



ASSOLOMBARDA
Confindustria Milano Monza e Brianza

Analisi e strumenti per un territorio attrattivo

Executive Summary

RICERCA

N°05/2016

A cura del Settore

Competitività Territoriale, Ambiente ed Energia

Executive summary Assolombarda della ricerca
realizzata in collaborazione con il Politecnico di Milano

Indice

3 punti di vista per una strategia di attrazione degli investimenti

Parte 1

Caratteri e distribuzione dell'attuale offerta insediativa nell'area metropolitana milanese	4
Un'offerta territoriale efficace	5
Forti criticità insediative nei territori più ricchi di imprese	6
Un'offerta frammentata	7
Le potenzialità delle aree dismesse	8
Le priorità per una politica attrattiva	9

Parte 2

I criteri di scelta localizzativa delle imprese	10
Conoscere la domanda	11
Principali fattori nelle scelte insediative delle imprese	12
Strategie immobiliari e dimensione dell'impresa	13
Influenza dell'innovazione rispetto ai legami dell'impresa con il territorio	14

Parte 3

Benchmark internazionale di misure attivate e replicabilità in Italia	18
Le fasi del processo di attrazione di un investimento sul territorio	19
8 best practice internazionali e loro replicabilità in Italia	20
Driver per l'attrazione	21
Cosa fare subito	22

1

Caratteri e distribuzione dell'attuale
offerta insediativa nell'area
metropolitana milanese

Un'offerta territoriale inefficace

I dati territoriali regionali non permettono di costruire una mappa dell'effettiva offerta territoriale per

attrarre **nuove imprese** dall'estero

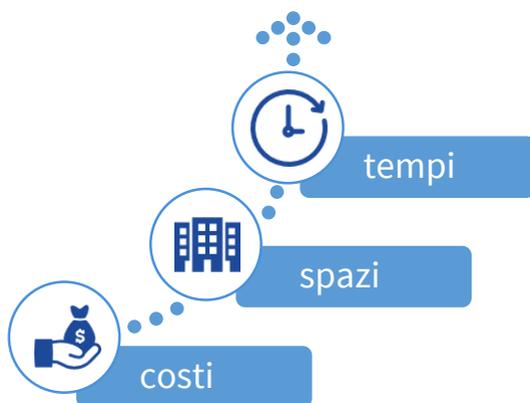
e

favorire lo **sviluppo** delle imprese già

insediate sul territorio

Per creare un “**pacchetto di offerta territoriale**”

serve certezza di



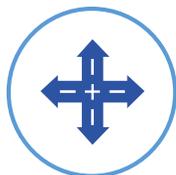
Forti criticità insediative nei territori più ricchi di imprese

Nei territori di Milano, Lodi, Monza e Brianza **dove la struttura produttiva è più densamente presente la domanda insediativa è maggiore**, ma l'offerta localizzativa presenta rilevanti punti critici:



Congestione della rete stradale per trasporto merci e persone

Elevata domanda di accessibilità diffusa



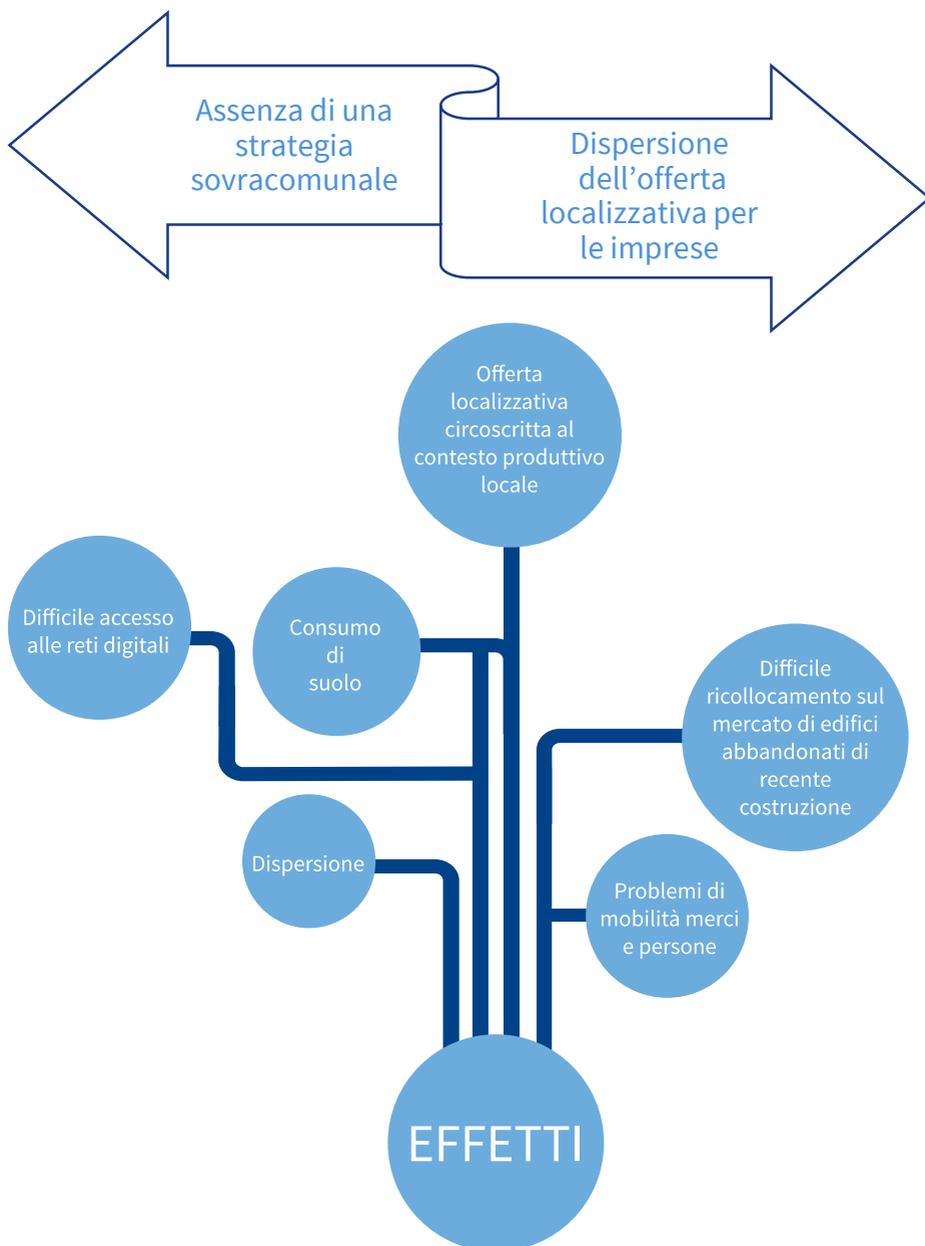
Difficoltà di ampliamento delle attività esistenti

Scarsità di aree greenfield per nuove localizzazioni



Commistione delle aree produttive con centri abitati

Un'offerta frammentata



Le potenzialità delle aree dismesse

A quali **condizioni** le aree dismesse rappresentano una soluzione possibile per ospitare nuovi insediamenti produttivi?



