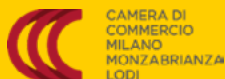


YESMILANO

Fare Milano

Executive Summary

MILANO&PARTNERS



Presentazione Executive Summary

Introduzione del Sindaco Giuseppe Sala

Care amiche, cari amici,
dopo la conclusione di un anno che certamente non dimenticheremo, vorrei ringraziarvi per l'impegno, la disponibilità e le tante proposte qualificate che hanno caratterizzato la vostra partecipazione a "Fare Milano". Quando ho invitato la città a riflettere sul futuro, sapevo di poter contare sulla disponibilità di tante intelligenze della nostra comunità, ma la vastità e la qualità della vostra partecipazione mi hanno veramente colpito.

Grazie, dunque, e l'impegno a far sì che noi tutti si risponda in modo efficace, aperto e costruttivo a questo spirito innovatore che, anche e soprattutto in un momento tanto difficile della nostra storia, qualifica la nostra città in modo inequivocabile. "Milan l'è on gran Milan", ha detto la presidente della Commissione europea Ursula von der Leyen, elogiando la solidarietà, l'altruismo e la volontà con i quali abbiamo affrontato la pandemia. Il vostro contributo mi conferma nell'idea che Milano ha gli strumenti per affrontare efficacemente la fase ancora più complessa della costruzione della città nuova.

La nostra città da secoli è progresso, innovazione, creatività e coraggio. La crisi del COVID è stata una drammatica interruzione al periodo davvero positivo vissuto prima e dopo l'EXPO 2015. Abbiamo pagato un prezzo altissimo al virus, prima di tutto in vite umane, e tutto sembra esser stato capovolto dall'impatto, sul lato sociale come sanitario, della pandemia. I valori fondanti di Milano – dalla cultura universitaria alla creatività, dall'imprenditoria all'impegno civico della cittadinanza – non ci hanno fatto crollare e saranno il pilastro della ricostruzione.

Ho il piacere di allegare la sintesi dei risultati ottenuti dal lavoro comune di "Fare Milano". La natura di questo lavoro ha voluto restituire concretamente alla città una direzione strategica in armonia con le lezioni della pandemia. Siamo

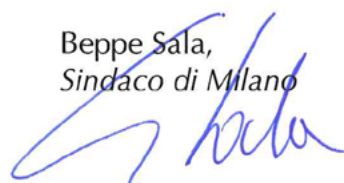
partiti da sette idee, da sette tesi che illustrano la natura delle nuove sfide in termini di crescita sostenibile, di rispetto per l'ambiente e di equità sociale. Da questo confronto è nata una nuova matrice della città sulla quale continuare a lavorare per continuare a fare di Milano una protagonista dello scenario internazionale.

Ringrazio Milano&Partners e gli Enti che hanno coordinato un lavoro così impegnativo:

- **Centro Studi PIM** per "La metropoli dei quartieri"
- **Centro di Ricerca Green della Bocconi** per "In transizione ambientale"
- **Fondazione Umberto Veronesi** per "Una città in salute"
- **Fondazione Giangiacomo Feltrinelli** per "Smart&Working"
- **Istituto per la Ricerca Sociale** per "Il bisogno di Milano"
- **Fondazione Triulza** per "Nascere, crescere e vivere a Milano"
- **Politecnico di Milano** per "Una città che crea, sa e forma"

I risultati di "Fare Milano" sono un patrimonio per tutti e di tutti, una linea comune per costruire un futuro all'altezza della storia ambrosiana. Lo spirito di condivisione e collaborazione di questo progetto continuerà a sostenere la nostra comunità aiutandoci a sviluppare una ripresa giusta, equa e sostenibile. Sono convinto che ce la faremo, grazie al vostro impegno, alla vostra passione nello spirito ambrosiano che secoli illumina la nostra città.

Beppe Sala,
Sindaco di Milano



Presentazione Executive Summary Introduzione del Presidente Carlo Sangalli

Carissimi,
anzitutto un ringraziamento al Sindaco Sala per aver stimolato una riflessione strategica sul futuro della città, oggi più che mai necessaria per posizionare Milano al centro delle nuove sfide globali nel mondo post-Covid.

Il grande riscontro di FareMilano è un segnale molto incoraggiante nel difficile tornante che stiamo affrontando. Milano & Partners, associazione fondata dal Comune di Milano e dalla nostra Camera di commercio, è stata parte attiva nella realizzazione, a Palazzo Giureconsulti, di questo format di confronto ed elaborazione, finalizzato a perseguire il rilancio della città e della sua attrattività internazionale.

Milano è infatti un vero e proprio brand, consolidato dal successo di EXPO 2015 e guardato con interesse da tutto il mondo per la sua creatività ed il suo dinamismo, che la rendono un prestigioso palcoscenico per il nostro Paese e un luogo di alta valorizzazione del Made in Italy e delle nostre eccellenze.

La nostra città, dopo la pandemia, dovrà diventare uno snodo del turismo globale di qualità. Serve inoltre che Milano si posizioni competitivamente in quegli ambiti che saranno decisivi per il futuro, a cominciare dalla sostenibilità ambientale.

FareMilano è un tassello fondamentale di questa visione, che andrà sostenuta e implementata nei prossimi mesi, grazie anche ad uno spazio prestigioso e all'avanguardia come Palazzo Giureconsulti, laboratorio innovativo al servizio della città: E grazie soprattutto alla rete degli enti e degli istituti che partecipano a questa riflessione.

