

Data	Aprile 2023
------	-------------

2023	
Obiettivi Strategici:	➤ Rafforzare la reputazione di Milano come destinazione turistica e MICE ➤ Accogliere un numero maggiore di visitatori e grandi eventi, anche con servizi dedicati ➤ Rafforzare la reputazione di Milano come un hub internazionale per l'innovazione, l'educazione, il talento e la creatività, ➤ Accogliere un numero maggiore di studenti internazionali e lavoratori altamente qualificati con servizi dedicati ➤ Rafforzare la reputazione di Milano come hub per il fintech, il lifescience, il Greentech, ICT, Agrifood ➤ Attrarre investimenti diretti esteri nei settori prioritari della città
Date	➤ Marzo, 2023 Obiettivi ➤ Luglio 2023 Verifica Metà Anno ➤ Gennaio, 2024 Valutazione finale

2023	
Obiettivi Variabile :	➤ Coinvolgere più di 25 Soci, ad esclusione del Comune e CCIAA (30%) ➤ Sviluppare progetti a consuntivo per un valore di 5.5M in partnership con CCIAA e Comune (20%) ➤ Acquisizione di tre eventi MICE (20%) di medie grandi dimensioni (20%) ➤ Implementazione di azioni per migliorare il posizionamento di Milano su GDS Index (10%) ➤ Sviluppo di un piano per promuovere e valorizzare gli eco-sistemi dell'innovazione della città (10%) ➤ Attivazione partnership strategia con Fondazione Milano-Cortina 2026 (10%)
Date	➤ Gen, 2023 Obiettivi ➤ Luglio 2023 Verifica Metà Anno ➤ Gennaio, 2024 Valutazione finale
Valutazione	Ottimo (>90%) – Buono(<90%) – Sufficiente (<75%) – Insufficiente (<70%)

La consuntivazione avverrà come segue:

- Ottimo (raggiunto interamente) = 100%
- Buono (superiore al 70%) = consuntivazione lineare fino al 99%
- Insufficiente (inferiore al 70%) = 0

Valutazione: Ottimo (>90%) – Buono(<90%) – Sufficiente (<80%) – Insufficiente (<70%)		
OBIETTIVI		PERFORMANCE RATING (YEAR-END ONLY)
1. Partnership	a. Supportare il Comune e la Camera di Commercio nella pianificazione strategica di turismo, capitale umano, attrazione investimenti diretti esteri, progetti innovativi b. Collaborare alla stesura del programma pluriennale di Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi con l'identificazione di azioni specifiche sulle diverse linee di attività c. Gestire la relazione con i partner in maniere progettuale e costruttiva, stimolandoli su azioni comuni; d. Raccogliere 2.5M in quote Soci dai partners; e. Sviluppare progetti per un valore superiore a 2M con il Comune e la CCIAA f. Supportare il Presidente nella pianificazione e organizzazione delle Assemblies e dei Consigli	

