e intervenire sulle principali criticità della Città, con riferimento alla offerta formativa, alla dotazione di capitale umano, ai fabbisogni professionali delle imprese nei prossimi anni.

Sarà implementata l'attività dell'Osservatorio permanente sulle dinamiche del mercato del lavoro, dei fabbisogni professionali e delle attività produttive a Milano.

L'Osservatorio intende sperimentare "un modello virtuoso che, integrando dati statistici a carattere quantitativo con dati qualitativi, realizzi una "catena di creazione del valore" da tenere continuamente aggiornata la quale:

1. rilevi (ex-ante) le criticità del mercato del lavoro e dei lavoratori, sulla base della interpretazione delle tendenze (segnali deboli) in atto;
2. definisca su questa base azioni di politica attiva del lavoro, quali azioni di bilancio di competenze e counseling; formazione/riqualificazione professionale, sostegno all'impresa, sostegno alla autoimprenditorialità, microcredito per lo start-up di impresa; progetti mirati in particolare a categorie in condizione di svantaggio;
3. rilevi (ex-post) l'evoluzione dell'andamento del mercato del lavoro attraverso i dati statistici disponibili integrati con dati resi disponibili da rilevazioni mirate e periodiche che andranno ad alimentare una banca dati dedicata, compreso il monitoraggio e la tracciatura dei percorsi professionali (hic et nunc);
4. analizzi, valuti ed interpreti i dati rilevati e tra loro incrociati realizzando in questo modo un modello circolare e dinamico di lettura della evoluzione del mercato del lavoro a Milano”.

A partire dal quadro normativo esistente e dalle competenze assegnate ai comuni, saranno avviate collaborazioni e sinergie con i livelli istituzionali di riferimento (Regione e Provincia, ma anche sistema camerale, associazioni datoriali e parti sociali ecc) per favorire l'azione di consolidare il ruolo della città di Milano, quale motore e capitale economica del Paese.

L'azione di conoscenza sarà accompagnata da progetti di comunicazione sulla situazione del mercato del lavoro e sulla sua evoluzione attraverso più media e iniziative di incontro. I progetti di comunicazione alla città e agli attori sociali sono da intendere e realizzare non tanto e non solo come mera diffusione di informazioni, ma soprattutto come scambio continuo e reciproco per una migliore comprensione delle dinamiche in atto e dei problemi emergenti e di confronto e studio delle buone pratiche messe in atto per la loro soluzione.

Si realizzerà pertanto un programma di appuntamenti/eventi, a cadenza orientativamente mensile allo scopo di informare su alcune tematiche specifiche del mondo del lavoro, di promuovere le professioni inerenti le aree di vocazione della città e di offrire occasione di networking tra i partecipanti attraverso un contesto informale, nel quale si fondono momenti di convivialità e spazi dedicati al dibattito grazie agli interventi di esperti e relatori.

Potranno perciò essere organizzati: momenti di incontro con i responsabili delle aziende; conferenze (su: esperienze di auto imprenditorialità, percorsi professionali di chi ha accresciuto il proprio curriculum con corsi di formazione, di chi ha trovato difficoltà e ostacoli e ha trovato il modo per superarli; il tessuto produttivo locale attraverso il racconto di imprenditori o esperti); mini talk, eventi in cui il “frontale” viene ridotto al minimo per lasciare spazio ad una comunicazione “bottom-up” con la moderazione di un esperto; presentazioni aziendali in cui le aziende rispondono a eventuali richieste di chiarimenti su specifici aspetti (politiche retributive, modalità contrattuali, ecc.).

Sarà individuato un luogo di riferimento per la città sui temi del lavoro e snodo di un network di servizi e soggetti attivi per il lavoro e dove, a scadenze periodiche, si hanno momenti di approfondimento e scambio sui principali temi ed esperienze del mercato del lavoro, dei fabbisogni professionali, delle criticità emergenti.

