

LE ASSISE GENERALI



Alcuni momenti dei lavori delle Assise Generali a CremonaFiere



Il sistema Cremona alla ricerca della svolta Ora la rotta è tracciata

OBIETTIVO SVILUPPO

**A CremonaFiere il palcoscenico dei protagonisti del cambiamento
Definite le strategie per il rilancio**

Anticipate dalle riflessioni dei politici, tutte improntate a garantire un impegno al sostegno che sarebbe poi stato confermato nei fatti, e dalle analisi dei referenti locali e regionali delle categorie economiche, naturalmente diversificate per competenze e ambiti di azione eppure accomunate dalla volontà di trovare una sintesi che alla fine si sarebbe riflessa in una reale e potenzialmente determinante comunità di intenti, le Assise Generali dell'Economia del Territorio avevano un obiettivo di-

chiarato: tracciare una rotta capace di intercettare sviluppo e farlo da sistema, 'da squadra' si direbbe ricorrendo ad un paragone sportivo che risulta persino scontato nella sua applicazione ma che ben descrive il bisogno di compattezza. In campo e negli spogliatoi.

Nessun dubbio: lo scorso 5 febbraio, sul palco di CremonaFiere, capace di proporsi anche idealmente come luogo deputato ad essere oggi e domani il cuore pulsante del brand Cremona, quell'obiettivo è stato raggiunto. Con la consapevolezza e le conoscenze necessarie per individuare la traiettoria più efficace e le strategie più giuste e con la sincerità indispensabile per scegliere le eccellenze su cui puntare e le debolezze dalle quali rifuggire.

Partendo da una base solida e riconfermata al massimo livello di rappresentanza: il fronte politico-istituzionale e quello imprenditoriale hanno chiara la strada da seguire, sanno dove devono andare e sono certi una volta per tutte di come proprio questo sia il momento di condividere, concretamente, le soluzioni per quel reale rilancio -

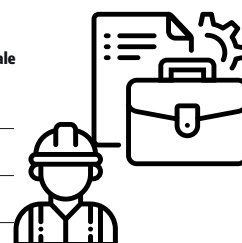


CRUSCOTTO DELLA COMPETITIVITÀ - CREMONA

	Posizione di partenza	Andamento	Posizione attuale
□ PROSPERITÀ PIL pro capite 2012-2022	38	6	22
□ RETRIBUZIONE Retribuzioni private, 2014-2020	14	94	18
□ PARTECIPAZIONE AL LAVORO Tasso di attività, 2012-2022	33	88	59
□ NUOVI POSTI DI LAVORO Tasso di crescita addetti locali 2009/2011-2019/2021	43	59	50
□ PRODUTTIVITÀ Valore aggiunto per occupato, 2010-2020	9	4	3
□ NUOVE IMPRESE Tasso di crescita numero imprese, 2009/2011-2019/2021	58	25	25
□ INNOVAZIONE Marchi, brevetti e disegni industriali, 2002-2022	37	86	84
□ SPECIALIZZAZIONE Occupazione nei cluster "forti", 2011-2021	12	22	6



Rank ● 1-10 ● 11-20 ● 21-30 ● 31-40 ● 41-107



INDICE DEL PROGRESSO SOCIALE

Posizione

47

rispetto all'anno
precedente
perde
4 posizioni



**È indispensabile
sfruttare
le eccellenze
che ci sono
e realizzare
un brand efficace
e riconoscibile
Ma la vera priorità
è attrarre
e poi trattenere
i giovani
di talento**

economico, ma anche sociale – che la provincia chiede da tempo. E che adesso, anche (o proprio) grazie all'occasione storica delle Assise, domanda unita, rilanciando le sue istanze diventate improcrastinabili con più forza che mai. Insomma, ora o mai più.

E che proprio tutti fossero consci dell'importanza dell'evento è dimostrato dai numeri che l'evento ha registrato, simbolo della volontà di esserci non tanto per farlo ma, invece, per raccontarsi pretendendo legittimamente di essere ascoltati: oltre 160 adesioni, 70 rappresentanti delle associazioni di categoria, 30 della provincia e dei Comuni a partire dal capoluogo, 10 delle università e degli enti di formazione, oltre a referenti delle banche, dei sindacati e di altre realtà.

