

**MayDay Milano**  
**Associazione San Precario**  
**Basic Income Network - Italia**



**Welfare mon amour!**  
**Garanzia di reddito ed accesso**  
**ai beni comuni in tempo di crisi**

**Prima Sessione**

**convegno**  
**nazionale**

**Milano**  
**30/31 Maggio 09**

**[www.precaria.org](http://www.precaria.org)**

# *Prima sessione:*

- *Produzione, distribuzione della ricchezza e lavoro in Lombardia*
  - *Lavoro cognitivo – alcuni dati*
- *Uno sguardo d'insieme sul mercato del lavoro in Lombardia*
  - *I call center milanesi*
  - *Precarietà e migranti*
- *Operai Sociali: alla conquista del welfare perduto*
- *Serpica Naro: soddisfazione personale e collettiva al lavoro*

*Welfare Mon Amour*  
*Milano: 30-31 maggio 2009*



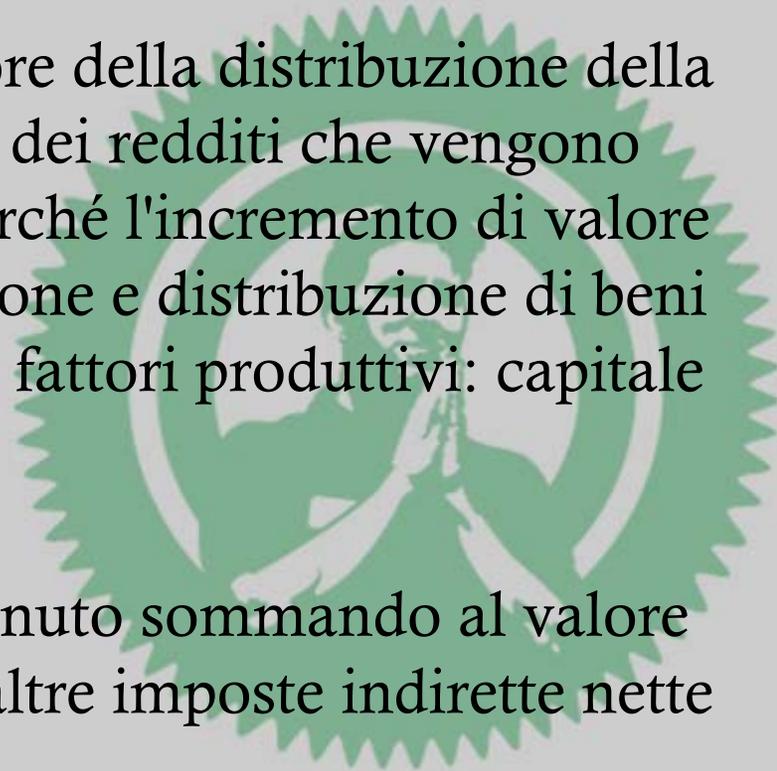
# *Produzione, distribuzione della ricchezza e lavoro in Lombardia*

*a cura di Marianna Epicoco e Piera Seddaiu*



# Valore Aggiunto e PIL

- ✓ Il valore aggiunto è il principale indicatore della ricchezza prodotta. Esso è la differenza tra il valore dei beni e servizi prodotti e il valore dei beni e servizi acquistati per essere impiegati nel processo produttivo
- ✓ Il valore aggiunto è anche un indicatore della distribuzione della ricchezza prodotta. Esso è la somma dei redditi che vengono distribuiti ai fattori della produzione perché l'incremento di valore che si verifica nell'ambito della produzione e distribuzione di beni e servizi è il risultato dell'intervento dei fattori produttivi: capitale e lavoro.
- ✓ Il Prodotto interno lordo (PIL) è ottenuto sommando al valore aggiunto l'ammontare dell'IVA e delle altre imposte indirette nette



# La produzione della ricchezza in Lombardia

Variazione valore aggiunto in Lombardia:

2000-07: +29,9% (+12,2% in termini reali)

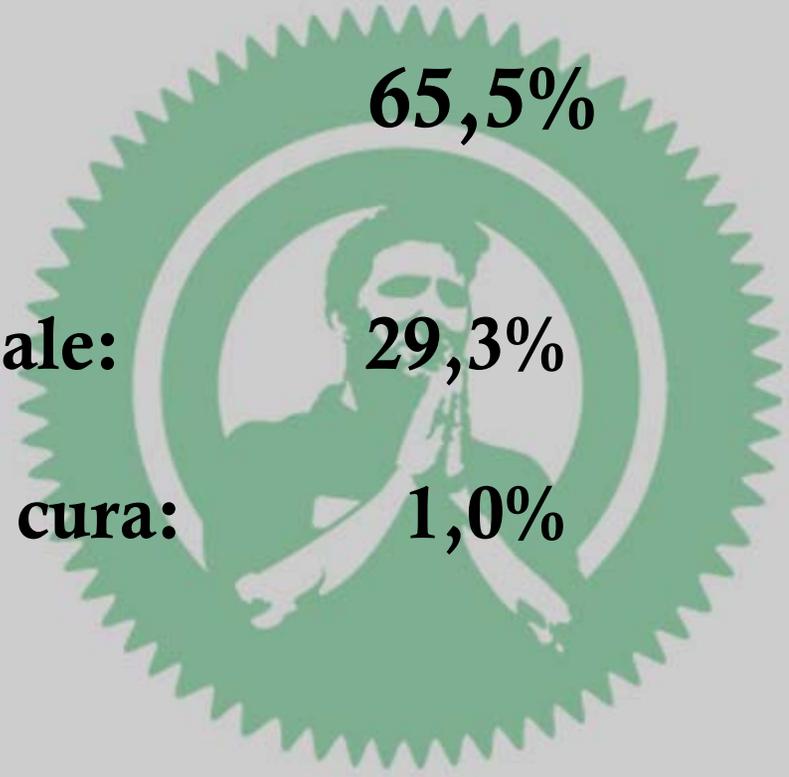
- industria in senso stretto: +13,5%
- costruzioni: +52,7%
- servizi: +34,5%
- terziario cognitivo-immateriale: +38,2%
- servizi domestici e lavoro di cura: +34,4%

.... la Lombardia è una regione ricca!

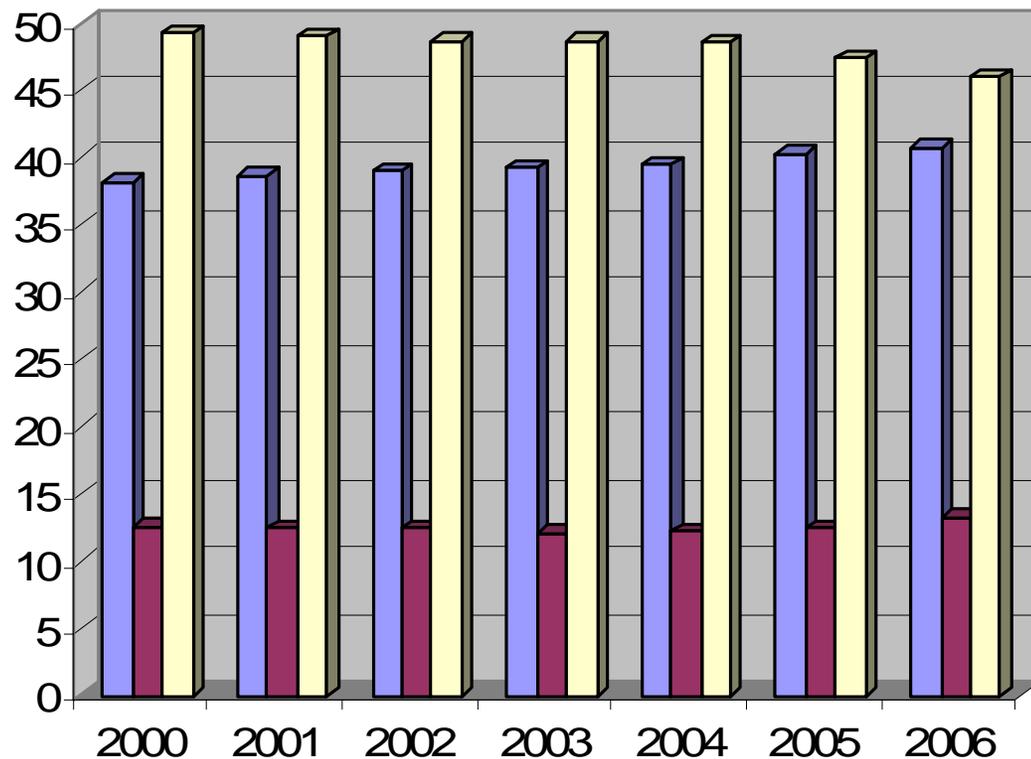


# Distribuzione settoriale del Valore Aggiunto

- **industria in senso stretto:** 28,0%
- **costruzioni:** 5,4%
- **servizi complessivi:** 65,5%  
di cui:
  - terziario cognitivo-immateriale:** 29,3%
  - servizi domestici e lavoro di cura:** 1,0%



# La distribuzione della ricchezza in Lombardia



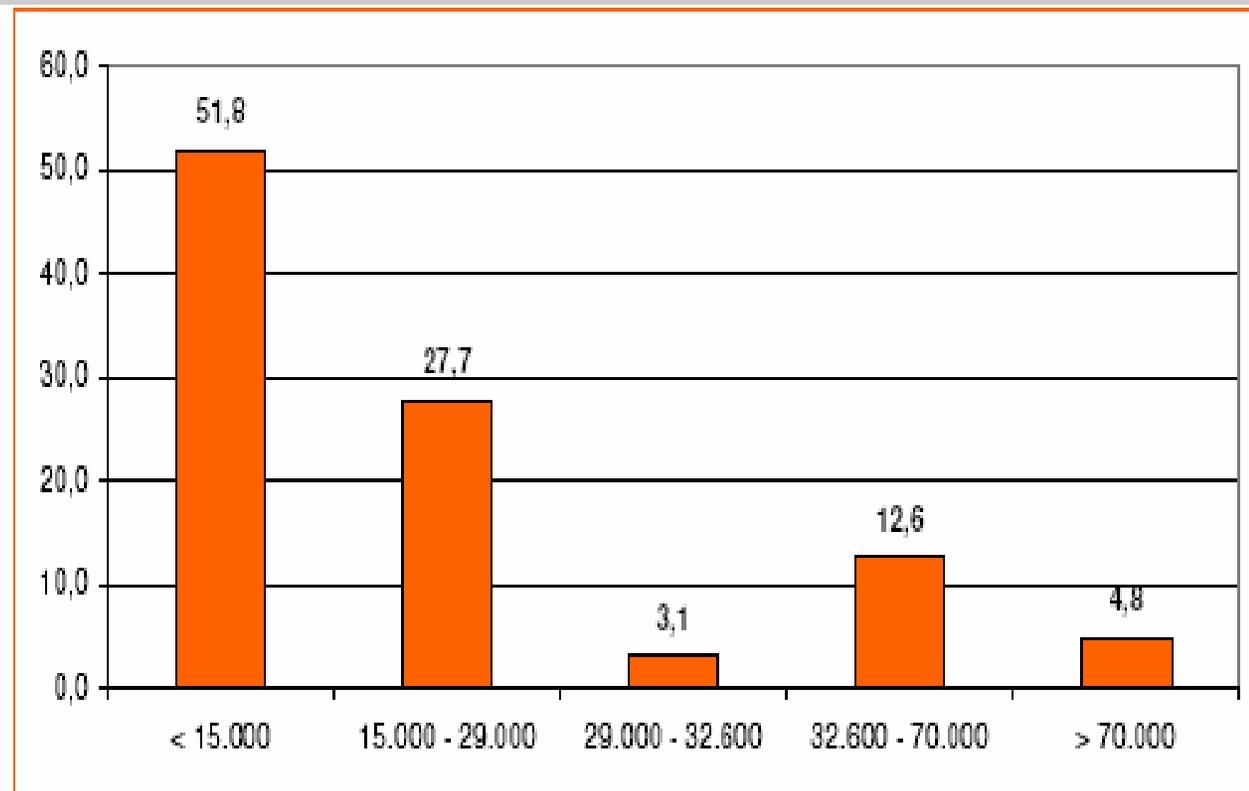
- Redditi da Lavoro Dipendente/PIL
- Imposte indirette nette/PIL
- Risultato lordo di gestione/PIL

... La distribuzione della ricchezza in Lombardia è sbilanciata a favore dei profitti e delle rendite (risultato lordo di gestione) a scapito dei redditi da lavoro



Il valore aggiunto prodotto nella città di Milano rappresenta circa il 48% della ricchezza della Lombardia e il 10% di quella nazionale

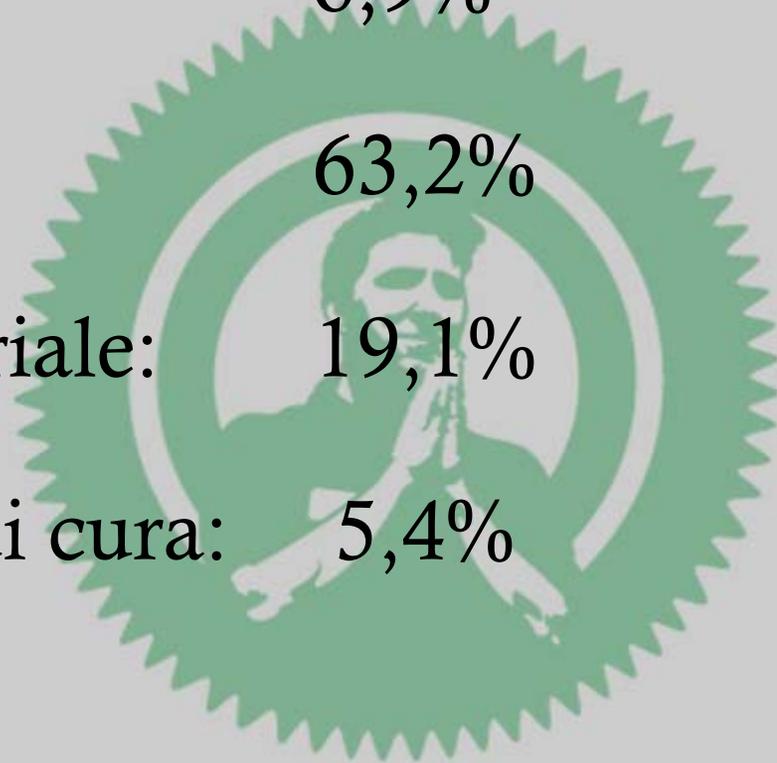
Distribuzione di frequenza della popolazione per fasce di reddito



Fonte:  
Milano Produttiva 2006

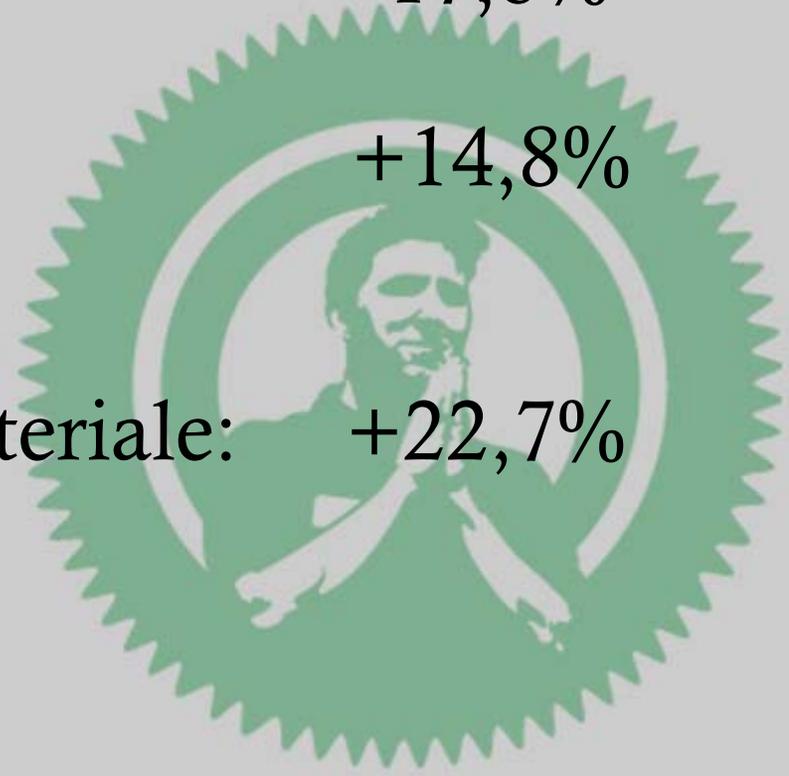
# Composizione del mkt del lavoro in Lombardia (% sul totale)

- industria in senso stretto: 28,3%
- costruzioni: 6,9%
- servizi: 63,2%
- terziario cognitivo-immateriale: 19,1%
- servizi domestici e lavoro di cura: 5,4%



# Dinamica del mercato del lavoro in Lombardia (2000-2007)

- industria in senso stretto: + 5,0%
- costruzioni: +17,6%
- servizi: +14,8%  
di cui
- terziario cognitivo-immateriale: +22,7%



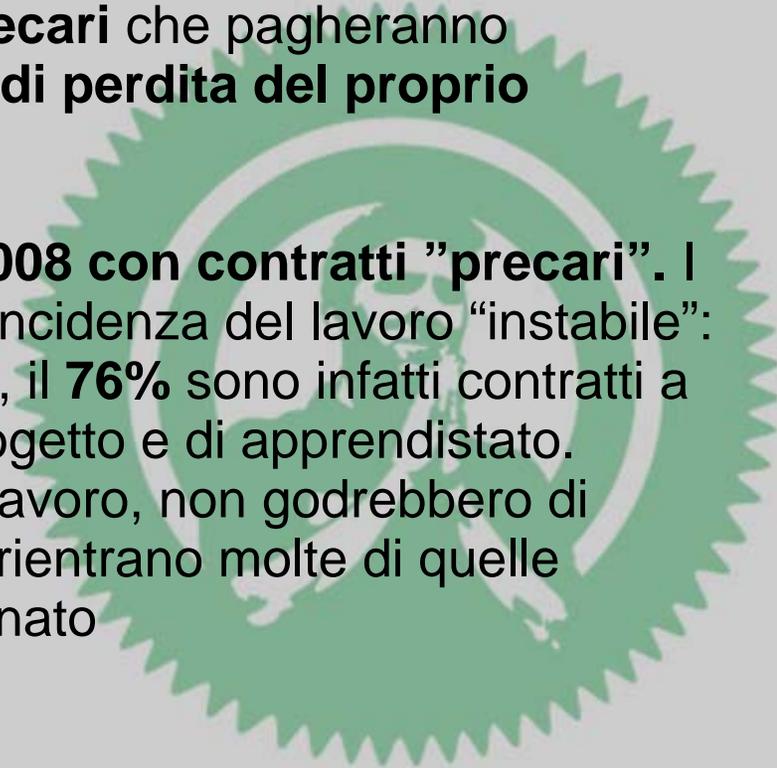
# Precarietà e crisi economica in Lombardia I

**1.400** risultano essere **le aziende coinvolte dalla crisi**, con apertura di procedure di cassa, di mobilità, di fallimento o altro.

