



Masterplan 3C - Estratto della presentazione dei lineamenti dell'iniziativa



Il punto di partenza è la visione strategica che deve definire...

... ciò che il territorio intende diventare nel medio-lungo termine basandosi sulle sue priorità, la sua vocazione e le sue competenze

- Intento strategico («sogno») in grado di ispirare consenso
- Indirizzo operativo di medio-lungo periodo (modello di sviluppo)
- Obiettivi misurabili e progressivi
- Elementi distintivi del posizionamento competitivo per differenziarsi
- Ambiti di eccellenza

... e attraverso la condivisione *toto corde* della leadership e della stragrande maggioranza dei cittadini



L'EVENTO

Lunedì 14 maggio in Sala Maffei la presentazione del masterplan per il rilancio 'Territorio al futuro'

Dalle

FRANCESCO BUZZELLA (ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI DI CREMONA)

«La cosa più importante è costruire la visione comune»

di Alessandro Rossi

«Se non vi è la consapevolezza che è qualcosa che riguarda tutti noi, se non ci sarà la condivisione da parte dell'intero territorio, non funzionerà». Con queste parole il presidente dell'Associazione Industriali di Cremona, Francesco Buzzella, ha concluso la prima giornata di lavori, il calcio di inizio del master plan per il rilancio della provincia promosso dall'AIC e presentato ufficialmente lunedì 14 maggio presso la Sala Maffei della Camera di Commercio. Un invito a fare squadra, a condividere una visione del territorio e gli obiettivi per raggiungerla, a vincere quello che probabilmente è il più grande limite del nostro territorio e, ahimè, uno dei più grandi limiti, forse il più invalidante, del nostro per altro straordinario Paese. La capacità di vincere «la ritrosia a collaborare seriamente fra noi» - ha spiegato Buzzella nel suo intervento introduttivo - rappresenta davvero la condizione indispensabile per riuscire a centrare l'obiettivo e sarà l'elemento chiave per continuare ad essere protagonisti in un contesto globale come



L'evento di presentazione del masterplan per il rilancio del territorio in Sala Maffei. Sotto Giandomenico Auricchio [Betty Poli]

quello in cui operiamo o, diversamente, rassegnarsi alla marginalità e al declino. Questa è la posta in gioco e quel +2,1% messo a segno dal Pil cremonese dal 2004 al 2016, un quarto del tasso medio registrato in Lombardia, risuona come un campanello d'allarme rispetto a ciò che non è stato fatto, ma soprattutto a ciò che si potrebbe fare per imboccare davvero la strada del rilancio. Il master plan sarà un cruscotto che fornirà tutte le informazioni necessarie a chi sarà chiamato ad assumere le decisioni strategiche per il futuro del territorio. Ma prima di allora - i risultati di questo lavoro saran-

no presentati nel maggio del 2019 - il territorio dovrà sciogliere un nodo fondamentale dimostrando nei fatti di voler agire come una squadra. Proprio queste parole, coinvolgimento, condivisione, partecipazione, sono state pronunciate molte volte nel corso dell'incontro, dal relatore, Lorenzo Tavazzi, Responsabile Scenari e Intelligence di The European House - Ambrosetti (che realizzerà questo master plan, ndr), ai rappresentanti delle autorità, della Camera di Commercio e delle associazioni di categoria. Ma ora dalle intenzioni bisognerà passare ai fatti.



LORENZO TAVAZZI (THE EUROPEAN HOUSE - AMBROSETTI)

«Puntare sulle competenze»

Una prima indicazione sulla direzione che il nostro territorio dovrebbe prendere lo Studio Ambrosetti l'ha già data: passare dalle tre T, tradizionale simbolo di Cremona, per abbracciare le tre C, che stanno ad indicare, da un lato, un territorio articolato fra Crema, Cremona e Casalmaggiore, con tutte le peculiarità legate a queste aree e, dall'altro, le parole d'ordine da abbracciare per il rilancio, che passa attraverso la crescita, la competitività ed il coinvolgimento, gli obiettivi prefissati. Come raggiungerli? Lorenzo Tavazzi, Responsabile Scenari e Intelligence presso 'The European House - Ambrosetti', indica la 'sua ricetta': creatività, cambiamento e comunicazione.

Il masterplan identifica 5 motivi - Rilanciare le prospettive di crescita nel nuovo scenario economico, migliorare la qualità della vita e la sostenibilità del territorio, rafforzare l'attrattività e potenziare il turismo come volano di sviluppo, gestire il cambiamento socio-demografico, qualificare la riconoscibilità e l'iden-



Lorenzo Tavazzi

tà del territorio. **La missione** - Concretizzare un piano di sviluppo per l'eccellenza della provincia di Cremona delineando una visione forte del futuro e individuando azioni coerenti e i progetti portanti per lo sviluppo attraverso la realizzazione di scenari innovativi sui temi prioritari per il territorio e lo sviluppo di strumenti di analisi da mettere a disposizione della leadership. **Le cinque domande** - Perché un'impresa dovrebbe insediarsi

qui e non altrove?
 • Perché un'impresa già presente dovrebbe decidere di rimanervi?
 • Perché un contribuente/famiglia, dovrebbe decidere di risiedere e contribuire qui e non altrove?
 • Perché un talento dovrebbe decidere di lavorare/studiare qui e non altrove?
 • Perché un turista dovrebbe scegliere di venire qui e non altrove?
Il punto di partenza - La visione strategica che deve definire ciò che il territorio intende diventare nel medio-lungo termine basandosi sulle sue priorità, la sua vocazione e le sue competenze:
 • Intento strategico («sogno») in grado di ispirare consenso
 • Indirizzo operativo di medio-lungo periodo (modello di sviluppo).
 • Obiettivi misurabili e progressivi
 • Elementi distintivi del posizionamento competitivo per differenziarsi
 • Ambiti di eccellenza.
 e attraverso la condivisione 'toto

Masterplan 3C - Estratto della presentazione dei lineamenti dell'iniziativa



Perché «3C»?



Masterplan 3C - Estratto della presentazione dei lineamenti dell'iniziativa

Sviluppare un territorio significa dare risposte concrete

1. Perché un'impresa dovrebbe **insediarsi** qui e non altrove?
2. Perché un'impresa già presente dovrebbe decidere di **rimanervi**?
3. Perché un contribuente/famiglia, dovrebbe decidere di **risiedere** e **contribuire** qui e non altrove?
4. Perché un **talento** dovrebbe decidere di lavorare/studiare qui e non altrove?
5. Perché un **turista** dovrebbe scegliere di venire qui e non altrove?



3
competenze
su cui fare leva



5
domande
in attesa di risposta



tre T alle tre C

Masterplan 3C - Estratto della presentazione dei lineamenti dell'iniziativa

The European House
Ambrosetti

Perché un Masterplan per il territorio? Abbiamo identificato almeno 5 motivi

- 1 Rilanciare le prospettive di crescita nel nuovo scenario economico
- 2 Migliorare la qualità della vita e la sostenibilità del territorio
- 3 Rafforzare l'attrattività e potenziare il turismo come volano di sviluppo
- 4 Gestire il cambiamento socio-demografico
- 5 Qualificare la riconoscibilità e l'identità del territorio

IL DIBATTITO

La proposta di un piano per il territorio raccoglie consensi fra istituzioni e categorie economiche, consapevoli della posta in palio e dei rischi potenziali



Sessione plenaria
Il prossimo 30 maggio alle ore 17.00, presso la Sala Consiglio della Provincia di Cremona, vi sarà la prima seduta plenaria del "Tavolo provinciale della competitività". In questi mesi la Provincia e i Comuni di Cremona, Crema, Casalmaggiore, Camera di Commercio, in accordo con l'Associazione Industriali che aveva sollecitato la ripresa dei lavori, hanno continuato ad incontrarsi per consentire l'avvio operativo dei lavori collegati al Tavolo stesso. Sono stati ripresi i documenti ed iniziative del precedente AQST e si stanno aggiornando le numerose schede-progetto dal 2016, fornendo anche lo stato dell'arte aggiornato al 2018. Saranno proposti un metodo di lavoro ed illustrata una ipotesi di quattro tavoli tematici (Infrastrutture, Lavoro - Sviluppo - Innovazione, Cultura - Turismo e Semplificazione Amministrativa) da condividere con i portatori di interessi del territorio e dei rappresentanti istituzionali il 30 maggio

«Senza gioco di squadra non faremo passi avanti»

iniziativa

The European House
Ambrosetti

concrete a 5 domande fondamentali



@mondopadano

Qui di seguito i passaggi salienti del dibattito che si è sviluppato lunedì 14 maggio in Sala Maffei dopo la relazione di Lorenzo Tavazzi, (box al centro) nella cronaca Twitter di *Mondo Padano*.

#Buzzella: occorrerà anteporre gli interessi comuni a quelli di parte. Ecco perchè ci siamo affidati ad un soggetto terzo come #Ambrosetti.

#Buzzella: è giunto il momento di costruire la cosa più importante, una visione di lungo periodo. La pianificazione strategica deve essere di tutti. Ecco perchè ci siamo affidati ad un soggetto terzo come #Ambrosetti.

Tavazzi @TEHAmbrosetti: come immaginiamo il nostro futuro fra cinque o dieci anni? Sembra un orizzonte lontano ma la capacità di pianificarlo oggi è fondamentale

Tavazzi @TEHAmbrosetti: masterplan 3c è il titolo che deriva da Crema, Cremona e Casalmaggiore. E' un masterplan che investe tutto il territorio. Crescita, competitività e coinvolgimento sono le altre parole chiave.

Tavazzi @TEHAmbrosetti: c come creatività. c come cambiamento, inteso come evoluzione positiva del territorio all'insegna della continuità. c come comunicazione l'elemento comunicazionale è essenziale almeno su due livelli

Tavazzi @TEHAmbrosetti: fondamentale come potrebbe essere una situazione futura. Cosa accadrebbe se la situazione attuale non cambiasse, cioè se non ci fossero dei cambiamenti?

Tavazzi @TEHAmbrosetti: la missione che ci siamo dati e che vorremmo



Il pubblico presente in Sala Maffei. In alto Francesco Buzzella

condividere con voi è realizzare un masterplan per l'eccellenza della provincia di Cremona

Tavazzi @TEHAmbrosetti a #Cremona: tutti i territori hanno un asset. Ma questo asset può diventare una specifica abilità, cioè qualcosa che quel territorio sa fare meglio di altri?

#Pizzetti: ragionare non in modo ombelicale e integrare tradizione con innovazione, e puntare sul gioco di squadra. Quanto sta accadendo sulla vicenda fiera di gioco di squadra ce n'è poco.

#Piloni: il coinvolgimento della Regione, come diceva Pizzetti, è fondamentale. Bisogna mettere ordine a ciò che la nostra provincia può fare.

#Lena: evitiamo le divisioni. Quanto sta accadendo in questi giorni sulla fiera credo non faccia il bene del territorio.

#Mainardi: se il reddito procapite di cremona è inferiore alla media lombarda significa che siamo il sud del nord, la periferia del nord Italia

#Laforgia: quando si entra in una prospettiva di questo tipo bisogna ciascuno uscire dalle sue zone di confort. Mi aspetto che questo masterplan faccia uscire la disponibilità di ciascuno di noi a mettersi in gioco.

#Zucchi: questo territorio ha molto da esprimere fra piccole aziende e multinazionali. Servono competenze e for-

mazione e valorizzazione del territorio nel suo insieme

#Galimberti: dobbiamo creare consapevolezza sui punti di forza. Bisogna individuare insieme le scelte e la visione. Eccellente strumento per lavorare insieme. Durissimo ma ce la si può fare.

#Galimberti: le relazioni territoriali. Qual è il ruolo di Cremona? Qui fare sistema è fondamentale.

#Vivenzi: Lgh è un'eccellenza e noi siamo disponibili a svolgere il nostro ruolo nell'interesse del territorio. Vi porto l'esempio del distretto della #Franciacorta, una grande operazione di condivisione fra 18 comuni

#Righini: il ruolo dell'università è estremamente importante. Viviamo nell'economia della conoscenza.

#Rossoni: il successo di questa iniziativa dipende molto da noi e dall'apporto che avremo.

#Rossoni: dobbiamo avvicinarci cercando di esercitare dentro e non come se ciascuno di noi fosse un campanile

#Ferretti @polimi: l'università di Modena e Reggio Emilia è nata quando io iniziavo la mia carriera. La scommessa è stata vinta alal grande puntando sull'automotive

#Bonaldi: serve una strategia a lungo termine perchè serve una visione. Alta formazione è fondamentale

TTI) INDICA LA STRADA DA SEGUIRE

«Competenze territoriali»

corde' della leadership e della stragrande maggioranza dei cittadini.

La visione - E' il filo rosso per aggiornare il modello di sviluppo per il territorio

Una città nella quale ognuno ha la possibilità di vivere la miglior vita per sé. Una comunità in cui ognuno lavora per renderla più giusta.

Le competenze strategiche - Sono una specifica abilità del territorio in attività quali industria, servizi, educazione, ricerca, formazione...

Un territorio può costruire un numero limitato di competenze territoriali (3-max 5).

Musica, cosmesi e agroalimentare sono tre competenze importanti del territorio cremonese su cui, a giudizio dello Studio Ambrosetti, bisogna fare leva. Uno degli obiettivi del masterplan

sarà approfondire le competenze strategiche del territorio e mettere a punto le azioni per potenziarle all'interno dei grandi trend globali.

Piano d'azione - Il masterplan

dovrà sostanziare delle priorità: guadagnare vantaggi competitivi, ridurre le distanze con i competitori, rimuovere le patologie. **Coinvolgimento attivo -** Necessaria una partecipazione diffusa del territorio per la definizione del masterplan declinata interpellando gli attori territoriali sulla situazione attuale e quel prospettica, sulle opportunità associate allo sviluppo del sistema produttivo e sulle priorità di intervento auspicato. Sarà altresì realizzato un sito web dedicato relativo ai contenuti dell'iniziativa e al loro aggiornamento, ed aperto ai contributi esterni, collegato con i social media, mentre saranno anche organizzati dei momenti di comunicazione. Non mancherà una campagna sui social network e la creazione di un #hashtag.

Tempi - Una prima bozza del masterplan sarà pronta verso l'autunno per essere discussa e condivisa con il territorio, per poi arrivare alla versione definitiva entro la primavera del prossimo anno.