

ECONOMIA: LE ASSISE GENERALI



Obiettivo competitività Il futuro è qui e adesso

L'analisi e le priorità del territorio secondo Auricchio: «Vanno trattenuti i giovani e attratti i talenti»

di **ANDREA GANDOLFI**

CREMONA Le ricette magiche non esistono, le rendite di posizione non portano lontano. È invece la competitività la carta vincente per far avanzare un territorio nel segno della prosperità e del progresso sociale. Strada ribadita lunedì a CremonaFiere dalle Assise generali dell'economia del territorio provinciale, aperte dal commissario straordinario della Camera di Commercio **Gian Domenico Auricchio**.

«Si tratta – ha detto Auricchio – di un evento di grande rilievo e fortemente voluto dalle associazioni di categoria, su input di Assoindustriali; per riflettere insieme sui nodi fondamentali della nostra economia, intensificare le relazioni fra i diversi attori del territorio (dalle istituzioni al mondo economico), e 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».

Ha citato Seneca, Auricchio: «Nessun vento è favorevole per il marinaio che non sa a quale porto vuole approdare». E in questi anni così complessi abbiamo sperimentato più che mai che occorre saper governare la



nave, perché il vento può mutare all'improvviso. Dal 2020 si susseguono crisi che hanno messo a dura prova il nostro sistema sociale ed economico; ma l'economia ha tenuto, mostrando solo nei primi mesi del 2023 segni di rallentamento. Lo confermano gli ultimi dati disponibili (terzo trimestre 2023) dell'indagine sul manifatturiero industriale e artigianale lombardo; evidenziano per la produzione un andamento debolmente negativo, anche se rimane stabile il confronto con lo stesso trimestre dell'anno pre-

cedente. Pur risentendo della flessione del commercio mondiale, la situazione cremonese non fa quindi registrare particolari variazioni, dopo il forte recupero dell'immediato post-pandemia: quando l'indice della produzione industriale aveva superato di circa il 10% il livello del 2019, con il valore a base 2015 passato da 106,9 (2019) all'attuale 117,4».

Agli aspetti congiunturali si aggiungono poi quelli strutturali: «Che cominciano a manifestarsi sul mercato del lavoro a causa dell'inverno demografico: le ge-

nerazioni 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. Da sempre soffriamo per la mancanza di infrastrutture adeguate. Cinque anni fa, lo Studio Ambrosetti aveva calcolato in 160 milioni di euro all'anno il costo complessivo legato a questa situazione, da allora solo peggiorata».

«Cambiamenti climatici, innovazione digitale e intelligenza

artificiale rendono urgente per qualsiasi impresa la sfida della doppia transizione ecologica e digitale. Portando nuovi costi ma generando anche molte opportunità».

Le Assise generali dell'economia «sono quindi un'occasione significativa per riflettere insieme, analizzare le azioni in programma e mettere a fuoco quelle da attuare. È importante farlo partendo dai dati e dall'analisi territoriale e di benchmark, dal contesto nel quale le imprese operano: presenza o meno di centri di ricerca, disponibilità di

capitale umano adeguatamente formato, enti pubblici in grado di semplificare gli adempimenti amministrativi richiesti, sono tutti fattori abilitanti per favorire la capacità delle imprese di essere competitive ed attrarre nuovi talenti».

Per essere protagonisti del cambiamento in atto: «In un contesto come il nostro è fondamentale la capacità di fare rete, stringere alleanze, mettere a sistema capacità e risorse umane e finanziarie. Sono già numerosi gli esempi di azione condivisa e sinergica fra vari attori, pubblici e privati, che hanno condotto a risultati positivi: penso alle azioni di promozione della presenza universitaria, 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); come penso all'impegno condiviso che ha permesso la realizzazione dei corsi professionalizzanti dell'Its Cremona Academy. Le Assise possono quindi rappresentare un'opportunità per il rilancio del territorio, delle sue specificità ed eccellenze, fino a diventare un appuntamento annuale e strategico a sostegno dell'economia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ECONOMIA: LE ASSISE GENERALI



Tavolo 1 Cluster e specializzazioni attuali e prospettive del territorio: i vantaggi delle specializzazioni

Tavolo 2 Rinforzare l'ecosistema imprenditoriale: attrarre investitori, sostenere le start-up

Tavolo 3

Attrazione e formazione di giovani talenti: sviluppare una offerta formativa omogenea

Tavolo 4 Competitività economica e progresso sociale: sfide e connessioni

Tavolo 5 Turismo, identità del territorio e destination management

Il brand e i cluster Così l'identità produrrà sviluppo

Dai cinque tavoli tematici la rotta da seguire: comunicazione strategica. Le specializzazioni, il nodo formazione e il ponte tra ricerca e imprese



di **ANDREA GANDOLFI**

CREMONA Il primo, concreto sbocco operativo delle Assise generali sull'economia del territorio è arrivato con la 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 rappresenta da sempre un volano di grande importanza per lo sviluppo economico di un territorio, del quale favorisce anche l'indotto economico. Comunicazione strategica, riconoscibilità del territorio, creazione dell'identità provinciale e implementazione dell'Osservatorio sono le direttrici principali lungo le quali muoversi in quella prospettiva, secondo le indicazioni emerse da uno dei cinque tavoli nei quali sono stati suddivisi i circa 150 rappresentanti degli stakeholder che hanno partecipato ai lavori. Gli altri quattro tavoli si sono concentrati su altrettante prospettive di natura strategica: valorizzare le specializzazioni attuali e prospettive 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 attrarre nuovi investitori, sostenendo la nascita di nuove

start up e dando impulso allo sviluppo territoriale. Poi 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. È la roap map di un lavoro comune che ha progressivamente messo radici solide, con l'Associazione temporanea di scopo "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 sottolineato il direttore di Reindustria, Iliaria Massari - e che nei primi mesi di ogni anno riproporrà questo appuntamento per fare concretamente il punto su quanto è

