

Data: 28.11.2020 Pag.: 1,5
Size: 851 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:



Rapporto Rota I commenti all'analisi Città non attrattiva, ma pronta a reagire

Era «Recuperare la rotta» nel 2017. «Uscire dal labirinto» nel 2018. «Futuro rinviato» nel 2019. Quest'anno invece il Rapporto Rota — che verrà presentato oggi alle 10 dal Centro [Einaudi](#) — ha optato per un più secco e imperativo

«Ripartire». Come a dire che il «tempo del temporaggia-mento» è finito. E la fotografia di Torino, declinata sul tema dell'attrattività, è a tinte fosche. Abitiamo in un città anziana oltre la media, che

non calamita giovani, e se lo fa è solo per formarli molto bene e vederli partire poi per Milano o l'estero. Il turismo c'è, ma è sanitario, scolastico o incentrato sui musei. Come «ripartire», dunque? Lo abbiamo chiesto a quattro espo-

nenti dell'establishment cittadino.

a pag. 5 **Coccoresse, Rinaldi**

Rapporto Rota, reagiamo assieme

Era «Recuperare la rotta» nel 2017. «Uscire dal labirinto» nel 2018. «Futuro rinviato» nel 2019. Quest'anno invece il Rapporto Rota — che verrà presentato oggi alle 10 dal Centro [Einaudi](#) — ha optato per un più secco e imperativo «Ripartire». Come a dire che il «tempo del temporaggia-

mento» è finito. E la fotografia di Torino, declinata sul tema dell'attrattività, è a tinte fosche. Abitiamo in un città anziana oltre la media, che non calamita giovani, e se lo fa è solo per formarli molto bene e vederli partire poi per Milano o l'estero. Quando farebbero bene alla nostra mani-

fattura. Il turismo c'è, ma è sanitario, scolastico o incentrato sui musei e se ha delle fiammate è (era) grazie alle cannonate di Ronaldo in Champions. Come «ripartire», dunque? Lo abbiamo chiesto a quattro esponenti dell'establishment cittadino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Data: 28.11.2020 Pag.: 1,5
 Size: 851 cm2 AVE: € .00
 Tiratura:
 Diffusione:
 Lettori:



Giovanni Semi

«Con moda e musica si attirano i giovani»

Torino è afflitta da una pesante crisi demografica. Tra le città del Nord è quella con la più bassa attrattività di giovani ed è uno dei capoluoghi con la più alta età media dei residenti (47,1 anni). «È stritolata da due fenomeni storici», spiega Giovanni Semi, semiologo all'Università di Torino. Nella «Terza città del Sud», come si diceva negli anni Sessanta, non è «risolta» l'integrazione dei migranti meridionali. «Non è passata per l'istruzione, ma da esperienze di lavoro autonomo nelle piccole imprese meccaniche, dove erano occupati i padri e i



figli». L'effetto è stato disastroso. Due generazioni sono rimaste prive di un capitale umano da investire. Puntando su un'economia laterale spazzata via dalla crisi di quell'industria dell'auto a cui era collegata. «Oggi la terza generazione, una parte dei nipoti di quei primi operai, si è iscritta alle università. Ma un terzo emigra nella più sviluppata Milano». Per attirare i giovani serve sviluppare il terziario avanzato. «È necessario creare lavoro. Magari investendo in settori come la moda o la comunicazione — spiega Semi —. Sono i più richiesti dai giovani».

Paolo Coccorese
 © RIPRODUZIONE RISERVATA

Stefano Geuna

«Tratteniamo i laureati valorizzando i loro studi»

Il Rettore dell'Università Stefano Geuna è soddisfatto: «Gli atenei continuano ad essere attrattivi e tengono il passo dell'evoluzione della società». Non hanno subito ripercussioni sul numero degli iscritti per via della pandemia Covid. Ma rimane d'attualità il problema di come trattenere i laureati: un terzo va via dopo la proclamazione. «Il territorio deve creare occasioni. Deve offrire delle condizioni per valorizzare la conoscenza acquisita, farla maturare in forma di competenza e infine tradurla in abilità e cultura imprenditoriale. I talenti, dopo aver viaggiato e fatto esperienze anche all'estero, devono poter scegliere di costruire il futuro in città». Per Geuna la sfida è collettiva. «Le università, le istituzioni e il mondo imprenditoriale devono potenziare la loro capacità di far rete, perché serve un raccordo». È necessario un obiettivo comune e un soggetto catalizzatore. «Una visione politica sulla città», spiega Geuna che, per esempio, parla di luoghi di contaminazioni dei saperi. Sia per favorire la contaminazione tra le persone, sia a livello istituzionale.



P. Coc
 © RIPRODUZIONE RISERVATA

Maurizio Vitale

«Una piattaforma di dati per anticipare il turista»

Il turismo a Torino zoppica e gode di una narrazione scollegata dalla realtà, dice il Rapporto Rota. «Ma è anche vero che negli ultimi nove anni i segnali di vivacità non sono mancati — ricorda Maurizio «Juni» Vitale, presidente di Turismo Torino —. E quest'anno è passato un «influencer che ci ha fatto male, il Covid-19».



Fatte queste due premesse, i motivi per un rilancio ci sono. E Vitale scomoda addirittura Bill Gates: «Bisogna uniformare la visione, integrare il turismo torinese a quello che il tessuto nervoso digitale del turismo mondiale». Ergo serve una piattaforma in grado di orientare il visitatore, sostiene il vulcanico organizzatore di festival come Movement e Kappa Futur: «Oggi ci sono osservatori inefficaci, che raccolgono dati di due anni fa e in base a quelli fanno proiezioni errate: le tecnologie abbondano, i trend vanno anticipati, raccogliendo dati possiamo anticipare le aspettative del turista e orientarlo verso un'offerta che, ricordiamolo, rimane ricca dal punto di vista culturale e commerciale e possiamo rendere customizzata e sostenibile».

Andrea Rinaldi
 © RIPRODUZIONE RISERVATA

Dario Gallina

«Manifattura al centro con idrogeno e startup»

Alleanze con la Motor Valley emiliana, come sostiene Giorgio Marsiaj. Ricambio della classe dirigente. «È spingere su nuove frontiere della mobilità quali l'idrogeno, dove la partita è ancora tutta da giocare». Ecco la benzina che può rimettere il turbo all'economia sabauda, in cui, secondo il rapporto Rota, crescono solo le società di servizi e le startup soffrono di nanismo. «La manifattura è nel nostro dna — afferma il numero uno della Camera di Commercio —, se aumentano solo i servizi ci sbilanceremo e non riusciremo a convertire le fabbriche». E ricordiamoci di Stellantis: può essere una grande occasione, ma dobbiamo saperla cogliere. Quanto all'ecosistema innovativo, la penuria di cultura imprenditoriale è palpabile: «Sono le grandi imprese che attirano le startup, ma ci deve essere anche un humus che le sostenga burocraticamente e finanziariamente, parlo cioè di equity. E le filiere tradizionali — continua — hanno smesso di crescere, le grandi sfide, a partire dall'auto, devono essere affrontate con il digitale e attirando competenze».



A. Rin.
 © RIPRODUZIONE RISERVATA

Data: 28.11.2020 Pag.: 1,5
Size: 851 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:



Metropoli Il simbolo di Torino, la Mole Antonelliana, illuminata con il tricolore contro l'emergenza Covid-19

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile