

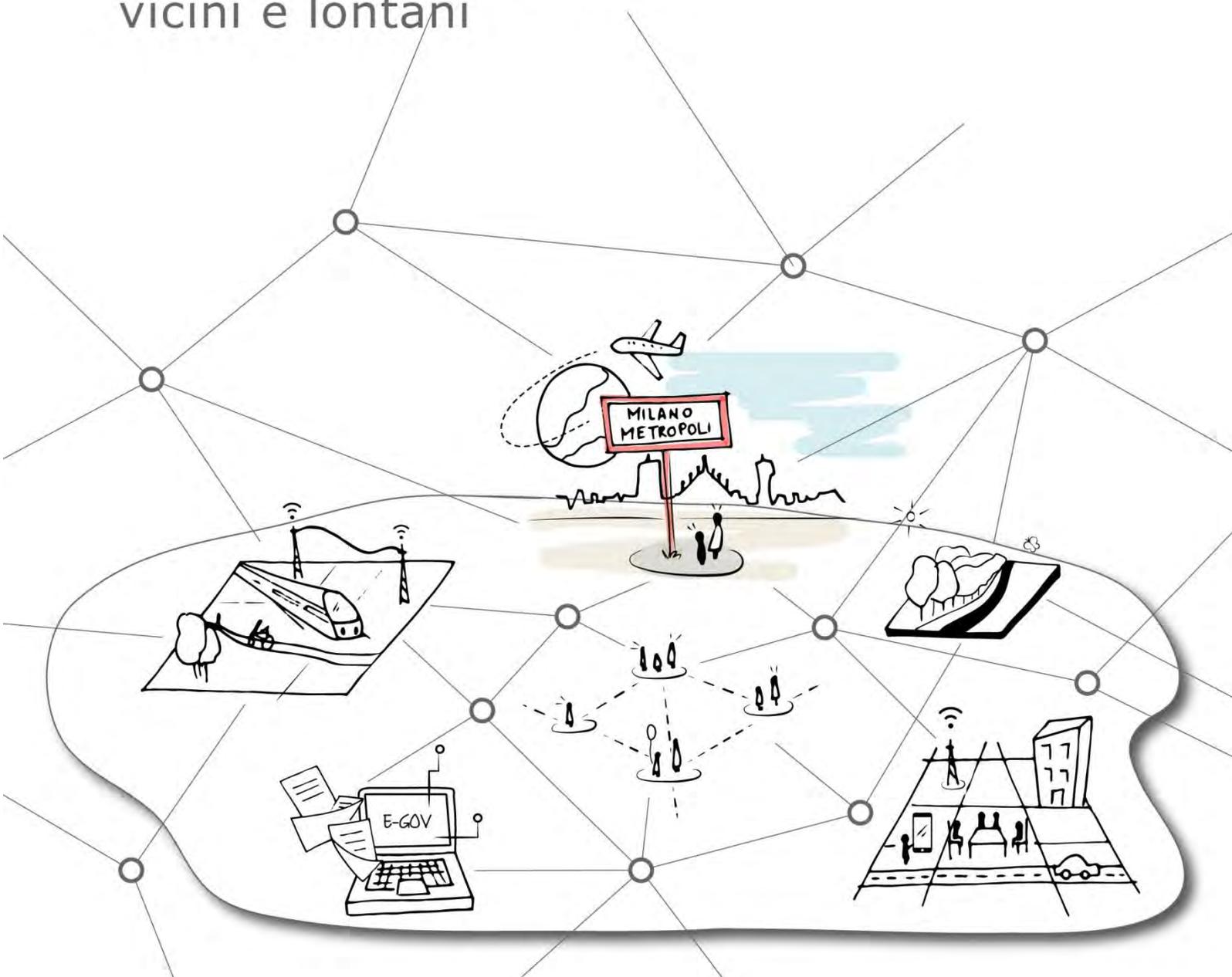
5.3



MILANO METROPOLI

# attrattiva e aperta al mondo

valorizzare le differenze e  
scambiare con i territori  
vicini e lontani



## Indirizzi e obiettivi progettuali

- Rafforzare il ruolo di Città Metropolitana di Milano nel contesto **internazionale, in un'ottica di cooperazione con le grandi aree metropolitane** in Europa e nel mondo
- Potenziare la dimensione qualitativa dei contesti territoriali, come condizione di sviluppo e attrattività
- Semplificare i processi tra pubblica amministrazione e imprese
- **Sviluppare misure finalizzate ad agevolare l'attrazione di investimenti**, individuando entro il PTM specifici ambiti entro cui sperimentare tali *policy*
- Promuovere partenariati internazionali e *multistakeholder*
- Promuovere il *brand* Milano Metropolitana

## Progetti e azioni

### 1. ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO

Per la Città metropolitana è strategico intervenire sul rafforzamento della dimensione qualitativa dei contesti territoriali, come condizione di sviluppo e competitività finalizzata a considerare il territorio un luogo dove innovative relazioni produttive vivono, si sviluppano e alimentano un sistema in grado di raccogliere le sfide della globalizzazione. Tali finalità saranno perseguite attraverso la promozione, il coordinamento e la co-progettazione con i Comuni metropolitani di Accordi di competitività (art. 2, comma 1 lett. a) L. R. 11/2014). **L'attrattività della Città metropolitana passa anche dalla narrazione dei suoi valori identitari, delle sue vocazioni e dai rapporti che il territorio instaura con tutti coloro che stabiliscono dirette o indirette relazioni con questo. La sinergia con l'esperienza del Comitato Brand Milano è un'opportunità per collaborare alla costruzione di politiche di *branding* pubblico su un programma di "identità competitiva e per l'attrattività".**