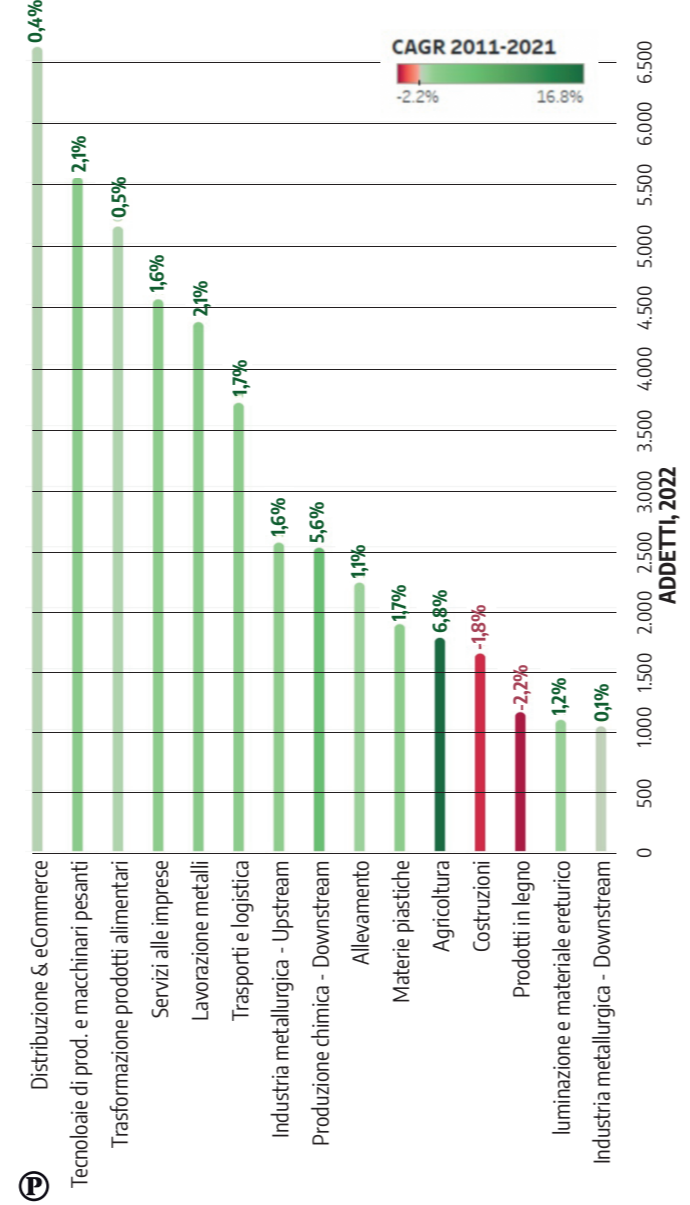
stato fatto e su come bisogna procedere». Ma ecco, nel dettaglio, le linee di indirizzo emerse dai tavoli di lavoro. Sette i punti "formalizzati" dal Tavolo 1. «Alla base - hanno precisato i promotori - c'è la consapevolezza che lo sviluppo socio-economico del territorio avviene per il tramite di specializzazioni 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 in proposito il posizionamento di Cremona, identi-

ficando 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 ed attrattive per i giovani le specializzazioni giovanili, trovare sinergie tra il Politecnico e l'Università Cattolica, coinvolgere le scuole superiori ed i loro insegnanti anche mediante il lancio della "Startup Cup", e fornire supporto agli