Alcuni incontri potranno tenersi nel quadro delle azioni previste per il progetto di Villa Scheibler ovvero in altre strutture, secondo opportunità, e potranno essere realizzati anche in collaborazione con altri servizi (esempio SOFI, Servizio Supporti alle Imprese, altri).

Attraverso lo sviluppo di un Sito di servizio si potrà informare e dialogare con la città e con gli attori sociali ed economici sui servizi offerti, fornendo informazioni e link utili a saperne di più, le news, i dati, i progetti, la documentazione utile sul mercato del lavoro.

Le azioni di diffusione saranno realizzate anche attraverso la partecipazione a eventi e occasioni diverse, quali ad esempio la partecipazione a *Job in Tourism*.

Sviluppare azioni per favorire l'occupazione

Sostenere i settori di vocazione della città.

La globalizzazione della economia ha modificato le caratteristiche della competizione che è passata da una concorrenza tra imprese a una competizione tra sistemi territoriali. La massimizzazione del valore competitivo del territorio è diventato un elemento chiave dello sviluppo e di crescita della comunità locale quale ambito specifico di azione dell'Ente locale.

Le imprese quindi non possono che diventare partner di una nuova progettualità sia perché costituiscono il naturale destinatario finale dei servizi per l'occupabilità sia perché possono avere anche vantaggi diretti (a titolo di esempio: in termini di selezione e formazione del personale, di monitoraggio dell'inserimento lavorativo per i soggetti in condizione di svantaggio, come definite nel DLgs 276/2003).

Saranno perciò sviluppate azioni coordinate e di sostegno ai settori di vocazione della città e per le piccole imprese artigianali, commerciali e del settore terziario operanti sul territorio.

Nel settore del turismo e anche nell'ottica di Expo 2015 si realizzeranno più azioni convergenti. Per rendere più attrattiva la città sono essenziali servizi di base che agevolino la quotidianità del vivere anche e specificamente per i visitatori stranieri, siano essi presenti in città per ragioni di turismo, lavoro o studio. Tra i servizi di base la mobilità è uno dei servizi più critici nella percezione della qualità/facilità d'uso dei servizi, prioritariamente per la difficoltà legata al chiedere e ricevere informazioni. Per rendere più agevole questo aspetto specifico, saranno studiate azioni progettuali specifiche rivolte al sistema delle auto pubbliche con l'Unione Artigiani e la Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa.

Nel settore della media industry si intende proseguire nella collaborazione avviata con il Centro Sperimentale di Cinematografia e realizzare progetti di sostegno e sviluppo delle professioni del settore televisivo.

Nel settore dell'artigianato sarà sviluppato il progetto già avviato della Cittadella virtuale dell'artigianato *Mi@rti* sia con iniziative specifiche, anche collegate all'orientamento professionale.

Lo sviluppo di progetti a sostegno del lavoro svolto nella piena legalità (emersione del lavoro nero) e sicurezza secondo quanto previsto dalla vigente legislazione mirati a favorire l'ingresso, la permanenza o il rientro nel mondo del lavoro può essere realizzato anche attraverso lo strumento del lavoro accessorio.

A fronte dell'esito positivo della sperimentazione dell'utilizzo del voucher realizzata negli anni 2009 e 2010 si intende procedere allo sviluppo del lavoro accessorio nell'anno 2011. L'utilizzo del lavoro accessorio potrà riguardare Milano aperta d'agosto, il periodo di Natale e dei saldi, le Botteghe storiche, gli eventi della moda, il turismo ed altro ancora.

Saranno sviluppate azioni formative anche trasversali su tematiche quali la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro, la sicurezza dei cittadini, l'integrazione dei lavoratori stranieri: azioni che abbiano come punto di riferimento lo sviluppo delle otto competenze chiave per l'apprendimento permanente raccomandate dall'Unione Europea

Qualificare il sistema educativo e formativo

L'apprendistato, le proposte di formazione che sostengano l'acquisizione di competenze imprenditive, l'incubazione di attività imprenditoriali giovanili sono elementi necessari a sostenere la crescita del capitale umano e dell'occupazione ed elementi di qualificazione del sistema educativo e formativo.

