

ratterizzano oggi per la scala ridotta delle loro operazioni, considerando che il 90 per cento di esse contano meno di cinquanta lavoratori. Il risultato è che il capoluogo piemontese rispecchia oggi le sfortune della Fiat dopo anni di licenziamenti e perdita di prestigio. Come altre volte in passato, Torino deve oggi affrontare la difficile sfida di reinventarsi e di darsi una nuova identità che si adatti alla nuova condizione di centro urbano sempre più deindustrializzato. Anche prima della morte, nel 2003, di Giovanni Agnelli, l'ultimo patriarca del gruppo Fiat, gli uomini d'affari e i leader politici locali hanno cominciato a promuovere una nuova visione «postindustriale» della città, sintetizzata nello slogan «Turin – always on the move». Il successo della loro strategia dipenderà dallo sviluppo di due settori chiave: l'industria turistica e lo sviluppo di un gruppo di aziende dinamiche operanti in settori di nicchia. Per trasformare Torino in una meta di turismo internazionale, il primo settore potrà avvantaggiarsi della bella architettura cittadina, della sua cucina raffinata e della prossimità alle montagne e alle aree di produzione vinicola. Un passo importante in questa direzione è stato compiuto quando la città si è aggiudicata la gara per ospitare le Olimpiadi invernali del febbraio 2006. Per la preparazione dell'evento e l'accoglienza del massiccio flusso di visitatori attesi sono stati investiti cinque miliardi di euro destinati al miglioramento delle infrastrutture. I lavori in corso includono una nuova rete di metropolitana, la linea ferroviaria ad alta velocità verso Parigi e Milano, una rinnovata stazione ferroviaria. Questi miglioramenti non solo renderanno la città più facilmente raggiungibile; hanno già contribuito ad alleviare gli effetti della crisi nel settore automobilistico offrendo possibilità di impiego nelle opere pubbliche in via di realizzazione. Il secondo settore, che include la società di design automobilistico Pininfarina, le imprese aeronautiche e di trasformazione alimentare, può contare sullo stile e l'alta qualità di una produzione destinata al mercato del lusso.

Se questi settori potranno colmare l'enorme vuoto lasciato dal declino della Fiat e fornire la base per la nuova economia di Torino resta ancora da vedere.