

Destinazione Milano

«Destinazione Milano» è il rapporto finale di un progetto di ricerca condotto per conto della **Borsa Internazionale del Turismo** da Paola Bensi e Roberto Nelli nell'ambito del **Laboratorio di Analisi del Mercato Congressuale Internazionale (LAMCI)**, iniziativa sviluppata dall'**Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali (ASERI)** dell'Università Cattolica in collaborazione con **Fiera Milano Congressi**.

La ricerca si è articolata in due parti: da un lato, l'analisi approfondita della situazione e delle tendenze del mercato dei congressi e degli eventi nell'area metropolitana di Milano con riferimento al 2016; dall'altro lato, lo studio del posizionamento di Milano nei ranking internazionali.

Sommario

Situazione e tendenze del mercato dei congressi e degli eventi nell'area metropolitana di Milano	p. 2
Le performance della meeting industry nell'area metropolitana di Milano nel 2016	p. 4
Il contributo della meeting industry al PIL dell'area metropolitana di Milano	p. 7
Gli investimenti e le previsioni di fatturato della meeting industry	p. 7
Il posizionamento di Milano nei ranking internazionali	p. 9
Gli obiettivi e la metodologia dello studio	p. 9
L'attrattività di Milano dal punto di vista della qualità della vita	p. 10
<i>La sostenibilità e la qualità dell'ambiente naturale</i>	p. 11
<i>Il livello di sicurezza</i>	p. 11
<i>I trasporti e l'accessibilità</i>	p. 11
<i>L'offerta culturale</i>	p. 12
<i>Il costo della vita</i>	p. 12
L'attrattività di Milano rispetto all'ambiente economico	p. 15
<i>I dati economici di base</i>	p. 15
<i>L'attrattività come centro finanziario</i>	p. 16
<i>Il grado di coesione sociale</i>	p. 16
<i>Il grado di internazionalizzazione delle imprese</i>	p. 16
<i>Il grado di innovazione</i>	p. 16
<i>Il capitale umano</i>	p. 18
Il posizionamento di Milano in ambito turistico	p. 20
<i>L'offerta alberghiera</i>	p. 21
<i>Il prezzo medio degli hotel</i>	p. 21
<i>L'offerta per la ristorazione</i>	p. 22
<i>Il numero di turisti nazionali e stranieri</i>	p. 22
Fonti utilizzate	p. 26
Note	p. 27

Milano, marzo 2017



Situazione e tendenze del mercato dei congressi e degli eventi nell'area metropolitana di Milano

Il settore dei congressi e degli eventi rappresenta un importante comparto dell'economia che negli ultimi anni ha contribuito in misura significativa allo sviluppo delle economie locali.

Occorre rilevare che il valore dei congressi e degli eventi va ben oltre gli effetti economici legati all'occupazione alberghiera e all'indotto generato dalla spesa dei partecipanti e degli organizzatori: infatti, gli eventi sono un motore di connessioni e il territorio nel quale si svolgono rappresenta uno spazio per la sedimentazione dei rapporti sociali, un punto di contatto per i processi che, nella società della conoscenza, innescano la creazione di valore per le imprese e per la collettività, generando un'eredità intangibile difficile da identificare e da misurare, ma molto rilevante per le destinazioni nel medio-lungo periodo.

A Milano è presente una straordinaria ricchezza e articolazione di strutture per eventi: alle sedi più tradizionalmente vocate all'attività congressuale e convegnistica (centri congressi e hotel congressuali) si affiancano altre strutture professionalmente molto attive nel mercato degli eventi, come le dimore storiche, le sedi istituzionali (edifici pubblici, sedi camerale, centri culturali, musei e biblioteche) e gli spazi 'non convenzionali', che svolgono un ruolo fondamentale in ambito sociale e culturale e che assumono un'importanza sempre maggiore nella meeting industry milanese; recentemente si sono aggiunte sia strutture innovative dal punto di vista tecnologico e del design, sia luoghi precedentemente abbandonati e trasformati in spazi a forte vocazione culturale e creativa.

Nel periodo 2010-2015, secondo le rilevazioni del LAMCI, Milano si è collocata al 7° posto su 243 città europee per superficie totale a meeting nelle sedi di grandi dimensioni (ovvero con una capacità di almeno 2.000 posti in seduta plenaria nello spazio più grande secondo una configurazione della sala a teatro) ed è stata la città che tra le maggiori città europee ha registrato la più elevata crescita del numero di eventi rilevati dall'International Congress and Convention Association (+22,3%) e dei relativi partecipanti (+23,6%). Nel 2015 ha ospitato 93 congressi associativi internazionali per un totale di 64.110 partecipanti, collocandosi al 21° posto a livello mondiale per numero di eventi (tabb. 1 e 2).

Tabella 1 - Il numero di eventi ICCA nel periodo 2010-2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Totale
Paris	195	212	217	235	230	186	1.275
Vienna	177	191	202	190	212	178	1.150
Barcelona	178	180	175	183	182	180	1.078
Amsterdam	115	134	134	132	140	120	775
Lisbon	111	123	114	133	114	145	740
Stockholm	99	95	120	92	105	89	600
Munich	77	63	81	89	82	62	454
Milan	34	41	52	53	67	93	340
Geneva	67	67	53	46	43	45	321
Glasgow	32	38	35	29	38	54	226

L'analisi del posizionamento delle principali città europee rispetto al tasso medio annuo composto di variazione (CAGR) del numero di eventi e di partecipanti ICCA nel periodo 2010-2015 (fig. 1) rivela come alcune città - indicate con il colore rosso - che presentano un livello di solidità economica, di qualità della vita, di innovazione e di internazionalizzazione meno consolidato rispetto alle città tradizionalmente più rilevanti - indicate con il colore blu - stanno migliorando il proprio posizionamento e la propria capacità di influenza, con buoni margini di crescita nei prossimi anni in ambito economico, turistico e/o congressuale; per esempio, Glasgow nel periodo 2013-2015 si è

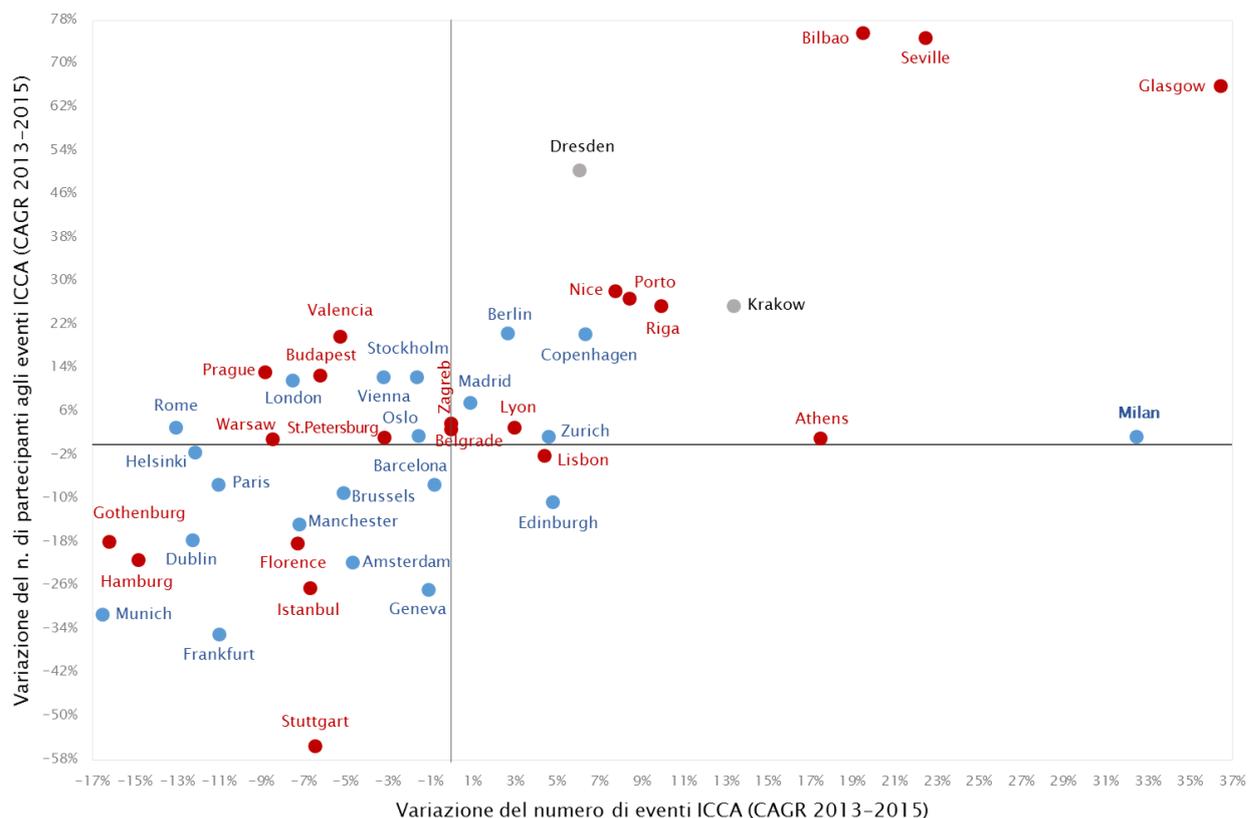
contraddistinta per l'incremento percentuale più elevato tra tutte le città europee sia del numero degli eventi associativi internazionali che dei relativi partecipanti.



Tabella 2 - Il numero stimato di partecipanti agli eventi ICCA nel periodo 2010-2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Totale
Barcelona	139.187	58.800	87.338	126.488	124.935	109.010	645.758
Vienna	88.200	88.433	133.465	98.734	83.214	124.899	616.945
Paris	69.124	114.381	99.211	87.617	133.399	75.470	579.202
Amsterdam	81.673	93.564	72.533	117.879	78.418	72.529	516.596
Lisbon	45.105	70.834	47.942	64.772	40.448	62.322	331.423
Milan	22.195	61.622	52.742	62.248	56.129	64.110	319.046
Stockholm	82.890	50.678	41.275	31.295	53.924	39.681	299.743
Munich	33.875	26.616	52.503	29.315	54.886	13.937	211.132
Geneva	41.589	45.660	32.720	24.507	25.678	13.215	183.369
Glasgow	25.539	24.118	21.800	13.386	27.358	36.885	149.086

Figura 1 - Il posizionamento delle principali città europee rispetto al tasso medio annuo composto di variazione (CAGR) del numero di eventi e di partecipanti ICCA nel periodo 2010-2015



Più in generale, nell'area metropolitana di Milano, secondo la rilevazione effettuata dall'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi promosso da Federcongressi&eventi e realizzato da ASERI, nel 2015 sono stati svolti oltre 40.500 **meeting della durata di almeno 4 ore con un minimo di 10 persone ciascuno**, che hanno rappresentato circa il 10% di tutti gli eventi realizzati in Italia, concentrando l'11% dei partecipanti e il 12% delle presenze complessivamente realizzate sul territorio italiano, nonché circa il 19% delle presenze registrate negli esercizi alberghieri dell'area metropolitana di Milano del 2015.

Le performance della meeting industry nell'area metropolitana di Milano nel 2016

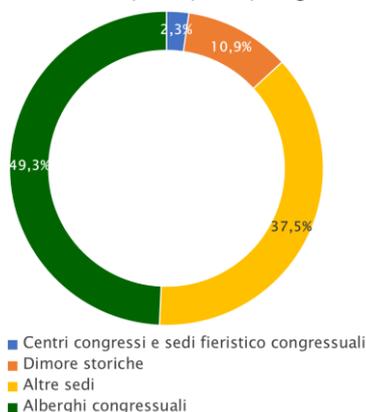


Dopo i successi del 2015, nell'area metropolitana di Milano il mercato dei congressi e degli eventi mantiene nel 2016 un andamento positivo, con una stabilità del numero di meeting e una crescita del numero dei partecipanti e delle presenze.

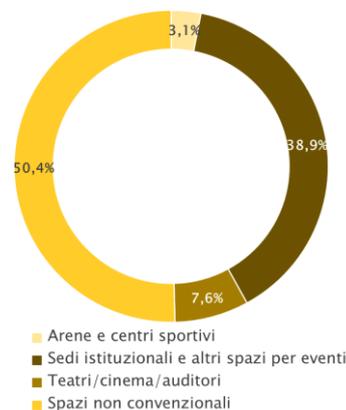
La ricerca, condotta su un universo di **349 sedi** per congressi ed eventi presenti sul territorio e commercialmente attive¹ (fig. 2), ha rilevato che nel 2016 nell'area metropolitana di Milano sono stati complessivamente realizzati **40.595 eventi** (+0,2% rispetto al 2015) per un totale di **3,13 milioni di partecipanti** (+6,8%) e **4,37 milioni di presenze** (+2,2%).

Figura 2 - La distribuzione delle sedi per eventi e congressi dell'area metropolitana di Milano

La distribuzione delle principali tipologie di sede



La distribuzione delle altre sedi

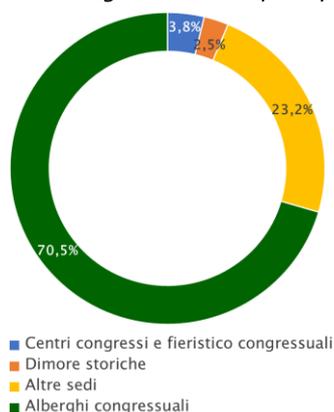


Mediamente gli eventi hanno visto la presenza di **77 persone** e hanno registrato una durata di **1,2 giorni**. Gli **eventi della durata superiore a un giorno** sono stati il 27% del totale e hanno registrato circa 1,3 milioni di partecipanti, mediamente pari a 119 persone per evento, e circa 2,3 milioni di presenze sul territorio.

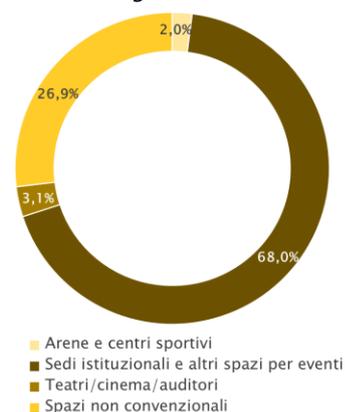
Per quanto riguarda la **tipologia di sede** (figg. 3-5), anche nel 2016 la maggior parte degli eventi (70,5%) si è svolta negli **alberghi congressuali** che hanno ulteriormente incrementato il proprio peso all'interno del mercato rispetto al 2015; tali strutture, tuttavia, concentrano percentuali meno elevate di partecipanti (il 36%) e di presenze (il 31,6%) rispetto al 2015: gli alberghi congressuali risultano aver ospitato un numero superiore di eventi, ma di minore durata e con un numero medio di partecipanti inferiore.

Figura 3 - La distribuzione degli eventi ospitati nelle diverse tipologie di sede

La distribuzione degli eventi nelle principali sedi



La distribuzione degli eventi nelle altre sedi

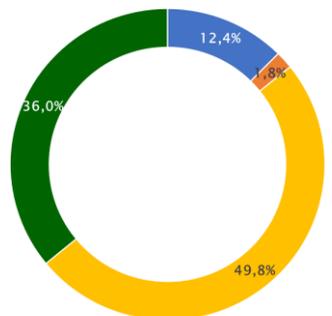




Seguono le **sedi istituzionali** (strutture prevalentemente pubbliche come le sedi camerali, i centri culturali, le sedi universitarie, i musei, ecc.) e le **altre sedi** con il 15,8% degli eventi, il 34,2% dei partecipanti e il 33,5% delle presenze. Le **sedi congressuali e fieristico congressuali** concentrano il 3,8% degli eventi ma ben il 12,4% di partecipanti e il 17,1% di presenze, mantenendo sostanzialmente invariato il proprio peso all'interno del mercato.

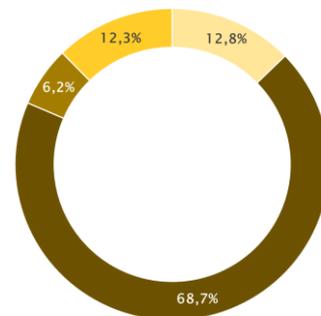
Figura 4 - La distribuzione dei partecipanti agli eventi ospitati nelle diverse tipologie di sede

La distribuzione dei partecipanti nelle principali sedi



■ Centri congressi e fieristico congressuali
■ Dimore storiche
■ Altre sedi
■ Alberghi congressuali

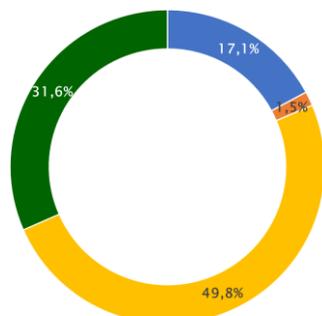
La distribuzione dei partecipanti nelle altre sedi



■ Areni e centri sportivi
■ Sedi istituzionali e altri spazi per eventi
■ Teatri/cinema/auditori
■ Spazi non convenzionali

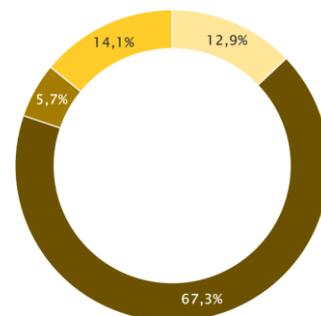
Figura 5 - La distribuzione delle presenze negli eventi ospitati nelle diverse tipologie di sede

La distribuzione delle presenze nelle principali sedi



■ Centri congressi e sedi fieristico congressuali
■ Dimore storiche
■ Altre sedi
■ Alberghi congressuali

La distribuzione delle presenze nelle altre sedi

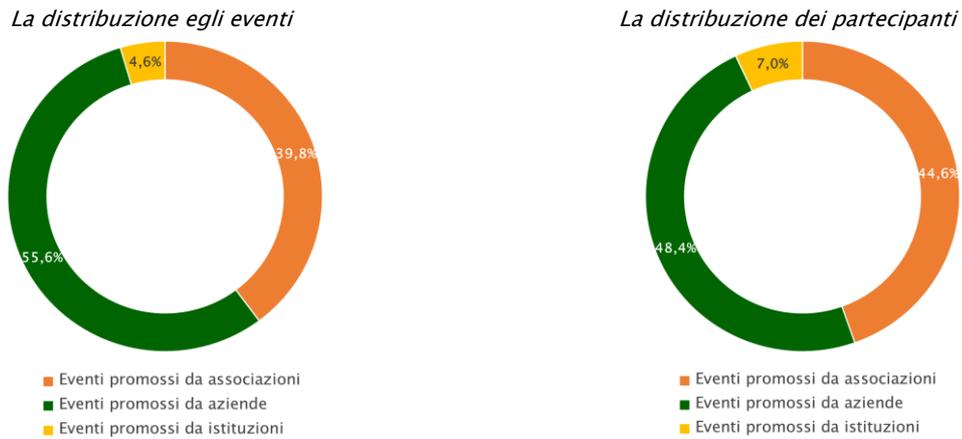


■ Areni e centri sportivi
■ Sedi istituzionali e altri spazi per eventi
■ Teatri/cinema/auditori
■ Spazi non convenzionali

Per quanto riguarda la **tipologia di ente promotore** (fig. 6), la performance del **segmento associativo** - che trova soprattutto nei congressi indispensabili occasioni di crescita, formazione e confronto (si pensi soprattutto ai congressi medico-scientifici) - ha subito una flessione rispetto al 2015, rappresentando il 39,8% degli eventi totali (47,3% nel 2015) e il 44,6% dei partecipanti totali (49,8% nel 2015). Il **segmento corporate** appare invece in crescita, concentrando il 55,6% degli eventi totali (43% nel 2015) e il 48,4% dei partecipanti (38,7% nel 2015). In diminuzione il numero di **eventi promossi da enti e istituzioni** che passano dal 9,8% del 2015 al 4,6% del 2016; decresce anche il relativo numero di partecipanti che rappresentano nel 2016 solo il 7% del totale (11,5% nel 2015).



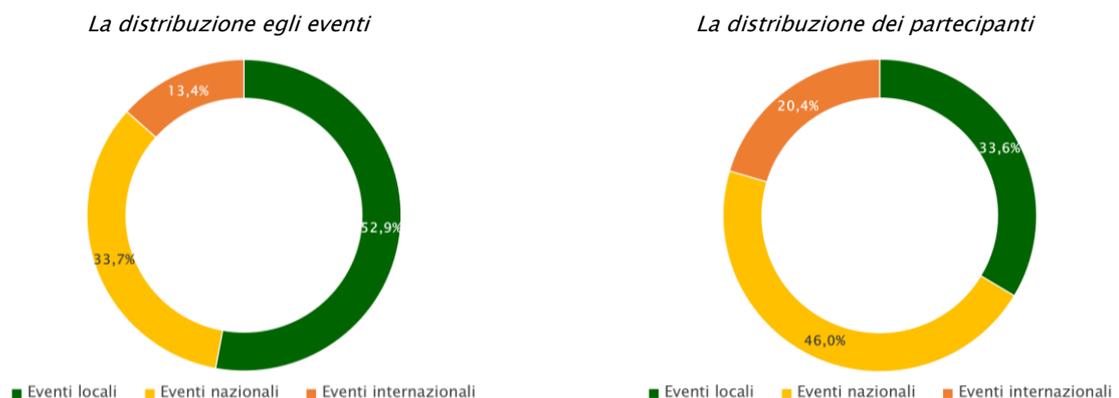
Figura 6 – La distribuzione degli eventi e dei partecipanti per tipologia di ente promotore



Per quanto concerne l'orizzonte geografico di riferimento degli eventi (fig. 7), il risultato maggiormente positivo riguarda la crescita del numero di eventi con un numero rilevante di partecipanti provenienti dall'estero, che hanno rappresentato il 13,4% del totale dei congressi e degli eventi ospitati, registrando un incremento significativo rispetto al 10,4% ottenuto nel 2015.

Nonostante più della metà degli eventi rimanga locale e i partecipanti (relatori esclusi) provengano dalla medesima regione della sede congressuale ospitante nel 33,6% dei casi e da altre regioni del territorio nazionale nel 46% dei casi, la strategia posta in essere da Milano per accrescere il proprio grado di innovazione e di internazionalizzazione – diventando una città più veloce e accessibile, più sostenibile e inclusiva, maggiormente attenta alla qualità del capitale umano – sta apportando effetti positivi anche nell'ambito della meeting industry.

Figura 7 – La distribuzione degli eventi e dei partecipanti a seconda della provenienza geografica dei partecipanti





Il contributo della meeting industry al PIL dell'area metropolitana di Milano

L'apporto della meeting industry al Prodotto Interno Lordo dell'area metropolitana di Milano risulta essere considerevole: i congressi e gli altri eventi realizzati sul territorio nel 2016 hanno generato complessivamente una spesa diretta dei partecipanti e degli organizzatori stimabile in via preliminare in **773 milioni** di euro (fig. 8), pari circa a un mezzo punto percentuale del PIL.

La **spesa complessiva diretta dei partecipanti** - pari a **652 milioni** di euro - è stata stimata sulla base dell'esperienza di ricerca maturata dal LAMCI² tenendo conto sia della durata media delle diverse tipologie di evento, sia della spesa giornaliera media sostenuta dai partecipanti differenziata a seconda della provenienza geografica (locale, nazionale o internazionale); in particolare, la spesa diretta dei partecipanti è attribuibile agli eventi a carattere internazionale per il 65% e agli eventi nazionali per il 32%.

La **spesa diretta degli organizzatori** dei congressi e degli eventi - pari a **121 milioni** di euro - è stata stimata dal LAMCI in via preliminare a partire dalle informazioni di carattere economico fornite dalle sedi milanesi partecipanti alla rilevazione, includendo la spesa per gli spazi, per gli allestimenti e le tecnologie, per il catering e per altri servizi accessori³; in particolare, circa il 24% di tale spesa risulta effettuata presso i centri congressi e i centri fieristico congressuali e il 30% presso gli alberghi congressuali.

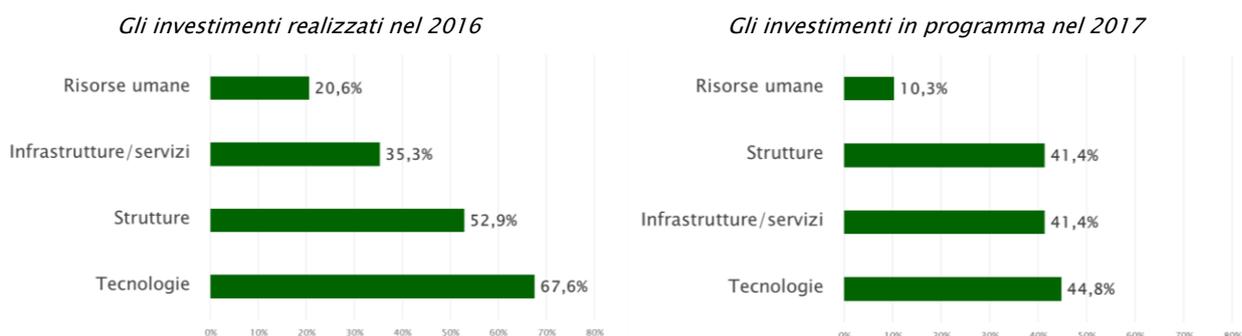
Figura 8 - La composizione del contributo diretto complessivo della meeting industry al PIL dell'area metropolitana



Gli investimenti e le previsioni di fatturato della meeting industry

Le sedi non smettono di migliorare per essere sempre più competitive sul mercato (fig. 9): infatti, nel 2016 il **75,6% delle sedi milanesi ha realizzato investimenti**, soprattutto in tecnologie (nel 67,6% dei casi), strutture (52,9%), infrastrutture e servizi (35,3%) e risorse umane (20,6%). Il trend è confermato anche per quest'anno: il **67,4% delle sedi è intenzionata a investire**, soprattutto sul fronte tecnologico (44,8%).

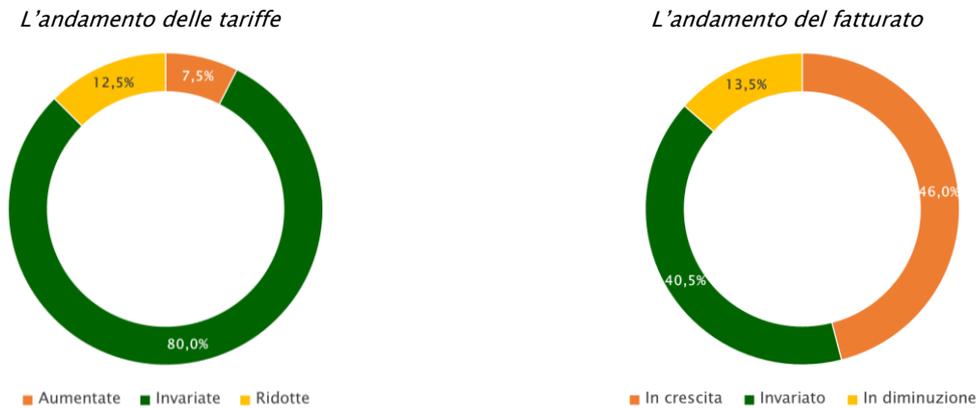
Figura 9 - Gli investimenti realizzati e in programma (risposte multiple)





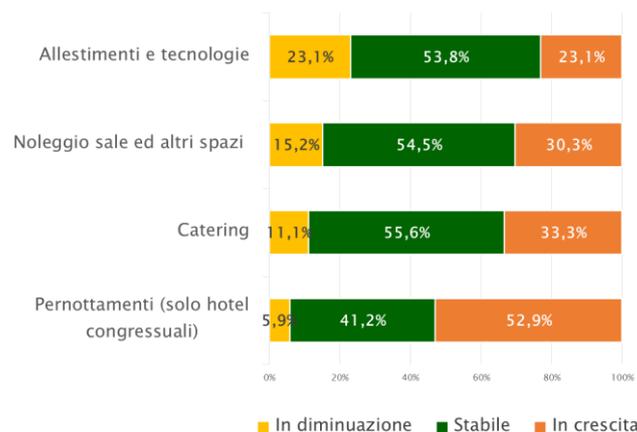
Per quanto riguarda le **previsioni di mercato per il 2017** (fig. 10), a fronte di un aumento delle tariffe dichiarato solamente dal 7,5% delle sedi, quasi la metà dei rispondenti (46%) si è dichiarata ottimista circa una probabile **crescita del fatturato**.

Figura 10 – L'andamento previsto nel 2017 delle tariffe e del fatturato



Più in dettaglio, i risultati maggiormente favorevoli sembrano essere attribuiti al catering, il cui fatturato è considerato in crescita dal 33,3% delle sedi, seguito dal fatturato derivante dal noleggio di sale e altri spazi, in crescita per il 30,3% dei rispondenti, e dal fatturato per il noleggio di allestimenti e tecnologie (23,1%). Il 52,9% degli alberghi congressuali prevede, inoltre, un aumento del fatturato derivante dal pernottamento dei partecipanti agli eventi (fig. 11).

Figura 11 – L'andamento previsto del fatturato nelle sue diverse componenti





Il posizionamento di Milano nei ranking internazionali

Negli ultimi anni Milano ha rafforzato il proprio posizionamento turistico proponendosi come la città più internazionale d'Italia, che può attingere a un patrimonio culturale e un'ospitalità di qualità non inferiore a quella di altre città italiane e che, allo stesso tempo, si caratterizza per una tensione all'innovazione nei diversi campi dell'economia, della società e anche dell'arte non inferiore a quella delle principali città europee.

Il posizionamento di Milano come **destinazione congressuale** può attingere a entrambe queste due anime della città, ossia avvalersi dei fattori critici di successo riguardanti:

- da un lato, la cultura, la qualità dell'offerta alberghiera e della ristorazione, nonché l'ampiezza delle attività di intrattenimento, aspetti sui quali si basa la promozione del turismo leisure;
- dall'altro lato, le conoscenze sviluppate in specifici ambiti industriali e l'eccellenza nella ricerca universitaria, specialmente nei settori più innovativi, per attrarre eventi associativi e corporate attinenti a tali know how.

In Europa è possibile individuare destinazioni congressuali che hanno costruito una forte reputazione sulla base di fattori critici di successo in ambito socio-culturale e altre che hanno sfruttato le competenze distintive in ambito economico e finanziario.

Tra le città che hanno sviluppato un forte brand per il settore turistico in generale e lo hanno utilizzato anche per la promozione del turismo congressuale è possibile citare Vienna, che focalizza il proprio posizionamento, riassunto dal motto *'Vienna Welcomes the World'* su tre fattori: l'internazionalizzazione della città come uno dei più importanti centri politici ed economici dell'Europa Centrale; lo sviluppo di tecnologie urbane per la sostenibilità (*'Smart Tourism City'*) e la qualità dei servizi alberghieri, di ristorazione, culturali e di intrattenimento che conferiscono alla città un'immagine di eleganza, di lusso e di *'joie-de-vivre'*⁴.

L'idea invece di sfruttare le competenze in specifici settori industriali per attrarre eventi corporate è stata sviluppata già dal 2013 dal German Convention Bureau, che ha sintetizzato il posizionamento delle destinazioni tedesche con il motto *'Germany. Success Through Expertise'*, ed è stata poi seguita da alcune città francesi e del nord Europa che hanno individuato per lo sviluppo del settore congressuale settori strategici soprattutto nell'ambito delle scienze mediche, delle biotecnologie, dei materiali avanzati, delle tecnologie pulite e delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Il recente posizionamento individuato da Assolombarda per Milano come *'S.T.E.A.M. City'*⁵, orientato a rafforzare le competenze distintive della città nell'ambito della scienza, della tecnologia, dell'engineering & environment, delle arti e della manifattura, può costituire una fondamentale base strategica per lo sviluppo anche del settore congressuale.

Gli obiettivi e la metodologia dello studio

Nell'ambito del monitoraggio condotto periodicamente dal LAMCI sul posizionamento di Milano nei principali ranking internazionali, la presente ricerca ha inteso verificare i punti di forza e di debolezza della città negli ambiti socio-culturali, economici e turistici, rispetto alle città europee con le quali compete maggiormente a livello congressuale.

A tal fine, Milano è stata confrontata con le città i cui centri congressi fanno parte dell'associazione *Leading Centres of Europe* (**Amsterdam, Barcellona, Ginevra, Glasgow, Lisbona, Milano, Monaco di Baviera, Parigi, Stoccolma e Vienna**) rispetto alla classificazione ottenuta sui principali ranking internazionali disponibili liberamente e condotti periodicamente da Istituti di ricerca, Università e Società di consulenza⁶.

La scelta di utilizzare i ranking, che generalmente classificano le città sulla base di indicatori compositi non esenti da critiche⁷, è stata dettata dalle seguenti motivazioni:



- disporre di informazioni quantitative – aventi un’ampia visibilità sui media e quindi in grado di influire sulla reputazione della destinazione presso i diversi stakeholder, inclusi gli organizzatori di eventi – con le quali monitorare nel tempo il posizionamento delle città in modo semplice e immediato;
- utilizzare un metodo ampiamente in uso presso le città prese a riferimento, tra le quali specialmente Vienna e Barcellona;
- verificare la presenza più volte ipotizzata di uno scollamento tra la reputazione di cui gode Milano a livello internazionale e la realtà che è possibile evincere da uno studio attento delle specifiche variabili di cui si compongono gli indici.

Partendo dalla considerazione che Milano può effettivamente diventare oltre che una capitale della moda – come ormai riconosciuta a livello internazionale, collocandosi al 6° posto su 56 città mondiali nel *Global Fashion Capitals 2015*⁸ di The Global Language Monitor – anche una capitale economica, scientifica ed estetica, come pianificato nella strategia S.T.E.A.M, lo studio intende individuare specifici punti di forza e di debolezza su cui lavorare per proseguire il miglioramento della reputazione della città a livello mondiale che l’ha già portata nel 2016 a occupare il 21° posto nel *City RepTrak™: The World’s Most Reputable Cities 2016* del Reputation Institute, guadagnando 11 posizioni rispetto alla rilevazione precedente (tab. 3).

Tabella 3 – Reputation Institute, *City RepTrak™: The World’s Most Reputable Cities*

Città	Indice 2015		Indice 2016	
	Score	Rank	Score	Rank
Vienna	76,8	4	81,7	2
Stockholm	78,4	3	79,5	5
Edinburgh	75,6	7	78,9	6
Barcelona	75,8	6	77,2	14
Amsterdam	72,7	22	76,9	17
Milan	70,5	32	76,1	21
Paris	73,8	16	75,2	23
Munich	73,8	16	74,7	24
Geneva	75,5	8	-	-
Lisbon	69,6	35	-	-
<i>Città considerate</i>		<i>100</i>		<i>55</i>

Il City RepTrak™ del Reputation Institute valuta la reputazione di 100 città mondiali (55 nel 2016) sulla base dei livelli di fiducia, stima, ammirazione e rispetto percepiti dagli stakeholder rispetto a molteplici fattori riguardanti lo sviluppo economico, l’efficacia amministrativa e l’attrattività della destinazione.

L’attrattività di Milano dal punto di vista della qualità della vita

Con l’espressione ‘qualità della vita’ si intende un ombrello molto ampio di variabili che più o meno direttamente incidono sull’esistenza di chi vi risiede, studia e lavora: dagli impatti del traffico alla ricchezza della vita culturale, dal costo della vita alla qualità dell’aria, dal senso di sicurezza alla fruibilità delle aree verdi. In generale le grandi città al top dei ranking globali godono di bassi punteggi con riguardo alla loro vivibilità a causa del superiore costo della vita e della difficoltà nel mantenere alti gli standard di sicurezza e la qualità dell’ambiente; d’altra parte le città, come Vienna, Copenhagen e Zurigo, al vertice delle classifiche per qualità della vita risultano generalmente essere le città più dinamiche nello sviluppo culturale e sociale, al fine di attrarre gli studenti internazionali e i giovani talenti.

La classifica *Quality of Living Survey 2017* redatta dal Mercer Consulting Group, che prende in esame tutte le principali variabili ritenute importanti per determinare la qualità della vita per i dirigenti delle imprese multinazionali inviati all’estero, pone Milano stabile nelle ultime tre edizioni al 41° posto su



231 città mondiali. È interessante notare come nel rapporto del 2017 Milano superi Barcellona, la quale, perdendo 3 posizioni, si classifica al 42° posto.

