

# QUARTO PROGRAMMA STRATEGICO 2008-2010 DELLA PROVINCIA DI MILANO

*“SUPPORTING  
INNOVATIVE PEOPLE*

*CREATING  
INNOVATIVE PLACES”*



Provincia  
di Milano

# PRESENTAZIONE

Il processo di riforma amministrativa, che ha portato ad una nuova e diversa distribuzione delle competenze tra le amministrazioni centrali e gli enti locali, ha consentito a questi ultimi di definire e di esercitare un nuovo protagonismo in materia di sostegno all'innovazione e di promozione dello sviluppo economico dei contesti territoriali di riferimento.

La forte attenzione ai temi dello sviluppo economico locale e all'elaborazione di precise linee di intervento per quanto riguarda il sostegno alle imprese e ai loro processi di innovazione è una caratteristica che contraddistingue da sempre l'azione della **Provincia di Milano**.

L'individuazione delle linee strategiche di intervento deriva dalle indicazioni politico-programmatiche che provengono dal Governo dell'Ente e da una ormai consolidata attività di consultazione dei principali attori istituzionali ed economici dell'area milanese: associazioni imprenditoriali, Camera di Commercio, università, agenzie di sviluppo e centri di ricerca.

Questa attività trova il suo punto di sintesi nell'elaborazione di un **“Programma strategico per il sostegno all'innovazione e alla crescita delle attività produttive”** che ha valenza triennale e che, con il presente documento, giunge alla sua **quarta edizione**.

I positivi risultati ottenuti nelle precedenti edizioni del Programma Strategico ci spronano a perseguire nella sfida di consolidare il percorso di trasformazione del nostro tessuto produttivo puntando allo sviluppo della “economia della conoscenza”.

Nelle sfide della competizione globale occorre, infatti, sempre più un intervento mirato alla valorizzazione dei tanti talenti presenti nella nostra area e nell'intero paese.



Filippo Penati  
Presidente della Provincia di Milano



# INDICE

<b>SUMMARY</b>	pag. 4
<b>NUOVE POLITICHE PER L'INNOVAZIONE</b>	pag. 6
1. Sviluppo urbano ed economia della conoscenza	pag. 6
2. Innovazione e creatività	pag. 8
3. Innovazione, ICT e social networking	pag. 10
4. Un approccio cross-settoriale	pag. 12
<b>GLI OBIETTIVI, LE LINEE D'AZIONE, LE INIZIATIVE</b>	pag. 14
1. Una declinazione per l'area milanese	pag. 15
2. I nuovi obiettivi del Programma strategico	pag. 16
3. Le azioni e le iniziative	pag. 18
3.1 Supportare l'affermazione della "comunità degli innovatori"	pag. 18
3.2 Rafforzare il valore sociale dell'innovazione	pag. 19
3.3 Sfruttare le opportunità della rete e di Milano città-digitale	pag. 20
3.4 Rafforzare il tessuto connettivo tra creatività e innovazione, promuovere i "luoghi" dell'innovazione	pag. 21



## SUMMARY

Il **Quarto Programma Strategico per l’Innovazione 2008-2010 della Provincia di Milano**, proseguendo le precedenti esperienze, si propone quale strumento di programmazione e di conoscenza e si rivolge agli attori del sistema dell’innovazione e ai cittadini con l’obiettivo di sostenere la trasformazione e la competitività dell’area metropolitana milanese.

In particolare il **Quarto Programma Strategico 2008-2010**:

- ☞ collocandosi nei nuovi scenari locali ed internazionali, focalizza il suo interesse sulla **dimensione cognitiva dell’economia** e mette al centro la **regione urbana milanese** come luogo da cui dipartono le azioni di sviluppo dell’intero territorio del nord ovest
- ☞ punta al **rafforzamento della dimensione qualitativa dei contesti territoriali** come condizione dello sviluppo e della competitività, concentrando in modo particolare l’attenzione sulla “**città allargata**” come luogo dove le nuove relazioni produttive vivono, si sviluppano e alimentano un sistema in grado di raccogliere le sfide poste dall’innovazione, dalla globalizzazione dell’economia e dall’era digitale.

Da questo punto di vista rafforza le indicazioni già contenute nel precedente Programma Strategico 2005-2007 in cui era stata proposta una visione dell’innovazione che sottolineava la funzione dei sistemi territoriali come fornitori e produttori di servizi avanzati e come ambiti caratterizzati da efficacia dell’azione della pubblica amministrazione e da una qualità ambientale e sociale complessiva

☞ **il Quarto Programma Strategico 2008-2010** in particolare definisce, sia dal punto di vista concettuale sia da quello più concreto, nelle azioni da attivare, quattro obiettivi principali:

- **il supporto all'affermazione della “comunità degli innovatori”**
- **il rafforzamento del valore sociale dell'innovazione attraverso il sostegno ai processi/progetti innovativi non solo in campo tecnologico**
- **il pieno sfruttamento delle opportunità della rete e di Milano città digitale**
- **il rafforzamento del tessuto connettivo tra creatività e innovazione attraverso il sostegno all'affermazione di nuove reti materiali e attraverso la promozione di nuovi “luoghi dell'innovazione”.**



# NUOVE POLITICHE PER L'INNOVAZIONE



## 1. Sviluppo urbano ed economia della conoscenza

Le città, e in particolare le grandi aree metropolitane, sono tornate al centro del dibattito internazionale legato ai temi dell'innovazione e dello sviluppo economico.

Le città, infatti, vengono considerate un “*conglomerato composito di capitale fisso sociale utile per la crescita*” e nel loro processo di crescita esse espandono le dimensioni del sistema economico sul quale si fondano, grazie alle esternalità positive che offrono a chi produce e scambia ricchezza.

Il modello urbano più evoluto vede la sua forza trainante nell'industria dei servizi e accompagna il cammino del sistema produttivo verso il modello fondato sull'**economia della conoscenza**. Nell'economia della conoscenza il vero capitale delle imprese è costituito dalle **persone e dalla loro qualità** e affinché questa ricchezza si sviluppi è necessario che le **imprese** e le nuove idee possano **emergere** e crescere.

Ai **lavoratori della conoscenza**, attivi proprio nelle grandi aree metropolitane, viene affidato il ruolo di connessione tra il vecchio e il nuovo utilizzando reti di relazioni formali e informali. Occorre quindi vedere **la città come motore dello sviluppo regionale** in cui vengono attuate azioni tese a promuovere competitività, coesione sociale, qualità della vita e valorizzazione del patrimonio sociale e culturale.

Non bisogna però dimenticare che le città si trovano ad affrontare anche alcuni importanti problemi che possono condizionare il loro sviluppo futuro e lo sviluppo dei contesti territoriali in cui sono inserite: una

seria tendenza alla sub urbanizzazione, alla concentrazione di sacche di povertà e disoccupazione ed una maggiore congestione del traffico. Problemi complessi che richiedono **soluzioni integrate** che integrano le politiche per lo sviluppo e l'innovazione con le politiche in materia di trasporti, alloggi, formazione e integrazione sociale.

