

La rinascita del Ticinese

## LE IMPRESE DI QUARTIERE

di PAOLO PRETI\*

Da sempre le piccole e medie imprese hanno sede nell'hinterland delle grandi città e nei piccoli centri della provincia italiana. La Lombardia non fa eccezione a questa regola: più del 70% delle imprese di minori dimensioni operano in comuni con meno di diecimila abitanti. Ne derivano forti collegamenti con il territorio di appartenenza che spesso giovano alla buona conduzione dell'impresa, senza per questo precluderle l'attività in mercati globali: senza sbagliare si può affermare che questi imprenditori vivono dove sono nati, lavorano dove vivono e tuttavia l'esito del loro lavoro, direttamente o indirettamente, gira il mondo.

Da questo punto di vista un fenomeno relativamente nuovo sta interessando negli ultimi anni Milano: la rivitalizzazione attraverso attività imprenditoriali diffuse di alcuni quartieri cittadini e in particolare del Ticinese. Un gruppo di ricercatori dell'**Università Cattolica**, che operano all'interno del Centro per lo studio della moda e della produzione culturale, ha identificato il quartiere della grande metropoli come esempio emergente di una nuova forma di distretto industriale: il distretto culturale. Le sinergie che si possono creare nell'ambito di un quartiere alla moda sono evidentemente molte: dal divertimento (entertainment) al mangiare (catering), dallo shopping (shopertainment) alle attività culturali in senso stretto (edutainment).

Settori tipici della città post-industriale che Milano, e in essa i quartieri più evoluti, declina a suo modo, a partire dal suo patrimonio di cultura e di socialità e in cui le sinergie non sono date dalla specializzazione produttiva sedimentata negli anni, ma dalla possibilità per il fruitore di tali servizi di utilizzarli in maniera pressoché simultanea. Settori che si radicano nel nostro stile di vita, nella capacità di produrre per altri ciò che amiamo consumare. E le occasioni per fare impresa sono davvero tantissime.

Delle imprese milanesi quasi un terzo del totale, pari a circa 50000, viene ricompreso all'interno di questo vasto insieme; un quarto di esse operano nel quartiere Ticinese con un indice di densità di impresa di molto superiore, per quanto riguarda i settori qui in esame, al resto della città. Come mai? Per un misto di fiducia, identità e comunità che il quartiere sembra assicurare e senza delle quali operare è più pericoloso. Se, ad esempio, il 40% delle imprese si è impiantato nel quartiere da meno di sei anni, è vero che in molti di questi casi si tratta di un trasferimento con il conseguente tentativo di mettere nuove radici in un quartiere percepito recentemente come attraente anche per chi non vi è nato, ma opera in settori congeniali all'immagine che esso ha imparato a dare di sé. Il quartiere sembra ridurre il rischio di impresa, ma serve soprattutto da sostegno relazionale per chi vuol produrre beni e servizi non standard per un cliente normalmente più esigente.

\*Università Bicconi

