



ASSOLOMBARDA

***50 progetti per rilanciare
le imprese e il territorio***

PIANO STRATEGICO 2014-2016



Novembre 2014

50 progetti per rilanciare le imprese e il territorio

Imparare a misurarsi. Misurare se stessi, volgendo le proprie potenzialità a obiettivi precisi. Misurarsi con la realtà circostante, interagendo per modificarla e allineandola il più possibile ai migliori benchmark internazionali. Sono criteri essenziali per ogni pianificazione d'impresa. Un anno e mezzo fa, abbiamo deciso di adottare lo stesso criterio come metodo di Assolombarda. Il metodo che Assolombarda ha inteso darsi è volgere le sue attività a produrre risultati. Risultati di cambiamento, non iniziative fini a se stesse per soddisfare le domande e aspettative della propria base associativa, che pure sono naturalmente fondamentali per un'associazione d'impresa.

Anche l'esperienza associativa d'impresa, come in generale ogni aspetto della rappresentanza nel nostro Paese, ha bisogno di profondi cambiamenti, che attribuiscono un significato più pregnante e reale alla mission di far crescere insieme le imprese di un territorio al quale sono legate da nessi inscindibili, e il territorio stesso dal quale esse operano come base per assicurarsi posizioni sempre migliori, nel mercato internazionale come in quello domestico.

Uno degli aspetti più sintomatici della crisi della rappresentanza italiana - in tutti gli ambiti - è quello della progressiva distanza nel tempo tra ciò che si dice e ciò che si fa, tra le parole, gli annunci, e i fatti concreti e conseguenti.

Proprio per questo, Assolombarda ha deciso di innovare la propria modalità operativa. L'intera pianificazione delle sue attività è stata dunque incardinata per gli anni 2014-2016 in 50 progetti essenziali, ciascuno dei quali volto a "creare risultati". Ciascuno dei quali sarà misurabile nel tempo, nei suoi obiettivi intermedi come in quello finale.

Non è solo una nuova dimensione più oggettiva, e meglio coerente all'operatività economica e aziendale, per essere coerentemente responsabili rispetto alle esigenze delle imprese che aderiscono ad Assolombarda.

E' un metodo perché l'azione di Assolombarda produca effetti concreti nell'interazione con i key players dell'arena pubblica milanese, lombarda e nazionale, gli attori senza la cui convergente decisione le istanze delle imprese sono destinate a restare inefficaci, in molti settori decisivi.

Ed è altresì un metodo per rendere meglio percepibile e “misurabile” Assolombarda agli occhi dell'opinione pubblica, senza la cui decisa spinta è difficile immaginare l'accelerazione necessaria a Milano e all'Italia, dopo questi anni di dura crisi.

Le potenzialità di Milano, le sue eccellenze, sono elementi distintivi per guidare il Paese a una nuova fase di sviluppo. L' Italia può ripartire solo da Milano. Dobbiamo liberare energie e catalizzarle in una visione.

Il metodo è dunque quello di proporsi su progetti specifici, concreti, misurabili.

Una ventina di progetti che mettono le imprese al centro, altrettanti che mettono Milano al centro. I due ambiti si tengono l'uno con l'altro: una Milano più attraente è una Milano dove è più facile fare impresa; imprese più robuste portano all'ecosistema milanese quel valore caratteristico e unico che è proprio di Milano.

Il punto da cui partire è chiaro. La competizione globale non è tra sistemi-Paese, ma tra grandi città metropolitane a forte integrazione e trazione economico-amministrativa con le economie regionali e le loro specializzazioni.

E' il cardine dei 50 progetti “Far Volare Milano”. La città metropolitana è un nuovo modo di vedere la città globale 'proiettata nel mondo'. Solo con una visione strategica si costruiscono forme di autogoverno adatte a intercettare la crescita mondiale, mediante attrattività e proiezione sui mercati. Le città metropolitane sono motori di crescita più adatti alle sfide mondiali degli Stati-Nazione: le metropoli sono il luogo dove vive il 78% della popolazione dei paesi sviluppati e si genera l'80% del Pil mondiale.

TRE GRANDI MOLTIPLICATORI - 1. MILANO CITTÀ DELLA CONOSCENZA

“Ho pensato di raccontare le meraviglie di Milano, in modo che i miei concittadini si dèstino e guardino e guardando conoscano la bellezza e la grandezza di quest straordinaria città”. Per questo Piano Strategico di Assolombarda ci piace partire d lontano, usando le stesse parole e lo stesso spirito con cui Bonvesin de La Riva scriveva ai milanesi nel 1288.

In un paese che per molti versi è in fuga, Milano rassicura mettendo al centro le sue meraviglie, assimilando il proprio passato per disegnare il futuro. La “grande” Milano, energica e colta, ha una grande responsabilità verso se stessa e verso l’Italia. Siamo convinti che dalla nostra Milano, dal suo patrimonio di intelligenza operosa e di solidarietà, potrà ripartire un nuovo circuito virtuoso di crescita per tutto il Paese.

Delle tante meraviglie di Milano, che vanno considerate dei veri moltiplicatori di crescita insieme economica e sociale, ne vogliamo mettere in luce tre che rappresentano il punto di ancoraggio e di partenza del nostro Piano Strategico. Sono la conoscenza, l’apertura al mondo, l’ecosistema vitale. Ad essi si aggiunge lo straordinario evento di Expo, potenziale attivatore di tante energie locali e internazionali, da utilizzare al meglio per un grande balzo in avanti.

Innanzitutto Milano è città della conoscenza. Politecnica per natura e vocazione, ha sempre rappresentato un motore della cultura e della scienza, della ricerca di base e applicata, dell’innovazione tecnologica. Le sue otto grandi università e politecnici costituiscono magneti di saperi, di competenze e di talenti unici di straordinaria rilevanza nel panorama internazionale della scienza e della tecnologia.

La densità scientifica, cioè la percentuale di pubblicazioni scientifiche per abitante, in alcuni settori di punta quali ad esempio la salute e le scienze della vita è superiore a Milano e in Lombardia rispetto alla Germania, e continua a crescere nonostante la crisi.

Tuttavia le nostre ricerche, di straordinaria qualità sul piano scientifico, non riescono facilmente a trasformarsi in brevetti e quindi a realizzare uno sviluppo

industriale. La densità brevettuale per abitante nel settore BioTech, ad esempio, malgrado veda Milano a una media pressoché doppia di quella italiana e comunque superiore a quella dell'Europa a 27, resta significativamente inferiore alla media tedesca, e molto lontana da quella della grande area metropolitana di Monaco, di quattro volte superiore a Milano.

Il miglioramento continuo delle risorse umane, nell'istruzione e nella formazione continua, nell'affiancamento dei percorsi tra impresa e mondo della formazione, nella ricerca di eccellenze formative nazionali e internazionali capaci di attirare crescenti flussi di capitale umano, è un capitolo essenziale del rafforzamento di Milano città della conoscenza. E della progressiva integrazione tra istruzione tecnica ed eccellenza della R&D di base e applicata, attraverso una collaborazione diretta tra imprese, scuola e università.

Bisogna puntare ad attrarre flussi maggiori di capitale umano dall'esterno, ad accrescere l'interscambio coi grandi hub della conoscenza europei e mondiali, a incentivare il successivo radicamento nel nostro territorio e nel nostro tessuto d'impresa delle professionalità che vengono dall'estero a formarsi e perfezionarsi qui. E' incoraggiante, sotto questo profilo, il trend di crescita degli studenti stranieri iscritti alle Università della Lombardia. Il numero di iscritti stranieri è aumentato del 77% nel primo decennio degli anni 2000, passando dal 2% a oltre il 3% del totale.

Ma se per esempio osserviamo la provenienza dei flussi, è ancora insoddisfacente il mix che definisce l'attrattività di eccellenza delle punte avanzate dei sistemi anglosassoni e tedeschi: oltre il 20% degli studenti stranieri viene agli Atenei milanesi da Africa e Sud America, più che dall'Asia, mentre bassissima è la percentuale da Nord America e Oceania.

TRE GRANDI MOLTIPLICATORI - 2. MILANO APERTA AL MONDO

La nostra mission è quella di agire perché Milano e la Lombardia siano una delle aree più vitali e attrattive in Europa, un'area nella quale le imprese che vi operano abbiano successo nel mondo e creino qui occupazione di qualità.

La competizione globale è sempre più fra grandi aree metropolitane che si allargano a una grande area regionale, in un mix di manifatturiero e terziario, università e centri di ricerca, cultura e servizi, aree metropolitane che si proiettano nel mondo.

Milano è da sempre città aperta al mondo. Il profilo internazionale, l'apertura al commercio estero e l'attrattività rispetto agli investimenti stranieri sono un tratto distintivo dell'economia di Milano.

Le esportazioni delle imprese milanesi sono cresciute significativamente negli ultimi dieci anni, hanno addirittura superato oggi il picco registrato nel 2008. Ma l'aspetto più interessante di questa ripresa recente delle esportazioni è la sua distribuzione geografica, l'aumento della quota al di fuori della UE, nei mercati più lontani, ma anche con maggiori potenzialità di crescita.

Milano è oggi sede di oltre il 40% delle multinazionali presenti nel Paese, fonte del 10% del PIL italiano. La quota di valore aggiunto prodotto dalle imprese multinazionali in Lombardia è significativamente superiore a quella di regioni avanzate europee come Rhone-Alpes, e si avvicina a quella dell'Ile-de-France e della Catalogna. Ma resta inferiore a quella di Monaco, ed è verso quell'obiettivo che dobbiamo tendere.

La competizione tra Grandi Aree Metropolitane è un elemento chiave della nuova era del mercato globale. Esse divengono, in maniera sempre più specialistica, collettori, depositari e abilitatori di conoscenze e idee, fornendo un ambiente e una rete di infrastrutture che ne facilita il flusso e ne innalza il livello.

Accelerando l'integrazione transnazionale sia attraverso una maggior proiezione di imprese e reti d'impresa domestiche all'estero, sia accrescendo la capacità di

attrarre investimenti diretti esteri e investimenti cross-border all'interno di più grandi gruppi integrati.

Salire nella catena knowledge-intensive, per le imprese significa candidarsi a divenire attori globali. Ma in questo sforzo è decisivo poter contare su un'infrastruttura fisica della nuova economia, che sviluppi collegamenti per facilitare la circolazione delle persone, dei beni e dei servizi, a livello sempre più globale.

