

L'economia dell'Emilia-Romagna nel 2023 e previsioni per il 2024

Avere cura

Guido Caselli
Vice-segretario generale
Unioncamere Emilia-Romagna



1

Generalmente le mie presentazioni partono dai numeri per sviluppare alcune riflessioni.

Quest'anno il punto di partenza è questa immagine. Vi dico quello che ci ho visto io. Un bambino che tenta di impedire la caduta del suo pupazzo di neve. Subito ho associato questa immagine all'aver cura. Mi è venuto in mente l'aver cura della Garisenda e della sua precarietà, avere cura del nostro territorio martoriato dall'alluvione, avere cura di imprese e persone che nei prossimi mesi saranno chiamate a sfide difficili.

Avere cura. Può sembrare un inizio di presentazione un po' visionario, del resto,...



Google

guido caselli

Tutti Notizie Immagini Maps Video Altro Strumenti

Circa 588.000 risultati (0,26 secondi)

Guido
Personaggio immaginario

Panoramica Video

<https://www.smartfutureacademy.it> > speaker > guido-c...
Guido Caselli - Smart Future Academy
Guido Caselli, vice segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna, è speaker a Smart Future Academy, evento di orientamento per gli studenti delle ...

<https://www.ucer.camcom.it> > ... > Personale > Pdf
CV Guido Caselli aggiornato - Unioncamere Emilia-Romagna
Home/; Amministrazione Trasparente/; Personale/; Pdf. CV Guido Caselli aggiornato. curriculum_caselli_sito.pdf · Unioncamere ER. Unioncamere Emilia Romagna ...

<https://it.linkedin.com> > guido-caselli-2110b563
guido caselli - Unioncamere Emilia-Romagna - LinkedIn
Visualizza il profilo di guido caselli su LinkedIn, la più grande comunità professionale al mondo. guido ha indicato 1 esperienza lavorativa sul suo profilo ...

2

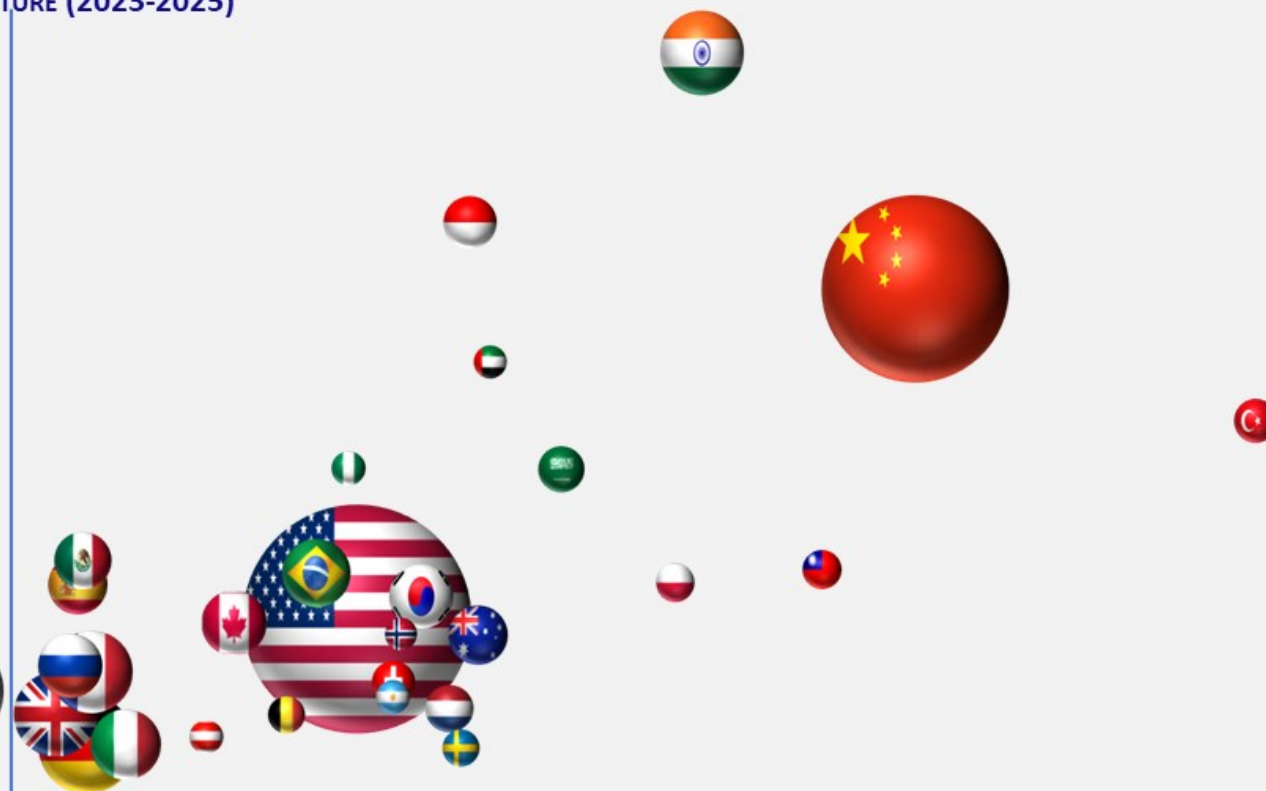
... del resto se mi cercate su Google l'algoritmo vi propone il mio faccione di qualche anno fa, quando ancora avevo i capelli neri, e mi trovate descritto come personaggio immaginario.

Secondo l'algoritmo di Google io non esisto. Devo dire che essere definito immaginario mi dà un certo piacere, mi piace essere visionario nelle mie presentazioni.

Però in realtà esisto, il mio lavoro è giocare con i numeri, per cui **partiamo col guardare qualche numero.**



FUTURE (2023-2025)



PAST (2019-2022)

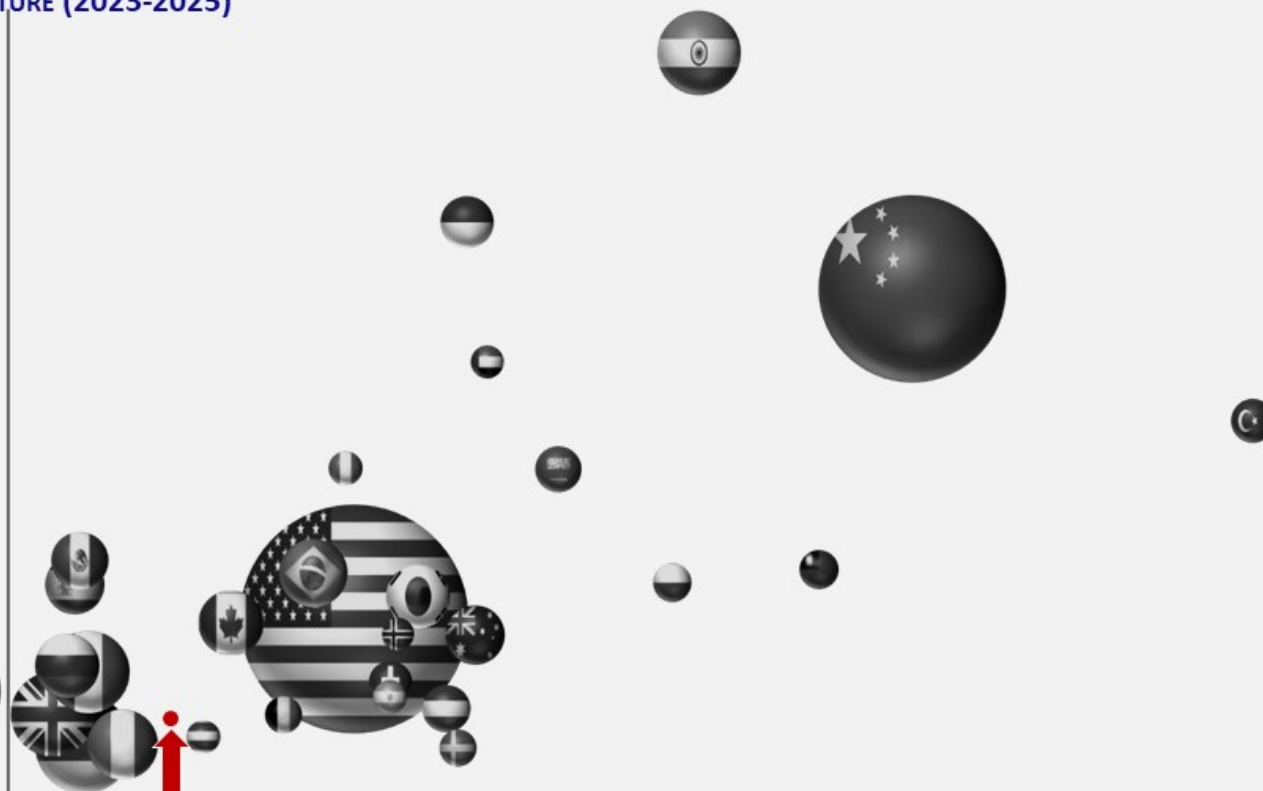
3 Questa immagine mi accompagna da anni, ovviamente ogni volta l'aggiorno. Le bolle rappresentano le prime 30 economie al mondo, quelle a destra sono quelle che sono cresciute di più dal 2019 a oggi. L'Italia è il tricolore a sinistra, **siamo nel gruppo dei Paesi che sono cresciuti meno**, ma siamo in compagnia di Germania, Francia, Regno Unito e altri.