Il debole posizionamento di Milano rispetto alla qualità della vita emerge anche in altri indici, per esempio nel sottoindice 'Livability' del *Global Power City Index 2016* di The Mori Memorial Foundation, dove si classifica 15° su 42 città internazionali, perdendo 6 posizioni rispetto alla rilevazione precedente.

Per una migliore comprensione del posizionamento di Milano risulta utile approfondire l'analisi considerando i singoli aspetti che concorrono a determinare la qualità della vita.

La sostenibilità e la qualità dell'ambiente naturale

Negli ultimi anni Milano ha migliorato notevolmente il livello di sostenibilità, tanto che nel 2016 è rientrata nella classifica mondiale del *Sustainable Cities Index 2016* di ARCADIS, posizionandosi al 42° posto: Milano risulta debole soprattutto con riferimento alla sostenibilità di tipo economico (con la 57° posizione tra le città globali nello specifico sottoindice che considera aspetti come le infrastrutture di trasporto, il turismo internazionale, la connettività, l'occupazione, lo sviluppo economico, ecc.), mentre rispetto alla sostenibilità ambientale si colloca al 36° posto su 100 città mondiali. Milano è, infatti, la città italiana che dopo Roma ha maggiormente ampliato nel triennio 2011–2014 il proprio verde urbano (1,1 milioni di mq in più), che nel 2014 ha rappresentato il 12,6% del territorio complessivo (contro il 9,5% di Parigi, il 13% di Amsterdam, il 40% di Stoccolma e il 45,1% di Vienna).

Conferma il miglioramento di Milano in tale ambito il posizionamento ottenuto nel 2016 nel *Cities of Opportunity 7* di PwC, nel quale si classifica al 18° posto su 30 città mondiali, rientrando tuttavia nella top 10 per sostenibilità e qualità dell'ambiente naturale (9° posto): Milano guadagna tre posizioni rispetto all'edizione del 2014 grazie a un'ottima capacità nella gestione dei rischi legati alla scarsità dell'acqua (5° posto), alla gestione del ciclo dei rifiuti (11°) e alla preparazione in caso di catastrofi naturali (10°), che bilanciano le criticità riscontrate dalla scarsa qualità dell'aria (16°)⁹.

Il livello di sicurezza

Con riferimento al livello di sicurezza complessivo, Milano si classifica al 26° posto su 50 città mondiali nel *Safe Cities Index 2015* di The Economist Intelligence Unit contro il 15° posto di Barcellona e il 23° di Parigi. Tuttavia, rispetto ad alcuni dei temi legati alla salute, Milano gode di un posizionamento migliore: nel *Cities of Opportunity 7* di PwC, infatti, risulta tra le prime 10 città per 2 indicatori, ossia le prestazioni del sistema sanitario (3° posto) e l'ambiente politico (8°).

I trasporti e l'accessibilità

Rispetto al trasporto pubblico locale, Milano si classifica come la 1° città in Italia per numero di posti per km per abitante offerti dall'insieme delle modalità di trasporto (14.722 posti nel 2014), seguita da Venezia (11.129), mentre Roma è 5° (6.940).

A livello mondiale Milano gode di un discreto posizionamento (16° posto nel *City of Opportunity 7* di PwC su 30 città in totale), anche se inferiore a quello di Stoccolma (3° posto), Parigi (8°) e Amsterdam (14°): infatti, considerando i recenti interventi di potenziamento del sistema metropolitano urbano, gode di una valutazione positiva rispetto alla copertura (9° posto), alla convenienza (10°) del servizio offerto dal trasporto pubblico e riguardo a una discreta facilità negli spostamenti quotidiani per motivi di studio o di lavoro (14°).

Risulta migliorabile invece l'accessibilità tramite trasporto aereo. L'aeroporto internazionale più importante, quello di Malpensa, nel 2016 ha totalizzato 19.311.565 passeggeri in totale, di cui 16.618.434 internazionali, e nel 2015 si è classificato al 22° posto su 45 città europee nell'*Airport Industry Connectivity Report 2016* redatto dall'Airports Council International-ACI. Un risultato migliore viene ottenuto da Milano nel sottoindice relativo all'accessibilità aerea del ranking *Winning in Growth Cities 2016/2017* di Cushman & Wakefield, nel quale occupa il 12° posto su 50 città mondiali.



L'offerta culturale

Milano gode di un'ampia offerta culturale (71 teatri, 85 musei e 138 spazi culturali), sebbene la densità di musei, siti e altri monumenti, con 3,8 unità per 100.000 abitanti, sia inferiore alla media italiana (7,7). Il Cenacolo Vinciano, patrimonio UNESCO, rappresenta il 1° sito in Lombardia per visitatori pari a 406.863 nel 2016 (14° posto in Italia). La Pinacoteca di Brera nel 2016 ha ottenuto 311.311 visitatori, collocandosi al 24° posto in Italia.

Nel confronto con le città europee in esame (tab. 4), Milano risulta all'ultimo posto per numero annuo di visitatori dei musei (3.786.191 nel 2010, pari a 2,89 per abitante): il primo museo per numero di visitatori, Palazzo Reale, nel 2015 si è classificato solo al 64° posto su 100 musei mondiali nella graduatoria *Visitor figures 2015* redatta da The Art Newspaper.

Secondo The Mori Memorial Foundation, Milano si colloca al 23° posto su 42 città a livello mondiale per la capacità di interazione culturale, posizionandosi meglio di Stoccolma e Ginevra, ma perdendo un posto rispetto alla rilevazione precedente, nei confronti della quale invece città come Barcellona e Amsterdam migliorano decisamente la propria classificazione guadagnando entrambe 4 posizioni.

Tabella 4 - I principali dati culturali

Città	Numero di musei ⁽¹⁾	N. visitatori annui in milioni (2010-2014)	N. schermi cinematografici (2015)	% di impiegati nel settore creativo (Regione 2015)	UNESCO Cultural properties
Paris	137	28,36	1.014	2,6%	2
Amsterdam	51	10,20	79	3,4%	3
Vienna	120	8,79	146	3,7%	1
Stockholm	37	7,81	132	3,0%	0
Barcelona	85	6,30	174	2,4%	10 ⁽²⁾
Glasgow	20	6,00	77	2,8%	0
Munich	80	6,00	81	1,2%	0
Geneva	81	5,70	20	2,1%	0
Lisbon	44	3,97	153	2,1%	2
Milan	85	3,79	83	1,0%	1

⁽¹⁾ Numero di musei, centri espositivi e aree archeologiche

⁽²⁾ 8 World Heritage monuments + 2 UNESCO Intangible Cultural Heritage

Fonti: Urban Audit Eurostat per il numero medio annuo di visitatori dei musei (per tutte le città eccetto Milano, per la quale sono stati utilizzati i dati del Comune) e la percentuale di impiegati nel settore delle arti, ricreazione e intrattenimento; Media Salles per il numero di schermi nei cinema.

Il costo della vita

Il costo della vita è oggetto di diversi ranking destinati soprattutto alle imprese multinazionali che devono valutare compensazioni e correzioni di stipendio per i dipendenti inviati a lavorare in sedi di città estere, in modo da salvaguardare il loro potere d'acquisto nella nuova metropoli.

Secondo il *Cost of Living Survey 2016* di Mercer Human Resource Consulting (tab. 5), a marzo 2016 Milano risulta la 50° città più costosa tra 209 città mondiali, peggiorando il proprio posizionamento di tre posizioni rispetto al ranking precedente; viene superata comunque a livello europeo da Zurigo (al 3° posto), Ginevra (8°), Londra (17°), Parigi (44°) e Dublino (47°).



Tabella 5 – Mercer Human Resource Consulting, Cost of Living Survey
(ordinamento dalla città più costosa alla meno costosa)

Città	Rank 2015	Rank 2016
Geneva	5	8
Paris	46	44
Milan	53	50
Vienna	56	54
Amsterdam	69	64
Munich	87	77
Stockholm	106	84
Barcelona	124	110
Glasgow	109	119
Lisbon	145	134

Il *Cost of Living Survey* del Mercer Human Resource Consulting classifica 209 città mondiali (207 nel 2015) in termini di costo della vita (dalla più cara alla più economica) per i lavoratori inviati all'estero, attraverso la comparazione dei prezzi di oltre 200 beni e servizi per ogni città.

Considerando separatamente alcune voci di costo tra quelle maggiormente attinenti alla spesa congressuale, rilevate da UBS nel *Prices and earnings 2015*, emerge che Milano:

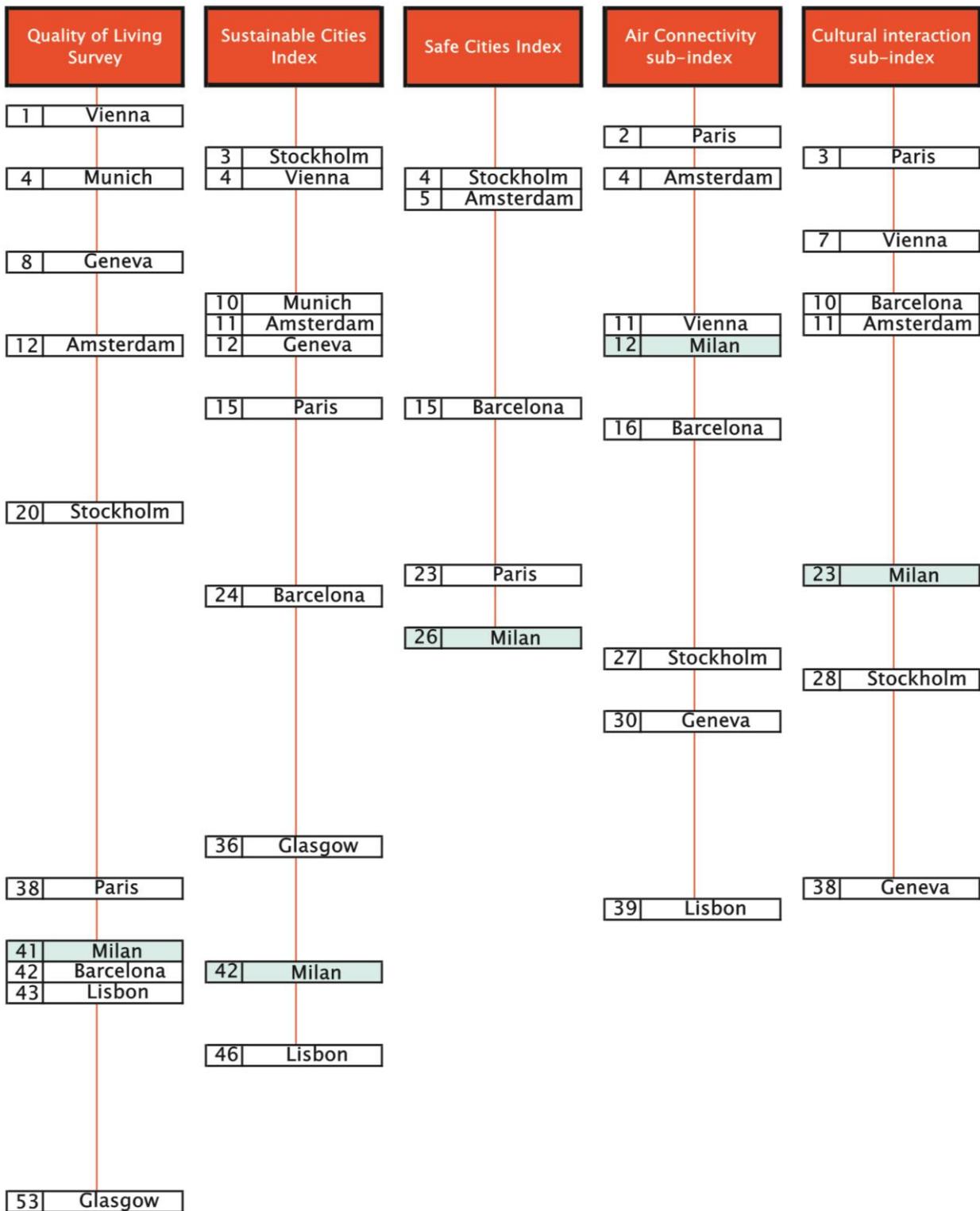
- per quanto riguarda i mezzi di trasporto pubblici (bus, tram, metro) si colloca tra le città con i prezzi più bassi, classificandosi al 19° posto a pari merito con Roma su 27 città europee;
- con riferimento al costo di una corsa in taxi all'interno della città si posiziona al 5° posto al seguito di Stoccolma e davanti ad Amsterdam, registrando solo un piccolo incremento rispetto alla rilevazione di UBS del 2012 (3%);
- riguardo al costo di un pasto al ristorante si posiziona al 5° posto tra 27 città europee, a pari merito con Barcellona;
- con riferimento ai capi d'abbigliamento si classifica nella 2° posizione dopo Ginevra.

