

Le infrastrutture: un'emergenza non solo locale

FRANCESCO BUZZELLA Le necessità della provincia e dell'Italia viste dalla prospettiva del presidente degli industriali cremonesi



... Francesco Buzzella, presidente dell'Associazione Industriali di Cremona

Sono trascorsi cinque mesi dalla presentazione, lo scorso 6 maggio, del dossier Masterplan 3C all'assemblea annuale dell'Associazione Industriali di Cremona. Il dossier, commissionato dalla stessa associazione al think tank The European House-Ambrosetti, è uno studio dettagliato sulle potenzialità del nostro territorio provinciale da qui ai prossimi vent'anni. A distanza di tempo, abbiamo fatto un primo punto della situazione proprio col presidente degli industriali cremonesi, **Francesco Buzzella**, approfittando dell'occasione per affrontare anche altri argomenti di stretta attualità, relativi allo sviluppo economico del nostro territorio e non solo.

Presidente, il sindaco di Cremona, Galimberti, in una precedente intervista rilasciata a Mondo Business, ha riconosciuto l'importanza del Masterplan 3C ma invita a riflettere se quello del Tavolo della Competitività sia lo strumento migliore per proseguire o se si debba immaginare qualche altro strumento. Che cosa ne pensa? «Il Masterplan 3C e il Tavolo della Competitività viaggiano parallelamente, in un continuo confronto reciproco; non possono considerarsi alternativi. Il Masterplan 3C, come strumento di visione di medio lungo periodo, necessita di trovare completa attuazione sul territorio.

Per farlo in modo efficace, oltre alla sinergia necessaria con tutti gli stakeholders, abbiamo proposto la costituzione di un'ATS, la formula di Associazione temporanea di scopo, così come in occasione di avviare il percorso corale sull'Expo. Perché, infatti, non immaginare anche in questo caso un'ATS, aperta a tutti i possibili interessati, che porti avanti le azioni del Masterplan?».

Quanto al Tavolo della Competitività? «Il Tavolo resta lo strumento di coordinamento provinciale del territorio, finalizzato all'individuazione delle linee strategiche di sviluppo, prioritarie per la competitività del territorio stesso. Rappresenta il momento di incontro degli stakeholders, per un confronto, una co-progettazione e un monitoraggio delle azioni intraprese, secondo un approccio di rafforzamento del potere negoziale provinciale. Sono questi i motivi per cui riteniamo che entrambi gli strumenti siano di fondamentale importanza».

Sempre il Masterplan 3C invita caldamente a individuare un brand che possa rivitalizzare l'immagine del territorio. In questa prospettiva, il comune di Crema sta già lavorando da tempo a un suo specifico brand, ritenendo che la provincia di Cremona presenti molte eccellenze e che, di conseguenza,

individuare un unico brand sarebbe mortificante.

In questo caso, la differenza potrebbe essere una ricchezza oppure si tratta dei soliti distinguo tra le diverse aree del nostro territorio? «Riteniamo fondamentale lanciare una strategia integrata di comunicazione delle eccellenze del territorio tramite un brand identitario provinciale. Anzi, proprio per via del policentrismo che caratterizza il nostro territorio, siamo convinti che questa strategia sia una priorità. E perciò, sebbene ciascuna zona si contraddistingua per una sua caratteristica specifica, tutte dovrebbero seguire un'unica logica, che le convogli nella medesima direzione, evitando di disperdere inutilmente le forze.

I motivi sono molteplici, cominciando dal dato emerso dal Masterplan, secondo cui, nell'immaginario collettivo, l'identità del territorio cremonese non risulta chiara. Sempre nel Masterplan, si evidenzia poi un deficit in termini di manifestazioni collegate alle tradizioni locali, per cui quelle già in essere, nonostante ottengano una buona risonanza e partecipazione di pubblico, non riescono a farsi "attrattori di massa"».

Da qui l'esigenza di un unico brand forte? «Sì, soprattutto se un territorio è di piccole dimensioni. Non potendo contare sulla massa critica, la sua visibilità passa attraverso la creazione di un brand capace di differenziarsi, rispetto ad altre aree concorrenti. La provincia di Cremona risulta ancora poco visibile: la sua risonanza mediatica sul web è tra le più basse in Lombardia. L'obiettivo che dovremmo porci, quindi,

è il consolidamento del "brand Cremona", agendo su azioni mirate a valorizzare e a rafforzare ancor più il legame tra il territorio e le sue eccellenze, non limitandosi alle singole attrazioni».