Se guardiamo questo grafico dall'alto verso il basso, in alto i Paesi che cresceranno di più nei prossimi tre anni, in basso quelli che cresceranno meno.

4 Siamo sempre il tricolore in fondo a sinistra, **siamo ultimi con la Germania. E' vero che non c'è grande distanza con altro Paesi europei, però siamo ultimi.**



FUTURE (2023-2025)



Emilia-Romagna

PAST (2019-2022)

5

Possiamo mettere l'Emilia-Romagna in questo grafico.

Siamo un po' più in alto e un po' più a destra rispetto all'Italia, **siamo cresciuti un po' di più in passato e lo faremo anche in futuro.** Però non c'è una grande differenza

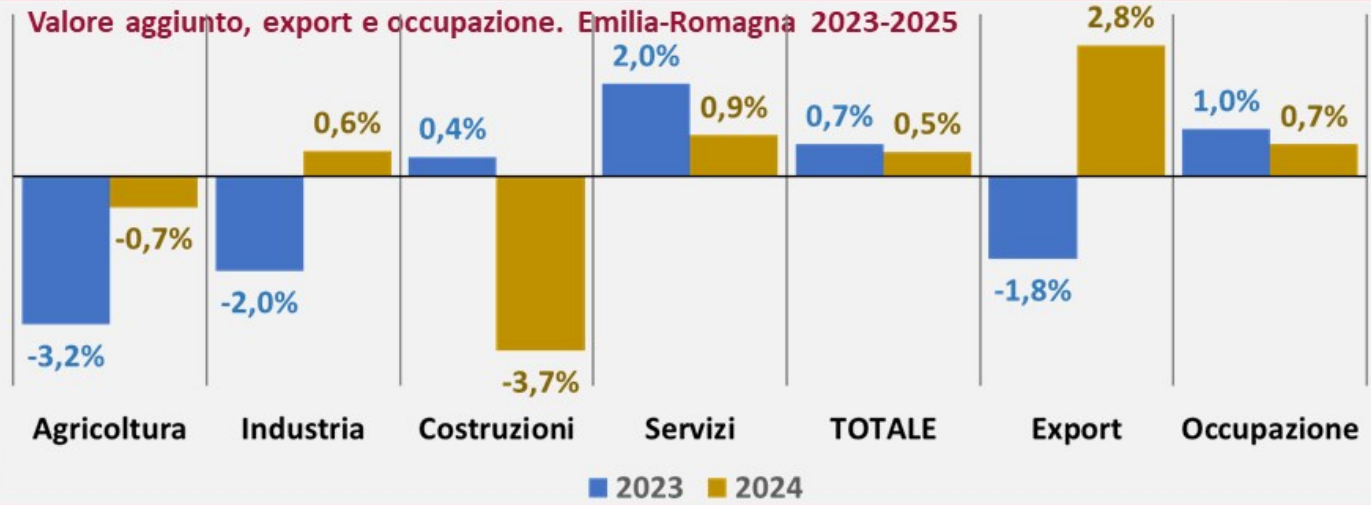




	2023	2024		2023	2024
Mondo	3,0	2,9	Italia	0,7	0,4
Area Euro	0,7	1,2	Stati Uniti	2,1	1,5
Germania	-0,5	0,9	Cina	5,0	4,2
Francia	1,0	1,3	India	6,3	6,3
Emilia-Romagna	0,7	0,6			

6

Possiamo raccontarla in altro modo. Abbiamo alcuni Paesi, Cina e India in particolare, che stanno viaggiando in Ducati. Altri come gli Stati Uniti o Spagna viaggiano in vespa, noi siamo con una bici da corsa. **Pedaliamo più forte rispetto al resto del Paese e a gran parte dell'Europa, però sempre in bicicletta siamo.**



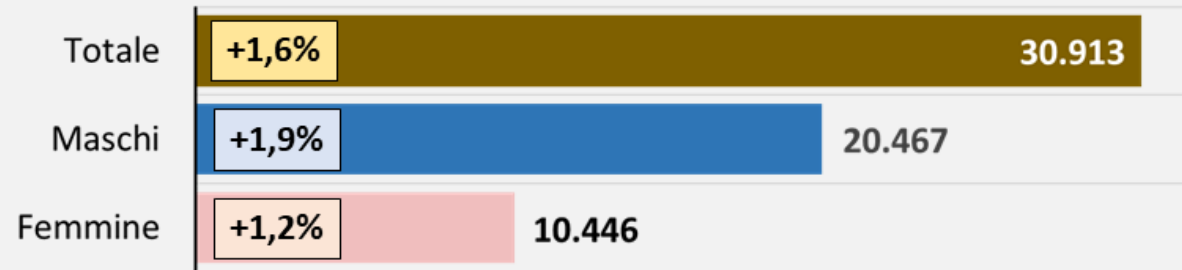
L'alluvione ha determinato nel 2023 una minor crescita delle province di Forlì-Cesena e Ravenna. Gli effetti si protrarranno anche nel 2024

7 Guardiamo il dato dell'Emilia-Romagna un po' più in dettaglio. In blu le previsioni 2023, in giallo quelle 2024. **L'agricoltura nel 2023 ha accusato pesantemente il colpo dell'alluvione**, anche le previsioni per il 2024 non sono positive. **L'industria** paga soprattutto l'aumento dei costi di produzione, **perde il 2 per cento** nel 2023, anche a causa del calo delle esportazioni. Il settore dovrebbe riprendersi un po' nel 2024. **Le costruzioni stanno iniziando a pagare l'esaurirsi degli incentivi**, per il 2024 è prevista una brusca frenata. **Tengono i servizi**, cresce l'occupazione.

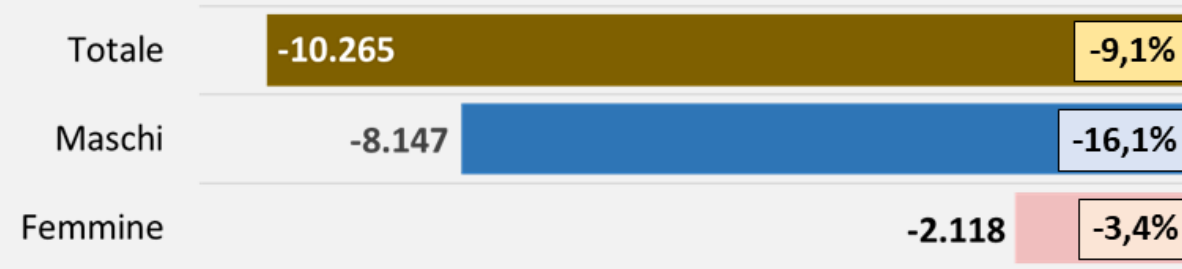
8 Dal punto di vista territoriale l'effetto alluvione appare chiaro nei dati di Ravenna e Forlì-Cesena, crescita modesta nel 2023 e qualche difficoltà in più rispetto all'area emiliana anche nel 2024.



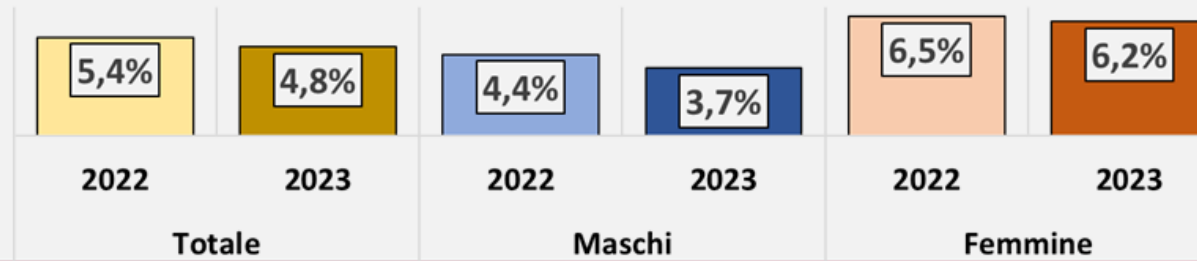
Variazione numero occupati. Media 2023 rispetto alla media 2022



Variazione numero disoccupati. Media 2023 rispetto alla media 2022



Tasso di disoccupazione. Media 2023 rispetto alla media 2022



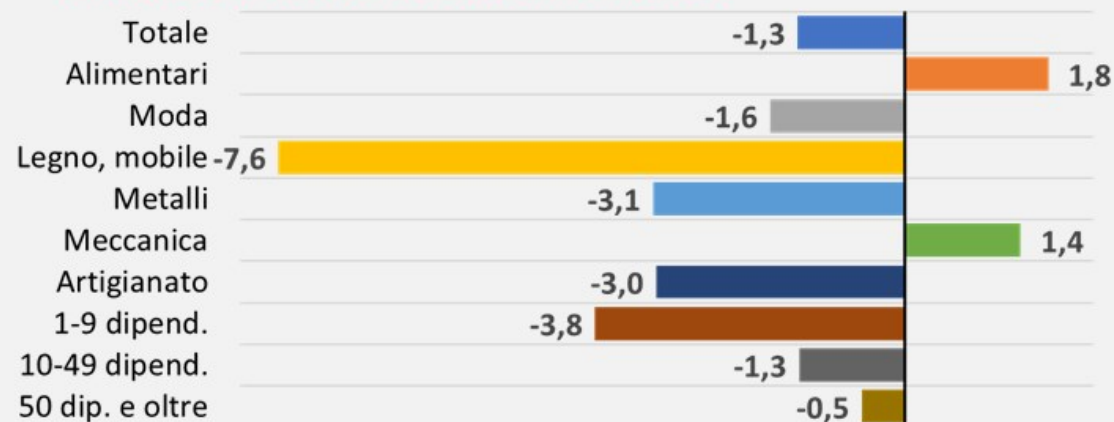
9 Abbiamo visto che il dato migliore riguarda l'occupazione. Le previsioni Prometeia trovano conferma nei dati Istat, **nell'ultimo anno l'Emilia-Romagna ha creato 31mila nuovi posti di lavoro, i disoccupati sono oltre 10mila in meno.** È vero che questo dato non ci dice nulla sulla qualità dei posti di lavoro creati, però il fatto che l'occupazione aumenti è sicuramente un segnale positivo da cui partire



Variazione del fatturato rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente



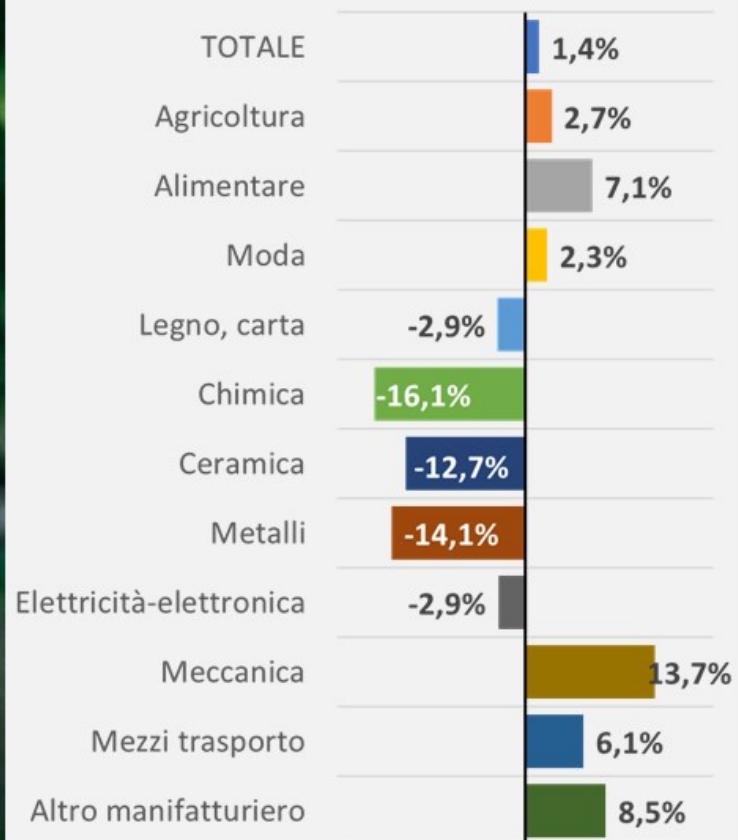
Variazione del fatturato nel terzo trimestre 2023



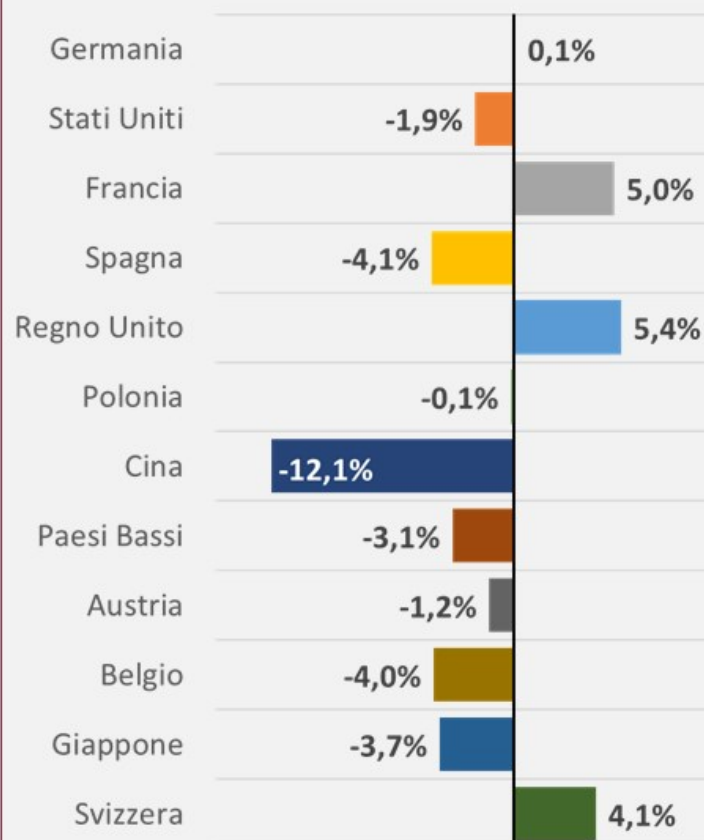
10 Abbiamo detto delle difficoltà dell'industria, l'indagine congiunturale delle Camere di commercio ne dà ulteriore conferma. Dopo 10 trimestri di crescita nel terzo trimestre del 2023 il fatturato risulta in calo, calano anche produzione e ordini. **Tengono botta la meccanica e l'alimentare, in maggior difficoltà il settore del legno e quello dei metalli. Vanno peggio le imprese piccole rispetto a quelle più grandi, ma anche le grandi non se la passano bene, anche a causa del calo dell'export**



Variazione a valori correnti per macrosettore



Variazione a valori correnti per Paese



11

Nei primi nove mesi dell'anno l'export è aumentato dell'1,4 per cento, ma si tratta di un aumento che non tiene conto dell'inflazione, **in termini reali la variazione è negativa.**

I cali maggiori riguardano il chimico-farmaceutico, i metalli e la ceramica. In alcuni casi la flessione è attribuibile a poche imprese di grandi dimensioni, per esempio il calo del farmaceutico è ascrivibile a una multinazionale con sede in regione che ha drasticamente ridotto il proprio export verso gli Stati Uniti di vaccini anti-covid. In altri settori il calo è diffuso e riguarda la maggioranza delle imprese.

12

Tra i settori che aumentano l'export troviamo quelli che abbiamo visto prima tenere botta, **alimentare e meccanica.** Tra i Paesi spicca il calo della **Cina**, attribuibile soprattutto a una riduzione delle vendite di autoveicoli e apparecchi meccanici.



Dalle filiere agli ecosistemi digitali. Alcune tendenze del manifatturiero nel 2024

Manutenzione predittiva guidata dall'IA. Dalla prevenzione di guasti all'orchestrazione dei programmi di manutenzione per ottimizzare la produzione. Il passaggio delle aziende di apparecchiature industriali al modello di **servitizzazione** costituirà un ulteriore fattore trainante.

Gestione dinamica della supply chain attraverso l'IA. L'IA rivoluzionerà la gestione della supply chain, dalla gestione della domanda alla consegna dell'ultimo miglio.