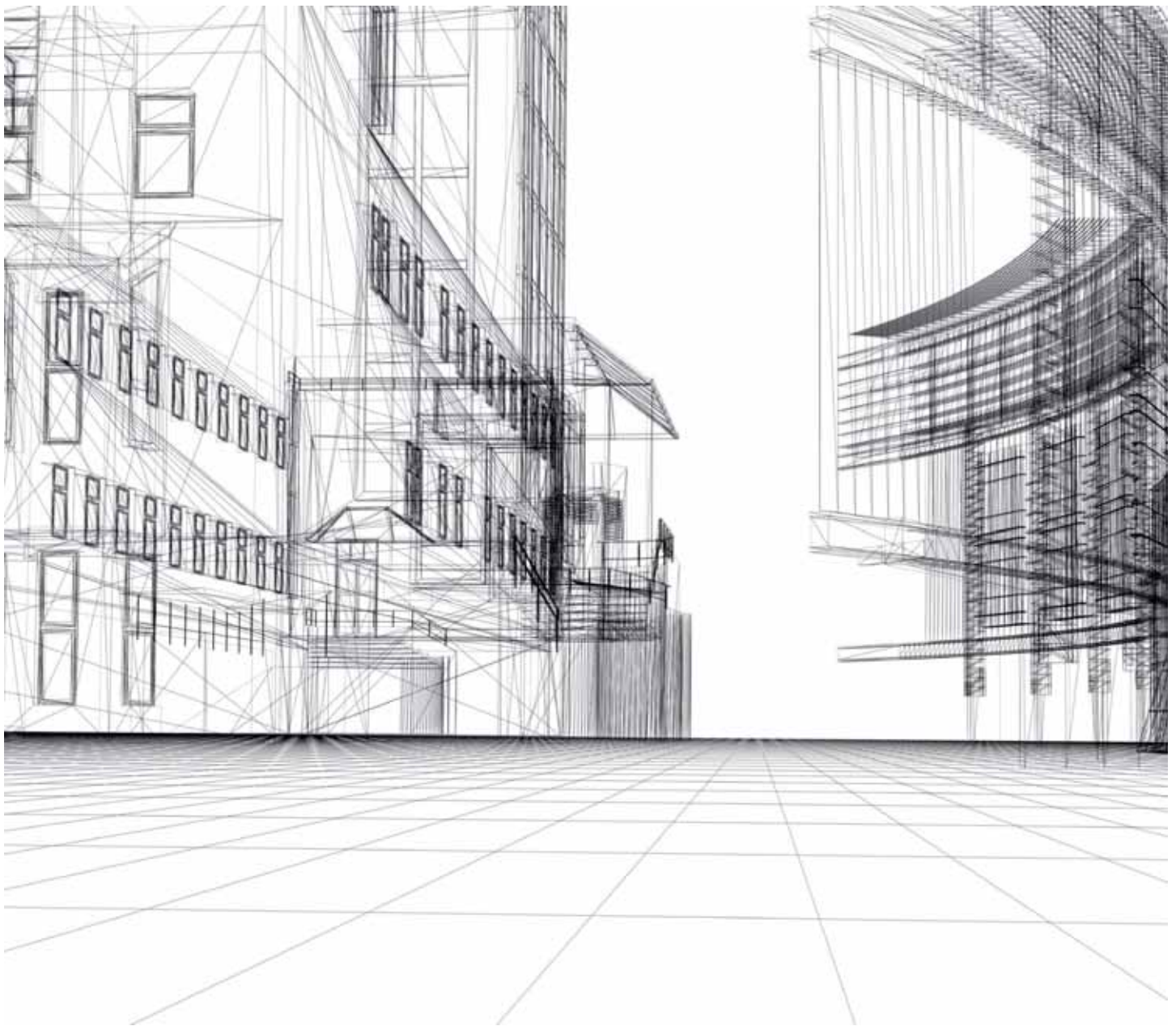
### *La UE e l'economia della Conoscenza*

L'UE nel 2000 con l'“**Agenda di Lisbona**” si è proposta di fare dell'Europa “ l' economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica del mondo, in grado di realizzare una crescita economica sostenibile con nuovi e migliori posti di lavoro e una maggiore coesione sociale” entro il 2010.

Anche gli “**Orientamenti strategici comunitari per la coesione, sociale e territoriale 2007-2013**” che regolano l'utilizzo dei Fondi europei , impongono un **riorientamento strutturale dell'economia verso le attività basate sulla conoscenza e sulla ricerca scientifica e tecnologica**, promuovendo l'innovazione attraverso prodotti, processi e servizi nuovi o migliorati in grado di far fronte alla **concorrenza internazionale**.

Essi sottolineano il ruolo delle città :“**le città, e le aree urbane** in generale, sono il luogo in cui si concentra la maggior parte dei posti di lavoro, delle imprese e degli istituti di istruzione superiore. Sono quindi un elemento fondamentale per la coesione sociale. Le città e le aree metropolitane europee tendono ad attrarre i lavoratori più qualificati creando spesso un circolo virtuoso che, stimolando l'innovazione e le imprese, aumenta la propria capacità di attrazione nei riguardi dei nuovi talenti”.

Le azioni volte a promuovere le **città come motori di sviluppo** dovrebbero, secondo l'Unione Europea, includere misure finalizzate a promuovere l'imprenditorialità, l'innovazione e lo sviluppo dei servizi, compresi quelli alle imprese. Risulta a tal fine importante **attrarre e mantenere personale altamente qualificato** attraverso misure volte a promuovere e sostenere lo sviluppo dei talenti, a promuovere l'accessibilità e l'offerta di servizi culturali.



### **Milano città-regione**

Nella prospettiva di puntare sulla “città allargata” come motore dello sviluppo regionale, occorre individuare quale ruolo gioca attualmente e potrà giocare Milano nel futuro, individuando anche lo scenario a medio termine, con particolare riferimento ai temi legati all’innovazione

Milano è cresciuta mantenendo la caratteristica di “terra di Mezzo”, come il suo stesso nome sembrerebbe indicare. **Milano** è infatti divenuta la città italiana che meglio di ogni altra è riuscita ad inserirsi nel mezzo dei flussi economici- produttivi internazionali e a mantenere uno dei più alti tassi di innovazione di sistema del contesto italiano.

Milano non solo città della finanza italiana, capitale mondiale della moda e del design, ma anche sistema produttivo specializzato nella chimica e farmaceutica

(con un emergente cluster nelle biotecnologie), nella meccanica ed elettromeccanica e nelle telecomunicazioni.

Dal punto di vista territoriale sono ormai saltati i confini amministrativi e geografici assorbiti da un continuum urbano e da una rete di economie di rete.

Da città metropolitana Milano diviene una **mega city region** che supera i confini stessi della Lombardia, arrivando in Piemonte, Emilia e fino al Canton Ticino puntando a costruire un sistema di reti e alleanze anche con altre mega city region europee.

Nel confronto con l’Europa Milano dimostra però alcuni importanti limiti che si possono ricondurre alla insufficienza delle infrastrutture, alla scarsa capacità di attrarre talenti e nuove imprese multinazionali e all’incapacità di attuare alcuna forma di governance a livello metropolitano e di Regione Urbana Milanese.

Un particolare punto di debolezza è la bassa qualità ambientale del suo territorio che si accompagna ad una certa riduzione dell’offerta culturale e dell’entertainment, penalizzano il benessere dei residenti e la qualità della vita e la stessa attrattività del territorio.

Al di là di questi limiti Milano mantiene il suo punto di forza: essere al centro di importanti reti che da “locomotiva” del paese l’hanno trasformata in “gateway”, punto di interconnessione e accesso tra il sistema produttivo più vitale del Paese e il mondo globalizzato.

## 2. Innovazione e creatività

Nell'economia della conoscenza, la competizione si basa sempre più su fattori immateriali, premiando la ricerca e l'affinamento delle doti creative, del talento personale e delle capacità di metterlo a frutto in team di lavoro.

L'economia, nella sua attuale fase di transizione verso la **dimensione cognitiva**, vede sempre più le imprese nutrirsi delle facoltà creative delle persone, della loro capacità di individuare e risolvere problemi di natura complessa.

I creativi offrono un contributo fondamentale al sistema dell'innovazione in quanto portatori riconosciuti di ricchezza e occupazione riuscendo così ad attivare un flusso di risorse immateriali necessarie per sostenere lo sviluppo economico.

**Creatività e innovazione** sono quindi nell'attuale sistema di sviluppo economico collegati e interconnessi.

**L'impresa** chiede all'esterno "innovazione" nella sua forma più complessa composta da capitale umano e finanziario, informazioni sul mercato e sulla concorrenza, ecc.

**L'ambiente esterno** risponde fornendo nuove conoscenze innovative, nuovo personale di talento, finanza mirata all'innovazione, informazioni sulla psicologia del consumatore e sulle opportunità del mercato. Le scelte e gli stili di vita delle persone sono sempre più

influenzati da quello che R. Florida, nella ricerca "l'Italia nell'era creativa" definisce *ethos*.

In questo contesto la scelta di "dove vivere" diventa importante nella stessa misura del "per chi lavorare".

**La città diventa l'habitat privilegiato**, capace di favorire lo sviluppo della creatività. E' proprio l'ambito cittadino quello che può facilitare l'inclusione degli individui nell'economia creativa e della conoscenza e contrastare in questo modo anche le forme di emarginazione.

Lo sviluppo di politiche in grado di sostenere l'espansione della "classe creativa" è strettamente connesso all'obiettivo di **aiutare la città ad essere competitiva nell'era della economia della conoscenza**.

Ecco perché occorre fornire agli attori del sistema di produzione creativa un **tessuto connettivo fatto di luoghi urbani, tanto fisici quanto simbolico/tematici**, che permetta loro di istituire un alto grado di relazioni collaborative e un libero, continuo interscambio delle conoscenze acquisite.

Si manifesta, quindi, il **ruolo fondamentale della governance pubblica** del territorio a cui va il compito di individuare e promuovere **reti sociali e di comunicazione** dinamiche ed efficienti, innovazioni istituzionali, modelli organizzativi per lo sviluppo di nuovi valori culturali.



Le **Industrie Creative** in Europa si presentano caratterizzate da **tre forme di business**: moltissimi **liberi professionisti** e le **micro imprese**, numerose **piccole e medie imprese** e, infine, alcune **grandi major e media corporation** ottenendo così una media di 5 addetti per impresa. Mentre però i tradizionali settori industriali tendono a perdere la loro capacità di creare occupazione, le **Industrie Creative**, invece, **continuano ad avere un alto potenziale di crescita** e quindi acquisiscono un ruolo sempre più importante all'interno dell'**Agenda di Lisbona** e delle strategie di sviluppo industriale dell'intera **Europa**.

## Milano nell'economia della conoscenza

Milano deve riflettere su come cogliere le opportunità dell'economia della conoscenza e su come trarre vantaggio dallo sviluppo della sua classe creativa.

Le condizioni per sviluppare questa riflessione sono oggi tutte presenti e partono in primo luogo dalla **dalla fitta rete di imprese creative esistenti** ma anche da situazioni peculiari come la presenza di alcune fra **le migliori scuole internazionali di comunicazione, design e moda**, che collegate ad una reale presenza industriale del territorio costituiscono l'ideale mix per sviluppare quel fattore fondamentale per lo sviluppo della città che è la capacità di **attrarre talenti**.

La trasformazione di vaste aree della città da industriali ad aree caratterizzate dalla presenza di servizi avanzati, la crescita di una forte spinta all'imprenditorialità individuale, un diffuso orientamento positivo nei confronti dell'assunzione del rischio legato ad un'ampia tolleranza dei casi di insuccesso fanno dell'area milanese il luogo privilegiato per lo sviluppo della area creativa

Milano, svetta sulle altre città italiane per presenza di "capitale creativo"; tuttavia nonostante la consapevolezza di possedere le necessarie risorse economiche e finanziarie, il know-how imprenditoriale e un sostanzioso bacino culturale, fatica ad avviare e consolidare politiche atte a rendere fluida, permanente e diffusa la circolazione dei saperi e delle competenze proprie dei creativi.

Da questo punto di vista uno dei limiti maggiori è rappresentato dalla **dispersione** e dalla **disgregazione** dei soggetti creativi operanti in città a causa dell'**assenza di aree di aggregazione in grado di fungere da catalizzatori** dell'universo della creatività internazionale.

看见过 听说过 用到过

设计之都 制造

# made in milan

一起去发现 2007年7月5日-17日  
设计之都大 北京今日美术馆  
米兰 无穷无 地址: 北京朝阳区双桥子路82号卓展社区4号楼  
尽的创造力 与制造力

摄影  
吴少英水墨画作品集  
吴少英画展 (06.29-07.12)  
今日美术馆 (2007.06.29—2007.07.12)  
北京今日美术馆  
设计之都 (2007.08.09—2007.12.02)  
北京今日美术馆  
设计之都 (07.06.22—07.09.23)  
北京今日美术馆

www.milano-made-design.com  
www.zhuozhan.com.cn

### 3. Innovazione, ICT e social networking

L'era digitale ci ha portato in questi ultimi anni in un mondo diverso in cui sono cambiate radicalmente le relazioni sociali. La rete digitale può essere immaginata come un grande meccanismo che permette alle persone di interagire, lavorare, divertirsi e informarsi. Oggi siamo tutti collegati attraverso una rete in continua crescita che si configura appunto come **social network**.

La rete crea valore ed opportunità per le imprese e l'economia, ma permette anche alle persone di strutturare nuove interrelazioni che producono "capitale sociale", conoscenza diffusa e creatività non solo al servizio dell'economia ma del miglioramento della qualità della vita.

**L'ITC è già oggi la prima vera "Global Industry":** tutti i settori ne risultano, in maniera diversa, influenzati e rappresenta quindi la più grande industria mondiale. Il futuro disegna un sistema che comprende ricerca e sviluppo, creatività, tecnologie e finanziamenti, talento e innovazione.

La nuova realtà in cui ci troviamo a vivere è stata definita come **"l'era dell'accesso"**: un'era in cui "l'accesso" al sapere e la partecipazione sociale diventano

sempre più condizionate dal possesso di competenze tecnologiche che, integrate a quelle di base, ci consentano di "dialogare" con le tecnologie, garantendo nuove forme di democrazia e di equità sociale.

Purtroppo però la distribuzione e la velocità di introduzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione appare diversa tra paesi, regioni e settori, ed i vantaggi legati ad esse sono distribuiti in modo eterogeneo.

Lo sviluppo della società dell'informazione ha evidenziato l'esistenza di **ostacoli che impediscono l'accesso alle tecnologie** da parte di determinate categorie sociali, portando a nuove forme di analfabetismo e di esclusione sociale.

Compito delle politiche pubbliche di sostegno all'innovazione è accelerare l'attivazione di iniziative che consentano la riduzione di questi ostacoli, che incentivano **l'uso sociale della rete** e che sfruttano tutte le opportunità offerte dalla rete per ampliare l'offerta di **servizi innovativi on-line** destinati alle imprese e ai cittadini, con particolare riferimento ai servizi nel campo della salute e dell'assistenza.

#### *Digital divide e accesso alla rete: le indicazioni degli organismi internazionali*

**Il Vertice Mondiale sulla Società della Informazione (WSIS)** organizzato dall'Onu con la "Agenda di Tunisi" (2005). impegna i Paesi a usare il potenziale dell'ICT per creare un sistema pubblico dell'informazione e luoghi pubblici per l'accesso, che deve essere universale per superare i digital divide e affinché tutti possano fruire delle potenzialità dell'ICT per lo sviluppo.

**L'UNESCO** nel 2005 con la **Dichiarazione Universale della Conferenza Generale** ha proposto ai Paesi aderenti:

- di incoraggiare l' "alfabetizzazione digitale" e assicurare una maggiore padronanza delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione;
- di promuovere la diversità linguistica nel cyberspazio e incoraggiare l'accesso universale attraverso la rete globale a tutte le informazioni di pubblico dominio;
- di contrastare il divario digitale e incoraggiare la mobilità di creatori, artisti, ricercatori, scienziati e intellettuali e lo sviluppo di programmi e collaborazioni di ricerca internazionale.

Il **Forum per la Governance di Internet (IGF)**, appuntamento annuale promosso dall'ONU cui partecipano Governi, Imprese e Società Civile, nell'ultimo incontro di **Rio de Janeiro (2007)** ha posto l'attenzione, tra gli altri, sui temi dell'accesso alla rete, dei contenuti e dei servizi come prerogativa, della partecipazione alla Società dell'Informazione; della Diversity/multiculturalità come ricchezza e come diritto; dell' Openness come libertà in rete di raccogliere, elaborare, esprimere e comunicare idee, informazioni, oggetti intellettuali e conoscenze di ogni genere.

Il **Parlamento Europeo** con la **Risoluzione del gennaio 2008 sull'IGF** di Rio de Janeiro 2007 invita le istituzioni interessate dell'Unione Europea a tenere conto dell'agenda di Tunisi nei loro lavori legislativi, insistendo sugli strumenti atti a rendere la rete accessibile a un maggior numero di persone e sulla neutralità tecnologica e lo sviluppo delle ICT.





### *Milano città digitale*

La Lombardia concentra più di un quarto del fatturato dell'information technology. La spesa informatica per addetto è circa il 30% in più rispetto alla media nazionale e sempre qui si colloca il 27% delle imprese di software e servizi in Italia, con un indice di specializzazione settoriale nell'IT che è della metà superiore alla media delle regioni italiane.

Molti di questi punti di forza ruotano intorno alla zona metropolitana di Milano:

- il progresso fatto dalle reti metropolitane in fibra ottica è enorme e Milano ne è beneficiaria numero uno;
- la gran parte degli uffici di headquarter delle società informatiche italiane è concentrata a Milano o nell'hinterland, creando un mix unico di volume di business, presenza internazionale e innovazione tecnologica
- esiste una estesa classe creativa che usa la rete per produrre e creare nuovi network sociali.
- i dati sul digital divide e sull'uso della rete equiparano l'area milanese a dati di accesso delle altre grandi aree metropolitane mondiali.

Per tutte queste ragioni l'area milanese può a pieno titolo essere definita come **distretto digitale nell'economia della conoscenza**, capace di una funzione italiana ed europea.

Occorre però che le amministrazioni locali, le esperienze dell'accademia e della ricerca, il mondo delle imprese e del lavoro sappiano proporre una governance di sistema e una mappa coerente delle offerte per la società della conoscenza, per evitare che il succedersi di proposte di servizi e contenuti collocati al di fuori di una piattaforma armonica e coordinata possano dissipare una parte importante della loro energia innovativa.

In questa chiave può anche essere letta la concreta possibilità di definire un nuovo **modello ambrosiano di coesione sociale** che sia costruito sfruttando le opportunità della rete, a cominciare dalla definizione di servizi innovativi che rispondano all'esigenza della fasce deboli (malati, anziani, immigrati ecc...,) e della tutela dell'ambiente e che promuovano la partecipazione dei cittadini alle decisioni pubbliche (e-democracy).

## 4. Un approccio cross-settoriale

E' diffusamente condivisa l'opinione che la misura dell'innovazione basata su indicatori come ricerca e sviluppo o numero dei brevetti sia ormai superata in favore di una visione che considera nuovi indicatori quali la dotazione di servizi finanziari, commerciali, le consulenze e i servizi di pubblica utilità.

La **capacità di innovare** è un processo **distribuito** in tutti i settori della società e dell'economia; coinvolge molteplici attori ed è ormai un **processo multidirezionale e interattivo** in grado di racchiudere la definizione di nuovi prodotti ma anche di nuovi servizi, gli standard tecnici, i modelli di business e tutti quei processi dove l'innovazione "nascosta" viene sviluppata e valorizzata.

