
Nell'impostazione dell'indagine empirica è stato applicato un ulteriore filtro selettivo – il riferimento alla *green economy* – utile per studiare i bisogni dell'impresa torinese che guarda al futuro. Se la manifattura è stata il motore di sviluppo della lunga storia industriale di Torino, la *green economy* sarà una delle determinanti di crescita dello sviluppo futuro. In tal senso *green economy* è qui intesa non come un settore o comparto, ma come una modalità produttiva che taglia orizzontalmente tutti i settori, anche, e specialmente, quelli che sono considerati i tradizionali punti di forza del sistema economico torinese: dai trasporti alla mecatronica, dalla chimica all'energia, dall'alimentare ai servizi per le imprese, tutte le attività economiche sono e saranno sempre più vincolate al rispetto di maggiori standard ambientali. Lo sviluppo sostenibile è infatti uno dei campi sui quali si misura la capacità dei sistemi locali a lunga tradizione industriale di restare competitivi, radicando imprese autoctone e attirandone di nuove. Del resto, nelle politiche pubbliche piemontesi l'argomento assume particolare rilievo, essendo la *green economy* una delle piattaforme varate dal piano regionale per l'innovazione, nonché una delle specializzazioni dei poli di innovazione regionali. Anche a livello nazionale, con le politiche per l'innovazione basate sui cluster nazionali, si pone notevole attenzione a questi temi. In altre parole, la categoria di *green economy* è stata utilizzata come *proxy* di "innovazione" e marcatore di un posizionamento competitivo vantaggioso, delle imprese in esame, nei rispettivi ambiti di attività.

L'indagine qualitativa ricostruisce venti studi di caso, attraverso interviste approfondite al *management* di altrettante imprese, con l'obiettivo di analizzare storie paradigmaticamente interessanti per le scelte strategiche e lo specifico "sentimento" aziendale in merito alla permanenza sul territorio torinese. Il campione è stato definito tenendo conto di alcune minime misure di raccordo, capaci di dare unitarietà e significato ai casi di studio presi in esame, tuttavia particolare cura è stata dedicata a garantirne la varietà, attingendo a comparti diversificati così come a differenti dimensioni d'impresa – non sembra utile infatti distinguere rigidamente tra manifattura e terziario avanzato, semmai indagarne le relazioni in un'ottica di filiera e di *supply chain*.

Sul piano dell'impianto metodologico, l'insieme dei casi analizzati può essere rappresentato con una tipologia che tiene conto dell'origine territoriale e della strategia di crescita delle imprese: **i)** imprese locali con forte radicamento sul territorio, con un mercato di riferimento tipo prevalentemente locale oppure con le funzioni decisionali e strategiche nell'area torinese; **ii)** imprese locali "ancorate" sul territorio, con un radicamento nel complesso meno intenso, a causa di alcuni investimenti strategici effettuati al di fuori dell'area torinese; **iii)** imprese non locali, di provenienza esterna, che hanno effettuato sul territorio un nuovo investimento produttivo (*greenfield*) oppure hanno acquisito un'impresa già esistente (*brownfield*).

L'esame della *business friendliness* dell'area metropolitana torinese viene contestualizzato nel nuovo scenario in cui operano le imprese, caratterizzato da una pesante crisi di tipo strutturale, che determina un cambiamento stabile nelle scelte di consumo e di investimento degli operatori economici. I risultati del rapporto, tanto con riferimento alla *survey* della letteratura quanto all'analisi empirica, vengono pertanto interpretati alla luce del nuovo contesto competitivo, caratterizzato da una crescita mondiale concentrata nei paesi di più recente industrializzazione, dalla crisi della filiera *automotive*, da scarse risorse pubbliche a disposizione dei *policy maker* (tanto per le necessità di contenimento del deficit pubblico, quanto per il venir meno di importanti fondi europei), da una generale contrazione degli investimenti esteri a livello europeo, da una maggiore attenzione verso le politiche di radicamento degli investimenti già presenti (al fine di evitarne la delocalizzazione in altri contesti territoriali). Tutto ciò rende quanto mai attuale e importante lo studio della *business friendliness* nell'accezione più ampia del termine, finalizzata a trattenere le imprese già presenti sul territorio e ad attrarre nuove imprese dall'esterno, ma