



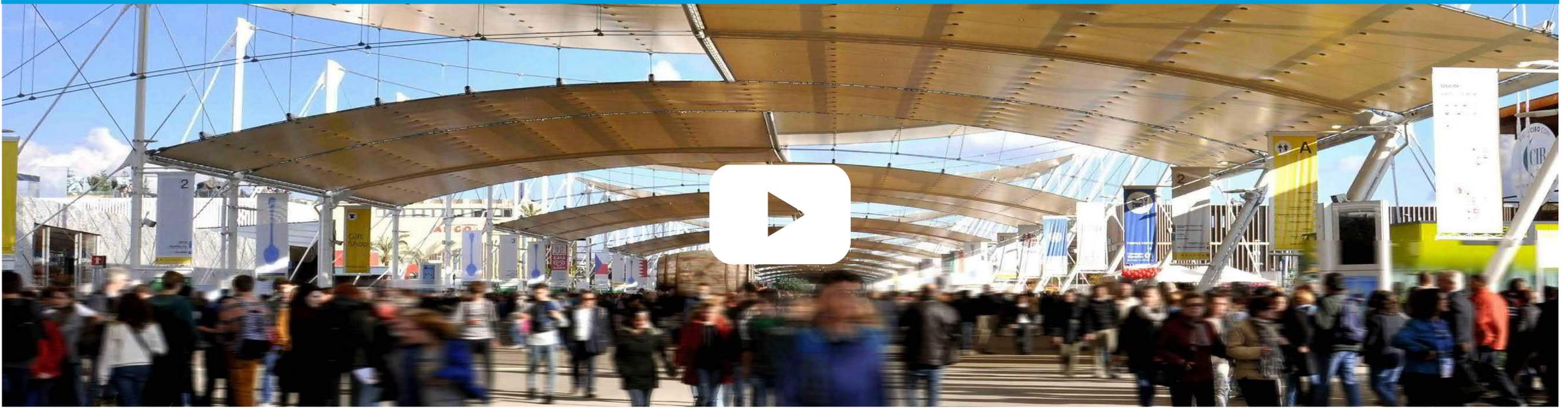
Trasformare | Valorizzare | Innovare

DA EXPO 2015 A MIND MILANO INNOVATION DISTRICT

AGENDA

- La missione
- La base di partenza: il territorio
- La strategia iniziale: un errore utile per il futuro
- La nuova visione
 - Le verticali industriali
 - Il nome / il brand
 - L'attrazione di ancore pubbliche d'eccellenza
 - Il modello di partnership pubblico privata
- La cura del territorio
- La cura del network globale per crescere
- Gli sviluppi futuri: estensioni del brand
- Conclusioni

LA MISSIONE: COSA VOLEVAMO OTTENERE



LA MISSIONE DEL POST EXPO:

- **VALORIZZARE** l'eredità internazionale di EXPO
- **POSIZIONARE** Milano come città d'attrazione di talenti, imprese, capitali da tutto il mondo
- **REALIZZARE** una rigenerazione urbana che tenesse al centro degli obiettivi il benessere dell'uomo e del pianeta
- **VALORIZZARE** un bene **pubblico** di Arexpo (MEF, Lombardia, Milano)