In conclusione, il posizionamento di Milano a livello mondiale rispetto alla qualità della vita, pur presentando alcune linee d'ombra, risulta tuttavia caratterizzato da alcuni aspetti positivi riguardanti il grado di interazione culturale, la sicurezza e la sostenibilità economica e ambientale, mentre tra i fattori che contraddistinguono negativamente la sua reputazione emergono la connettività aerea e il costo della vita.

Nel confronto con le 10 città europee prese in esame (fig. 12), i fattori positivi che contraddistinguono Milano a livello internazionale appaiono, tuttavia, ridimensionati in quanto Milano risulta ultima rispetto alla sicurezza, penultima riguardo alla sostenibilità e terzultima per grado di interazione culturale; al contrario, negli aspetti più critici, che pur rimangono da migliorare, Milano gode di un posizionamento simile a quello di altre città europee, Barcellona e Lisbona nel *Quality of Living Survey* e Vienna nell'*Air Connectivity sub-index*, nel quale precede Barcellona, Stoccolma, Ginevra e Lisbona.



Figura 12 - Il posizionamento di Milano rispetto alle città europee sedi dei 'Leading Centres' con riferimento alla qualità della vita





L'attrattività di Milano rispetto all'ambiente economico

L'ambiente economico è costituito da tutti quei fattori che possono facilitare l'instaurarsi di rapporti d'affari nella città e che fanno riferimento sia ai caratteri economici e finanziari, sia ai rischi che le imprese percepiscono associati alla conduzione di affari nella città e al costo della vita, nonché alla connessione della città nell'economia globale, il che può costituire un importante fattore per attrarre i grandi congressi internazionali. Infatti, negli ultimi anni alcune importanti destinazioni hanno definito le proprie strategie di sviluppo del turismo congressuale sulla base dei settori economici nei quali hanno individuato specifici vantaggi competitivi, creando al loro interno reti di imprese elette ad 'ambasciatori' della città, al fine di attrarre eventi relativi al proprio know how.

I dati economici di base

L'economia lombarda detiene una posizione di leadership in Italia: nel 2015 il PIL della regione è stato pari a 359,047 miliardi euro (21,9% del PIL italiano).

Milano si distingue per un PIL (pari a 186 miliardi di euro nell'area metropolitana nel 2013) ai primi posti in Europa (tab. 6) e che, secondo le stime di Oxford Economics, dovrebbe crescere nel periodo 2015–2030 dell'1,5% (contro per esempio il 2,2% Amsterdam e il 2,5% Stoccolma). Il tasso di disoccupazione, pari all'8% al 31 dicembre 2016, pur superiore a quello di alcune città del nord Europa (per esempio Monaco dove nel 2015 ammontava al 4,6%), risulta decisamente inferiore a importanti città competitor come Barcellona (16,4% nel 2014).

Considerando congiuntamente le variabili relative alla crescita in termini di PIL e di tasso di occupazione, agli investimenti in R&S, al livello complessivo di benessere e al grado di attrattività relativo all'ambiente d'affari, il posizionamento di Milano a livello europeo risulta abbastanza forte, occupando il 31° posto su 100 città nell'*E-REGI 2016. European Regional Economic Growth Index* di Jones Lang LaSalle nel quale ha guadagnato 5 posizioni rispetto all'edizione del 2013; occorre tuttavia considerare che tra le 10 città prese in esame alcune hanno migliorato la propria posizione molto più di Milano, come per esempio Barcellona (che ha guadagnato 60 posizioni rispetto all'edizione del 2013), Lisbona (20 posizioni) e Amsterdam (19 posizioni); altre hanno confermato la loro leadership, come Parigi, Stoccolma e Monaco, mentre altre ancora hanno perso terreno come Glasgow (23 posizioni) e Vienna e Ginevra (10 posizioni).

Tabella 6 – PIL a prezzi correnti (milioni di euro) nel 2013

Area metropolitana	PIL
Paris	641.753
Milan	186.045
Munich	156.965
Barcelona	142.490
Stockholm	135.684
Amsterdam	124.887
Vienna	112.112
Lisbon	62.791
Glasgow	50.392
Geneva (Cantone)	39.834

Fonte: Eurostat



L'attrattività come centro finanziario

Milano è oggi una delle piazze finanziarie europee più competitive, con un levato grado di attrazione per gli investitori internazionali. Secondo *The Global Financial Centres Index* di Z/Yen Group Milano a marzo 2017 si colloca al 56° posto sul totale degli 82 centri finanziari mondiali considerati, penalizzata da una reputazione non ancora pienamente consolidata, nonostante la forza degli aspetti strutturali. Occorre rilevare che in tale indice alcune delle città europee in esame hanno visto nel tempo un progressivo peggioramento della propria classificazione (Ginevra, Stoccolma e Vienna), mentre altre hanno goduto di un miglioramento (Parigi e Glasgow).

Il grado di coesione sociale

I ranking globali introducono spesso tra gli aspetti analizzati il grado di coesione sociale, in quanto la qualità delle relazioni sul territorio è determinata anche dalla inclusività della città e dall'attenzione solidale alle esigenze dei gruppi di persone, diverse per età, professione, reddito e cultura, che vivono nello stesso ambito urbano.

In base alla rilevazione dell'IESE Business School, all'interno del *Cities in Motion Index* 2016, Milano si posiziona all'88° posto su 181 città mondiali per grado di coesione sociale.

Il grado di internazionalizzazione delle imprese

La città metropolitana di Milano presenta una forte densità di imprese sul territorio: alla fine del 2016 sono risultate attive 296.404 imprese, pari a 188 imprese per km² (1.200 addetti per km²).

In particolare, il tessuto produttivo di Milano si caratterizza per la presenza di imprese di medie e grandi dimensioni; le imprese manifatturiere di medie dimensioni sono infatti 250 (7% del totale italiano) e 123 sono le imprese con un fatturato superiore a un miliardo di euro, contro le 61 di Monaco, le 44 di Amsterdam, le 25 di Barcellona e le 7 di Glasgow.

Altra importante caratteristica è la forte concentrazione in Milano di imprese a partecipazione estera, pari nel 2015 a 3.029 (il 34% di quelle attive in Italia), connotazione che peraltro contraddistingue le principali aree metropolitane competitor, come Barcellona che nel 2014 ha registrato 5.700 imprese a partecipazione estera e si è collocata al 1° posto con riferimento alla strategia di attrazione degli investimenti esteri diretti nell'*fDi European Cities and Regions of the future 2016/17 Rankings* di fDi Intelligence. In tale ranking tra le città europee categorizzate come *major cities*, Milano si posiziona al 10° posto per potenziale economico e al 7° rispetto alla strategia di attrazione degli investimenti esteri diretti.

Il grado di innovazione

La Lombardia si caratterizza per un forte grado di innovazione tecnologica nell'ambito sia dei servizi che nella manifattura: tra le 10 regioni europee considerate, la Lombardia presenta una percentuale di occupati nel settore manifatturiero ad alta e media intensità tecnologica (tab. 7), pari al 9,4% nel 2015, inferiore solo a quella dell'Alta Baviera (13,1%).

La Lombardia concentra un'elevata percentuale del totale dei brevetti italiani (il 30% nel 2015) ed effettua importanti investimenti in R&S, pari a €4,6 miliardi (20,8% del totale italiano) nel 2014.

Nel periodo 2007–2013 sono nate in Lombardia 12.121 startup ad alta intensità tecnologica (il 23% del totale italiano); di queste 1.500 (il 12,4%) hanno riguardato i settori delle arti, della cultura e dell'industria creativa (design, moda, editoria, pubblicità, cinema, TV, spettacolo, ICT), nei quali nel 2015 Milano ha concentrato il 9,77% delle imprese italiane.

Per quanto riguarda l'area metropolitana di Milano, nel 2013 il numero di brevetti per milione di abitanti (pari a 122,6) è stato superiore a quello di Amsterdam (118) e Barcellona (83). Nel 2015 a Milano 140.000 persone sono risultate occupate nel settore manifatturiero ad alta tecnologia, contro le 106.000 di Monaco e le 101.000 di Barcellona (tab. 8).



La città sta progressivamente accrescendo la propria capacità di innovazione economica: nel 2016 si è collocata al 29° posto su 500 città mondiali nel *City Innovation Classifications and Rankings 2016-2017* di 2thinknow, guadagnando 20 posizioni rispetto alla rilevazione precedente e 29 rispetto all'edizione del 2014. Hanno invece perso posizioni Ginevra (-36 posizioni rispetto al 2014), Stoccolma (-15), Monaco (-8) e, anche se in misura inferiore, Parigi, Vienna e Amsterdam (-4); solo Lisbona (+75 posizioni rispetto al 2014) e Barcellona (+43) crescono più di Milano.

Tabella 7 - Percentuale di occupati nell'ambito manifatturiero ad alta e media intensità tecnologica rispetto al totale della popolazione occupata nel 2015

Regione	% di occupati nel settore manifatturiero
Alta Baviera (Munich)	13,1%
Lombardia (Milan)	9,4%
Catalunya (Barcelona)	6,7%
Geneva	3,6%
Vienna	3,0%
Île-de-France (Paris)	2,9%
Glasgow	2,5%
Stockholm	2,4%
Lisbon	2,4%
Amsterdam	1,4%

Fonte: Eurostat

Tabella 8 - Numero di brevetti richiesti nel 2013

Città metropolitana	N. totale di brevetti	N. totale di brevetti per milione di abitanti	N. brevetti per milione di abitanti in ambito tecnologico
Stockholm	1.238	581,9	350,4
Munich	1.415	518,3	217,9
Paris	630	277,2	84,5
Vienna	216	123,9	36,9
Milan	377	122,6	27,3
Amsterdam	322	118,0	29,5
Barcelona	456	83,0	22,9

Fonte: OECD

Negli ultimi anni, inoltre, Milano è divenuta un'importante destinazione per le startup, ospitando più di 20 incubatori e acceleratori, più di 30 spazi di coworking e più di 1.000 imprese innovative negli ambiti finanziario, alimentare e della ristorazione, della moda, della cultura, delle biotecnologie, dei dispositivi medici, dei nuovi materiali e dei supporti digitali.

In Europa, secondo uno studio di McKinsey, nel 2020 la capitale per le startup sarà Berlino, che già nel 2015 ha ospitato più di 2.500 startup, fatto che continua ad attrarre nella città un elevato numero di meeting, conferenze ed eventi di formazione.

Rispetto alla capacità di supportare la nuova economia digitale Milano si colloca ancora in basso nella classifica redatta da Nesta, occupando il 46° posto nell'*European Digital City Index for Scale-Ups 2016*.



Il capitale umano

La Lombardia presenta, secondo i dati Eurostat al 2015, una percentuale di persone con un titolo di studio universitario e/o impiegate in settori scientifici e tecnologici pari al 38,7% della popolazione totale, inferiore a quella delle 10 regioni europee esaminate e specialmente a Île de France (59,5%) e Vienna (56,1%).

