

Il futuro

## La creatività delle città per creare sviluppo

Di Paolo Rizzi

(questo articolo è comparso sulla Libertà il 2 febbraio 2008)

-----

Imprenditoriale. Anche la gestione della città può diventare un processo di innovazione di prodotto che richiede spirito creativo ed imprenditoriale. Vi cito il caso di Massimo, **sindaco di Salsomaggiore**, con cui la nostra Università ha avuto rapporti già quando era primo cittadino a Fidenza qualche anno fa'. Già allora si era rivelato particolarmente creativo.

Oltre ad aver lanciato l'insediamento dell' **outlet Fidenza Village**, con tanti nuovi posti di lavoro, l'iniziativa più nuova e interessante che aveva attivato era la promozione della Via Francigena, che trova proprio nel meraviglioso Duomo romanico di Fidenza uno dei punti nevralgici del suo itinerario da Canterbury a Roma.

A capo dell'associazione **Via Francigena**, dopo anni di lavoro, è riuscito a far conoscere in Europa questo itinerario degli antichi pellegrini medioevali, ridargli dignità culturale e turistica, pur non raggiungendo le dimensioni dei flussi del Cammino di Santiago.

Proprio cercando di imitare il successo dell'itinerario spagnolo, con convegni, iniziative europee, finanziamenti pubblici e privati, promozioni via web, ha fatto riscoprire a tanti un tragitto spirituale e turistico che inizia oggi a dare i primi risultati anche in termini economici. Soprattutto valorizzando cittadine, borghi e sentieri altrimenti lasciati alla memoria dei vecchi o dei montanari.

Ma la fantasia creativa di Massimo non si è fermata alla Via Francigena. Attuale sindaco di Salsomaggiore, ha dovuto fronteggiare l'incipiente crisi del turismo termale nel centro appenninico. Con 118 alberghi e oltre 8500 posti letto, Salso rappresenta un polo attrattore molto forte, con numeri di arrivi turistici quasi tripli a quelli di tutta la provincia di Piacenza messa assieme.

Ebbene, al di là dell'evento Miss Italia che da lustro internazionale al borgo e permette a Massimo di gustarsi in prima persona le sfilate delle più belle ragazze italiane, Salsomaggiore soffre di un lento declino di immagine (troppo focalizzata sul turismo anziano), servizi e infrastrutture (dotazione debole in una cittadina di 18 mila abitanti) e qualità della ricettività (alberghi non tutti opportunamente riqualificati). Cosa hanno pensato allora gli amministratori del borgo? Di insediare a Salso un **World Trade Center**.

Sì, proprio il noto centro della Torre Gemelle, tristemente famoso per la sciagurata tragedia dell'11 settembre. Nel mondo esistono oggi oltre 300 World Trade Centers, di cui una decina in Italia (Brescia, San Marino, Pescara, Trieste i più significativi) e costituiscono attrattori formidabili di commercio, persone, turismo, convegni, scambi. L'associazione internazionale, che li collega e detiene il marchio dei WTC, rappresenta una rete attivissima che promuove il commercio globale e l'interscambio culturale, mettendo in contatto operatori economici, uomini d'affari e studenti di tutto il mondo, da New York a Osaka, da Seul a Miami, da Budapest a Dubai.

Cosa potrebbe significare per una piccola cittadina avere un centro di questa natura? Innanzitutto un'operazione immobiliare, per uffici, centro congressi,

spazi collettivi, con una nuova costruzione progettata da un architetto di fama mondiale, al momento si pensa a Norman Foster, famoso progettista tra gli altri edifici della nuova City Hall e del Millennium Bridge di Londra. Ma un World Trade Centre è soprattutto finalizzato a richiamare e attrarre imprese estere e turisti, da associare ai già importanti flussi termali. Soprattutto sarebbe uno sforzo enorme di internazionalizzare la città, la provincia, le nostre imprese e i nostri prodotti locali, sia manifatturieri che agroalimentari.

Insomma, vedendo il successo della formula nel mondo, viene da dire che l'idea possa avere chance di riuscita davvero promettenti. Si potrebbe obiettare che l'iniziativa sia la classica speculazione commerciale, la faccia evidente del capitalismo più sfrenato, che non a caso ha attirato la violenza suicida dei terroristi islamici anti-occidente.

Non si può negare che il segreto del successo di queste operazioni sia legato alle opportunità di business che ne nascono, ma l'attenzione di Massimo anche agli aspetti culturali della valorizzazione territoriale (vedi Via Francigena) ci permette di dire che le finalità del sindaco possono veramente essere dirette ad aiutare lo sviluppo della propria città.

Quindi un outlet e un World Trade Center possono anche coesistere con un itinerario culturale, anche se ovviamente sarà difficile che i pellegrini a piedi vadano a comprare vestiti di Armani e Valentino per salire verso la Cisa tra boschi e pievi medioevali. Come a dire, che il sacro e il profano possono convivere per l'evoluzione dei luoghi, che il commercio e la spiritualità possono essere due canali diversi, ma non necessariamente configgenti, per promuovere il benessere dei cittadini.

*Paolo Rizzi*