Il Comune è partner della Rete per l'apprendistato Formapprendisti 2009 riconosciuta dalla Regione Lombardia.

Saranno realizzati progetti per adeguare l'offerta formativa ai bisogni del mercato del lavoro e dei settori di sviluppo che possono rappresentare nuovi e importanti "giacimenti occupazionali".

Il numero dei morti sul lavoro nel nostro Paese è diventato spaventosamente alto, e Milano non fa eccezione; pertanto, è indispensabile che il Comune – come ente che tutela gli interessi di tutti i suoi cittadini e di coloro che nel nostro territorio lavorano - apra un confronto con le organizzazioni sindacali ed imprenditoriali per sviluppare momenti di formazione ed aggiornamento sui temi della sicurezza sul lavoro, e di salubrità degli ambienti e degli strumenti operativi.

Una risorsa fondamentale per la ripresa economica, che è per Milano in particolare legata alla piena occupazione femminile e ad un lavoro di inserimento e reinserimento lavorativo, passa per una politica della formazione qualificata ed attuata con il coinvolgimento delle organizzazioni imprenditoriali e professionali: questo percorso è da ritenersi prioritario per il Comune di Milano.

Saranno progettati e realizzati percorsi formativi per le nuove professioni nei settori di vocazione della città (ad esempio le nuove figure professionali nel mondo della moda (quali: cool hunter, personal shopper, brand manager), del design (quali: food designer), dei lavori di cura e delle professionalità legate alle politiche di conciliazione vita-lavoro, di quelle nell'ambito della sicurezza e che si generano sul territorio o che emergono da ricerche di carattere sociale e/o dall'attività dell'Osservatorio. Anche in preparazione dell'Expo 2015, il Comune promuove, sviluppa ed attua una serie di interventi che incentivano le professioni legate al Settore dell'economia verde (green jobs), con particolare attenzione alle professioni legate al ciclo di raccolta differenziata e smaltimento dei rifiuti solidi urbani. Più in generale e anche sulla base delle rilevazioni dell'Osservatorio si individueranno ed esploreranno i possibili "giacimenti occupazionali" nei quali realizzare interventi di politica attiva del lavoro.

Secondo gli analisti le tendenze demografiche prevedono, grazie ai progressi della medicina e allo sviluppo del benessere, una crescita della speranza di vita della popolazione. La Lombardia è tra le regioni che sta subendo uno strutturale processo di invecchiamento. E' anche accertato che, con il crescente fenomeno di invecchiamento della popolazione c'è un aumento della disabilità e della vulnerabilità sociale. La condizione di scarsa ed insufficiente autonomia personale richiede una risposta con strumenti appropriati sia per garantire la tutela degli anziani e dei gravi disabili, sia per sostenere l'impegno di cura delle famiglie, in particolare quando le stesse non sono più in grado, a causa della mutata struttura familiare e della consistente partecipazione femminile al mercato del lavoro, di fornire un'adeguata assistenza che eviti anzitempo il ricovero dei congiunti presso strutture residenziali (RSA), le quali riescono a soddisfare solo una parte della domanda. Saranno pertanto sperimentate forme di "dote comunale" a sostegno dell'inserimento

lavorativo nel settore dei lavori di cura, in particolare rivolte a categorie in condizione di svantaggio, settore che rappresenta un significativo “giacimento occupazionale”, nonché per la qualificazione dei servizi di cura.

Uno spazio interessante che si vuole sperimentare è quello dello sviluppo dell’uso delle tecnologie informatiche nel settore dei lavori di cura e più in generale quanto può essere ricompreso nel campo della teleassistenza (*trasmissione in tempo reale le informazioni attraverso sistemi di comunicazione di tipo telematico/informatico, rispondere con tempestività alle esigenze diagnostiche e terapeutiche di cittadini impossibilitati a muoversi, altro*).