Le **politiche pubbliche per la promozione e il sostegno all'innovazione** devono continuare a prefiggersi l'obiettivo di rimuovere gli ostacoli alla diffusione

dell'innovazione:

- sostenendo la capacità di **trasformare la ricerca in innovazioni** di prodotto, processo e nel campo dei servizi con le prospettive di mercato;
- incentivando i **trasferimenti tecnologici** e lo scambio di conoscenze;
- promuovendo lo sviluppo, la diffusione e l'adozione delle **ICT** a livello delle imprese;
- garantendo **l'accesso al credito** per le imprese che intendono investire nei beni e nei servizi ad alto valore aggiunto.

E necessario, però, che le politiche pubbliche allarghino la propria visuale e strategia di intervento.

In particolare, avendo come riferimento l'importanza crescente dei network e delle relazioni interdisciplinari, è necessario che le strategie locali e regionali definiscano e promuovano nuove iniziative per implementare le **tre grandi nuove voci che oggi caratterizzano**



### La "Milan territorial review" dell'OCSE


Successivamente all'elaborazione del Terzo Programma 2005-2007 e partendo dalla necessità di disporre di analisi più organiche sul posizionamento della metropoli milanese rispetto al contesto della competitività internazionale, la Provincia di Milano ha commissionato all'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) una riflessione a tutto campo sulle prospettive di sviluppo dell'area metropolitana.

Ciò ha permesso al prestigioso organismo internazionale di sviluppare una ricognizione compiuta che è sfociata nella redazione della "**Milan territorial review**", in cui sono contenute una serie di considerazioni e di precise indicazioni.

Con riferimento al tema dell'innovazione si afferma che "Milano soffre della mancanza di politiche integrate e coerenti per l'innovazione nell'area metropolitana" e si indicano così tre principali assi all'interno dei quali individuare le azioni per affrontare le sfide della competitività:

- il potenziamento dei servizi alle imprese;
- la capacità di sfruttare meglio l'esistente patrimonio locale di rango internazionale;
- le attività volte alla produzione di **innovazioni "breakthrough"**.

Per quanto concerne quest'ultimo tema si afferma che innovazioni incrementali prodotte dalle imprese necessitano di essere accompagnate da innovazioni radicali, che sono, solitamente, generate in centri di ricerca pubblici e privati o nelle università. Essendoci una "debolezza del mercato" (le innovazioni non vengono prodotte e diffuse autonomamente dal sistema economico), è necessario l'intervento pubblico perchè l'economia regionale possa effettivamente beneficiarne.



*L'Esperienza passata:  
Il Terzo Programma Strategico 2005-2007*

Alla base del 3° Programma Strategico 2005-2007 vi era la convinzione che non sia più sufficiente sottolineare l'importanza dell'innovazione e degli investimenti in R&S, ma sia necessario promuovere una visione ed una cultura globale dell'innovazione sia come attitudine verso il cambiamento sia come processo articolato in grado di conferire competitività alle imprese ed al territorio.

Per questo il Terzo Programma Strategico considerava l'innovazione **secondo quattro dimensioni principali:**

- **L'innovazione come mercato** complesso e globale di tecnologie, competenze, soluzioni, la cui adozione può impattare positivamente su tutta la catena del valore dell'impresa;
- **L'innovazione come imprenditorialità**, che presuppone una cultura aperta al rischio ed alla sperimentazione come elementi costitutivi del business;
- **L'innovazione come insieme di approcci specifici** che assumono connotati e caratteristiche diverse in relazione ai molteplici contesti imprenditoriali, settori produttivi, caratteristiche delle imprese;
- **L'innovazione come responsabilità del governo del territorio**, cioè processo che ha come suoi destinatari ultimi le imprese ma le cui variabili fondamentali risiedono in massima parte al livello territoriale, che deve intervenire su variabili al di fuori dei meccanismi di mercato.

**l'innovazione:**

- **l'innovazione radicale**, ovvero il processo di cambiamento tecnologico puntuale e discontinuo derivante da un percorso deliberato e pianificato di ricerca e sviluppo da parte di imprese, istituzioni, e centri ricerca. Tale tipo di innovazione dipende dall'apporto scientifico e tecnologico della ricerca e da una forte azione di trasferimento tecnologico da altri settori, quindi da uno stretto rapporto collaborativo tra ricerca e industria, tra ambito scientifico e produttivo, e da forti relazioni infrasettoriali;
- **l'innovazione sociale e delle comunità di imprese**, ossia l'insieme delle strategie e delle iniziative che possono essere sviluppate dalle istituzioni, dalle aziende e dalle organizzazioni no-profit, che hanno come obiettivo il miglioramento della qualità della vita della collettività, la qualità dell'ambien-

te di lavoro dei collaboratori e di tutti coloro che interagiscono con l'azienda e lo sviluppo sostenibile dell'intera comunità.

- **l'innovazione responsabile e innovazione culturale, collegata anche al concetto di diversity**, cioè il processo di cambiamento che invece di inseguire a testa bassa un ideale di progresso illimitato - che rischia di essere economicamente e socialmente insostenibile e dunque in definitiva politicamente insensato - ha il coraggio e la maturità di riflettere consapevolmente sul proprio senso profondo e sulle sue finalità ultime.



**GLI OBIETTIVI,  
LE LINEE D'AZIONE, LE INIZIATIVE**

# 1. Una declinazione per l'area milanese

Un nuovo approccio **all'innovazione** comporta una più stringente declinazione territoriale delle politiche pubbliche di sostegno.

Il contesto territoriale rappresenta infatti il punto più visibile e concreto in cui avviene l'interazione tra i soggetti promotori dell'innovazione.

Con riferimento alle politiche per l'innovazione dell'area milanese è necessario:

- ☞ **una condivisione di obiettivi chiari** in cui la **città allargata**, in una logica di ecosistema, sia in grado di connettere e di far interagire i vari fattori della produzione, della cultura, della formazione, della ricerca e delle risorse umane al fine di costruire, programmare e gestire al meglio le relazioni all'interno del territorio
- ☞ **far emergere le leadership condivise** e i talenti, in particolare quelli creativi di cui Milano è dotata, ma di cui ha sempre più bisogno per mantenere e sviluppare i suoi primati. Alla città occorre una classe creativa capace di generare un flusso costante e omogeneo di informazioni tra i diversi contesti culturali e di raccordare la produzione

con l'evoluzione degli stili di vita e di consumo, **creando elementi di discontinuità nei processi progettuali delle imprese** e generando reale cooperazione fra mondo della formazione, della ricerca, della produzione e dei servizi innovativi;

- ☞ **una maggiore apertura alle nuove idee e sfide**, con la conseguente capacità di sperimentare nuove interazioni. La **comunità degli innovatori**, deve contribuire a definire meglio il ruolo di Milano nel sistema territoriale Lombardo, superando la logica del centro per cogliere i vantaggi competitivi dell'essere un **nodo della rete**.