Ulteriore tema è quello del coordinamento e la promozione dell'industria del turismo (anche culturale), attraverso le funzioni attribuite di classificazione alberghiera e di abilitazione alle professioni turistiche. **L'identificazione di attrattori culturali capaci di esprimersi nella proposta di prodotti e servizi dovrà essere messa in relazione con l'insieme delle imprese culturali creative e dello spettacolo nonché dell'offerta di prodotti gastronomici tradizionali, tipici dell'area considerata.** La costituzione di questi sistemi integrati deve basarsi sul presupposto di auto-sostenibilità economica che trae vantaggio dalle reciproche **sinergie da capitalizzare attraverso un'azione facilitante e abilitante della Città metropolitana nei confronti dei principali portatori di interesse.**

#### 1.1 ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

##### *Misure per agevolare la localizzazione di nuovi investimenti sul territorio*

Finalità dell'iniziativa è **agevolare la localizzazione sul territorio di nuovi investimenti imprenditoriali, dando certezza sui tempi burocratici necessari**

all'insediamento di nuove attività e mettendo in più stretta comunicazione le iniziative finalizzate a "captare" le intenzioni di investimento degli operatori economici con l'offerta di aree per attività economiche che i comuni nel loro complesso possono mettere a disposizione.

Il progetto nasce da una proposta di Assolombarda Confindustria Milano, Monza e Brianza, che su questi temi ha già avviato una collaborazione operativa con Invest in Lombardy e, per le parti analitiche, con il Politecnico di Milano – Dipartimento ABC. La Città metropolitana di Milano interviene con un ruolo di promozione istituzionale e coordinamento dei Comuni da coinvolgere, a partire dalla sperimentazione che sarà avviata con il Comune di Sesto San Giovanni.