2. Pianificazione Strategica	a. Sviluppo scenari macro economici e benchmark per la pianificazione strategica b. Sviluppo di un piano strategico coerente con le aspettative dei Soci c. Definizione di un piano di azioni per lo sviluppo dei progetti strategici d. Reperimento delle risorse finanziarie per lo sviluppo dei progetti strategici e. Pianificazione delle risorse umane per la gestione dell'Associazione f. Definizione di protocolli di collaborazione con enti del Comune e della Camera di Commercio per lo sviluppo delle attività, anche con Parcam e Promos g. Condividere un report mensile con le attività per tutti i Soci e gli Stakeholders	
3. Team	a. Agire con onestà e trasparenza e rispetto nei confronti di tutte le persone impiegate e che collaborano con Milano&Partners b. Definire ruoli e responsabilità per ogni impiegato con l'obiettivo di valorizzare il talento e le capacità c. Motivare l'organizzazione con una comunicazione chiara e efficace rispetto alla missione e agli obiettivi dell'Associazione d. Dai Valori ai Comportamenti (programma CCIAA): identificazione e attuazione, a seguito del percorso, di un piano di miglioramento per Milano & Partners e realizzazione di un'indagine (survey/focus group/interviste) per la verifica dell'efficacia delle azioni intraprese.	
4. Amministrazione	a. Agire nel rispetto delle norme richieste ad un ente pubblico, verificando che ogni procedura sia nel rispetto della normativa vigente b. Implementare i processi richiesti dalla 231 c. Aggiornare costantemente i documenti richiesti sulla piattaforma dell'Amministrazione Trasparente d. Implementare i processi per il rispetto delle norme sulla privacy e. Offrire al Consiglio gli strumenti per presentare il rendiconto di bilancio 2023 all'Assemblea	
5. Marketing e Comunicazione	a. Generare 2M di visitatori unici sul sito yesmilano.it, di cui 30% dall'estero b. Sviluppare una newsletter con 40k utenti unici con un minimo di 30 invii all'anno, oltre a newsletter per le comunità studenti e CVB c. Raggiungere 150k utenti su IG e una pianificazione di contenuti settimanali d. Sviluppo di contenuti settimanali originali per il canale tiktok e mensili per Wechat e. Lancio del Data Marketing Hub f. Lancio della City Card g. Valorizzazione del Sito attraverso partnership commerciali per 100k h. Lancio della piattaforma della Galleria i. Pianificazione della comunicazione paid coerente con i target di riferimento, con obiettivo di massimizzare investimenti di Comune e CCIAA j. Sviluppo di relazioni con Media locali e internazionali per promuovere la città di Milano e le attività di Milano&Partners k. Protezione del brand Yesmilano, definizione delle modalità di utilizzo in accordo con il Comune, valorizzazione attraverso la sua declinazione come da brand book	
6. Rapporto con la città	a. Definizione di un calendario di attività sul territorio promosse di Yesmilano b. Costruzione di una relazione con i più rilevanti enti culturali del territorio c. Costruzione di una relazione con gli attori di Navigli, Porta Romana, Porta Nuova, Porta Venezia, Centro, Sarpi d. Supportare un percorso di accoglienza per i turisti LGBT+ coinvolgendo la filiera dell'ospitalità.	

7. Turismo	a. Raccogliere 220k dai partner affiliati al convention bureau b. Sviluppare due campagne internazionali di comunicazione, con una creatività originale c. Sviluppare un calendario promozionale all'estero insieme ai partner del convention bureau d. Supporto per lo sviluppo dei BidBook di eventi e congressi del territorio con una strategia commerciale orientata ai grandi eventi e. Sviluppo network ambassador e lancio evento ambassador annuale allineato al piano commerciale f. Valorizzazione della piattaforma per il blocco camere g. Sviluppo di una strategia per dotare la città di infopoint e desk accoglienza h. Contribuire all'Osservatorio del Turismo i. Supportare il Comune di Milano per il progetto Let-Mi j. Attivare la partnership con la Fondazione Milano Cortina a supporto del Comune e di CCIAA	
8. Studenti e Capitale Umano	a. Ampliare servizio One Stop Shop a expact b. Sviluppare attività di comunicazione per dare il benvenuto a Studenti ed Expact c. Organizzare eventi per coinvolgere studenti ed expact sul territorio d. Sviluppare un osservatorio sui giovani e il loro rapporto con la città e. Identificare e valorizzare l'insieme delle start up che vivono il territorio f. Valorizzare e integrare i servizi a favore delle start up erogati da soggetti pubblici e privati	
9. FDI	a. Sviluppare e promuovere su scala internazionale le value proposition di Lifescience, Fintech, CleanTech, ICT, Agrifood b. Attrarre start up, anche attraverso attività di valorizzazione dell'ecosistema locale c. Implementare servizi per il Lifescience con focus su MIND d. Coltivare le comunità Lifescience, Fintech, Cleantech anche attraverso eventi sul territorio e. Generare 200 lead sui settori target f. Convertire 10 lead in aziende che investono sul territorio	
		VALUTAZIONE