Qualità del prodotto attraverso l'analisi cognitiva. L'adozione di analisi cognitive basate sull'AI per migliorare il controllo della qualità è destinata a crescere e a maturare con l'integrazione della Gen-AI.

Design innovativo con una creatività guidata dall'AI generativa. Il design dei prodotti subirà un cambiamento guidato dalla Gen-AI, con algoritmi che genereranno concetti innovativi basati sulle preferenze dei consumatori e sulle tendenze del mercato.

Le 5 figure professionali più richieste nel 2024 nel manifatturiero

1. Cyber Security Specialist
2. Data Scientist
3. Software Architect
4. Specialista SEO
5. UX e UI Designer



13

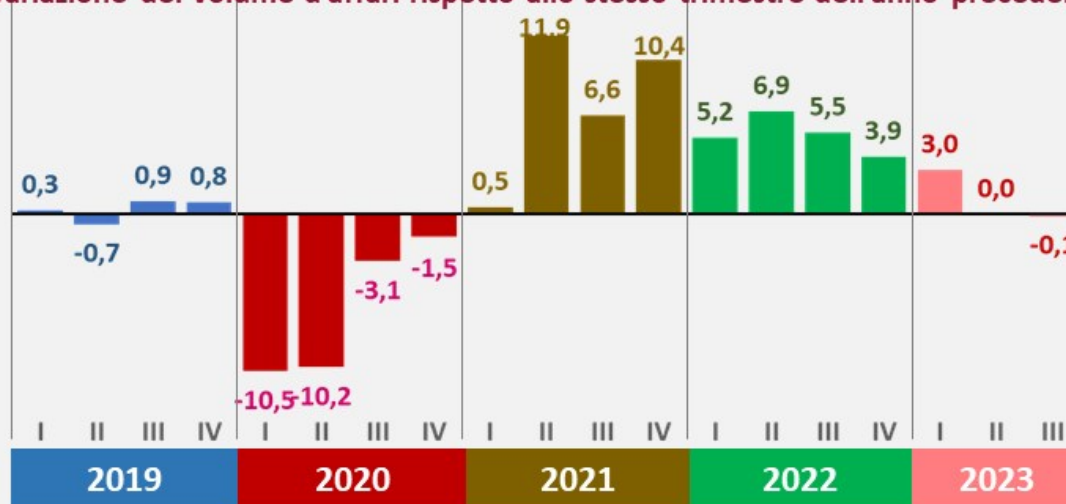
Nel prossimo anno dovrebbe ripartire l'export e, in generale, l'industria dovrebbe mostrare segnali di ripresa. **Però dobbiamo essere consapevoli che quando il ciclo positivo ripartirà non per tutti la competitività si giocherà sugli stessi fattori abilitanti di pochi mesi fa, non tutti possiedono strumenti e competenze per giocare su basi e regole differenti.**

14

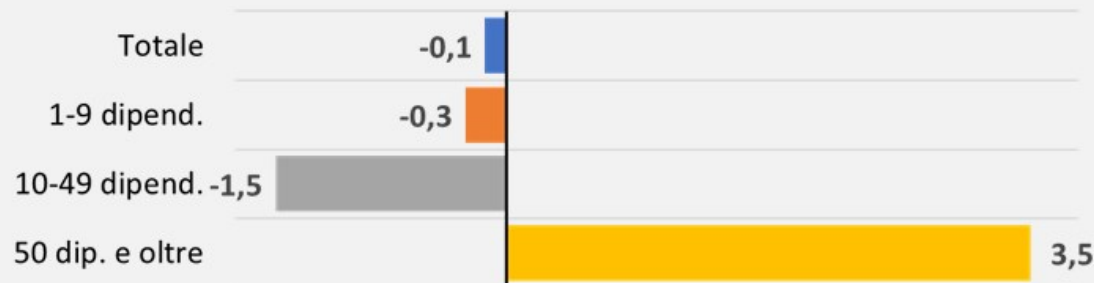
Guardiamo a come sarà il manifatturiero il prossimo anno secondo gli esperti. **Le nostre imprese cercheranno** – e in molti casi non troveranno – profili professionali legati al digitale. **L'intelligenza artificiale entrerà in tutte le fasi della produzione, gli algoritmi regoleranno l'intera catena di fornitura, dall'arrivo dell'ordine alla consegna finale. L'analisi cognitiva e l'intelligenza generativa governeranno design e qualità dei prodotti.** Alcune nostre imprese sono già pronte a queste sfide, altre vanno accompagnate come sistema territoriale, dobbiamo averne cura.



Variazione del volume d'affari rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente



Variazione del volume d'affari nel III trimestre 2023



15 Anche nelle costruzioni i dati congiunturali confermano i segnali di rallentamento delle previsioni Prometeia.

Volume d'affari in calo nel terzo trimestre, con crescita solo per le imprese con almeno 50 addetti.



Le attività dove sono nate più imprese nel 2023

Affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing	317
Commercio al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto effettuato via internet	277
Consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale	260
Attività delle società di partecipazione (holding)	217
Affittacamere per brevi soggiorni, case e appartamenti per vacanze, b&b	204
Altri lavori di completamento e di finitura degli edifici	201
Attività di servizi per la persona nca	174
Intermediari del commercio di vari prodotti senza prevalenza di alcuno	123
Posa in opera di infissi, arredi, controsoffitti, pareti mobili e simili	122
Altre attività di assistenza e consulenza professionale, scientifica e tecnica nca	110
Attività di promotori e mediatori finanziari	105
Attività di mediazione immobiliare	102
Servizi degli acconciatori, manicure, pedicure e trattamenti estetici	101
Commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri	89
Acquacoltura in acqua di mare, salmastra o lagunare e servizi connessi	61
Pulizia generale (non specializzata) di edifici	59
Agenzie pubblicitarie	44
Cura e manutenzione del paesaggio (inclusi parchi, giardini e aiuole)	42
Elaborazione dati	32
Corsi di formazione e corsi di aggiornamento professionale	32

16

Se guardiamo alle attività dove nel corso del 2023 sono nate più

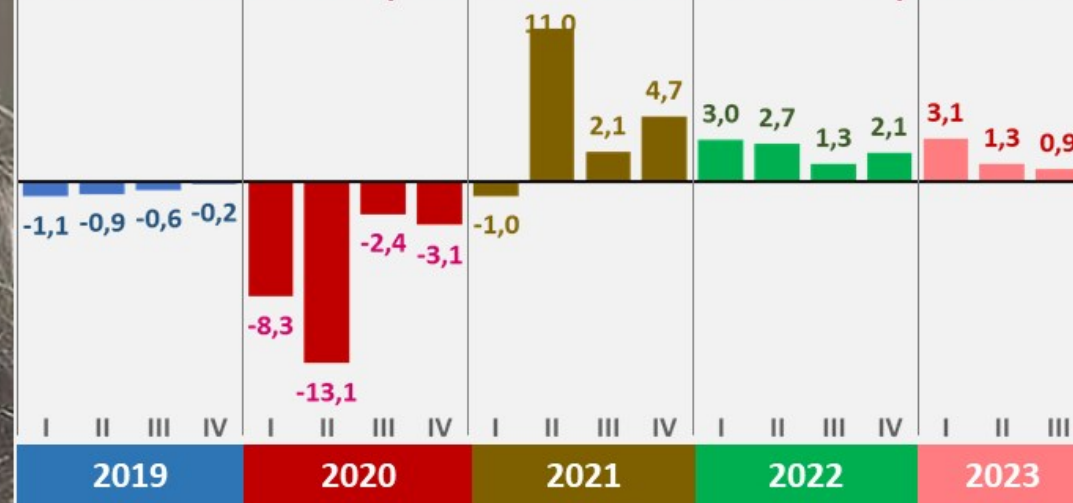
imprese ne troviamo molte legate al **costruire-abitare**, in particolare alla gestione di immobili, a sottolineare come gli incentivi all'edilizia abbiano anche orientato le nuove imprese.

Nell'elenco troviamo anche attività legate al **commercio elettronico, all'affitto di case per brevi vacanze**, troviamo attività legate al **digitale, alla sostenibilità, alla cura e al benessere delle persone**.