Quello è stato il perimetro in cui ci si è mossi. Sfruttando

cinque tavoli tematici e declinando lì visioni, indirizzi in attesa di scelte politiche, capacità imprenditoriali bisognose di essere accompagnate ancor di più da ricerca e innovazione. E soprattutto da quella spinta che solo i giovani e il talento, da attrarre e trattenere, potranno assicurare. Diversamente, senza tecnologia e senza il contributo di una generazione che molto ha da dare e che invece, qui come altrove, viene spesso costretta in panchina, il cambiamento che Cremona e la sua provincia ricercano rischia di restare senza un protagonista fondamentale. Quanto i cluster e le specializzazioni, le eccellenze che già ci sono e quelle che potrebbero affacciarsi all'orizzonte, quanto il brand che serve riconoscere, efficace e attrattivo. Per costruire sviluppo e assicurarsi il futuro. Subito.

Così il presente insegna a costruire il futuro giusto



Fernando Alberti è a capo del pool harvardiano Strategique e docente a Parigi e alla Liuc
Federica Belfanti è docente e ricercatrice



LO SCENARIO E LE PROSPETTIVE

Luci, ombre e strategie di sviluppo nelle analisi di Alberti e Belfanti
Ecco su cosa Cremona deve puntare

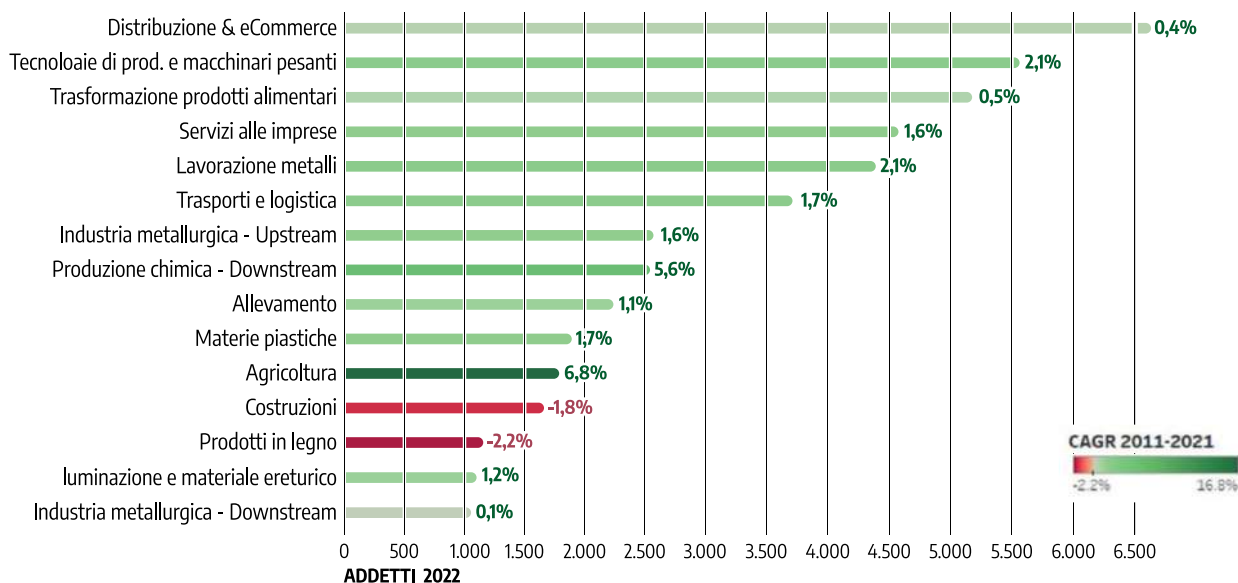
Analizzare il presente, valutandone punti di forza e debolezze, per costruire il futuro, progettandolo con più eccellenze e meno fragilità: alle Assise Generali, scenario e prospettive del territorio sono finiti sotto la lente di **Fernando Alberti**, a capo del pool harvardiano Strategique e docente a Parigi e alla Liuc, e di **Federica Belfanti**, docente e ricercatrice. Sconti zero: hanno evidenziato le positività, non hanno nascosto le criticità. Luci e ombre: ci sono le prime, non mancano le seconde. E per crescere serve, prima di tutto, consapevolezza: delle une e delle altre. A descrivere il quadro dello sviluppo economico della provincia di Cremona è stato Alberti: bene la produttività (il Cremonese è al 4° posto in Italia, dopo essere passato in

dieci anni dal 9° al 3° posto per la quota di valore aggiunto per occupato nel periodo 2010-2020), solida la prosperità calcolata come Pil pro capite (6° posto); malissimo il capitolo retribuzioni (dalla 14ª posizione del 2014 si è progressivamente scesi alla 18ª del 2020 e all'attuale 94ª fra le 107 province italiane), la quota di popolazione al lavoro e l'innovazione (dal 37° all'86° posto). Alberti si è soffermato su un dato in particolare: lo stato di salute determinato dal rapporto fra prosperità economica e progresso sociale, che vede Cremona al 47° posto e in arretramento rispetto al recente passato.