Un altro tema decisivo sarà quello della trasformazione del rapporto lavoro/città. La diffusione dello smart working, destinato inevitabilmente a rafforzarsi, è un fenomeno che va governato con lungimiranza, perseguendo un

corretto equilibrio in grado di investire anche la qualità dei servizi, la qualità del lavoro e la qualità della vita.

Nella nostra città si è posto l'accento sulle discipline STEAM, integrando alle tradizionali "scienze dure" la A di Art, a dimostrazione di come la cultura sia oggi connotata da un più stretto approccio con il mondo delle tecnologie e del digitale.

Il percorso proposto da FareMilano è stato quello di realizzare una sintesi tra il migliore capitale umano ambrosiano – coinvolgendo il mondo accademico, economico, sociale e culturale - e approntando soluzioni innovative e ambiziose per il futuro della città. Tale sfida dovrà essere in grado di intercettare gli stimoli di Next Generation EU, rilanciando Milano come volano di crescita economica e inclusione sociale.

L'impegno corale di sistema a cui ha dato vita FareMilano ha dunque prodotto una riflessione strategica sul rilancio del nostro territorio in una delle fasi più difficili della sua storia. Grazie all'impegno di tutti gli attori coinvolti, Milano sta costruendo un nuovo e inaspettato futuro che la vedrà, ancora una volta, forza innovativa al servizio della ripartenza del nostro Paese e sempre più Città Mondo.



Carlo Sangalli,
*Presidente della Camera di Commercio
di Milano Monza Brianza Lodi*

INDICE

Perchè Fare Milano?	p.2
Sette temi	p.3
Metodo	p.4
La metropoli e dei quartieri	p.5
In transizione ambientale	p.7
Una città in salute	p.9
Smart & Working	p.11
Il bisogno di Milano	p.12
Nascere, crescere e vivere a Milano..	p.13
Città che crea, sa e forma	p.14

PERCHÈ FARE MILANO?

Sette temi.

Sette gruppi di lavoro.

Sette enti che hanno raccolto le sfide e proporranno idee e progetti per disegnare la Milano di domani.

Nel mese di ottobre 2020 è partita la riflessione sul futuro della città, annunciata dal Sindaco di Milano Giuseppe Sala.

L'obiettivo è mettere in risalto le iniziative e i programmi che hanno fatto della nostra una **città contemporanea e internazionale**, dando voce ai **protagonisti** e alle **nuove energie**, valorizzando le competenze, la generosità e voglia di pensare e immaginare il **futuro di Milano**.

I lavori di Fare Milano si sono articolati in due fasi:

- Nella **prima fase** - dal 12 al 18 ottobre - si sono tenuti gli incontri a porte chiuse dei 37 tavoli di lavoro, a cui hanno partecipato oltre 700 rappresentanti, dedicati ai sette temi oggetto della riflessione promossa dal Sindaco per costruire e progettare la Milano di domani.
- La **seconda fase** - dal 19 al 29 ottobre - si è sviluppata in sette appuntamenti, trasmessi online, ognuno dedicato a uno dei sette temi, in cui le riflessioni che hanno animato i tavoli sono state approfondite e restituite ai Milanesi.

MILANO & PARTNERS

Milano & Partners è l'**agenzia di promozione ufficiale della città di Milano**.

È un'associazione fondata dal **Comune di Milano** e la **Camera di Commercio di Milano, Monza, Brianza, Lodi**, creata per attivare **collaborazioni e partnership** con imprese locali, marchi globali, università, istituzioni culturali e altri enti pubblici.

Milano&Partners promuove il brand **YesMilano** nel mondo per attrarre nuovi visitatori, talenti e investimenti per la città, supportando la crescita di Milano e renderla la più accogliente città al mondo.

Milano & Partners vive grazie al sostegno finanziario e operativo dei suoi partner con cui è orgogliosa di condividere l'obiettivo comune di **rendere Milano una destinazione globale sempre più attrattiva**.

SETTE TEMI per progettare insieme il futuro della città.

La metropoli dei quartieri

La dimensione dei quartieri può permettere a Milano di superare la cerniera che separa il comune da ciò che lo circonda, in un nuovo paradigma policentrico.

A cura di
Centro Studi PIM

In transizione ambientale

Milano è chiamata a rispondere con una strategia di risposta integrata che coniughi qualità ambientale, rilancio economico e dinamismo sociale.

A cura di Centro di
Ricerca Green, Bocconi

Una città in salute

Per una città che intende “mantenersi in salute” in un’ottica di prevenzione, con attenzione particolare per i servizi territoriali.

A cura di Fondazione
Umberto Veronesi

Smart&Working

Un ripensamento del funzionamento della città capace di valorizzare le attuali opportunità, minimizzando i rischi per i lavoratori, e in particolare per le lavoratrici, e il tessuto economico.

A cura di Fondazione
Giangiacomo Feltrinelli

Il bisogno di Milano

Si parte dai bisogni, consapevoli che la pandemia ha reso più veri e urgenti dei trend che già presentavano delle forti criticità.

A cura di Istituto per la Ricerca
Sociale

Nascere, crescere e vivere a Milano

La politica deve guardare lontano, soprattutto in relazione ai temi che riguardano la cura dei diversi percorsi di vita di ciascun individuo.

A cura di
Fondazione Triulza

Una città che crea, sa e forma

Milano come brand riconosciuto; ponte tra l'Italia, l'Europa e il mondo; ecosistema sociale e relazionale; attrattore di talenti; centro privilegiato di formazione.

