

# Qualità e occhi all'estero così i "big" torinesi dicono addio alla crisi

Non solo Mirafiori: il futuro è l'intreccio tra industria, università e turismo  
Falcidiate le piccole imprese limitate al mercato interno, restano i grandi

**PAOLO GRISERI**

**L'**AVVIO dei corsi di formazione nello stabilimento di Mirafiori per gli addetti del nuovo suv Maserati, il Levante, è l'occasione per una fotografia della Torino che sta uscendo dalla crisi. Chi è uscito vittorioso e chi ha perso negli anni più duri del ciclo economico? Chi sono i sommersi e chi invece ne ha approfittato per irrobustirsi? E, soprattutto, di che cosa vivrà la nuova Torino che potrebbe cominciare a prendere forma in questa fine 2015?

Gli indicatori economici e gli osservatori concordano: a Torino ha vinto chi è riuscito a vendere all'estero mentre è sparito chi non aveva le dimensioni per investire o era troppo dipendente dal mercato interno. Quanto allo sviluppo futuro, tre sono le direttrici su cui investire: l'industria, l'università e il turismo. Con un forte intreccio tra di loro.

I dati. Quelli del Centro Einaudi dicono che la crisi ha ridotto il numero delle imprese individuali, quasi sempre "speranze d'impresa" più che aziende vere e proprie: nel decennio 2004-2014 sono scese dal 53,2 al 48,6 per cento del totale mentre le società di capitale sono passate dal 14,2 al 20,5. Il nanismo economico ha subito un duro colpo. Chi è sopravvissuto ha ormai le dimensioni per competere ben fuori dalla cinta daziaria torinese. Il Rapporto Rota segnala che nel periodo 2008-2014 le imprese cittadine hanno modificato la

destinazione finale delle loro esportazioni: quelle negli Stati Uniti che erano al nono posto nel 2008 sono balzate al terzo alla fine dello scorso anno. Torino è l'area metropolitana italiana con la maggior quota di esportazioni dirette in Cina e in Brasile.

«Certamente - osserva Giuseppina Desantis, responsabile dell'industria nella giunta Chiamparino - le esportazioni all'estero hanno rappresentato la salvezza per molte imprese nella crisi. Questo ha selezionato chi è in grado di realizzare prodotti di qualità e ha finito per rendere appetibile il distretto produttivo torinese anche per investitori esteri». Non c'è la corsa a investire in città ma ci sono interessamenti da parte di aziende della filiera automotive per sviluppare progetti di avanguardia. Un po' quello che da tempo fa al Politecnico la General Motors, ormai una delle realtà produttive della città. L'unione tra cultura automobilistica e ricerca universitaria è uno dei possibili poli di sviluppo di Torino: «Nella città postindustriale - dice Valentino Castellani - potrebbe esserci proprio l'intreccio tra manifattura e conoscenza». Più Tesla che utilitarie dunque, come conferma anche la scelta di Fca di puntare sui modelli premium. Dopo due anni di incontri in prepara-

zione del progetto per «Torino strategica» l'ex sindaco conferma che «ormai nei gruppi dirigenti torinesi è rotto il cordone ombelicale con il Lingotto. Nel

senso che tutti considerano quella di Fca e quella di Torino due strade parallele, meglio se destinate a intrecciarsi ma relativamente autonome tra loro. Per come è strutturato il distretto automotive e per la sua capacità di lavorare anche per produttori esteri, ci sono le condizioni per insediare a Torino anche un secondo costruttore».

Nell'attesa, la città dell'auto fordista si è oramai trasformata in un distretto dell'auto intelligente e di lusso. Per spingere maggiormente l'integrazione tra università e manifattura sarebbe utile rendere più internazionale Torino: «Per esempio facendo in modo che i torinesi imparino l'inglese», dice in una battuta Castellani.

L'importanza di accogliere bene chi arriva dall'estero non è solo legata al futuro industriale ma anche a quello di un altro importante asset come il turismo e la cultura. Le recenti riduzioni d'orario di visita al Polo Reale e al Museo Egizio non sono un buon segnale ma la stessa polemica che ne è seguita dimostra quanto tenga la città a quella che è ormai una voce importante del suo Pil. Torino è la città italiana che ha incrementato maggiormente i turisti, aumentati del 137 per cento nel periodo 1999-2013. Un risultato dovuto agli ingenti investimenti degli ultimi decenni. La sola Reggio di Venaria ha aumentato i visitatori dell'800 per cento.

Anche questi dati servono ad

attirare nuovi insediamenti dall'estero. E a trasformare un'area che scommette ancora sulla manifattura facendo incontrare industria e università, in un po-

sto dove un manager possa aver voglia di vivere. «I dati dicono che una ripresa è possibile», sintetizza prudente Desantis: «Scopriremo solo all'inizio del prossimo anno quali filiere si sono raf-

forzare e quali hanno irrimediabilmente perso mordente. Ma da questa fase durissima, anche a Torino, c'è chi ha saputo uscire a testa alta».

Torino è la città italiana dove i visitatori per svago e cultura sono cresciuti di più: 137% tra 1999 e 2013

La metropoli fordista diventa un distretto della motorizzazione "intelligente" e di lusso

## IPUNTI

### IMPRESE INDIVIDUALI

Nel Torinese le imprese individuali, spesso "speranze di impresa" più che aziende vere e proprie, nel decennio 2004-2014 sono scese dal 53,2

al 48,6% del totale

### SOCIETÀ DI CAPITALE

Nel medesimo periodo di dieci anni le società di capitale in Piemonte

sono cresciute dal 14,2 al 20,5 per cento del totale

### IL PRIMATO

Torino è l'area metropolitana italiana con la

maggior quota di esportazioni verso Cina e Brasile. E dal 2008 al 2014 l'export in Usa è passato dal nono al terzo posto

