

COME CAMBIANO LE IMPRESE

In futuro meno Stato e più città

Il baricentro dell'economia si sposta a est e nelle nuove metropoli

di **Leonardo Totaro**

Nel 2025 il baricentro economico del pianeta si sarà spostato verso est; secondo una ricerca del McKinsey Global Institute appena pubblicata, tra le prime 25 città del mondo ne troveremo 12 nei paesi emergenti (rispetto alle 4 attuali). Shanghai occuperà la terza posizione in termini di Pil (rispetto alla 25a attuale) e come percentuale di famiglie con un reddito annuo superiore ai 20.000 dollari (oggi non si colloca nemmeno tra le prime 25). New York, Tokyo, Londra e Parigi conserveranno una posizione tra le prime 10, ma Philadelphia, Boston, San Francisco, Toronto, Sidney, Madrid e Milano saranno scomparse dalla top list. Le mega-cities saranno passate da 25 a 60 e in queste città si concentrerà un quarto della ricchezza mondiale; una città oggi sconosciuta ai più come Tianjin produrrà un Pil pari a quello della Svezia. L'urbanizzazione e l'industrializzazione faranno emergere dalla povertà un miliardo di persone e creeranno una classe di consumatori sempre più globale. Ma le geografie emergenti non rappresenteranno solo nuovi mercati di consumo. Sarà in queste aree che nasceranno migliaia di nuove aziende. Oggi tre quarti delle 8.000 aziende con oltre un miliardo di dollari di fatturato sono basate nei paesi sviluppati; nel 2025 saranno quasi raddoppiate (15.000) e la metà avrà sede nei paesi emergenti.

In queste dinamiche il ruolo delle città è destinato a essere cruciale. Oggi 20 città ospitano un terzo delle mega-corporations, domani più di 330 agglomerati urbani ospiteranno per la prima volta una grande azienda; la competizione tra città per attrarre queste imprese (o farne crescere di nuove) sarà intensa. Nel mappamondo del 2025 l'Italia e le sue città sembrano destinate - in assenza di una politica economica fortemen-

te innovativa - a una marginalità economica ancor più spinta di quella attuale. La nostra evoluzione demografica è pen-

nalizzante: la demografia è un driver fondamentale per la crescita economica e il nostro è un paese che invecchia e non innesta forze nuove. La deindustrializzazione italiana non è cronaca di questi giorni, ma un trend che dura da oltre vent'anni ed è destinato a proseguire in mancanza di interventi incisivi. Si aggiunga poi la cronica difficoltà nell'attrarre investimenti a causa dei problemi strutturali (mancanza di **infrastrutture** adeguate, burocrazia, lentezza della giustizia amministrativa, incertezza regolamentare), la cui auspicata risoluzione con iniziative meritorie alla Destinazione Italia produrrà risultati in tempi medio-lunghi.

Un destino di declino inevitabile? Non necessariamente, se sapremo coniugare le opportunità dell'urbanizzazione globale con le specificità e i punti di forza italiani. Tre considerazioni:

1. L'Italia non ha megalopoli, ma la ricerca McKinsey segnala che 400 città di «medie dimensioni» produrranno nel mondo, da qui al 2025, un Pil aggiuntivo pari a quello degli Stati Uniti. E un certo numero di città italiane appartengono di diritto a questo gruppo; le periferie di alcune di esse manifestano già oggi - nonostante il periodo di crisi - un notevole fermento del mercato immobiliare, stimolato dalle esigenze abitative delle comunità di immigrati. Il trend non sarà di breve durata.

2. Abbiamo un territorio ricco di imprenditorialità, di medie aziende dinamiche e competitive anche sui mercati internazionali, con un ampio indotto locale. In provincia è facile trovare imprenditori che hanno innovato in modo completamente virtuale la gestione degli ordini, del magazzino e della contabilità, rendendo in prospettiva pressoché ininfluente la localizzazione geografica della produzione. Gli oltre 100 distretti industriali sono unical mondo, non re-

plicabili, e studiati da nazioni avanzate ed emergenti come modello.