E a questo fine sono altresì necessarie infrastrutture di comunicazione digitale, fluidificatori per orientare a livello globale l'organizzazione della domanda e dell'offerta, degli input intermedi e delle informazioni necessarie sia al consumatore finale sia a chi meglio intende servirlo, il più possibile secondo modalità just-in-time.

TRE GRANDI MOLTIPLICATORI - 3. MILANO ECOSISTEMA VITALE

Milano è un ecosistema vitale, è città che ha sempre saputo coniugare la crescita economica con il progresso sociale e civile.

Lo sviluppo economico non è tale se non è condiviso e a questo risultato si tende con una collaborazione profonda fra i molti attori - privati e pubblici - che operano in uno stesso ecosistema. L'impresa privata traendone vantaggio vi contribuisce, la sfera pubblica si emancipa da superflua burocrazia diventando essa stessa attore fecondo di sviluppo, grazie ai fondi che riesce a mobilitare e alle iniziative che promuove.

Che il tessuto imprenditoriale milanese sia schumpeteriano e dinamico lo attestano i dati. Abbiamo sofferto durante questi anni di crisi, ma l'economia milanese ha un tasso di turnover netto positivo. Le imprese che nascono sopravanzano quelle che muoiono. Il tasso di crescita netta delle imprese registrate, in questi ultimi anni di dura crisi, sopravanza quello nazionale secondo multipli impressionanti.

Ciò avviene grazie anche all'elevato tasso di diversificazione delle nostre imprese. Nella Grande Milano il mix compositivo delle specializzazioni rappresenta sempre più un unicum mondiale. Una quota che resta significativamente elevata di manifatturiero convive con la più alta densità di servizi avanzati nel nostro Paese, con una quota più concentrata di servizi finanziari e con un settore no profit che storicamente è carattere peculiare dello spirito civile ambrosiano.

Moda e design, stile e made in Italy, vertici del credito nazionale insieme alla più alta densità di banche estere, solide presenze nell'High Tech e nel Medium High Tech, tutto ciò va accompagnato e rafforzato perseguendo logiche di crescita sempre più significativa nelle scale di valore aggiunto.

Alla stregua delle più sviluppate aree economiche europee, a Milano la partecipazione delle donne al mercato del lavoro è enormemente superiore a quella del resto del nostro Paese. Ed è salita dal 63,9% del 2008 al 66% nel 2013, rispetto al 53,6% della media italiana. Milano resta lontana dalla media tedesca del 72,3%. Ma occorre moltiplicare le iniziative nell'ambito dell'autonomia d'impresa come nel

welfare milanese, affinché la conciliazione dei tempi-lavoro e dei carichi familiari consenta di innalzare ulteriormente la partecipazione femminile.

Accrescere la vitalità dell'ecosistema Milano significa, per le imprese, proseguire sulla via del cambiamento non dalla manifattura alla post-manifattura, ma dal vecchio modo di organizzare, produrre e vendere, a quello basato sulla conoscenza, che investe insieme manifattura e servizi.

A questo fine sono volti i numerosi progetti, tra i 50 per far Volare Milano, volti a rimettere "l'impresa al centro": per potenziare le reti della nostra internazionalizzazione, per estendere la gestione manageriale anche nelle aziende a controllo familiare, per accelerare il trasferimento tecnologico dell'innovazione, per garantire con un Prompt Payment Code la regolarità del rispetto dei termini di pagamento non solo della PA alle imprese ma delle imprese tra loro, per estendere gli standard della legalità e della sicurezza, per un credito e un fisco meno penalizzanti.

Nella manifattura come nei servizi, l'organizzazione d'impresa affronta insieme una doppia sfida. Da una parte, un più alto grado di re-internalizzazione verticale di capacità e competenze. Dall'altra, l'esternalizzazione di funzioni non essenziali, ma potendo contare su un alto grado di reciproca affidabilità rispetto ai fornitori, riducendo i costi delle scorte e senza pregiudicare l'ottimizzazione dei tempi di servizio al cliente finale.

Per garantire la crescita delle imprese esistenti e la nascita di nuove, un ecosistema vitale ottimizza organizzazione e procedure di allocazione del capitale e del mercato finanziario, volti a temperare e superare l'attuale sempre più grave ostruzione del canale del credito e dei capitali alle imprese, incentivando l'adozione di nuove best practice che premiano l'innovazione knowledge-intensive, favorendo criteri in cui il collaterale del merito di credito sia rappresentato dal patrimonio di conoscenze piuttosto che dai beni fisici.

Per questa molteplicità di fini, è di importanza capitale che le stesse entità istituzionali e amministrative adottino il più possibile principi e procedure analoghe

nel proprio modello funzionale-organizzativo.

Le esperienze leader in Europa a tale proposito, dalla Baviera al Baden-Wurttemberg, vedono grandi aree metropolitane e regionali caratterizzate a propria volta da modelli amministrativi che hanno avuto forza e volontà di evolvere secondo modalità knowledge-intensive.

Ciò significa:

- processi decisionali decentrati, bottom up invece che top down;
- processi di comando-controllo con indicatori di performance verificabili nel tempo per aggregati qualitativi dei diversi servizi, e diversi dal semplice saldo contabile, in quanto espressivi dell'efficacia a parità di risorse pubbliche impiegate;
- organizzazioni secondo reti invece che per unità rigide compartimentate;
- flessibilità e attenzione costante alle esigenze del cliente-cittadino e del cliente-impresa;
- difesa e affermazione della sicurezza e della legalità in ogni ambito, dall'efficacia e rapidità nell'osservanza dei contratti civili e di lavoro, alla prevenzione prima che alla repressione penale, alla trasparenza e accountability nell'uso delle risorse pubbliche;
- controllo permanente secondo un cruscotto di indicatori di performance attrattiva e attuativa, rispetto non alle sole migliori pratiche nazionali, ma innanzitutto internazionali, tra grandi aree metropolitane comparabili e concorrenti su scala europea e mondiale.

E' questa la sfida complessiva alla quale intendiamo cooperare come Assolombarda.

Non è solo naturalmente definita dall'orizzonte degli interessi e della crescita delle migliaia di nostre imprese associate.

E' una sfida più ambiziosa. Come nei decenni di crescita più energica di Milano e della Lombardia, dall'Unità d'Italia in avanti, non c'è salto in avanti delle imprese e del mercato senza un'azione parallela e contestuale che al mondo dell'economia affianchi quello della società civile, quello dell'amministrazione, e quello delle policies.

La competitività territoriale è influenzata da condizioni esogene rappresentate dall'environment legale, dall'evolvere delle culture più diffuse, e da come tali forze interagiscono, producendo o meno risultati invece di freni e veti reciproci. Nella sua lunga storia di sviluppo, Milano ha mostrato e prodotto il meglio di sé attraverso alcune forme di governance piuttosto che altre, talora seguite dall'Italia nel suo complesso.

Non è nel DNA della cultura, dell'amministrazione e delle imprese di Milano il modello di governance basato sulla gerarchia centralistica.

E nemmeno quello che fa del carisma il motore di ogni impulso e decisione, un motore pesantemente esposto a trasformarsi in populismo e irragionevolezza. Alla Grande Milano appartengono modelli di governance basati sulla coesione sociale. Centrati sulla negoziazione e sul confronto, invece che sul comando.

A tutto questo noi proponiamo di aggiungere una governance basata anche su incentivi di mercato e al mercato, che affermi una nuova idea di "vantaggiosostenibile".

Il vantaggio sostenibile è quello che ricrea, sostiene e rafforza le condizioni richieste dalle migliori aree metropolitane top performers mondiali, per migliorare tecnologie e risorse umane, utilizzo dei suoli e delle risorse ambientali, livelli di reddito e benessere, legalità e integrazione delle culture.

E' una strategia di integrazione e di interdipendenza.

E' l'evolversi delle partnership di rete metropolitana e regionale, d'impresa, della società civile e di soggetti istituzionali, che punta ad alimentare network transfrontalieri e transcontinentali. Per costruire crescita e successo nella Grande

Milano, e nel mondo dalla Grande Milano, e per tutti coloro che decideranno, in forza della sua attrattività, di operarvi oggi e in futuro.

A questo fine, sono volti i 50 progetti che Assolombarda ha predisposto come strumenti prioritari per creare risultati.

Ed è per questo che Assolombarda ha lanciato una proposta a tutti gli stakeholder della Grande Milano. Nominato il Consiglio metropolitano di Milano Città Metropolitana estesa a 134 comuni, serve un Advisory Board per la competitività territoriale, composto da un numero ristretto di membri provenienti dal mondo delle imprese, delle professioni, della ricerca e della società civile, selezionate non in base a criteri di rappresentanza formale, ma alle competenze, alla conoscenza del sistema produttivo milanese e alla capacità di dare un contributo progettuale.

Occorre una Vision condivisa della Milano presente e futura, della sua vocazione economica e del suo posizionamento competitivo nella sfida globale tra territori, identificando pochi e chiari obiettivi di sviluppo e disegnando strumenti e azioni coerenti, che costituiscano la base del Piano Strategico.

LA SFIDA DI EXPO 2015

Expo 2015 è la grande sfida per ridisegnare per un decennio a venire la Grande Milano. Per farne una “città intelligente”, una Smart City. Non si tratta di mera efficienza economica, ma di un ambiente favorevole alla crescita di imprese attuali e a crearne ed attrarne di nuove, un ambiente attrattivo e incrementale per ogni fattore socio-economico-culturale: per il capitale umano, per il capitale fisico, per quello finanziario, per quello immateriale.

Molti sono gli esempi di Smart City a cui guardare, già intrapresi a livello internazionale. Sono gli esempi da cui “dobbiamo” imparare. Come Chicago, che ha avviato grandi progetti di risparmio energetico. Come Barcellona, che da circa 10 anni ha avviato un grande progetto strategico per lo sviluppo e l’attrattività della sua area metropolitana, in stretta connessione con la forte esperienza autonomista della Generalitat catalana. Ma anche Lione e Monaco di Baviera hanno molto da insegnarci.

Expo ha tutte le carte in regola per diventare a questo fine un “innovation live lab” senza precedenti. E a questo fine la scelta giusta è stata quella di realizzare con tecnologia digitale tutti i sistemi necessari per creare e gestire l’evento, per indirizzare e coltivare nel tempo l’esperienza del visitatore “prima, durante e dopo” la visita stessa, per dar vita a un modello di collaborazione Pubblico/Privato che potrebbe essere applicato anche ad altre iniziative innovative di rilevanza nazionale, per abilitare i Paesi e gli espositori ad arricchire l’esperienza interattiva dei propri padiglioni e poter avere feedback e potenziali ritorni dai propri investimenti.

Ma come Assolombarda noi guardiamo a un obiettivo più ampio: il nostro orizzonte fin dall’inizio guarda al dopo Expo. Il Digital Ecosystem per Expo Milano 2015, nato da una collaborazione con il sistema imprenditoriale rappresentato da Confindustria, Camera di Commercio di Milano, Confcommercio, Assolombarda e Unione del Commercio e con il coordinamento tecnico-scientifico del Politecnico di Milano e la partnership di Accenture, è un ambiente digitale che consentirà anche in futuro di far parlare tra loro i sistemi informatici di attori pubblici e privati che

operano sul territorio in molteplici settori: trasporti, accoglienza, turismo, cultura, spettacolo, offerta formativa, terzo settore.

Expo lascerà una grande eredità: i fattori abilitanti, le tecnologie, l'innovazione, tutti gli elementi necessari per fare di Milano una Smart City. Tuttavia bisogna essere chiari: questi fattori da soli non basteranno ad attuare la grande trasformazione.

Quel che serve oggi è un cambio permanente di mentalità. A questo sono volti i nostri 50 progetti "Far Volare Milano".

Solo se regolatori pubblici e operatori privati, grandi imprese e intermediari finanziari, piccole imprese manifatturiere e dei servizi, mondo della cultura, della scuola e dell'università, e l'estesissima sussidiarietà di cui da sempre è ricca l'esperienza ambrosiana, solo se tutti continueranno nel tempo a praticare e ad estendere le nuove modalità interattive di offerta e domanda reciproca, solo a questa condizione l'eredità per la Grande Milano di Expo 2015 sarà permanente. E rappresenterà un moltiplicatore duraturo di crescita e un banco-prova nazionale per l'intera Italia.

Per questo la Grande Milano deve avere le idee chiare sin d'ora sul dopo Expo. Cominciando dalla conversione della piattaforma attrezzata Expo in un polo fisico di innovazione - reso già digitale e inclusivo - che possa rilanciare sviluppo e occupazione, esprima le eccellenze di Milano e la rafforzi come capitale europea nel contesto delle capitali europee.

Il nostro è un grande appello all'azione, perché Expo sia solo la stazione di partenza di un vero progetto strategico decennale, figlio di una negoziazione non più diffidente fra istituzioni, una grande occasione di superare gli steccati burocratici e la parcellizzazione decisionale che sono parte della malattia italiana.

Noi siamo pronti, con i nostri 50 progetti "FAR VOLARE MILANO" che Assolombarda ha adottato per dare una metrica precisa, misurabile passo per passo, degli avanzamenti verso le mete che dobbiamo prefiggerci in ogni ambito della Grande Milano Città Metropolitana.

Milano resta l'unica metropoli internazionale d'Italia. Ora, in poco tempo, si vedrà se riuscirà da internazionale a diventare davvero globale. Noi, come imprese di Assolombarda, a questo impegno siamo votati.

IMPRESE AL CENTRO

E' questa l'area tematica alla quale naturalmente appartiene quasi la metà dei 50 progetti che Assolombarda si è data.

Ne vengono qui richiamati solo alcuni, quelli che hanno maggior impatto sull'obiettivo strategico di sistema.

Sviluppo del manifatturiero - Non c'è futuro senza crescita accelerata e poi costante del valore aggiunto nel manifatturiero, senza tornare a porre le basi dopo questi anni terribili per la crescita dimensionale e il rafforzamento della proiezione sui mercati. Assolombarda si impegna a sensibilizzare le imprese associate all'advanced manufacturing e a diffondere casi eccellenti, in sinergia con altre realtà del Sistema Confindustria.

Finanza - Va promossa una cultura finanziaria complementare e alternativa all'eccessiva dipendenza d'impresa da capitale bancario, attraverso strumenti come minibonds, fondi specializzati, borsa. Assolombarda si impegna a definire un paniere di servizi sulla base dei bisogni più diffusi tra le imprese associate per filiera, a fronte della competenza richiesta all'offerta per valutare il merito di credito, anche in alternativa ai rating standard.

Pagamenti - In collaborazione con la Bocconi, Assolombarda elaborerà un modello di autocertificazione Green Label di regolarità nel pagamento tra imprese all'interno delle catene di fornitura, sulla scorta del Prompt Payment Code britannico, a tutela delle PMI e di tutte le aziende associate.

Confidi - Dopo anni di crescente stress nella crisi, occorre indirizzare il sistema verso dimensioni organizzative e patrimoniali idonee a continuare a svolgere con efficacia e continuità la funzione di garanzia alle imprese. Assolombarda ha guidato il processo di ristrutturazione e ripatrimonializzazione del Confidi delle Province Lombarde, e intende favorire un processo di aggregazione dei Confidi in cui vi sia un corretto e sostenibile uso dei fondi pubblici.

Fisco - Assolombarda potenzierà la sua iniziativa già portata avanti negli anni di benchmark comparativo degli indicatori di pressione fiscale locale da parte di tutte le amministrazioni dei territori milanesi. Il livello di imposizione ha raggiunto picchi e forme impossibilitanti per crescita e sviluppo delle imprese, e spesso la stessa continuità aziendale. Una decisa inversione di tendenza va promossa attraverso un uso più pressante degli indicatori comparativi. Un rapporto sempre più stretto di cooperazione verrà sviluppato con le articolazioni periferiche di Amministrazione finanziaria, Agenzia delle Entrate e Guardia di Finanza, supportando le imprese associate su pratiche e richieste specifiche come nei casi di rimborsi.

Semplificazione normativa - La partecipazione al tavolo regionale si manifesterà nell'articolata richiesta di semplificazione del rilascio e rinnovo delle autorizzazioni accessorie alla gestione d'impresa, e nell'elaborazione di un Black Book sui casi più eclatanti di impedimenti ancora vigenti.

Internazionalizzazione - Verranno potenziate la collaborazione con PROMOS e l'interazione con MAE, ICE, SACE, SIMEST, con la rete di banche italiane presenti all'estero e quella delle banche estere presenti in Italia. Per le missioni verranno identificati Paesi Target e "aziende champion". Sarà approfondita l'azione di networking con aziende carrier per filiere e mercati, sostenendo il Punto Alleanze Lombardia e creando "club paesi". Verranno creati "temporary country desk" e favoriti gli incontri b2b anche in relazione ad Expo. Tutto questo agendo d'intesa con Confindustria e Business Europe.

Sicurezza - Già oggi Milano vanta una minor percentuale rispetto alle medie nazionali di incidenti sul lavoro, letali, gravi e meno gravi. Ma occorre promuovere la cultura manageriale della sicurezza e della salute sul lavoro come un vero driver di crescita e di competitività territoriale oltre che fattore di valore e vantaggio competitivo per l'impresa. Più impegno verrà profuso per la formazione e comunicazione delle imprese su questi temi, più intensi saranno il monitoraggio dei dati e la diffusione di buone pratiche.

Apprendistato - Verrà istituito un gruppo di lavoro misto, Assolombarda-giuslavoristi-aziende, volto a migliorare gli aspetti normativi di competenza regionale e a riequilibrare i maggiori oneri, controlli e gravami della legislazione nazionale che, volendo evitare abusi, ha finito in realtà per scoraggiare nella crisi l'utilizzo dello strumento dell'apprendistato.

Responsabilità sociale - Verrà rafforzata la presenza di Assolombarda sui temi sociali. Saranno realizzate iniziative rivolte alle imprese e alla società per accrescere la conoscenza del tema. Supporteremo le imprese nella progettazione di iniziative che favoriscano la conciliazione vita lavoro e i progetti di welfare aziendale, anche valorizzando la collaborazione tra aziende e attori del territorio.

Una partnership vera tra scuola e impresa - La strategia sarà incentrata su un ponte diretto tra imprese e istituti tecnici e professionali dei territori milanesi. Verranno identificate reti di imprese e istituti scolastici affiancati per settore, sviluppando piani di studio in alternanza scuola-lavoro, rafforzando l'orientamento diretto al lavoro fin dalle scuole medie in vista di una scelta consapevole dei percorsi formativi.

Post-Diploma a misura d'impresa - Verrà realizzato un progetto pilota di formazione terziaria in alternanza scuola-lavoro, individuando percorsi di istruzione tecnica superiore coerenti alle richieste delle aziende, individuando e risolvendo gli aspetti problematici giuslavoristici oggi aperti per l'inserimento in azienda nel corso dell'alternanza scuola-lavoro.

MILANO AL CENTRO

a-Milano hub della conoscenza

Università e Ricerca - Verrà rafforzata la partnership tra imprese e atenei, allineando corsi di laurea e domanda di mercato, internazionalizzando l'offerta formativa e scientifica milanese verso multinazionali e istituzioni straniere, sostenendo il trasferimento tecnologico attraverso il placement industriale dei ricercatori. In una Città Metropolitana la presenza di università di eccellenza incrementa sia l'offerta di laureati, producendone in loco e attirandone altri da fuori, sia la domanda di laureati, rendendoli più produttivi. L'effetto sulla domanda si genera con la creazione di imprese direttamente riconducibili alla ricerca accademica, producendo spill over che accrescono lo sviluppo di un settore locale dell'innovazione, accrescendo il livello di servizi e ricerca nel campo sanitario e delle scienze umane. Ma le università da sole non bastano. Per produrre cluster autosufficienti di innovazione occorre un più ampio ecosistema di attività innovative, un mercato del lavoro e dei servizi intermedi entrambi specializzati.

Startup Town - Le nuove imprese da nuove idee proliferano in ecosistemi "densi" e specializzati, che hanno il vantaggio di offrire l'abbattimento del costo di tutti i servizi esternalizzabili e della maggior parte dei costi di transazione. Per questo quasi sempre il brain drain d'impresa va verso aree del mondo magari a più alto costo, ma sinergizzate su ecosistemi favorevoli all'incrocio naturale tra venture capitalist e startupper. Molteplici ricerche hanno dimostrato che, all'aumentare della distanza tra una società di venture capital e le imprese sue interlocutrici, le probabilità che queste ottengano finanziamenti diminuisce rapidamente.