**72.000** i **lavoratori interessati da tali procedure**, su un organico complessivo di oltre **121.000 dipendenti**.

**180.000** sono **le lavoratrici e i lavoratori precari** che pagheranno maggiormente la crisi perché **ad alto rischio di perdita del proprio impiego**.

**600.000** sono **gli avviamenti al lavoro nel 2008 con contratti "precari"**. I dati forniti dalla Regione confermano la forte incidenza del lavoro "instabile": su **770.529** avviamenti al lavoro in Lombardia, il **76%** sono infatti contratti a tempo determinato, a somministrazione, a progetto e di apprendistato. Molti di questi, in caso di perdita del posto di lavoro, non godrebbero di nessuna protezione sociale. In questi numeri rientrano molte di quelle "partite IVA" che sono in realtà lavoro subordinato



# Precarietà e crisi economica in Lombardia II

**+ 154% ore di Cigo (Cassa Integrazione Ordinaria).**

**+ 295% ore di Cigs (Cassa Integrazione Straordinaria).**

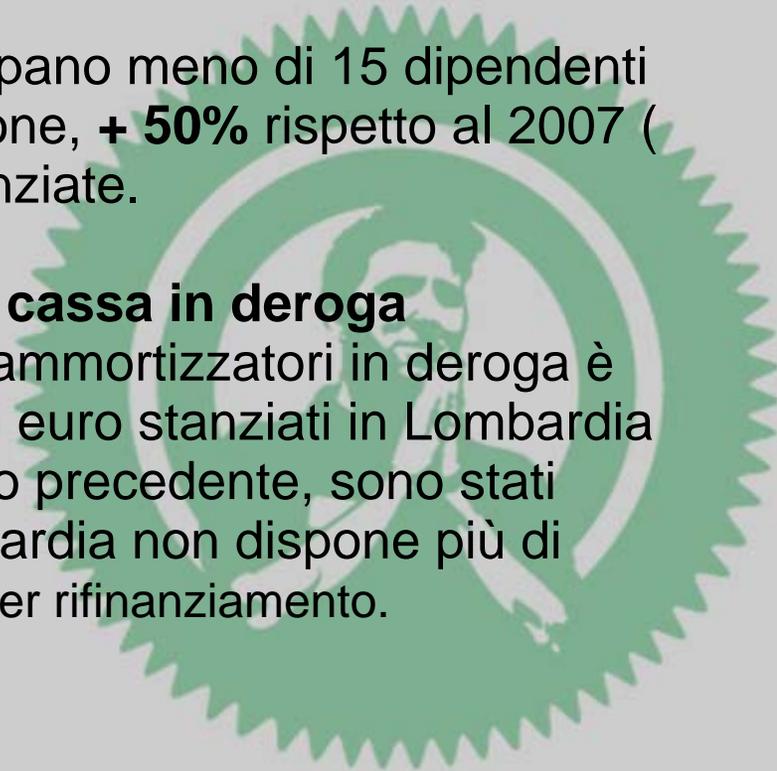
**+ 50% le persone licenziate (31.871)**

Dai dati ufficiali della Commissione regionale mobilità, sono **13.325** i lavoratori licenziati da aziende che occupano più di 15 dipendenti con diritto alla indennità di mobilità,

Sono **18.546** i licenziati in aziende che occupano meno di 15 dipendenti con il solo diritto di indennità di disoccupazione, **+ 50%** rispetto al 2007 (legge 236/93). In totale **31.871** persone licenziate.

**22 milioni di euro spesi, esaurito il fondo cassa in deroga**

Il fondo regionale per il finanziamento degli ammortizzatori in deroga è senza risorse. Al 30 novembre i 15 milioni di euro stanziati in Lombardia per il 2008, più i 7 milioni di residuo dell'anno precedente, sono stati utilizzati tutti. Dal mese di dicembre la Lombardia non dispone più di risorse stanziato. Aprile 2009: nuovo accordo per rifinanziamento.



# Fonti statistiche

**Istat: dati di contabilità regionale 2000-2007, febbraio 2009**

**Istat: rilevazione trimestrale sulle forze lavoro, vari anni**

**Regione Lombardia: Commissione regionale mobilità**



# *Lavoro cognitivo*

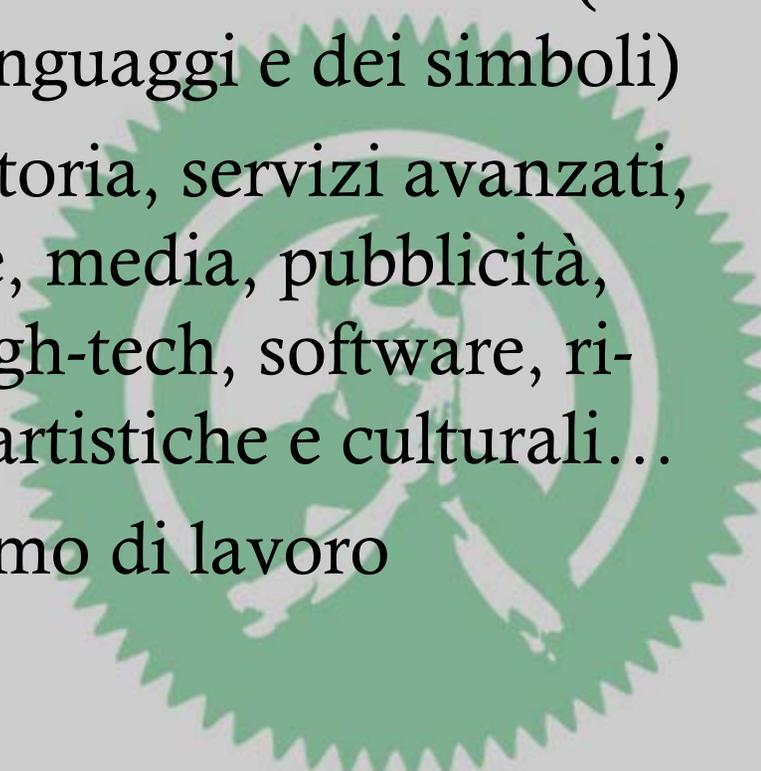
## *Alcuni dati*

*a cura di Cristina Morini*



# Ma che cos'è il lavoro cognitivo?

- ✓ E' il lavoro in cui la componente cognitivo-relazionale è predominante sull'attività corporea-manuale;
- ✓ Statisticamente, la maggior parte del lav. cognitivo si situa nei settori del terziario avanzato e immateriale (logistica della comunicazione, dei linguaggi e dei simboli)
- ✓ Intermediazione finanziaria, editoria, servizi avanzati, spettacolo, design, comunicazione, media, pubblicità, R&S, consulenze professionali, high-tech, software, ricerca e elaborazione dati, attività artistiche e culturali...
- ✓ Lavoro cognitivo NON è sinonimo di lavoro intellettuale!!!



## **Peso del lavoro cognitivo in Lombardia in termini di ricchezza creata**

- ✓ LOMBARDIA: % Pil: 29,3%
- ✓ LOMBARDIA: % totale settore: 22,6%

## **Peso del lavoro cognitivo in Lombardia in termini di addetti**

- ✓ LOMBARDIA: % totale addetti: 19,1%
- ✓ LOMBARDIA: % addetti settore: 22,0%



# Ma quanto viene pagato il lavoro cognitivo in Lombardia?

## ✓ Retribuz. lorda reale annua:

2000: 27.600 euro2000

2006: 26.700 euro2000      Variazione 2000-06: - 3,9%

## ✓ Confronto con il settore industriale (in senso stretto)

2000: 22.100 euro2000

2006: 22.900 euro2000      Variazione 2000-06: + 3,6

## ✓ Rapporto lav.cogn/lav.ind: 2000: 1,25; 2006: 1,16

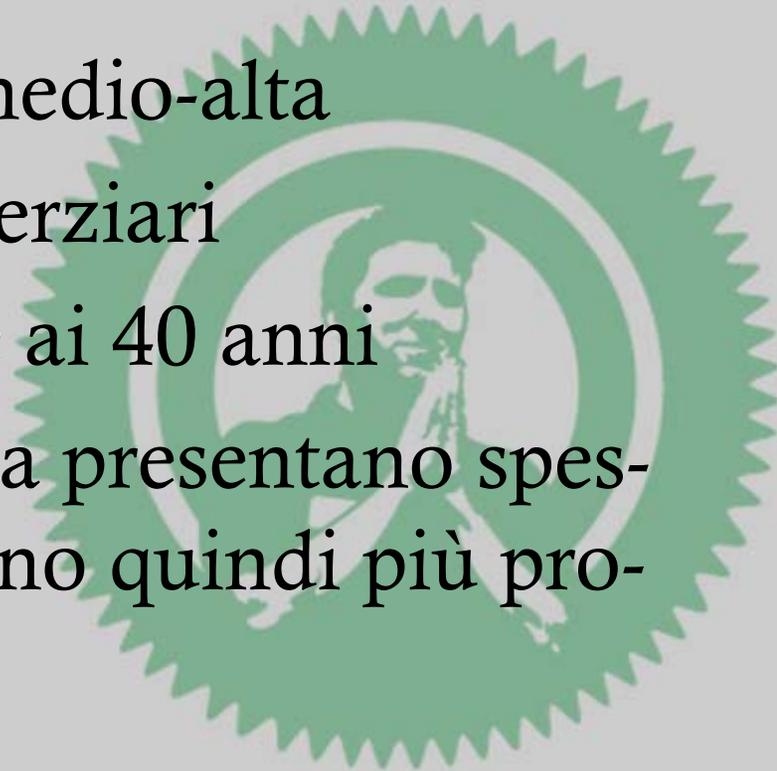


# LA PRECARIETA' COGNITIVA

Molte ricerche confermano che la precarietà di vita e di lavoro è maggiormente presente:

- ✓ tra chi non ha la cittadinanza italiana
- ✓ tra le donne;
- ✓ tra chi ha un'istruzione medio-alta
- ✓ tra chi lavora nei settori terziari
- ✓ tra chi ha un'età inferiore ai 40 anni

I lavoratori della conoscenza presentano spesso queste caratteristiche. Sono quindi più propensi alla precarietà.



# LA PRECARIETA' COGNITIVA in Lombardia

Lavoro cognitivo: 2000 → 11% precarietà media

2006 → 14% precarietà media

Lavoro di cura: 2000 → 48% precarietà media

2006 → 58% precarietà media



# Un case-study di lavoro cognitivo: la RCS Periodici

Le tre slides che seguono riportano alcuni risultati di un'indagine questionaria svolta tra i giornalisti free-lance del gruppo Rcs-Periodici nel periodo luglio-dicembre 2006.

Si tratta di una delle prime ricerche di tipo qualitativo sulla professione free-lance in Italia

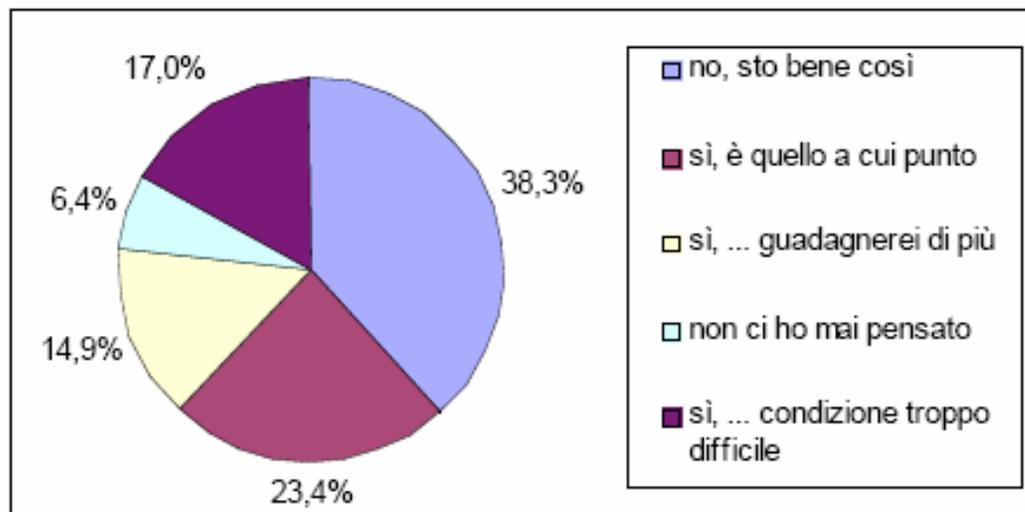
La ricerca completa è pubblicata sul sito Lsdi (Libertà di stampa diritto all'informazione)

<http://www.lsdi.it/2007/05/22/la-paradossale-rigidita-della-flessibilita-selvaggia/>

