

di Stefano Frati

L'ultimo movimento della Sinfonia "Dal nuovo mondo" di Dvorak - si ascoltava amplificata all'ingresso del Ponchielli - poteva leggersi, mutatis mutandis, come buon auspicio per la presentazione del Masterplan 3c. Ieri pomeriggio il nostro massimo teatro ha ospitato la conferenza stampa dedicato al piano di sviluppo di medio-lungo periodo promosso dall'Associazione degli Industriali di Cremona e realizzato da The European House - Ambrosetti. Sul tavolo c'è l'elaborazione di scenari innovativi su temi prioritari per il territorio, l'identificazione di priorità e azioni coerenti partendo dagli asset principali della nostra economia.

L'analisi ha messo in luce alcuni punti d'attenzione: per il 64 per cento degli intervistati vi è la percezione di vivere bene ma nel 2019 due cittadini su tre, soprattutto fra le nuove generazioni vedevano il futuro del territorio in peggioramento o fermo. Per contrastare il rischio di un potenziale declino e ridurre le distanze dalle altre province lombarde sono state indicate cinque direttive strategiche: rilanciare l'attività economica, colmare il gap infrastrutturale, potenziare la capacità innovativa, rendere riconoscibile il territorio e invertire il trend demografico. Il Masterplan 3c, formalizzato ufficialmente durante la giornata di ieri, ha reso ancor più approfondita la visione strategica per il futuro e la relativa agenda d'azione: una visione - come sottolineato durante la proiezione di un video esplicativo - «che pone al centro la vocazione di un territorio in cui si vive bene, bilanciando l'equilibrio della persona in un contesto policentrico ma unito dalla capacità di far coesistere più attività ed eccellenze». Per concretizzare questo futuro possibile il Masterplan 3c ha individuato un portafoglio di interventi per lo sviluppo del territorio. Uno dei più rilevanti è dedicato alle infrastrutture, sia fisiche che digitali, percepite da più di un quarto dei cittadini come il gap prioritario del territorio. Il percorso del Masterplan ha favorito il confronto con le istituzioni, con precise idee su cosa e in che tempi si debba realizzare. Qualche esempio: la realizzazione della tratta autostradale Cremona-Mantova, creare una scuola di formazione per le professioni del futuro, favorire le nuove competenze tecnico-professionali richieste dal mercato del lavoro, creare il circuito delle sette note fra i tre territori attraverso le Olimpiadi della Musica (con un'attività diffusa in tutta la provincia), creare un laboratorio di contaminazioni fra industria agroalimentare, cosmesi e nuove produzioni. Il tutto è pensato facendo 'sistema' fra i distretti del territorio, apportando nuove soluzioni per la ricerca di base e applicata. L'insieme sarà supportato da una strategia di comunicazione pensata per pubblicizzare e valorizzare le eccellenze del territorio, attraverso un disegno che farà leva su un "brand identitario provinciale". Il fine è far comprendere che Cremona è sì Musica e Cultura ma è anche terra in grado di offrire altre eccellenze. Le azioni collegate alla vi-

sione del progetto "Fabbrica armonia" hanno un potenziale economico rilevante: si stima fino al 14 per cento del Pil provinciale con un impatto valutabile fra i 9 e i 13 miliardi di euro in dieci anni. L'emergenza pandemica, che negli ultimi due anni ha colpito duramente la società e le imprese, ci ha mostrato un territorio capace di reagire ai momenti più duri. La nuova fase di ripartenza, offerta anche dagli eccezionali sforzi messi in campo dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, si interseca virtuosamente con il Masterplan 3C. È una qualità sottolineata da tutti gli intervenenti. Secondo Mirko Signoroni, presidente della Provincia, «stiamo scrivendo insieme un altro importante capitolo nella storia del nostro territorio. Ieri il Tavolo dello Sviluppo e il Tavolo della Competitività; hanno riacquisito la loro costituzione dell'Associazione Temporanea di Scopo (Ast) per l'attuazione del piano di sviluppo strategico del territorio. Non è un contenitore rigido ma uno strumento flessibile, propeudeutico alla crescita della nostra società, al passo con i cambiamenti e le sfide a cui

tutti siamo chiamati a rispondere. La pandemia prima e la drammatica situazione geopolitica internazionale ora, hanno rallentato questo percorso imponendoci scenari nuovi e cambi di strategia». Gian Domenico Auricchio, presidente di Unioncamere Lombardia: «Il



L'EVENTO

Al Teatro Ponchielli la costituzione dell'Associazione temporanea di scopo - 3C" incaricata di dare esecuzione ai progetti individuati come prioritari

DOPO LUNGA ATTESA, FIRMATO L'ATTO CHE DÀ IL VIA AL RILANCIO DEL TERRITORIO

Masterplan 3C, adesso si parte

Crescita, competitività e coinvolgimento le vie per un nuovo sviluppo



In alto, Lorenzo Tavazzi di "The European House Ambrosetti", sotto le autorità al Ponchielli



A sinistra, Stefano Allegri, in alto Mirko Signoroni e a destra Gian Domenico Auricchio [Foto Betty Poli]

2022 era iniziato in maniera positiva: la pandemia sembrava alla spalle, il Pil italiano aveva toccato il 6 per cento e le imprese lombarde avevano fatto la loro parte. Nella provincia di Cremona le imprese hanno fatto, nel corso dell'anno passato, oltre 5 miliardi e mezzo di euro di esportazioni, il dato più alto di sempre, il 32 per cento in più del 2020, che pure era stato azzeppato per ovvi motivi. La guerra in Ucraina crea non solo una tragedia umanitaria ma prepara anche un trauma economico che segnerà l'economia di nostro Paese per i prossimi anni». Stefano Allegri, presidente dell'Associazione Industriali di Cremona: «Se dovessi



mo rinominare il Masterplan, oggi, potremmo definirlo un vero e proprio Pnrr del territorio cremonese. Il partner che abbiamo scelto per la stesura del progetto è un soggetto terzo, The European House - Ambrosetti. Questa scelta ha permesso di superare il limite fisiologico di un'analisi autoreferenziale, tipica di chi vive quotidianamente il proprio territorio. Da questa collaborazione è nato un progetto sartoriale, cucito su misura per le tre 'c'. Il Masterplan era stato completato ed ufficializzato nel 2019, nella sede di Ancorotti Cosmetics. Da allora sono successe molte cose: la pandemia, la crisi dei trasporti, l'inizio della crisi energetica le difficoltà nel reperimento delle materie prime fino alla recente guerra provocata dalla Russia, azione che ha reso tutto ancora più drammatico. L'osservazione

che mi viene spontanea, però, è che questo sia lo strumento giusto. A distanza di tre anni lo trovo più adatto che mai. È, addirittura, una necessità della quale non si potrebbe fare a meno».

I punti cardine si sviluppano attorno all'agro-alimentare, alla metallurgia, alla meccanica, alla cosmetica, ai servizi alla persona, alle bioenergie e alla tutela del territorio e musica. Le tre 'c' si riferiscono alla macro area della nostra regione - Cremona, Crema e Casalmaggiore - e sottendono, al contempo, i tre obiettivi da raggiungere: crescita, competitività e coinvolgimento, strumenti sui quali si agirà con una visione d'insieme, includendo altre 'c': creatività, cambiamento e comunicazione. Già prima del Covid il territorio dimostrava di essere vivo su più indicatori: il mercato del lavoro, l'industria manifatturiera, la competitività sui mercati esteri e il turismo. Il Masterplan 3c ha individuato dieci fattori di distintività e attrattività per cittadini, turisti ed imprese.



Era il 14 maggio del 2018 quando, in Sala Maffei, l'ex presidente dell'Associazione Industriali di Cremona, Francesco Buzzella, insieme al presidente della Camera di Commercio, Giandomenico Auricchio e a Lorenzo Tavazzi, Responsabile Scenari e Intelligence presso The European House Ambrosetti, presentava al territorio il masterplan per il rilancio 'Territorio al futuro'