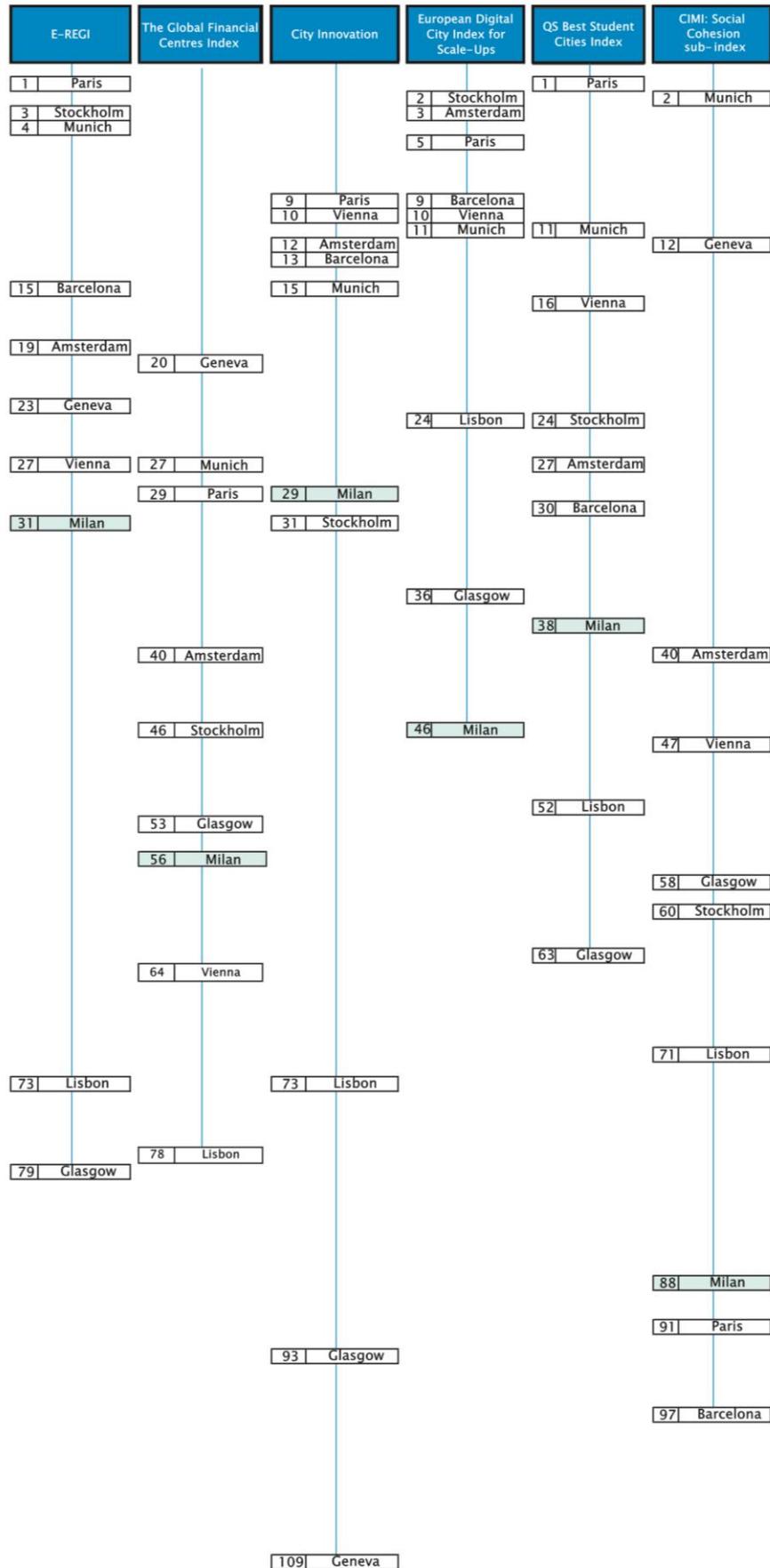
A Milano sono presenti 7 università con 187.600 studenti nell'a.a. 2014/15 (17% del totale italiano). La strategia di internazionalizzazione posta in essere dagli atenei negli ultimi anni ha condotto a un netto aumento degli studenti stranieri sul totale degli iscritti, dall'1,9% nell'a.a. 2003/04 al 5,3% nell'a.a. 2014/15.

Nonostante i progressi compiuti, Milano risulta essere meno attrattiva per gli studenti universitari internazionali rispetto alle principali città europee, collocandosi al 38° posto su 75 città mondiali nel *Best Student Cities Index 2016* di Quacquarelli Symonds, nel quale comunque occupa il 16° posto nel sottoindice che valuta le possibilità di occupazione dei laureati. Conferma la debolezza del posizionamento di Milano riguardo alla capacità di attrarre talenti l'indice di INSEAD, *The Global Talent Competitiveness Index 2017*, che la colloca al 31° posto su 46 città mondiali.

In sintesi il posizionamento di Milano in ambito economico risulta forte a livello internazionale rispetto al grado di innovazione e decisamente inferiore con riguardo alle prospettive economiche, al grado di coesione sociale e al grado di attrattività per gli studenti stranieri. Nel confronto con le 10 città europee in esame (fig. 13), emerge lo sforzo per l'innovazione economica e sociale compiuto da Milano che si posiziona meglio di Stoccolma, Lisbona, Glasgow e Ginevra nel *City Innovation Index 2016*, pur occupando ancora l'ultima posizione nell'*European Digital City Index for Scale-Ups 2016*.



Figura 13 – Il posizionamento di Milano rispetto alle città europee sedi dei 'Leading Centres' rispetto all'ambiente economico





Il posizionamento di Milano in ambito turistico

Il posizionamento di Milano in ambito turistico è stato analizzato con riferimento sia all'offerta di strutture alberghiere e di ristorazione, sia al numero di turisti ospitati.

L'offerta alberghiera

A Milano nel 2015 il numero di stanze di hotel è stato pari a 27.907 per un totale di 53.718 letti, aumentati del 5,8% tra il 2014 e il 2015. Nonostante l'incremento dell'offerta alberghiera, nel 2015 Milano disponeva di un numero di letti ancora inferiore a quello dell'area metropolitana di Parigi, di Barcellona, di Monaco, di Amsterdam e di Vienna (tabb. 9-10).

Il tasso di occupazione medio di una stanza d'hotel nel 2015 è stato pari al 69,3%, inferiore a quello registrato in tutte le 10 città europee in esame, a eccezione di Ginevra; secondo i dati di STR Global nel 2016 il tasso medio di occupazione a Milano sarebbe ancora inferiore, pari al 65,5%, e si posizionerebbe all'ultimo posto tra le 10 città considerate (tab. 11). In particolare, secondo i dati di Trademark Italia, *Italian Hotel Monitor*, la categoria 'Luxury' ha registrato un tasso medio di occupazione delle stanze di hotel pari al 66,5% (contro il 65,1% del 2015), la categoria 'Midscale' un tasso del 69,7% (69,4% nel 2015) e la categoria 'Upscale' ha registrato un tasso di occupazione del 71,5% (71,7% nel 2015).

Tabella 9 - L'offerta di hotel per categoria nell'ultimo anno disponibile

Città	Luxury (5* e lusso)		4*		3* o meno		Totale	
	N. stanze	N. letti	N. stanze	N. letti	N. stanze	N. letti	N. stanze	N. letti
Milano (2015)	2.471	5.129	16.815	33.077	8.621	15.512	27.907	53.718
Barcellona (2016)	4.902	9.740	19.222	37.671	11.607	22.251	35.731	69.662
Greater Paris (2015)		7.243		37.073		63.573		115.984
Amsterdam (2014)	3.248		17.266		17.113		37.627	
Vienna (2015)	4.248		15.817		13.665		33.730	

Tabella 10 - Il numero complessivo di letti in hotel nel 2015

Città	N. letti
Greater Paris	115.984
Barcellona	67.603
Munich	65.734
Amsterdam	64.115
Vienna	60.459
Milano	53.718
Lisbon	41.557
Stockholm	41.243
Geneva ⁽¹⁾	15.249

⁽¹⁾ 15.340 letti nel 2016



Tabella 11 - L'occupazione % media annua delle camere di hotel

Città	2015	2016	2018 _p	Rank 2018 _p
Glasgow	81,7	-	-	-
Munich	78,4	-	-	-
Amsterdam	78,1	78,0	78,9	4
Greater Paris	75,8	69,4	74,2	12
Lisbon	73,5	74,2	76,1	9
Vienna	72,6	74,7	75,5	10
Stockholm	72,0	-	-	-
Barcelona	71,0	76,6	79,8	3
Milano	69,3	65,5	66,2	17
Geneva	67,6	67,3	67,8	16

Fonti: ECM per il tasso di occupazione nel 2015; STR Global per il tasso di occupazione nel 2016; PwC, *Standing out from the crowd. European cities hotel forecast for 2017 and 2018* per le previsioni del tasso di occupazione nel 2018.

Il prezzo medio degli hotel

Secondo le rilevazioni di Trademark Italia, Milano è stata nel 2016 la città italiana più cara dopo Venezia per il costo di una notte in hotel nelle categorie 'Upscale' (132,26 euro medi a notte) e 'Midscale' (69,96), mentre nella categoria 'Luxury' con 338,92 euro medi a notte risulta meno cara di Firenze; più in dettaglio, il prezzo medio di una camera di hotel è diminuito del 5,7% nella categoria 'Upscale' e del 2,8% nella categoria 'Midscale', mentre è aumentato dell'1,9% nella categoria 'Luxury' (tab. 12).

Tabella 12 - I prezzi degli hotel in Italia nel 2016 secondo Trademark Italia, Italian Hotel Monitor

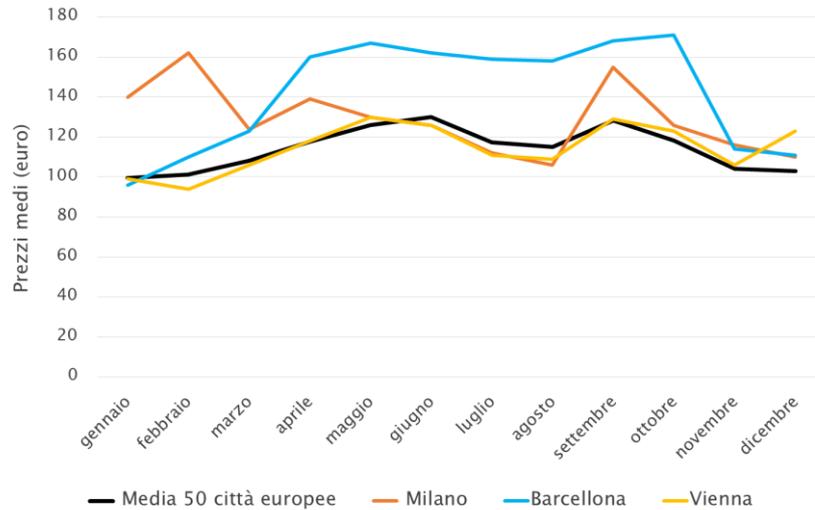
Città	Occupazione % camere			Prezzo medio a notte		
	Luxury	Upscale	Midscale	Luxury	Upscale	Midscale
Venezia	67,0	70,1	67,0	437,45	154,16	91,39
Milano	66,5	71,5	69,7	338,92	132,26	69,96
Firenze	67,7	74,6	70,1	390,97	128,39	59,78
Roma	67,6	73,4	71,7	324,02	120,28	66,47
Torino	-	64,7	59,0	-	111,01	56,58
Napoli	-	70,6	66,6	-	102,87	55,00
Genova	-	68,2	64,7	-	102,50	53,57
Bologna	-	63,2	62,6	-	99,36	65,01
Verona	-	61,3	60,5	-	94,92	57,48
Bari	-	59,9	57,7	-	88,00	54,73
Totale Italia	67,2	68,1	63,4	357,96	113,36	57,88

In Europa Milano risulta l'11° città più cara su 28 città europee secondo l'*Hotel Price Radar 2016* di HRS, che si riferisce alla prenotazione di viaggi aziendali, e la 16° città più cara su 50 città europee secondo il *Trivago Hotel Price Index 2016*, che consente di analizzare la stagionalità dei prezzi mostrando come a Milano risultino più elevati nei primi due mesi dell'anno e in ottobre in coincidenza con i maggiori eventi cittadini (fig. 14). Tuttavia occorre considerare che durante il 2016 secondo HRS il prezzo medio di una camera d'hotel a Milano è diminuito del 10,9% rispetto al 2015, contro gli incrementi per esempio di Barcellona (+4,4%) e Stoccolma (+10,4%) e i decrementi più ridotti di Londra (-9%), Parigi (-4,3%) e Amsterdam (-1,5%).

La ricerca condotta da ASERI sugli hotel congressuali indica come a Milano il prezzo medio a notte di una stanza in un albergo congressuale a 4 stelle ammonti in media a 115 euro in bassa stagione e a 243 euro in alta stagione, fino a raggiungere un massimo di 295 euro durante i principali eventi cittadini.



Figura 14 – Trivago Hotel Price Index 2016 (prezzi medi per camera doppia a notte in euro)



Infine, secondo l'Hotel Investment Attractiveness Index - Europe 2017 di Colliers International, Milano si colloca al 13° posto su 20 città europee per grado di attrattività degli investimenti nel settore alberghiero, seguita tra le 10 città in esame solo da Stoccolma al 18° posto.

L'offerta per la ristorazione

La Lombardia è la regione italiana che al 31 dicembre 2015 presentava il maggior numero di imprese nel settore della ristorazione (27.679), seguita dal Lazio (22.430) e dalla Campania (17.754).

L'area metropolitana di Milano registrava alla stessa data la presenza di 9.503 imprese di ristorazione, collocandosi al 2° posto in Italia dopo l'area metropolitana di Roma (16.911 imprese) e ai primi posti anche in Europa, dove emerge l'area metropolitana di Parigi con 38.393 ristoranti, ma dove altre città presentano un'offerta decisamente inferiore (per esempio, 1.524 ristoranti nella città di Ginevra e 1.337 ristoranti in Amsterdam).

Per quanto riguarda un confronto europeo in merito alla ristorazione di qualità, nel 2017 Milano presenta 16 ristoranti stellati Michelin, contro i 97 presenti in Parigi, i 24 di Barcellona, i 16 di Amsterdam, i 10 di Vienna, i 9 di Stoccolma e Ginevra, gli 8 di Monaco e i 5 di Lisbona.

Il numero di turisti nazionali e stranieri

Nel 2015 in Lombardia gli arrivi sono stati complessivamente pari a 15.639.134 unità, crescendo dell'11% rispetto al 2014, e le presenze 37.857.140, pari a un aumento del 10,4%: tali risultati confermano un andamento decisamente più dinamico del turismo nella regione rispetto a quello registrato a livello nazionale, in cui gli arrivi sono aumentati del 2,7% e le presenze dell'1,9%.

L'impulso maggiore alla crescita, in particolare negli anni della crisi, è stato dato dal turismo internazionale: nel periodo 2008-2015 in Lombardia i pernottamenti dei turisti stranieri sono aumentati complessivamente del 46,6%, contro il 17,6% medio a livello italiano. Nello stesso periodo in Italia si è assistito a una contrazione delle presenze dei turisti italiani dell'8,2%, in Lombardia anche la componente nazionale ha contribuito alla dinamica positiva con un aumento complessivo del 19,7%.

A Milano nel 2015 gli arrivi turistici sono stati complessivamente 7.392.538, di cui il 54% costituito da turisti stranieri (provenienti dall'Europa nel 30% dei casi, dall'Asia nel 13% dei casi e dal Nord America nel 5% dei casi). La percentuale di turisti stranieri è decisamente aumentata negli ultimi anni anche se non raggiunge ancora il peso rivestito nelle principali città europee competitor, come ad esempio a



Barcellona, dove i turisti stranieri rappresentano il 71,7% del totale (provenienti dall'Europa nel 48,6% dei casi, dall'Asia nel 16,5% dei casi e dal Nord America nel 6,6% dei casi) e a Vienna, dove i turisti stranieri rappresentano l'81,7% (provenienti dall'Europa nel 51,3% dei casi, dall'Asia nel 24,5% dei casi e dal Nord America nel 5,9% dei casi) (tab. 13).

Tabella 13 – Gli arrivi di turisti stranieri nel 2015

Città	Popolazione 31/12/2015	N. turisti stranieri	N. di turisti per abitante	Permanenza media	Def.
Paris	2.229.621	8.873.838	3,98	2,7	AG
Barcelona	1.604.555	6.617.316	4,12	2,3	AG
Amsterdam	833.624	5.474.000	6,57	1,9	AG
Vienna ⁽¹⁾	1.840.226	5.464.096	2,97	2,2	AAS
Milan	1.345.851	3.210.048	2,39	2,3	AG
Munich ⁽²⁾	1.450.381	3.208.005	2,21	2,2	AG
Lisbon	509.312	2.800.849	5,50	2,6	AG
Geneva	198.072	n.a.	n.a.	n.a.	
Stockholm	923.516	n.a.	n.a.	n.a.	

⁽¹⁾ Numero di turisti stranieri nel 2016: 5.661.709 (+3,6%)

⁽²⁾ Numero di turisti stranieri nel 2016: 3.137.136 (2,2%)

I dati sul numero di turisti nelle città fanno riferimento a differenti tipologie di strutture ricettive:

AAS = arrivals in all forms of paid accommodation in greater city area

AG = arrivals in hotels and similar establishments in city area only

Fonti: European Cities Marketing Database; Uffici statistici delle città

Nel 2015 Milano si è collocata al 23° posto su 100 città mondiali per numero di arrivi di turisti stranieri nel *Top 100 City Destinations Ranking 2017* di Euromonitor International e al 14° posto a livello mondiale (8° in Europa) per la spesa dei visitatori stranieri (4,6 miliardi di dollari USA) nel *Global Destination Cities Index 2016* di Mastercard.

A Milano i pernottamenti totali nel 2015 sono stati 11.741.374 di cui 7.258.350 internazionali (+17,1% sul 2014) (tab. 14); il 19% circa dei pernottamenti è stato generato dalla meeting industry secondo le stime OICE.

Per quanto riguarda il tasso di crescita dei pernottamenti stranieri, Milano ha registrato nel periodo 2010–2015 uno degli incrementi maggiori, collocandosi al 14° posto tra le maggiori città europee (fig. 15), e dovrebbe mantenere un interessante livello di crescita anche nel periodo 2016–2020, pari secondo Oxford Economics al 3,8% contro il 3,3% di Parigi.

Tra le 10 città europee in esame Milano risulta l'unica ad avere incrementato più della media europea il numero di pernottamenti sia dei turisti stranieri, sia dei turisti nazionali nel periodo 2010–2015; importanti città con una forte vocazione turistica hanno diminuito i pernottamenti dei turisti nazionali, come Barcellona (-2,95%), Parigi (-2,89%) e Ginevra (-0,89%).

Tabella 14 - Il numero di pernottamenti nel 2015



Città	Totali		Turisti stranieri		Turisti nazionali		Definiz.
	2015	Var% 2015/14	2015	Var% 2015/14	2015	Var% 2015/14	
Paris	35.192.413	-2,3%	23.734.203	-2,6%	11.458.210	-1,7%	NG
Barcelona	17.656.329	3,3%	15.025.854	3,4%	2.630.475	2,5%	NG
Vienna	15.138.670	5,3%	12.239.526	6,1%	2.899.144	2,0%	NAS
Amsterdam	12.898.000	2,9%	10.661.000	4,6%	2.237.000	-4,4%	NG
Milan	11.741.374	14,7%	7.258.350	17,1%	4.483.024	11,1%	NG
Lisbon	9.061.000	7,5%	7.221.095	7,4%	1.839.905	7,6%	NG
Munich	14.055.968	4,5%	6.974.615	4,9%	7.081.353	4,2%	NG
Stockholm	8.588.534	8,0%	3.578.842	10,5%	5.009.692	6,4%	NA
Geneva	2.952.659	0,5%	2.386.805	1,3%	565.854	-2,9%	NG
Glasgow	5.569.000	5,8%	2.054.000	n.a.	3.515.000	n.a.	NA

Numero di pernottamenti totali di cui stranieri nel 2016 :

Barcelona: 19.162.580 (+8,5%)

Munich: 14.027.106 (-0,2%) di cui stranieri 6.721.143 (-3,6%)

Vienna: 15.760.254 (+4,1%) di cui stranieri 12.697.679 (+3,7%)

Stockholm: 8.915.035 (+5,7%) di cui stranieri 4.770.686 (+5,1%)

I dati sul numero di pernottamenti nelle città fanno riferimento a differenti tipologie di strutture ricettive:

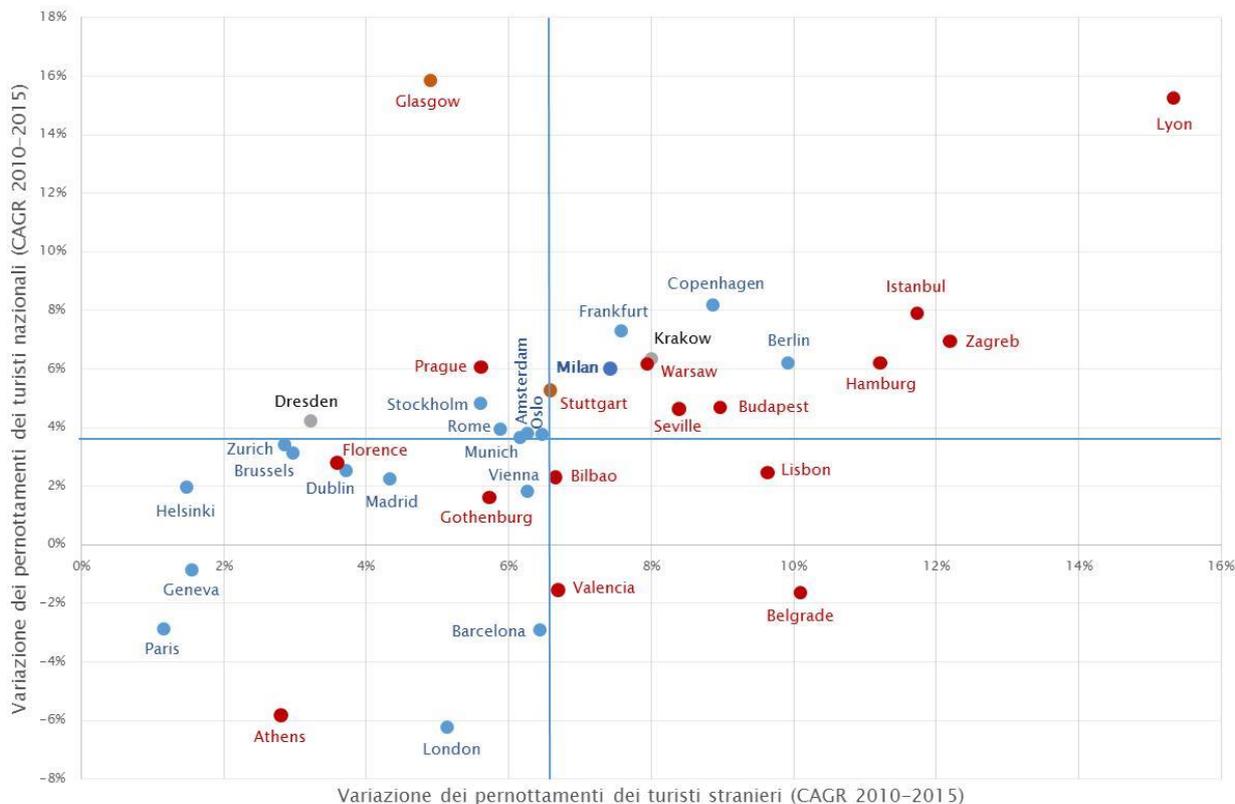
NA = bednights in all forms of paid accommodation in city area only

NAS = bednights in all forms of paid accommodation in greater city area

NG = bednights in hotels and similar establishments in city area only

Fonti: European Cities Marketing Database; Uffici statistici delle città

Figura 15 - Il posizionamento delle città europee rispetto al tasso medio annuo di variazione del numero di pernottamenti dei turisti stranieri e nazionali nel periodo 2010-2015