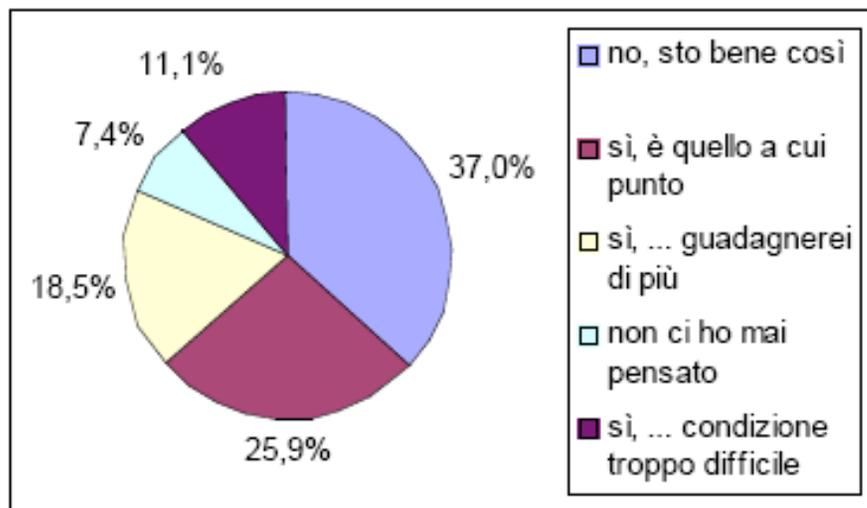


# Grafico 1: Desiderio di un contratto di lavoro stabile a tempo indeterminato: valore totale e rapporto uomini e donne

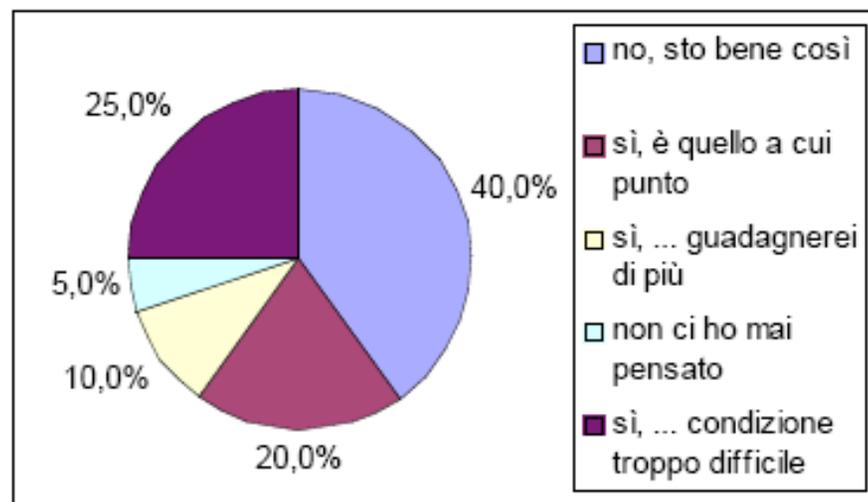
Valore totale



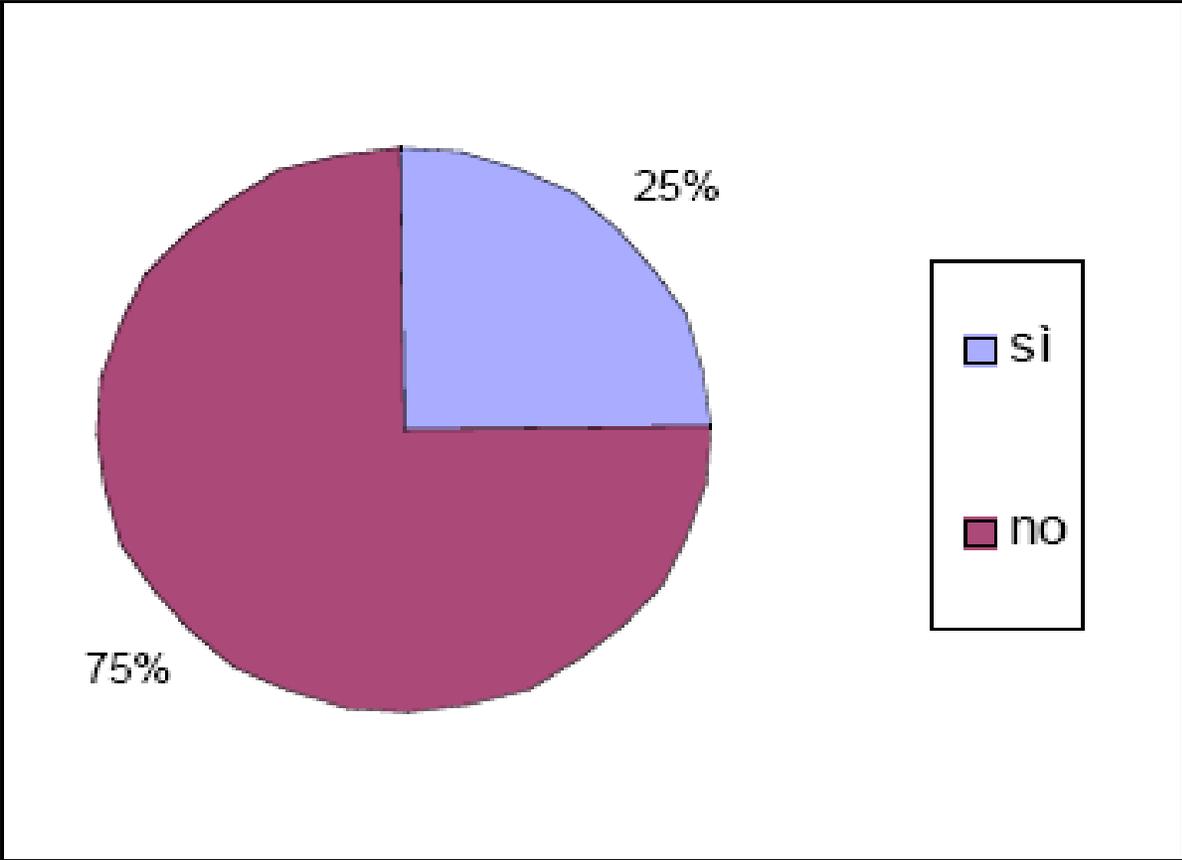
Donne



Uomini

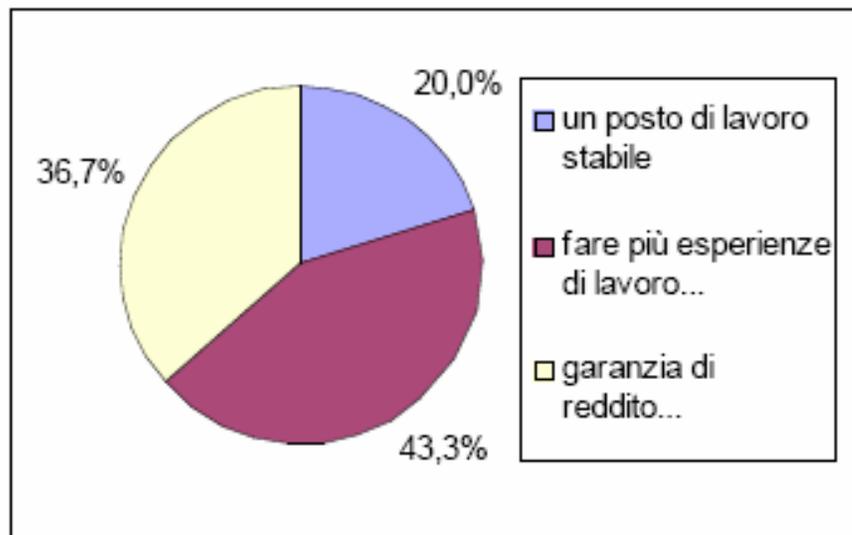


# Grafico 2: Percezione della tutela da parte del sindacato

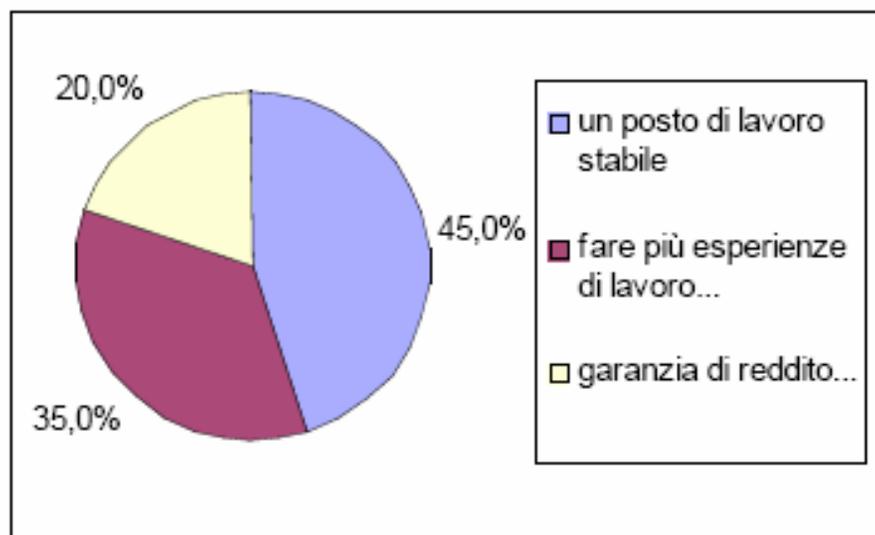


### Grafico 3: Desideri dei free-lance per il futuro: confronto uomini-donne

Donne



Uomini



# Fonti statistiche

**Istat: dati di contabilità regionale 2000-2007, febbraio 2009**

**Cristina Morini , “FREE LANCE, TRA ASSENZA DI DIRITTI E DESIDERIO DI AUTONOMIA: IL CASO DELLA RCS PERIODICI (LUGLIO-DICEMBRE 2006)**

Comitato di Redazione Rcs Periodici



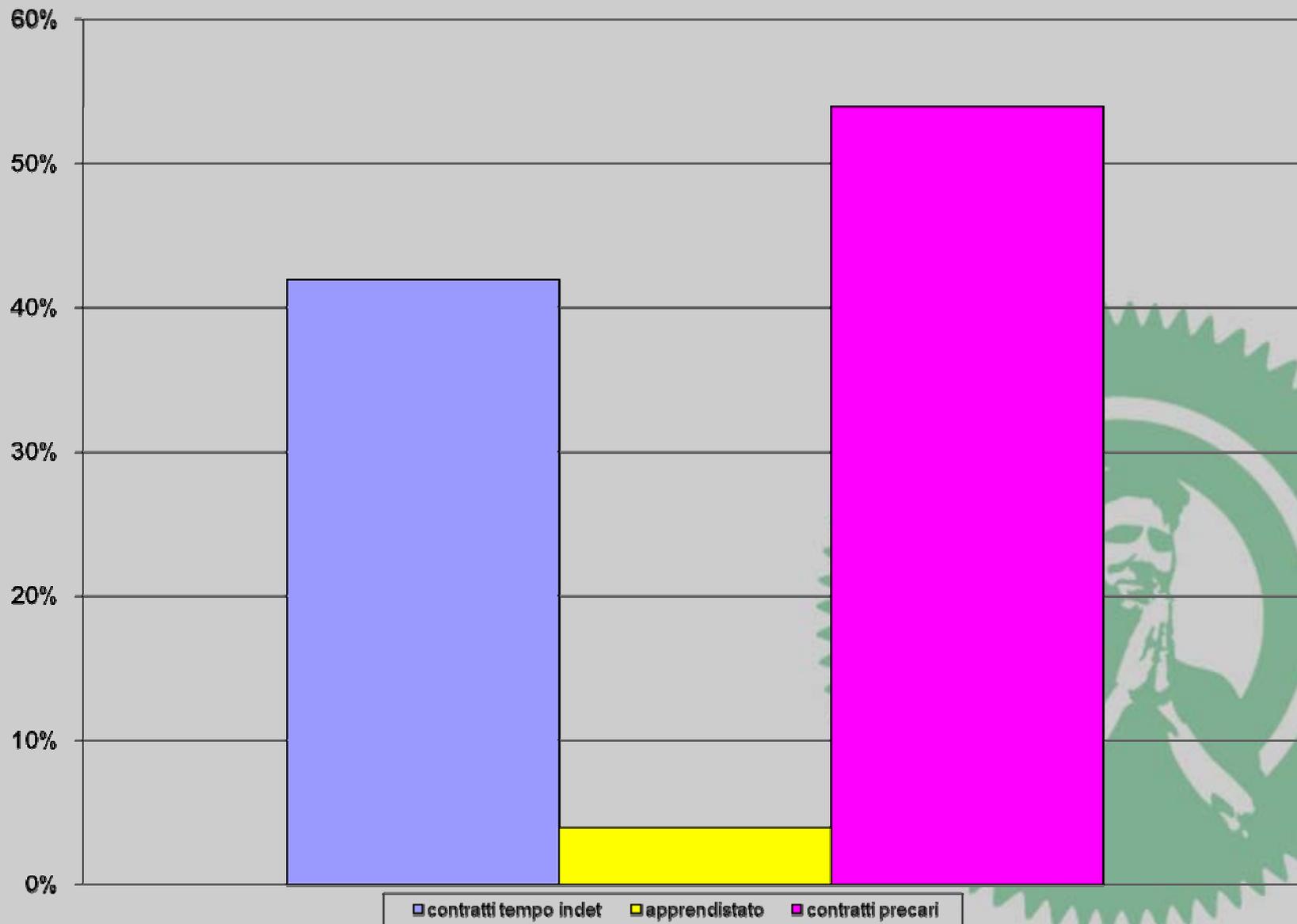
# *Uno sguardo d'insieme sul mercato del lavoro in Lombardia*

*Alcuni dati*

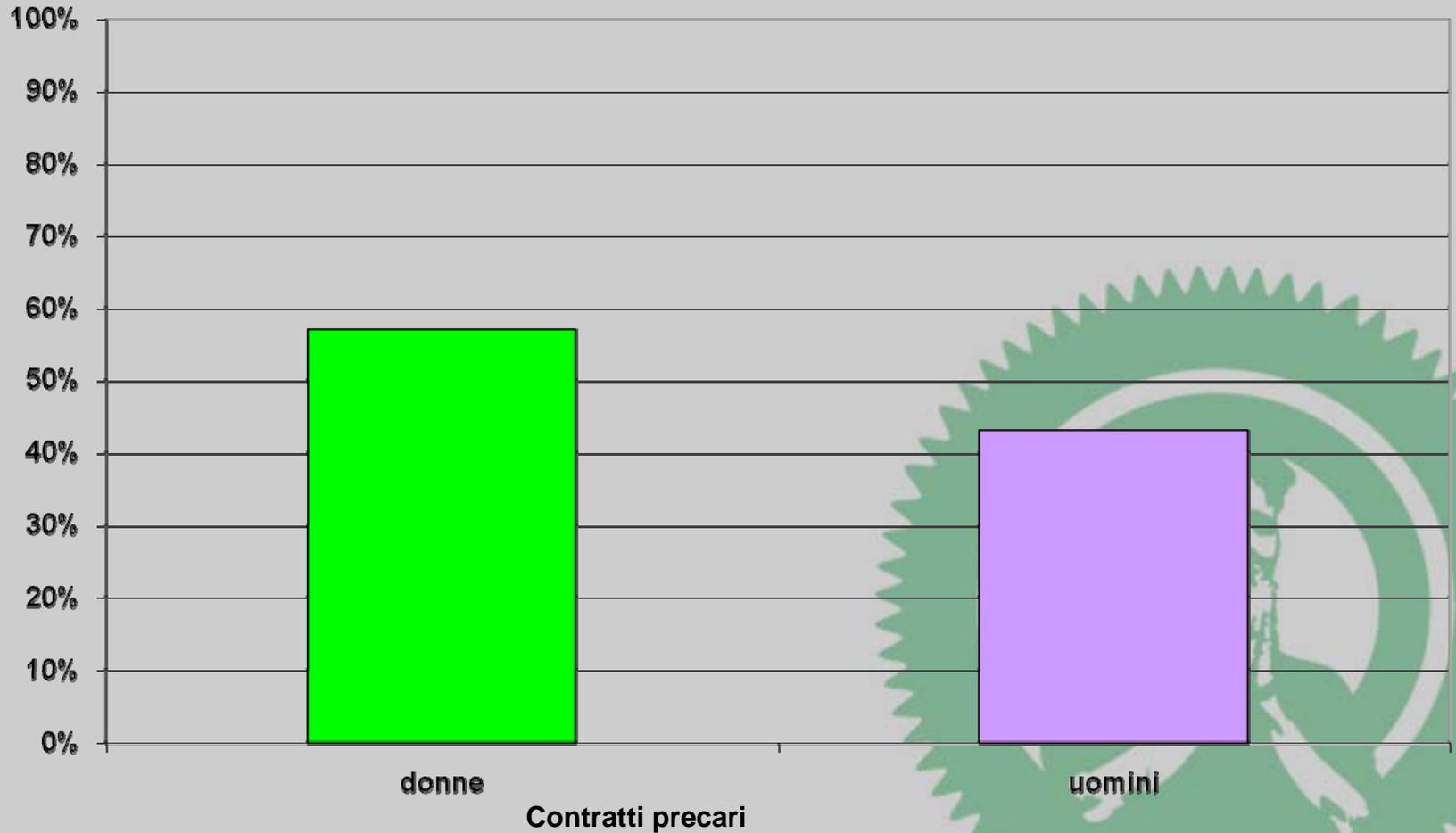
*a cura di Francesca Pozzi e Marco Braghieri*