A cura di
Politecnico di Milano

IL METODO

7 ENTI



hanno organizzato
**37 TAVOLE
ROTONDE**



a cui hanno partecipato
**850 ESPERTI E
RAPPRESENTANTI**



I 7 enti hanno sintetizzato
**7 INCONTRI PUBBLICI
DI PRESENTAZIONE**

LA METROPOLI DEI QUARTIERI

A cura di Centro Studi PIM



“La strada per la ripresa corre al fianco delle nostre strade e le azioni che sono state prese a Milano e in tutto il mondo non sono solo azioni di emergenza. Sono strategie per una ripresa economica di lungo termine, che definirà il modo in cui le nostre città si mostreranno e funzioneranno nei prossimi decenni.”

Janette Sadik-Khan, principal di Bloomberg Associates e ex-commissioner di New York

“Io credo che un grande progetto di rigenerazione dello spazio pubblico metropolitano sia uno degli assi fondamentali per ricostruire l’equilibrio tra quello che chiamiamo Milano e la sua reale dimensione.”

Nicola Russi, lab.permanente

Photo credit:
Comune di Milano

LA METROPOLI DEI QUARTIERI

Principali idee e proposte emerse durante il confronto

LEADERSHIP DELLA CITTA'

Il nuovo progetto di città deve rispondere con **prontezza, reversibilità e capacità di adattamento di fronte all'incertezza degli sviluppi futuri**. Servono partnership pubblico-privato in grado di offrire una visione sistemica e sequenziale in merito ai bisogni dei quartieri, della città e dell'area metropolitana. La **leadership del Comune di Milano** con i comuni limitrofi e gli altri enti territoriali è essenziale per un progetto di città inclusivo, capace di trainare e ispirare i territori circostanti.

UNA CITTÀ VERDE E BLU

Serve una nuova **alleanza tra città centrale e territori della regione urbana** che trovi **nelle infrastrutture verdi e blu** la sua matrice ordinatrice. Il **parco metropolitano** può sviluppare una **strategia territoriale** di valorizzazione del sistema agro-economico dell'area metropolitana. **ForestaMi** contribuisce alla sostenibilità della regione milanese, innervando i progetti per le grandi trasformazioni, gli interventi ordinari di microscala, e rendendo tutti i cittadini partecipi della transizione ambientale.

MOBILITY AS A SERVICE

La sfida nella pianificazione dei trasporti consiste in:

- flessibilità nella rimodulazione e desincronizzazione degli orari
- sostegno alla mobilità attiva
- potenziamento della ciclabilità con i nodi di approdo (collegamenti tra stazioni e università)
- promozione di piattaforme di infomobilità per migliorare l'integrazione modale tra trasporto pubblico locale e altre modalità, a partire dalla sharing mobility.

GRANDI FUNZIONI URBANE E SPAZIO PUBBLICO

Lo **spazio pubblico** e le **nuove grandi funzioni urbane** devono essere il motore di sviluppo di aree in trasformazione e generare processi di modernizzazione. Serve un **grande piano che renda lo spazio pubblico l'infrastruttura fondamentale della città**. Le grandi funzioni urbane devono essere un catalizzatore di investimenti in una direzione comune, utile alla città.

I QUARTIERI

La trasformazione di Milano in **metropoli dei quartieri** genera una **città da 15 minuti**. Una nuova idea di urbanizzazione, definibile come città di prossimità, che si incentra sulla qualità della vita e sui bisogni di nuove compagini sociali. La città da 15 minuti innesca una nuova **economia di prossimità per l'intera area urbana**, dai quartieri centrali a quelli periferici. La città di prossimità diventa un cantiere di **rigenerazione urbana**, creando occasioni per il rinnovo del patrimonio edilizio dismesso o non utilizzato, e inventa spazi di lavoro. La città da 15 minuti spinge l'emersione e la sperimentazione di welfare materiale e immateriale, e la capacitazione di **nuovi attori di prossimità** (anchor institutions come le università, ecc.).

IN TRANSIZIONE AMBIENTALE

A cura di Centro di Ricerca Green, Università Bocconi



“Siamo ancora in una situazione che ci permette di pensare a politiche per ridurre gas clima-alteranti e allo stesso tempo di ridurre l’inquinamento locale - un problema molto più sentito dal cittadino.”

Valentina Bosetti, Presidente Terna

“Io credo che nel ripensare la città, Milano debba autolimitare l’espansione e quindi non costruire, concentrarsi sul riuso dell’esistente e rifunzionalizzare la città per la sua realtà attuale.”

Manfredi Catella, CEO COIMA

“Rendere Milano una smart city significa lavorare a una piattaforma informatica che riceve tutte le informazioni dell’infrastruttura di sensori e li rende disponibili non solo per funzioni verticali, [...] lavorando da un’applicazione one-to-one a un’applicazione many-to-many.”

Marco Patuano, Presidente A2A

Photo credit:
[@lorenzocostantino_ig](#)

IN TRANSIZIONE AMBIENTALE

Principali idee e proposte emerse durante il confronto

Milano ha bisogno di una strategia integrata capace di coniugare qualità ambientale, rilancio economico e dinamismo sociale, pietre angolari di ogni scelta. La visione per Milano è **una città capace di combinare sviluppo sostenibile, innovazione digitale ed equità sociale**.

CITTA' DIGITALE

L'innovazione digitale è essenziale per la transizione ambientale:

- monitora e organizza informazioni al fine di creare servizi più efficienti per i cittadini.
- fa risparmiare molte risorse energetiche, naturali e di tempo

Le tecnologie digitali applicate alle politiche di transizione offrono soluzioni con logiche nuove a problemi vecchi. È necessario implementare il **monitoraggio di alcuni importanti sistemi urbani** (della mobilità, dell'efficienza energetica degli edifici, ecc), puntando alla realizzazione di **piattaforme realmente interoperabili anche tra pubblico e privato**.

