

COMPETITIVITÀ

Milano compete con l'Europa

Luca Orlando ▶ pagina 11



Competitività. Al via l'Osservatorio Assolombarda-Comune per confrontare la metropoli con Barcellona, Lione, Monaco e Stoccarda

Milano si misura con l'Europa

Rocca: «Potenziale altissimo, ora scelte coraggiose» - Sala: «Competitivi e solidali»

LOMBARDIA



Luca Orlando

MILANO

■ Alto per reputazione, offerta culturale, moda e design; ancora indietro nella manifattura 4.0. Davanti a tutti nella qualità dell'offerta universitaria e nella diffusione della banda larga; in coda al gruppo per spesa in ricerca e sviluppo e occupazione giovanile. Ci sono conferme e sorprese all'interno della prima edizione dell'Osservatorio Milano.

Ma per una volta non si tratta di giudizi stereotipati o valutazioni meramente qualitative, piuttosto del risultato misurabile e verificabile nel tempo di un nuovo metodo di lavoro, che punta a confrontare su un ampio set di indicatori certi e misurabili la performance del capoluogo lombardo con i principali "competitor" europei, cioè i centri urbani delle altre quattro regioni a maggiore vocazione economico-produttiva. Per verificare la posizione di Milano rispetto a Barcellona, Lione, Monaco e Stoccarda si è concretizzata una partnership ad ampio spettro tra settore pubblico e privato, un progetto realizzato da Assolombarda-Confindustria Milano

Monza e Brianza su incarico del Comune di Milano, che ha visto la partecipazione attiva di centri studi, imprese, istituzioni, università.

«Un esempio di lavoro comune - spiega il presidente di Assolombarda Gianfelice Rocca che ha fortemente voluto il progetto - che stiamo dando al Paese: qui c'è una Milano che ha deciso di lavorare insieme». La griglia di analisi è sofisticata, con i 214 indicatori presi in esame che producono informazioni relative a reputazione e attrattività e che si ricompongono anche in obiettivi trasversali abilitanti, fondamentali per qualsiasi città che abbia ambizioni internazionali (città smart, capitale umano, innovazione). Un altro set di dati serve poi a misurare la metropoli nelle vocazioni "proprie", cioè i percorsi di sviluppo che riguardano le filiere di specializzazione identificate: scienze della vita, agroalimentare, manifattura 4.0, arte-cultura-design, finanza. Il quadro che emerge è mediamente positivo (dei 70 sottoindicatori presi in esame ve ne sono 36 oltre la media e 4 allineati a questa), con il primo posto assoluto in termini reputazionali, mentre dall'altro lato dell'attrattività visono più aspetti migliorabili, a partire dal turismo e dalla congressistica internazionale.

Tra i punti di forza è evidente spicca

per Milano la qualità del sistema formativo secondario e terziario, così come il primato assoluto in arte, cultura e design. Aree di eccellenza che si confrontano però con risultati meno brillanti in capacità innovative, rapporto tra giovani e lavoro, qualità della pubblica amministrazione. Gap, primati e strada percorsa che d'ora in poi grazie all'aggiornamento dell'Osservatorio potranno essere misurati in modo inequivoco.

«Si tratta di conoscenza "azionabile" - spiega Rocca, che ha posto in particolare definizione e misurabilità degli obiettivi come metodo di lavoro al centro della propria presidenza associativa - dunque in



Peso: 1-3%, 11-20%

grado di determinare azioni: uno strumento di riflessione fantastico per capire dove siamo. La sintesi è che Milano oggi è ben posizionata nel confronto europeo e dispone di un potenziale altissimo, che deve però scaricare a terra facendo scelte coraggiose, selezionando le proprie traiettorie di sviluppo e perseguendole in modo maniacale con obiettivi di medio-lungo termine. Non possiamo rifugiarcì nel passato, abbiamo bisogno di una leadership che ci collochi nel futuro».

Scienze della vita e digitalizzazione dell'industria sono per Rocca due strade da percorrere in via prioritaria, in modo da premettere

a Milano di raggiungere posizioni di eccellenza nella fascia alta di valore aggiunto, quella in grado anche di "richiamare" dall'estero produzioni delocalizzate ma ora tornate competitive anche nei paesi ad alto costo del lavoro proprio grazie alle nuove tecnologie 4.0. Strade percorribili tuttavia solo in presenza di una visione complessiva, in cui è la politica a dover svolgere un ruolo chiave.

«Milano, e lo dico senza arroganza - spiega il sindaco della città metropolitana Giuseppe Sala - non deve confrontarsi con altre realtà italiane ma guardare piuttosto alle grandi città europee: oggi dispo-

niamo di uno strumento per farlo». Una città che deve essere competitiva - aggiunge - ma anche solidale, «perché solo tranquillità sociale ed inclusione garantiscono la crescita». In un percorso che abbia una visione di medio termine - chiarisce - ma che sia in grado di dare anche segnali immediati, con una priorità da assegnare ai giovani, investendo sulla casa e sull'housing universitario, puntando a creare un'agenzia ad-hoc. «Oggi le attese dei milanesi sono alte - conclude - e c'è grande voglia di fare: non dobbiamo frustrare la volontà e il coraggio dei nostri cittadini».

IRISULTATI

In testa per reputazione, moda-design e formazione
Migliorabili attrattività, capacità innovative e lavoro giovanile

LA STRUTTURA

214

Indicatori

L'Osservatorio misura attrattività, reputazione e competitività di Milano nel confronto europeo, rispetto a Lione, Barcellona, Monaco e Stoccarda.

8

Obiettivi trasversali

Sono fattori abilitanti (diamiche sociali ed equità, capitale umano, città smart...) che una città con vocazione internazionale deve avere

5

Vocazioni

Grado di "successo" nelle specializzazioni proprie della metropoli: scienze della vita, agroalimentare, manifattura 4.0, arte-cultura-design, finanza



Peso: 1-3%, 11-20%