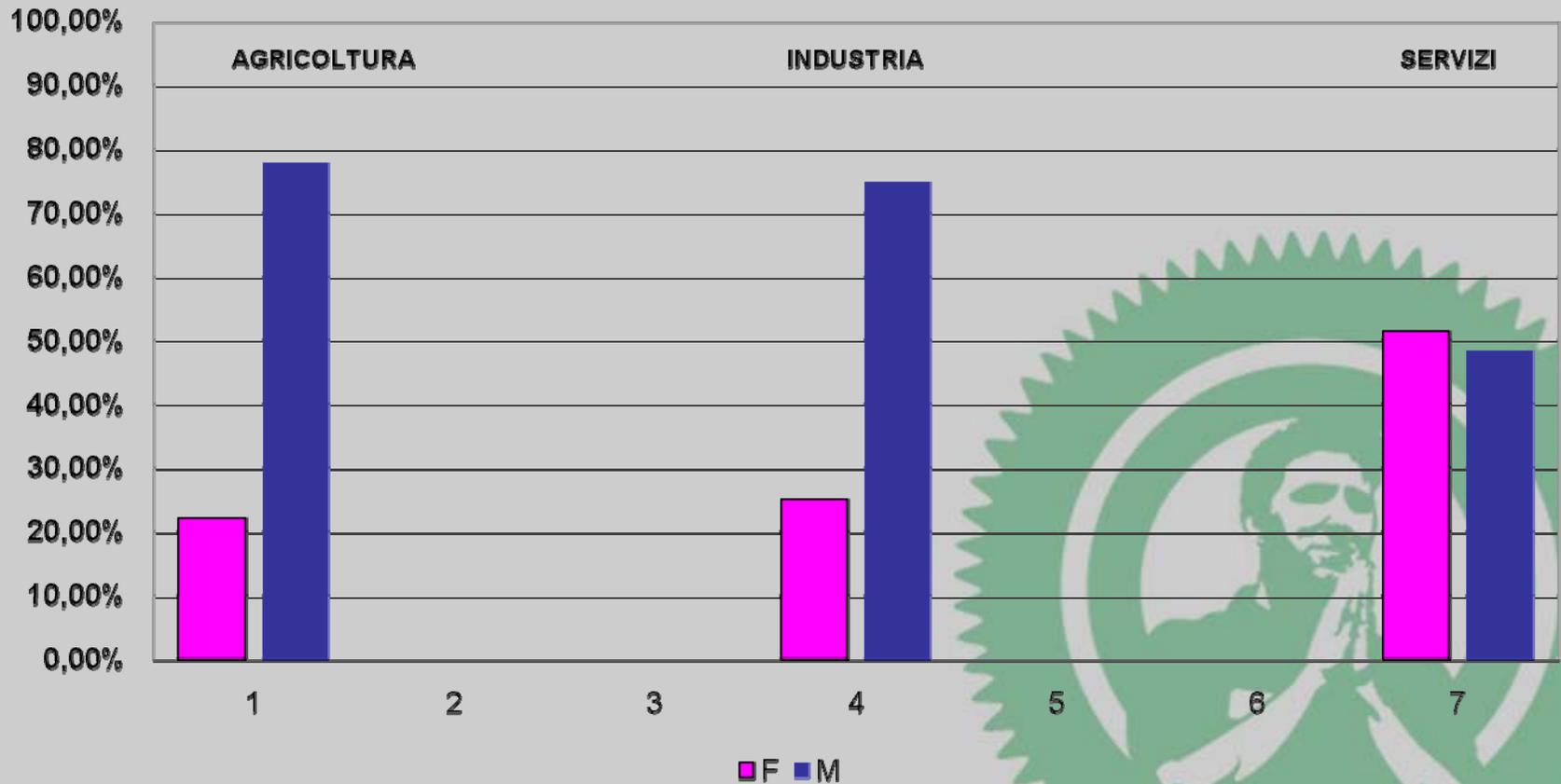
# Uno sguardo d'insieme



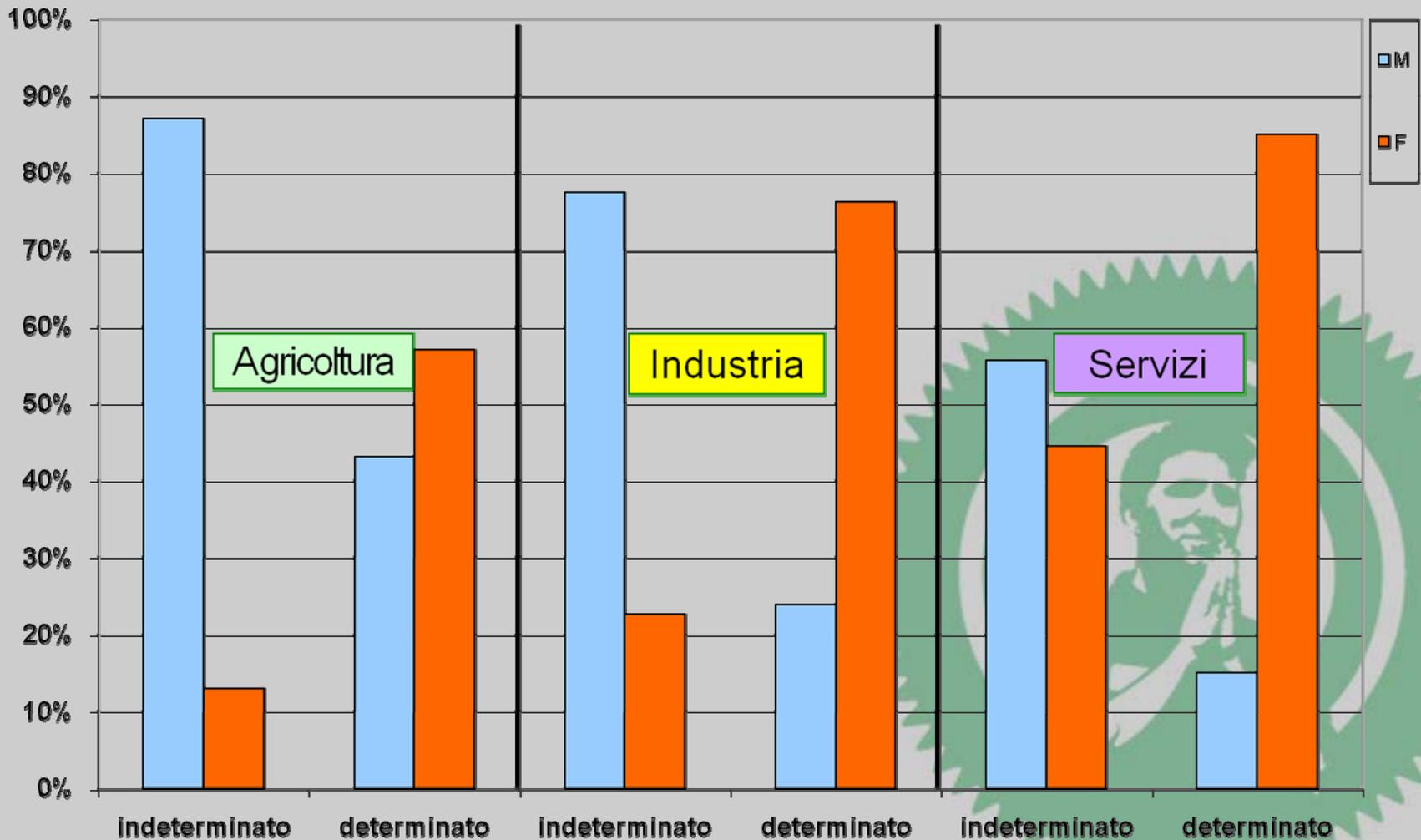
# Un primo sguardo di genere



# Segregazione del mercato del lavoro in base al genere



# Precarietà di genere nei diversi settori



# Fonti statistiche

Istat: rilevazione trimestrale sulle forze lavoro, vari anni

Regione Lombardia: Osservatorio del Mercato del Lavoro  
della Regione Lombardia



# *I call center milanesi*

*a cura di Valentina Scilironi*



# I Call Center nel settore delle Telecomunicazioni in Lombardia

Nel 2000, per l'attività di assistenza telefonica post-vendita alla clientela (Customer Service), Tim ha effettuato una segmentazione della clientela in base ai livelli di traffico telefonico:

l'assistenza dei clienti "più pregiati", circa 7 milioni, è gestita all'interno dell'azienda (Customer Service In-house), mentre per gli altri clienti, circa 16 milioni, la gestione è stata affidata ad aziende di call center in outsourcing. Tale modello organizzativo è stato seguito anche da altre compagnie telefoniche, quale ad es. Wind.



# Il Customer Service In-House nell'area milanese...

- TIM Totale = circa 500 (assunti al 4°livello TLC)
- Vodafone Totale = circa 400 (assunti al 5°livello TLC), con una riduzione di un centinaio di lavoratori nel 2007 per cessione di ramo d'azienda
- Wind Totale = 0, a seguito dell'esternalizzazione del call center di Sesto S.G., con 275 addetti, nel 2007 (5°livello TLC)
- H3G Totale = circa 50



# ... e le aziende di Outsourcing

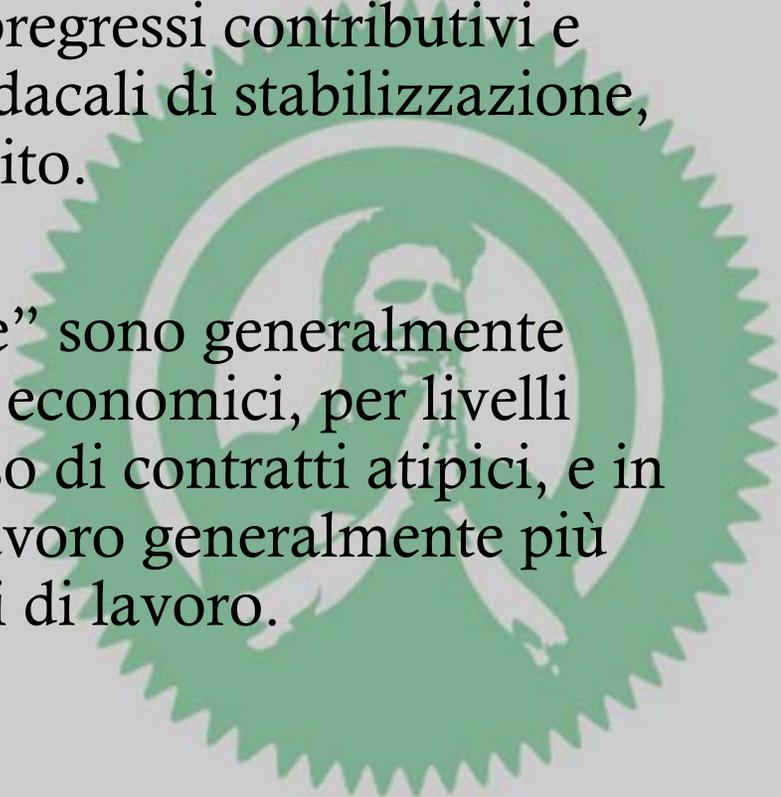
- Per Vodafone operano nel territorio milanese E-Care S.pA. e Comdata
- Per Wind: Comdata e Omnia Service Center, del gruppo Omnia Network S.p.A
- Per H3G: Omnia Service Center e E-Care



# I lavoratori

In base alla “Circolare Damiano”, n°17/06, la natura dei rapporti di lavoro all’interno del Customer Service è di tipo subordinato e la finanziaria 2007 ha incentivato la regolarizzazione da parte delle aziende dei lavoratori atipici, con sgravi fiscali e lo stralcio dei pregressi contributivi e previdenziali in base agli accordi sindacali di stabilizzazione, stipulati in seguito.

Le condizioni di lavoro “in-house” sono generalmente migliori, in termini di trattamenti economici, per livelli inquadramentali più alti e il minor uso di contratti atipici, e in termini di salute, per ambienti di lavoro generalmente più salubri e minori carichi di lavoro.





Comdata nasce nel 1987 operando nella gestione di documenti, flussi e processi. Il gruppo impiega circa 1.200 addetti, al 2° livello TLC, e, dal punto di vista finanziario, Comdata ha registrato una crescita dagli oltre 21 milioni € di fatturato del 2002 ai 200 milioni del 2008.

Il 10 Marzo 2009, il gruppo Comdata Spa ha dichiarato alle organizzazioni sindacali di non garantire per 1000-1500 dipendenti il rispetto gli accordi in materia di stabilizzazione e il mantenimento dei livelli occupazionali.

Comdata ha nel suo portafoglio clienti Wind, Telecom Italia e Vodafone. L'azienda si rivolge inoltre ad aziende del settore finanziario, industriale (Olivetti, Ferrero, La Rinascente), e alla Pubblica Amministrazione.

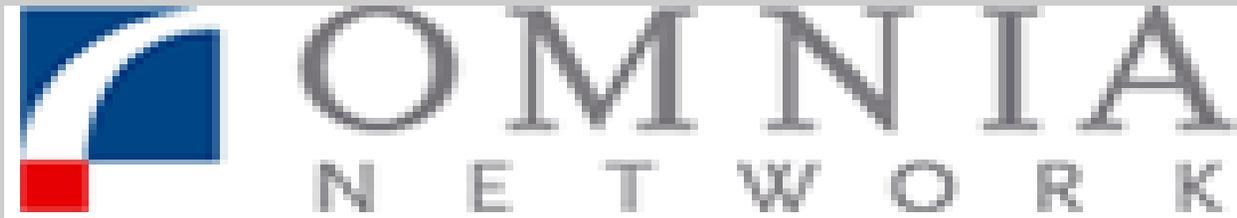


E-Care S.p.A. nasce nel maggio 2000 ed è presente in Italia con 3 sedi: Milano, Roma e Cagliari.

Lavorano su commesse di Vodafone e H3G, ma anche per altre società di servizi.

Il fatturato è passato da 6,5 milioni € nel 2001 a 40 milioni € nel 2007.

La centrale operativa di Milano – Cesano Boscone- è dotata di oltre 600 postazioni, dove lavorano molti interinali con contatti di breve durata.



Omnia Service Center nasce nel 1996 per fornire servizi di Call Center in outsourcing ed è presente in Italia con sedi a Milano, Ivrea, Ancona, Roma, Bitritto e Vitulazio .

L'azienda impiega circa 2800 addetti, stabilizzati al 3° livello TLC, e il fatturato è passato da 10 milioni € nel 2000 a 50 milioni € nel 2004. A novembre 2008, l'azienda ha dichiarato di essere in un momento di difficoltà economica e le azioni del gruppo sono state sospese dalla Consob ad aprile per la mancata approvazione dei bilanci 2007-08.

Ha nel suo portafoglio clienti Wind, H3G, Fastweb, Mediaset, Tiscali e l'INPS.

# PRESENTAZIONE MIGRANTE

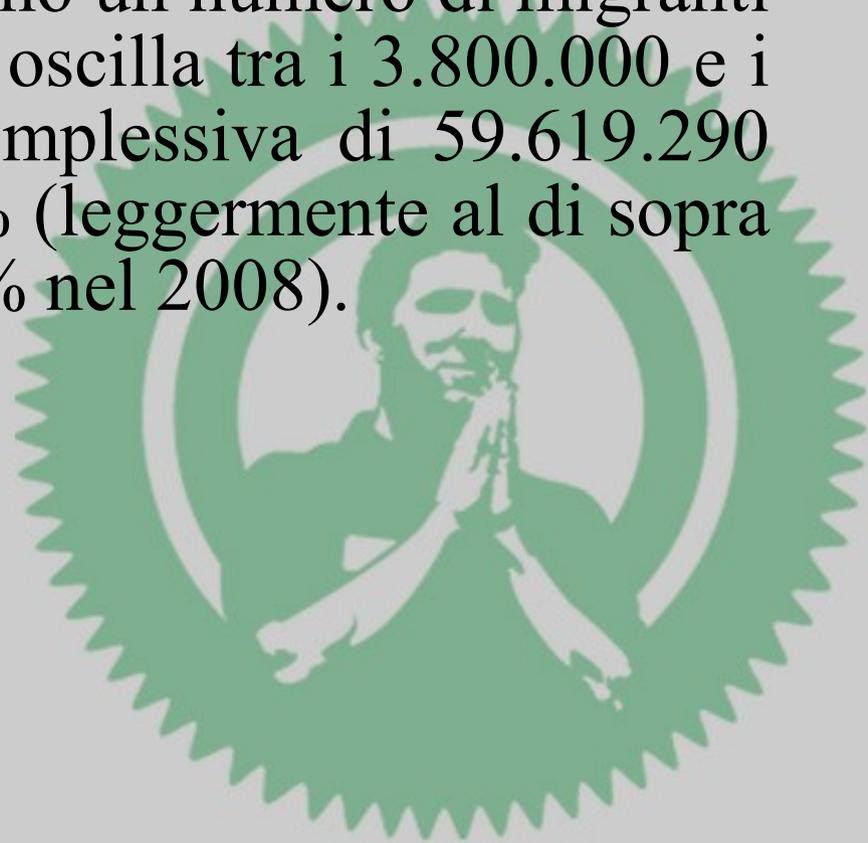
a cura di:

**Da che parte stare - Milano**



# 0.1 MIGRANTI IN ITALIA

I più recenti studi in materia accreditano un numero di migranti regolarmente presenti in Italia, che oscilla tra i 3.800.000 e i 4.000.000, su una popolazione complessiva di 59.619.290 persone, con un'incidenza del 6,7% (leggermente al di sopra della media UE, che è stata del 6,3% nel 2008).



## 0.2 PRINCIPALI PAESI D'ORIGINE (dati 2008)

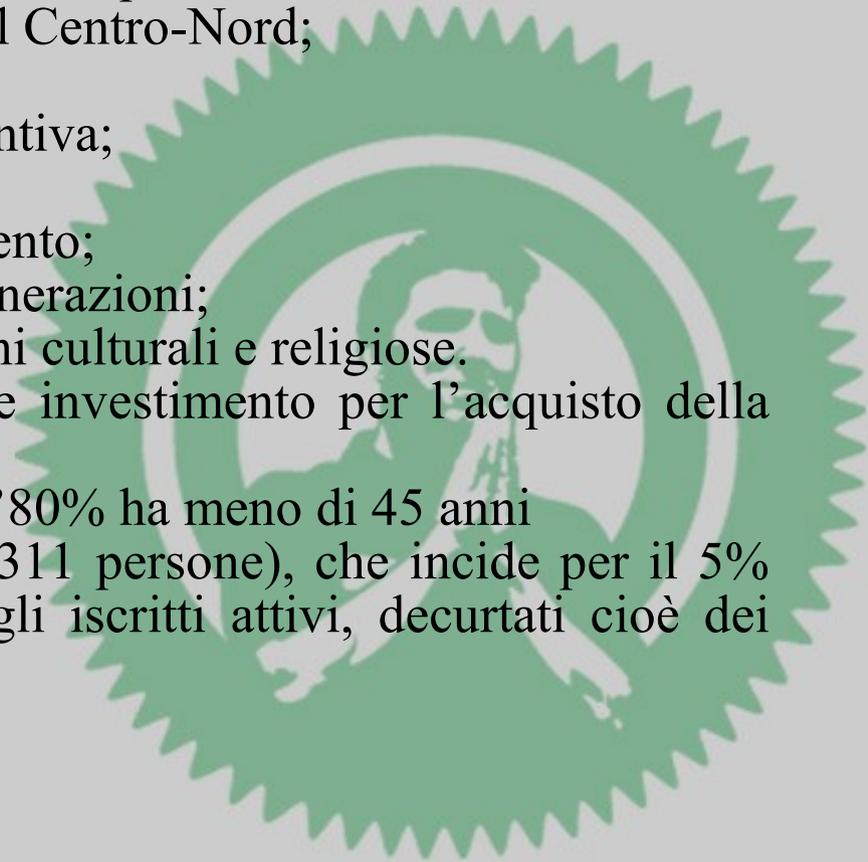
CITTADINANZA	v.a.	% donne
Romania	625.278	52,9
Albania	401.949	44,7
Marocco	365.908	40,8
Cina, Rep.Pop.	156.519	47,3
Ucraina	132.718	80,4
Filippine	105.675	58,5
Tunisia	93.601	35,1
Polonia	90.218	70,2
Macedonia	78.090	42,4
India	77.432	40,2
Ecuador	73.235	60,2
Perù	70.755	60,7
Egitto	69.572	29,5
Moldova	68.591	66,4
Serbia e Montenegro	68.542	44,7
Senegal	62.620	19,4
Sri Lanka	61.064	44,2
Bangladesh	55.242	32,4
Pakistan	49.344	30,0
Nigeria	40.641	57,0



# 0.3 LA DIMENSIONE STRUTTURALE E I FLUSSI

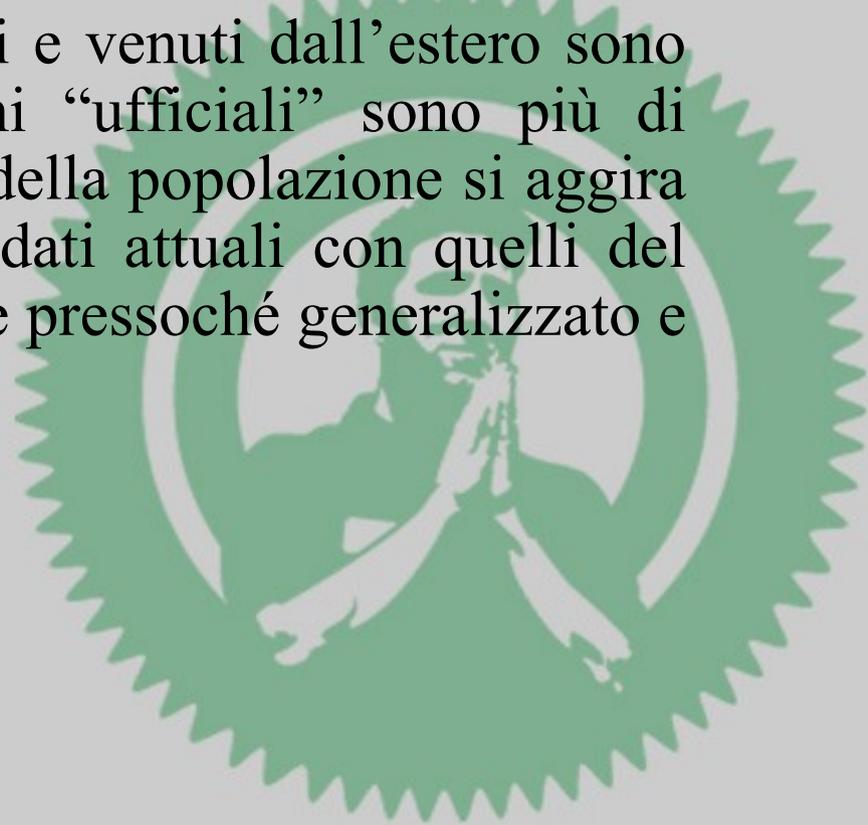
Tutte le fonti statistiche attestano:

- la ragguardevole presenza complessiva dei cittadini stranieri;
- il forte aumento annuale;
- l'incidenza delle donne, diventata ormai paritaria a quella maschile;
- la maggiore forza d'attrazione delle regioni del Centro-Nord;
- la crescente presenza anche nel Meridione;
- il persistente fabbisogno di manodopera aggiuntiva;
- la crescente tendenza alla stabilizzazione;
- il carattere sempre più familiare dell'insediamento;
- il peso crescente dei minori e delle seconde generazioni;
- la pluralità dei paesi di origine e delle tradizioni culturali e religiose.
- è un indicatore di stabilità anche il crescente investimento per l'acquisto della casa.
- gli immigrati sono una popolazione giovane: l'80% ha meno di 45 anni
- l'elevato tasso di iscrizione ai sindacati (814.311 persone), che incide per il 5% sul totale degli iscritti e per ben il 12% sugli iscritti attivi, decurtati cioè dei pensionati



## 0.4 UN FENOMENO DINAMICO

Nel 2008 le acquisizioni di cittadinanza sfiorano le 40.000 unità; le nuove nascite sono 64.000; gli studenti aumentano al ritmo di 70.000 l'anno; i minori tra nuovi nati e venuti dall'estero sono più di 100.000; le nuove assunzioni “ufficiali” sono più di 200.000 l'anno; l'aumento minimale della popolazione si aggira sulle 350.000 unità. Confrontando i dati attuali con quelli del 2000 ci accorgiamo che il *raddoppio* è pressoché generalizzato e sotto alcuni aspetti superato.