TRANSIZIONE ENERGETICA

La necessità di ridurre le emissioni climalteranti è strettamente legata alla capacità di diminuire (drasticamente) l'utilizzo di combustibili fossili. È necessario:

- abbassare i consumi attraverso la riqualificazione energetica degli edifici
- incrementare l'approvvigionamento e la produzione di energia da fonti rinnovabili
- potenziare la rete di teleriscaldamento e l'elettificazione della mobilità.

Bisogna cogliere l'opportunità di nuovi modelli organizzativi come le **comunità energetiche** (ex. Campus H—Farm), in grado di stimolare l'iniziativa privata, e combinare le politiche energetiche e di coesione sociale. La riduzione di emissioni climalteranti può passare dall'adozione di strumenti innovativi come l'attivazione di un **mercato della CO2** su scala locale.

SOCIAL GREEN DEAL

Le detrazioni fiscali, il conto energia, ed altri incentivi vanno a vantaggio di chi ha più risorse, alimentando involontariamente l'esclusione di una quota significativa della popolazione. La sfida della transizione ambientale si vince col più ampio coinvolgimento possibile. Bisogna orientare il "New Green Deal" verso un **"Social Green Deal"** in grado di includere i soggetti più deboli. Tutte **le fasce della popolazione vanno dotate** degli strumenti e delle risorse necessarie per superare l'**ecological divide** in termini di **povertà energetica**. Vanno **riqualificati** gli impianti privati esistenti così come modificati stili di vita e di consumo. Prioritari i progetti per la riqualificazione sociale e ambientale dell'edilizia pubblica e delle scuole, che offrono alle famiglie un esempio concreto di sostenibilità.

ECONOMIA CIRCOLARE

La sfida della transizione ambientale come motore di sviluppo economico si basa sull'individuazione delle tecnologie più efficaci. Milano può diventare un **hub di sperimentazione sull'economia circolare, valorizzando le aziende di successo in questo settore e mettendo in rete le conoscenze di scienza e design**. Il Comune può incentivare progetti e soluzioni innovative, avviati dalle aziende e dai servizi che gestisce/controlla (rifiuti, acqua, energia ecc.), col supporto di un ecosistema universitario di primo livello. **Un "acceleratore di sostenibilità" finalizzato al trasferimento di tecnologie di interesse pubblico**.

UNA CITTA' IN SALUTE

A cura di Fondazione Umberto Veronesi



“Solo attraverso lo sviluppo di tecnologia digitale potremo migliorare gli strumenti di prevenzione e cura.”

Marco Montorsi, Rettore
Humanitas

“Le abitudini possono cambiare, anche radicalmente, in poco tempo.”

Donatella Barus, Fondazione
Umberto Veronesi

“Siamo a Milano nella situazione migliore per la ricerca scientifica grazie allo Human Technopole, università private e pubbliche, istituzioni come CNR; l'importante è fare squadra”

Michela Matteoli, Direttore dell'Istituto di Neuroscienze del CNR

Photo credit:
@50etages

UNA CITTA' IN SALUTE

Principali idee e proposte emerse durante il confronto

PREVENZIONE: MOVIMENTO, ALIMENTAZIONE, E LOTTA AL FUMO

Per tutelare la salute è fondamentale promuovere stili di vita sani, in particolare nei confronti dei bambini in età scolare, basati su:

- **alimentazione sana** e sostenibile (dieta mediterranea) sostenuta dalla Food Policy
- attività fisica
- contrasto al fumo –attivo e passivo- e all'abuso di alcol

L'alimentazione e l'attività fisica, soprattutto tra i soggetti più fragili, sono peggiorate durante l'emergenza sanitaria. In ambito comunale servono:

- promozione dello sport come strumento di prevenzione e di inclusione sociale,
- promozione di un'alimentazione sana e sostenibile attraverso la scalabilità delle azioni della Food Policy
- **ampliamento delle aree all'aperto con divieto di fumo**
- grandi eventi in grado di diffondere stili di vita sani (come le Olimpiadi di Milano 2026)

DISUGUAGLIANZE

Il rischio di contrarre infezioni e malattie croniche si differenzia a Milano in base ai quartieri di residenza e all'accesso ai servizi. La crisi del COVID-19 ha approfondito queste divergenze. La pandemia ha evidenziato la rilevanza sanitaria di salute mentale e differenti stili di vita. Per ridurre le disuguaglianze nella tutela della salute bisogna:

- **promuovere lo sport**, uno dei principali strumenti di prevenzione
- rafforzare la **conoscenza dei servizi**, in particolare quelli offerti dal Comune.