La base di partenza: il territorio

MOTORE ECONOMICO EUROPEO

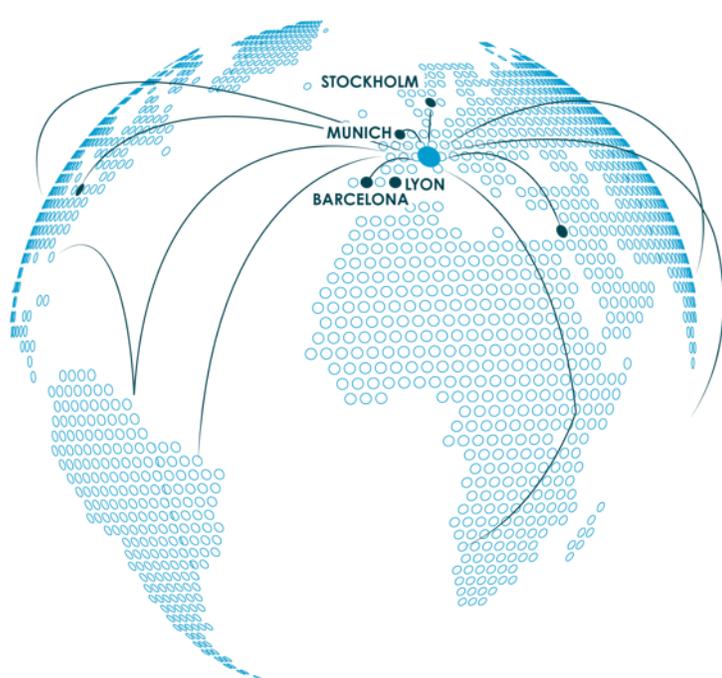
La Lombardia è uno dei 4 motori d'Europa, che sono le quattro regioni altamente industrializzate e orientate alla ricerca in Europa:

LOMBARDIA

BADEN-
WURTTENBERG

CATALOGNA

AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES



PIL LOMBARDIA
348Mrd€

PRINCIPALI CLUSTER INDUSTRIALI IN LOMBARDIA



- AEROSPAZIALE
- ENERGIA E RINNOVABILI
- ICT E MEDIA
- INDUSTRIA MANIFATTURIERA
- SCIENZA DELLA VITA
- TURISMO
- AGROALIMENTARE
- DESIGN E INDUSTRIA CREATIVA
- FINANZA

APPEAL INTERNAZIONALE

- 10%** del PIL italiano è generato qui
- 30€** di 100 € di investimenti esteri in Italia sono a Milano
- 275K** studenti delle 13 università milanesi
- 33%** dei brevetti italiani

START-UP INNOVATIVE



- 1%** AGRICOLTURA
- 1%** TURISMO
- 5%** COMMERCIO
- 15%** INDUSTRIA
- 79%** SERVIZI

La base di partenza: il territorio

UN RICCO ECOSISTEMA DI RICERCA

- 4** Università dedicate alla Medicina
- 56** Facoltà che operano nel settore delle scienze della vita

63,4 BNE Valore della produzione nella filiera del Life Science in Lombardia (31% della produzione nazionale)

L'ECOSISTEMA REGIONALE PIÙ AVANZATO A SOSTEGNO DELLE SCIENZE DELLA VITA



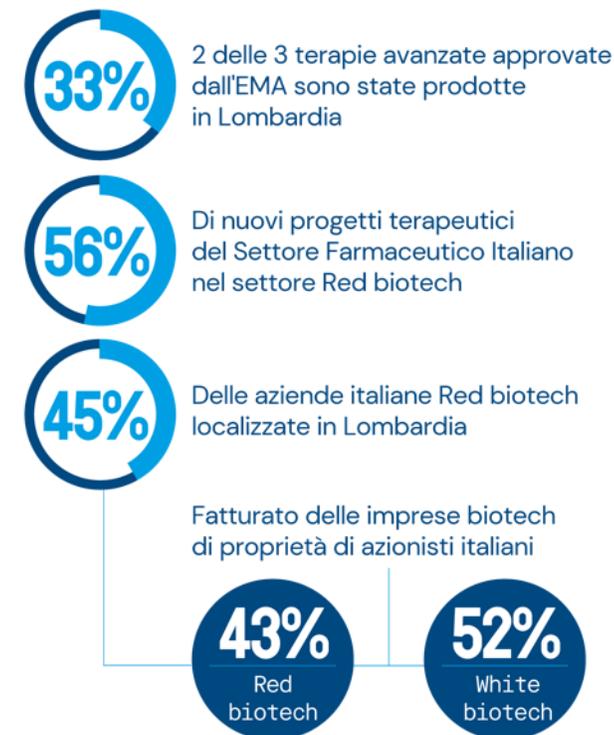
PRODUZIONE AVANZATA

- +96K** Imprese manifatturiere, con il 26% dei lavoratori lombardi occupati nel manifatturiero
- 50%** Fatturato nazionale rappresentato dalle industrie biomedicali della regione
- 50%** Aziende manifatturiere lombarde che investono in attività di R&S