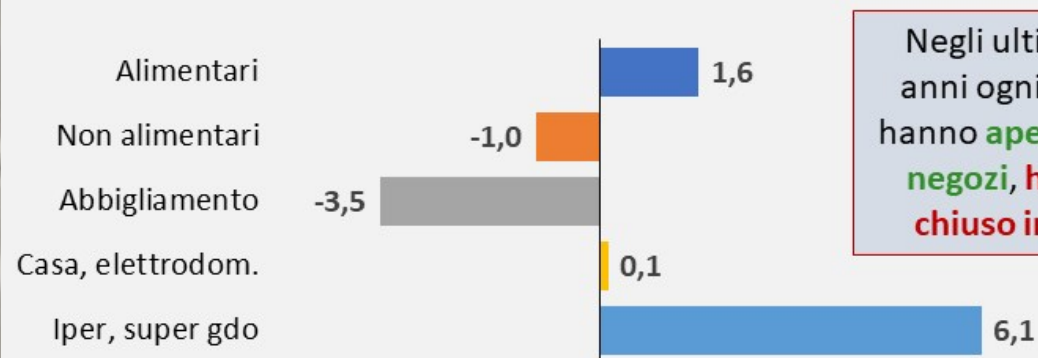
E, soprattutto, come già ricordato in altre occasioni, troviamo **attività completamente nuove**, non classificabili attraverso i codici Ateco, attività che rimandano a un'economia in profonda trasformazione.



Variazione delle vendite rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente



Variazione delle vendite nel terzo trimestre 2023



Negli ultimi 15 anni ogni mese hanno **aperto 287 negozi**, hanno **chiuso in 346**

17

Cresce l'e-commerce, intanto i negozi abbassano le saracinesche. Negli ultimi 15 anni ogni mese hanno aperto 287 nuovi negozi, contemporaneamente hanno chiuso in 346. Un elevatissimo ricambio che racconta come aprire un negozio non sia un'attività che si può improvvisare, così come racconta un settore in difficoltà. Lo vediamo anche dai dati congiunturali, **complessivamente il settore sembra ancora tenere, però tiene perché cresce la grande distribuzione e l'alimentare, gli esercizi specializzati non alimentari, in particolare l'abbigliamento, stanno registrando cali delle vendite.**

IL VALORE DELL'ECommerce IN ITALIA

Valore eCommerce in Italia nel 2023: **54,2 miliardi** Consumatori digitali
 - di cui prodotti **35,0 miliardi**
 - di cui servizi **19,2 miliardi** **33 milioni**

il tasso di penetrazione dell'online sui consumi totali (online + offline) acquista un punto percentuale e arriva al **13%**, con valori diversi nelle componenti di prodotto (**11%**) e di servizio (**17%**).



VARIAZIONE DELL'ECommerce NEL 2023 RISPETTO AL 2022



Variatione rispetto al 2022:	+13%
Turismo e trasporti	+30%
Ticketing eventi	+8%
Beauty	+11%
Informatica, elettronica	+8%
Editoria	+8%
Abbigliamento	+7%
Arredamento	+7%
Food & Grocery	-0,5%

18

Tra le cause troviamo anche la forte crescita del **commercio elettronico**. In Italia vale **oltre 54 miliardi**, l'**11 per cento** dei prodotti vengono commercializzati **on line**.

Il negozio del futuro sarà 5.0, local e phygital

- ❖ **a portata di consumatore**, capace di soddisfare le esigenze dei clienti che si muovono nei dintorni o nel raggio di pochi chilometri di distanza;
- ❖ una via di mezzo tra digitale e fisico, in grado di **unire facilmente l'aspetto tecnologico con quello umano**, offrendo percorsi immersivi al cliente;
- ❖ **sostenibile**, perché promuove prodotti a kilometro zero, produttori locali o attenti agli aspetti green, come per l'installazione di luci a led o impianti fotovoltaici;
- ❖ **Accogliente**, in certi contesti luogo di aggregazione e socializzazione. **Il negozio come infrastruttura sociale**



Esempi phygital

- agenzie immobiliari che usano visori 3D per mostrare gli appartamenti disponibili;
- negozi che al posto di scaffali pieni di prodotti fisici propongono schermi interattivi che mostrano una vasta gamma di articoli virtuali;
- specchi smart per mostrare come ci sta addosso il capo che abbiamo in mano o selezionato sul display;
- possibilità di testare virtualmente i prodotti per il trucco, eliminando la necessità di tester fisici. Invece di applicare il rossetto o l'ombretto direttamente sulla pelle, i clienti possono utilizzare la tecnologia di riconoscimento facciale dell'app per vedere come le diverse tonalità e i diversi prodotti appaiono sul loro viso (Virtual Try on);
- negozi in cui i clienti scannerizzano il prodotto senza prenderlo, pagano tramite il riconoscimento facciale e, senza passare dalle casse, trovano la merce, già insacchettata, nella zona di carico. E il loro grado di soddisfazione è analizzato da telecamere capaci di riconoscere gli stati d'animo attraverso i movimenti del corpo.

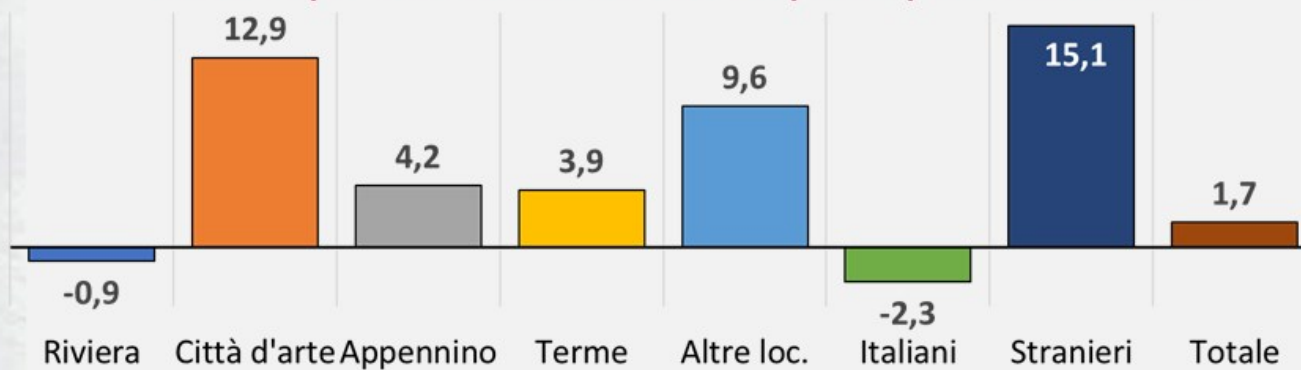
19 Secondo gli esperti il negozio del futuro sarà **phygital, una combinazione tra negozio fisico e virtuale, capace di offrire esperienze immersive** ...certo che un'esperienza immersiva con un panino digitale non so quanto dia soddisfazione...

Il negozio del futuro dovrà anche essere a portata di consumatore, sostenibile, accogliente.

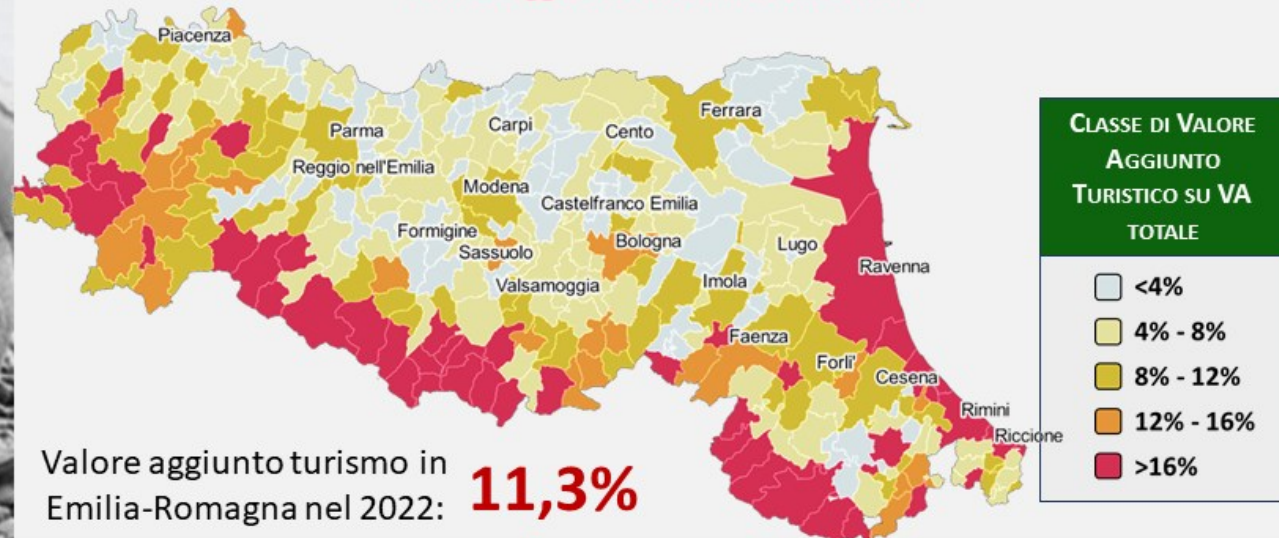
Il negozio va visto come un'infrastruttura sociale, un bene comune a disposizione dell'intera territorio. Questo richiede un salto culturale non indifferente.