Un altro aspetto importante emerso dal Masterplan 3C è relativo alla arretratezza delle nostre infrastrutture. Una delle priorità risulta essere la Cremona-Mantova e le ultime novità al riguardo parlano di due possibili soluzioni: o un'autostrada o la riqualificazione dell'arteria già esistente. Qual è l'importanza della Cr-Mn per il territorio? «Cominciamo col dire che la mancanza e l'inefficienza infrastrutturale costano al territorio due punti percentuali di Pil locale e quindi all'incirca 160 milioni di euro l'anno. Di contro, quanto più è elevata la dotazione di infrastrutture, tanto più un territorio è capace di rispondere alle esigenze dei mercati e alle evoluzioni della società. E, invece, come dicevo, la dotazione di infrastrutture del territorio cremonese risulta tra le più basse della Lombardia: Cremona è in terz'ultima posizione, con un gap del 60% rispetto alla media regionale. L'infrastruttura tra Cremona e Mantova, in particolare, non è un mero collegamento fra due città di due territori, ma una vera arteria fra Est e Ovest, tra Lombardia, Emilia e Veneto, e che da un certo punto di vista compensa lo stop relativo alla Tibre. La Cremona-Mantova avvicinerà aree e rilancerà un traffico funzionale agli investimenti e all'attrazione di nuove imprese. Soprattutto, dal nostro punto di vista, restituisce attenzione a quella parte della Lombardia che è sempre stata "fuori dai



**Vittoria
Assicurazioni S.p.A.**

AGENZIA GENERALE DI CREMONA

**Agenti:
CADOPPI STEFANO
CADOPPI PATRIZIA**

ASSICURAZIONI IN TUTTI I RAMI

CREMONA - Piazza Roma, 7 • Tel. 0372 22460 - 457880 • Fax 0372 457880 • E-mail: scadopp@tin.it

radar” della nostra Regione, in particolare proprio in ambito infrastrutturale».

A livello nazionale, un tema caldo è quello dell'autonomia differenziata della Lombardia. Che cosa ne pensa? «Il regionalismo differenziato, previsto dalla nostra Costituzione, è una forma di adattamento virtuoso della ripartizione di funzioni tra Stato e Regioni, nel rispetto dell'unità del Paese e dell'uguaglianza dei cittadini. Guardiamo dunque con interesse al processo dell'autonomia differenziata, cogliendone un'occasione per il rafforzamento della competitività dei territori e per un esercizio più efficiente delle loro competenze. Così intesi, i nuovi spazi di autonomia non segmentano l'unità nazionale, ma migliorano le condizioni di cittadini e imprese nelle Regioni interessate, senza peggiorare quelle altrui.

L'autonomia, poi, è anche un'opportunità di efficienza ed equità. Occorrerà evitare incrementi della pressione fiscale, per definire, anche attraverso opportuni incentivi/disincentivi, un sistema capace di coniugare efficienza, solidarietà e perequazione tra territori».

Che cosa serve, in termini di politica economica, per il rilancio del Paese? «Premetto che, lo scorso agosto, si è verificata una delle crisi di governo più complesse che il nostro Paese abbia mai affrontato,

“L'inefficienza infrastrutturale del territorio ci costa 160 milioni di euro l'anno”

per tempi e modalità, perché capita in un momento in cui l'economia ristagna (il Pil tedesco fa registrare un meno 0,1% nel secondo trimestre) e gli ordini arretrano nelle grandi regioni industriali del Nord, mentre a Sud si assiste a un continuo aumento dei divari e a un ulteriore deterioramento della situazione economica. Adesso, quello che occorre è superare le incertezze e il punto non è soltanto fare presto ma fare che cosa. Agli imprenditori interessano più sviluppo, più crescita e più occupazione, da realizzare a partire dalla prossima manovra di bilancio, puntando a un taglio del cuneo fiscale per rafforzare i salari dei lavoratori; a un piano di inclusione dei giovani nel mondo del lavoro e a massicci investimenti in infrastrutture».

Del resto, quella infrastrutturale è una carenza che accomuna un po' tutto il Paese. «E pensare che le infrastrutture funzionano in maniera anticiclica, collegano persone e territori e pertanto dovrebbero essere una priorità della politica, a partire dalla Tav e passando per la Gronda di Genova. Inoltre, c'è il capitolo relativo ai conti pubblici, che vanno messi subito in sicurezza. Per questo ci auguriamo che sia resa nota al più presto la linea di politica economica del nuovo esecutivo, dove venga indicato che cosa si intende fare, con quali risorse e con che effetti sull'economia reale. Qualsiasi soluzione verrà individuata il calendario previsto va rispettato, così come va evitato l'aumento dell'Iva, ma chiarendo con quali risorse saranno raggiunti gli obiettivi prefissati. Bisogna poi definire quale sarà l'orientamento sul taglio del cuneo fiscale, che per noi non può essere oggetto di uno scambio con il salario minimo legale, ma deve servire a rafforzare le buste paga dei lavoratori».



Il presidente Buzzella durante l'ultima assemblea degli industriali cremonesi