



Città  
metropolitana  
di Milano

Comunicato stampa

## La sfida per un territorio più attrattivo passa attraverso il digitale

Tue Sep 13 16:55:40 CEST 2022 - Soluzioni digitali e innovative per favorire l'attrattività e il turismo nell'area della Città metropolitana. Una sfida importante quella raccolta, nella giornata di martedì 13 settembre, a Palazzo Isimbardi, in concomitanza con la giornata conclusiva del progetto internazionale **Sware Addictional Call**.

Se, da una parte, si conclude l'importante progetto europeo avviato nel 2016 e proseguito, anche durante la pandemia, con la definizione di buone pratiche di resilienza in Italia e in Europa in regioni caratterizzate da numerosi corsi d'acqua interni (simili ai Navigli metropolitani milanesi), dall'altra si apre un'importante sfida su come tradurre gli importanti spunti emersi anche sul territorio metropolitano per valorizzarne le peculiarità socio-economiche attraverso, appunto, nuove soluzioni digitali capaci di intercettare anche il pubblico più giovane.

Per questo il **Settore Sviluppo Economico della Città metropolitana** ha invitato a Palazzo Isimbardi gli stakeholder rappresentanti di aziende pubbliche e private, ricerca e terzo settore, ponendosi, ancora una volta, come "facilitatore" di un percorso di collaborazione pubblico-privato che favorisca la crescita del territorio.

Sotto i riflettori le buone pratiche di resilienza al Covid 19, sviluppate dai partner del progetto europeo nel sud dell'Olanda, nella regione Lettone del Vzdeme e nell'area del Pons Danubii a cavallo tra Slovacchia e Ungheria, ossia aree caratterizzate da numerosi corsi d'acqua interni e da un patrimonio socio-economico non ancora adeguatamente valorizzato. Progetti che puntano su strumenti digitali come il "**5D**" (presente in collegamento il suo ideatore, l'olandese Theo Pronk), una app con mappe, ricostruzioni virtuali nel passato, presente e futuro, informazioni, creata grazie ad una forte collaborazione col territorio, o come "**Road Game**" (sviluppato in Lettonia) che ha visto puntare sul gioco e le sfide virtuali per promuovere il territorio, valorizzare il turismo locale, offrire svago (anche durante il lockdown, grazie alle nuove tecnologie) e coinvolgere cittadini e imprese nella finalità di promozione delle eccellenze territoriali. Un turista che non solo guarda, insomma, ma partecipa attivamente, in prima persona cogliendo le opportunità di gioco per conoscere il territorio che gli interessa, scegliendo se fruire a distanza o direttamente online.

E ancora progetti di bike sharing ("**Kombi Bike**", tra Slovacchia e Ungheria) e marketing crossborder con parchi tematici in un sito che riproducono le bellezze di un'altra zona ("**Cultplay**" di Pons Danubii). Dall'Europa all'Italia con un progetto pensato per Milano ("**Neighborhood by neighborhood**", del Comune di Milano e della Camera di Commercio Milano, Monza Brianza e Lodi) per valorizzare tutti i quartieri e le peculiarità meno conosciute, coinvolgendo i cittadini in

progetti di rigenerazione e rilancio. E ancora il **“Patto di comunità dell’Adda Martesana”** (Ecomuseo Adda Martesana), per la creazione di un Osservatorio che raccolga le istanze locali e le traduca in progetti grazie alla collaborazione tra istituzioni, imprese e terzo settore, intercettando, dove possibile, fondi europei. Infine il progetto **“Mirasole Impresa sociale”**, che ha coinvolto persone vulnerabili per l’inserimento nel mondo lavorativo e l’inclusione sociale. Modelli che la Città metropolitana di Milano vorrebbe poter replicare, sfruttando l’esperienza della pandemia per affrontare anche i nuovi scenari socio-economici, come la crisi energetica.

*“L’obiettivo di questa giornata è restituire al territorio esperienze di eccellenza in ambito di resilienza al COVID-19, realizzate in Europa, in aree caratterizzate da acque interne simili ai nostri navigli metropolitani – spiega il **Direttore dell’Area Pianificazione e Sviluppo economico, Dario Parravicini** - In particolare, i progetti della Gamification ed il 5D, presentati rispettivamente dai partner lettoni ed olandesi, sono strumenti che in Italia sinora vengono ancora poco utilizzati per la promozione del territorio. In particolare, riteniamo vi siano enormi potenzialità educative e formative sulla conoscenza, sulla tutela e la valorizzazione dei nostri patrimoni storici, artistici, culturali, ambientali ed imprenditoriali. I progetti come Cultplay e Kombi bike dei nostri partner ungheresi-slovacchi invece permettono di ottimizzare al meglio il coinvolgimento della comunità e costituiscono un prezioso esempio di marketing territoriale cross border, nuova delega di questo mandato metropolitano. Il nostro compito, nel futuro più prossimo come Area Pianificazione e sviluppo economico sarà quello di promuovere queste soluzioni e supportare le imprese, le associazioni e l’azione comunale, in merito alla replicabilità di progetti simili che, a nostro avviso, possono essere considerati importanti driver di sviluppo locale per la Città metropolitana di Milano”.*

Nuovi strumenti di coinvolgimento per le comunità locali e per nuovi pubblici, per valorizzare i territori attraverso una rete di stakeholders differenziati, dalle aziende al terzo settore. Un processo nel quale la Città metropolitana di Milano intende proporsi in un ruolo di regia, condividendo esperienze, favorendo incontri e scambi di informazioni, conoscenze e competenze per replicare storie di successo anche nel suo territorio.

---

#### INFO



**Città metropolitana di Milano**  
Via Vivaio, 1 - 20122 Milano

Tel: 02 7740.6655  
stamp@cittametropolitana.milano.it  
www.cittametropolitana.mi.it

---