Le priorità per una politica attrattiva

Priorità per una strategia localizzativa sovracomunale dedicata alle attività produttive e coerente con le dinamiche insediative delle imprese:



Accessibilità infrastrutturale



Possibilità ampliamento delle attività esistenti



Procedure chiare e certe



Contesto dinamico

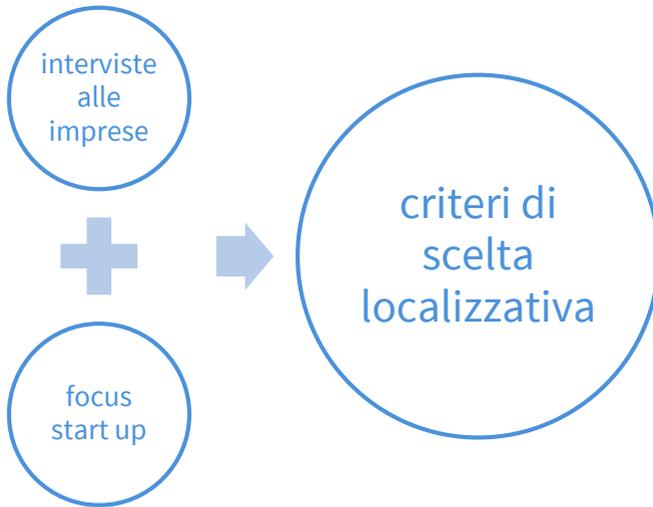


Infrastrutturazione digitale

2

I criteri di scelta localizzativa
delle imprese

Conoscere la domanda



Dinamiche insediative delle imprese
prioritariamente condizionate da
dimensione e tasso di innovazione
dell'azienda, più che dal tipo di produzione

Principali fattori nelle scelte insediative delle imprese



START UP

- elevata qualità della vita
- ambiente favorevole allo scambio tra aziende
- bassa tassazione
- politiche incentivanti



PMI IN SETTORI TRADIZIONALI

- incidenza del carico fiscale
- burocrazia snella
- assenza di esigenze di bonifica



GRANDI AZIENDE MULTINAZIONALI

- istituzioni efficienti
- elevata qualità della vita
- manodopera di qualità
- attenzione alla sostenibilità
- assenza di esigenze di bonifica



FATTORI TRASVERSALI

- qualità dell'informazione
- vicinanza ai fornitori
- accessibilità
- costo dell'insediamento
- servizi alla persona e contesto dinamico

Strategie immobiliari e dimensione dell'impresa



START UP

Tendono a non investire nell'acquisizione di un patrimonio immobiliare



**PMI IN SETTORI
TRADIZIONALI**

Tendono ad avere un patrimonio immobiliare di proprietà, che a volte rappresenta un limite alla crescita



**GRANDI AZIENDE
MULTINAZIONALI**

Effettuano una programmazione strategica dello sviluppo del proprio asset immobiliare in stretto collegamento con i piani di sviluppo del proprio business

Influenza dell'innovazione rispetto ai legami dell'impresa con il territorio



L'attività di un'impresa si radica sul territorio SE...

- per le imprese innovative: SE il territorio esprime in specifici settori un **brand particolarmente significativo** (es. design)
- per le imprese tradizionali: SE la **tipicità del prodotto** è legata a materie prime locali e lavorazioni specifiche che diventano brand (es. agroalimentare)