SETTORE FARMACEUTICO: LOMBARDIA VS ITALIA

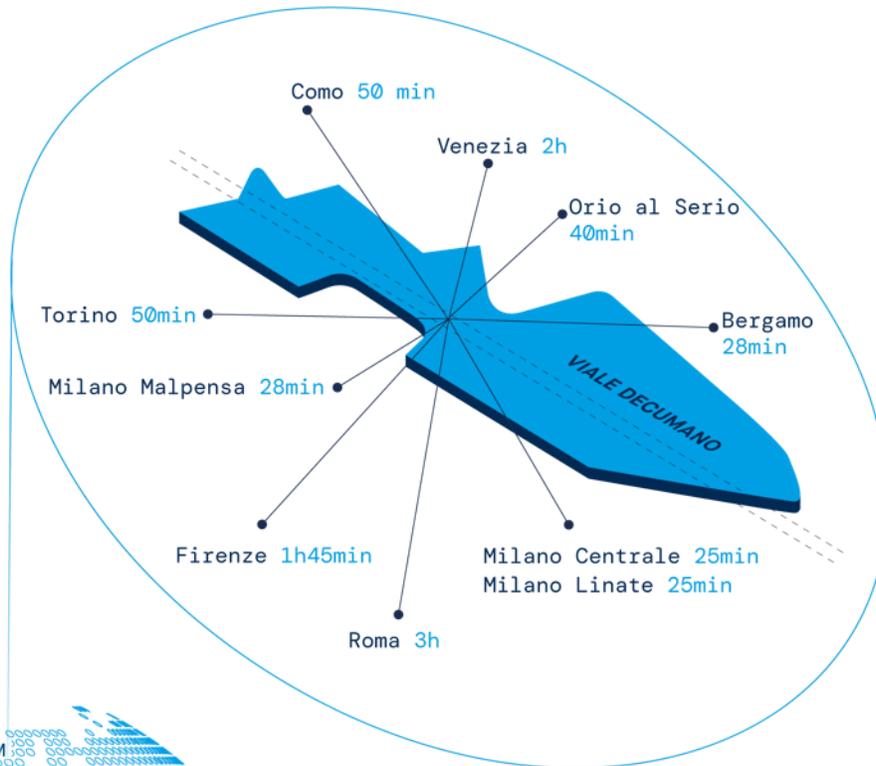


RED BIOTECH



LA QUASI TOTALE DEGLI INVESTITORI SPECIALIZZATI ITALIANI HA LA SEDE IN LOMBARDIA.

La base di partenza: il territorio



CONTESTO GEOGRAFICO

Il sito è immediatamente accessibile dai principali nodi infrastrutturali che forniscono rapidi collegamenti con il centro di Milano, gli aeroporti e le città limitrofe

- Collegamento al centro, aeroporti, città
- In metro, treno, autobus, auto

COLLEGAMENTO CON ALTRE CITTÀ



→ LONDRA 2H

→ PARIGI 1H

→ MOSCA 3H

→ DUBAI 5H

**FORTE CONNESSIONE AL CENTRO CITTÀ,
PRINCIPALI AEROPORTI E CITTÀ VICINE**

La base di partenza: l'area



DOPO EXPO2015 RESTA UN'AREA
INFRASTRUTTURATA UNICA IN ITALIA x
DIMENSIONI E TIPOLOGIA:

- 100% AREXPO
- 1 MILIONE DI METRI QUADRATI
- 1 FERMATA ALTA VELOCITA'
- 1 FERMATA TRENI REGIONALI
- 2 USCITE AUTOSTRADE (A4; A8-A9)

SERVIVA INDIVIDUARE:

- UNA VISIONE STRATEGICA
- UN PERCORSO AMMINISTRATIVO / DI PIANIFICAZIONE URBANISTICA
- I PARTNER DI LUNGO TERMINE

LA STRATEGIA INIZIALE: UN ERRORE UTILE PER IL FUTURO



Il 19 agosto 2014 viene pubblicato il bando di gara per “l’alienazione, ai fini della realizzazione di un programma di riqualificazione urbanistica, dell’area del sito Expo 2015 con obbligo di realizzare il progetto di riqualificazione offerto”.