Variatione presenze. Primi nove mesi 2023 rispetto ai primi nove mesi 2022



Valore aggiunto turistico. Anno 2022



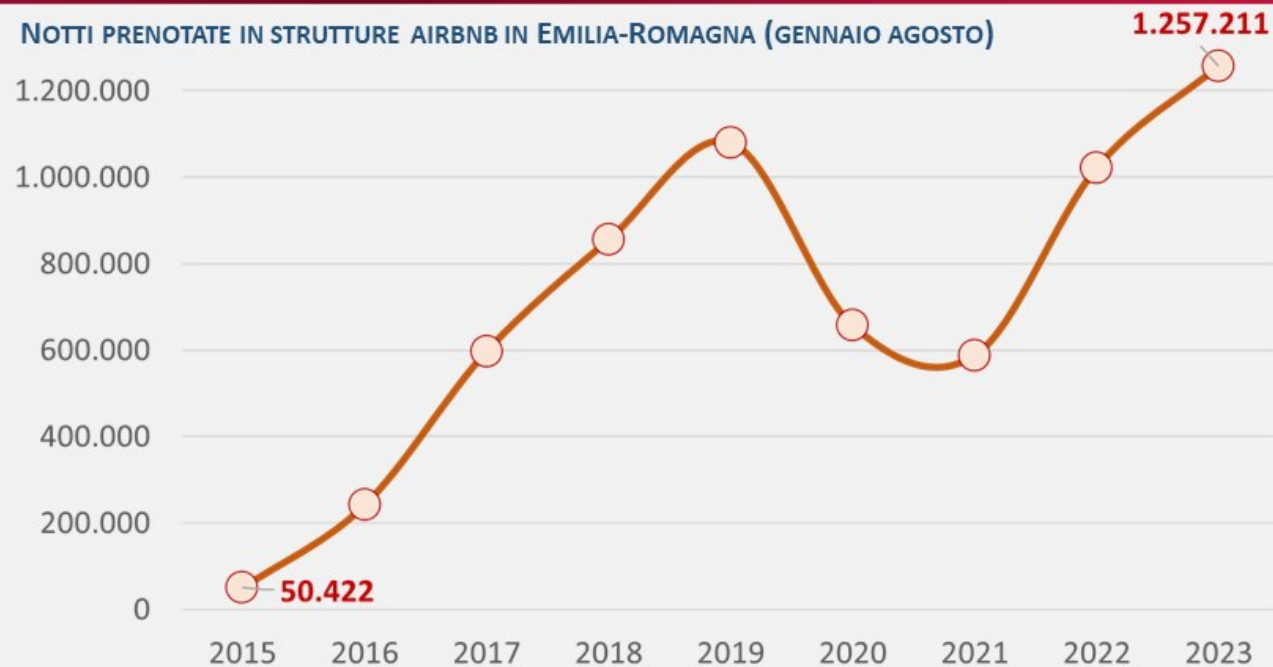
20 Nonostante l'alluvione presenze turistiche nel 2023 sono aumentate, grazie soprattutto al contributo degli stranieri. In lieve calo il turismo in riviera, cresce soprattutto nelle città d'arte.

Il turismo sta diventando un settore trainante anche in comuni fino a poco tempo fa non a forte vocazione turistica. Per esempio nel comune di Bologna il valore aggiunto turistico vale quasi il 16 per cento del valore aggiunto complessivo, la sua incidenza sta crescendo rapidamente anche a Modena.

A determinare questo risultato incide sicuramente l'aeroporto di Bologna, ma anche l'esplosione di Airbnb.



NOTTI PRENOTATE IN STRUTTURE AIRBNB IN EMILIA-ROMAGNA (GENNAIO AGOSTO)



Nel **2015** gli incassi stimati delle strutture Airbnb In Emilia-Romagna erano di **6,5 milioni di euro**. Nel **2022** hanno superato i **142 milioni**, con una crescita di oltre il 2mila per cento. Nei **primi 8 mesi del 2023** gli incassi hanno già raggiunto i **130 milioni di euro**.

2015 **111** notti/camera d'albergo ogni notte/camera in Airbnb.

2022 **7,3** notti/camera d'albergo ogni notte/camera in Airbnb.

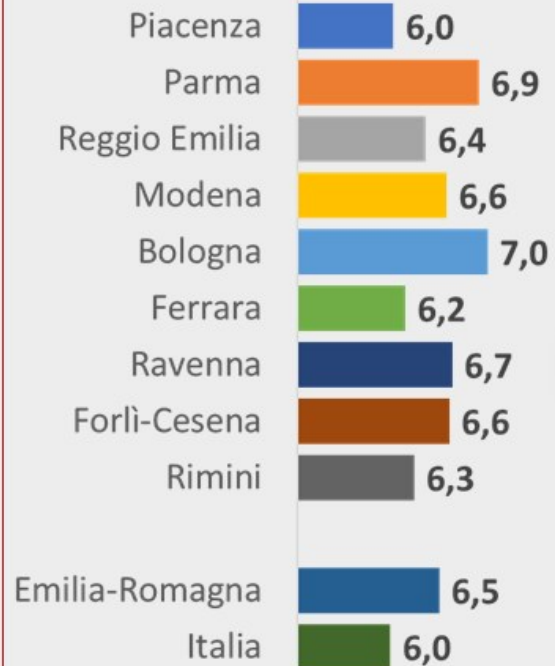
21

Nel 2015 ogni notte trascorsa in una struttura Airbnb in Emilia-Romagna ne corrispondevano 111 in camere d'albergo. Nel 2022 il rapporto è diventato una ogni sette, ogni notte in Airbnb ne corrispondono 7 in albergo. Se guardiamo allo sola città di Bologna il rapporto si avvicina a uno a uno (nel 2022 era 1 a 1,7).

Senza entrare nel merito di un dibattito già ampiamente avviato sul rapporto tra turismo e città, è evidente che si tratta di un altro aspetto di cui occorre avere particolare cura.



Indicatore sintetico ISTAT del BES, Benessere Equo e sostenibile



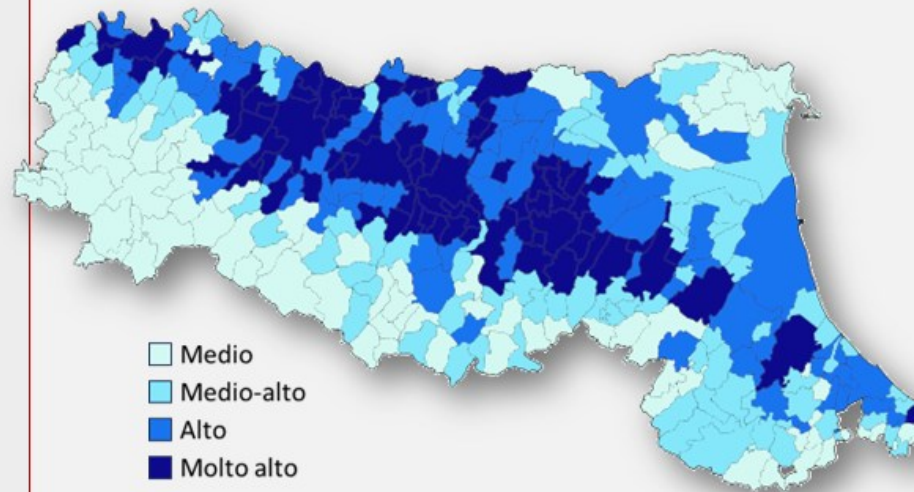
Persone incontrate da Caritas Emilia-Romagna

2019: **23.945** 2021: **23.333** 2022: **27.949**

Rispetto al 2021 le persone sono aumentate del 20%,
i giovani sono cresciuti del 45%, le donne del 24%.
Due terzi non sono italiani. Il 26% è occupato

Indicatore PABLO della dotazione di capitale territoriale

Capitale naturale, tecnico, umano e sociale



22

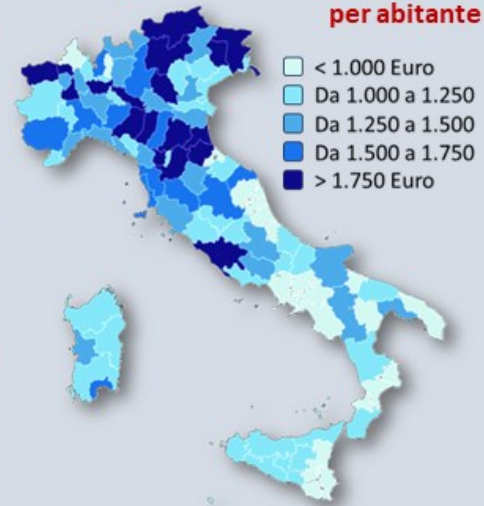
Fino ad ora abbiamo raccontato dei numeri che misurano l'impatto del rallentamento economico sui nostri settori. Non abbiamo dati altrettanto dettagliati sull'impatto che inflazione e andamento economico hanno sulle persone. Sappiamo che l'Emilia-Romagna è una delle regioni con minori casi di disagio sociale, l'ultimo rapporto BES la colloca al vertice nazionale, ciò non toglie che occorra guardare ai dati sociali con attenzione. **L'ultimo rapporto della Caritas regionale segnala un aumento delle persone incontrate nelle loro strutture, in particolare crescono i giovani, le donne, quelli che hanno un'occupazione ma con retribuzioni non sufficienti a garantire una vita dignitosa.**

23

Giocando è anche possibile individuare le aree di maggior rischio, quelle che per dati economici e sociali possono presentare maggiori fragilità.



Valore aggiunto dell'Economia Sociale per abitante

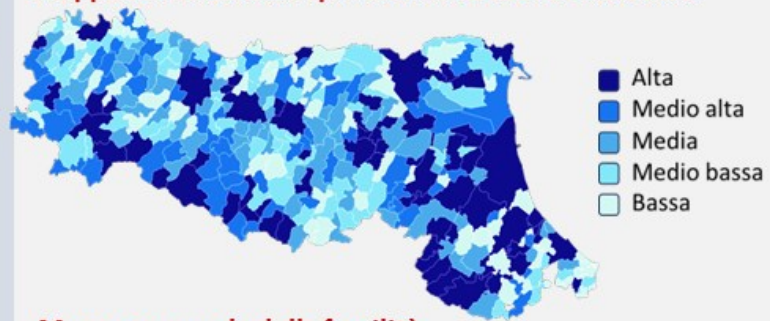


L'economia sociale in Emilia-Romagna

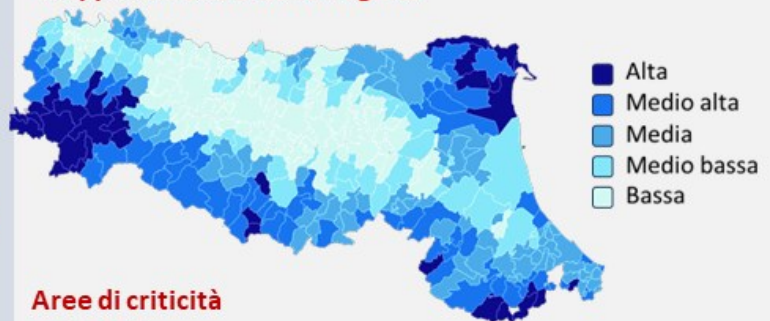
Oltre 33mila organizzazioni per 257mila addetti. Il valore aggiunto vale il 6,6% del totale regionale

- 24.743 associazioni
- 766 fondazioni
- 4.463 cooperative
- 3.352 altre forme

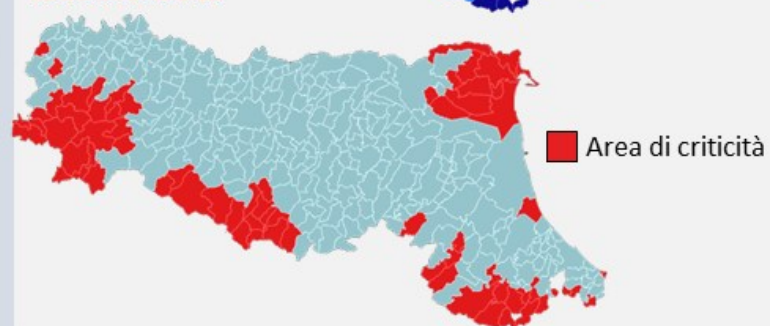
Mappa comunale della presenza dell'economia sociale



Mappa comunale della fragilità



Aree di criticità



24

Nella slide vedete tre mappe regionali.

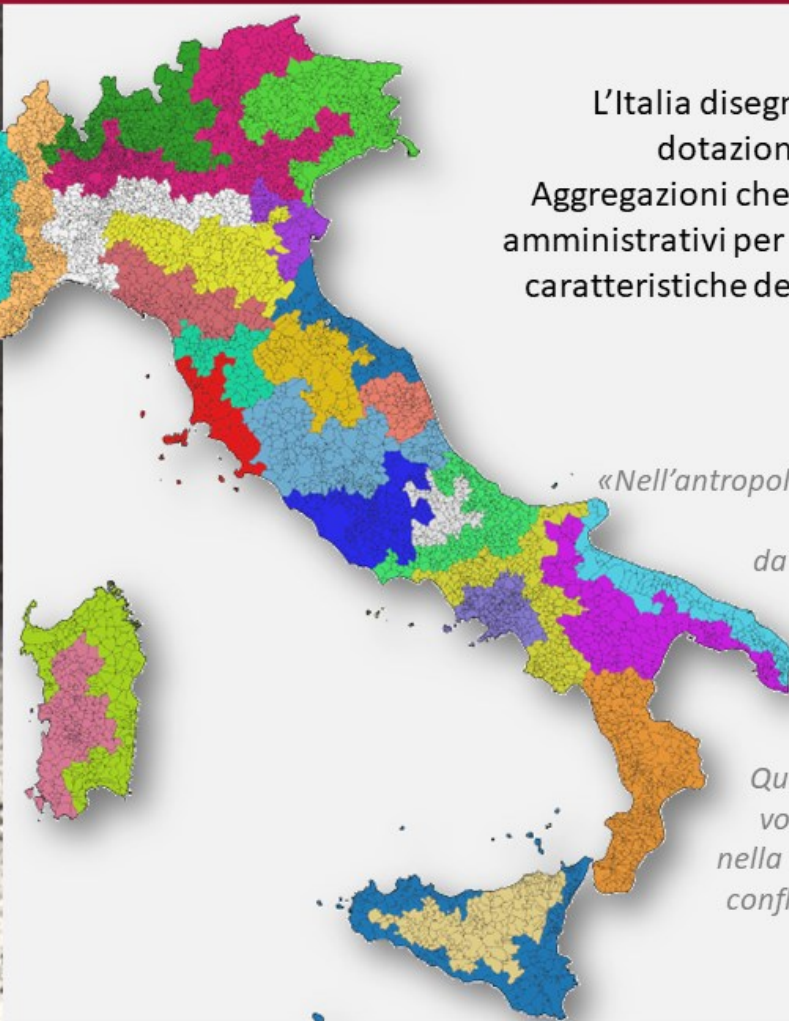
La prima riporta la **presenza dell'economia sociale** – dalle cooperative al mondo no profit – in rapporto alla popolazione.

Nella seconda sono riportate le aree con la maggior **concentrazione di persone fragili -anziani**, persone che vivono sole, poveri.

La terza mappa è la sovrapposizione delle due precedenti, le aree colorate di rosso sono quelle dove la **presenza dell'economia sociale potrebbe essere insufficiente per aiutare tutte le persone potenzialmente in difficoltà.**

25

Al di là del colore del singolo comune, quello che vorrei evidenziare è come aggregando numeri tra loro omogenei si vadano a definire delle aree che fuoriescono dai confini amministrativi tradizionali.



L'Italia disegnata dai numeri unisce i comuni con dotazione di capitale territoriale omogenea. Aggregazioni che fuoriescono dai tradizionali confini amministrativi per individuare comunità con analoghe caratteristiche demografiche, sociali ed economiche.

«Nell'antropologia della globalizzazione sostanziata da spazi aperti per produrre per competere, da una società dell'incertezza ove ogni cosa sembra in rapido mutamento e allo stato liquido e gassoso, tutto sembra fare condensa nell'unico spazio che sembra solido e certo: il territorio.

Questo diviene uno spazio di posizione - e a volte anche un spazio di rappresentazione - nella dinamica ipermoderna caratterizzata dal conflitto tra flussi che sorvolano e atterrano e mutano i luoghi in cui si vive»
(Aldo Bonomi)

26

Lo vediamo bene ripetendo lo stesso esercizio utilizzando tutti i dati demografici, economici e sociali a nostra disposizione. Aggregando i comuni che presentano valori simili otteniamo **una mappa dell'Italia diversa da quella conosciuta.**

Per esempio l'Emilia-Romagna risulterebbe divisa in quattro aree, un cuore centrale che va dal cesenate a Piacenza, una dorsale appenninica, una dorsale adriatica che sale da Ravenna fino al Veneto, un'altra dorsale adriatica che scende da Cervia fino ai confini con l'Abruzzo. Ciascuna di queste aree presenta peculiarità diverse, ha competenze distintive ma anche fragilità che richiedono cure.

27

Insisto su questo tema del territorio perché **in questa fase di grandi transizioni, dove tutto appare incerto, diventa fondamentale ripartire da ciò che è certo, il territorio.** Territorio inteso non tanto come entità geografica delimitato dai confini amministrativi, **ma dove c'è una reale condivisione di obiettivi e valori, territorio come luogo di cura e moltiplicatore delle risorse comuni.**



Rapporto sull'economia regionale nel 1995

PARTE PRIMA
CONSEGUENZE ECONOMICHE DELL'EVOLUZIONE DEMOGRAFICA IN EMILIA ROMAGNA

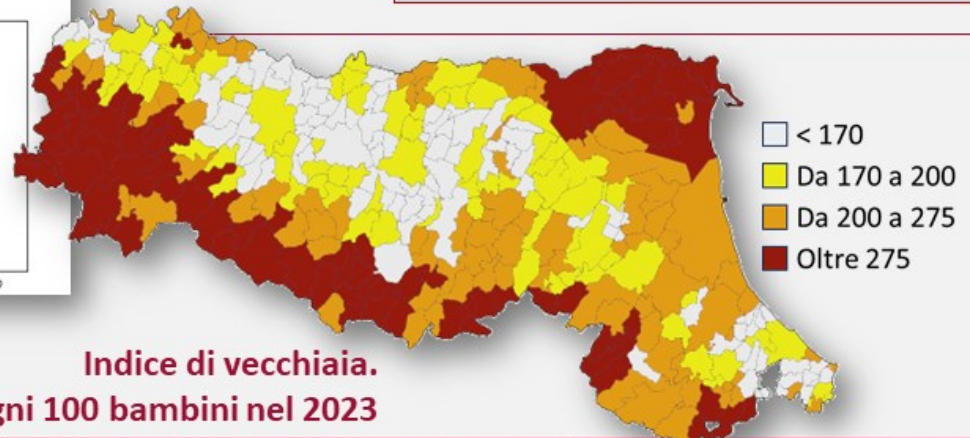
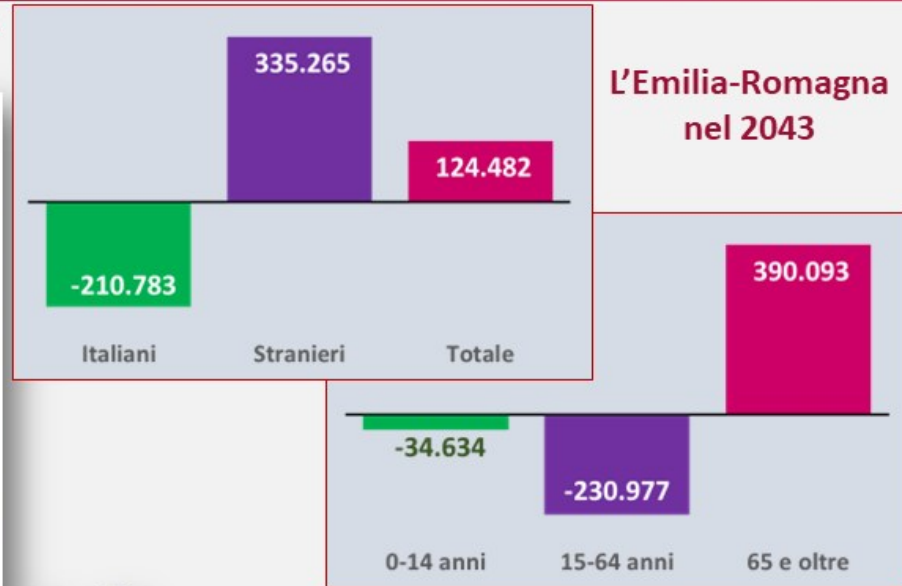
L'implosione demografica emiliano romagnola è ormai un fatto consolidato: popolazione sempre più anziana, un tasso di natalità tra i più bassi d'Europa, un saldo naturale costantemente negativo non sempre compensato dal saldo migratorio. Se queste tendenze si confermeranno in futuro le conseguenze economiche e sociali saranno rilevanti con evidenti ripercussioni sul mercato del lavoro, il consumo privato, l'edilizia abitativa, le pensioni, l'assistenza sanitaria e l'istruzione. Quantificare queste conseguenze non è semplice, in quanto alle assunzioni alla base delle proiezioni demografiche occorre aggiungere quelle sui fenomeni economici oggetto di studio. Al di là comunque della precisione delle stime è possibile delineare le tendenze di fondo, valutare le capacità del mondo economico di adattarsi alle variazioni strutturali della popolazione.

L'intento di questa relazione consiste proprio nell'ipotizzare diversi scenari demografici, costruiti sulla base di assunzioni differenti sui tassi di fecondità, di mortalità e di migratorietà, e cercare di tradurre numericamente le conseguenze che il verificarsi di questi scenari avrebbe sul mercato del lavoro, con particolare riferimento all'occupazione e al sistema previdenziale.

Il punto di partenza è l'analisi dell'evoluzione demografica. In questi anni l'Emilia Romagna sta attraversando la fase iniziale della transizione demografica: dopo oltre un secolo di crescita con tassi di incremento più o meno elevati, il saldo di variazione annua della popolazione presenta valori negativi o prossimi a zero. In questa tendenza l'Emilia Romagna sembra essere anticipatrice di quella che sarà l'evoluzione nazionale.

Il confronto tra la struttura per età della popolazione emiliano romagnola con quella nazionale offre validi spunti di analisi (tabella 1).

Figura A Tassi di crescita della popolazione in Emilia Romagna e in Italia. 1861=100



28

Un rinnovato protagonismo del territorio sarà ancor più rilevante di fronte alle sfide che ci aspettano. Pensiamo a quella legata all'inverno demografico. Non arriva inattesa, la prima presentazione di questo rapporto la feci nel 1995 e il titolo di allora era «*conseguenze economiche dell'evoluzione demografica in Emilia-Romagna*», avventurandomi in previsioni che stanno trovando conferma nei dati reali. Non perché io sia stato particolarmente bravo, è perché le traiettorie demografiche sono difficili da modificare.

29

Le previsioni più recenti ci dicono che tra vent'anni l'Emilia-Romagna avrà 125mila abitanti in più, i bambini saranno 35mila in meno, quelli in età lavorativa diminuiranno di 231mila unità, gli anziani 390mila in più. Bene, avere molti anziani, e io spero di essere tra questi, vuol dire che qui si vive bene. Dal punto di vista dell'impatto economico e sociale bisogna arrivarci preparati.

«Se niente importa, non c'è niente da salvare»

(Jonathan Safran Foer)



30 Qual è il messaggio che voglio lasciare con questa presentazione? In realtà sono tre. Il **primo** è quello di una regione che anche in questa fase di rallentamento sa essere locomotiva e laboratorio di nuove idee. Quest'ultimo aspetto si coglie poco nei numeri presentati, ma lo ritroviamo nelle tante azioni che vanno dall'attrazione dei talenti all'intelligenza artificiale.

Il **secondo messaggio** è che presto l'economia, come è normale che sia, ripartirà. Agganciare la ripresa non è automatico, la regione è ricca di imprese eccellenti, territori virtuosi e persone talentuose già pronte, forse non si sono mai fermate. Vi sono altre realtà meno eccellenti e meno talentuose che vanno accompagnate.

31

Il **terzo messaggio** è avere cura, farsi carico come comunità delle fragilità esistenti e delle vulnerabilità che potrebbero emergere nei prossimi anni. Fragilità delle imprese, delle persone, del territorio stesso. Avere cura significa avere a cuore. «**Se niente importa, non c'è niente da salvare**». La storia della nostra regione insegna che qui tutto importa, tutto va curato e salvato, anche i pupazzi di neve possono essere risollepati. È stato così in passato, sono certo che sarà così anche nei prossimi anni.