3

Benchmark internazionale di misure
attivate e replicabilità in Italia

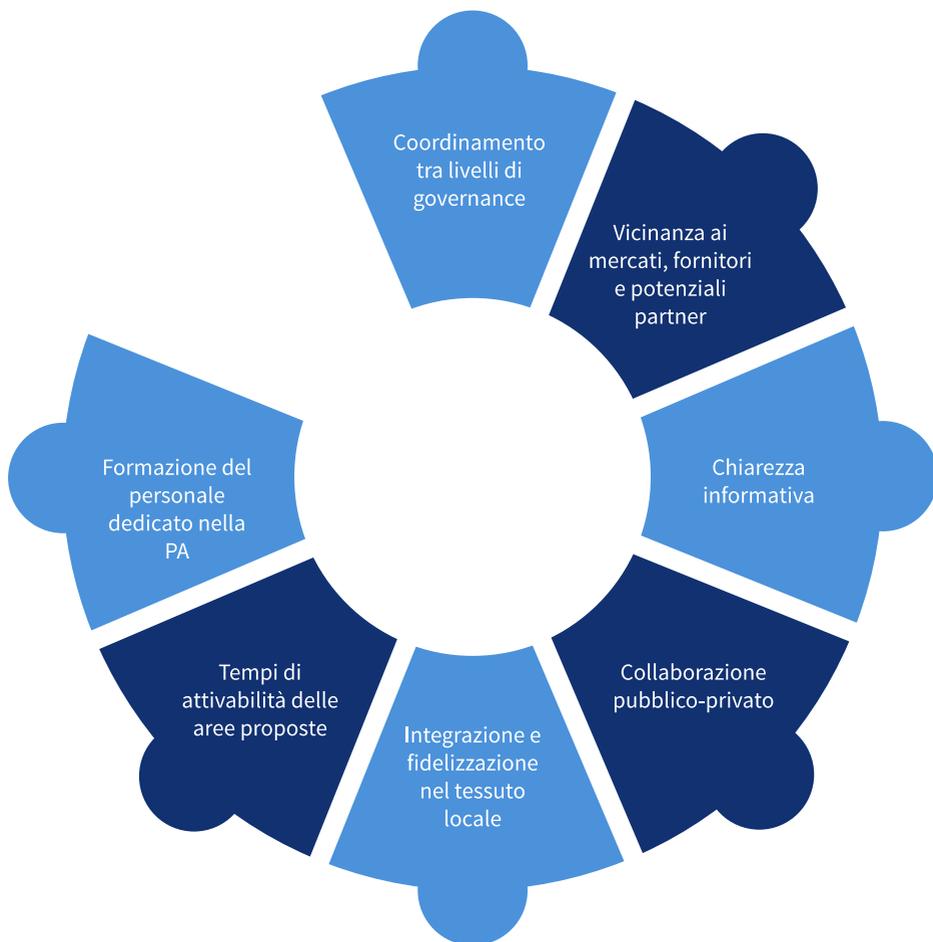
Le fasi del processo di attrazione di un investimento sul territorio



8 Best practice internazionali e loro replicabilità in Italia

MISURA	PAESI NEI QUALI È APPLICATA	GRADO DI APPLICABILITÀ (REPLICABILITÀ)	GRADO DI ADERENZA ALLE ESIGENZE DELLE IMPRESE
1. La riduzione del rischio legato alla burocrazia: la polizza assicurativa per le imprese	Mosca, Russia	BASSO ● ○ ○	ALTO ○ ○ ●
2. Un contesto economico innovativo e vivace: le eccellenze londinesi come ambasciatori del territorio	Londra, Inghilterra, UK	MEDIO ○ ● ○	MEDIO ○ ● ○
3. La chiarezza e l'accessibilità delle informazioni: il database dell'offerta territoriale	Moldavia, Russia, Polonia	ALTO ○ ○ ●	MEDIO-ALTO ○ ● ●
4. La certificazione qualitativa dell'offerta insediativa: il Golden Site contest per determinare i siti con parametri favorevoli all'investimento	Polonia	MEDIO-ALTO ○ ● ●	MEDIO-ALTO ○ ● ●
5. L'offerta insediativa per le imprese ad alto tasso di innovazione: l'offerta territoriale in 3D	Slovenia	MEDIO ○ ● ○	BASSO ● ○ ○
6. I servizi a supporto dell'impresa nella fase di avvio: il temporary office in loco per il potenziale investitore	Giappone	ALTO ○ ○ ●	MEDIO ○ ● ○
7. L'interlocutore unico: il ruolo del project manager evoluto nell'affiancamento all'investitore	Ungheria, Corea	MEDIO ○ ● ○	ALTO ○ ○ ●
8. La semplicità nell'avvio dell'impresa: l'E-Residency, la cittadinanza digitale	Estonia	BASSO ● ○ ○	BASSO ● ○ ○

Driver per l'attrazione



Cosa fare subito



!