



L'intervento del presidente dell'Associazione Industriali Francesco Buzzella



Sala Maffei gremita per l'incontro: nelle prime file le autorità

Obiettivo sviluppo Un anno per rilanciare il nostro territorio

Presentato dallo Studio Ambrosetti il masterplan proposto dall'Associazione industriali e condiviso dalle altre categorie economiche e dai rappresentanti istituzionali. Cremona è in forte ritardo rispetto alla media regionale



Francesco Buzzella



Lorenzo Tavazzi



Gian Domenico Auricchio

■ Ambizione, velocità, gioco di squadra e volontà di osare: sono le quattro parole chiave del Masterplan presentato ieri nella sala Maffei della Camera di commercio da **Lorenzo Tavazzi** dello Studio Ambrosetti su incarico dell'Associazione industriali di Cremona che ha trovato l'adesione della Camera di commercio, delle categorie imprenditoriali presenti all'incontro (Libera associazione agricoltori, Libera associazione artigiani, Cna, Api Cremona, Associazione artigiani), del mondo accademico e dei rappresentanti istituzionali. **Giandomenico Auricchio** ha fatto gli onori di casa, il presidente degli Industriali, **Francesco Buzzella**, ha presentato il progetto e il direttore Massimiliano Falanga ha coinvolto gli ospiti in un dibattito che ha visto la convergenza unanime sugli obiettivi che lo studio si pone. Come immaginiamo il nostro territorio tra 10, 15, 20 anni? In quali ambiti vogliamo eccellere ed essere riconosciuti? Quali sono le nostre competenze distintive? Quali sono le priorità? Quale immagine forte vogliamo trasmettere all'esterno? Ambrosetti, che è la maggiore società italiana di consulenza, presente in 12 Paesi e attiva dal 1965, è il 'think tank' più qualificato per rispondere a queste domande e per indicare la strada da seguire. Ambrosetti si prende un anno di tempo dal 'calcio d'inizio' dato ieri per completare il progetto 3C: i tre territori che compongono la provincia, Cremona, Crema, Casalmaggiore; gli obiettivi: crescita, competitività, coinvolgimento; gli strumenti:

creatività, cambiamento, comunicazione. Il progetto riuscirà nella misura in cui si metteranno da parte le rivalità tra territori e tra tutti i soggetti chiamati a collaborare «perché la collaborazione - ha precisato Buzzella - oggi non è solo tra imprese, ma anche tra sistemi territoriali. Il cambiamento è inteso come evoluzione positiva del territorio partendo dai suoi valori fondanti. L'obiettivo del masterplan è rilanciare le nostre potenzialità, partendo dalla qualità della vita e dalla sostenibilità, migliorando l'attrattività, gestendo positivamente il cambiamento socio demografico e qualificando la riconoscibilità e l'identità del territorio. Nell'illustrare i dati più recenti sulla qualità della vita pubblicati dal quotidiano Sole 24

Ore, Tavazzi ha evidenziato il ritardo di Cremona. Dal 2008 il pil netto pro capite è diminuito più della media regionale. Il divario già evidente dal 2004 è aumentato e viene quantificato in 4,5 miliardi di euro. Lo studio citato vede Cremona al settimo posto in Lombardia, cioè nella parte bassa della classifica, e al 39° in Italia. E' un gap di competitività che penalizza le imprese, le famiglie e i giovani, che cercano lavoro altrove. Perché un'impresa deve restare a Cremona? E che motivi ha per trasferirsi qui? Perché un giovane talentuoso deve rimanere a Cremona? «Bisogna concretizzare un piano di sviluppo delle eccellenze della provincia e definire una visione strategica del territorio e condivisa da tutti i soggetti che collaboreranno nella ste-

sura del masterplan» ha spiegato Tavazzi. Le grandi città del mondo hanno una visione forte e precisa del loro futuro. Londra ha l'obiettivo di diventare entro il 2041 la città al mondo dove vivere meglio e fare impresa. Invece in Italia si ha una visione di breve periodo. Inoltre bisogna puntare su un numero limitato di competenze. Gli assi da giocare per Londra sono la finanza, l'istruzione e la tecnologia digitale. Secondo lo Studio Ambrosetti le nostre competenze sono musica, cosmesi e agroalimentare. Tra gli scopi del masterplan c'è quello di assicurare vantaggi competitivi nei campi in cui già si eccelle e rimuovere le patologie. E la strategia di sviluppo deve essere monitorata attraverso una rendicontazione puntuale.