Milano resta la più importante porta di scambio del paese con l'economia globale, un ruolo favorito dalla sua storia e dalla posizione geografica. Tuttavia affinché la città possa ambire in futuro ad una posizione di sicura leadership a livello internazionale, occorre investire nel rafforzamento delle connessioni tra i sistemi economici.

## DUE GRANDI OPPORTUNITÀ PER MILANO

*L'Expo 2015: un'occasione per un nuovo "Patto per l'eco-innovazione per tutta la Regione Urbana Milanese"*

"Nutrire il pianeta, energia per la vita" è il tema scelto da Milano per l'expo 2015. Expo 2015 considera cibo, energie e tutela dell'ambiente problemi interconnessi che richiedono politiche di intervento strutturate a livello globale e locale.

**L'Expo 2015 costituisce un'occasione unica per il rilancio della città di Milano**, rappresenta infatti una grande opportunità per creare un "complesso di servizi" utili in grado, una volta terminato l'evento, di contribuire a migliorare la qualità dell'ecosistema cittadino completando quei processi di modernizzazione nei trasporti, nell'accoglienza e nei servizi alla persona che risultano ancora incompiuti.

**L'Expo 2015** un evento che, oltre a mobilitare straordinarie risorse e milioni di persone, rafforzerà la relazione di Milano con le reti e i nodi della globalizzazione.

**L'area:** il sito destinato ad ospitare l'esposizione si estenderà su una superficie di oltre 1.200.000 metri quadrati.

**Il budget:** la spesa prevista ammonta complessivamente a 4,2 miliardi di euro di cui 3,2 miliardi saranno dedicati alle infrastrutture necessarie all'evento e 900 milioni alla sua organizzazione e gestione.

**La partecipazione:** è stimata in quasi 30 milioni di persone di cui il 25% provenienti dall'estero con una media di circa 160 000 ingressi giornalieri ripartiti sui sei mesi di durata della manifestazione.

**La mobilità:** il volume di afflussi che interesserà l'esposizione determinerà un numero medio di 320.000 spostamenti pari a poco

più del 7% del totale degli spostamenti giornalieri che interessano il comune di Milano.

**Gli espositori:** L'Expo vedrà la presenza di 180 espositori accreditati: 120 saranno quelli stranieri, 10 le organizzazioni internazionali, 22 i soggetti nazionali e 30 saranno espositori di carattere aziendale.

**Gli Eventi:** durante i sei mesi di esposizione si avranno circa 7000 eventi di carattere scientifico e culturale

### L'Agenzia dell'Innovazione

**L'Agenzia per la Diffusione delle Tecnologie per l'Innovazione** è stata istituita, con la sua sede a Milano, dalla legge 266 del 2005 definendone lo scopo "nell'accrescere la capacità competitiva delle piccole e medie imprese e dei distretti industriali, attraverso la diffusione di nuove tecnologie e delle relative applicazioni industriali".

I criteri direttivi dello statuto dell'**Agenzia** prevedono una fondamentale attività di valutazione dei progetti di innovazione legati a "Industria 2015", ma anche compiti di promozione e coordinamento per la previsione delle tendenze tecnologiche, scientifiche ed economiche, nonché la definizione di percorsi formativi e di accompagnamento dei processi di innovazione.

Le prerogative attribuite all'**Agenzia** le consentiranno di essere lo strumento per rispondere ai propositi di competitività nell'economia della conoscenza che l'Europa ha definito con la "**Agenda di Lisbona**".

Milano e l'intero **distretto industriale del Nord** potranno trarre uno straordinario vantaggio da un'Agenzia che grazie anche alle possibilità di stipulare accordi e convenzioni con le regioni e gli enti locali, potrà funzionare anche come **strumento di accompagnamento** dell'industria italiana verso i processi di innovazione.

## 2. I nuovi obiettivi del Programma Strategico

Le azioni concrete di supporto dello sviluppo economico dell'area milanese intraprese negli ultimi anni dalla Provincia di Milano si sono sviluppate a partire dagli orientamenti e dalle indicazioni contenute nei precedenti "programmi strategici" triennali.

Tali azioni possono, a grandi linee, essere raggruppate in due tipologie di interventi:

- **Attività dirette** di sostegno al sistema produttivo attraverso contributi e finanziamenti diretti alle PMI con modalità di bando pubblico e finalizzati soprattutto a sostenere la nascita di nuove imprese e i processi di innovazione di quelle già esistenti;
- **Progetti specifici** attuati direttamente dalla Provincia oppure promossi in collaborazione con partner istituzionali e privati, ed in particolare con le agenzie di sviluppo, i centri di servizi alle imprese, i centri di ricerca e le università milanesi.

Il Quarto Programma Strategico 2008-2010 **riprende e consolida** gli obiettivi e le indicazioni contenute nei documenti di programmazione precedenti, ma soprattutto, introduce nuovi **obiettivi e indicazioni** per lo sviluppo di azione concrete che derivano dalle considerazioni sviluppate nelle pagine precedenti.

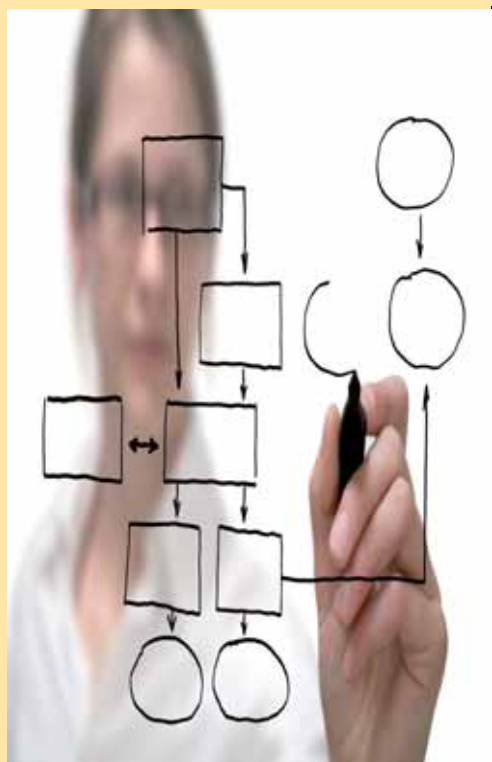
☞ **Sono obiettivi di consolidamento:**

- **il rafforzamento della rete** di relazioni tra imprese, università, istituzioni, centri di ricerca tale da costituire della Regione urbana milanese il territorio - laboratorio dell'economia della conoscenza;
- **il sostegno alla crescita di alcuni settori economici emergenti** come il comparto dell'industria creativa, le biotecnologie, il settore del multimedia.