Alla data di scadenza non venne presentata alcuna offerta.

LA STRATEGIA INIZIALE: UN ERRORE UTILE PER IL FUTURO

LE RAGIONI DELLA NON PARTECIPAZIONE AL BANDO:

- VALORE DELL'AREA MOLTO CONSISTENTE: 300 MILIONI DI EURO
- PROGETTUALITA' / POSSIBILITA' URBANISITICHE: NON DEFINITE
- TEMPI DI APPROVAZIONE: NON DEFINITI
- TEMPI DI REALIZZAZIONE: NON DEFINITI
- ROI DELL'INVESTIMENTO PRIVATO: NON DEFINITO

RISCHIO INDUSTRIALE TROPPO ALTO x PRIVATI

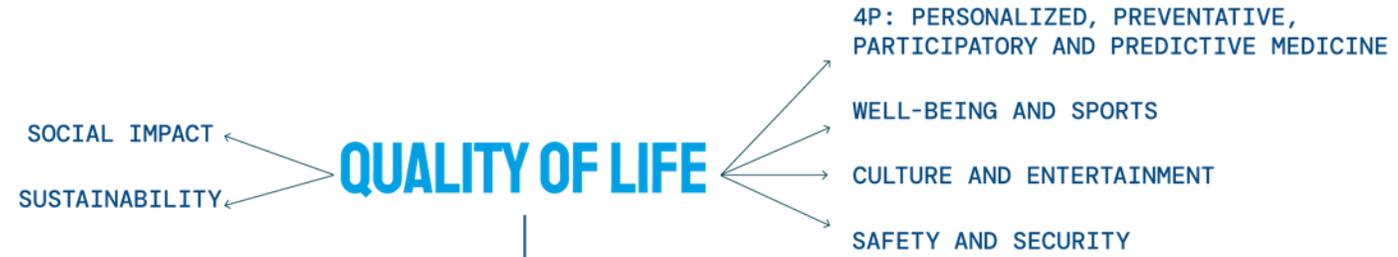
LA NUOVA VISIONE: IL DISTRETTO DELL'INNOVAZIONE

Nel settembre 2016, le **Linee Guida del Piano Strategico di Sviluppo e Valorizzazione di Arexpo**, approvate dal Cda, vengono pubblicate: il centro dell'attività della **nuova *mission della società*** è la creazione di un grande **Parco della Scienza, del Sapere e dell'Innovazione**.

Le caratteristiche distintive del **Science&Technology Park (STP)** quale catalizzatore dello sviluppo economico nazionale e territoriale sono:

- concept di sviluppo dell'area specifico e competitivo sostenuto da strumenti di marketing territoriale;
- centralità delle eccellenze del territorio legate al sapere e alla ricerca;
- ruolo del soggetto di riferimento: garanzia di equilibrio tra Università, aziende, attività culturali e residenziali e contaminazione tra funzioni;
- accessibilità e mobilità grazie a collegamenti efficaci col centro cittadino;
- modello di sviluppo economicamente sostenibile e flessibile, che delinea le più efficaci strategie economico-finanziarie di riuso dell'area;
- modello di business collaborativo Università-Centri di Ricerca e Imprese con regia unitaria.

LE VERTICALI INDUSTRIALI: ECCELLENZE DEL TERRITORIO



FUTURE OF HEALTH

- LIFE SCIENCE
- AGRI-FOOD
- ADVANCED MANUFACTURING
- PHARMA
- BIOTECH
- MEDICAL DEVICES

CITY OF THE FUTURE

- MOBILITY
- COMMUNICATION
- ENERGY
- PROPTECH



Il nome / il brand

relazioni . digitale
mobilità **innovazione**
internazionalità futuro
milano **sostenibilità**
resilienza
connettività
interazioni relazioni
flessibilità **sociale**

L'identità dell'area e della sua destinazione costituisce un aspetto cruciale, per raggiungere una sostanziale condivisione con gli stakeholder primari della sua vocazione e della sua riconoscibilità complessive, ponendo così le basi per un'armonizzazione sia progettuale sia comunicativa delle diverse "anime" del sito in tutte le fasi previste.