In più, raramente le nuove idee nascono nel deserto. L'interazione tra lavoratori creativi tende a produrre opportunità d'apprendimento che favoriscono l'innovazione e la produttività. Nella diffusione della conoscenza, contrariamente a quel che si crede, l'aspetto geografico è rilevante: all'aumentare della distanza il sapere viene rapidamente a perdersi. Le menzioni di brevetti raggiungono il massimo livello quando il soggetto che cita si trova tra 0 e 40 km dall'inventore citato. Calano quando chi cita è a una distanza maggiore. Diventano bassissime oltre i 160 km.

Per tutte queste ragioni occorre una strategia esplicitamente volta a incentivare le migliori startup a collocarsi non solo l'una a fianco all'altra, ma il più possibile vicino anche alle imprese di filiera che sono le più naturalmente interessate ai fenomeni di spillover che le startup generano.

Per questo Assolombarda vara un suo progetto finalizzato a clusterizzare le startup per tipologia, identificandone la filiera d'origine universitaria e quella merceologica e finanziaria di possibile afferenza. Nonché per promuovere una assai più generalizzata "adozione" di startup da parte delle PMI, con effetti di crescita reciproca. Un diverso progetto, di portata più generale, riguarda il match making dell'innovazione, concordando con Università e Centri di Ricerca i progetti tecnologici ritenuti a più alto potenziale d'impatto, illustrando alle PMI associate le modalità di coinvolgimento e collaborazione e monitorando le fasi di prefattibilità, come la successiva ricerca di finanziamenti per la realizzazione.

Open Innovation - In un mondo a conoscenza diffusa, e in una realtà ad altissima percentuale di impresa piccola e micro, innovazioni e brevetti vanno scambiati con contratti di licenza, spin off e joint venture. A questo fine, Assolombarda promuove un progetto volto a coinvolgere da una parte grandi e medie imprese che hanno già sperimentato la cultura dell'open innovation, dall'altra le piccole che devono aprirvisi.

Green Economy Network - Negli ultimi anni è già molto aumentato l'impegno di Assolombarda per la crescita, la sinergia e l'innovazione della forte filiera milanese. L'impegno per estenderne la leadership va rafforzato, migliorando ulteriormente i rapporti tra imprese e comunità scientifica, il bridging verso mercati ad alto potenziale, il potenziamento delle startup nell'efficienza energetica.

Life Sciences - Analogo impegno va intrapreso nella costruzione in questo settore di una filiera competitiva tra imprese, IRCSS e università lombarde. Assolombarda tramite AssoBiotech aderirà al Cluster Alisei predisposto dal MIUR per ottimizzare l'eccellenza scientifica, di prodotto e di processo nelle Scienze della Vita, e potenzierà le sue attività di focusing sui bandi previsti in tale settore nel quadro della programmazione comunitaria 2014-2020.

b- Milano attrattiva

La Mobilità - Il concetto di mobilità sostenibile non va misurato solo su un'attenta regolazione dei flussi di trasporto urbano ed extraurbano, in relazione al mix di vettori e veicoli pubblici e ai limiti da porre al traffico privato, in relazione al contenimento delle emissioni nocive e a indici di saturazione a cui commisurare il pay per use e il pay to access reale.

Milano Metropolitana e Regione Lombardia devono insieme compiere alcune scelte di fondo coerenti sui grandi assi nazionali e internazionali della propria mobilità e del proprio sistema di trasporto.

C'è un problema irrisolto che riguarda il sistema aeroportuale, tra Linate-Malpensa-Orio al Serio, che guardano verso Milano, mentre Montichiari e Mantova guardano gestionalmente, e come asset proprietari, più verso il Veneto. Non è stato sciolto il nodo tra Linate, che non è un City Airport, ma resta nodo essenziale di breve e medio raggio internazionale, e il secondo hub mancato del travagliato vettore nazionale.

C'è un processo di troppo lenta ottimizzazione proprietaria, finanziaria ed esecutiva delle grandi opere stradali e autostradali necessarie ai flussi privati e commerciali della Grande Milano, che solo recentemente ha trovato una soluzione privata per TEM, ma che deve ancora accelerare la soluzione del problema TEEM, Pedemontana e Serravalle.

A questo proposito, l'Osservatorio Territoriale Infrastrutture del NordOvest deve rappresentare in maniera più incisiva un ruolo di interlocutore-stimolatore dei processi decisionali.

Come Assolombarda, ci candidiamo a dare più forza a un quadro di scelte e decisioni che abbiano più ascolto e impatto nelle scelte nazionali. Dall'intermodalità delle merci, per intercettare e indirizzare meglio verso il Centro Europa il traffico commerciale dall'Asia in connessione ai porti nordoccidentali italiani piuttosto che da quelli nordeuropei, alle priorità per il riordino degli scali aeroportuali per modello peer to peer e peer to hub, le scelte decisive del trasporto italiano passano

da Milano perché riguardano innanzitutto la proiezione estera del traffico delle merci e del settore business.

Gli investimenti esteri - Quindici anni fa Milano era al nono posto nella classifica di attrazione di imprese multinazionali e Monaco era all'undicesimo posto. In quindici anni le posizioni si sono invertite. Monaco ha sviluppato una chiara strategia metropolitana, estesa a tutta la Baviera, e lanciato il suo piano "Monaco 2020". E' tempo di recuperare in classifica. Occorre creare sinergie tra investitori industriali stranieri e filiere d'impresa qui già presenti, potenziare il ruolo e le iniziative di Invest in Lombardy, accrescere il numero e l'operatività delle Camere di Commercio Miste.

Digital Town - Assolombarda si attiverà per concorrere a progetti di formazione digitale per cittadini e imprese. Altri progetti insistono sull'obiettivo della rapida transizione al digitale del maggior numero di servizi e funzioni della PA, anticipando gli obiettivi dell'Agenda Digitale Nazionale, misurando e monitorando con benchmark internazionali i passi avanti necessari a Milano Metropolitana. E con una interlocuzione ad hoc sullo specifico tema del quadro di riferimento e sviluppo dell'infrastruttura ICT pubblica, rispetto alle scelte che verranno indicate nel prossimo trimestre dalla apposita commissione nazionale incaricata dal governo e guidata da Francesco Caio.

La legalità - E' un moltiplicatore di attrattività, per questo le imprese le riconoscono priorità. Oltre a estendere e garantire la libera concorrenza, al riparo da ogni impropria commistione tra pubblico e privato, la legalità non passa solo per una guardia più alta contro le infiltrazioni della grande e piccola criminalità nelle attività economiche come in quello del riciclo dei capitali, attraverso una ferma lotta e denuncia a ogni inquinamento in materia di appalti, e l'applicazione dell'espulsione verso imprese associate coinvolte nel malaffare. Assolombarda intende promuovere in aggiunta a tali indirizzi una concreta azione di affiancamento per l'ottimizzazione e la misura di efficienza degli uffici giudiziari, a cominciare dalla sezione specializzata in materia d'impresa presso il Tribunale di Milano.

La Città Metropolitana - Intendiamo porci come protagonisti nel dibattito pubblico locale e nazionale in vista della messa a regime della Città Metropolitana, operando in sinergia con la rete delle Associazioni industriali di Confindustria delle altre aree metropolitane. Il fine che ci proponiamo non è solo quello di partecipare ai tavoli di lavoro della Conferenza Metropolitana di maggior interesse per le imprese, ma di contribuire ad elaborare un vero e proprio set di indicatori benchmark di efficienza e attrattività rispetto alle aree metropolitane di maggior successo nel mondo.

Quel che deve apparire prioritario sin dall'inizio del processo istituzionale fondativo del nuovo soggetto non è solo l'ottimizzazione formale delle architetture di governo e amministrative, in adesione al modello standard delle nuove normative. Occorre il più possibile volgere da subito i processi verso obiettivi e risultati comparabili nella loro graduale attuazione con le performance di Monaco di Baviera e Barcellona, che seguono consolidati modelli di misurazione del risultato.

Milano vive oggi una vera e profonda emergenza finanziaria e organizzativa. Non è la crisi gravissima che colpisce Roma e Napoli. Ma credere che si risolverà solo estendendo l'area delle sue competenze amministrative, con l'orizzonte obbligatoriamente limitato di finanza pubblica nazionale che avremo di fronte a noi per anni, e mentre già tutte le aliquote e addizionali di prelievo locale sono stressate ai massimi livelli consentiti dall'ordinamento, significa commettere un grave errore.

L'architettura nazionale dell'area metropolitana offrirà dunque solo la falsariga amministrativa da seguire. Ma risorse e modelli organizzativi, obiettivi e modalità operative dei servizi, e innanzitutto il perimetro stesso di che cosa possa e debba restare pubblico, ma limitando il ruolo pubblico a quello di regolatore e controllore degli standard di servizio, senza per questo identificare nella Città Metropolitana e nelle sue aziende controllate il gestore obbligato, tutto ciò va discusso e deciso a Milano. Sulla base di un'accurata conoscenza delle migliori esperienze internazionali.

EXPO, LA GRANDE OCCASIONE

Milano europea ha un appuntamento con il mondo nella prossima Expo. La responsabilità nostra diventerà globale. E come sempre è accaduto è al crescere delle difficoltà che si mobilitano le energie.

L'appuntamento ci troverà pronti e preparati.

E' persino superfluo ribadire il pieno impegno di Assolombarda per la miglior riuscita dell'evento che, a metà 2015, rappresenterà il più forte volano addizionale alla crescita italiana, con più di 20 milioni di visitatori obiettivo, di cui 6 dall'estero.

A tal fine, Assolombarda ha identificato numerosi progetti.

Si adopererà per massimizzare l'accesso delle imprese associate alla piattaforma digitale di Expo, per stimolare servizi-applicazioni e per creare reti permanenti di soggetti/enti anche post Expo, per fornire servizi e supporto alle aziende straniere presenti e per raccordare ad esse le aziende associate.

Proporrà iniziative fuori-Expo in settori di punta collegati alla già forte attrattività fieristica milanese, come nella moda, design e arredo.

Sosterrà l'opzione del progetto NEXPO presentato insieme alla Bocconi, per un eventuale utilizzo della aree post evento creando una digital farm e/o uno science park.

CONCLUSIONI

Intendiamo lavorare fortemente per la riuscita dei nostri progetti, ma siamo pienamente consapevoli che il successo dipenderà anche dalla nostra capacità di interazione con tutti gli stakeholder istituzionali e sociali che come noi portano specifiche responsabilità. Il nostro metodo di lavoro chiama sinergie, chiama alleanze, chiama gioco di squadra e cabine di regia assieme a tutti gli altri protagonisti della realtà milanese e lombarda.