Proseguirà il processo di razionalizzazione delle attuali attività formative al fine di realizzare un nuovo modello di gestione dei centri di formazione comunali con l'obiettivo di porli nelle condizioni operative migliori per affrontare le sfide alle quali sono chiamati a rispondere e per qualificare sempre più l’offerta per la riqualificazione e l’inserimento professionale. Con l’avvio del percorso di miglioramento gestionale ed efficientamento della Fondazione SCM il processo di razionalizzazione è nella sua completa estensione. La Fondazione SCM deve continuare il suo percorso iniziato nell’anno 2010 attraverso azioni di auto sostenibilità, di riprogettazione dell’offerta formativa, di ottimizzazione dei livelli di efficienza, di massimizzazione delle sinergie interne, di focalizzazione dell’offerta formativa per livelli con specifici obiettivi di conto economico e differenti mix di finanziamento pubblico-mercato, perfezionando e rivedendo il sistema di riconoscimento economico alla Fondazione in ore Ofa al fine di liberare risorse da reinvestire nelle azioni di sostegno alle politiche attive per il lavoro e l’occupazione. Parallelamente, adeguando il contratto di servizio comprensivo dei CEM, si avvierà il percorso di razionalizzazione che Comune e Fondazione Scuole Civiche affronteranno insieme e si valuterà altresì l’integrazione dell’offerta formativa di Lingue, Liuteria, Informatica e Ottici.

Promuovere un modello integrato di azioni per il lavoro

L’incontro tra domanda e offerta di lavoro, attraverso lo sviluppo dei rapporti con il mondo delle imprese e la collaborazione con la rete degli operatori del territorio comunale pubblico/privati accreditati, autorizzati e convenzionati, sarà realizzato attraverso lo sviluppo di nuovi modelli di politiche attive del lavoro. In tal modo si potranno avviare attività di welfare attivo riservate ai lavoratori a rischio d'esclusione sociale, che potranno costituire elementi di connotazione e di senso per la definizione di un modello di azioni integrate per il lavoro inserito nel quadro di più ampio respiro delle moderne policy municipali, già sperimentate e consolidate in contesti nord-europei e sempre più diffusi negli altri Paesi Occidentali. Gli sportelli per il lavoro offrono alle aziende alla ricerca di personale la possibilità di una pre-selezione nella propria Banca Dati segnalando i nominativi dei candidati interessati che rispondono al profilo della posizione richiesta. Con la Camera di Commercio sarà sviluppata la collaborazione in atto.

Sarà esteso e sviluppato ulteriormente il modello di intervento attuale che concentra la sua azione nei confronti dei lavoratori svantaggiati. Il modello, con il contributo del Comune di Milano, anche economico, risponde a chi è alla ricerca di occupazione, avviando un processo che, agendo sulle leve dell’orientamento, della formazione, delle politiche attive per la ricerca di lavoro, coinvolge ente pubblico, imprese e persone in una spirale virtuosa di creazione di valore: crescita, occupazione, inclusione sociale.

La persona è così messa al centro per offrire, in collaborazione con le Imprese, soluzioni integrate e su misura capaci di cogliere e affrontare vecchie e nuove forme di disagio sociale. Il modello integrato di azioni per il lavoro è un rovesciamento di mentalità e di metodo: si parte infatti dai bisogni occupazionali di specifiche persone e aziende, per formare le competenze e le professionalità necessarie per un concreto inserimento lavorativo.

Un nuovo approccio per l’azienda. Il modello integrato di azioni per il lavoro garantisce un servizio strutturato e completo dove l’assunzione diviene l’obiettivo comune nell’interesse dei tre soggetti coinvolti in modo attivo nel percorso: la Persona, il Comune di Milano, l’Azienda.

Promuovere un nuovo rapporto tra formazione e lavoro

Valorizzare tutte le esperienze, come lo stage e i tirocini work-experience, anche all’estero, consentono al giovane di capitalizzare le conoscenze acquisite e incrementare le competenze culturali e relazionali che accrescono la spendibilità nel mercato del lavoro.