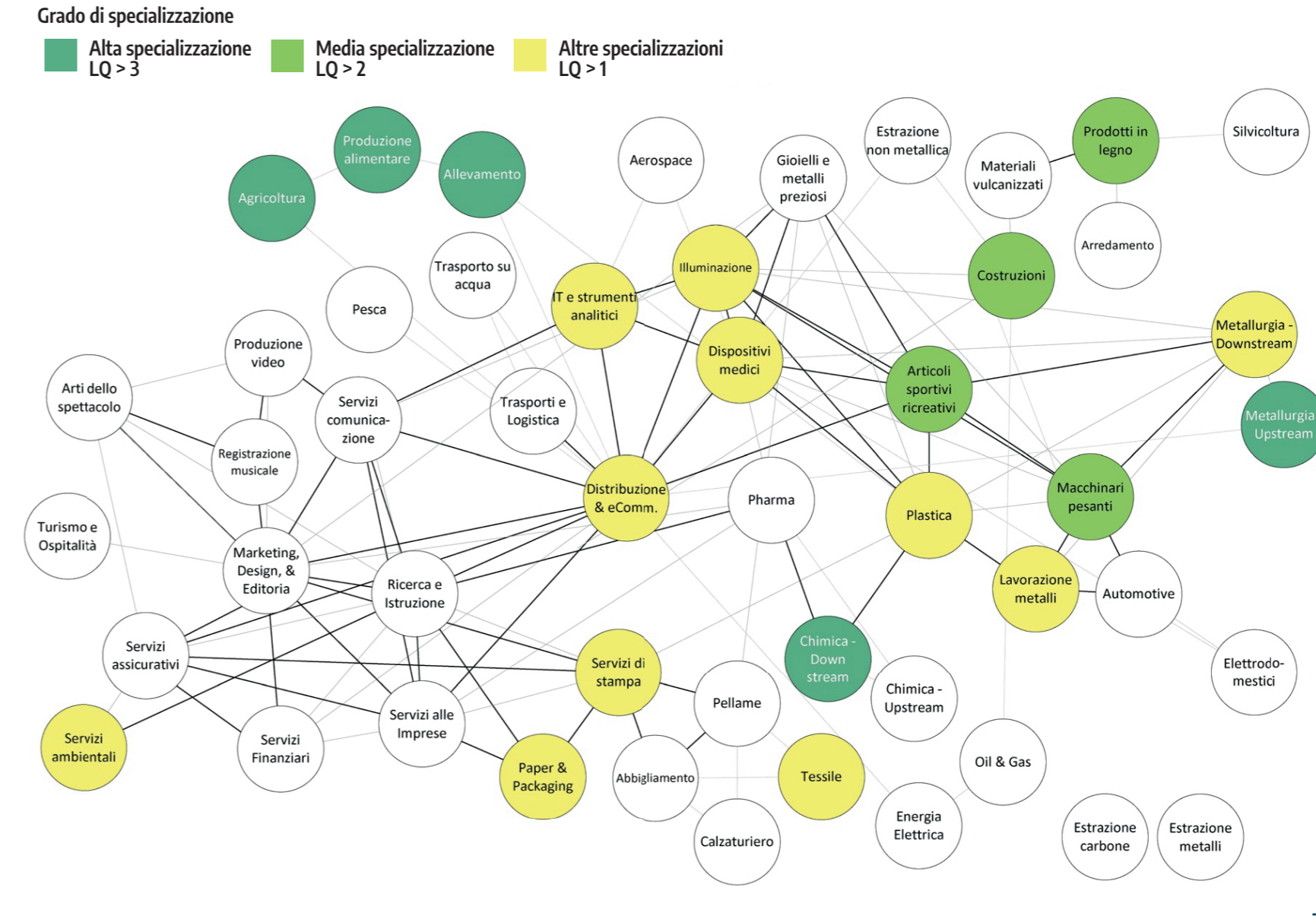
imprenditori. Per rendere il territorio più "appetibile" e connesso verrà proposta "Cremona in rete-Connettiamoci al futuro", che prevede tra l'altro un "focus" sulle infrastrutture digitali da migliorare e la creazione di co-working anche in Comuni piccoli. "Creiamo SU" vuole invece favorire la nascita 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 ad 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. 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 territorio». È stata quindi messa a punto una dettagliata serie di eventi principali: strategie per attrarre e trattenere i giovani ed i loro talenti, all'insegna

LA PERFORMANCE DEI CLUSTER



LA MAPPA DEI CLUSTER



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. Molti analisti concordano nell'identificare proprio nell'emergenza demografica la madre di tutte le minacce per il futuro del territorio. Così, passa inevitabilmente attraverso i giovani l'ipotesi di un rilancio e di una crescita strutturale, ben rappresentata anche dalla partecipazione ai tavoli di lavoro di **Alice Mascerdotti** e **Carlo Alberto Chiavente**, rispettivamente presidente e vicepresidente della Consulta provinciale degli studenti. Invitati sul palco da **Iliaria Massari** al termine del pomeriggio di CremonaFiere, hanno sottolineato soddisfazione per l'occasione offerta loro di portare un contributo in termini di idee e proposte, oltre alla gratitudine per essere stati accolti e ascoltati in un percorso con persone «certamente più competenti». Perché l'effettivo - e non solo formale - coinvolgimento dei giovani nei progetti per un futuro che sarà il loro presente, appare a tutti gli effetti una mossa vincente, oltreché un elementare atto di giustizia e una buona garanzia per tutti.

1

L'OBBIETTIVO: stimolare la ricerca applicata e creare un ponte tra ricerca e imprese per sostenere la manifattura locale

2

L'OBBIETTIVO: dare impulso allo sviluppo stimolando la cultura imprenditoriale e lo spirito di intraprendenza con pianificazione, lavoro di squadra, autonomia finanziaria

3

L'OBBIETTIVO: sviluppare un'offerta formativa omogenea e ben strutturata con opportunità formative di livello e strategie per attrarre i giovani

4

L'OBBIETTIVO: soddisfare i bisogni umani, favorire il benessere e aumentare le opportunità migliorando la conciliazione vita - lavoro con i servizi