Nell'individuazione del nome abbiamo utilizzato i seguenti criteri guida.

Breve, italiano o inglese, purché facile e comprensibile

La caratteristica di immediatezza e di brevità è fondamentale, mentre secondaria è invece la scelta della lingua – italiana o inglese – a condizione che il termine inglese utilizzato sia di universale comprensione e facile da pronunciare.

Milano in evidenza

Collegare il luogo a Milano è un fattore certamente strategico, anche per favorire la riconoscibilità dell'area presso il pubblico non locale.

Significato/significante

Una scelta importante è quella di sottolineare con il nome il contenuto in relazione con il contenitore.

Il nome / il brand



il Parco come centro nevralgico per nuove connessioni: di idee, di persone e di progetti. Il segno grafico evoca le sinapsi in una versione più tecnologica, dei circuiti di energia, dei circuiti virtuosi che creano valore e danno nuova vita al “distretto”

L'attrazione di ancore pubbliche d'eccellenza



IRCCS GALEAZZI

600 posti letto | 9.000 persone al giorno
cantiere a pieno regime

HUMAN TECHNOPOLE

1.000 ricercatori | 5 centri di ricerca
già operativo | a regime 2026

CAMPUS UNIMI

20.000 studenti
primo anno accademico 2024

LENDLEASE (sviluppo privato)

480.000 mq di sviluppo | 70.000 cittadini
a regime 2030

L'attrazione di ancore pubbliche d'eccellenza

**4 LE ISTITUZIONI PUBBLICHE
GUIDANO LO SVILUPPO
DELLA MENTE E CATALIZZERANNO
UN INFLUSSO DI AZIENDE
INNOVATIVE E PROGETTI**

HUMAN TECHNOPOLE
OPERATIVO OGGI,
COMPLETAMENTO NEL 2024

Il principale Istituto italiano di ricerca sulle scienze della vita a Milano. La missione di HT è sviluppare medicina e nutrizione personalizzate per affrontare il cancro e le malattie neurodegenerative mediante genomica, analisi dei big data, nuova diagnostica e terapie innovative.



IRCCS GALEAZZI
COMPLETAMENTO NEL 2022

La sua missione è raccogliere le eccellenze in ambito ortopedico campo dell'IRCCS Galeazzi e l'esperienza maturata in campo cardio-toraco-vascolare e bariatrico dell'Istituto Clinico Sant'Ambrogio.



FONDAZIONE TRIULZA
OPERATIVA DA EXPO 2015

La mission della Fondazione Triulza è stimolare l'innovazione delle attività del Terzo Settore e dell'economia civile nel progetto di sviluppo del sito MIND, creare nuove imprese, nuove attività, reti e mettere al centro l'impatto sociale e ambientale.



**CAMPUS DIPARTIMENTI
SCIENTIFICI UNIMI**
COMPLETAMENTO NEL 2025

L'Università degli Studi di Milano costruirà un nuovo campus per le sue facoltà scientifiche nell'area, che ospiterà più di 18000 studenti. L'obiettivo è creare un campus moderno, secondo i più avanzati format internazionali (didattica, ricerca e strutture) e infrastrutture dedicate (impianti sportivi e auditorium).