**Più in dettaglio l'iniziativa prevede di:**

- indagare i criteri che guidano le imprese nella valutazione delle proprie scelte localizzative e individuare di conseguenza gli elementi di maggior attrattività delle aree disponibili per investimenti produttivi;
- **migliorare l'accessibilità alle informazioni fondamentali su tali aree da parte sia delle imprese sia dei soggetti istituzionali impegnati a promuovere il territorio metropolitano presso potenziali investitori;**
- condurre una sperimentazione, con una selezione di comuni pilota, finalizzata ad "accreditare", o "certificare", alcuni comuni tramite una valutazione specifica di atti, procedimenti, aree d'insediamento potenziale, riconducibili ad un protocollo d'impegno sottoscritto dai Comuni;
- attivare servizi di accompagnamento degli investitori nel dialogo con le amministrazioni comunali e, più ingenerale, con le amministrazioni pubbliche del territorio.

**[Area promozione e coordinamento dello sviluppo economico e sociale/Settore sviluppo economico e sociale – Assolombarda – Comuni]**

## 1.2 SPORTELLO UNICO PER LE ATTIVITÀ PRODUTTIVE

### *SUAP come strumento per la promozione e lo sviluppo del tessuto economico*

Negli anni, innumerevoli ricerche hanno messo in evidenza i costi dell'eccesso di carichi regolativi e di oneri burocratici per le imprese, per i cittadini e per le stesse Amministrazioni Pubbliche.

Quello che emerge dalle analisi è che l'incidenza dei costi da regolazione e dei costi burocratici sulla competitività del sistema economico-produttivo è in Italia particolarmente elevata e non più sostenibile.

**La domanda di semplificazione e, in particolare, la percezione dell'assoluta necessità di azioni concrete di sburocratizzazione finalizzate a sostenere la competitività del sistema paese è oggi sempre più pressante.**

La proposta di Camera di Commercio di Milano di realizzare un progetto in collaborazione con Città metropolitana per una piena e compiuta implementazione dello Sportello Unico per le Attività Produttive si colloca in questo contesto di crescenti spinte sociali alla semplificazione amministrativa.

Il SUAP rappresenta oggi uno dei principali **driver per l'atteso radicale cambio di paradigma** dei rapporti tra le Pubbliche Amministrazioni nella gestione dei procedimenti amministrativi relativi all'esercizio dell'attività d'impresa.

Il SUAP è l'unico punto di accesso territoriale per tutti i procedimenti che abbiano ad oggetto l'esercizio di attività produttive e di prestazione di servizi e per quelli relativi alle azioni di localizzazione, realizzazione, trasformazione, ristrutturazione o riconversione, ampliamento o trasferimento, nonché cessazione o riattivazione delle suddette attività.

Il SUAP si pone quale unico sportello a diretto contatto con il mondo imprenditoriale e deve garantire il soddisfacimento delle seguenti principali finalità:

- ridurre l'onere della burocrazia per l'impresa che grazie al SUAP si trova ad interagire con un unico soggetto anziché come in passato muoversi tra diversi uffici amministrativi;
- operare una ristrutturazione organizzativa dei procedimenti amministrativi perseguendo l'integrazione interistituzionale;
- ridurre i costi diretti e indiretti a carico delle imprese e della Pubblica Amministrazione attraverso una spinta alla telematizzazione dei flussi e della condivisione delle informazioni tra Amministrazioni coinvolte;
- accrescere efficienza e qualità nei controlli e nel servizio reso ad imprese e cittadini;
- sostenere l'imprenditorialità grazie ad una marcata sburocratizzazione degli adempimenti inerenti il ciclo di vita delle imprese e una crescente uniformità nell'erogazione dei servizi alle imprese stesse;
- svolgere le funzioni amministrative del PSC (Punto di Singolo Contatto) in attuazione della Direttiva Servizi (2006/123/CE).