COORDINAMENTO DELLA RETE TERRITORIALE, OSPEDALI E CASE DELLA SALUTE

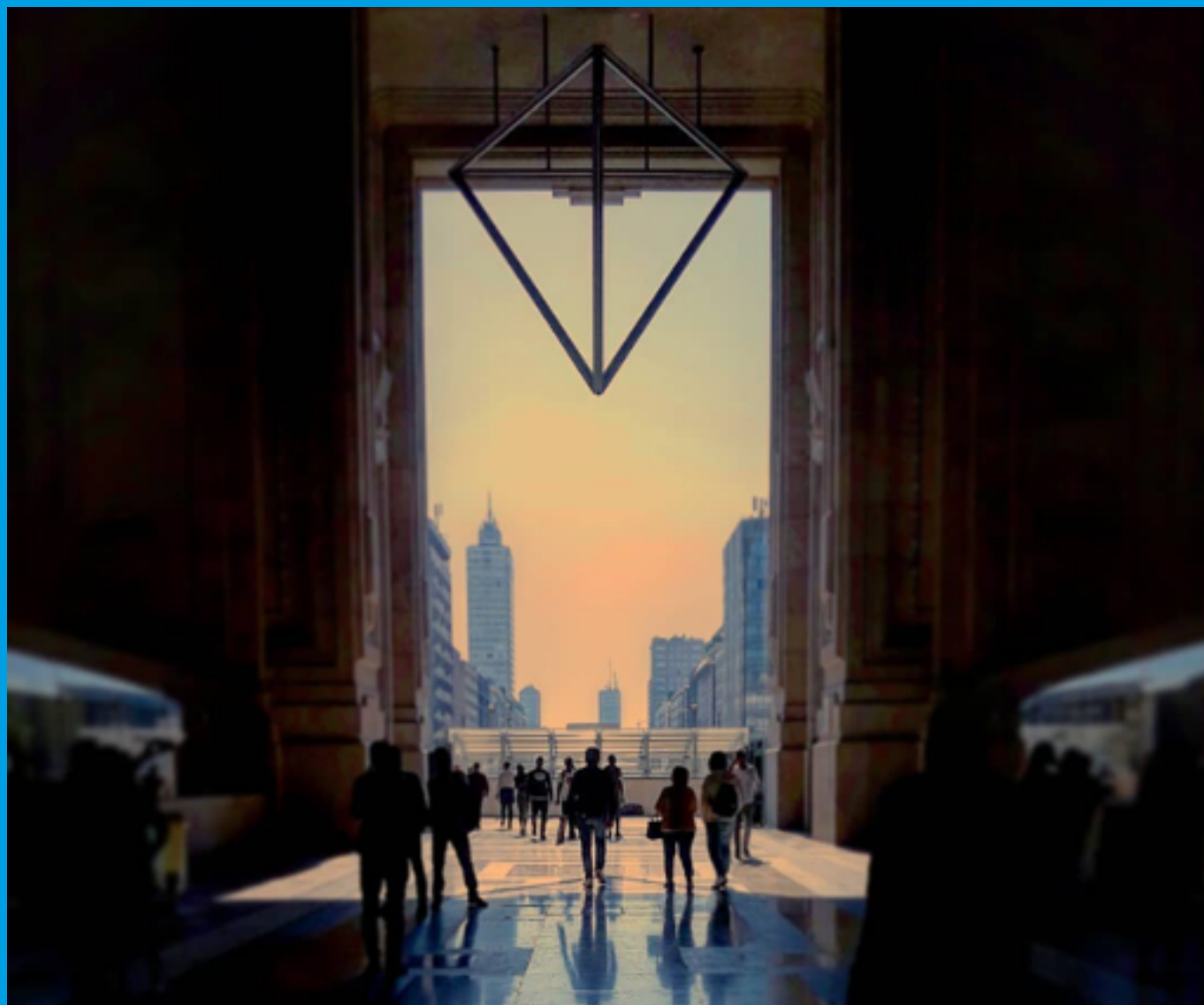
Una delle criticità più rilevanti durante la pandemia è stata lo scollamento tra **medicina territoriale ed ospedaliera**. I servizi faticano ad integrarsi e a lavorare in modo coerente: per questo, serve rendere i servizi presenti più visibili, attraverso una piattaforma, un consolidamento identitario e la concentrazione dei servizi in pochi centri chiaramente identificabili dai cittadini (come le **Case della salute** in Emilia Romagna). Gli ospedali devono poter interloquire direttamente con i medici di base, anche al telefono, per indirizzare le persone sul territorio ad una **risposta diversa dal pronto soccorso**.

DIGITALIZZAZIONE E DATI

La **digitalizzazione** deve essere messa a sistema ed integrata nella medicina e nella formazione (telemedicina, intelligenza artificiale e diagnostica, analisi epidemiologiche, ecc.). Inoltre occorre **gestire meglio i dati** raccolti da ATS che, pur essendo disponibili ed affidabili, non sono sufficientemente utilizzati ai fini decisionali ed operativi.

SMART & WORKING

A cura di Fondazione Giangiacomo Feltrinelli



“Innanzitutto liberiamo il tempo delle donne, alleggeriamo il carico di cura, spostandolo fuori dalle case e portandolo in servizi prossimi e di qualità.”

Lucilla Tempesti, Piano C

“Gli assi portanti della trasformazione del paese saranno: l’infrastruttura digitale; [...] il piano per la casa, [...]; la cura del territorio [...]; un piano dell’industria digital [...]; un grande piano per la formazione [...]; il piano per l’economia green.”

Massimiliano Tarantino, Direttore Fondazione Feltrinelli

“L’accessibilità di prossimità non è solo la città a 15 minuti, ma si può giocare anche negli hub di coworking a una nuova scala che stabilisce un nuovo rapporto tra attrattività e densità e che non può essere solo quella della città di Milano, ma forse neanche di quella della città metropolitana.”