# 0.5 L'IMMIGRAZIONE IN LOMBARDIA

Tabella della popolazione residente in funzione del paese d'origine

Paese	V.A.	Paese	V.A.	Paese	V.A.
Romania	95,7	Brasile	10,6	Bolivia	4,4
Marocco	89,1	Moldova	9,7	Algeria	4,3
Albania	82,2	Serbia e Montenegro	9,7	Russia	4,2
Egitto	49,1	Macedonia	8,6	Colombia	4,0
Filippine	38,9	Francia	7,6	Cuba	3,5
Cina	35,2	Bulgaria	7,5	Burkina Faso	3,3
Ecuador	33,4	Polonia	7,5	Croazia	3,2
India	31,0	Germania	7,4	Eritrea	3,0
Peru'	30,9	Costa d'Avorio	6,8	Svizzera	2,8
Ucraina	24,2	Nigeria	6,6	Giappone	2,7
Senegal	24,2	Turchia	5,7	Mauritius	2,6
Pakistan	21,6	Regno Unito	5,3	Argentina	2,5
Sri Lanka	20,6	El Salvador	4,9	Stati Uniti	2,3
Tunisia	19,7	Spagna	4,6	Paesi Bassi	2,1
Bangladesh	11,7	Bosnia-Erzegovina	4,5	Totale Paesi	775,0
Ghana	11,0	Rep. Dominicana	4,5	Tutti i Paesi	815,3

Nota: (a) In corsivo sono evidenziati i così detti "Paesi a sviluppo avanzato".

Fonte: elaborazioni su dati Istat

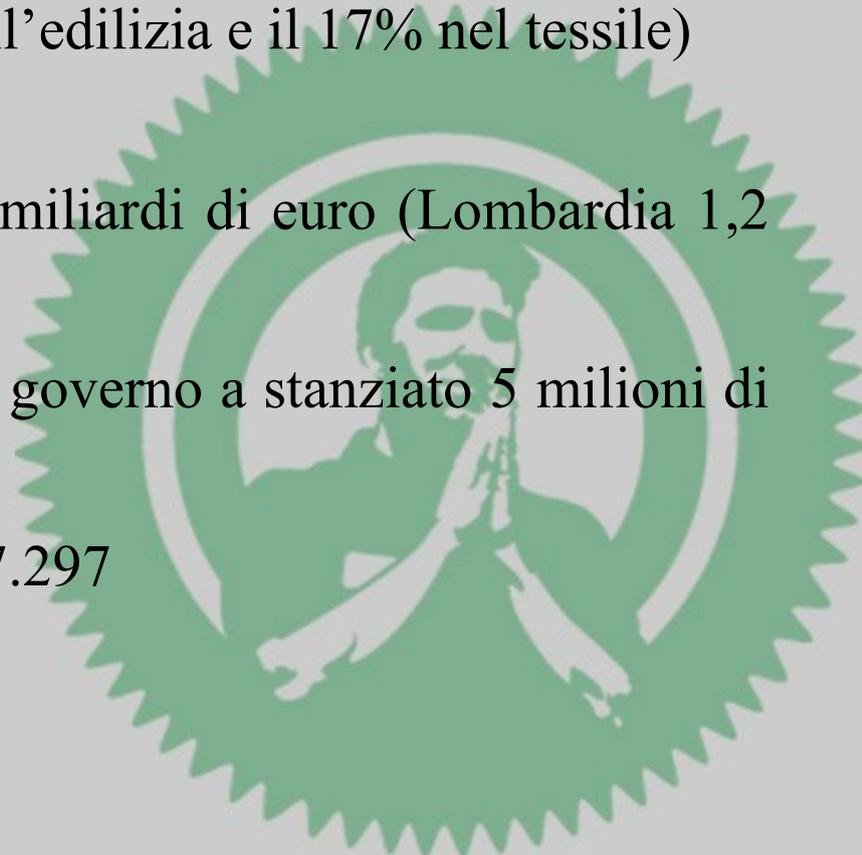
## 0.5 L'IMMIGRAZIONE IN LOMBARDIA 2

- Lombardia: più di 1 milione di migranti →  $\frac{1}{4}$  del totale in Italia.
- A Milano l'incidenza dei migranti è del 14% e 1 ogni 4 è minore (quasi 50.000 su un totale di 200.000).
- Tre paesi superano le 100.000 unità: Romania, Marocco, Albania
- Milano e Provincia: circa 445.000 persone



## 0.6 MIGRANTI IMPRENDITORI

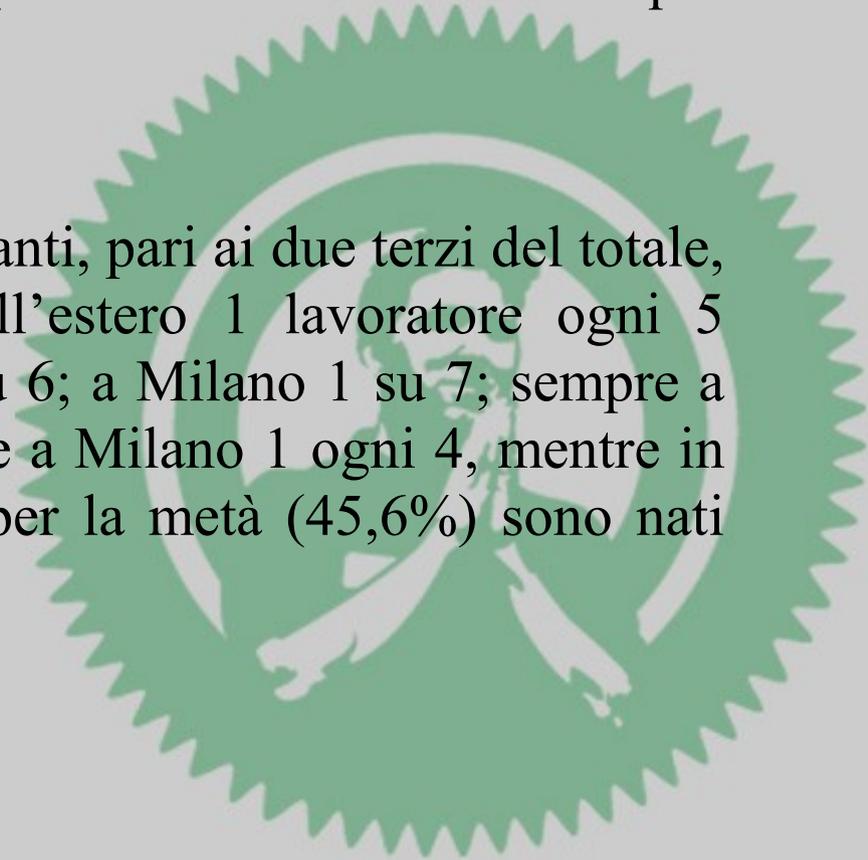
- Imprenditori: tot. 165.115 (31/12/2008), 3% del tot. In Italia (circa 5 milioni e mezzo)
- Nel 2003 erano 56.000: triplicate in 5 anni
- 50,6% (83.450) industria (di cui l'80% nell'edilizia e il 17% nel tessile)
- 46,9% (77.500) servizi
- 2008, gettito fiscale degli immigrati: 5,5 miliardi di euro (Lombardia 1,2 miliardi)
- Per le politiche d'integrazione nel 2008 il governo ha stanziato 5 milioni di euro!
- Lombardia:30.000 Milano e Provincia: 17.297



## 0.7 MIGRANTI E RICCHEZZA

Seconda uno studio del 2008 di Unioncamere (Unione italiana delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura) i migranti concorrono per il 9% alla creazione del PIL, tre punti in più rispetto all'incidenza sulla popolazione, maggiorazione ben comprensibile alla luce del loro più lato tasso di attività.

La massima concentrazione di lavoratori migranti, pari ai due terzi del totale, si rileva nel Nord. A Brescia è nato all'estero 1 lavoratore ogni 5 occupati; a Mantova, Lodi e Bergamo 1 su 6; a Milano 1 su 7; sempre a Brescia è nato all'estero 1 assunto ogni 3 e a Milano 1 ogni 4, mentre in tutta la Lombardia i nuovi assunti quasi per la metà (45,6%) sono nati all'estero.



# 0.7 MIGRANTI E RICCHEZZA 2: reddito e permessi di soggiorno

**Reddito mensile netto da lavoro (esclusi i redditi nulli) medio e mediano, per condizione giuridico-amministrativa della presenza, 2008. Regione Lombardia**

	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
Cittadinanza o carta di soggiorno	1.293	1.200
Permesso di soggiorno	1.138	1.100
Irregolare o clandestino (comunitari esclusi)	866	850
<i>Comunitario dal 2004</i>	<i>967</i>	<i>1.000</i>
<i>Comunitario dal 2007</i>	<i>1.111</i>	<i>1.000</i>

**Reddito mensile netto da lavoro (esclusi i redditi nulli) medio e mediano, per condizione giuridico-amministrativa della presenza, 2008. Modalità dettagliate, Regione Lombardia**

	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
Cittadinanza italiana	1.293	1.200
Carta di soggiorno (tempo indeterminato)	1.257	1.200
Permesso di soggiorno (tempo determinato)	1.077	1.000
Visto, permesso speciale o altro valido titolo	905	900
Sta rinnovando il permesso scaduto	1.094	1.000
Sta convertendo il visto in permesso	858	827
Ha avuto il permesso, ma è scaduto e non lo sto rinnovando	920	800
Ha avuto il visto, ma è scaduto e non lo sta convertendo	812	800
Non ha mai avuto nessun titolo di soggiorno	869	900

# 0.7 MIGRANTI E RICCHEZZA 3:

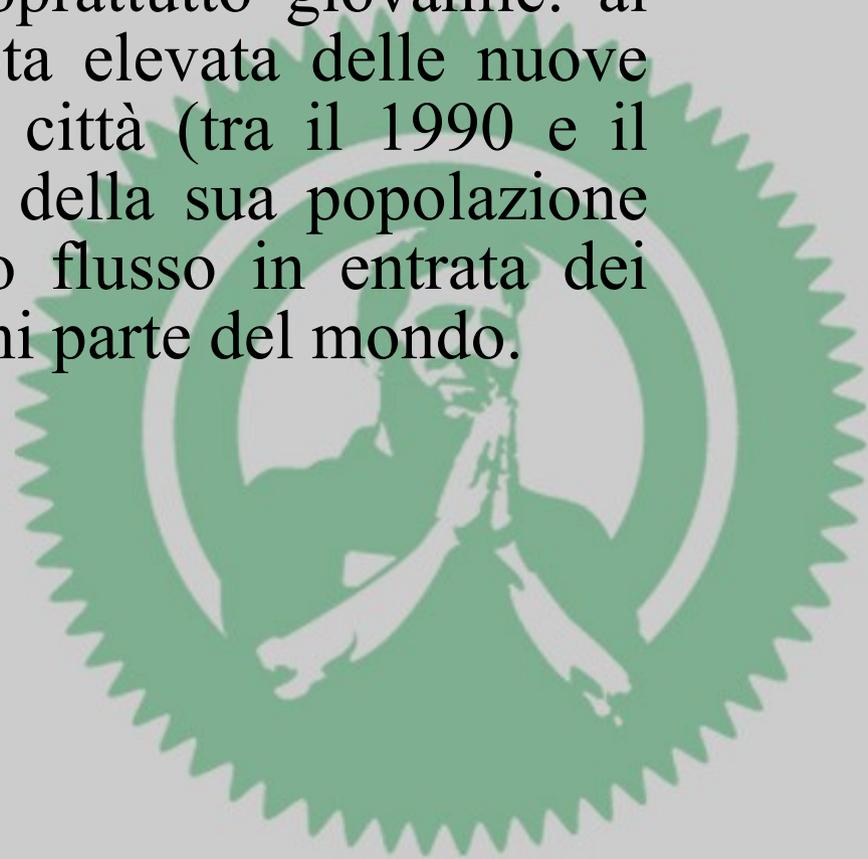
## principali posizioni lavorative (in regola)

**Tipo di lavoro svolto, per genere, 2008. Valori percentuali, Regione Lombardia**

<i>Tipo di lavoro svolto</i>	<i>Uomini</i>	<i>Donne</i>	<i>Totale</i>
Operai generici nell'industria	19,6	6,6	14,6
Operai generici nel terziario	8,4	2,3	6,0
Operai specializzati	3,7	0,5	2,5
Operai edili	21,2	0,2	13,1
Operai agricoli e assimilati	4,2	0,4	2,7
Addetti alle pulizie	3,1	7,7	4,8
Impiegati esecutivi e di concetto	0,8	3,3	1,8
Addetti alle vendite e servizi	2,1	4,2	2,9
Addetti alle attività commerciali	6,8	3,1	5,3
Addetti alla ristorazione/alberghi	8,0	12,7	9,8
Mestieri artigianali	8,8	1,4	5,9
Addetti ai trasporti	4,4	0,1	2,7
Domestici fissi	0,9	7,5	3,4
Domestici a ore	1,1	16,6	7,1
Assistenti domiciliari	0,7	15,9	6,5

## 0.8 UNA METROPOLI MULTIETNICA...

Negli ultimi anni Milano sperimenta un ricambio abbastanza marcato della sua popolazione, soprattutto giovanile: ai processi di espulsione di una quota elevata delle nuove generazioni nate e cresciute nella città (tra il 1990 e il 2000 Milano ha perso circa l'8% della sua popolazione autoctona) si contrappone l'ampio flusso in entrata dei giovani migranti provenienti da ogni parte del mondo.

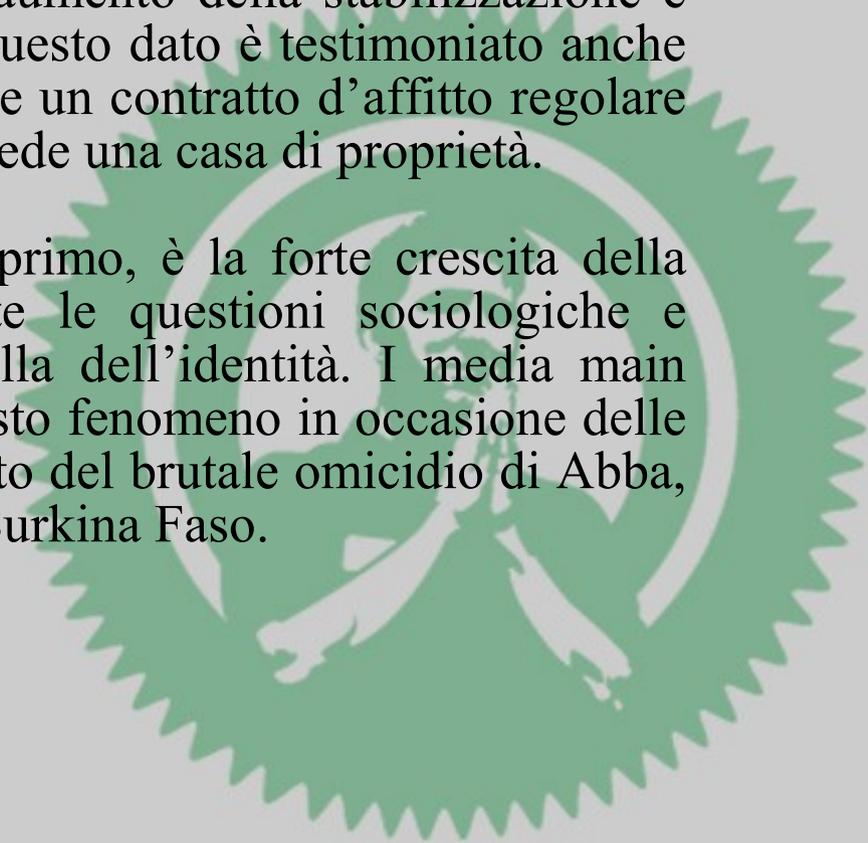


## 0.8 ...GIOVANE E DONNA

Altri due fattori di forte novità:

Il primo è il forte aumento della componente femminile migrante che ormai ha quasi raggiunto il 48,5% del totale. Ciò ha due evidenti conseguenze: il ripristino dell'equilibrio di genere all'interno delle diverse comunità e, attraverso i ricongiungimenti familiari, un aumento della stabilizzazione e radicamento sul territorio metro-lombardo. Questo dato è testimoniato anche dal crescente numero di migranti che possiede un contratto d'affitto regolare (circa il 60%) e da un ulteriore 15% che possiede una casa di proprietà.