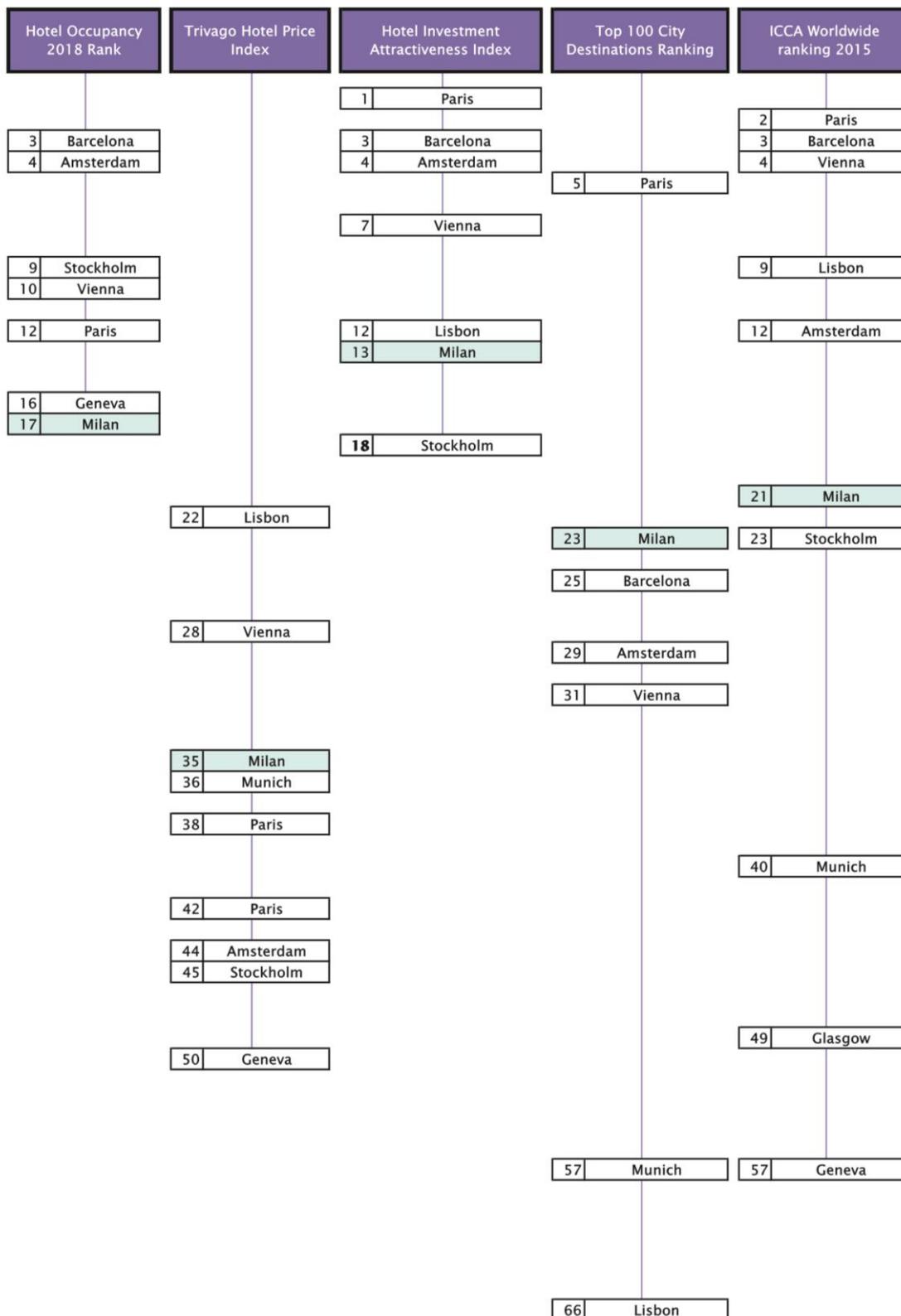


N.B.: in rosso sono indicate le città che, sebbene in generale presentino un livello di solidità economica e sociale, di qualità della vita, di innovazione e di internazionalizzazione meno consolidato rispetto alle città tradizionalmente più rilevanti, riportate in blu, stanno migliorando il proprio posizionamento e la propria capacità di influenza, con buoni margini di crescita nei prossimi anni in ambito economico, turistico e/o congressuale.

Il sintesi con riferimento al posizionamento in ambito turistico, Milano presenta una crescente attrattività sia per il turismo leisure che per quello congressuale, con aspetti ancora migliorabili con riferimento all'offerta alberghiera (fig. 16).



Figura 16 - Il posizionamento di Milano rispetto alle città europee sedi dei 'Leading Centres' rispetto al settore turistico e congressuale



N.B.: l'ordinamento nel Trivago Hotel Price Index è stato riportato dalla città meno cara alla più cara



Fonti utilizzate

- 2thinknow, *Innovation Cities™ Index 2016–2017*.
- ACI EUROPE, *Airport Industry Connectivity Report 2016*, 21 June 2016.
- Arcadis, *Sustainable Cities Index 2016. Putting people at the heart of city sustainability*, September 2016.
- Assolombarda–Centro Studi, *Booklet Italy, Lombardy and Milan*, n. 3, January 2017.
- P. Bensi – A. Carminati – R.P. Nelli, *Destinazione Europa. Strutture congressuali e fattori di attrattività delle principali città europee*, Vita & Pensiero, Milano 2016.
- Camera di Commercio di Milano–Servizio Studi e Statistica, *Milano in cifre*, 24 febbraio 2017.
- Camera di Commercio di Milano–Servizio Studi e Statistica, *Milano produttiva*, giugno 2016.
- Colliers International, *Hotel Investment Attractiveness Index – Europe 2017*.
- Cushman & Wakefield, *Winning in Growth Cities, 2016/2017*, October 2015.
- Éupolis Lombardia – Istituto superiore per la ricerca, la statistica, *Turismo in Lombardia – Anno 2015*, Lombardia Statistiche Report, n. 5, 27 giugno 2016.
- Euromonitor International, *Top 100 City Destinations Ranking*, February 2017.
- fDi Intelligence, *fDi European Cities and Regions of the future 2016/17 Rankings*, February/March 2016.
- HRS–Global Hotel Solution, *Hotel Price Radar 2016*, 17 gennaio 2017.
- HVS, *2017 European Hotel Valuation Index*, March 2017.
- IESE Business School, *Cities in Motion Index 2016*, May 2016.
- INSEAD, *The Global Talent Competitiveness Index 2017*, Fontainebleau 2016.
- ISTAT, *BES 2016 – Il Benessere Equo e Sostenibile in Italia*, Roma 2016.
- ISTAT, *Verde Urbano. Anno 2014*, 24 maggio 2016.
- Jones Lang LaSalle, *E-REGI 2016. European Regional Economic Growth Index*, October 2016.
- Mastercard, *Global Destination Cities Index 2016*, September 2016.
- Mercer, *Cost of Living Survey 2016*, June 2016.
- Mercer, *Quality of Living Survey*, February 2016.
- Mibact–UfficioStatistica, *Visitatori e Introiti di Musei Monumenti e Aree Archeologiche Statali*, Anno 2016.
- Michelin, *Main Cities of Europe 2017*.
- Nesta, *European Digital City Index for Scale-Ups 2016*.
- Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, *Il mercato dei congressi e degli eventi in Italia nel 2015*, Roma 2016.
- PwC, *Londra è al top tra le Cities of Opportunity, seguita da Singapore e Toronto. Milano, al 18° posto, è nella top 10 per sostenibilità e ambiente*, Comunicato stampa, Milano 7 settembre 2016.
- PwC, *Standing out from the crowd. European cities hotel forecast for 2017 and 2018*, March 2017.
- PwC, *Cities of Opportunity 7*, New York 2016.
- Quacquarelli Symonds, *Best Student Cities 2016*.
- Reputation Institute, *2016 City RepTrak®. The Most Reputable Cities in the World*, November 2016
- The Art Newspaper, *Visitor figures 2015. The grand totals: exhibition and museum attendance numbers worldwide*, Special Report, Number 278, April 2016.
- The Economist Intelligence Unit, *The Safe Cities Index 2015. Assessing urban security in the digital age*, November 2016.
- The Global Language Monitor, *Global Fashion Capitals 2015*.
- The Mori Memorial Foundation, *Global Power City Index 2016*, October 2016.
- Trademark Italia, *Italian Hotel Monitor Report 2016*.
- Trivago, *Hotel Price Index 2016*.
- UBS, *Prices and earnings 2015. Do I earn enough for the life I want?*, 17 September 2015.
- Ufficio stampa Unioncamere – Ufficio stampa InfoCamere, *Imprese: boom di bar e ristoranti, ma 3 su 4 chiudono a 5 anni dalla nascita. Roma, Milano e Napoli al top per esercizi enogastronomici*, 29 dicembre 2016.
- Z/Yen Group, *The Global Financial Centres Index–GFCI 21*, March 2017.



Note

¹ L'indagine appositamente condotta nell'area metropolitana di Milano – con una metodologia analoga a quella che ASERI utilizza nelle rilevazioni per l'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi promosso da Federcongressi&eventi – ha coinvolto quest'anno 349 sedi per congressi ed eventi presenti sul territorio, ben 33 in più rispetto a quelle rientranti nell'universo OICE dello scorso anno (tra cui 12 alberghi congressuali e 15 sedi istituzionali); pertanto i dati sugli eventi, sui partecipanti e sulle presenze stimati lo scorso anno sono stati aggiornati per poter effettuare confronti omogenei.

² La spesa giornaliera media sostenuta dai partecipanti comprende sia l'alloggio, la ristorazione al di fuori della sede dell'evento, i trasporti locali e gli acquisti personali di beni e di servizi, sia una quota di spesa per i giorni di permanenza a Milano in più rispetto alla durata dell'evento, nonché una quota di spesa sostenuta dagli accompagnatori; rimangono escluse dal calcolo le spese di trasporto a lunga percorrenza e le fee per l'iscrizione ai congressi. Tutte le voci di spesa vengono imputate ai partecipanti indipendentemente dal fatto che siano state sostenute da loro personalmente o dall'organizzazione alla quale appartengono (impresa, studio professionale, associazione, ecc.).

³ La spesa diretta degli organizzatori dei congressi e degli eventi include la spesa per spazi, allestimenti, tecnologie, catering e altri servizi; tale valore è stato stimato in via preliminare a partire dalle informazioni di carattere economico fornite dalle sedi partecipanti alla rilevazione e ciò in mancanza dei dati ufficiali di bilancio relativi al 2016, che non sono stati ancora resi pubblici. Per lo stesso motivo dal calcolo resta escluso il valore aggiunto generato dalle imprese che operano nelle fasi intermedie della filiera produttiva con sede nell'area metropolitana di Milano (circa 400 imprese attive, secondo le stime relative al 2015 elaborabili a partire dalla classificazione ATECO).

⁴ Cfr. P. BENSI – A. CARMINATI – R.P. NELLI, *Destinazione Europa. Strutture congressuali e fattori di attrattività delle principali città europee*, Vita & Pensiero, Milano 2016.

⁵ Cfr. Assolombarda-Centro Studi, *Booklet Italy, Lombardy and Milan*, n. 3, January 2017.

⁶ Sono stati esclusi dall'analisi i ranking costruiti a partire da dati inseriti dagli utenti (per esempio i diversi indici presenti in Numbeo e l'*Expatriant's Cost of Living World*) in quanto queste graduatorie (anche quando sono esplicitate chiaramente le modalità di calcolo degli indici sintetici) si basano su un numero molto basso di risposte e su dati dei quali è difficile verificare la correttezza.

⁷ Da un punto di vista metodologico, gli indicatori compositi presentano alcune limitazioni che possono essere dovute alla mancanza di disponibilità di dati accurati e comparabili tra le diverse città, a marcate differenze nelle dimensioni geografiche delle città, alle caratteristiche delle persone intervistate nel caso degli indicatori ottenuti tramite survey (per esempio, l'indagine *Quality of Living Survey* di Mercer Consulting Group si basa sulla qualità della vita percepita dai dipendenti espatriati piuttosto che dai residenti in generale), alla volatilità dei tassi di cambio per le variabili espresse in valori monetari e alla complessità della metodologia di aggregazione delle variabili originarie, ottenuta attraverso ponderazioni che riflettono la specifica situazione analizzata e sono difficilmente replicabili; inoltre gli indicatori possono non rilevare aspetti storici, politici, sociali e ambientali che sono specifici di ogni città. Cfr. C. MEARES – P. OWEN, *City Benchmarking: A technical report*, Auckland Council, February 2012.

⁸ Inoltre, secondo The Global Language Monitor Milano è risultata la prima 'Fashion Buzzword' nel 2015.

⁹ Occorre rilevare che secondo l'ISTAT nel 2013 i giorni di sfioramento dei limiti di PM10 nell'aria a Milano sono stati pari a 81 giorni contro i 44 dei capoluoghi italiani, un valore tuttavia quasi dimezzato rispetto al 2004/2005. Cfr. PwC, *Londra è al top tra le Cities of Opportunity, seguita da Singapore e Toronto. Milano, al 18° posto, è nella top 10 per sostenibilità e ambiente*, Comunicato stampa, Milano, 7 settembre 2016.