Paola Pucci, Politecnico di Milano

Photo credit:
@spa_spartaco

SMART & WORKING

Principali idee e proposte emerse durante il confronto

IL QUARTIERE

Il nuovo paradigma del lavoro smart sarà separato dalla dimensione domiciliare. Vanno trovati **nuovi luoghi di ricomposizione e di relazione**, nel pubblico - biblioteche, centri civici – e nel privato a fini pubblici, per esempio riutilizzando i **piani terra**. La nuova cura della città a Milano si deve articolare su:

- dimensione del quartiere, con il potenziamento dei **servizi di conciliazione**, come nidi e asili
- facilitare la partecipazione, con l'obiettivo primario di riequilibrare il carico di lavoro di cura a livello familiare
- agevolare l'occupazione femminile, pesantemente colpita durante il lockdown.

OFFICINE DI QUARTIERE

Occorre creare officine municipali e di quartiere, luoghi ibridi che offrano nuovi spazi di lavoro. Bisogna favorire la socialità di questi nuovi servizi, recuperando **aree ed edifici in disuso o sottoutilizzati**. Il trasporto pubblico metropolitano deve rendere più accessibili le officine municipali, agevolando in particolare gli spostamenti verso nuovi luoghi di lavoro nella cerniera periferica di Milano.

LA FORMAZIONE

Milano dovrà lavorare sinergicamente allo sviluppo del sistema di formazione, potenziando i servizi **AFOL**, e incentivando **re-skilling** e training personalizzato. Bisogna dare nuova centralità alla **formazione tecnica specializzata**. Va migliorata l'offerta formativa degli istituti tecnici. Oltre alla maggior diffusione di nuove competenze come quelle digitali, serve insegnare la capacità di apprendere in sé e per sé. È essenziale diffondere il concetto di **life-based learning** per sviluppare una forza lavoro resiliente a shock esogeni futuri.

UN NUOVO STATUTO LAVORATORI

La creazione di nuovi posti di lavoro passa dall'attrazione di **nuove aziende** e in particolare di **nuove piattaforme di servizi**. Il Comune deve coordinare i tavoli di concertazione con aziende e corpi intermedi per garantire la dignità del lavoro, nelle forme e nella retribuzione. In materia occupazionale Milano deve essere un **hub di sperimentazione** locale, capace di ispirare contratti e accordi a livello nazionale, con l'obiettivo di arrivare a un nuovo Statuto dei Lavoratori.

MOBILITÀ

Le politiche del lavoro vanno unite a quelle per la mobilità al fine di rendere la città accessibile da tutta l'area urbana di Milano. L'espansione e il consolidamento delle cosiddette **politiche di desincronizzazione** sono prioritarie per conciliare spostamenti e occupazione.

NEW JOBS

Digitalizzazione e green economy sono il futuro del lavoro a Milano. Occorre mettere in rete imprese ICT, il mondo dell'educazione, dall'università alla scuola secondaria, e Comune, per una migliore e più sostenibile strategia di sviluppo. Vanno promosse cultura digitale e formazione intergenerazionale per le PMI.

IL BISOGNO DI MILANO

A cura di Istituto per la Ricerca Sociale



“Partire dalle disuguaglianze, dalla libertà e dalle periferie significa dire che c’è un pensiero strategico di città. Le grandi metropoli devono affrontarlo così, ribaltando il sociale, ridotto solo all’assistenza. Altrimenti si riduce tutto a gare d’appalto, burocrazie che frenano la novità. La sfida è non cronicizzare la povertà.”

Don Virginio Colmegna, Casa della Carità

“Il ruolo dell’istituzione pubblica deve essere quello di garante e facilitatore dell’impegno di diverse realtà. Quello che ha funzionato molto in questi mesi è stato sedersi intorno al tavolo a cui si potevano sedere tutti quelli che potevano dare il proprio contributo su un bisogno identificato e sulle modalità concordate.”

Rossella Miccio, Emergency

“La povertà è infettiva e si trasmette in particolare dentro le famiglie e dentro i contesti territoriali e credo che la prima cosa da fare sia interrompere il contagio, perché vuotare il mare quando gli affluenti continuano a riempirlo è un lavoro improbo e sostanzialmente inutile. Quindi, se posso, io tirerei fuori una vecchia parola che è prevenzione.”

Gian Paolo Barbeta, Università Cattolica del Sacro Cuore

Photo credit:
Comune di Milano

IL BISOGNO DI MILANO

Principali idee e proposte emerse durante il confronto

RIMETTERE AL CENTRO LA CITTA' POPOLARE

A Milano le sfide della riduzione della povertà e delle disuguaglianze si concentrano nei quartieri periferici e popolari. È necessario intervenire in queste aree urbane marginali. Occorre dare voce ai **bisogni degli esclusi**. Servono meccanismi che diano nuove competenze a chi riceve supporto. È fondamentale unire azioni differenti, integrandole quartiere per quartiere (scuole, sport, assistenza e cura della persona, cultura, e lavoro), nella collaborazione tra pubblico, privato, terzo settore e comunità locale. In questi anni sono stati destinati spazi, risorse e strumenti per le aree urbane marginali da parte del Comune. Adesso è arrivato il momento della città popolare. **Bisogna aumentare vitalità, centralità, qualità urbana e prospettive di sviluppo dei quartieri periferici**. Per aumentare la permeabilità e il collegamento con il resto della città i quartieri periferici hanno bisogno di servizi estesi, disponibili, e di luoghi attrattivi.