LO SVILUPPO PRIVATO



Il modello di partnership pubblico-privata

Partnership
Pubblico-Privato

BEST PRACTICE
PER IL SUCCESSO
DEL DISTRETTO
DELL'INNOVAZIONE

99 anni di concessione
1 mln si mq
4 miliardi di investimenti
70k persone/giorno



Ministero
dell'Economia
e delle Finanze



Regione Lombardia

Milano



Comune
di Milano



Fondazione
Fiera
Milano



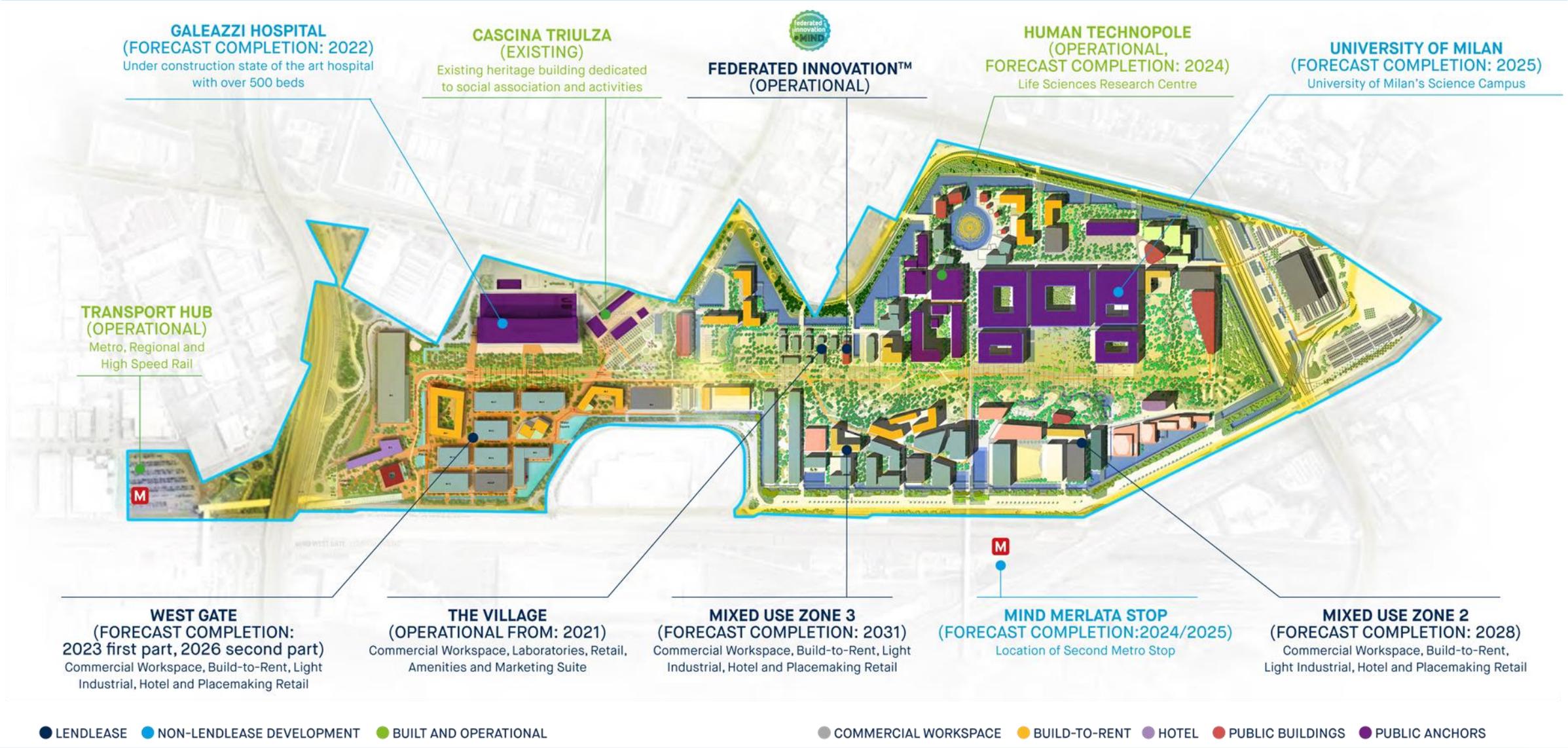
Città
metropolitana
di Milano



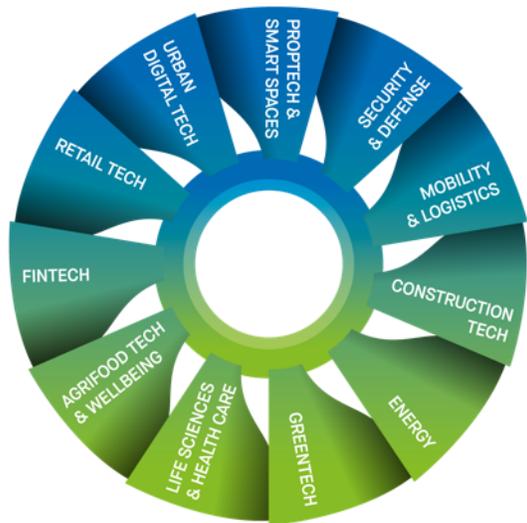
COMUNE DI RHO

74.5 bn Au\$
Pipeline di
sviluppo globale

Il modello di partnership pubblico-privata



Il modello di partnership pubblico privata



GREENTECH

(+ Air Quality and Sustainable Innovation)



URBAN DIGITAL TECH

(IT & Comms + Digital Services + Cybersecurity)