5

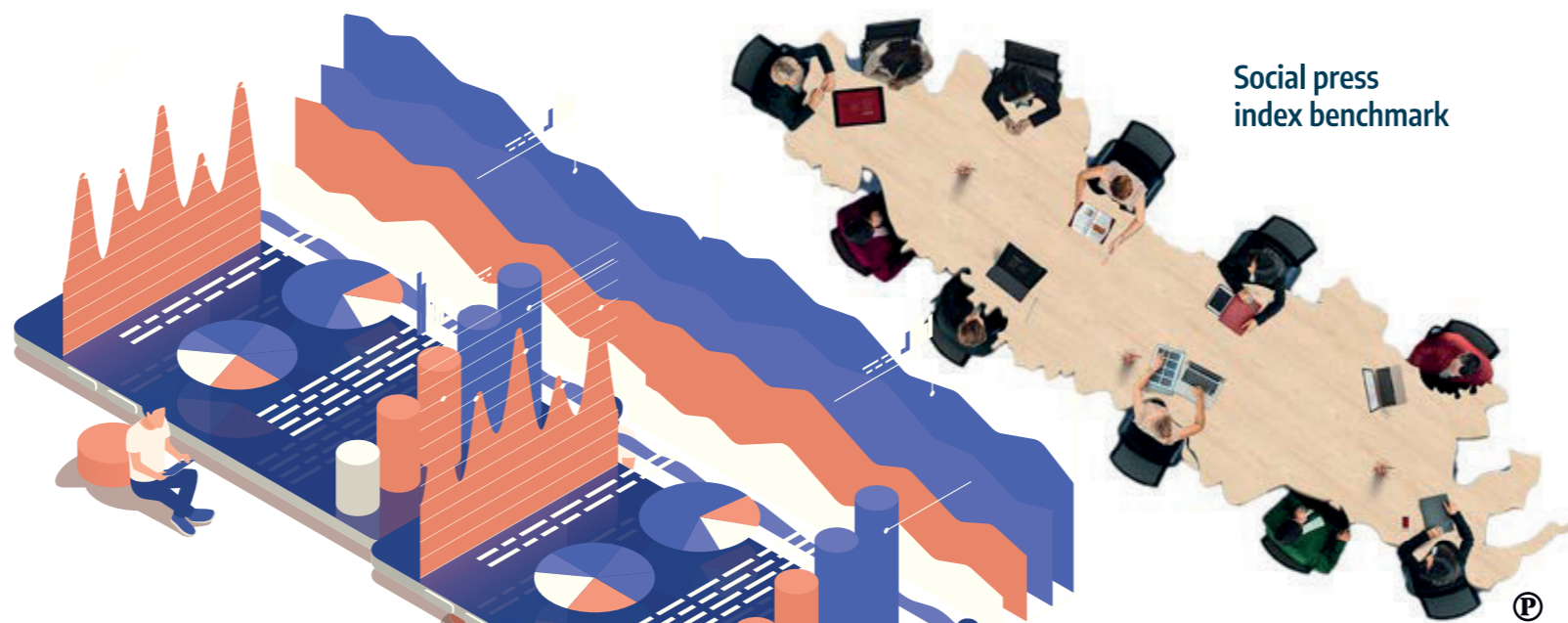
L'OBBIETTIVO: creare un'identità provinciale in grado di posizionare il brand provincia di Cremona con una comunicazione strategica e riconoscibile

ECONOMIA: LE ASSISE GENERALI

LA COMPETITIVITÀ A CREMONA

	Posizione di partenza	Andamento	Posizione attuale
PROSPERITÀ Pil pro capite 2012-2022	38	6	22
RETRIBUZIONI 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 Torfi, 2011-2021	12	22	6

	PROSPERITÀ	ECOSISTEMA	SPI
CREMONA	22	20	47
PARMA	5	10	13
BERGAMO	19	11	33
TREVISO	17	11	37
NOVARA	35	11	39
MONZA	32	32	8
REGGIO E.	9	12	40
VARESE	41	54	23
PORDENONE	27	17	14
LODI	55	30	48



	Monza e della Brianza	Parma	Pordenone	Varese	Bergamo	Treviso	Novara	Reggio nell'Emilia	Cremona	Lodi
Rank Benchmark	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rank Nazionale	8	13	14	22	33	37	39	40	47	48
Punteggio	60.13	58.44	58.30	57.54	56.91	56.61	56.17	56.10	55.29	55.15

BISOGNI UMANI FONDAMENTALI			FONDAMENTI DEL BENESSERE			OPPORTUNITÀ		
Rank Nazionale	Monza e della Brianza	Punteggio	Rank Nazionale	Monza e della Brianza	Punteggio	Rank Nazionale	Parma	Punteggio
1	4	71.59	11	7	53.47	7	Parma	58.39
2	7	69.82	19	14	51.58	14	Pordenone	57.16
3	9	69.74	25	20	51.04	20	Reggio nell'Emilia	56.32
4	12	69.02	26	26	51.04	26	Monza e della Brianza	55.32
5	20	67.99	28	29	50.87	29	Treviso	54.71
6	27	66.69	43	31	48.10	31	Bergamo	54.65
7	37	65.57	49	36	47.82	36	Novara	54.02
8	41	65.35	55	38	46.24	38	Cremona	53.94
9	53	64.25	60	41	44.74	41	Lodi	53.06
10	55	64.17	68	43	42.48	43	Varese	52.57

Imperativo crescita La strategia buona

Meglio sfruttare i punti di forza riconosciuti potenziandoli che compensare le debolezze. Agroalimentare, allevamento, siderurgia, chimica e cosmesi le eccellenze su cui puntare