INTERCETTARE E VALORIZZARE IL CAPITALE UMANO DISPERSO

Dobbiamo contrastare le nuove povertà e ridurre le disuguaglianze intercettando e valorizzando il capitale umano 'disperso'. Servono progetti che riabilitino capacità e autonomia di questo patrimonio sottoutilizzato, sottraendolo da meccanismi puramente assistenziali. Tale obiettivo può essere raggiunto attraverso una serie di azioni basate su una rinnovata alleanza tra città e imprese di Milano. Occorrono:

- **percorsi di avvicinamento al lavoro, facilitati e accompagnati da professionisti delle aziende**
- **meccanismi di facilitazione d'accesso al credito**
- **semplicità negli accreditamenti in molti settori (come in ambito sociale e socio-sanitario)**

- **rinnovo degli strumenti, oggi già attivi, per promuovere l'inclusione lavorativa**

Allargare lo spazio del 'lavoro sociale' è decisivo. La sperimentazione e l'innovazione locale sono indispensabili per rendere più efficace l'azione del Governo centrale.

PREMIARE LA RESPONSABILITÀ SOCIO-TERRITORIALE DELLE IMPRESE

La forte presenza di modelli aziendali orientati a produrre, oltre al profitto, **valore sociale e ambientale (territoriale) condiviso**, costituisce un grande supporto per il Comune. Un esempio è la diffusione delle B Corp (più di 3000 brand globali), modelli di impresa rigenerativa che cercano il cambiamento su business, marketing e impatto territoriale. È una rete da coinvolgere in una proposta di alleanza territoriale per il lavoro.

UN WELFARE PER LA CITTA'

Per rispondere ai nuovi bisogni della città è indispensabile un approccio diverso dell'azione pubblica. Serve un orientamento integrato capace di superare un intervento settoriale nei progetti condivisi di sviluppo locale. A Milano esistono moltissime esperienze e pratiche di solidarietà di vicinato dal basso, indispensabili per garantire un riscontro ai bisogni delle comunità. Attraverso un'interlocuzione privilegiata l'azione pubblica deve rafforzare il privato sociale con processi di **co-produzione** delle risposte e non solo di co-progettazione e co-programmazione. Milano cresce visibilmente per grandi progetti, grandi infrastrutture, grandi nodi e strategie di sviluppo. Per il progresso della città sono però essenziali la scala micro, il tessuto e la grana fine che passa per le case, i cortili, le strade, e le piazze dei nostri quartieri.

NASCERE, CRESCERE E VIVERE A MILANO

A cura di Fondazione Triulza



“In uno dei laboratori che ho organizzato [...] un gruppo di ragazzi nell’immaginare un futuro utopico in cui vivere hanno disegnato graficamente una bolla, regolata all’interno della quale è possibile vivere in un ambiente protetto e pulito e quando ho chiesto loro “ma in questa bolla cosa fate?” la risposta è stata “niente”. [...] Se dei ragazzi in Italia che nell’immaginare il futuro pensano a una bolla protetta in cui vivere, forse dobbiamo fare qualcosa per rompere quella bolla.”

Ivana Pais, Università Cattolica del Sacro Cuore

“Abbiamo fatto un questionario per quasi di 400 studenti dei licei di Milano e abbiamo scoperto che [...] in termini di socializzazione [...] si frequentano soprattutto di persona (85%), un elemento che ci sembrava determinante per parlare di come vorrebbero la città del futuro [...] e per lo più si incontrano si incontrano in spazi pubblici aperti (60%), per cui spazi di diretta responsabilità dell’amministrazione locale.”

Marta Moroni, Voce - CSV Milano

Photo credit:
Comune di Milano

NASCERE, CRESCERE E VIVERE A MILANO

Principali idee e proposte emerse durante il confronto

PIANO DEGLI ORARI PER LA CONCILIAZIONE TEMPI DI VITA E DI LAVORO

Il **tema della conciliazione è centrale per l'organizzazione della città**. La pandemia ha evidenziato le difficoltà, soprattutto per le donne, di conciliare i tempi di lavoro e la cura così come la gestione familiare. La conciliazione ha fondamentale importanza per l'educazione dei più piccoli e per la tenuta del tessuto economico e sociale. È necessario introdurre un **Piano degli orari della Città** in grado di rispondere a nuove esigenze.

LA CONDIZIONE FEMMINILE

La pandemia ha acuito le criticità relative alle **differenze di genere** e alla **condizione femminile**:

- espulsione dal mondo del lavoro
- difficoltà di accesso alla formazione e alle cure
- violenza ed emarginazione in ambito familiare

Per affrontare questi problemi occorre un **approccio integrato**, che sappia mettere in rete e far collaborare il Comune, le realtà del terzo settore e l'associazionismo cittadino. Va introdotta una **Strategia di sviluppo sostenibile** con uno sguardo di genere. Le scelte del Comune per trasformare la società devono orientarsi **verso le donne**.

LA TERZA ETÀ

Milano deve ripensare in chiave creativa e innovativa l'offerta dei servizi di assistenza e cura per la terza età, considerando gli anziani una risorsa per la Città. I luoghi di cura non dovrebbero essere concepiti in un'ottica solo sanitaria. Vanno valorizzati gli aspetti residenziali ed abitativi, favorendo un approccio di prossimità capace di rafforzare la partecipazione e il coinvolgimento delle persone anziane nella dimensione quotidiana della comunità. È necessario:

- **costruire una rete solida e strutturata** delle associazioni legate al mondo della terza età

- favorire il decentramento dei servizi
- incrementare l'interlocuzione con l'amministrazione comunale
- avviare **una vera e propria rivoluzione digitale della terza età**.

