



L'economia dell'Emilia-Romagna nel 2024 e previsioni per il 2025



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA



Regione Emilia-Romagna

L'anno che verrà.
Emilia-Romagna, officina generativa di relazioni

Guido Caselli
Direttore Centro studi e ricerche
Unioncamere Emilia-Romagna





1. Ingresso: benvenuto personalizzato Appena entri, un sensore ti riconosce il riconoscimento facciale, collegandosi al tuo profilo personale. Non c'è bisogno di cercare fisicamente i capi: un sistema intelligente ti mostra una selezione in base ai tuoi gusti.

2. Area di scelta e prova: phygital al massimo

- **Scelta intelligente:** Ologrammi interattivi ti permettono di esplorare l'intera collezione, vedere varianti di colore e materiali.
- **Realtà aumentata:** Puoi provare gli abiti virtualmente davanti a uno specchio AR. Lo specchio simula in tempo reale come ti starebbe un capo, combinandolo con altri articoli già scelti.
- **Prove fisiche ottimizzate:** Se preferisci indossare davvero gli abiti, il camerino è una cabina hi-tech con specchi interattivi.

3 Sostenibilità: un modello circolare

- **Economia circolare in azione:** Un'area del negozio è dedicata al reso o al riciclo dei tuoi vecchi abiti. Puoi lasciare i capi che non usi più, che saranno rigenerati o donati. In cambio, ottieni sconti o crediti.
- **Laboratorio on-site:** Una parte del negozio è un mini laboratorio sartoriale, dove puoi richiedere riparazioni, modifiche o addirittura capi personalizzati creati su misura.
- **Trasparenza ambientale:** Ogni capo ha un'etichetta digitale che racconta l'intera filiera produttiva, così sai da dove arriva e quanto è sostenibile.

4 Spazio multifunzionale Oltre all'area di vendita, il negozio è pensato come luogo di aggregazione, incontro e ispirazione.

- **Eventi e workshop:** Puoi partecipare a eventi sulla moda sostenibile, corsi per imparare a riparare i tuoi vestiti o incontri con designer emergenti.
- **Area relax e coworking:** C'è uno spazio lounge con caffetteria biologica, perfetto per fare una pausa, incontrare persone o lavorare.

5 Pagamento invisibile I capi scelti vengono automaticamente registrati tramite sensori. Non ci sono casse: la spesa viene addebitata mentre esci.

1. Negli ultimi tempi mi sto divertendo a chiacchierare con ChatGpt sul futuro. Per esempio gli ho chiesto come sarà il negozio di abbigliamento. Ad accoglierci un assistente virtuale che grazie al riconoscimento facciale accederà al nostro profilo e ci proporrà una selezione in linea con i nostri gusti. Sceglieremo attraverso ologrammi interattivi, non avremo bisogno di provare fisicamente gli abiti, lo faremo virtualmente davanti a uno specchio per la realtà aumentata che ci consentirà di cambiare immediatamente modelli, colori, ci proporrà gli abbinamenti più appropriati.

2. Sarà un negozio attento alla sostenibilità, dalla rigenerazione degli abiti usati all'etichetta digitale che ci racconta l'intera filiera produttiva del nostro abito. Ovviamente niente casse – e niente cassieri e, forse, niente commessi - la spesa ci verrà addebitata direttamente sul nostro conto. Sembra fantascienza, in realtà ChatGpt ha semplicemente unito in un unico racconto esperienze che già esistono. Quindi nulla di inventato, c'è già tutto.



3. Quando ho raccontato come sarà il negozio del futuro al signore che vedete nella foto questa è stata la sua reazione. Credo sia definitivamente capottato quando ha visto queste mappe.

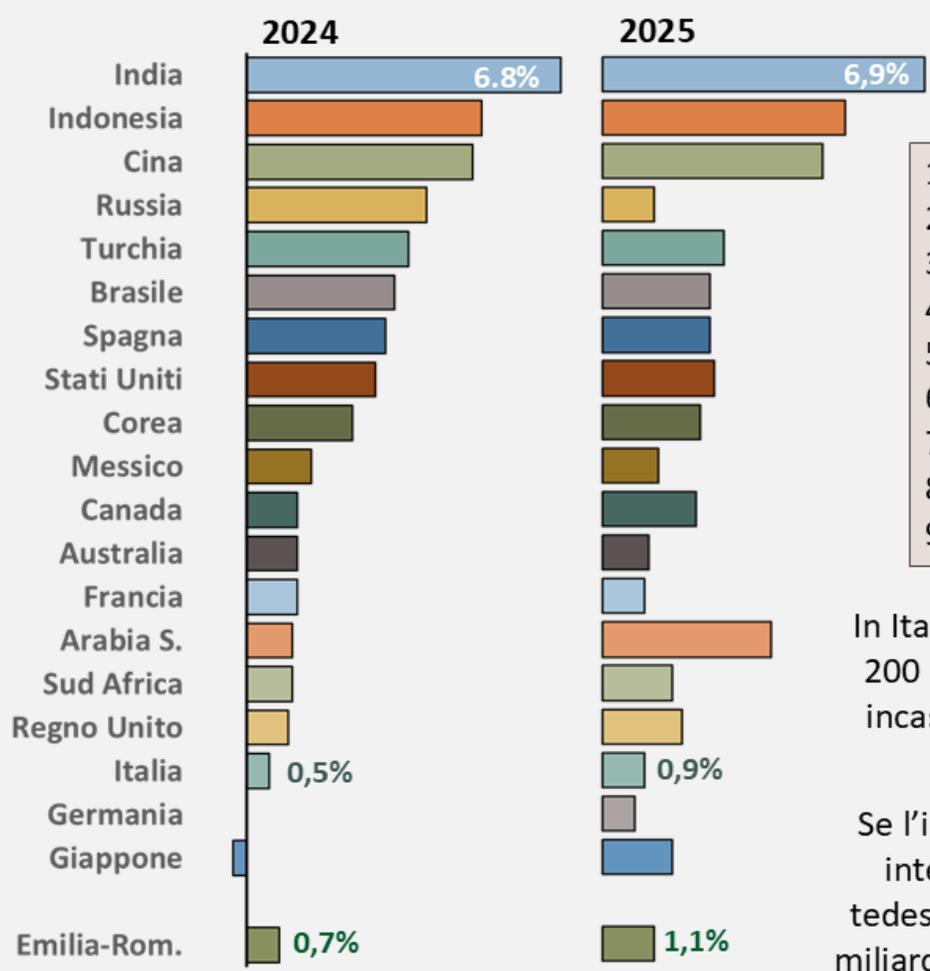
Nella parte in alto vedete la variazione del PIL negli ultimi vent'anni. L'economia globale è cresciuta del 112 per cento, se fosse una velocità potremmo dire che il mondo ha viaggiato a un'andatura che si tiene in auto. C'è chi ha viaggiato in formula uno come la Cina, chi in monopattino elettrico come gli Stati Uniti, chi in bicicletta come buona parte dell'Europa. Chi a piedi, come l'Italia. In vent'anni siamo cresciuti meno del 6 per cento.

4. Nel nostro Paese solo tre regioni sono andate in bicicletta, Trentino Alto Adige, Lombardia ed Emilia-Romagna.



5. Nel racconto di oggi vorrei condividere con voi alcune riflessioni su come possiamo passare dalla seconda slide alla prima, come costruiamo un ponte tra passato, presente e futuro, tra ciò che siamo e ciò che saremo.

6. Ma soprattutto, come possiamo far convivere le sfogline di Castelfranco Emilia con il robot tortellinaro. Il percorso che vi propongo, come al solito, l'ho costruito giocando con i numeri.



Perché l'Italia è fanalino di coda secondo ChatGpt

1. bassa produttività
2. rigidità del mercato del lavoro
3. debolezze infrastrutturali e burocratiche
4. debito pubblico elevato
5. demografia sfavorevole
6. scarsa competitività internazionale
7. problemi educativi e fuga di cervelli
8. stagnazione riforme economiche
9. dipendenza da settori tradizionali

In Italia sommerso e attività illegali valgono oltre 200 miliardi, il tax gap - la differenza tra quanto incassato e quanto si sarebbe dovuto incassare senza evasione - vale circa 90 miliardi.

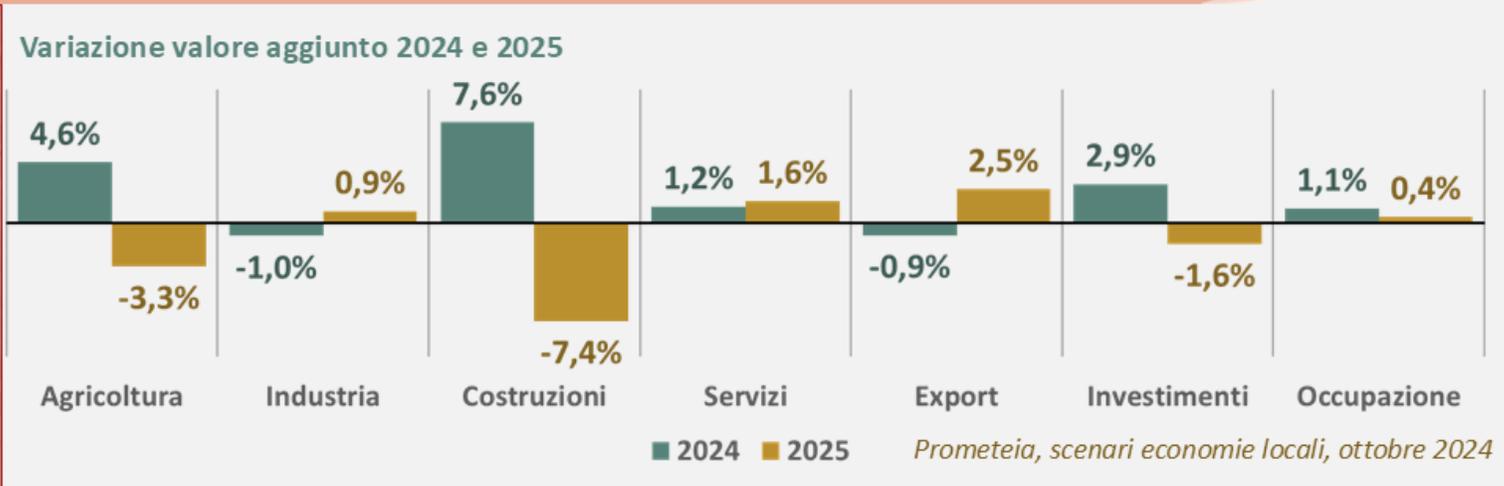
Se l'incidenza della nostra evasione sul prodotto interno lordo fosse simile a quella francese o tedesca ogni anno potremmo disporre di circa 45 miliardi in più per le politiche economiche e sociali.

OECD, dicembre 2024. Dato Emilia-Romagna stima Unioncamere ER

7. Sono uscite qualche giorno fa le previsioni dell'Ocse sulla crescita del PIL nel 2024 e previsioni 2025. L'Italia si conferma fanalino di coda, ci giochiamo l'ultimo posto con la Germania e con il Giappone. Tra le principali economie Giappone e Italia sono quelle cresciute meno negli ultimi vent'anni, i due Paesi sono anche al primo e secondo posto per presenza di popolazione anziana. Non è un caso. Ho chiesto a ChatGpt perché continuiamo a crescere meno degli altri, mi ha proposto un elenco di criticità che sono quelle che ben conosciamo, dalla bassa produttività alla burocrazia passando dall'enorme debito pubblico che ci portiamo dietro.

8.. Credo sia importante ricordare un altro aspetto non citato dall'intelligenza artificiale, l'evasione fiscale. Senza perderci dietro tanti numeri, se l'Italia avesse un livello di evasione analogo a quello di Germania e Francia - quindi non zero ma semplicemente in linea con i Paesi con i quali abitualmente ci confrontiamo - ogni anno avremmo a disposizione dai 40 ai 50 miliardi in più da destinare alle politiche economiche e sociali. E saremmo qui a commentare altri dati.

	2024	2025
Emilia-Romagna	0,9	0,9
ITALIA	0,9	0,8



9. E invece no, come ci capita da parecchi anni siamo qui a raccontare i dati di un'Emilia-Romagna che continua ad andare un po' meglio del Paese, ma senza allontanarsi troppo.

Nel 2024 a soffrire è soprattutto l'industria, sconta la battuta d'arresto delle esportazioni. Dovrebbe andare un po' meglio nel 2025.

Le costruzioni beneficiano ancora dell'effetto superbonus, ma si attende una brusca caduta nel 2025. Tengono i servizi.

Dal punto di vista territoriale meglio Bologna e Modena, in maggior difficoltà Ferrara e Piacenza.

10. Continua a crescere l'occupazione, nell'ultimo anno l'aumento è stato di circa 7mila lavoratori in più, equamente diviso tra uomini e donne. Bene e nettamente migliori rispetto alla media nazionale sia la partecipazione al lavoro che il tasso di disoccupazione.

Complessivamente diminuisce il numero delle persone che non studiano e non lavorano, però aumenta tra le donne. In molti casi si rinuncia a lavorare per accudire familiari non autosufficienti.