La strategicità dei SUAP oggi è ancora più rilevante se si considera che costituiscono la base metodologica imprescindibile per la creazione del "Fascicolo Informativo d'Impresa" e ne rappresentano il principale *asset* documentale. Nel Fascicolo Informativo d'Impresa dovranno confluire tutti i documenti attestanti atti, fatti, qualità, stati soggettivi, nonché gli atti di autorizzazione, licenza, concessione, permesso o nulla osta comunque denominati riguardanti ciascuna singola impresa. Il tutto sarà messo a disposizione di tutte le pubbliche amministrazioni.

La proposta progettuale intende dare slancio e maggiore ampiezza alla collaborazione già in atto tra CCIAA di Milano e Città metropolitana su alcuni temi connessi al SUAP. Le nuove funzioni attribuite alla Città metropolitana permettono infatti a quest'ultima di mettere in campo azioni concrete di accompagnamento dei SUAP per la trasformazione sempre più fattiva dello sportello in un reale strumento di *marketing* territoriale e attrattività per le imprese.

La *partnership* proposta si concretizzerà in attività di informazione, formazione, supporto, accompagnamento dei SUAP dell'area metropolitana milanese affinché sia raggiunto lo standard di servizio che il legislatore richiede, che le attuali tecnologie permettono e che si intende offrire alle imprese del territorio.

**[Area promozione e coordinamento dello sviluppo economico e sociale/Settore sviluppo economico e sociale – Camera di Commercio Milano]**

### 1.3 DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO METROPOLITANO

#### *Uno strumento metropolitano per il coordinamento dei DUC*

A partire dalla d.g.r. 7730 del 2008, Regione Lombardia ha individuato nei Distretti del Commercio una modalità di valorizzazione territoriale innovativa per promuovere il commercio come efficace fattore di aggregazione in grado di attivare dinamiche economiche, sociali e culturali.

Ad oggi sono presenti 14 Distretti Urbani del Commercio nell'area metropolitana, oltre alle 13 polarità distrettuali presenti nella città di Milano.

Obiettivo del progetto, promosso da Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza è quello di costituire un Distretto Urbano del Commercio metropolitano, dotato di un'unica cabina di regia metropolitana che dia linee d'indirizzo sui diversi interventi e piani strategici dei singoli DUC e DID. Le linee d'indirizzo devono riguardare alcuni ambiti d'interesse collettivo per le imprese quali, ad esempio: omogeneizzazione dell'arredo urbano, piani d'area dei pubblici esercizi, organizzazione manifestazioni ed eventi, comunicazione coordinata del distretto, sponsorizzazioni e collaborazione con l'ente locale in materia di sicurezza e tutela del mercato. Nell'ambito di tale funzione si intende altresì implementare un sistema di coordinamento e di promozione dell'industria del turismo attraverso le funzioni attribuite di classificazione alberghiera e di abilitazione alle professioni turistiche.

**[Area promozione e coordinamento dello sviluppo economico e sociale/Settore sviluppo economico e sociale - Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza]**

### 2. RETE DEI TERRITORI METROPOLITANI

#### *Network tra le Città metropolitane italiane per un'Agenda Urbana condivisa*

La costruzione di una rete nazionale tra le Città metropolitane per la pianificazione territoriale consentirebbe di implementare un lavoro collettivo di produzione di proposte operative e di contenuti progettuali finalizzati a:

- una interlocuzione autorevole e "di peso" con le Autorità nazionali sulla programmazione europea 2014-2020 (le Città metropolitane sono state finora escluse dal processo di formazione del PON Città metropolitane), che ribadisce la centralità della dimensione urbana e metropolitana nell'attivazione di politiche innovative di sviluppo sostenibile;
- la presentazione di esperienze e proposte rispetto alle legislazioni nazionale e regionali riformate o in corso di definizione sui temi attinenti il governo del territorio metropolitano (ad es. il consumo di suolo, i sistemi delle tutele ambientali, il governo delle grandi trasformazioni e la perequazione territoriale);
- la definizione di principi omogenei per la pianificazione del territorio metropolitano e di prassi efficaci per la sua gestione, giovandosi dell'*expertise* delle strutture tecniche che hanno consolidato l'attività di coordinamento della pianificazione di area vasta.