Fernando Alberti

«La prosperità ha due dimensioni: quella economica e quella sociale. Bisogna partire da ciò che si ha senza illudersi che sia sufficiente amministrare una rendita di posizione. Il cambiamento richiede sempre un'azione corale»



Federica Belfanti

«Il fermento imprenditoriale è determinante. La provincia può contare sulle positività del tessuto già consolidato ma i margini di miglioramento sono ampi, specialmente nel confronto con realtà simili»

di MASSIMO SCHETTINO

CREMONA Bene la produttività: la provincia di Cremona è passata in dieci anni dal nono al terzo posto in Italia per la quota di valore aggiunto per occupato nel periodo 2010-2020. Attualmente è quarta. E virtuoso è il cammino fatto dal territorio per quanto riguarda la prosperità, calcolata come Pil pro capite: attualmente è la sesta provincia in Italia. Non benissimo, anzi proprio male, per quanto riguarda il capitolo retribuzioni, scesa dal 14° posto del 2014 al 18° del 2020 e, soprattutto attualmente 94° fra le 107 province italiane. Scende anche la quota di popolazione al lavoro. Male anche l'innovazione: siamo scesi dal 37° all'86° posto. Il quadro è stato esposto da **Fernando G. Alberti**, head della think-tank Harvardiana Strategique, e da **Federica Belfanti**, docente e ricercatrice, nel corso della prima parte delle Assise generali dell'economia del territorio, che hanno coinvolto circa 150 rappresentanti del mondo economico e amministrativo. Un evento cruciale per il progresso economico

della provincia, organizzato grazie alla forte collaborazione tra Assise, ossia l'unione delle associazioni di categoria del territorio, Camera di Commercio, Associazione temporanea di scopo (Ats) 'Io ci Credo' per l'attuazione del Masterplan 3C, guidata dal capofila provincia di Cremona, e infine CremonaFiere. Regista **Marco Bressanelli**, presidente di Reindustria. Organizzata in cinque tavoli di confronto, l'Assise vera e propria è stata preceduta da una introduzione "metodologica" di Alberti e Belfanti, che hanno anche tracciato il quadro della situazione: «Così usciamo dal dibattito sui numeri per lasciare più spazio alla riflessione strategica». Riflessione che deve avere come obiettivo la pro-

spertà del territorio. «La prosperità – ha spiegato Alberti – ha due dimensioni: quella economica (il Pil) e il progresso sociale. Le due cose possono non andare insieme e penso, ad esempio, all'Arabia Saudita. Lo stato di salute di un territorio è determinato dalla prosperità economica, ma anche dal progresso sociale. Cremona in questo campo è al 47° posto in Italia, con un arretramento di quattro posti». La via per raggiungere la prosperità passa per la competitività, la capacità di un territorio di accrescere la propria prosperità, ovvero lo stato di salute, la qualità della vita. «Non esiste la pallottola d'argento, occorre avanzare su più elementi contemporaneamente. Bisogna anche sottolineare che – ovviamente – tutti i territori sono diversi, ma rispondono alle stesse regole. È necessario partire sempre da ciò di cui si dispone già», non illudendosi comunque che sia sufficiente amministrare una "rendita di posizione". Perché crescere rappresenta un vero e proprio imperativo categorico; e in questa prospettiva «è comunque

più importante puntare ad irrobustire ulteriormente i propri punti di forza che cercare di compensare quelli di debolezza». Va inoltre tenuto a mente che «non si può cambiare tutto, tutto assieme». E che «il cambiamento richiede un'azione corale di tanti stakeholder del territorio». Irrobustire i punti di forza significa puntare con determinazione sulle "punte di diamante" della propria area; messe in risalto da Belfanti e rappresentate in dettaglio nella "mappa dei cluster (le specializzazioni) di Cremona": l'agricoltura, la produzione alimentare, l'allevamento, la siderurgia, la chimica e la cosmesi. Le strategie "buone" e quelle "cattive" per accrescere la competitività di un territorio sono state il cuore dell'introduzione. Alberti ha fatto l'esempio dell'Olanda, al quarto posto nel mondo nella classifica della competitività grazie all'industria dei fiori. Altro esempio è il MIT di Boston: messe insieme, le imprese create da studenti o docenti fanno il decimo Pil del mondo. Bocciate le strategie basate su un fattore specifico, come la "caccia grossa" a un big

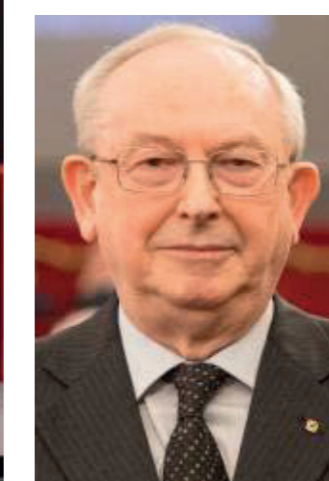
player che si insedi sul territorio o il marketing territoriale fondato sul concetto "costruisci e arriveranno". Per accrescere la competitività occorre lavorare su tre sfere: ciò che si eredita (bisogna identificare gli elementi di unicità del territorio, costruire attività di impresa proprio sulle risorse uniche e specifiche, guardando però al futuro e non al passato); ciò che si fa (attività economiche diverse e realizzate diversamente, ma anche in maggior numero rispetto a quanto accade nei territori meno competitivi); e ciò che si crea: costruendo sulla qualità del contesto imprenditoriale, favorendo il fermento, generando e rinforzando i cluster di specializzazione. «I più bravi costruiscono su

