



**CAMERA di  
COMMERCIO  
MONZA BRIANZA**



**PROVINCIA  
MONZA  
BRIANZA**

tel. 039/2807511 – 039/2807521

**Oggi a EIRE, la fiera del real estate, presentato il primo “Progetto strategico di marketing territoriale per l’investitore immobiliare”, indagine promossa dalla Camera di commercio di Monza e Brianza e dalla Provincia di Monza e Brianza in collaborazione con il Politecnico di Milano**

## **LA BRIANZA PARLA IL REAL ESTATE**

**Investire in Brianza? Conviene per l’accesso al mercato, il sistema formativo e la cultura pro-business: tutti fattori trainanti del territorio a livello internazionale.**

*Monza, 6 giugno 2012.* Investire in Brianza conviene. Soprattutto per alcuni fattori trainanti che il territorio possiede: a partire dalla disponibilità all’accesso al mercato, passando attraverso il sistema formativo per arrivare alla cultura pro-business diffusa capillarmente. Dei 12 fattori chiave che gli investitori internazionali riconoscono per misurare l’attrattività di un territorio, la Brianza supera il benchmark di riferimento in 9 casi: accesso al mercato (4,40 punti con benchmark di riferimento a 3), sistema formativo (4,20), cultura pro-business (4,08), immagine e reputazione pro-business (3,76), ricerca e sviluppo (3,68), infrastrutture tecnologiche avanzate (3,56), capitale umano e talenti (3,25), disponibilità e qualità del mercato immobiliare (3,20) e qualità della vita (3,17). Sotto la media e fattori quindi frenanti agli investimenti risulta in primo luogo il sistema amministrativo e fiscale (2,25), quindi il personale qualificato (2,38) e le infrastrutture di base (2,67).

Sono alcuni dati che emergono dal primo “Progetto strategico di marketing territoriale per l’investitore immobiliare”, indagine promossa dalla Camera di commercio di Monza e Brianza e dalla Provincia di Monza e Brianza in collaborazione con il Politecnico di Milano, dipartimento BEST (gruppo di lavoro composto da Marzia Morena, Maria Luisa Del Gatto, Anna Gornati, Annalisa Stampais e con la collaborazione di Angela Airoldi – Università Bocconi) , e presentata in anteprima oggi a EIRE, la fiera del real estate.

*“La Brianza si presenta per la prima volta all’investitore internazionale come sistema grazie a questo studio di marketing territoriale per l’investitore immobiliare - ha dichiarato **Mauro Danielli** Presidente dell’Osservatorio del territorio e degli immobili della Camera di commercio di Monza e Brianza. La conoscenza del territorio rappresenta uno strumento strategico per supportare l’attrattività della Brianza, a livello nazionale e internazionale, con l’obiettivo di implementare il numero di investitori, apportando*

*benefici a tutto il sistema socio- economico e quindi alle imprese. La stessa conoscenza del territorio è del resto anche il presupposto per un suo armonico sviluppo.”*

*“L’obiettivo della Provincia è attrarre interesse verso i progetti di riqualificazione e recupero delle numerose aree dismesse della Brianza, pubbliche e private. Interventi, questi, che possono contribuire alla valorizzazione complessiva del nostro territorio”, ha aggiunto il **Presidente della Provincia MB, Dario Allevi.***

### **Monza e Brianza: 12 key factors**

	Provincia di Monza e Brianza	Benchmark di Riferimento
CULTURA PRO-BUSINESS	4,08	3
IMMAGINE E REPUTAZIONE PRO BUSINESS	3,76	3
ACCESSO AL MERCATO	4,4	3
INFRASTRUTTURE DI BASE	2,67	3
INFRASTRUTTURE TECNOLOGICHE AVANZATE	3,56	3
DISPONIBILITA' E QUALITA' DEL MERCATO IMMOBILIARE	3,2	3
PERSONALE QUALIFICATO	2,38	3
CAPITALE UMANO/TALENTI	3,25	3
RICERCA & SVILUPPO	3,68	3
SISTEMA EDUCATIVO/FORMATIVO	4,2	3
SISTEMA AMMINISTRATIVO, FINANZIARIO, GIUDIZIARIO E FISCALITA'	2,25	3
QUALITA' DELLA VITA	3,17	3

Fonte: “Progetto strategico di marketing territoriale per l’investitore immobiliare”, indagine promossa dalla Camera di commercio di Monza e Brianza e dalla Provincia di Monza e Brianza in collaborazione con il Politecnico di Milano, dipartimento BEST