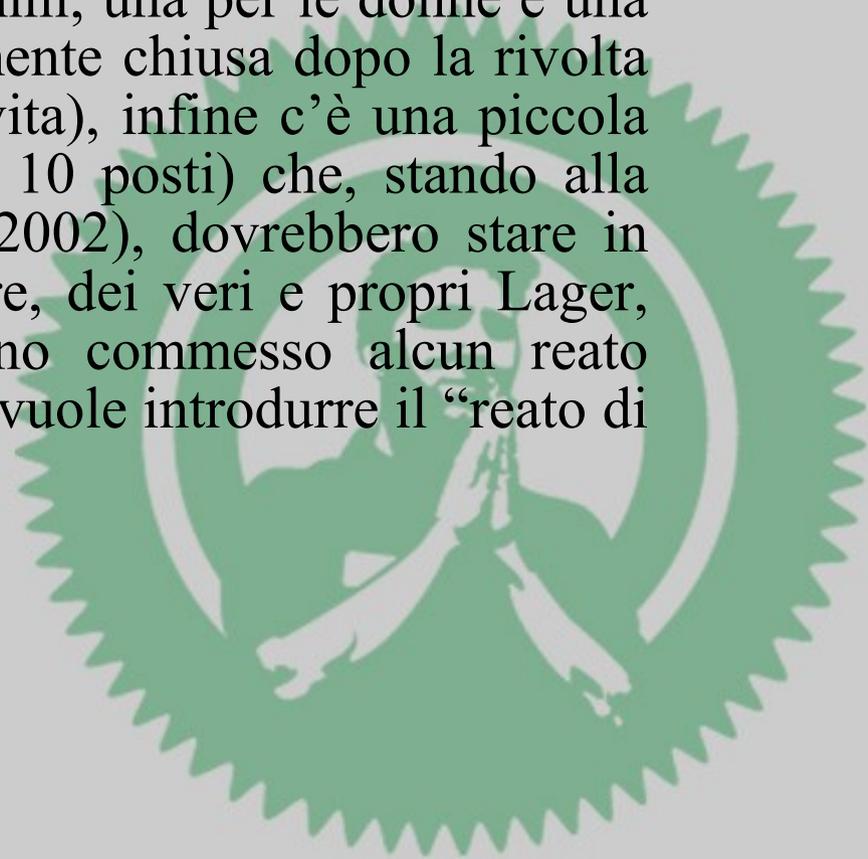
Il secondo elemento, strettamente connesso al primo, è la forte crescita della cosiddetta “seconda generazione”, con tutte le questioni sociologiche e antropologiche annesse, prima tra tutte quella dell'identità. I media main stream hanno acceso i propri riflettori su questo fenomeno in occasione delle manifestazioni dello scorso settembre a seguito del brutale omicidio di Abba, un ragazzo di 19 anni italiano originario del Burkina Faso.

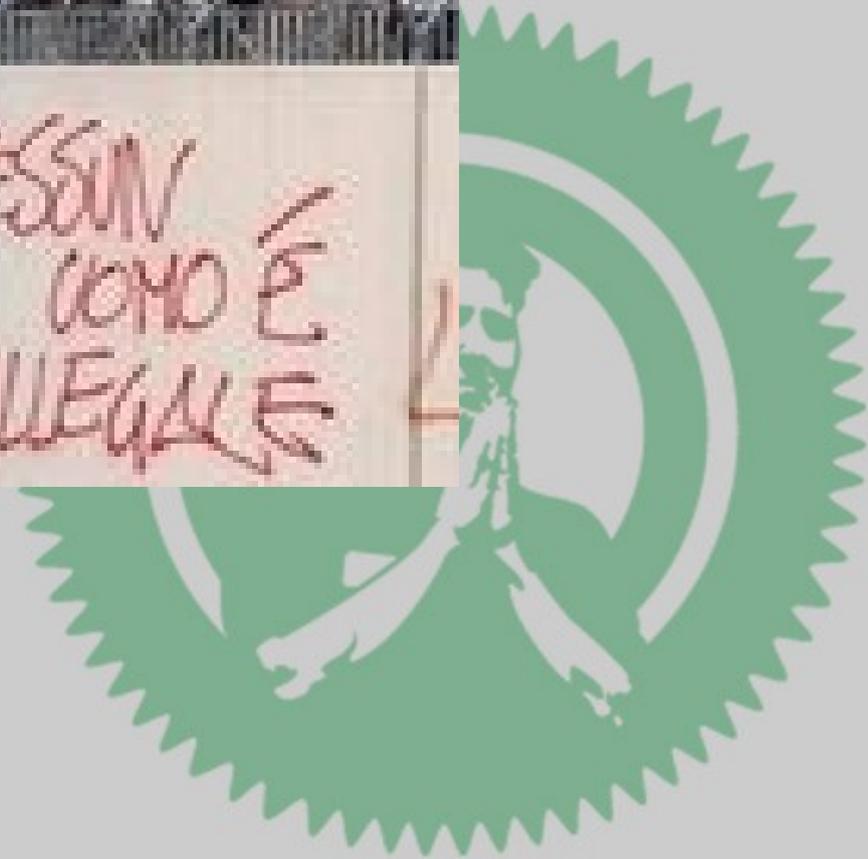




## 0.9 IL LAGER DI MILANO

A Milano c'è l'unico (per fortuna) CIE della Lombardia. Si trova in via Corelli (sotto la Tangenziale est). La capienza è di 120 posti. Ci sono 4 sezioni da 28 posti, due per uomini, una per le donne e una per trans (quest'ultima è momentaneamente chiusa dopo la rivolta di aprile per le pessime condizioni di vita), infine c'è una piccola sezione per richiedenti asilo (meno di 10 posti) che, stando alla normativa vigente (Legge Bossi-Fini, 2002), dovrebbero stare in un'apposita struttura. In queste strutture, dei veri e propri Lager, sono rinchiusi persone che non hanno commesso alcun reato (anche se il recente pacchetto sicurezza vuole introdurre il "reato di clandestinità").

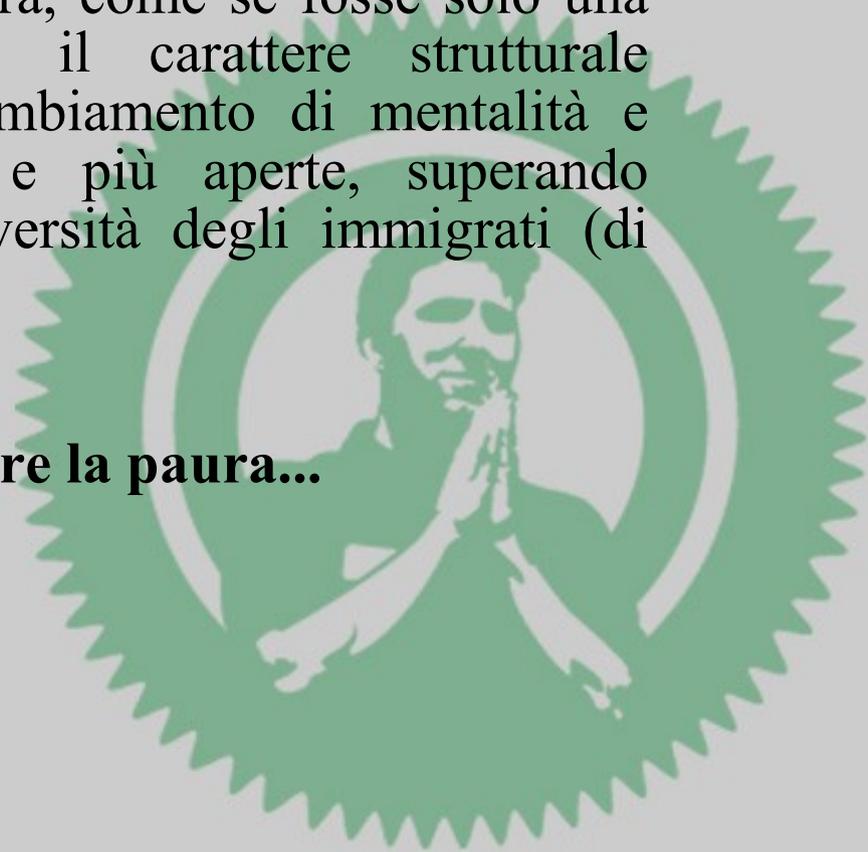




# 1.0 CONCLUSIONI

Questo fenomeno non è regolabile unicamente sulla base delle esigenze congiunturali del mondo del lavoro, non è affrontabile con un mero atteggiamento di chiusura, come se fosse solo una questione di ordine pubblico. È il carattere strutturale dell'immigrazione ad esigere un cambiamento di mentalità e l'adozione di politiche realistiche e più aperte, superando l'avversione aprioristica verso la diversità degli immigrati (di colore, di cultura, di religione).

**Condividendo contesti, oltre la paura...**



# FONTI:

ISMU

ISTAT

Dossier Statistico Immigrazione Caritas/Migrantes 2008

Fondazione Ethnoland



# OPERAISOCIALI.ORG

*Alla conquista del welfare perduto*



# Delle Politiche Sociali

## Premessa:

In data 8 novembre 2000 é stata approvata in Parlamento la “Legge quadro per la realizzazione del sistema integrato di interventi e servizi sociali”. I punti salienti di questa riforma sono:

- **Il ruolo centrale dei Comuni che diventano luoghi privilegiati per l’analisi dei bisogni e per l’elaborazione di servizi adeguati.**
- **Il coordinamento e l’integrazione tra servizi sociali e servizi sanitari, cioè tra ASL e Comuni, e tra questi e il territorio (i cosiddetti terzo e quarto settore) in quanto tutti concorrono a promuovere il benessere della popolazione.**
- **L’istituzione del Fondo Nazionale per le Politiche sociali (FNPS) per supportare economicamente quest’opera di miglioramento del servizio.**

# Dei Tagli alle Politiche Sociali

Dal 2007 al 2011

**TAGLIATI 2 MILIARDI DI EURO**

# Fondo Nazionale Politiche Sociali

- -300 Milioni nel 2008
- -350 Milioni nel 2009
- -630 Milioni nel 2010
- -700 Milioni nel 2011

# Fondo Per La Famiglia

- -90 Milioni nel 2009
- -90 Milioni nel 2010
- -138 Milioni nel 2011

# Fondo Per le Politiche Giovanili

- -58 Milioni nel 2009
- -56 Milioni nel 2010
- -76 Milioni nel 2011

# Fondo Per Le Pari Opportunità

- -14 Milioni nel 2009
- -41 Milioni nel 2010
- -42 Milioni nel 2011

Fondo nazionale per l'inclusione dei migranti

**AZZERATO**  
**- 100 Milioni**

Fondo nazionale sulla non autosufficienza

**AZZERATO**

# Risultato...

Un Welfare Basato Sulla Carità  
ed il volontariato dei buoni sentimenti

# Della Privatizzazione dei Servizi

- Dal 1995 i servizi tendono alla privatizzazione.
- Con la legge quadro del 2000, i servizi pubblici essenziali di assistenza sociale sono stati appaltati nella quasi loro totalità a privati, Cooperative Sociali e Associazioni.

# Le gare di Appalto

- Normazione che favorisce società pescecane: La gara al ribasso.
  - Non distinzione dei centri di costo nelle proposte tra somme destinate alla retribuzione degli operatori e le restanti.
  - Accettazione di progetti presentatati palesemente sottocosto
  - Clientelismo

# Vaucherizzazione dei Servizi

- Servizi Sociali deresponsabilizzati
- Eliminazione dell'esigibilità del diritto alla cura
- Clientelismo
- Esposizione delle fasce sociali più deboli all'andamento del mercato del sociale.
- Non Corrispondenza tra aumento del valore del voucher e inflazione reale del costo dei servizi
- Necessità di maggiore competitività per le aziende che cadrà sugli operatori

# Serpica Naro

Il pentagramma del lavoro creativo:  
soddisfazione personale e collettiva  
al lavoro



*Sono un designer ma mi pago l'affitto lavorando in un call center*

*Sono una giornalista, ma di sera lavoro in un pub*

*Mi pagano 800 euro al mese ma per ora mi bastano*

# Dinamica Negativa (cosa blocca l'azione)

★ Atomizzazione

★ Aspettativa di felicità

**RICATTO**

Economia dei servizi



**CONSENSO**

Economia dei Brand

# **Brand: In cosa consiste il consenso?**

I lavoratori delle industrie creative hanno delle aspettative dal proprio lavoro:

- ★ **Soddisfazione personale**

Avere un'occupazione che mi piace fare

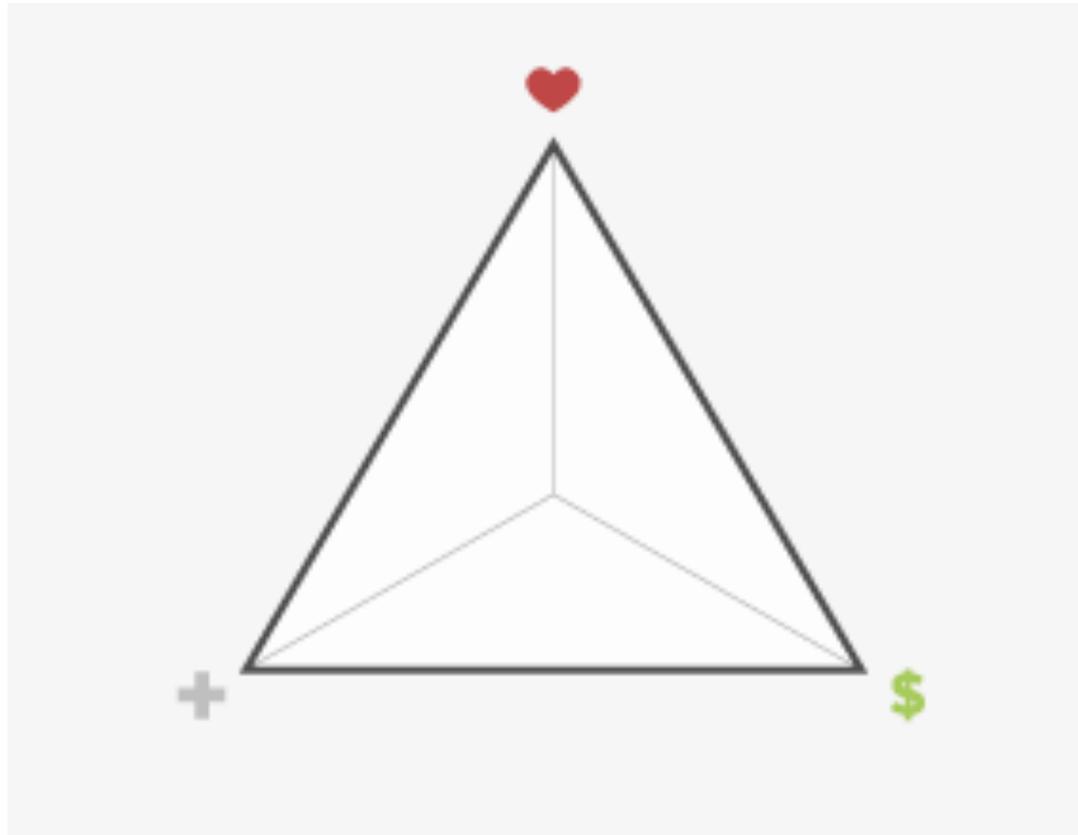
- ★ **Imparare nuove cose**

Coltivare un network di conoscenze e sapere come ci si muove (fare esperienza)