FINTECH



AGRIFOOD TECH & WELLBEING



RETAIL TECH



LIFE SCIENCES & HEALTH CARE



PROPTech & SMART SPACES



SECURITY & DEFENSE



MOBILITY AND LOGISTICS



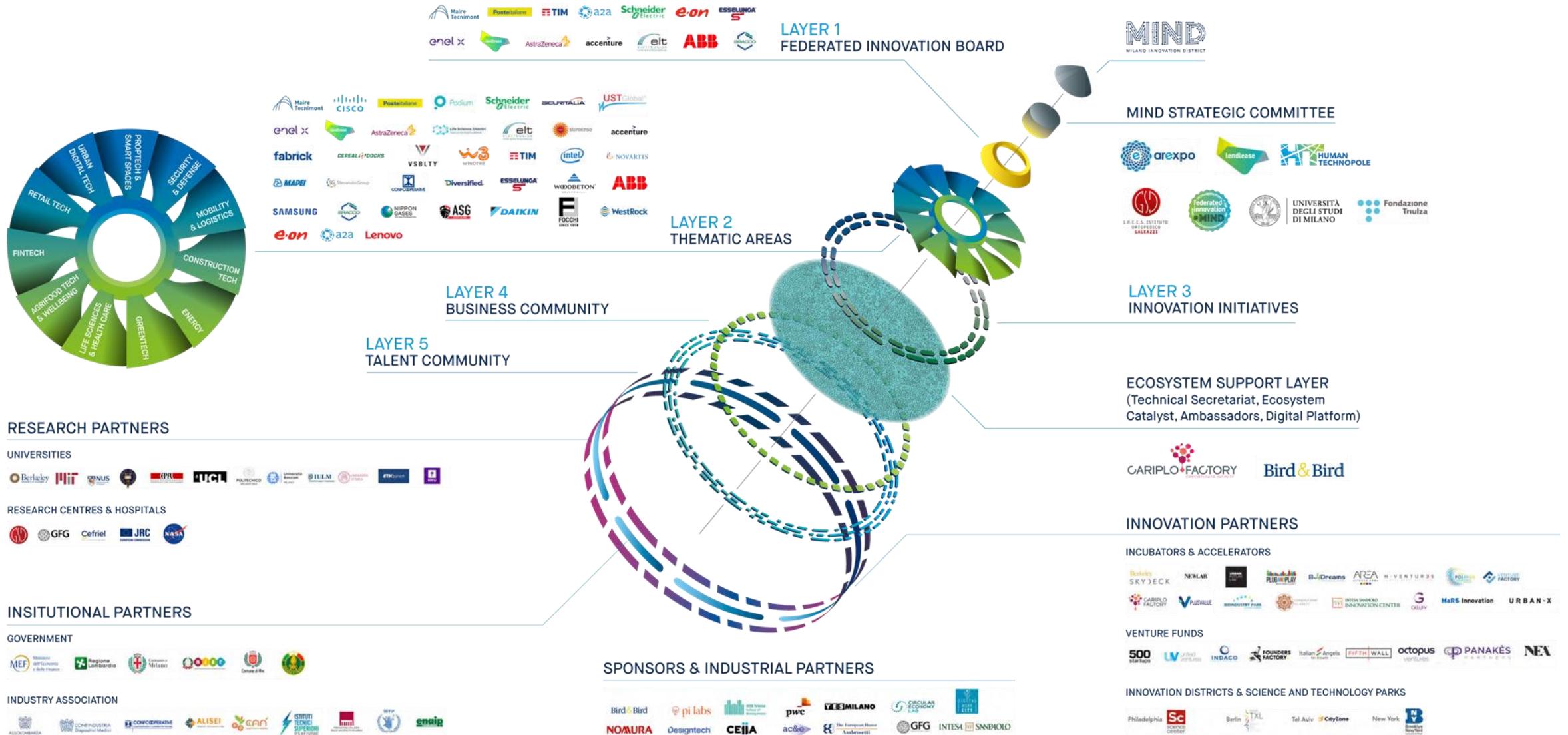
ENERGY



CONSTRUCTION TECH



Il modello di partnership pubblico privata



La “cura” del territorio: MIND EDUCATION

MIND Education è il programma che coinvolge gli **studenti** nella realizzazione di progetti innovativi e originali per il Milano Innovation District.

Proprio gli studenti saranno i **futuri protagonisti di MIND** e il loro coinvolgimento viene proposto come un importante strumento di **co-creazione** di questo **nuovo quartiere della città**.

4
EDIZIONI

+3000
STUDENTI



PROGETTI DI TESI SU DI NOI



- **Politecnico di Milano | Master in Digital Strategy | 2018**
- **IED | Design | 2018/2019**
- **Università di Bergamo | Strategic Management Engineering | 2018/2019**
- **Università Bicocca | Management e Design dei Servizi | 2018/2019**
- **Università Cattolica del Sacro Cuore | Innovazione in contesti urbani | 2019**
- **Università Bicocca | Scienze dell'Organizzazione | 2019/2020**
- **Università Vita Salute S. Raffaele + Università della Svizzera Italiana | Psicologia Cognitiva nella Comunicazione della Salute | 2019/2020**
- **Politecnico di Milano | Architettura Urbanistica Ingegneria delle Costruzioni | 2019/2020**
- **IED | Design | 2020/2021**

La “cura” del network globale per crescere



- ATTRAZIONE DI IMPRESE IN MIND
- ATTRAZIONE DI CENTRI DI RICERCA / UNIVERSITA' ESTERE IN MIND
- ATTRAZIONE DI INVESTITORI IN MIND

COLLABORAZIONI CON I MIGLIORI DISTRETTI DELL'INNOVAZIONE NEL MONDO PER:

- BENCHMARKING
- PROGETTI COMUNI GLOBALI
- DEMO DAY PER SINERGIA PER START UP

UAE & Lombardy Region Meeting (UAE, 18 nov 2019)

Conclusioni

1. I **BENI PUBBLICI** (IMMOBILI, TERRENI, AREE) POSSONO ESSERE **VALORIZZATI** E NON SOLO **(S)VENDUTI, GENERANDO** UN VERO IMPATTO DI **VALORE ECONOMICO E SOCIALE PER IL TERRITORIO**
2. **LA PARTNERSHIP PUBBLICO PRIVATA E' UN MODELLO VINCENTE** X VALORIZZARE GLI ASSET PUBBLICI E «SFRUTTARE» LA VELOCITA', I CAPITALI E INTRAPRENDENZA DEL PRIVATO
3. **IL MODELLO DI DISTRETTO DELL'INNOVAZIONE MIND E' REPLICABILE IN ALTRI TERRITORI**, A PATTO DI:
 - Avere una visione di progetto che valorizzi le eccellenze industriali del territorio (poche e chiare filiere verticali)
 - Avere un elemento pubblico di raccordo di tutto il progetto per la creazione di una PPP
 - Attrarre eccellenti ancore pubbliche nel campo della ricerca (Università, Centri ricerca)
 - Attrarre privati complementari (start-up, medie e grandi imprese, multinazionali, acceleratori, venture capitalist, etc.)
 - Creare un eco-sistema aperto e includente



Grazie per l'attenzione

arexpo.it