Alcuni di questi strumenti, ad esempio i tirocini, sono oggi impiegati anche per favorire il re-inserimento lavorativo di soggetti disoccupati. E’ possibile avviare tirocini in ogni settore aziendale, ricoprendo qualsiasi mansione. La durata del tirocinio per i lavoratori inoccupati o disoccupati, compresi i soggetti iscritti alle liste di mobilità, è di 6 mesi.

L’orientamento, insieme alla formazione, costituisce uno degli elementi centrali per intervenire sulla gestione del cambiamento e la realizzazione di azioni informative efficaci nei confronti dei giovani è garanzia della possibilità di indirizzarli e sostenerli in scelte lavorative, anche di promozione di nuova imprenditorialità, coerenti con le esigenze del mercato. Sarà promosso un network per l’orientamento giovanile all’artigianato, anche al fine di sostenere il ricambio generazionale delle imprese artigianali perché siano in grado di portare avanti nella tradizione la modernità legata all’artigianato.

Sarà sviluppato lo spazio della WebTV sul sito di servizio del Settore Lavoro e Occupazione: internet, ed in particolare la Web TV, è infatti senz'altro il mezzo di comunicazione più immediato e più vicino ai giovani.

In un contesto caratterizzato da una importante disoccupazione giovanile è cruciale promuovere una cultura del lavoro attraverso informazioni complete ed esaustive, fornendo ai giovani strumenti utili per capire e gestire la complessità dei moderni mercati del lavoro, consigliare e indirizzare verso le scelte più corrette, sperimentando inoltre metodi innovativi di formazione. La diffusione e promozione della cultura del lavoro sarà sviluppata anche nel quadro del progetto Urban II. Saranno inoltre sviluppate sinergie e collaborazioni con enti, come ad es. la Fondazione Franceschi, che operano da tempo con queste finalità.

Ai sensi del decreto legislativo n.196/2003, l'Amministrazione Comunale è tenuta ad una formazione continua del proprio personale, formazione che dovrà terminare entro dicembre 2011, e che, ad integrazione della formazione tradizionale in aula, sarà realizzata in modalità on-line (FAD) con il supporto del Consorzio Interuniversitario Lombardo per l'Elaborazione Automatica (CILEA), consentendo di raggiungere in modo capillare e rapido la maggior parte dei dipendenti del Comune di Milano (circa 9.000 dipendenti) di varie categorie e profili professionali, con il massimo di efficacia e una significativa riduzione dei costi organizzativi e logistici. Il corso realizzato secondo la modalità on-line garantirà una disamina generale del D. Lgs. 196/03 con riguardo agli ambiti afferenti i soggetti pubblici, e approfondirà il tema relativo ai rischi che incombono sui dati e alle misure da adottare a garanzia della tutela della riservatezza degli interessati.

Sarà realizzato inoltre un corso di aggiornamento professionale indirizzato a circa 400 operatori della giustizia sui temi del Cyber-Crime con al centro i temi del danno non solo patrimoniale ad imprese ed individui, ma, più in generale, alla perturbazione sui mercati economico e del lavoro che tali agiti criminali comportano, su richiesta della Procura della Repubblica in occasione della prossima presentazione di un protocollo investigativo per il Distretto di Corte d'Appello di Milano. Il programma di formazione a distanza si sviluppa a partire dai positivi esiti della fase di preparazione realizzata, che ha portato a istituire un apposito Gruppo di lavoro che realizzerà azioni di formazione nelle aree dei servizi di cura alla persona e nella Formazione linguistica per il lavoro. Si esplorerà la fattibilità che alcuni corsi siano poi offerti in riuso alle P.A. interessate realizzando così un più ampia diffusione delle metodologie FAD per migliorare il rapporto tra formazione e richieste del mondo del lavoro.