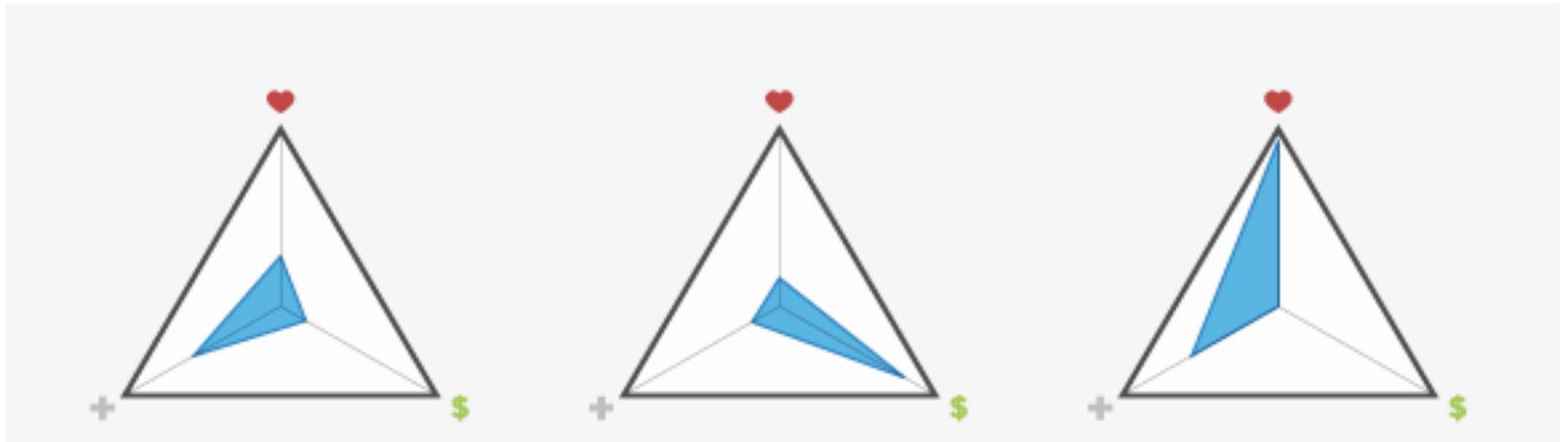
- ★ **Soldi**

Riuscire a pagare l'affitto

# Il triangolo Passione-Crescita-Soldi



# Il triangolo Passione-Crescita-Soldi

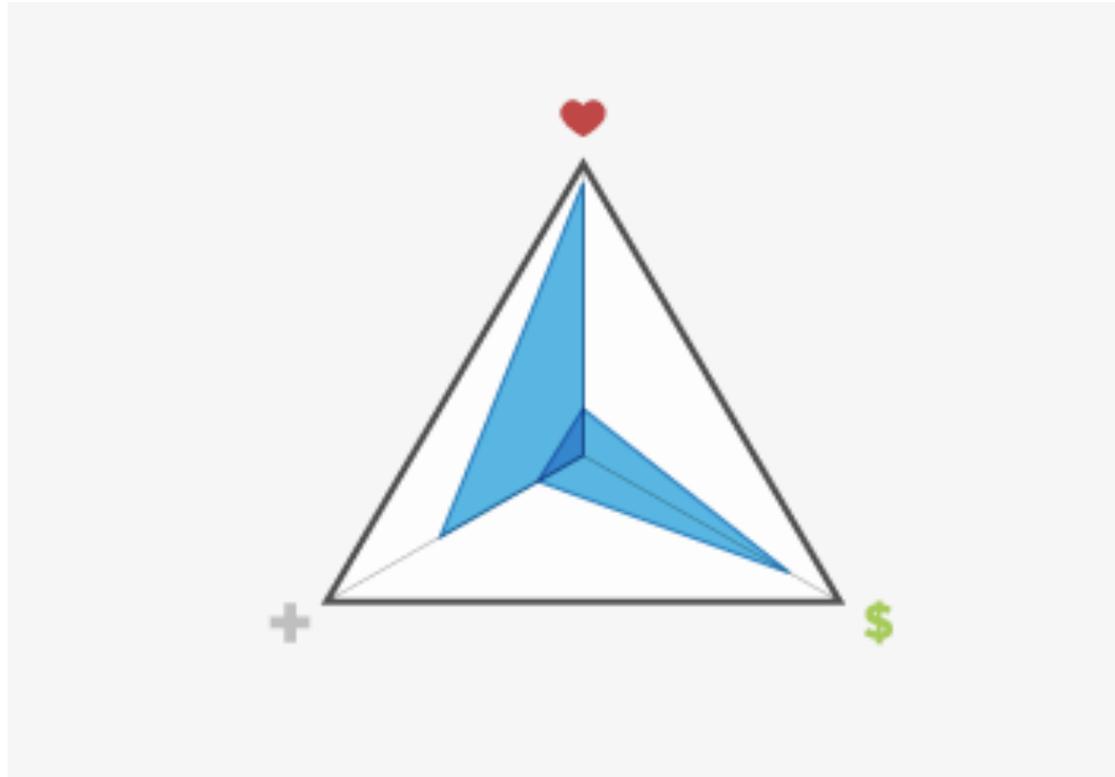


Primo impiego  
Stage

Lavoro di merda  
ma paga i conti

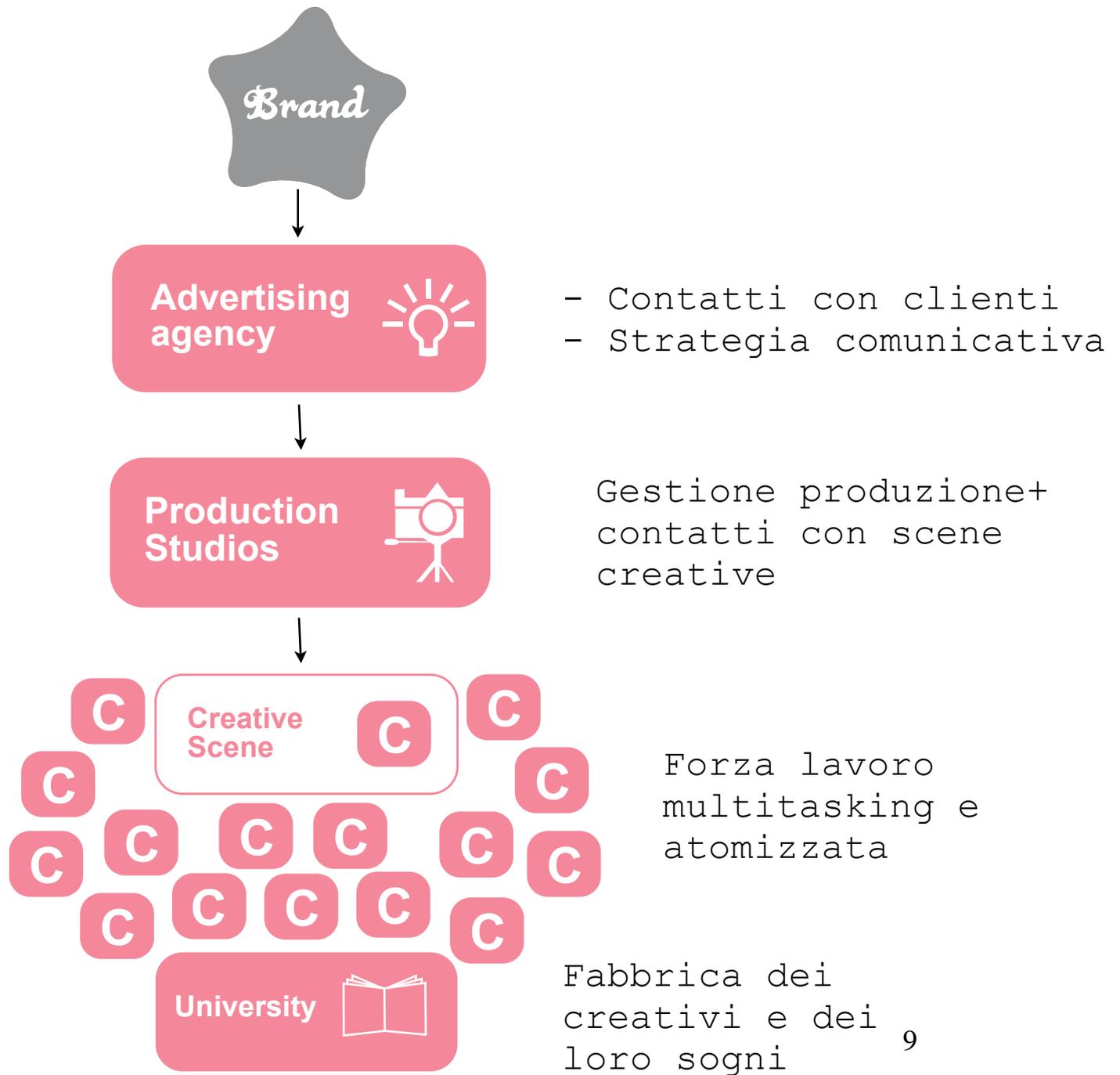
E' solo un hobby

# Il triangolo Passione-Crescita-Soldi



Com'è organizzato il business nelle industrie creative?

Un esempio



# **Brand: In cosa consiste il consenso?**

## **★ Soddisfazione personale**

Avere un'occupazione che mi piace fare

## **★ Imparare nuove cose**

Coltivare un network di conoscenze e sapere come ci si muove (fare esperienza)

## **★ Soldi**

Riuscire a pagare l'affitto

## **★ Valorizzazione sociale**

Riconoscimento da parte di una collettività di pari ma soprattutto dei big players del campo.  
(*ce l'ho fatta*)

# Personal+Social

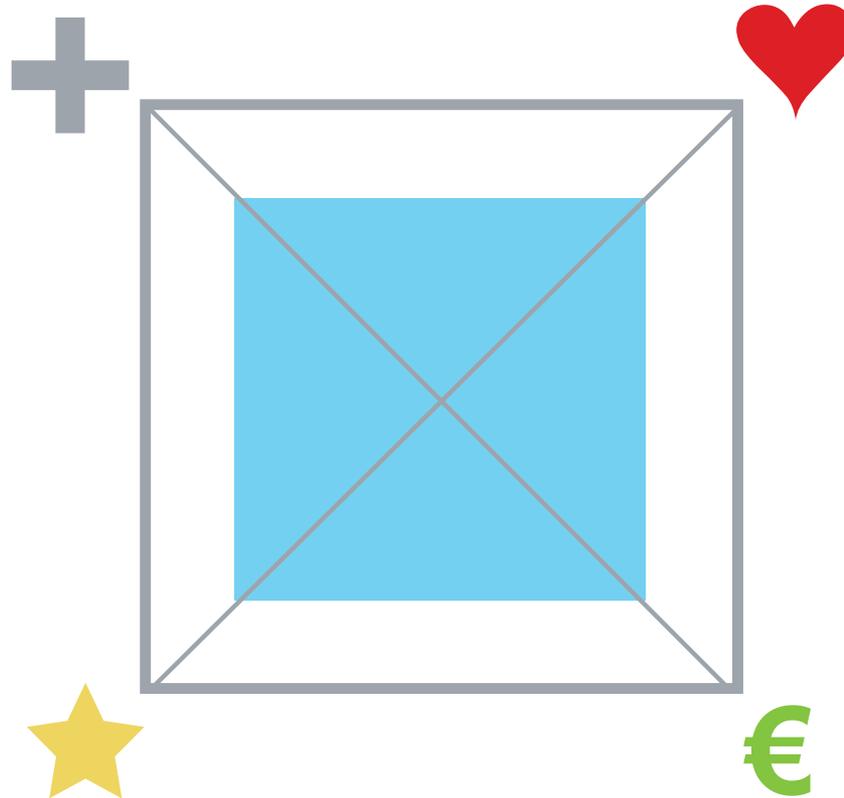


# Personal+Social

Happiness

Who can give  
us this  
happiness?

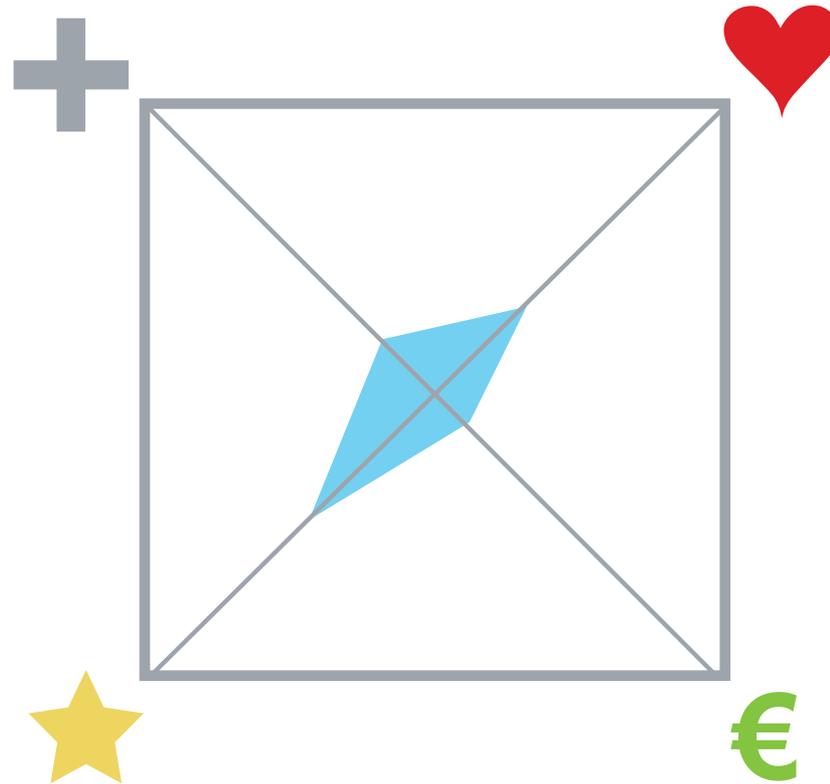
# Personal+Social



Soddisfazione/  
felicità

Chi ce la può  
dare?

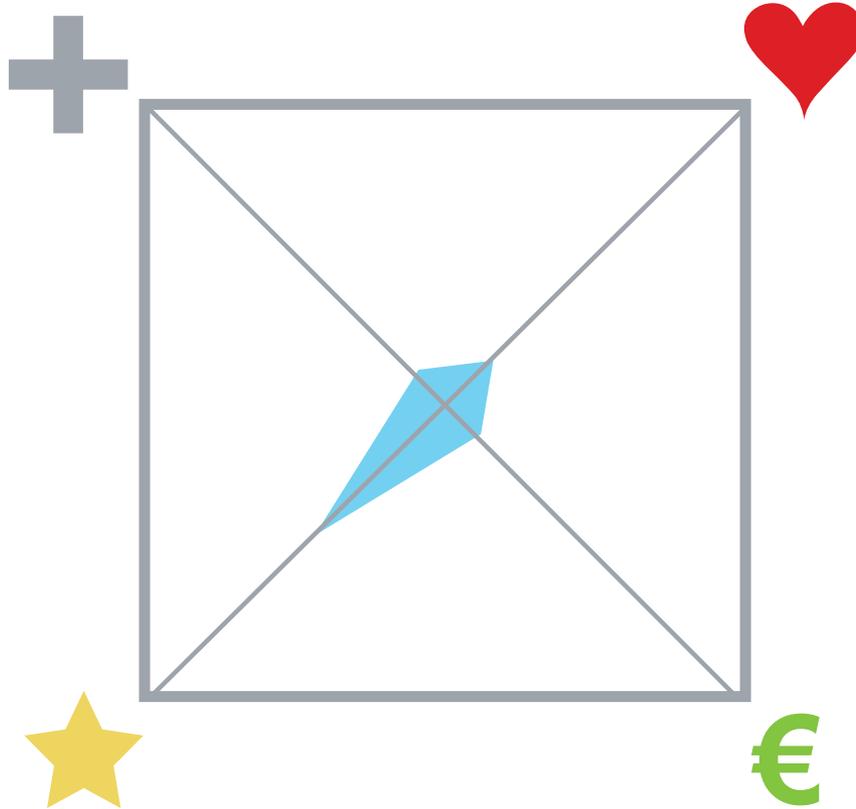
# Personal+Social



Realtà 1

Lavoro per un  
brand  
riconosciuto

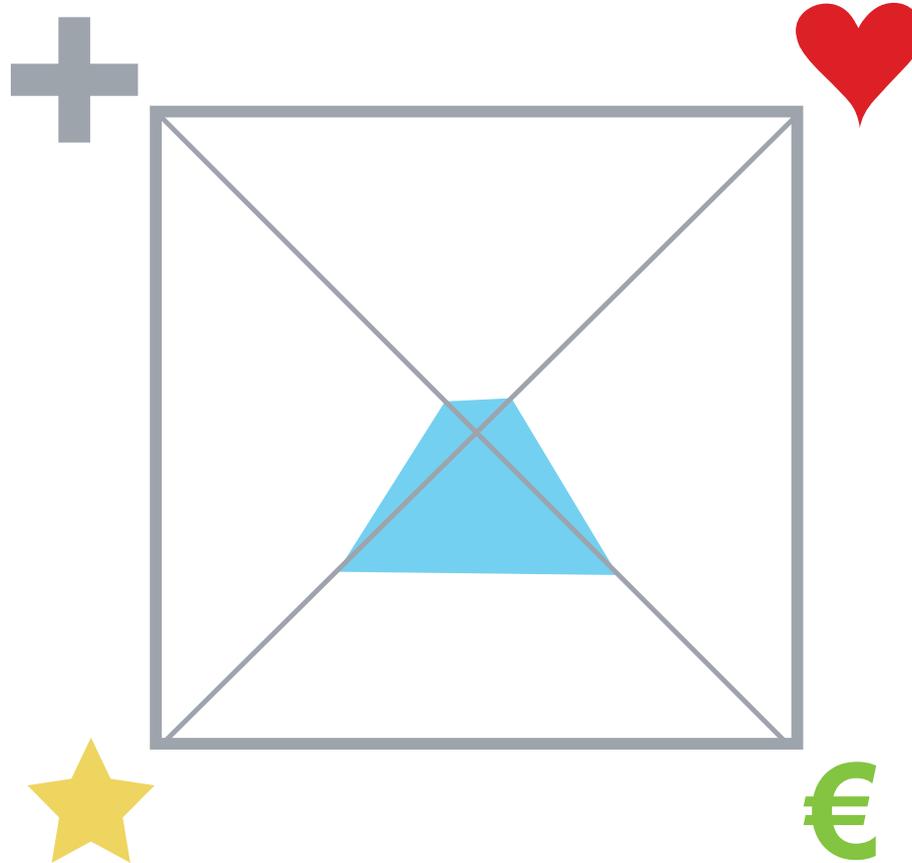
# Personal+Social



Realtà 2

Passano gli  
anni

# Personal+Social



Realtà 3

Per chi ce la  
fa

# **Brand: In cosa consiste il consenso?**

## **★ Soddifazione personale**

Avere un'occupazione che mi piace fare

## **★ Imparare nuove cose**

Coltivare un network di conoscenze e sapere come ci si muove (fare esperienza)

## **★ Soldi**

Riuscire a pagare l'affitto

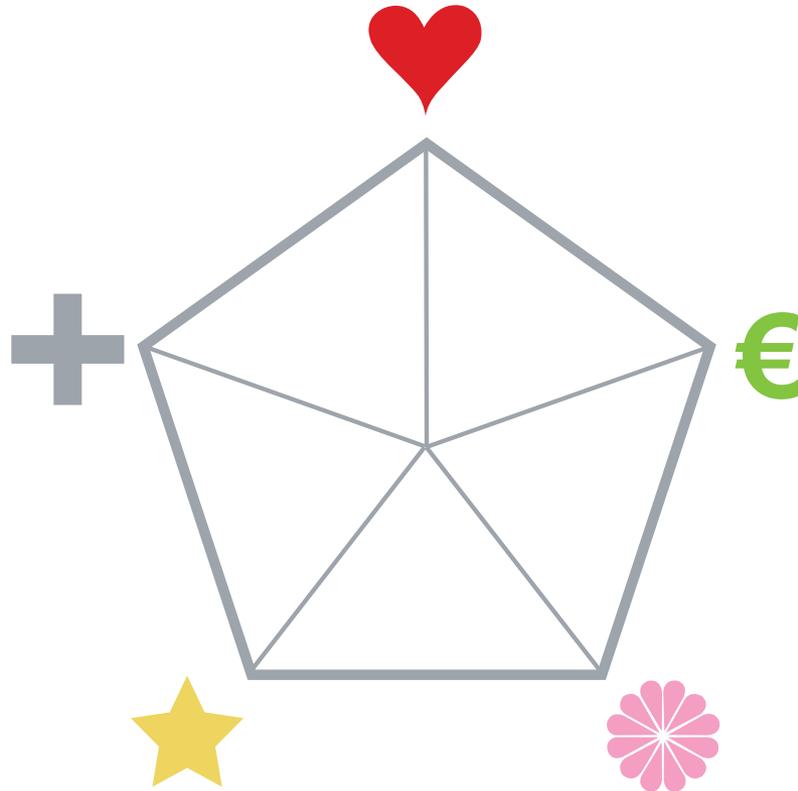
## **★ Valorizzazione sociale**

Riconoscimento da parte di una collettività di pari ma soprattutto dei big players del campo.