IL RUOLO DEI PIU' PICCOLI

Bambini e adolescenti sono strategici per lo sviluppo e l'organizzazione della Città. Bisogna **rendere gli spazi aperti maggiormente accessibili e fruibili per i bambini e gli adolescenti**, per incidere sulla crescita e sull'evoluzione individuale. Va mantenuta l'attenzione all'accompagnamento degli adulti. Servono investimenti in forme di **partecipazione e di protagonismo degli adolescenti, per coinvolgere i più giovani nella costruzione e nel governo della città**.

IL RUOLO DELLO SPORT

Le piccole società sportive svolgono un ruolo educativo essenziale. Queste realtà sono acceleratrici di socialità e devono essere riconosciute **come agenzie educative**. Lo **sport rappresenta uno strumento straordinario per realizzare politiche educative** finalizzate a coinvolgere giovani e territorio. Grazie alle Olimpiadi 2026 **Milano può diventare la locomotiva del Paese nell'ambito del ruolo educativo dello sport**. La legacy dei Giochi deve puntare su quest'aspetto.

GLI STUDENTI UNIVERSITARI

Milano ha una grande popolazione di studenti universitari. Servono relazioni tra le reti di studenti e progetti capaci di integrarli nella vita della comunità per renderli protagonisti dello sviluppo cittadino. Bisogna **pianificare l'offerta abitativa**, anche di **co-living intergenerazionale**, e **organizzare l'accoglienza a prezzi accessibili**.

CITTA' CHE CREA, SA E FORMA

A cura di Politecnico di Milano



“In questo momento stiamo guardando con particolare attenzione il mondo del pharma e del biomedicale, che l’Italia deve essere capace di «vendere» meglio, [...] l’aerospaziale, che ha un distretto importante in Lombardia, [...] il mondo della cybersecurity è qualcosa che l’Italia sa fare bene sia a livello di system integrator sia a livello di prodotto, [...] il settore dell’energia, [...] e l’italian design che è ancora un veicolo di attrazione di risorse umane e capitali straordinario.”

Antonio Pace, AD Fondo Italiano di Investimento

“Non dobbiamo soltanto utilizzare la tecnologia, ma dobbiamo anche essere sviluppatori di tecnologia, perchè se no rimarremo sempre figli di un dio minore, dipendenti da chi le produce.”

Ferruccio Resta, Rettore Politecnico di Milano

Photo credit:
@19pa82

UNA CITTA' CREA, SA E FORMA

Principali idee e proposte emerse durante il confronto

IL SISTEMA DELLE UNIVERSITA'

Le università sono l'asset più importante di Milano. Per renderle sempre più protagoniste nel futuro serve:

- innovare procedure e processi di rapporto con gli enti locali e le imprese;
- riconoscere il valore di centri di produzione culturale e il potenziale creativo;
- valorizzare il **ruolo trasformativo** degli studenti, il punto più importante.

Chi frequenta le università va messo in condizione di vivere la città e favorirne il cambiamento, attraverso un'espansione degli affitti a prezzo calmierato. È indispensabile la promozione globale del sistema educativo milanese.

IL TRASFERIMENTO DI CONOSCENZA

Il settore industriale milanese deve valorizzare il capitale umano delle università. Le nostre aziende ritroveranno competitività e crescita se **incuberanno il potenziale innovativo degli atenei** nei loro processi produttivi. Per investire nell'incubazione del capitale umano universitario servono progetti capaci di unire formazione, trasferimento tecnologico e impresa. Il sistema accademico può dare un ulteriore contributo alla crescita attraverso il potenziamento e la creazione di hub e acceleratori universitari.

LE COMPETENZE

Occorre fare un salto culturale sulla competenza digitale, scoprire nuove dimensioni tra reale e virtuale. Milano deve ridurre al minimo il **digital divide**, agendo su formazione e cultura del digitale. C'è bisogno di sviluppare nuove competenze e progettualità in grado di governare il digitale nell'esperienza formativa. Serve esplorare diverse modalità di organizzazione, di produzione e di educazione, focalizzate sulla relazione tra individui insieme alla connessione.

GLI SPAZI CULTURALI

Gli spazi museali e culturali dovranno essere luoghi di interdisciplinarietà, formazione ed educazione alla complessità. Serviranno **nuove professioni legate al digitale**, al coinvolgimento delle comunità e più in generale alla cura, superando il modello della valorizzazione. Ai nuovi professionisti della cultura e dell'innovazione sociale, con ruoli ibridi tra scienza, tecnologia e creatività, andrà garantita la possibilità di realizzare la loro capacità progettuale. I loro principali ambiti di attività saranno:

- lavorare alla scala della **prossimità**;
- aprire la città a **nuove esperienze**;
- contrastare le **disuguaglianze**, garantendo a tutti pari condizioni di esprimere il proprio talento.

IL BRAND

Il principale punto di forza di Milano è essere **un brand, apprezzato in tutto il mondo**, necessario alle imprese per posizionarsi sui mercati. La nostra città è creatività, un palcoscenico e un luogo di incontri del Made in Italy al massimo livello. Milano deve diventare uno snodo mondiale del **turismo di qualità**. La nostra città deve posizionarsi su alcune filiere produttive ad alto potenziale quali **lifescience, fintech, aereospaziale, cybersecurity, green tech**. Serve una politica industriale locale per incrementare l'elevata competitività di Milano in settori decisivi per il futuro dell'economia globale.



FareMilano.it

Con il supporto di:

**we
are
social**

Per maggiori informazioni sull'iniziativa:
partners@yesmilano.it

Per rivedere le dirette dei 7 incontri:
[Playlist youtube](#)

Per rimanere aggiornati sull'iniziativa:
[Iscrizione Newsletter](#)

MILANO&PARTNERS