Cosa fare allora? «Non esiste la pallottola d'argento - ha immediatamente puntualizzato il docente -: occorre avanzare su più elementi contemporaneamente, partendo da ciò di cui si dispone già senza illudersi che sia sufficiente amministrare una 'rendita di posizione'. Ma di sicuro, è più importante puntare ad irrobustire i propri punti di forza che cercare di compensare quelli di debolezza. Consapevoli che non si può cambiare tutto insieme e che il cambiamento richiede l'azione corale di tutti gli stakeholder del territorio».

Rieccola, quell'esigenza di compattezza più volte rilanciata come indispensabile e fondamento stesso delle Assise a CremonaFiere: riunire il sistema e farlo confrontare per

LA PERFORMANCE DEI CLUSTER



migliorarlo.

Si può. Puntando con determinazione sulle punte di diamante rappresentate dai cluster (le specializzazioni) di Cremona: l'agricoltura, la produzione alimentare, l'allevamento, la siderurgia, la chimica e la cosmesi. Eccellenze, appunto. Ed è da quelle che passa, naturalmente, la strategia buona per accrescere la competitività: non dalla 'caccia grossa' a un big player che si insedi sul territorio o dal marketing territoriale fondato sul concetto 'costruisci e arriveranno', l'una e l'altro bocciati senza appello; ma dal lavoro mirato su ciò che si eredita (gli elementi di unicità del territorio, da valorizzare guardando però al futuro e non al passato), su ciò che si fa (attività economiche diverse e realizzate diversamente) e su ciò che si crea. Costruendo sulla qualità del contesto imprenditoriale, favorendone il fermento, generando e rinforzando i cluster di specializzazione.

«I più bravi costruiscono su quello che viene loro tramandato - Alberti ha citato ad esempio il caso Abu Dhabi, produttore di petrolio che ha però allestito il più grande campo fotovoltaico del mondo -, sfruttando al meglio non solo la tecnologia ma anche la risorsa solo apparentemente improduttiva del deserto».

Con un nota bene apparso, da un lato, come una vera e propria esortazione e, dall'altro, come un appunto almeno sorprendente: «Non bisogna restare legati al passato, magari prigionieri di immagini iconiche come i violini e la liuteria, business piuttosto inconsistente e da ripensare in ottica futura».

La strada giusta, al contrario, è quella di puntare su attività economiche diverse rispetto ai territori meno competitivi, perché in futuro non conterà il più, ma il diverso: «Fare di più è perdersi».

Fermento imprenditoriale, la parola chiave: «È il grado di dinamismo, innovazione e attrattività dell'ecosistema imprenditoriale dal quale dipende la competitività di un territorio», lo ha definito meglio Belfanti. In sostanza, un vero e proprio indice, basato su cinque dimensioni: caratteristiche del tessuto industriale (declinate attraverso le specializzazioni produttive e la densità di imprese ad alta crescita), sviluppo delle competenze (spazi collaborativi, online communities, acceleratori e incubatori, eventi e competizioni), sviluppo finanziario, performance imprenditoriali e innovazione. Su quel fronte, Cremona è messa bene: al 20° posto fra le 107 province italiane. E da lì può ripartire.

Con un nota bene apparso, da un lato, come una vera e propria esortazione e, dall'altro, come un appunto almeno sorprendente: «Non bisogna restare legati al passato, magari prigionieri di immagini iconiche come i violini e la liuteria, business piuttosto inconsistente e da ripensare in ottica futura».

**Agroalimentare
allevamento
siderurgia
chimica e cosmesi
le eccellenze
da valorizzare
Violini e liuteria?
«Immagini iconiche
di un business
inconsistente
e da ripensare»**

Brand, cluster e formazione È l'identità che fa crescere

IL LAVORO DEI 5 TAVOLI TEMATICI

Prima l'analisi dei fronti di intervento poi confronto e discussione: tracciata la rotta da seguire per creare sviluppo