quello che ci viene tramandato e penso ad 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. Alberti ha poi esortato «a non restare legati al passato, magari prigionieri di immagini iconiche». E se la strada giusta è quella di puntare su attività economiche diverse e più numerose rispetto al territorio meno competitivo, «il simbolo sul quale pesare la strategia del futuro non è il più, ma il diverso; fare di più è perdente». Anche perché si troverà sempre qualcuno in grado di produrre di più, magari anche a prezzi inferiori. A proposito di fermento imprenditoriale, è stato definito come «il grado di dinamismo, innovazione e attrattività dell'ecosistema imprenditoriale dal quale dipende la competitività di un territorio. 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

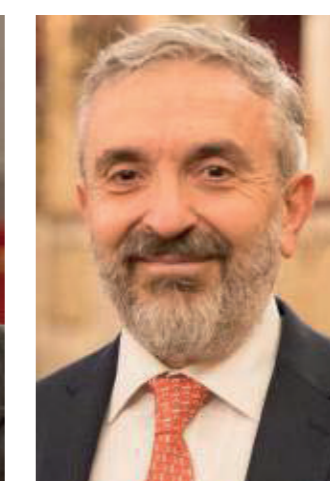


Le banche ci sono Impegno garantito

Il ruolo cruciale degli istituti di credito nelle comunità di riferimento. La mission del welfare, le esigenze delle imprese e delle persone



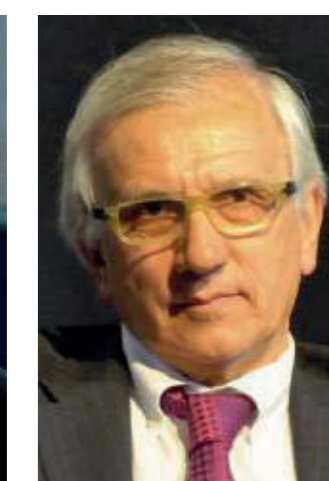
Antonio Davo



Oliviero Sabato



Giorgio Merigo



Francesco Giroletti

«Pronti a mettere a disposizione le nostre risorse finanziarie e professionali»

«È necessario costruire economie sociali all'altezza dei tempi»

«Un confronto stimolante. Ora si ragiona per aree omogenee»

«Siamo anche una cooperativa. Dobbiamo essere attenti ai bisogni del territorio»

CREMONA «La provincia di Cremona ha potenziale da esprimere», ha commentato a margine dei lavori delle Assise generali **Antonio Davo**, presidente del Credito Padano. «Dal confronto si gettano le basi per garantire il futuro dell'economia locale e il benessere delle nostre comunità. Le condizioni per avviare una riflessione collettiva come salvaguardare e sviluppare l'ecosistema imprenditoriale ci sono. Credito Padano è pronto per mettere a disposizione risorse finanziarie e professionali. I risultati positivi conseguiti anche nel 2023 ci consentono di disporre di una solida patrimoniale ulteriormente rafforzata, che oggi più che mai diventa linfa vitale per il rilancio del territorio». «Viviamo in un'epoca caratterizzata da veloci cambiamenti, che mutano non solo gli assetti economici, ma anche quelli sociali», ha aggiunto il direttore generale dell'istituto di credito, **Oliviero Sabato**. Ecco, dunque, «la necessità di lavorare insieme

per costruire economie sociali all'altezza dei tempi, capaci di ricomporre le frammentazioni e le polarizzazioni che si sono venute a creare. Ergere buoni servizi e costruire infrastrutture è importante, ma lo è altrettanto ritrovare il senso di comunità. La nostra banca vuole essere protagonista di questa evoluzione, prendendo parte attivamente alla spinta generativa promossa dal confronto con i vari attori del territorio, come abbiamo iniziato a fare in questa occasione». **Francesco Giroletti**, presidente della Banca Cremasca e Mantovana, ritiene molto positivo il risultato raggiunto nel corso delle Assise generali: «Una giornata molto interessante, con un notevole parterre di partecipanti. Nello specifico ho condiviso anche il metodo di lavoro». Giroletti si è seduto al tavolo quattro, dedicato ai temi economici e sociali. «Noi, come banca di credito cooperativo, abbiamo una doppia mission: essere un buon istituto e nello

stesso tempo una buona cooperativa, il che significa massima attenzione alla persona e ai bisogni del territorio. Nel welfare siamo impegnati da sempre. Alcuni interlocutori, nelle analisi che sono emerse durante i lavori, hanno evidenziato come sia importante che gli istituti di credito sostengano la realizzazione di progetti, sotto diversi profili. Come aiuto alle imprese, ai modelli di sviluppo, alle nuove start up, affiancando il mondo del volontariato, dello sport e della cultura. Temi che fanno parte della vita di una co-

munità e dei singoli cittadini. La nostra attenzione e partecipazione ai prossimi incontri sarà costante». **Giorgio Merigo**, presidente della Bcc Caravaggio e Cremasco: «Ritengo sia stato molto importante vedere riuniti tutti i protagonisti del territorio, dalle istituzioni ai rappresentanti dell'economia, sino a quelli dell'associazionismo. Siamo ben lieti come Bcc Caravaggio e Cremasco di sostenere questa iniziativa. Il confronto è stato stimolante e interessante. Adesso, per passare a concreti piani di azione occorre fare valutazioni su aree omogenee, per mettere a fuoco le specifiche eccellenze e i bisogni che i differenziano i vari territori della nostra provincia. Quello di lunedì è stato un primo passo, che bisogna concretizzare. Dal tavolo numero quattro sono emersi numerosi spunti, che svilupperemo con piani operativi».