- **la salvaguardia e la valorizzazione della produzione manifatturiera tradizionale** che costituisce un patrimonio economico, sociale e occupazionale minacciato dalla competizione globale;
- **l'attivazione di nuovi servizi e nuovi strumenti di sostegno** e di accompagnamento ai processi di trasformazione organizzativa **delle PMI**, ai loro processi di collocazione sui mercati internazionali, di accesso alle risorse della conoscenza e di accesso al sistema del credito privato;
- **la valorizzazione della ricerca scientifica milanese e del trasferimento tecnologico** verso le imprese del territorio.

☞ **Sono invece nuovi obiettivi per il triennio 2008-2010:**

- **il supporto all'affermazione della "comunità degli innovatori";**
- **il rafforzamento del valore sociale dell'innovazione attraverso il sostegno ai processi/progetti innovativi non solo in campo tecnologico;**
- **il pieno sfruttamento delle opportunità della rete e di Milano città digitale;**
- **il rafforzamento del tessuto connettivo tra creatività e innovazione attraverso il sostegno all'affermazione di nuove reti materiali e attraverso la promozione di nuovi "luoghi dell'innovazione".**





## 3. Le azioni e le iniziative

In relazione ai quattro obiettivi individuati, nelle pagine che seguono, sono declinate le indicazioni puntali dei campi di azione dove la Provincia di Milano interverrà sviluppando progetti ed iniziative proprie e in collaborazione con altri partner istituzionali e soggetti economici.

### 3.1 Supportare l'affermazione della "comunità degli innovatori"

- Rafforzare la "filiera" delle misure e delle iniziative per sostenere la **creazione di nuove imprese innovative**, con particolare riferimento a quelle nate nell'ambiente della ricerca. In particolare l'azione pubblica dovrà rafforzare e completare il "ciclo" delle misure di sostegno all'avvio dell'attività imprenditoriale di giovani e ricercatori con misure comprendenti lo scouting di idee, le "business plan competitions", gli "award" per le migliori idee imprenditoriali, il sostegno finanziario alla fase di avvio dell'impresa con misure di finanziamento a fondo perduto (pre-seed), l'attivazione di fondi di seed capital. Infine, dovranno essere attivate iniziative per promuovere una maggior presenza dei venture capitalist stranieri nell'area milanese.

- Sostenere i processi innovativi delle imprese con particolare riferimento all'attività di **protezione della proprietà intellettuale** delle PMI milanesi. Ciò potrà essere fatto continuando la ormai consolidata attività di sostegno finanziario ai processi di brevettazione internazionale delle PMI ed anche attivando nuove iniziative per promuovere all'estero i prodotti/processi innovativi delle imprese milanesi. Attenzione andrà inoltre dedicata al sostegno dei processi di tutela della proprietà intellettuale sviluppata in ambiente universitario e

ai percorsi di commercializzazione e licensing dei brevetti delle università milanesi.

- Supportare la crescita dei **cluster** e dei settori produttivi emergenti attraverso l'implementazione del cluster biotecnologico e del cluster dell'Information Communication Technology milanese. Un'attenzione particolare dovrà essere dedicata anche allo sviluppo delle imprese di produzione di tecnologie ambientali e di tecnologie per i beni culturali.

- Valorizzare le competenze professionali dei **talenti** e dei **giovani ricercatori** milanesi anche attraverso la definizione di nuove figure professionali specializzate nella valorizzazione dell'attività di ricerca; potenziare il sistema degli stage e degli scambi internazionali.

- Valorizzare le buone prassi in materia di innovazione e sostenere i percorsi e le iniziative di promozione della **cultura della conoscenza e dell'innovazione**; ciò potrà avvenire potenziando le iniziative, gli eventi, le mostre, i premi finalizzati a divulgare presso le imprese e il grande pubblico i casi di eccellenza in ambito imprenditoriale e di ricerca.



### 3.2 Rafforzare il valore sociale dell'innovazione

- Promuovere iniziative per consentire agli **anziani** e a coloro che non hanno avuto ancora l'opportunità di avvicinarsi al mondo dell'informatica di essere autonomi nell'usufruire dei servizi disponibili in rete. Ciò potrà avvenire attraverso la costituzione di centri di formazione permanente/centri di aggregazione a tal fine dedicati (anche per essere in linea con il programma di *lifelong learning* della Commissione Europea). Andranno, inoltre, sostenuti i progetti, promossi da operatori pubblici e privati, che hanno come obiettivo l'ampliamento della gamma dei servizi disponibili online e la produzione di nuove tecnologie legate alla sicurezza degli anziani (prevenzione delle truffe e della criminalità), alle emergenze sanitarie, alla comunicazione con le famiglie di appartenenza.

- Promuovere le eccellenze in quelle attività di e-government che hanno maggior impatto sociale come la **salute**; in particolare andranno sostenuti quei progetti che, coinvolgendo le istituzioni sanitarie, potranno permettere al nostro territorio di essere leader nei rapporti a distanza con cittadini e pazienti. Anche in questo caso andranno sostenuti i progetti, promossi da operatori pubblici e privati, che abbiano come obiettivo la predisposizione e l'ampliamento della gamma dei servizi disponibili online e la produzione di nuove tecnologie.

- Sostenere le iniziative mirate a migliorare il livello di accessibilità alla rete per le persone **diversamente abili**; sostenere le iniziative di ricerca e

innovazione tecnologica mirate ad ampliare il ventaglio delle soluzioni e dei servizi per il miglioramento della loro qualità della vita.

- Promuovere la riduzione del *digital divide* con particolare riferimento al segmento di popolazione composto da **adolescenti economicamente e socialmente svantaggiati** e con difficoltà di scolarizzazione; ciò potrà essere attuato sostenendo la diffusione di computer low cost e l'attivazione di progetti sperimentali di uso della rete.

- Proseguire nell'azione già avviata di sostegno all'**imprenditoria immigrata** come fattore di sviluppo economico dell'area milanese e come strumento di integrazione sociale. Occorre rafforzare ulteriormente gli strumenti di informazione e formazione, e continuare nell'azione di predisposizione di strumenti di sostegno finanziario come quelli che hanno portato alla realizzazione del fondo di garanzia PRIMI.

- *Sostenere la diffusione di nuovi paradigmi per l'innovazione e l'organizzazione di impresa* che poggino sul concetto di **impresa socialmente responsabile**. Ciò potrà avvenire sostenendo le imprese che puntano all'innovazione dei prodotti e dei processi di produzione basati, per esempio, sui valori di sostenibilità ambientale e sicurezza sui luoghi di lavoro e che promuovono processi di innovazione organizzativa mirati a migliorare la partecipazione alla vita lavorativa.





### 3.3 Sfruttare le opportunità della rete e di Milano città-digitale

- **Completare la copertura** in fibra ottica e tramite *wi-max* dell'area milanese; ciò dovrà avvenire ad opera degli operatori privati mentre l'intervento pubblico dovrà avere l'obiettivo di operare per garantire un più basso costo di connettività per gli operatori che forniscono servizi in rete di pubblica utilità. A questo riguardo la Provincia di Milano completerà entro i tempi di programmazione previsti la rete in fibra di sua proprietà per garantire connettività a basso costo per i comuni, le università, le scuole e gli altri enti pubblici del territorio milanese.