Le Assise generali dell'economia sono state un'occasione importante significativa per riflettere insieme, analizzare le azioni già sul campo e mettere a fuoco quelle da attuare. E per fare questo era importante partire dallo stato delle cose, dai dati, dall'analisi del territorio e dal contesto nel quale le imprese operano. Un pomeriggio, quello a CremonaFiere, in cui si è parlato di tutto (o quasi) e nel quale alla fine molti analisti hanno concordato nell'identificare nell'emergenza demografica la madre di tutte le minacce per il futuro del territorio. E di conseguenza grande attenzione alle nuove leve, ai ragazzi, alla formazione, perché è proprio attraverso i giovani che passa la sfida di un rilancio e di una crescita strutturali del territorio. La giornata di lavoro a Cà de' Somenzi ha vissuto il suo momento clou nel confronto avvenuto tra i protagonisti della politica e dell'economia del sistema Cremona nell'ambito di 5 tavoli tematici: un lavoro di analisi, discussione e sintesi che ha caratterizzato il pomeriggio, prima della 'restituzione' finale. I tavoli si sono concentrati su prospettive di natura strategica: valorizzare le specializzazioni attuali e prospettiche e i vantaggi legati alla presenza di cluster, stimolare la ricerca applicata e il 'ponte' tra ricerca e imprese per sostenere la manifattura locale; rinforzare l'ecosistema imprenditoriale attraendo nuovi investitori, sostenendo la nascita di nuove start up e dando impulso allo sviluppo territoriale. E ancora l'attrazione e la formazione di giovani talenti: da perseguire sviluppando un'offerta omogenea e ben strutturata con opportunità di livello; si punta infine ad incrementare parallelamente competitività economica e progresso sociale, mettendone adeguatamente a fuoco sfide e connessioni: la strada individuata è quella di soddisfare i bisogni umani, favorire il benessere e aumentare le opportunità.

Questa è una sorta di road map di un lavoro comune che ha messo radici solide, con l'associazione temporanea di scopo



Tra gli obiettivi individuati come prioritari quello di stimolare la ricerca applicata e il 'ponte' tra ricerca e imprese per sostenere la manifattura locale



Nelle foto i lavori dei tavoli dell'Assise
Sotto il direttore di Reindustria, **Ilaria Massari**

‘io ci CRedo’ voluta per mettere a terra le indicazioni del Masterplan 3 C. «Un lavoro che proseguirà in futuro con una definita serie di incontri e scadenze - ha ricordato il direttore di Reindustria, **Ilaria Massari** - e che nei primi mesi di ogni anno riproporrà questo appuntamento delle Assise Generali per fare concretamente il punto su quanto è stato fatto e su come bisogna procedere».

Come detto in precedenza, cinque i tavoli di lavoro previsti. Ecco nel dettaglio, le linee di indirizzo emerse.

TAVOLO 1. Cluster e specializzazioni attuali e prospettiche del territorio: valorizzare le specializzazioni e i vantaggi della presenza del cluster, stimolare la ricerca applicata e il ponte tra ricerca e imprese per sostenere la manifattura locale.

Sette i punti ‘formalizzati’. «Alla base - è stato detto dai promotori - c'è la consapevolezza che lo sviluppo socio economico del territorio avviene per il tramite di specializzazioni settoriali e di filiera, che compongono gli aspetti distintivi e



alimentano la competitività del territorio stesso». In primo luogo, si punta quindi a rilanciare il cluster dell'agri-food e a definire il posizionamento di Cremona, identificando con esattezza i servizi da poter attivare e il coinvolgimento politico necessario. Va inoltre concretamente sottolineato il valore strategico del riconoscimento regionale del cluster cremasco della cosmesi, e garantita nel tempo sostenibilità e continuità alle azioni. Un focus particolare deve essere posto nel rendere note e attrattive per i giovani le specializzazioni del territorio. Tra le iniziative in programma, gli Stati generali dell'Orientamento, che prevederanno una mappatura totale dei canali di orientamento e delle opportunità. Altro obiettivo di grande rilievo strategico è quello di valorizzare i giovani talenti, mentre con il nome ‘Connecting Cremona’ si darà corpo all'impegno per garantire maggiore comunicazione tra le connessioni infrastrutturali (digitali e fisiche) e la filiera della ricerca.

TAVOLO 2. Rinforzare l'ecosistema imprenditoriale: attrarre nuovi investitori, sostenere la nascita di nuove start-up

Rinforzare il sistema delle imprese e sostenere la nascita di start up Incrementare in modo armonico la competitività economica e il progresso sociale

dando impulso allo sviluppo territoriale.