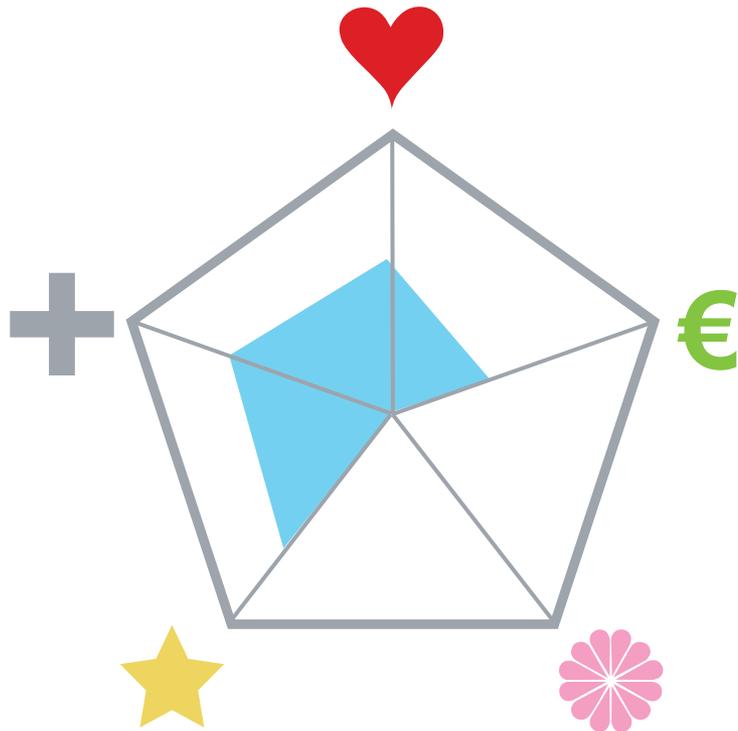
## **★ Impatto Sociale e Ambientale**

Il mio lavoro è utile o nocivo alla società nel suo insieme?

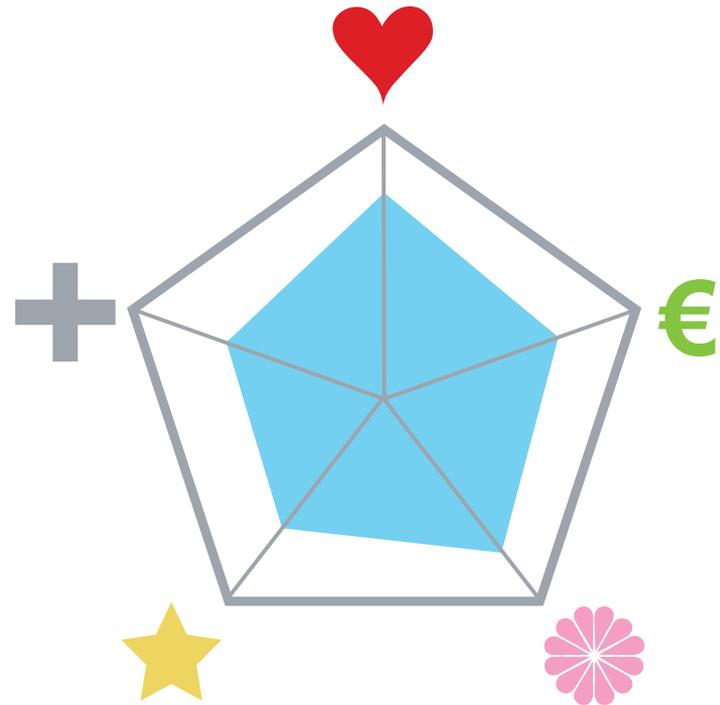
# Pentagramma del Lavoro Creativo



# Pentagramma del Lavoro Creativo



Felicità  
con i grand brand



Felicità  
con i brand sociali

# Due percorsi complementari

## ★ Campagne/Discorsi

- Lavori gratuiti/stage
- Cos'è il lavoro creativo/cognitivo
- La creatività come processo sociale
- Sovrapproduzione di cognitari
- Università come fabbriche di lavoratori precari
- New Welfare
  
- Diritti digitali
- Commons
- Proprietà intellettuale

## ★ Nuovo Scenario che risponde: "chi mi valorizza?"

- Sindacati
- Partiti di sinistra
- ONG
- Piccoli network di produzione
- Fabbriche occupate
- Brand sociali
  
- Spazi pubblici di valorizzazione sociale



[Testicle Cancer](#) | [Breast Cancer](#) | [Male Breast Cancer](#) | [Prostate Cancer](#) | [Colon Cancer](#) | [Liver Cancer](#) | [Cervical Cancer](#)

- [WHAT IS CANCER](#)
- [CANCER SYMPTOMS](#)
- [CANCER FACTS](#)
- [CANCER TREATMENTS](#)
- [BREAST CANCER AWARENESS](#)
- [CANCER SURVIVOR](#)
- [SURVIVAL RATE](#)

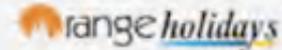
Per conoscere le terapie contro il cancro attualmente disponibili, i rischi e i benefici, i possibili effetti collaterali e la loro gestione. Per richiedere informazioni, scambiare idee e condividere le proprie esperienze.

Related Topics: [Alternative Medicine](#) | [Hypertension](#) | [Healer Products](#) | [Alternative Healer](#) | [Natural Healing](#) | [Holistic Healing](#) | [Mesothelioma](#) | [Bone Cancer](#) | [Cancer Prevention](#)


[Cancer Detection](#) | [Mastectomy](#) | [Blood Cancer](#) | [Lung Cancer](#) | [Kidney Cancer](#) | [Bladder Cancer](#) | [Pancreas Cancer](#)

- About Us
- Our Focus
- Clients
- Work
- Case Studies
- Contact
- News



SIX''

Agentur	Jung von Matt/Donau
Kunde	WWF Österreich
Titel	Spendenkampagne
Medium	Print

Ziel	Rettet die Welt mit ein paar Münzen.
------	--------------------------------------

01 / 04 zurück weiter



## KREATION

### Aktuelle Arbeiten Evergreens

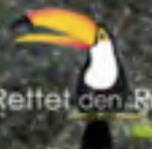
zurück zum Menü

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <p>“Du bist Deutschland”<br/>13TH STREET<br/>Almette<br/>Alzheimer Forschung Initiative<br/>Apollo-Optik<br/>Apomea.de<br/>arte<br/>AUDIO VIDEO FOTO BILD<br/>Austrian Airlines<br/>Bank Austria Creditanstalt<br/>Berliner Flughäfen<br/>BIC<br/>BILD<br/>Bild am Sonntag<br/>Bitburger<br/>Blaupunkt<br/>Bosch Elektrowerkzeuge<br/>Bosch Hausgeräte<br/>Bosch Lawn&amp;Garden<br/>Brandt<br/>CWS<br/>Danone<br/>Das Vierte<br/>Der Kleine Nazareno<br/>derStandard.at<br/>Deutsche Post / DHL<br/>Deutsche Post / World Net<br/>Deutsches Theater Berlin<br/>Duplo<br/>e-plus<br/>EA<br/>eBay<br/>einestages.de</p> | <p>EnBW - JuM/Elbe<br/>EnBW - JuM/Neckar<br/>Eselboecks Weinsselektion<br/>Fanta<br/>Fisher Price<br/>GIS<br/>Gore-Tex<br/>Guhl<br/>Gunn Report<br/>IKEA<br/>Immonet<br/>IWC<br/>Jamba<br/>Julius Bär<br/>Jung von Matt/Alster<br/>K-fee<br/>Kabel Deutschland Online<br/>Kalaydo.de<br/>kinder bueno<br/>Kinder pingui<br/>Konzerthaus Dortmund<br/>L-Bank<br/>Leiner<br/>Mercedes-Benz<br/>Mey<br/>MTU<br/>myvideo.de<br/>Nintendo<br/>Noah<br/>OBI<br/>ONE<br/>ORF, OE3<br/>Pfanni</p> | <p>PX-Group<br/>readybank<br/>Rei<br/>Rei in der Tube<br/>richard<br/>Ricola<br/>Römerquelle<br/>Römerquelle - EmotionMail<br/>Römerquelle - Website<br/>Saturn Austria<br/>Schauspielhaus Wien<br/>SIGA<br/>Sixt<br/>Sixt Gibsnisch<br/>Smart<br/>Solon Solartechnik<br/>Sozialprojekte.com<br/>Sparkasse<br/>Städtliche Museen zu Berlin<br/>Stiftung Pfadfinden Internet<br/>Swiss WorldCargo<br/>tagesspiegel.de<br/>Tape-Art<br/>TUI<br/>TV Spielfilm<br/>Verbund, Austria Power<br/>Versafel<br/>Viebrockhaus<br/>West<br/>WirtschaftsWoche<br/><b>WWF</b><br/>Yello Strom</p> |
|--|---|--|



**Stop men!**

Every single minute  
**6.000** trees in the  
tropical rainforest are cut.  
**Help us to stop the**  
clearing of the rainforest.  
[www.RettetdenRegenwald.de](http://www.RettetdenRegenwald.de)



Rettet den Regenwald e.V.

# DRAFTFCB

WER WIR SIND

WIE WIR DENKEN

WAS WIR TUN

*ABN AMRO / RBS*

*ARAL/Payback*

*AUDI*

*Beiersdorf*

*DB Autozug*

*Deutsche Messe*

*Deutsche Welthungerhilfe e.V.*

*Draftfc Deutschland*

*Financial Times Deutschland*

*HypoVereinsbank*

*impulse*

*Kraft*

*Legal & General*

*Lieken Urkorn*

*Lindt*

*mailingtage*

• **NOVARTIS**

*Navaya Gazeta*

*Olympus*

*SC Johnson*

*terre des hommes*

*Varta Automotive*

*Weisser Ring*

*Wyeth*

**Intro**

**FORTEKOR®**

Was wir tun | NOVARTIS

## NOVARTIS

Die Anfang 2008 angelaufene Kampagne für FORTEKOR® setzt zusätzlich zu Anzeigen in Fachtiteln, hochwertigem Info-Equipment für die Tierarztpraxis, Mailings sowie Unterlagen für den Außendienst auch auf Maßnahmen zur Information der Tierhalter.

Ein Teil des bestehenden internationalen Brands wird mit einer starken und leicht verständlichen Symbolik aufgeladen und fungiert als involvierendes Element in der Kommunikation. Unter dem Motto <sup>10</sup>Werfen Sie den Rettungsring<sup>01</sup> wird bei den Zielgruppen so Aufmerksamkeit und nachhaltiges Markenbewusstsein geschaffen

**E' importante costruire simboli e riferimenti culturali attraverso gli strumenti comunicativi del brand**

- Rompere l'atomizzazione e coagulare partecipazione attraverso stili e simboli che competono con la cultura dei grandi brand

# **Ma è anche necessario rendere concrete alternative di soddisfazione personale/professionale**

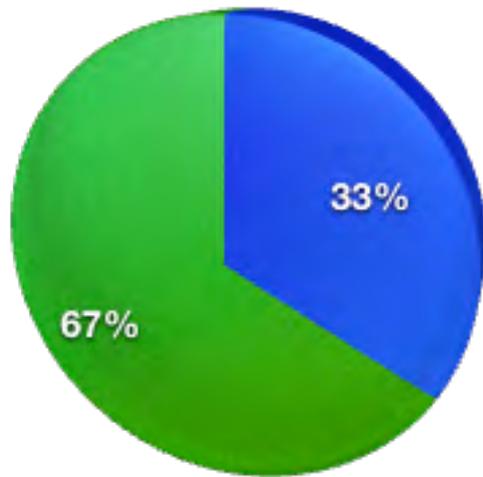
- Costruire network alternativi che diventano laboratori, simbolo di un modo nuovo di lavorare.
- Costruire iniziative pubbliche di valorizzazione sociale

# Combattere la precarietà nelle industrie creative

- ★ Fare uno sforzo per costruire un **nuovo tipo di consenso** (*I want to work for them!*)
- ★ Essere in grado di sconfiggere il monopolio di determinare **cosa è figo e desiderabile** nella nostra società.
- ◆ **Il monopolio nella costruzione di immaginari e desideri** è ciò che permette alle aziende di:
  - sfruttare i lavoratori
  - vendere prodotti (spesso inutili)
  - definire stili di vita e relazione
  - appropriarsi degli spazi pubblici della città

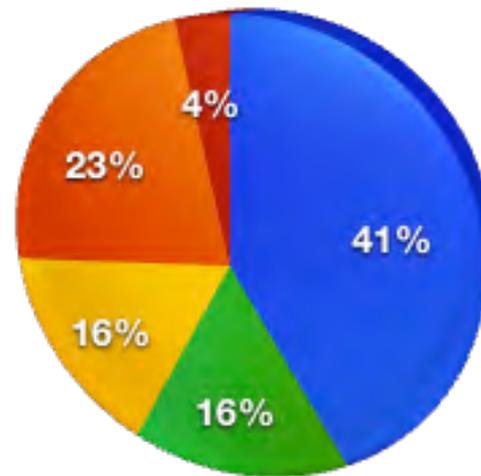
**Ricerca sui lavoratori della moda  
Milano e Provincia  
Alcuni dati**

**Maschi e Femmine**



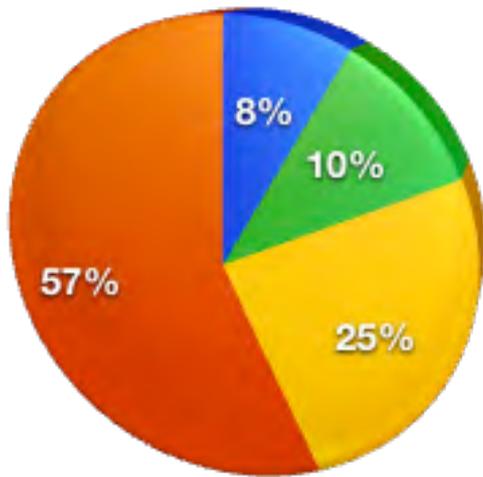
● M ● F

**Tipo di azienda**



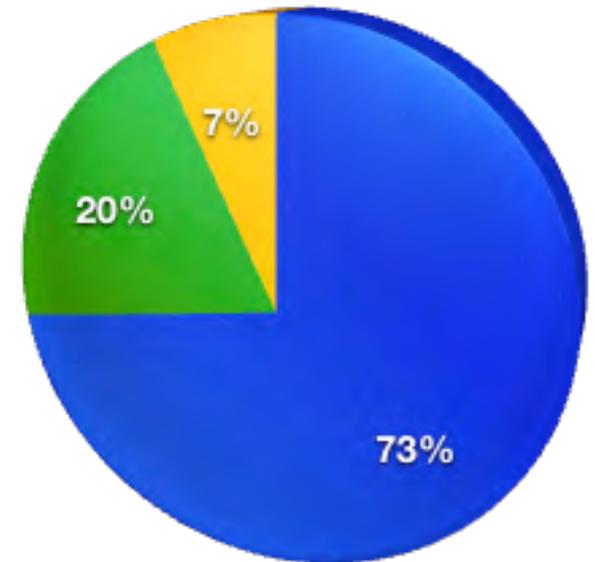
● Freelance  
● Servizi per grandi brand  
● Grande brand  
● Altro  
● Servizi per 1 grande brand

**Anni lavorati**



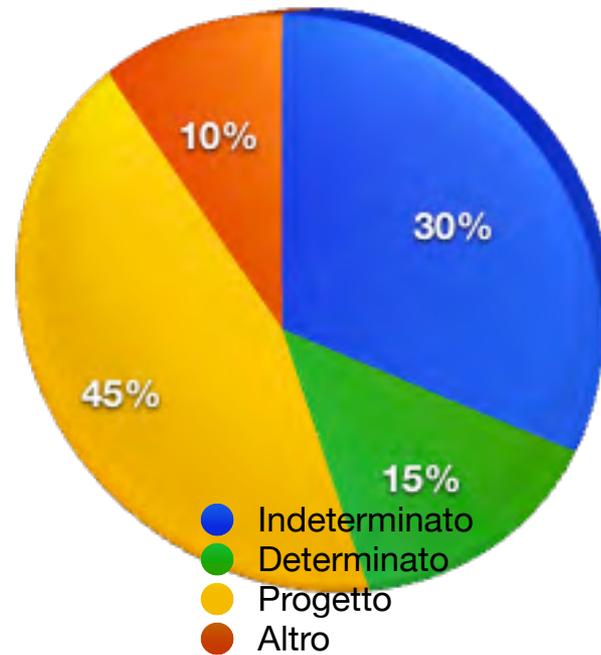
- Meno di 1 anno
- 1-2 anni
- 2-5 anni
- + 5 anni

**Quale contratto autonomo hai?**



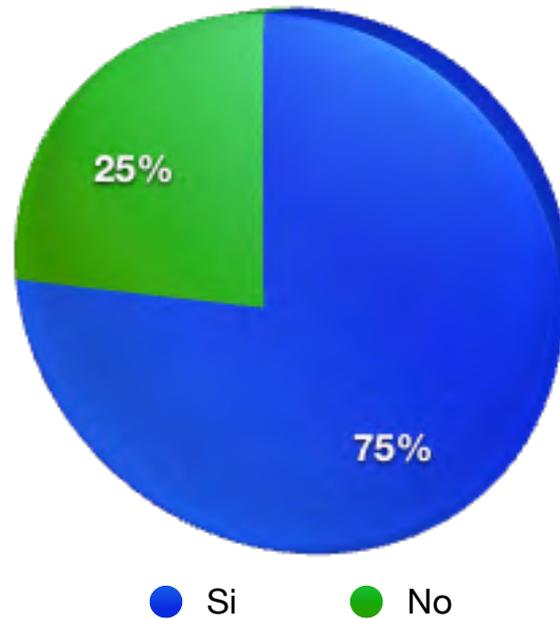
- Partita Iva
- CoCoPro
- altro

**Quale contratto dipendente hai?**



- Indeterminato
- Determinato
- Progetto
- Altro

### Sei soddisfatto del tuo lavoro?



- **In cosa ti soddisfa meno?**

40% Nello stipendio

- **In cosa ti soddisfa di più?**

20% Autonomia di svolgimento

18% Creatività

## Altri dati

- 56% Ritardi nei pagamenti
- **10% Non hanno ricevuto pagamento**
- 68% Dichiarano di non avere abbastanza soldi per mettere su una famiglia
- **66% Ha chiesto aiuto economico alla famiglia**
- 33% lavora spesso nel weekend
- **17% lavora spesso di notte**
- 42% vive in coppia
- **22% vive da solo**
- 12% vive con genitori
- **73% non è attivo politicamente**
- 60% non è religioso
- **62% non fa sport regolarmente**