- Garantire un **libero e gratuito accesso alla rete** ad alcune categorie di persone sarà un ulteriore obiettivo della Provincia di Milano. Per questo motivo saranno sperimentate forme di accesso gratuito alla rete da parte degli studenti, anche come forma di piena attuazione del diritto allo studio universitario.

- Sostenere gli operatori pubblici e privati nella progettazione, realizzazione e fornitura di **servizi on-line per le PMI**. In particolare andranno sostenute le piccole e medie imprese nell'adozione di forme di **e-commerce** come strumento di ampliamento delle loro strategie commerciali e modalità di riorganizzazione del rapporto con clienti e fornitori. Andranno inoltre sostenute le piccole e medie aziende che operano nel comparto del **turismo** per un rapido adeguamento agli standard europei di prenotazioni e pagamenti on-line.

- Progettare e realizzare, in cooperazione tra le istituzioni pubbliche e gli operatori privati dei trasporti, un centro per **l'infomobilità** che consenta la raccolta e l'elaborazione delle informazioni sullo stato del traffico rivolte agli utenti della rete stradale ed autostradale milanese.

- Sfruttare le possibilità del **web 2.0** per promuovere le forme di **social networking** e l'affermazione delle comunità on-line. In questa direzione uno sforzo particolare sarà attuato dall'Amministrazione Provinciale per promuovere forme **e-democracy** mirate ad ampliare le occasioni di dialogo e di partecipazione dei cittadini alle decisioni della pubblica amministrazione.



### 3.4 Rafforzare il tessuto connettivo tra creatività e innovazione, promuovere i nuovi “luoghi” dell’innovazione

- Proseguire e consolidare l’attività di sostegno alla **nascita di nuove imprese creative** attraverso la concessione di sostegni finanziari allo start-up ed anche attraverso la messa a disposizione di servizi per il loro consolidamento e di spazi ad affitto agevolato per i primi anni di attività. Potranno essere individuati interventi indirizzati a sostenere l’innovazione in alcuni comparti specifici delle imprese creative come le aziende di produzione audiovisiva, dello spettacolo, dell’editoria e del design.
- Rafforzare e moltiplicare i momenti e le occasioni di **incontro tra i giovani creativi**. Tali momenti dovranno essere finalizzati a rafforzare le occasioni di informazione/formazione e le occasioni di scambio di esperienze a livello nazionale ed internazionale. Occorre altresì potenziare le occasioni in cui i creativi e i produttori *free lance* possono incontrare imprese e soggetti potenziali clienti e finanziatori.



- Promuovere i **luoghi della creatività**, come punti fisici di aggregazione e luoghi di produzione di valore nella società della conoscenza. In questa direzione l’intervento più rilevante attivato dalla Provincia di Milano è il **Cantiere del Nuovo**. Si tratta di un complesso integrato di luoghi, servizi e attività rivolti alla promozione della formazione, dell’orientamento dinamico al lavoro e alle nuove professioni, della ricerca scientifica e tecnica delle eccellenze milanesi. Qui sarà localizzato, inoltre, un vero e proprio *hub creativo* che metterà a disposizione dei talenti creativi servizi e spazi di *pre-*

*incubazione e incubazione.* Il Cantiere del Nuovo consentirà di mettere a disposizione dell'intera area metropolitana spazi aperti a tutti come: sale di consultazione (biblioteca/medioteca), sale conferenze, luoghi per incontri informali ed eventi, spazi per la promozione di esposizioni leggere e di progetti scientifico/culturali sul modello delle principali città europee, valorizzando in modo particolare le specificità di Milano quale centro mondiale della moda, del design e come principale centro della cultura scientifica italiana.

- Sostenere le attività di **pubblicizzazione e promozione in Italia e all'estero** del comparto milanese delle imprese creative attraverso l'attivazione di portali, di repertori e *community online*.
- Potenziare le **attività di studio e ricerca** sulle caratteristiche quantitative e qualitative del settore creativo milanese.



Il presente Programma strategico è stato predisposto da:



## Provincia di Milano

*Settore Attività economiche e Innovazione*

*Viale Jenner, 24 - 20159 Milano*

*tel. 02.7740.3288/6480*

*fax 02.7740.3290/6597*

*www.provincia.milano.it/economia*

*e-mail: economia@provincia.milano.it*

**Vice Presidente e Assessore al bilancio e politiche finanziarie, Società e consorzi partecipati, Rapporti con le istituzioni europee, Rapporti internazionali, Presidenza Forum Innovazione**

Alberto Mattioli

**Assessore alle Attività economiche, Formazione professionale, Programmazione socio-sanitaria, Rapporti con volontariato Associazioni e terzo settore, Politiche familiari e della terza età, Servizi sociali**

Ezio Casati

**Assessore alla Casa, Città metropolitana, Semplificazione, Innovazione, rapporti con la conferenza dei Sindaci, la conferenza dei Capigruppo e la Fondazione Province del Nord-Ovest, delega speciale per l'Alto Milanese**

Matteo Mauri

**Direttore Centrale Sviluppo economico, Formazione e Lavoro**

Marcello Corraera

**Direttore Settore Attività economiche e Innovazione**

Piergiorgio Monaci

**Responsabile Servizio politiche e progetti strategici per l'innovazione nell'area metropolitana milanese**

Daniela Ferrè

**Responsabile Servizio politiche per la competitività e lo sviluppo locale**

Debora Ligori

### **Staff**

Andrea Bosani, Myriam Camarero, Roberto Candeggio, Roberto Castelli, Pasquale Cioffi, Fiorello Cortiana, Marcello Eusani, Luca Di Giulio, Silvia La Ferla, Ilario Mammone, Mariella Nolli, Caterina Raia, Lucia Sinesi, Cristina Terrusi

### **Segreteria**

Pierangela Ghisetti, Diego Ravelli

**Testo approvato dalla Delibera della Giunta Provinciale n°639 – Protocollo n°: 196682 del 15/09/2008.**

*Stampa: Tipografia Litografia A.Scotti srl – Via Circonvallazione, 47 – 20040 Cornate D’Adda (MI)*

*Fotografie: © istock.com; Milano Metropoli Agenzia di Sviluppo; Provincia di Milano.  
I testi e le fotografie non possono essere riprodotti senza autorizzazione.*



## **Provincia di Milano**

*Settore Attività economiche e Innovazione*

*Viale Jenner, 24 - 20159 Milano*

*tel. 02.7740.3288/6480*

*fax 02.7740.3290/6597*

*[www.provincia.milano.it/economia](http://www.provincia.milano.it/economia)*

*e-mail: [economia@provincia.milano.it](mailto:economia@provincia.milano.it)*