‘Piccoli imprenditori crescono’ sarà invece l’iniziativa pilota promossa dal Tavolo 2; un progetto pensato per stimolare lo spirito imprenditoriale e di intraprendenza (coinvolgerà le fasce giovanili in generale, ma anche gli asili e le scuole elementari) e per far conoscere le filiere economiche. Tra gli obiettivi - altrettanto significativi - quello di insegnare i concetti di pianificazione, lavoro di squadra, autonomia finanziaria, gestione del team. ‘CR8’ è l’altra idea-contenitore destinata a stimolare l’imprenditorialità giovanile, trovare sinergie tra il Politecnico e l’Università Cattolica, coinvolgere le scuole superiori e i loro insegnanti anche mediante il lancio della ‘Startup Cup’, e fornire supporto agli imprenditori. Per rendere il territorio più appetibile e connesso verrà proposta ‘Cremona in rete-Connettiamoci al futuro’, che prevede tra l’altro un focus sulle infrastrutture digitali da migliorare e la creazione di coworking anche in Comuni piccoli. ‘Creiamo SU’ vuole invece favorire la nascita di startup, che abbiano l’incubatore di riferimento sul territorio cremonese, utilizzando la location già esistente e sfruttando al meglio tutta la parte universitaria; in agenda anche una specifica strategia di ‘mentoring’ nei confronti dei punti di forza del territorio. A chiudere i progetti del Tavolo 2 c’è ‘Crown up idea’: una piattaforma digitale-fisica per fare matchmaking di necessità e fabbisogni, associata a un sistema di intercettazione di fondi e finanziamenti destinati ad accelerare la costituzione e lo sviluppo di nuove imprese. Questo perché «lo sviluppo passa anche attraverso un ecosistema imprenditoriale florido, innovativo, dinamico ed aperto alle contaminazioni, grazie alla presenza di start up che alimentano la competitività. Un fronte sul quale occorre certamente impegnarsi a fondo: Cremona si trova infatti nelle ultime tre posizioni tra le province lombarde per quanto concerne la presenza di start up innovative.

TAVOLO 3. Attrazione e formazione di giovani talenti: sviluppare una offerta formativa omogenea e ben strutturata con opportunità formative di livello.

Tutto dedicato ai giovani lo sforzo di proposta e programmazione del Tavolo 3. In una prospettiva di crescita, qualità e formazione dei giovani talenti rivestono un ruolo fondamentale. È quindi assolutamente necessario lavorare affinché le aziende del territorio possano disporre di corsi di formazione adeguati alle loro esigenze. I giovani rappresentano infatti un fattore fondamentale per lo sviluppo e l’innovazione del ter-



Gli stakeholders del territorio provinciale durante i lavori dei tavoli tematici

ritorio. Nel concreto è stata messa a punto una dettagliata serie di eventi principali: strategie per attrarre e trattenere i giovani e i loro talenti, all’insegna delle parole ‘creare, condividere e costruire’; implementare capacità e competenze, stimolare un orientamento precoce, anche a partire dalla scuola dell’infanzia; proporre nelle aziende modelli formativi ‘ad hoc’; mettere a punto strumenti per l’auto imprenditorialità coinvolgendo giovani e famiglie: organizzare incontri tra le famiglie e i tutor scolastici, e presentare con chiarezza le reali opportunità lavorative offerte dal sistema produttivo del territorio.

TAVOLO 4. Competitività economica e progresso sociale, sfide e connessioni: soddisfare i bisogni umani, favorire il





benessere e aumentare le opportunità.

Competitività economica e sviluppo sociale sono stati al centro dei lavori del Tavolo 4 e degli obiettivi prioritari indicati dai suoi partecipanti: migliorare il livello di conciliazione tra vita e lavoro attraverso lo sviluppo di servizi di mobilità adeguati; fare orientamento nelle scuole di ogni ordine e grado non solo per gli studenti, ma anche per le famiglie, gli insegnanti e le stesse imprese; promuovere un tavolo di concertazione tra scuola e imprese per attivare percorsi di stage; formalizzare lo status di Cremona 'città universitaria'; dare vita a una specifica cabina di regia per mettere tra loro in rete le diverse esperienze di welfare, rendendole integrate; facilitare l'accesso all'abitare; implementare per aree omogenee i servizi all'infanzia, con particolare riferimento alla fascia di età compresa



fra gli zero e i sei anni; trattenere talenti sul territorio. Del resto - è stato chiarito - la competitività economica si deve necessariamente accompagnare con il progresso sociale. Quest'ultimo può essere definito come la capacità di una società di soddisfare i bisogni umani fondamentali dei suoi cittadini, stabilire gli elementi costitutivi che consentono a loro e alle rispettive comunità di migliorare e sostenere la qualità della vita, e creare le condizioni affinché tutti gli individui raggiungano il loro pieno potenziale. L'indice di progresso sociale offre quindi un'analisi sulla capacità dei territori di tradurre il loro sviluppo economico proprio in maggiori livelli di progresso sociale.