4^a

L'attuale posizione della provincia di Cremona in Italia per produttività: era passata in dieci anni dal nono al terzo posto per la quota di valore aggiunto per occupato tra 2010 e 2020

6^a

L'attuale posizione della provincia di Cremona per quanto riguarda la prosperità calcolata come Pil pro capite: così è virtuoso è il cammino compiuto dal territorio

20^a

L'attuale posizione della provincia di Cremona per "fermento imprenditoriale". Ma il risultato è ottenuto soprattutto grazie al tessuto già consolidato e c'è margine di miglioramento

ECONOMIA: LE ASSISE GENERALI



CHI C'ERA A CREMONAFIERE

«Dalle parole ai fatti: è l'ora di grandi sfide»

Il presidente della Provincia Signoroni: «Non è il libro dei sogni»

■ **CREMONA** Il presidente della Provincia di Cremona, **Paolo Mirko Signoroni**, è intervenuto all'Assise dell'asta per lo sviluppo del Masterplan 3C. Al centro delle tematiche, il presidente ha affrontato gli aspetti relativi agli sviluppi territoriali e delle comunità locali.

«Ha preso il via un appuntamento importante per il sistema economico e istituzionale del territorio. E lo dico con grande soddisfazione. È stato un momento diretto di condivisione dello stato dell'arte, delle priorità, delle numerose sfide a cui siamo chiamati e, subito, delle strategie e delle azioni per affrontarle».

Signoroni entra nel merito: «L'associazione temporanea di scopo 'lo ci credo' nasce per questa finalità e in due anni si è passati dalle parole ai fatti, giungendo a risultati concreti nei primi cantieri avviati. Lo sviluppo territoriale è un tema che richiede un'attenzione costante e senza interruzioni ed è per questo che il comitato di gestione dell'Ats, che rappresenta, 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».

La conclusione di Signoroni: «Il territorio ha bisogno delle energie di tutti e del massimo impegno, sia degli attori pubblici che privati - l'appello finale del presidente della Provincia -. In tal senso l'innovazione è l'attrattiva delle imprese sono centrali rispetto al focus da affrontare, partendo proprio dalle peculiarità delle nostre comunità, che sono le vie d'acqua, i poli produttivi e le eccellenze imprenditoriali, partendo dall'agricoltura e dall'agroalimentare. C'è bisogno di condividere sempre più i risultati della ricerca accademica ai settori produttivi, facendo sistema tra pubblico e privato e progettando nuove start up innovative anche con l'utilizzo dell'intelligenza artificiale».

Il nota bene: «Non dobbiamo scrivere un libro dei sogni, ma



Il presidente della Provincia di Cremona **Paolo Mirko Signoroni** durante il suo intervento alle Assise

realizzare quanto abbiamo già tracciato e fatto sino ad oggi, aumentando offerte ed opportunità di lavoro e diventando riferimento come modello strategico territoriale per il mondo economico regionale e nazionale. Questa via l'hanno già intrapresa le tante associazioni di categoria

e le istituzioni di questo territorio; pertanto, nonostante gap infrastrutturali decennali, sono certo riusciremo a guardare e riposizionare la provincia con i suoi tanti piccoli Comuni e le sue grandi imprese e realtà associative -istiche verso livelli più alti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«E adesso concretezza»

Il sindaco di Crema Bergamaschi: «Per noi è decisivo il cluster della cosmesi»

■ **CREMA** Il sindaco di Crema, **Fabio Bergamaschi**, definisce un «momento di grande significato le Assise generali di lunedì». Ritene fondamentale il fatto che «per le politiche di sviluppo del territorio si siano aggregati i soggetti deputati a sviluppare pensiero ed azioni in questa direzione. Certamente un'opportunità per incrociare i bisogni, tenere il polso della situazione e fare in modo che le politiche che si attueranno abbiano uno sguardo profondo e una lunga gittata». Un



Il sindaco di Crema **Fabio Bergamaschi**

lavoro in prospettiva, che Bergamaschi giudica «importante anche per unire la visione esterna, un approccio accademico che ha rappresentato quello che il nostro territorio è e potrà diventare, incrociando queste informazioni con chi vive la quotidianità dell'azione nell'ambito dell'industria, del lavoro e delle professioni». Analizzando la situazione del Cremasco, Bergamaschi prosegue: «È fondamentale che questo tipo di appuntamenti abbia una decorrenza non so-

lo annuale, ma porti ad un'operatività quotidiana, ad azioni concrete, che potranno essere coordinate da Rei Reindustria innovazione, quale agenzia di sviluppo territoriale. Per Crema e il Cremasco questo significa proseguire con convinzione sul tema dell'alta formazione professionalizzante, estendere l'offerta dei corsi Irs, procedere con la riqualificazione anche fisica degli spazi deputati a ospitarli, e da un punto di vista industriale marciare con convinzione verso la rea-

lizzazione 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». Una programmazione che, secondo Bergamaschi, «deve avere un approccio scientifico, di supporto alla realtà industriali che sono già oggi in fermento nei loro rispettivi settori. Credo sia un obiettivo sul quale si possa e si debba lavorare nel prossimo futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL SOSTEGNO DELLA POLITICA



I PROTAGONISTI DELLO SVILUPPO

«I nostri giovani al centro: uniti ci imporremo»

Il sindaco di Cremona Galimberti punta su ricerca e università

■ **CREMONA** Il sindaco di Cremona, **Gianluca Galimberti**, ha partecipato ai lavori di tutti e cinque i tavoli di discussione che hanno animato le Assise Generali dell'Economia Nelle aspettative di Galimberti, l'evento avrebbe dovuto «unire ulteriormente il sistema territoriale», accomunando i temi di interesse strategico del territorio cremonese: infrastrutture e trasporti, ricerca e università, cosmesi, agroalimentare e zootecnica, acciaio, il Polo tecnologico, l'artigianato artistico liutario. E così è stato. Tanto che Galimberti si mostra soddisfatto dei risultati raggiunti dai tavoli di lavoro di lunedì.

«Le Assise dell'Economia - spiega il primo cittadino - sono state un momento di confronto fondamentale. È sempre positivo incontrarsi e dimostrare che esiste un sistema unito che lavora: il Comune in questi anni è sempre stato promotore e sostenitore di sinergie e alleanze di questo genere. In secondo luogo, sono emerse in modo molto forte le richieste di interventi e investimenti di cui l'amministrazione si sta già occupando». Secondo Ga-



Il sindaco di Cremona **Gianluca Galimberti** alle Assise Generali dell'Economia lunedì a Cremona Fiere

limberti, infatti, i temi che stanno più a cuore alle tante istituzioni e categoria professionale coinvolte negli stati generali sono prioritari all'interno dell'agenda di governo dell'amministrazione comunale: «Ricerca, università e formazione sono tematiche centrali, che ci impegnano a trovare un

punto di incontro tra scuola, università e aziende per garantire ai giovani un efficace sistema di orientamento». Rilevanti, non a caso, sono stati i momenti di confronto con i giovani cremonesi, a partire dai rappresentanti della Consulta Studentesca e della Consulta Universitaria da poco istituita: «In questi anni - commenta il sindaco - abbiamo incentivato il protagonismo dei giovani, ad esempio con l'Informagiovani, che ha favorito le interazioni tra i giovani e la realtà del territorio. Bisogna continuare a promuovere la sinergia che si è creata tra scuole, università e imprese organizzando gli Stati Generali dell'Orientamento, sul modello dell'evento di lunedì scorso, per capire come continuare ad attrarre giovani».

Una generale consapevolezza di ciò che serve al territorio comune, dunque, tutti coloro che hanno partecipato alle Assise generali: «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», chiosa Galimberti. La strada è tracciata. E gli obiettivi chiari e condivisi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Faremo la differenza»

Il sindaco di Casalmaggiore Bongiovanni: «Determinante il contributo dei privati»

■ **CASALMAGGIORE** «Le Assise Generali sono state un momento di confronto e ritorno veramente interessante». Il sindaco di Casalmaggiore, **Filippo Bongiovanni**, traccia un bilancio nettamente positivo dei lavori. «La think-tank di Harvard Strategique - sottolinea il primo cittadino - ha fornito dati e informazioni preziose, utilizzando per i cinque tavoli di lavoro un metodo induttivo che ci ha consentito di elaborare già sul momento strategie inte-

ressanti. L'integrazione di competenze può fare la differenza in ogni territorio. Mi ha colpito molto il consiglio di rafforzare i punti forti anziché compensare le debolezze per avere un territorio maggiormente competitivo e che si differenzi rispetto agli altri confinanti con l'obiettivo della prosperità futura».

Il sindaco illustra poi la sua esperienza diretta: «Personalmente, ero nel tavolo dedicato al turismo e al posizionamento del brand Pro-

vincia di Cremona, un tavolo che ha lavorato parecchio negli ultimi mesi ed è arrivato anche con i compiti già svolti. Abbiamo infatti come Comune sottoscritto con Camera di Commercio, Provincia e i Comuni di Cremona, Crema e Soncino una lettera d'intenti per lo sviluppo turistico del territorio cremonese che ha come scopo primario la costituzione della Destination Management Organization che possa realmente dare una svolta all'accoglienza turistica e alla



Il sindaco di Casalmaggiore **Filippo Bongiovanni**

riconoscibilità del nostro territorio per chi vorrà visitarlo, cercando di mettere a regime e far fronte comune sui finanziamenti pubblici e gli investimenti privati», conclude Bongiovanni. L'accento posto sulla valorizzazione delle peculiarità locali, anziché sul tentativo di mitigare le debolezze, «indica pertanto una strategia promettente» per il rafforzamento dell'identità e dell'attrattiva delle aree coinvolte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA