

Danielli: lo sviluppo di MB? Distinti da Milano, non staccati

Bianca Folino

Monza deve trovare il ruolo di capoluogo di Provincia. Parola di Mauro Danielli, consigliere della Camera di commercio, che dal mercato immobiliare è arrivato a sviluppare una conoscenza approfondita dell'intero territorio della futura Provincia Mb. Una provincia che deve essere capace di distinguersi da Milano, senza staccarsi dalle opportunità che la dimensione ambrosiana può offrire. Per farlo potrà contare anche sulla neonata Camera di commercio, industria e artigianato, che vuole rivestire un ruolo di centro propulsore dell' sviluppo economico, senza il quale non ci sono nemmeno innovazione, cultura territoriale e quant'altro fanno dello sviluppo il punto di partenza di un territorio sano. Monza deve trovare il suo ruolo grazie a una leadership forte capace di trascinare l'intero territorio verso una dimensione di sviluppo che sia anche sostenibile, altrimenti rimane la "città del 15 per cento" perché il resto sta in Brianza.

Cosa può fare la Camera di commercio per lo sviluppo del territorio?

Può fare molto. Deve promuovere politiche per sostenere le imprese ed essere l'anello di congiunzione tra le realtà

produttive e le Istituzioni, perché ci vuole attenzione anche da parte di esse. La Ccia può sostenere anche con attività di marketing ancorate sul territorio e sviluppare e promuovere l'opportunità imprenditoriale. L'istituzione della Ccia è un fatto importante in una città dove è sempre mancata la massa critica forte rispetto agli altri Comuni. La Brianza è all'85 per cento



La sostenibilità ha dimostrato di essere una strategia vincente.



essere rivestito oggi dalla Ccia e domani dalla Provincia. Dovrà fare politiche che accompagnino uno sviluppo armonico del territorio.

Intende dire sviluppo sostenibile?

Anche. La sostenibilità ha dimostrato di essere una strategia vincente. Perché lo sviluppo sia possi-

bile, occorre poca conflittualità sociale, attenzione agli altri elementi del tessuto sociale del territorio. Ecco perché la sostenibilità è vincente, accompagnata però dalla realizzazione di infrastrutture e reti di servizi che agevolino l'imprenditorialità.

In che senso?

Le agenzie di sviluppo sono state poco efficaci, la Ccia può ridare visibilità al sistema e quindi anche al governo del territorio. Questo ruolo può

essere rivestito oggi dalla Ccia e domani dalla Provincia. Dovrà fare politiche che accompagnino uno sviluppo armonico del territorio.

A che punto siamo con questo processo? In altre parole cosa sta facendo la Camera di commercio?

Stiamo muovendo i primi passi ora: la discussione è in corso, ma si sta approntando un progetto strategico per il 2008. Entro la prossima primavera sarà pronto, all'interno del programma triennale 2008/2012. La prima attività che dovrà fare la Ccia è di marketing e per questo occorre un Osservatorio, che sarà appunto il primo passo da fare verso la conoscenza che è dinamica. Conoscere il territorio per capire le necessità e dare risposte.

Prima accennava al tema

della conflittualità sociale; come si coniuga con lo sviluppo?

La coesione sociale e la sostenibilità sono i due grandi temi che accompagnano il territorio verso il suo sviluppo. Anche la Ccia sta focalizzando l'attenzione su di essi, ma occorrono politiche governative in merito. Perché l'attrattiva di un territorio si misura su questi due elementi.

Chi può trovare attrattivo investire su questo territorio?

Gli stessi brianzoli; però dobbiamo essere capaci di fare politica di internazionalizzazione. Faccio un esempio: Milano si autopromuove come sistema-Milano. La scommessa è promuovere il sistema MonzaBrianza andando a

promuovere la sua produzione all'interno del sistema Milano; ecco perché è importante non recidere il cordone ombelicale. Distinguersi da Milano ma non staccarsene, anzi sfruttarne le potenzialità che offre. Agli elementi che ci sono, siamo una parte importante del design del mobile. si aggiungono opportunità come il Distretto Hi-tech che si sta creando a Vimercate.

Distinguersi e non staccarsi, in che senso?

Si parla molto della questione Malpensa/Linate. Se Malpensa è strategico per Milano, Linate lo è per Monza e Brianza e quindi Mb dovrebbe entrare nella discussione. Le imprese per loro natura sono portate a capire l'importanza delle reti e dei collegamenti, hanno nel Dna le cure contro l'autoreferenzialità. Gli sviluppi si fanno sulle reti, se mi chiudo non sviluppo: diversità e pluralismo sono elementi di sviluppo per cui non posso staccarmi da Milano e da quanto offre.

Da dove partire per arrivare a tutto questo?

Proprio dalla conoscenza, ovvero dall'Osservatorio che darà una radiografia del sistema produttivo delle imprese del territorio, misurandone la salute e aumenterà il senso di appartenenza. E poi puntare sull'internazionalizzazione, sull'innovazione e sull'attenzione

alle risorse umane. Adesso la ricerca si fa in Università; ecco noi dobbiamo tradurre questo in un modello per le imprese, tipo il palazzo dell'Innovazio-



La scommessa è promuovere il sistema MonzaBrianza nel sistema Milano



ne di Milano che è un luogo fisico che dà identità ad un progetto.

Qualche auspicio per il futuro?

La partecipazione del sistema Mb all'Expo del 2015, ci stiamo lavorando.