**[Area pianificazione territoriale generale, delle reti infrastrutturali e servizi di trasporto pubblico]**

### 3. POLITICHE EUROPEE

#### *Un coordinamento intersettoriale per lo sviluppo di progetti innovativi*

Città metropolitana ha promosso la creazione di un Coordinamento intersettoriale sulle politiche europee costituito dai funzionari dell'ente (e dai loro *team*) che all'interno dei diversi ambiti tematici - ritenuti strategici - seguono o hanno seguito progetti europei e iniziative a carattere europeo, coordinato dal Servizio Politiche e Programmazione europea della Direzione Generale. In questo contesto verranno individuate figure amministrative e contabili in grado di seguire la parte amministrativa (atti) e contabile (gestione e rendicontazione finanziaria) relativa ai progetti europei.

L'attività di tale struttura sarà aperta al territorio - in particolare ai Comuni metropolitani - **per attività "consulenziale"**, di supporto e di collaborazione con strutture omologhe delle principali aree metropolitane europee.

Tra le principali attività del coordinamento si propongono:

- costruzione e sviluppo di una rete europea di aree metropolitane, in connessione anche con i lavori dell'Agenda Urbana Europea;
- presentazione di progetti innovativi su temi strategici (su programmi a gestione diretta, CTE, Fondi SIE) e iniziative a carattere europeo dell'Ente;
- attività di supporto e consulenza ai Comuni metropolitani.

#### ***Costruzione e sviluppo di una rete europea di aree metropolitane, in connessione anche con i lavori dell'Agenda Urbana Europea***

Lo scorso giugno a Riga, i Ministri responsabili per la coesione territoriale e le questioni urbane hanno fornito supporto politico ai lavori dell'Agenda Urbana Europea. Come definito anche dallo statuto della Città metropolitana di Milano (art. 5), la collaborazione con le principali aree metropolitane europee - per scambiare esperienze e buone pratiche innovative sui modelli di *governance* e sulle funzioni metropolitane strategiche - è necessaria così come la collaborazione con le Istituzioni europee - in particolare con la Commissione di Bruxelles - a partire dalla DG Regio. Dal successo o meno dell'Agenda Urbana Europea sul piano politico-strategico, potranno derivare sia la definizione di politiche e progetti di interesse urbano e metropolitano sia possibili azioni finanziarie per il sostegno di tali progetti.

#### ***Presentazione di progetti innovativi su temi strategici e iniziative a carattere europeo dell'Ente***

L'obiettivo è aumentare il numero e la qualità di progetti innovativi a carattere europeo della Città metropolitana, supportando le strutture dell'Ente dalla fase di presentazione a quella di gestione e rendicontazione - anche attraverso la definizione di una procedura *standard* - promuovendo tavoli tecnici su programmi di interesse prioritario.

#### ***Attività di supporto e consulenza ai Comuni metropolitani***

Si intende implementare un percorso integrato di informazione-formazione-intervento sul tema delle politiche e dei programmi europei anche al fine di **definire un modello organizzativo e gestionale d'area metropolitana alla luce del nuovo assetto istituzionale** definito dalla legge 56/2014. Il percorso è rivolto a Dirigenti, Funzionari e Amministratori/Politici degli enti locali per perseguire i

seguenti obiettivi contenutistico-metodologici: a) valorizzare i ruoli assegnati dalla legge 56/2014 sul tema delle politiche europee; b) **coniugare un'offerta** adeguata ed efficace di servizi europei sul territorio; c) **valorizzare l'esperienza acquisita dai diversi soggetti territoriali nell'ambito dei fondi europei**; d) creare le condizioni per la costruzione di progettualità europee innovative e di qualità; e) definire il ruolo della Città metropolitana nella gestione delle politiche e della programmazione europea.

**[Direzione generale]**