

Cosa manca alla città internazionale

ELENA LISA

Se il punto è l'«internazionalizzazione», un termine complicato che definisce il talento e gli sforzi di una città nell'attrarre interessi dall'estero, allora Torino è in mezzo al guado.

Da una parte le ricchezze culturali ed imprenditoriali da esportazione. Dall'altra le strategie, meglio se di rete, per proporsi al mondo. Ecco, qui sembrano mancare nonostante i tanti documenti programmatici investano le istituzioni: dall'Università al Politecnico, dalla Regione, al Co-



mune ad Unioncamere. Torino eccelle in possibilità e volontà ma arranca in concretezza.

Il prossimo 21 marzo verrà presentato il terzo Piano Strategico «Torino Metropoli 2025»

che, proprio nell'internazionalizzazione, ha la sua più potente leva di sviluppo. È in previsione di questo appuntamento che l'Irs, l'istituto per la ricerca sociale, ha presentato ieri in collaborazione con l'Università il rapporto «Internazionalizzazione dell'area metropolitana di Torino». La fotografia che mostra - di quel che già c'è - ha luci e ombre.

La nostra è la seconda provincia esportatrice italiana con il 5,1%. Milano è la prima: 9,6. Il settore manifatturiero rappresenta il 98,8% del totale dell'export torinese.

CONTINUA A PAGINA 40

La ricerca

Torino, bene l'export “Ma non importiamo abbastanza stranieri”

ELENA LISA
SEGUE DA PAGINA 35

Al suo interno il comparto automobilistico costituisce il 40,5%. Il principale mercato di sbocco è l'Europa, ma se le esportazioni nella Ue calano, crescono in Messico +51% e in Giappone +32%.

Il vero settore in espansione è la gastronomia. È il cibo ad essere apprezzato dagli stranieri che vengono a Torino per studio o per lavoro. Ed eventi di grande richiamo come il Salone del Gusto non fanno che sollecitare il mercato a larga scala. Il punto però è che le iniziative che spingono il nostro «buon mangiare» sono separa-

te da quelle che sponsorizzano il «buon bere». Inspiegabilmente. Il vino nel marketing legato all'export viene escluso nonostante una bottiglia di Barolo o Barbaresco costituiscono, da sole, un ottimo biglietto da visita per la città.

«Torino vive e respira una dimensione internazionale in tutte le sue attività. Abbiamo il dovere di pensare sempre di più la città in questo senso», ha detto il sindaco Piero Fassino all'apertura della presentazione della ricerca. E in effetti di indicatori positivi ce ne sono. Una volta analizzati però «la dimensione internazionale» è meno evidente.

Nel corso degli ultimi dieci anni la crescita del turismo è significativa (+84% per un to-

tale di 1.549 mila turisti). Ma la presenza di stranieri ha contribuito poco all'aumento: chi arriva dall'estero è appena il 3% in più. Solo nelle valli olimpiche il turismo straniero è cresciuto del 22%. E anche nell'ambito dell'istruzione i numeri non convincono del tutto: gli studenti stranieri sono aumentati sia all'Università che al Politecnico. «Ma per quanto riguarda il nostro Ateneo - ha puntualizzato dopo la presentazione del rapporto, Michele Graziadei, professore di diritto Privato al Dipartimento di Giurisprudenza - molti degli iscritti non hanno nazionalità italiana solo perché figli di genitori stranieri». Dello stesso tenore l'intervento del professore di sistemi di Ela-

borazione del Politecnico, Enrico Macii: «Ci impegniamo per attirare cervelli ma la nostra internazionalizzazione, ormai, è entrata nella fase due. Non la giochiamo più in casa. Formare studenti è costoso e controproducente. Dopo aver formato uno studente straniero, le leggi italiane non aiutano a farlo rimanere qui. Perciò è il Politecnico ad andare in Uzbekistan, in Qatar, in Malaysia».

E cosa dire dei trasporti? L'aeroporto di Caselle è un nodo cruciale per delineare il profilo internazionale di Torino: rispetto agli altri scali nazionali, nel 2013, era al 14esimo posto per numero di flussi di passeggeri. Ancora schiacciato, nonostante l'aumento di rotte internazionali nel 2014, da Malpensa e Orio al Serio.