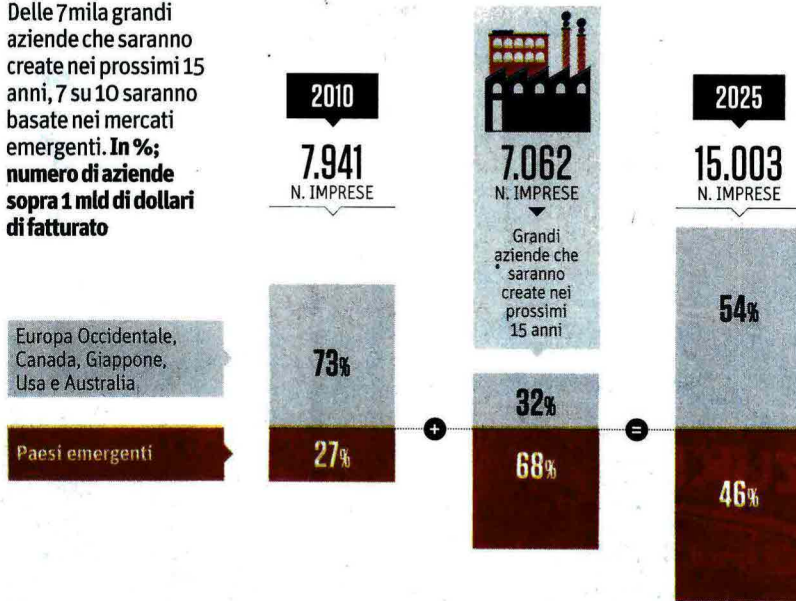
3. L'Italia possiede asset naturalistici, architettonici, culturali e della tradizione eno-gastronomica che sono unici e possono essere ulteriormente valorizzati. Anche in questo ambito le iniziative individuali hanno anticipato di gran lunga le politiche di sistema; si pensi, solo a titolo di esempio, a quanti ex professionisti si sono convertiti al ruolo di «gestori dell'accoglienza», avviando bed & breakfast e riuscendo a farsi scoprire sul web dai tanti turisti stranieri desiderosi di venire in Italia.

Occorrerà individuare tre-quattro città (e un numero limitato di distretti) a cui applicare il concetto di «città metropolitana» o di agglomerato economico paragonabile a quello di una città di grandi dimensioni. Per queste aree andrà sviluppato un piano strategico e di investimento su un orizzonte di almeno dieci anni, che preveda **infrastrutture** adeguate, facilità di accesso, incentivi alla localizzazione, impiego diffuso della tecnologia, criteri gestionali ispirati ai principi delle «smart cities» e condizioni vantaggiose per gli investimenti. In secondo luogo, le istituzioni centrali e locali dovranno sviluppare politiche mirate di sostegno della «provincia» italiana, favorendo la partecipazione dei privati nell'innovazione dei modelli produttivi a rete e valorizzando maggiormente il patrimonio storico, culturale e ambientale del Paese. Infine, le aziende italiane sane e presenti da tempo sui mercati internazionali dovranno valutare quali città (più che quali paesi) potranno rappresentare in futuro il miglior potenziale per il loro business all'estero. Questo potenziale andrà valutato in una doppia prospettiva: guardando ai milioni di consumatori con potere di spesa in crescita nei prossimi anni, ma anche alle aziende che in quelle città avranno sede; e che potranno vestire, un domani, i panni di clienti, fornitori o concorrenti.

L'autore è managing partner McKinsey & Company Mediterraneo

La nuova geografia economica

Delle 7mila grandi aziende che saranno create nei prossimi 15 anni, 7 su 10 saranno basate nei mercati emergenti. In %; numero di aziende sopra 1 mld di dollari di fatturato



Fonte: MGI CompanyScope; McKinsey Global Institute