**I 50 progetti per rilanciare
le imprese e il territorio:
obiettivi e azioni**

PREMESSA

‘Far volare Milano’ significa renderla una Grande Area Metropolitana che si proietti meglio nel mondo e sui mercati. E’ una sfida che non riguarda solo Milano, i suoi cittadini e le sue imprese, ma che investe la competizione globale italiana, in Europa e nel mondo.

Per vincere questa sfida e ‘far volare Milano’, Assolombarda si è data un piano strategico articolato in 50 progetti.

I 50 progetti sono articolati in quattro capitoli (Imprese al centro; Milano al centro; Expo, la grande occasione; Assolombarda al centro) e sono volti a produrre risultati ed effetti concreti, a elaborare indicatori misurabili e verificabili.

Ciascun progetto ha un obiettivo strategico ed è affidato alla responsabilità di un membro del Comitato di Presidenza. Ma ‘far volare Milano’ non è solo la modalità operativa che Assolombarda sceglie per sé. E’ il metodo che intendiamo condividere con Milano intera, con le imprese, la società civile, le Università, il mondo della formazione e delle amministrazioni pubbliche lombarde, come dell’intero Paese.

Se è per molti versi ovvio che molti progetti siano volti a innalzare competitività ed efficienza delle imprese, la novità è il grande sforzo che proponiamo fuori dal diretto perimetro d’impresa, su alcune direttrici “fondanti” dello sviluppo e della proiezione nel mondo della Grande Milano: dall’eccellenza nella ricerca alla densità internazionale del capitale umano, dalla mobilità territoriale alle sinergie con il sistema finanziario, per ‘far volare Milano’ occorre una matrice unica di benchmark in progressivo e costante miglioramento sulle grandi aree metropolitane con le quali siamo direttamente concorrenti nel mondo. Una matrice unica dalla cui individuazione e realizzazione nessuno si può tirare fuori.

I '50 progetti per rilanciare le imprese e il territorio' sono per questo intesi come una piattaforma aperta, un incubatore di idee e soluzioni che chiama a reti e ad alleanze, per costruire network che da Milano si estendano al Paese.

Non c'è ripresa della crescita che non passi da Milano. Non c'è sfida di competitività che non debba partire da Milano.

1. IMPRESE AL CENTRO

PROGETTO “SVILUPPO DEL MANIFATTURIERO”

Responsabile

Alessandro Spada, Consigliere Incaricato Sviluppo manifatturiero e Internazionalizzazione

Obiettivo strategico

Supportare la crescita e lo sviluppo delle imprese del settore manifatturiero promuovendo nuove tecnologie e modelli strategici coerenti con le nuove sfide competitive

Azioni

- Diffondere la conoscenza sulle tecnologie d'avanguardia nel settore manifatturiero attraverso partnership scientifiche e tecnologiche e la realizzazione di iniziative sui trend tecnologici di maggior rilievo
- Costituire gruppi di imprese (Club del Manifatturiero) con l'obiettivo di condividere con aziende leader e centri di ricerca le tecnologie di ultima generazione per la messa a punto di nuove lavorazioni e/o sistemi produttivi
- Diffondere approcci orientati all'eccellenza organizzativa e manageriale attraverso iniziative di formazione e informazione e di accompagnamento delle imprese
- Promuovere iniziative di sensibilizzazione sull'importanza del settore manifatturiero, con focus sul medium/high-tech

PROGETTO “SERVIZI PER IL CREDITO E LA FINANZA”

Responsabile

Carlo Bonomi, Vice Presidente Credito, Finanza e Fisco

Obiettivo strategico

Promuovere i servizi dell'Area Finanza agli associati e diffondere le iniziative verso gli stakeholder

Azioni

- Definire un paniere di servizi sulla base di bisogni/domanda e competenze/offerta
- Sensibilizzare anche sugli strumenti alternativi al credito (Borsa, fondi, minibonds, ...)
- Potenziare la comunicazione: identificare canali e pubblici di riferimento, predisporre comunicazioni e lancio
- Presentare l'“offerta integrata dei servizi” dell'Area Credito e Finanza a stakeholder e organi istituzionali
- Descrivere e rendere disponibile, su diversi canali, l'“offerta integrata dei servizi” a tutti i pubblici identificati

PROGETTO “BANCOPASS FASE 2 E LA RELAZIONE CON LE BANCHE”

Responsabile

Carlo Bonomi, Vice Presidente Credito, Finanza e Fisco

Obiettivo strategico

Sviluppare la collaborazione con le banche per offrire alle imprese associate soluzioni condivise

Azioni

- Fase 2 di Bancopass¹: implementare e potenziare l'efficacia dello strumento, rafforzando e ampliando il rapporto con le banche coinvolte
- Coinvolgere le banche attive in Lombardia nell'assistenza alle imprese
- Rendere sistematica la presenza delle banche nell'attività di formazione alle imprese
- Studiare con le banche modalità per facilitare passaggi di proprietà
- Migliorare la trasparenza tra banche e imprese

¹ Bancopass è un insieme di strumenti gratuiti, condivisi e approvati dalle banche che Assolombarda mette a disposizione delle imprese associate per gestire meglio la relazione con le banche stesse.

PROGETTO “CODICE ITALIANO PAGAMENTI RESPONSABILI”

Responsabile

Carlo Bonomi, Vice Presidente Credito, Finanza e Fisco

Obiettivo strategico

Favorire la normalizzazione dei pagamenti tra privati, proponendo iniziative in linea con il Prompt Payment Code britannico

Azioni

- In collaborazione con Bocconi:
 - approfondire la conoscenza del Prompt Payment Code
 - definire standard di riferimento e meccanismo di accreditamento e monitoraggio
- Proporre il Codice Italiano Pagamenti Responsabili alle imprese e diffondere l’iniziativa
- Sviluppare interlocuzioni con: Consolato inglese/UK Trade Center a Milano, Associazioni professionali, Università, Comitato Piccola Impresa e Comitato Tecnico Finanza

PROGETTO “CONFIDI E GARANZIA ALLE IMPRESE”

Responsabile

Carlo Bonomi, Vice Presidente Credito, Finanza e Fisco

Obiettivo strategico

Indirizzare Confidi Province Lombarde verso dimensioni organizzative e patrimoniali idonee (anche tramite aggregazione), assicurando continuità ed efficacia della garanzia alle imprese

Azioni

- Assicurare la continuità del servizio di garanzia di Confidi Province Lombarde alle imprese
- Affiancare Confidi Province Lombarde nella ricerca di partners, creando/mantenendo il consenso tra gli Enti promotori e nel Sistema Confindustria
- Intervenire sulle istituzioni (Confindustria, Regione Lombardia e Sistema Camerale) a sostegno delle soluzioni identificate

PROGETTO “FISCO COMPETITIVO DEL TERRITORIO”

Responsabile

Carlo Bonomi, Vice Presidente Credito, Finanza e Fisco

Obiettivo strategico

Rafforzare l'esistente comparazione della pressione fiscale nei comuni dell'area milanese e trasformarla in uno strumento di lobbying

Azioni

- Rafforzare il monitoraggio degli indicatori di pressione fiscale locale
- Utilizzare il monitoraggio come strumento di pressione nei confronti delle amministrazioni locali
- Comunicare e diffondere il monitoraggio ai diversi target interni ed esterni
- Realizzare lo Sportello fiscalità locale
- Creare un canale diretto con le Amministrazioni locali

PROGETTO “FISCO «AMICO»”

Responsabile

Carlo Bonomi, Vice Presidente Credito, Finanza e Fisco

Obiettivo strategico

Orientare il rapporto con l'Amministrazione finanziaria (Agenzia delle Entrate, Agenzia delle Dogane e Agente della riscossione) in modo favorevole alle imprese

Azioni

- Stipulare Protocolli d'intesa con l'Amministrazione finanziaria
- Diffondere tra gli associati la conoscenza dei nuovi strumenti
- Analizzare preventivamente con l'Amministrazione problematiche fiscali dubbie e di interesse generale
- Supportare le associate su pratiche specifiche (es. rimborsi di imposte)
- Affiancare le imprese nei rapporti con l'Amministrazione finanziaria, anche nell'ottica di favorire investimenti di multinazionali e investitori esteri

PROGETTO “SEMPLIFICAZIONE LEGISLATIVA E BUROCRAZIA”

Responsabile

Alvise Biffi, Vice Presidente in qualità di Presidente della Piccola Impresa (con il supporto di Stefano Venturi, Responsabile di Progetto Attrazione investimenti e Startup)

Obiettivo strategico

Promuovere la semplificazione nei diversi ambiti della normativa regionale e locale

Azioni

- Partecipare ai Tavoli Regionali e locali per la semplificazione normativa
- Operare per una maggiore efficienza della PA regionale e locale
- Agire per la semplificazione nelle fasi di richiesta, rilascio e rinnovo delle autorizzazioni accessorie alla gestione d'impresa
- Coinvolgere attivamente le imprese nel progetto, soprattutto PMI
- Creare una raccolta dei casi emblematici e più rilevanti
- Individuare e valorizzare le buone pratiche, denunciare ritardi e inefficienze
- Adottare la metodologia della semplificazione comparata
- Collaborare con Assimpredil ANCE in ambito di edilizia

PROGETTO “INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE”

Responsabile

Alessandro Spada, Consigliere Incaricato Sviluppo manifatturiero e Internazionalizzazione

Obiettivo strategico

Potenziare i servizi per l'internazionalizzazione e le iniziative a favore delle aggregazioni, anche in sinergia con gli altri enti

Azioni

- Attivare sinergie con altri enti per iniziative a favore delle imprese
 - collaborare con Promos per evitare sovrapposizioni
 - interagire con MAE, ICE, SACE, SIMEST, rappresentanze estere a Milano e camere miste, banche italiane presenti all'estero
- Rafforzare le iniziative per sviluppare b2b (anche in vista di Expo)

- Mappare la presenza delle imprese all'estero e creare 'Club Paese' per facilitare networking tra aziende per filiere e mercati
- Creare "temporary country desk"
- Agire d'intesa con Confindustria e Business Europe sui temi del trade
- Rafforzare i servizi sui temi correlati al commercio estero anche utilizzando realtà esterne

PROGETTO "ENERGIA MENO CARA"

Responsabile

Rosario Bifulco, Consigliere Incaricato Competitività Territoriale, Ambiente ed Energia

Obiettivo strategico

Aggregare la domanda di energia delle imprese associate per forniture a prezzi più convenienti

Azioni

- Creare gruppi di acquisto e convenzioni
- Offrire una gestione individuale alle imprese con consumi superiori a soglie predeterminate
- Ottenere una gestione più flessibile delle forniture tramite gare in più momenti dell'anno
- Rafforzare le attività dello Sportello Energia

PROGETTO "EFFICIENZA ENERGETICA"

Responsabile

Rosario Bifulco, Consigliere Incaricato Competitività Territoriale, Ambiente ed Energia

Obiettivo strategico

Sviluppare il business e la cultura dell'efficienza energetica

Azioni

- Diffondere strumenti di autovalutazione (es. energy audit) per le imprese associate

- Stimolare l'attività delle imprese che offrono prodotti e servizi nell'efficienza energetica in un'ottica di filiera
- Ridurre le barriere di accesso ai finanziamenti, anche creando tavoli di lavoro con i principali stakeholders
- Favorire sviluppo e internazionalizzazione delle attività più innovative

PROGETTO “GIUSTIZIA EFFICIENTE”

Responsabile

Antonio Calabrò, Consigliere Incaricato Legalità e Responsabilità Sociale d'Impresa

Obiettivo strategico

Favorire una migliore efficienza della giustizia

Azioni

- Aumentare, consolidare e strutturare la collaborazione con il Tribunale di Milano
- Svolgere un ruolo attivo nella indagine del Tribunale di Milano sulla valutazione della giustizia da parte delle imprese
- Approfondire, anche con benchmark nazionali e internazionali, il monitoraggio dell'efficienza del Tribunale di Milano e del Tribunale delle Imprese

PROGETTO “SICUREZZA AL CENTRO”

Responsabile

Mauro Chiassarini, Vice Presidente Lavoro e Occupazione

Obiettivo strategico

Promuovere la cultura manageriale della salute e sicurezza sul lavoro come strumento di vantaggio competitivo per l'impresa e il territorio

Azioni

- Monitorare e comunicare all'esterno:
 - monitorare semestralmente i principali indicatori infortunistici e delle malattie professionali: predisporre strumenti di reportistica periodica con spunti ed aggiornamenti che potranno utilizzare i dati per orientare le azioni di prevenzione e migliorare la sicurezza sia in azienda sia rispetto agli eventi su strada

- monitorare, analizzare e valutare la comunicazione dei media in materia di sicurezza del lavoro
- raccogliere e diffondere le buone pratiche
- Formare e comunicare alle imprese:
 - sviluppare modalità innovative di comunicazione, coinvolgimento, formazione
 - ampliare la “Community Salute e Sicurezza” in ottica di servizio, supporto tecnico-professionale, promozione culturale

PROGETTO “APPRENDISTATO SEMPLICE”

Responsabile

Mauro Chiassarini, Vice Presidente Lavoro e Occupazione

Obiettivo strategico

Sviluppare iniziative e proposte per la semplificazione dell'apprendistato in Lombardia

Azioni

- Istituire un gruppo di lavoro (Assolombarda, giuslavoristi, aziende) con l'obiettivo di migliorare gli aspetti normativi e gestionali del contratto di apprendistato, al fine di renderlo più attrattivo per le imprese
- Avanzare le proposte nei confronti di Confindustria, Regione e più in generale degli stakeholder
- Implementare la proposta di semplificazione attuativa a livello territoriale, attraverso la realizzazione di uno strumento operativo che faciliti le imprese negli aspetti gestionali
- Realizzare iniziative di sviluppo della cultura dell'apprendistato nei confronti dei giovani e delle imprese

PROGETTO “QUALITÀ E INNOVAZIONE NEI SERVIZI AGLI ASSOCIATI”

Responsabile

Alvise Biffi, Vice Presidente in qualità di Presidente della Piccola Impresa

Obiettivo strategico

Rimodulare i servizi offerti alle imprese e sviluppare quelli a maggior valore aggiunto

Azioni

- Analizzare l'attuale offerta di servizi di Assolombarda e di Assoservizi
- Rilevare il livello di utilizzo e di soddisfazione dei servizi da parte degli associati
- Individuare i nuovi bisogni delle imprese in termini di servizi
- Ridefinire il pacchetto di offerta complessivo

PROGETTO “CULTURA MANAGERIALE E PASSAGGIO GENERAZIONALE”

Responsabile

Alessandro Spada, Consigliere Incaricato Sviluppo manifatturiero e Internazionalizzazione

Obiettivo strategico

Accrescere la competitività delle imprese attraverso miglior uso delle risorse umane, managerializzazione e passaggio generazionale

Azioni

- Prevedere formazione e incontri per favorire il passaggio generazionale
- Prevedere formazione e incontri per incentivare la managerializzazione nel family business

PROGETTO “TESI DI LAUREA SULLE IMPRESE”

Responsabile

Maria Giovanna Mazzocchi, Responsabile di Progetto Cultura d'impresa

Obiettivo strategico

Promuovere tesi di laurea che abbiano come oggetto l'individuazione e l'analisi di aspetti peculiari delle imprese associate

Azioni

- Avvicinare i giovani alle imprese
- Evidenziare il valore delle aziende

- Aumentare la consapevolezza delle imprese sui loro aspetti di peculiarità e di eccellenza
- Estendere l’iniziativa a diversi corsi di laurea
- Presentare l’iniziativa al Tavolo dei Rettori

PROGETTO “CINEMA D’IMPRESA”

Responsabile

Maria Giovanna Mazzocchi, Responsabile di Progetto Cultura d’impresa

Obiettivo strategico

Coinvolgere le PMI nella realizzazione di video d’impresa di qualità, avvicinare giovani registi al mondo delle imprese attraverso il cinema industriale, promuovere e diffondere i valori della cultura d’impresa attraverso nuovi canali

Azioni

- Sviluppare format digitali che permettano alle imprese di comprendere il valore della comunicazione d’impresa di qualità
- Costituire un premio cinematografico per valorizzare giovani autori e le loro produzioni
- Istituire stages in azienda per i migliori giovani selezionati
- Selezionare giovani film maker di talento per la realizzazione di “prodotti” video da diffondere in rete favorendo la cultura d’impresa: dal filmato a forte impatto visivo al cortometraggio/video istituzionale

PROGETTO “RESPONSABILITÀ SOCIALE D’IMPRESA”

Responsabile

Antonio Calabrò, Consigliere Incaricato Legalità e Responsabilità Sociale d’Impresa

Obiettivo strategico

Accrescere la presenza delle imprese e di Assolombarda nelle iniziative di natura sociale

Azioni

- Sviluppare iniziative per supportare le imprese a realizzare progetti di welfare aziendale/interaziendale e di conciliazione vita-lavoro

- Sviluppare la presenza di Assolombarda sui temi della responsabilità sociale anche rafforzando la collaborazione con Sodalitas

PROGETTO “PARTNERSHIP SCUOLA E IMPRESA”

Responsabile

Mauro Chiassarini, Vice Presidente Lavoro e Occupazione

Obiettivo strategico

Rafforzare la cooperazione tra imprese e Istituti tecnici e professionali dei territori milanesi al fine di allineare la formazione alle competenze richieste dalle imprese e contribuire all’attuazione della Riforma

Azioni

- Identificare una rete di aziende rappresentative per settore (informatica, meccanica, chimica, elettronica/elettrotecnica, amministrativo, turismo, moda) e dimensione (grande e piccola)
- Costituire reti di scuole e imprese (CTS/Politecnici professionali) al fine di allineare l’offerta formativa e le metodologie didattiche (teoriche e pratiche) alle esigenze delle imprese
- Creare Focus Group di aziende
- Creare Focus Group con i dirigenti scolastici
- Rafforzare le azioni di orientamento per gli studenti delle scuole medie e le loro famiglie per far conoscere “i mille mestieri” legati ai percorsi formativi

PROGETTO “POST-DIPLOMA A MISURA D’IMPRESA”

Responsabile

Mauro Chiassarini, Vice Presidente Lavoro e Occupazione

Obiettivo strategico

Realizzare sul territorio lombardo progetti pilota di formazione terziaria professionalizzante in alternanza scuola-lavoro, basati su un modello replicabile in diversi contesti

Azioni

- Identificare le aziende interessate al progetto (anche PMI)
- Identificare le figure professionali d'interesse per le aziende e le relative competenze
- Individuare i percorsi di Laurea o di Istruzione Tecnica Superiore (ITS) coerenti con le competenze richieste dalle aziende
- Individuare le Università e/o le Fondazioni ITS (Meccatronica, Chimica, ICT, Turismo) disponibili a partecipare al progetto
- Co-progettare tra azienda e Università/Fondazione ITS il percorso professionalizzante in alternanza scuola-lavoro, definendo contenuti, modalità e tempi di formazione e di lavoro
- Definire gli aspetti giuslavoristi per l'inserimento dei giovani in azienda durante la realizzazione del percorso in alternanza scuola-lavoro
- Individuare i giovani partecipanti ai percorsi
- monitorare e valutare i risultati di placement

2. MILANO AL CENTRO

2.1 MILANO HUB DELLA CONOSCENZA

PROGETTO “UNIVERSITÀ E RICERCA”

Responsabile

Pietro Guindani, Vice Presidente Università, Innovazione e Capitale Umano

Obiettivo strategico

Rafforzare la partnership imprese-Università attraverso l'allineamento dei corsi di laurea di principale interesse delle imprese alla domanda di mercato, il sostegno all'apertura internazionale degli atenei milanesi (per es. flusso studenti stranieri) e il sostegno al trasferimento tecnologico attraverso il placement industriale dei ricercatori

Azioni

- Corsi di laurea e domanda mercato
 - allargare la metodologia dell'Osservatorio Ingegneri ad altre aree disciplinari di interesse delle imprese
 - sviluppare le pratiche di stage curriculare
 - partecipare ai processi di revisione dell'offerta formativa degli atenei
 - diffondere le pratiche di collaborazione delle imprese nella didattica universitaria
 - coadiuvare le Università nelle azioni di orientamento al mercato del lavoro e di placement dei laureati
- Ricercatori industriali
 - diffondere il Dottorato di Ricerca industriale
 - promuovere l'alto apprendistato di ricerca
- Internazionalizzazione
 - monitorare annualmente il livello di apertura internazionale degli atenei attraverso l'implementazione dell'Osservatorio Assolombarda
 - promuovere la visibilità internazionale dell'offerta formativa e scientifica delle Università milanesi verso le imprese multinazionali e le istituzioni straniere (Corpo Consolare, Istituti di Cultura ecc.)

PROGETTO “STARTUP TOWN”

Responsabile

Stefano Venturi, Responsabile di Progetto Attrazione investimenti e Startup (con il supporto di Alvisè Biffi, Vice Presidente in qualità di Presidente della Piccola Impresa)

Obiettivo strategico

Stimolare una forte nascita di startup in modo da invogliare i grandi gruppi a investire

Azioni

- Clusterizzare le startup per tipologia (es. Moda, ICT, Alimentare, Servizi, Turismo, Arte ecc.) identificando le relative filiere (es. Università che sponsorizzano, filiera finanziaria ecc.)
- Mettere a progetto una forte azione di influenza sulle istituzioni per stimolare la nascita naturale di startup nei settori definiti
- Promuovere l'adozione di startup da parte di PMI per ottenere al contempo innovazione nelle PMI, crescita per aggregazione e sviluppo di startup (Progetto «Adottup»)

PROGETTO “MATCH MAKING INNOVAZIONE”

Responsabile

Pietro Guindani, Vice Presidente Università, Innovazione e Capitale Umano

Obiettivo strategico

Attivare progetti di innovazione di prodotto e di servizi mediante collaborazione tra imprese ed Università/Centri di Ricerca in Lombardia

Azioni

- Concordare con le Università e i Centri di Ricerca i progetti tecnologici ritenuti a più alto potenziale e impatto
- Coinvolgere le imprese, illustrando opportunità e modalità di coinvolgimento/collaborazione e facilitando la auto-selezione di imprese (o gruppi di imprese) per ciascuna area tecnologica

- Assicurare l'individuazione di un coordinatore scientifico con responsabilità congiunta di conduzione e risorse
- Monitorare lo svolgimento della fase di pre-fattibilità auto-finanziata «in kind» dai partecipanti
- Affiancare la fase successiva di realizzazione, offrendo assistenza al reperimento dei finanziamenti

PROGETTO “FINANZIAMENTI PER L'INNOVAZIONE INDUSTRIALE: PARTECIPAZIONE ‘VINCENTE’ DELLE IMPRESE”

Responsabile

Pietro Guindani, Vice Presidente Università, Innovazione e Capitale Umano

Obiettivo strategico

Incrementare la partecipazione del sistema delle imprese lombarde ai bandi per finanziamenti competitivi, in particolare industriali ed europei

Azioni

- Concentrare gli sforzi di comunicazione e di supporto operativo alle aziende soprattutto nell'area dei finanziamenti diretti europei (Horizon 2020, ...)
- Comunicare in modo semplice le opportunità di partecipazione delle imprese ai bandi di finanziamento, riducendo drasticamente la complessità
- Erogare supporto operativo alle imprese in tutte le fasi della procedura
- Partecipare al disegno della politica industriale regionale lombarda e influenzare quello nazionale

PROGETTO “OPEN INNOVATION”

Responsabile

Pietro Guindani, Vice Presidente Università, Innovazione e Capitale Umano

Obiettivo strategico

Promuovere la cultura dell'«open innovation» nel sistema delle imprese lombarde

Azioni

- Coinvolgere le imprese che hanno sperimentato modelli di «open innovation»

per diffondere la conoscenza di casi esemplari

- Realizzare un programma di comunicazione strutturato rivolto al sistema delle imprese per creare la cultura della «open innovation»
- Diffondere l'uso degli strumenti che facilitano l'approccio «open innovation»
- Dialogare con la committenza pubblica per verificare la fattibilità dell'adozione dell'approccio «open innovation»

PROGETTO “GREEN ECONOMY NETWORK - FASE 2”

Responsabile

Rosario Bifulco, Consigliere Incaricato Competitività Territoriale, Ambiente ed Energia

Obiettivo strategico

Consolidare la leadership di Milano nelle filiere della green economy e rafforzare il ruolo del Green Economy Network (GEN) come esperienza di riferimento

Azioni

- Individuare e mappare le filiere più innovative
- Migliorare i rapporti tra imprese e comunità scientifica (Università, CNR ecc.)
- Favorire aggregazioni di imprese del GEN nei diversi ambiti
- Monitorare e intensificare i rapporti con mercati ad elevato potenziale
- Ottenere il riconoscimento del Network da parte della Regione
- Potenziare la ricerca di finanziamenti per la ricerca e per la realizzazione di progetti
- Avviare una rete con le associazioni territoriali anche al di fuori della Lombardia
- Favorire la nascita di startup nel business dell'efficienza energetica

PROGETTO: "LIFE SCIENCES E CITTÀ DELLA SALUTE”

Responsabile

Rosario Bifulco, Consigliere Incaricato Competitività Territoriale, Ambiente ed Energia

Obiettivo strategico

Costruire una filiera competitiva tra imprese, IRCSS e Università lombarde

Azioni

- Avviare una ricognizione di imprese/IRCSS/Università Lombarde direttamente o indirettamente presenti nel Cluster Alisei
- Promuovere e guidare la costituzione di tavoli fra i soggetti coinvolti e di condivisione di future trends in ambito R&D
- Agire su Regione Lombardia per aumentare il focus sul Cluster Alisei
- Sistematizzare le attività di lobbying verso la Commissione UE sui bandi Life Sciences
- Aderire a iniziative che prevedano la promozione delle startup e l'incubazione di progetti in ambito Life Sciences
- In collaborazione con Assobiomedica, sviluppare il Medical Device Network tra aziende del settore biomedicale

2.2 MILANO ATTRATTIVA

PROGETTO “INFRASTRUTTURE, MOBILITÀ E TERRITORIO”

Responsabile

Rosario Bifulco, Consigliere Incaricato Competitività Territoriale, Ambiente ed Energia

Obiettivo strategico

Promuovere la mobilità sostenibile e l'attrattività del territorio attraverso il potenziamento di reti e servizi di trasporto e facilitazioni all'insediamento di attività produttive nel territorio dell'area metropolitana

Azioni

- Potenziare la posizione dell'Associazione sul tema delle infrastrutture e della mobilità e allargare gli ambiti di intervento
- Strutturare e fornire in modo periodico un set di informazioni utili a promuovere l'insediamento di imprese
- Individuare e proporre politiche e servizi per facilitare la localizzazione di imprese sul territorio

- Promuovere e potenziare i servizi dello Sportello Immobili d'Impresa

PROGETTO “ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A MILANO”

Responsabile

Stefano Venturi, Responsabile di Progetto Attrazione investimenti e Startup

Obiettivo strategico

Creare sinergie tra investitori industriali stranieri e aziende associate

Azioni

- Intensificare le relazioni con il Corpo Consolare presente a Milano
- Valutare adesione a Camere di Commercio Miste
- Creare sinergie con il Comitato Investitori Esteri di Confindustria, Regione Lombardia e Invest in Lombardy
- Collaborare con banche estere presenti in Italia

PROGETTO “E-GOVERNMENT”

Responsabile

Stefano Parisi, Responsabile di Progetto Agenda Digitale

Obiettivo strategico

Sviluppare aspetti connessi alla Digital Town con riferimento all'amministrazione pubblica

Azioni

- Condividere obiettivi e metodo di lavoro nel contesto dell'Agenda Digitale italiana. Partnership con Confindustria Digitale
- Individuare indici in relazione ai servizi (cittadini e imprese) erogati dalla PA: misurazione e monitoraggio con benchmark nazionale e internazionale
- Coordinare industria ICT e PA per definizione del quadro di riferimento di sviluppo ICT pubblica con individuazione delle priorità strategiche

PROGETTO “DIGITAL EDUCATION”

Responsabile

Stefano Parisi, Responsabile di Progetto Agenda Digitale

Obiettivo strategico

Attivare un ampio progetto di formazione digitale che coinvolga cittadini e imprese

Azioni

- Sviluppare un progetto di formazione per cittadini “non nativi digitali”
- Valorizzando le competenze dei più giovani in campo digitale; favorire il trasferimento di conoscenza tra giovani e “anziani” e promuovere il riconoscimento dell’esperienza degli studenti nel piano di studio
- Sviluppare un progetto di formazione per imprese “non WEB”
- Sviluppare un progetto di formazione per lavoratori “Drop out ICT”

PROGETTO “CROWDFUNDING LOMBARDIA”

Responsabile

Stefano Venturi, Responsabile di Progetto Attrazione investimenti e Startup

Obiettivo strategico

Promuovere la reale attivazione del Crowdfunding in Italia e fare della Lombardia il modello della sua adozione

Azioni

- Definire gli elementi bloccanti tra cui estendere non solo alle startup innovative l’applicazione del Crowdfunding e permettere la negoziazione delle quote degli investitori
- Portare in Confindustria il tema in modo da spingere il Governo a modificare la legge
- Mettere in atto azioni di promozione del Crowdfunding in Lombardia

PROGETTO “LOTTA ALLE INFILTRAZIONI CRIMINALI NELLE IMPRESE”

Responsabile

Antonio Calabrò, Consigliere Incaricato Legalità e Responsabilità Sociale d’Impresa

Obiettivo strategico

Promuovere la cultura della legalità

Azioni

- Sviluppare progetti sui rischi di infiltrazione criminale nelle imprese
- Promuovere iniziative a favore della cultura della legalità
- Presidiare il tema del rispetto della legalità negli appalti
- Evitare gli eccessi di burocrazia per quegli adempimenti legati alla documentazione antimafia che assicurano una difesa formale e non sostanziale e che rappresentano un inutile appesantimento per le piccole imprese

PROGETTO “CITTÀ PER I GIOVANI”

Responsabile

Emiliano Novelli, Vice Presidente in qualità di Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori

Obiettivo strategico

Aumentare l'attrattività di Milano verso i giovani e le giovani imprese

Azioni

- Valorizzare e promuovere gli aspetti di Milano attrattivi per i giovani e le giovani imprese
- Favorire le infrastrutture cittadine per i giovani, partendo da quelle per gli studenti
- Analizzare i programmi di scambio internazionali (Erasmus)
- Analizzare e aggregare le iniziative già presenti sul territorio creando network attorno ad un unico progetto
- Coinvolgere Istituzioni locali (Comune, Provincia, Regione, Università)
- Collaborare con i progetti di Junior Enterprise operanti sul nostro territorio

PROGETTO “SOCIAL2BUSINESS”