Sostenere le fasce deboli

Saranno sviluppate azioni per favorire l'accoglienza e l'inserimento dei soggetti svantaggiati attraverso forme di collaborazione con il mondo del lavoro, gli enti del terzo settore, gli enti di formazione con la finalità di accompagnare i lavoratori svantaggiati in percorsi personalizzati di inserimento/reinserimento lavorativo, ogni soggetto mantenendo comunque la propria specificità e peculiarità in un'ottica di sistema integrato e nella logica di realizzare progetti di welfare-workfare. Interlocutori privilegiati saranno le aziende partecipate del Comune.

Rientrano tra le azioni, la promozione del lavoro accessorio come sostegno e sviluppo dell'attività lavorativa femminile e giovanile e di quei soggetti non ancora entrati nel mercato del lavoro.

Un ambito che si vuole sperimentare è quello dello sviluppo dell'uso delle tecnologie informatiche in percorsi formativi rivolti a categorie svantaggiate.

Saranno proseguiti e sviluppati i progetti avviati e che intendono consolidare modelli di intervento già positivamente sperimentati, in collaborazione con aziende ed enti, per la formazione e l'inserimento lavorativo di giovani in situazioni di disagio sociale ed economico. Saranno istituiti incentivi comunali di riqualificazione professionale per sostenere la formazione e facilitare l'inserimento in azienda.

A partire dall'esperienza dell'intervento realizzato per giovani e adulti affetti dalla Sindrome di Asperger, un disturbo che rientra nella cosiddetta fascia ad "alto funzionamento" dello spettro autistico, saranno sviluppati percorsi di inserimento lavorativo per categorie con particolari disabilità.

Nel quadro dell'accordo tra Comune e Provveditorato Regionale della Amministrazione Penitenziaria, si valuteranno progetti specifici rivolti alla popolazione carceraria, Si sta valutando ad esempio la possibilità di un progetto per i minori del carcere Beccaria che, nel quadro della valorizzazione dell'agricoltura urbana e periurbana, coerente inoltre con il tema dell'Esposizione universale - legata al problema della carenza di cibo e a quello dell'educazione alimentare - proponga percorsi formativi e attività lavorative su un fondo di proprietà comunale. Parimenti settore di interesse è quello dell'installazione civile, collegata ai *green jobs*. Si approfondirà il perimetro progettuale anche per possibili progetti rivolti agli adulti, quali ad esempio la possibilità di aprire un laboratorio di liuteria per la riparazione di strumenti musicali nel carcere di Bollate, e altro negli altri carceri milanesi. Secondo una logica complementare al sistema dotale regionale, saranno istituite "doti comunali" poste in carico alla persona per sostenerla nel suo percorso formativo in progetti e azioni di interesse in settori strategici individuati.

Sviluppare progetti per l'occupazione

La conciliazione della vita professionale e di quella familiare sarà perseguita attraverso un percorso di autovalutazione organizzativa e di miglioramento organizzativo che, in collaborazione con Risorse Umane e Organizzazione, andrà a interessare tutto il personale del Settore Lavoro e Occupazione.

L'Audit Lavoro & Famiglia rappresenta uno strumento di management per le organizzazioni con o senza scopi di lucro che intendono mettere in atto concrete politiche di conciliazione tra lavoro e famiglia. Si tratta di uno standard volontario che prevede la possibilità di ottenere un riconoscimento di parte terza attraverso un processo di certificazione e viene implementato da auditori e valutatori appositamente formati e accreditati. Alla conclusione della prima fase, il percorso sarà proposto alle imprese come strumento reale di attuazione della conciliazione e come una risposta al criterio 8 "responsabilità sociale", spesso scarsamente coperto dalle organizzazioni partecipanti ai premi caf/efqm. L'insieme delle sperimentazioni avviate andrà a supportare l'elaborazione di specifiche Linee Guida e alla conseguente esplorazione di un possibile giacimento occupazionale legato ai servizi di conciliazione vita-lavoro da offrire/concordare con le aziende.