L'attenzione privilegiata ai giovani è anche un tentativo obbligato di reazione ai segnali demografici allarmanti che arrivano dalla provincia, al penultimo posto in ambito regionale su diversi indicatori chiave. Questi includono l'indice di vecchiaia (secondo solo a Pavia), quello di dipendenza strutturale, che misura il rapporto tra la popolazione in età non attiva e quella in età attiva (secondo solo a Varese); e infine gli indici di ricambio della popolazione attiva e quello di natalità (entrambi secondi solo ai dati registrati nella provincia di Pavia).

Un altro aspetto preoccupante è rappresentato dalla stagnazione demografica che interessa il nostro territorio: nel periodo compreso fra il 2012 e il 2018, la crescita non è andata oltre lo 0,3%, a differenza delle performance lombarda (+3,5%) e nazionale (+1,8%) registrate nello stesso periodo. L'età media della popolazione di Cremona è pari a 46,6 anni, leggermente superiore alla media lombarda (45,6 anni). Un quarto dei residenti rientra nella fascia anziana, mentre la quota di popolazione che si trova in età lavorativa è diminuita del 6,5% in vent'anni, facendo registrare a partire dal 2014 un calo complessivo di quasi diecimila abitanti (9.899). Anche il saldo migratorio si trova in territorio negativo, con una perdita di 108 persone a fronte delle 4.014 con segno positivo che caratterizzano la media regionale lombarda.

TAVOLO 5. Turismo, identità e destination management del territorio: creazione di un'identità provinciale in grado di posizionare il brand provincia di Cremona.

Da questo tavolo in modo particolare è arrivato un primo concreto sbocco operativo delle Assise Generali: si tratta della sottoscrizione da parte dei Comuni di Cremona, Crema, Casalmaggiore e Soncino e della Camera di Commercio della lettera d'intenti per la costituzione della DMO, la Destination Management Organization chiamata ad occuparsi dello sviluppo, della gestione e della promozione dell'identità provinciale 'in grado di posizionare il brand' del territorio cremonese anche in una prospettiva turistica. Perché il turismo - e il concetto è emerso chiaramente dai lavori del tavolo - rappresenta da sempre un volano di grande importanza per lo sviluppo economico di un territorio, del quale favorisce anche l'indotto economico.

Un'alleanza per lo sviluppo Così il rilancio è possibile

SIGNORONI E AURICCHIO

*La fiducia negli interventi
del presidente di Provincia e Ats
e del commissario della Camera*

Insieme sul palco ad inizio evento, fianco a fianco ai piedi del ledwall blu con la scritta bianca 'Assise Generali Economia del Territorio Cremona 2024', **Paolo Mirko Signoroni** e **Gian Domenico Auricchio** hanno provato a tracciare la rotta di uno sviluppo possibile guardando al futuro dai loro osservatori: politico-amministrativo e anche sociale, quello del presidente della Provincia e dell'Ats Io ci Credo; squisitamente economico, ma con lo sguardo allungato al welfare e a una popolazione che invecchiando sempre di più ha e avrà sempre più bisogno di giovani - e di talento -, l'imprenditore commissario straordinario della Camera di Commercio.

«Qui saranno colti obiettivi importanti per il nostro territorio», ha subito mostrato fiducia Signoroni. Che sceso dal palco avrebbe poi tracciato un bilancio più che positivo del confronto largo di CremonaFiere, dando seguito a quell'auspicio evidentemente fondato. E ora chiamato alla prova delle grandi sfide che attendono l'intero territorio e il suo sistema economico sul campo.

«Le Assise sono state un momento diretto di condivisione dello stato dell'arte, delle priorità e, subito, delle strategie e delle azioni per affrontarle. Siamo passati dalle parole ai fatti».

Lungo un cammino che aveva bisogno di una partenza così e che adesso, da ora in avanti, richiede attenzione costante.

«E per questo - ha garantito Signoroni - il comitato di gestione dell'Ats, che rappresento, è stato compatto nel lanciare questa iniziativa e definirla come appuntamento fisso annuale. È un risultato di metodo che dimostra anche la grande partecipazione e coesione».

E una convinzione apparsa comune: oltre le peculiarità, al netto delle specializzazioni plasticamente rappresentate dai cinque tavoli tematici, c'è bisogno delle energie di tutti. E la necessità che si muovano insieme.



**Mirko Signoroni
e Gian Domenico Auricchio**
sul palco delle Assise

«Fianco a fianco gli attori pubblici e quelli privati», è parso quasi un appello quello del presidente della Provincia. Definitivo nello scegliere innovazione e attrattività delle imprese come focus centrali, da ricercare partendo dalle eccellenze delle nostre comunità - «Le vie d'acqua, i poli produttivi, l'agricoltura e l'agroalimentare» e da sostenere puntando «sulla ricerca accademica applicata ai settori produttivi».