Responsabile

Emiliano Novelli, Vice Presidente in qualità di Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori

Obiettivo strategico

Sviluppare la community Social2Business per promuovere networking e match making tra imprese attraverso workshop tematici e momenti di interazione conviviale e di business

Azioni

- Promuovere il Social2Business alle imprese associate e non associate
- Creare un network legato al mondo delle startup: Incubatori, Università, Ricercatori, reti Coworking e startupper, finanziatori
- Coinvolgere Istituzioni locali (Comune, Provincia e Regione ecc.), consolati e missioni imprenditoriali estere

PROGETTO “ARTE E IMPRESA”

Responsabile

Maria Giovanna Mazzocchi, Responsabile di Progetto Cultura d'impresa

Obiettivo strategico

Supportare come imprese la valorizzazione del patrimonio culturale italiano e coinvolgere le PMI nella realizzazione dei Padiglioni di Expo 2015

Azioni

- Realizzare il progetto Museo Open Air attraverso:
 - identificazione di una location adatta in funzione di Expo 2015
 - costruzione da parte di nostre aziende associate di 4-5 Padiglioni mobili progettati da famosi architetti in occasione di Expo 2015 contenenti un capolavoro d'arte ciascuno
 - coinvolgimento di studenti universitari come guide ai Padiglioni
 - “adozione” di ciascun Padiglione a cura di grandi imprese associate

PROGETTO “ATTIVAZIONE DELLA CITTÀ METROPOLITANA”

Responsabile

Rosario Bifulco, Consigliere Incaricato Competitività Territoriale, Ambiente ed Energia

Obiettivo strategico

Consolidare il ruolo di Assolombarda nel processo di costituzione della Città Metropolitana di Milano

Azioni

- Sviluppare lobbying e sensibilizzazione sul tema:
 - verso le istituzioni nazionali, operando in sinergia con la Rete delle Associazioni Industriali Metropolitane di Confindustria
 - verso le amministrazioni locali, anche attraverso il coinvolgimento della nostra Organizzazione Zonale
- Realizzare una comparazione con altre realtà europee, con particolare attenzione al ruolo delle comunità imprenditoriali nelle diverse forme di governo metropolitano esistenti
- Contribuire alla fase costituente formale della Città Metropolitana dopo l'approvazione della legge istitutiva
- Elaborare posizioni e raccomandazioni sui temi di competenza della Città Metropolitana che più interessano le imprese

3. EXPO, LA GRANDE OCCASIONE

PROGETTO “EXPO JOBS”

Responsabile

Mauro Chiassarini, Vice Presidente Lavoro e Occupazione

Obiettivo strategico

Cogliere le opportunità offerte da Expo, nell'interesse dell'occupazione e delle nostre imprese

Azioni

- Individuare le mansioni richieste da Expo
- Predisporre una documentazione per facilitare le imprese nell'individuazione della forma contrattuale più rispondente alle esigenze
- Supportare le aziende nelle esigenze formative e mappare i finanziamenti disponibili per la formazione
- Promuovere l'avvio di un negoziato con Istituzioni e Sindacati per ricercare intese finalizzate a maggiore flessibilità operativa

PROGETTO “HELP DESK EXPO”

Responsabile

Fabio Benasso, Consigliere Incaricato Expo

Obiettivo strategico

Creare un Help Desk per aziende straniere, sfruttare l'Help Desk per b2b tra straniere e associate, coinvolgere le aziende associate nei lavori per Expo

Azioni

- Illustrare alle associate e supportarle nelle opportunità di promozione e business di Expo
- Coinvolgere le aziende associate nei lavori Expo (anche con aggregazioni/reti)
- Creare un Help Desk o appoggiarsi all'esistente di Expo S.p.A. per fornire servizi/supporto alle aziende straniere
- Valorizzare Help Desk per raccordare aziende associate e straniere (incontri, b2b, ...)

PROGETTO “IMPRESE NELL’ECOSISTEMA DIGITALE E015 DI EXPO”

Responsabile

Fabio Benasso, Consigliere Incaricato Expo

Obiettivo strategico

Supportare le imprese nell’accesso all’ecosistema digitale di Expo “E015” con loro servizi/applicazioni

Azioni

- Facilitare l’accesso all’ecosistema delle imprese con loro servizi e applicazioni (Help Desk)
- All’interno dell’ecosistema progettato, facilitare la creazione di nuovi servizi/applicazioni, tasselli di “Milano-Smart-city”
- Creare reti permanenti tra soggetti/enti (anche post Expo)
- Identificare modello e soggetto di gestione
- Stimolare la creazione di servizi “digitali” (borse studio, concorsi idee, attrazione giovani, ...)

PROGETTO “TURISMO PER EXPO”

Responsabile

Fabio Benasso, Consigliere Incaricato Expo

Obiettivo strategico

Facilitare lo sviluppo del business turistico collegato all’Expo

Azioni

- Raccordarsi con i tour operators e con Explora (che gestirà il sistema turistico intorno a Expo) per favorire l’accesso turistico all’evento
- Proporre iniziative fuori dall’area Expo che valorizzino il business di aziende associate
- Raccordare iniziative in corso di avviamento per aumentare l’impatto
- Valutare iniziative dirette di Assolombarda
- Operare in sinergia:
 - Con associazioni di categoria dei “fuori eventi” (es. moda, arredo)
 - Con le istituzioni coinvolte (es. Comune e CCIAA)

- Con il mondo associazionistico di altri settori (es. commercianti e artigiani)

PROGETTO “NEXPO”

Responsabile

Fabio Benasso, Consigliere Incaricato Expo

Obiettivo strategico

Interloquire con AREXPO per la valorizzazione delle aree Expo dopo l'evento, proponendo la creazione di una digital farm (progetto NEXPO) e/o di un science park

Azioni

- Progetto NEXPO (proposta già presentata)
- Sostanziarne fattibilità, adesioni e rispondenza ad esigenze delle associate
- Presentare la Ricerca commissionata a Bocconi
- Favorire la creazione di un science park

4. ASSOLOMBARDA AL CENTRO

PROGETTO “RIFORMA ASSOLOMBARDA”

Responsabile

Aldo Fumagalli Romario, Vice Presidente Rapporti Istituzionali, Organizzazione e Sviluppo

Obiettivo strategico

Approvazione e implementazione della riforma dello Statuto di Assolombarda

Azioni

- Rielaborare le proposte della precedente Commissione Spada anche alla luce della Riforma Pesenti
- Snellire la governance, sfoltire gli organi
- Riorganizzare/ripensare la struttura per GM, anche alla luce della Riforma Pesenti

PROGETTO “RIFORMA CONFINDUSTRIA LOMBARDIA”

Responsabile

Aldo Fumagalli Romario, Vice Presidente Rapporti Istituzionali, Organizzazione e Sviluppo

Obiettivo strategico

Approvazione e implementazione della Riforma di Confindustria Lombardia

Azioni

- Sviluppare lobbying sulle associazioni lombarde per una riorganizzazione di Confindustria Lombardia che porti la federazione regionale a:
 - riduzione dei costi
 - focalizzazione su una migliore azione di lobby nei confronti di Regione Lombardia
 - snellimento degli organi

PROGETTO “RIFORMA PESENTI”

Responsabile

Aldo Fumagalli Romario, Vice Presidente Rapporti Istituzionali, Organizzazione e Sviluppo

Obiettivo strategico

Implementazione della Riforma Pesenti

Azioni

- Individuare gli aspetti più critici
- Influenzare l'implementazione della Riforma

PROGETTO “MARKETING ASSOCIATIVO”

Responsabile

Aldo Fumagalli Romario, Vice Presidente Rapporti Istituzionali, Organizzazione e Sviluppo

Obiettivo strategico

Ampliare, fidelizzare e recuperare base associativa, anche aumentando l'efficacia e la capillarità dell'azione sul territorio

Azioni

- Sviluppare un'analisi di marketing strategico
 - segmentazione degli associati e analisi del business value
 - value proposition di Assolombarda in funzione dei segmenti di mercato
- Sviluppare un piano di marketing associativo con l'obiettivo
 - rafforzamento dell'engagement degli associati
 - ampliamento dei settori già presenti in Assolombarda
 - azione mirata sulle startup
 - analisi e recupero delle dimissionarie
 - fidelizzazione delle imprese associate

PROGETTO “COORDINAMENTO RAPPRESENTANZE ESTERNE PER RAFFORZAMENTO PIANO STRATEGICO”

Responsabile

Michele Angelo Verna, Direttore Generale

Obiettivo strategico

Ristrutturare le partecipazioni negli organi esterni e i rapporti con le associazioni collegate

Azioni

- Ristrutturare le partecipazioni negli organi esterni:
 - ricognizione e analisi delle rappresentanze di Assolombarda in organismi esterni
 - focalizzazione sugli enti di reale interesse
 - maggiore interazione con i nostri rappresentanti
 - visione organica e complessiva della nostra presenza esterna
 - valutare i rapporti esistenti con le associazioni collegate

PROGETTO “TABLEAU DE BORD DELLA COMPETITIVITÀ TERRITORIALE”

Obiettivo strategico

Influenzare le policy di competitività dell'area metropolitana milanese, anche realizzando un osservatorio periodico di benchmarking competitivo

Azioni

- Osservatorio sulla Competitività Territoriale
 - selezionare indicatori sulla base di ricognizione studi esistenti
 - realizzare osservatorio periodico sulla competitività territoriale (indicatori esistenti e originali)
 - riorientare analisi già condotte per benchmark su competitività Milano

PROGETTO “ORGANIZZAZIONE DEL CENTRO STUDI”

Obiettivo strategico

Potenziare il Centro Studi a supporto delle scelte strategiche della Presidenza con

focus sul tema della competitività

Azioni

- Focalizzare l'attività sul tema competitività e sugli argomenti dove esercitare una leadership intellettuale
 - competitività territoriale
 - indicatori hub della conoscenza
 - lavoro
 - manifatturiero
 - andamento economia del territorio
- Riorganizzare/potenziare il Centro Studi; nominare un consigliere scientifico:
- Riposizionare il Centro Studi nei confronti dell'esterno (anche con rete di collaborazioni)
- Rafforzare la comunicazione delle analisi; programmare un calendario di incontri e seminari; sviluppare un network nazionale e internazionale di condivisione delle analisi; sviluppare la presenza sui social media

Per informazioni:

farvolaremilano@assolombarda.it

www.assolombarda.it

www.farvolaremilano.it

www.assolombardanews.it