Saranno progettati e realizzati percorsi formativi legati alla green economy con attenzione al sostegno allo start-up di impresa di un bilanciamento della presenza femminile. Sarà proseguito e sviluppato il progetto avviato sulla Sicurezza nei cantieri edili che attraverso azioni congiunte, Pubblica amministrazione – Parti sociali, e secondo una logica di *auditing*, sostiene le piccole e medie imprese edili a passare da un approccio alla sicurezza come mero obbligo a prassi positiva anche in termini di vantaggio industriale e con positive ricadute, inoltre, sulla regolarità del lavoro e l'emersione del sommerso.

In accordo con le previsioni della Misura 1.2 (Azione 1.2.a) del Progetto Urban II, una parte della Villa Scheibler è destinata a Job Point, aperto al pubblico, attrezzato per l'accoglienza di giovani disoccupati, inoccupati e di tutti coloro che possono essere ricompresi nella categoria "lavoratori svantaggiati" ai sensi del regolamento CE, con book shop e stazioni internet, finalizzato a promuovere l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. Saranno offerti inoltre servizi di "alfabetizzazione bancaria" volta all'informazione e alla formazione sui temi del credito e del risparmio con particolare orientamento allo strumento microcredito. Si ipotizza inoltre una collaborazione con la Federazione Regionale Maestri del Lavoro, associazione senza fini di lucro, finalizzata ad agevolare l'aggiornamento professionale e culturale e favorire l'inserimento umano delle giovani leve nel mondo del lavoro, aiutandole nella loro formazione e scelte professionali.

Azioni di sostegno all'autoimprenditorialità

Con il 2010 si è dato avvio ad una serie di iniziative concrete di incentivazione economica delle imprese subordinata all'assunzione di personale. Tali iniziative spaziano dalla stabilizzazione dei giovani precari alla ri-occupazione di soggetti colpiti dagli effetti della crisi economica fino ad arrivare alla prima occupazione di giovani laureati. Tali azioni potranno estendersi ad edizioni successive anche sulla base dei risultati attesi.

La Formazione ed il sostegno all'Auto-Imprenditorialità rappresentano ambiti di particolare rilevanza in una situazione di scarsa occupazione. L'approccio operativo previsto raggiunge la massima estensione includendo, sia i soggetti più motivati, quali i giovani laureati con idee imprenditoriali, che i soggetti attualmente reclusi nelle carceri cittadine.

Si spazia dunque dal Progetto Start in collaborazione con UnionCamere e Regione Lombardia che prevede Formazione, Assistenza tecnica, Incentivo di costituzione e Assistenza Post Costituzione per le nuove imprese, avviato nel 2010 e che si sviluppa anche nei due anni successivi, fino ad arrivare al progetto Sartoria San Vittore dedicato alla Formazione all'auto-imprenditoria per le donne detenute nel settore del confezionamento di moda.

Parte integrante del sostegno all'auto-imprenditorialità è lo sviluppo di azioni di microcredito.

Dopo una prima sperimentazione nel 2010 relativa all'intervento di accompagnamento al microcredito di soggetti svantaggiati, si avvieranno azioni significative nell'ambito dell'agevolazione economica dell'auto-imprenditoria, con molteplici interventi da attivare con altri enti pubblici e con partners del mondo bancario e finanziario. In particolare si prevedono azioni rivolte:

- 1) alla costituzione di fondi di garanzia per l'accesso ai finanziamenti bancari da parte di soggetti con una valida idea imprenditoriale da implementare nell'intero territorio milanese.
- 2) al sostegno della creazione di nuove imprese in aree periferiche attraverso l'accesso sia a garanzie, che a finanziamenti bancari a tassi agevolati, che a finanziamenti pubblici.