E poi l'appello-monito, quasi un avviso ai naviganti: «Non dobbiamo scrivere un libro dei sogni, ma realizzare quanto abbiamo già tracciato e fatto sino ad oggi, aumentando offerte e opportunità di lavoro e diventando riferimento e modello strategico nonostante gap infrastrutturali decennali». E a quel gap, provando a indicare la strada corretta per colmarlo ma specificando in avvio di intervento che «le ricette

L'inverno demografico e la carenza di infrastrutture i nodi da risolvere con urgenza Sostenere i nostri giovani e attrarre talenti le priorità



magiche non esistono e le rendite di posizione non portano lontano», si è richiamato Auricchio. «Da sempre soffriamo per la mancanza di infrastrutture adeguate. Cinque annifà, lo Studio Ambrosetti aveva calcolato in 160 milioni di euro all'anno il costo complessivo legato a questa situazione, da allora solo peggiorata». Certo che sia la competitività «la carta vincente per far avanzare un territorio nel segno della prosperità e del progresso sociale». E che per raggiungere l'obiettivo sia indispensabile «intensificare le relazioni fra i diversi attori interessati, individuare un percorso di sviluppo sostenibile che permetta di attrarre giovani talenti e trattenere i nostri giovani, mettendo le imprese nelle condizioni di competere sempre meglio in un contesto globale». Che è complicato adesso e potrebbe esserlo ancora di più da qui in avanti: «In questi anni così difficili abbiamo sperimen-



Politica e categorie seguono i lavori delle Assise a CremonaFiere



mentato più che mai che occorre saper governare la nave, perché il vento può mutare all'improvviso - è ricorso a un paragone indubbiamente calzante, il commissario straordinario della Camera di Commercio -. Dal 2020 si susseguono crisi che hanno messo a dura prova il nostro sistema sociale ed economico». Ma il sistema Cremona ha tenuto, mostrando solo nei primi mesi del 2023 segni di rallentamento. Da non sottovalutare se agli aspetti congiunturali si aggiungono quelli strutturali: «Che cominciano a manifestarsi sul mercato del lavoro a causa dell'inverno demografico: le generazioni disponibili al lavoro sono molto meno numerose di quelle che entrano in età di pensione. Un fenomeno che nella nostra provincia è accentuato rispetto alla media italiana ed è destinato a creare ulteriori difficoltà». Ecco allora che le Assise Generali dell'economia sono state un'occasione significativa: il primo atto di un copione che vuole mostrare Cremona protagonista del cambiamento: «E in un contesto come il nostro - non ha avuto dubbi, Auricchio - è fondamentale la capacità di fare rete, stringere alleanze, mettere a sistema capacità e risorse umane e finanziarie». Seguendo esempi già positivi: «Penso alle azioni di promozione della presenza universitaria e agli sforzi di sistema che hanno permesso l'affermarsi di nuove filiere economiche, dalla cosmesi all'informatica alla silver economy, andate ad affiancarsi a quelle tradizionali della meccanica e dell'agroalimentare. E penso all'impegno condiviso che ha permesso la realizzazione dei corsi professionalizzanti dell'Its Cremona Academy».

I sindaci in prima linea È il 'patto della politica'

SOSTEGNO GARANTITO

Cremona, Casalmaggiore, Soncino e Crema sottoscrivono la Destination Management Organization



Cinzia Fontana, vicesindaco di Crema al tavolo delle Assise

Un territorio che voglia essere economicamente sviluppato e realmente competitivo ha bisogno di imprese solide, di associazioni di categoria radicate e lungimiranti e di una struttura politico-amministrativa che sappia concretamente sostenere le prime stando al fianco delle seconde. Cremona ha tutto. E lo dimostra l'esito delle Assise Generali a CremonaFiere. È lì che il sistema si è mostrato più che mai compatto ed è lì che la politica ha garantito il suo impegno per il rilancio: il primo sbocco operativo del confronto, tangibile subito, è stata la sottoscrizione della lettera d'intenti per la costituzione della DMO, la Destination Management Organization chiamata ad occuparsi dello sviluppo, della gestione e della promozione dell'identità provinciale. Ha l'obiettivo primario di fare del territorio cremonese un brand riconosciuto anche in prospettiva turistica, sfruttando eccellenze riconosciute ma forse, almeno sino ad ora, non tutte o non abbastanza sfruttate. L'hanno firmata i Comuni di Cremona, Crema, Casalmaggiore e Soncino e la Camera di Commercio.

Comunicazione strategica, riconoscibilità del territorio, identità come valore da spendere sul mercato e implementazione dell'Osservatorio sono le direttrici individuate come cruciali, quelle lungo le quali muoversi secondo le indicazioni emerse dai tavoli di lavoro che hanno ospitato più di 150 rappresentanti degli stakeholder della provincia. Eccola, la roap map da seguire nel perimetro delineato di un lavoro comune che proprio alle Assise ha posto le sue basi, proponendosi di farne via via le radici solide di un percorso che guarda al futuro aggrappandosi all'idea di un rilancio sostenibile. In sintesi, è un'idea condivisa di potenzialità e di stimolo all'imprenditorialità, giocoforza spinta dallo spirito di intraprendenza che richiama anche al necessario con-

tributo dei giovani. E che i sindaci hanno validato promettendo di sostenerla.

La sosterrà, convintamente, Cremona. Pronta a proseguire nel solco già avviato e non a caso rivendicato proprio a CremonaFiere dal sindaco **Gianluca Galimberti**: «Da tempo sono di nostro interesse strategico infrastrutture e trasporti, ricerca e università, cosmesi, agroalimentare e zootecnica, acciaio, il Polo tecnologico, l'artigianato artistico liutario - ha rimarcato il primo cittadino del capoluogo -. E lo sono al punto che in questi anni l'amministrazione è sempre stata promotrice e sostenitrice di sinergie e alleanze».

Da rafforzare puntando su ricerca, università e formazione:



Gianluca Galimberti, sindaco di Cremona firma la lettera d'intenti per la costituzione della Destination Management Organization



Filippo Bongiovanni (sindaco di Casalmaggiore), **Giorgio Cardile** (assessore comunale di Crema), **Gabriele Gallina** (sindaco di Soncino) e **Barbara Manfredini** (assessore comunale di Cremona) firmano il 'patto'

«Tematiche centrali - le ha definite il sindaco, accompagnato alle Assise da esponenti della sua giunta - che ci impegnano a trovare un punto di incontro tra scuola, università e aziende per garantire ai giovani un efficace sistema di orientamento».

Incentivando così quel protagonismo dei giovani da tutti descritto come indispensabile che sottende alla creazione di un sistema allineato ed efficiente, anche nell'armonizzazione di domanda e offerta di lavoro, e che richiama a raccolta scuole, università e imprese organizzando gli Stati Generali dell'Orientamento.

«Ora vanno consolidati gli eco-sistemi strategici come l'agroalimentare, investire sui giovani e la loro formazione e

premere su innovazione e ricerca per rendere Cremona un territorio sempre più produttivo e attrattivo», ha chiosato Galimberti.

Concetti sostanzialmente ripresi anche dal sindaco di Crema, **Fabio Bergamaschi**, che ha da subito mostrato uno sguardo a lunga gittata, provando a immaginare «quello che il nostro territorio potrà diventare incrociando le informazioni emerse alle Assise con le valutazioni di chi vive la quotidianità dell'industria, del lavoro e delle professioni. Occhi puntati al Cremasco, naturalmente; e a quel cluster della cosmesi che rappresenta, più di ogni altra strategia, la soluzione per assicurarsi un domani economicamente sostenibile.

«È fondamentale proseguire con convinzione sul tema dell'alta formazione professionalizzante, estendere l'offerta dei corsi Its, procedere con la riqualificazione anche fisica degli spazi deputati a ospitarli, e da un punto di vista industriale marciare con convinzione verso la realizzazione di un vero e proprio cluster della cosmesi. Per farlo occorre puntare sulla ricerca, senza la quale non ci sarebbero futuro e sviluppo, oltre alla gestione del contingente», ha spiegato Bergamaschi, rappresentato al forum dalla sua vice **Cinzia Fontana**.

Dall'altra parte del territorio, passando prima da Soncino e dalla sottoscrizione convinta del sindaco **Gabriele Gallina**, ecco Casalmaggiore. E un'altra sigla stampigliata sulla costituzione della Destination Management Organization, quella del primo cittadino **Filippo Bongiovanni**: «L'integrazione di competenze può fare la differenza - ha declinato la sua certezza Bongiovanni - in ogni territorio e dunque, a maggior ragione, nel nostro. Personalmente credo che la costituzione della Destination Management Organization possa realmente rappresentare una svolta almeno sul fronte dell'accoglienza turistica e della riconoscibilità del nostro territorio».

Un territorio che voglia essere economicamente sviluppato e realmente competitivo ha bisogno di imprese solide di associazioni di categoria radicate e di una struttura politico amministrativa che sappia sostenere le prime stando al fianco delle seconde