Realizzare un Piano locale per l'occupazione

Proseguirà e sarà sviluppata la partecipazione attiva degli attori politico istituzionali e socio economici (Amministrazioni pubbliche, Parti sociali, Associazioni, Enti e strutture di erogazione dei servizi), anche attraverso accordi e intese formali, per individuare azioni congiunte/condivise che possono essere attuate dai soggetti che agiscono sul mercato

locale, secondo un approccio pragmatico che selezioni le azioni effettivamente praticabili e apprezzabili nelle condizioni date. Si esperimenterà in tal modo come giungere a realizzare un possibile modello di Piano di azione locale per l'occupazione, come quadro di connessione e riferimento per i progetti e le azioni sviluppate e da sviluppare. Più in generale, politiche attive per il lavoro potranno realizzarsi solo con il coinvolgimento dei soggetti attivi già presenti sul territorio attraverso accordi bilaterali e plurilaterali di sperimentazione e innovazione.

COERENZA CON I PIANI REGIONALI DI SETTORE

Il programma è coerente con i contenuti del POR Lombardia e con i piani regionali per il lavoro e l'occupazione.

COERENZA CON GLI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE DELL'ENTE

Il programma è coerente con i contenuti del Piano di Zona degli Interventi e dei Servizi Sociali del Comune ed è funzionalmente collegato al Piano delle azioni per il sostegno dell'artigianato produttivo.

Gli interventi programmati saranno correlati alle indicazioni contenute nel Piano di Marketing, agli indirizzi dei Piani comunicativi dell'Ente e alle previsioni del Programma Triennale delle Opere Pubbliche.

3.4 - PROGRAMMA 6000 - POLITICHE DEL LAVORO E DELL' OCCUPAZIONE

3.5 - RISORSE CORRENTI ED IN CONTO CAPITALE PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA

ENTRATE

	Anno 2011	Anno 2012	Anno 2013	Legge di finanziamento e articolo
ENTRATE SPECIFICHE				
• STATO	0,00	0,00	0,00	
• REGIONE	1.100.000,00	1.100.000,00	1.100.000,00	
• PROVINCIA	0,00	0,00	0,00	
• UNIONE EUROPEA	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	
• CASSA DD. PP. - CREDITO SPORTIVO - ISTITUTI DI PREVIDENZA	0,00	0,00	0,00	
• ALTRI INDEBITAMENTI (1)	0,00	0,00	0,00	
• ALTRE ENTRATE	2.500.000,00	2.500.000,00	2.000.000,00	
TOTALE (A)	4.600.000,00	4.600.000,00	4.100.000,00	
PROVENTI DA SERVIZI	1.800.000,00	1.800.000,00	1.800.000,00	
TOTALE (B)	1.800.000,00	1.800.000,00	1.800.000,00	
QUOTE DI RISORSE GENERALI	26.231.630,00	23.187.010,00	23.403.270,00	
TOTALE (C)	26.231.630,00	23.187.010,00	23.403.270,00	
TOTALE GENERALE (A+B+C)	32.631.630,00	29.587.010,00	29.303.270,00	

(1) Prestiti da istituti privati, ricorso al credito ordinario, prestiti obbligazionari e simili

3.6 - SPESA PREVISTA PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA - IMPIEGHI

Anno 2011							
Spesa corrente				Spesa per investimento		Totale (a+b+c)	% su spese finali
Consolidata		Di sviluppo		Spesa per investimento			
Entità (a)	%	Entità (b)	%	Entità (c)	%		
32.531.630,00	99,69	0,00	0,00	100.000,00	0,31	32.631.630,00	0,37
Anno 2012							
Spesa corrente				Spesa per investimento		Totale (a+b+c)	% su spese finali
Consolidata		Di sviluppo		Spesa per investimento			
Entità (a)	%	Entità (b)	%	Entità (c)	%		
29.487.010,00	99,66	0,00	0,00	100.000,00	0,34	29.587.010,00	0,35
Anno 2013							
Spesa corrente				Spesa per investimento		Totale (a+b+c)	% su spese finali
Consolidata		Di sviluppo		Spesa per investimento			
Entità (a)	%	Entità (b)	%	Entità (c)	%		
29.203.270,00	99,66	0,00	0,00	100.000,00	0,34	29.303.270,00	0,33