ATTRAZIONE DEI TALENTI

Da e per altre regioni italiane. Media annua

Saldo tra giovani laureati (25-39 anni) che arrivano in regione e quelli che vanno via	ITALIA +4.657	In entrata	8.099
		In uscita	3.442

Da e per l'estero. Media annua

	ESTERO -673	In entrata	650
		In uscita	1.323

RETRIBUZIONI

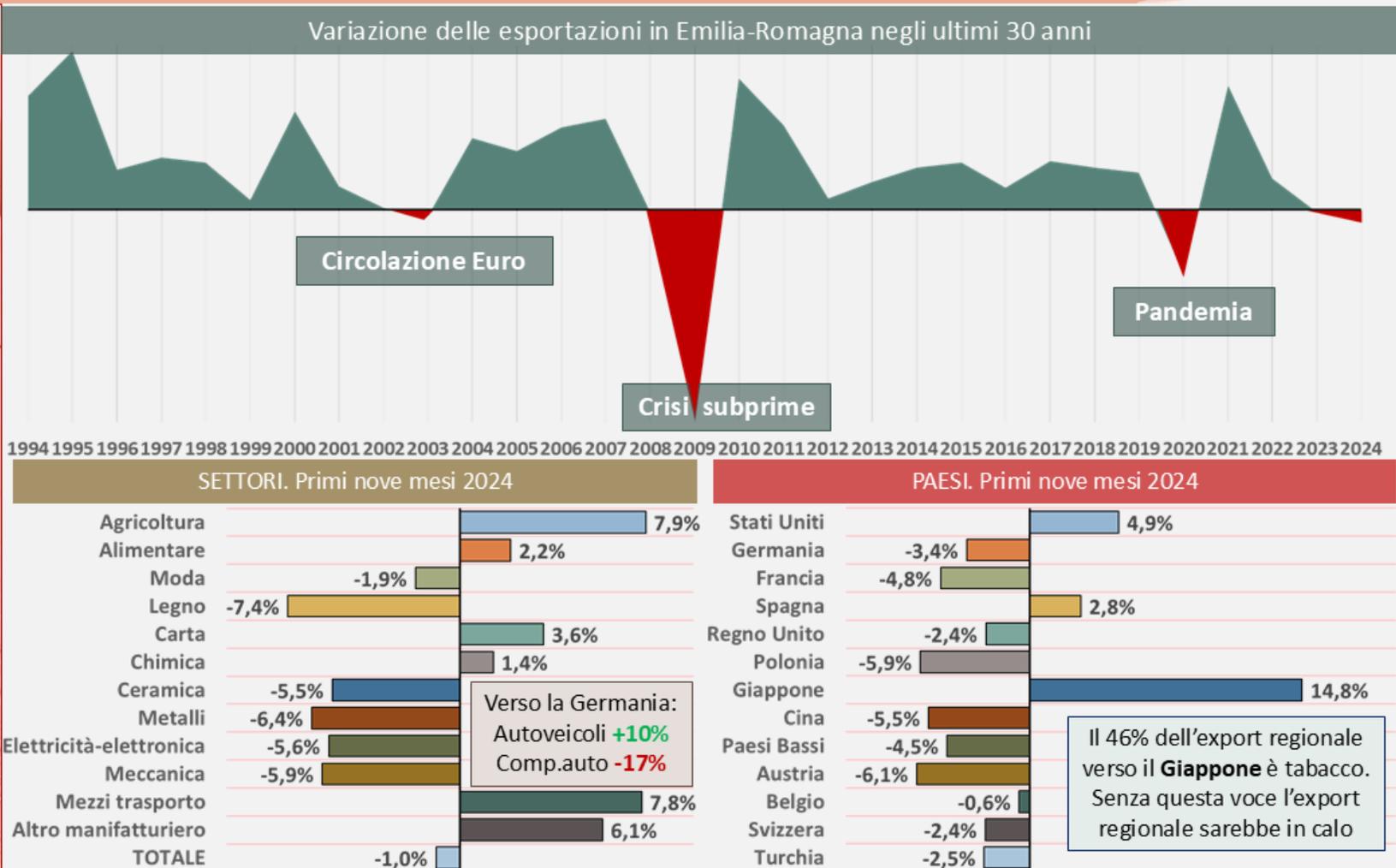
Le **retribuzioni** medie giornaliere dei lavoratori dipendenti in Emilia-Romagna negli ultimi 10 anni sono **diminuite del 7 per cento**, -8 per cento in Italia. **Un dipendente maschio in Emilia-Romagna guadagna il 20 per cento in più rispetto a una donna.** Già all'ingresso nel lavoro un ragazzo- stessa età, stesso settore, stessa qualifica - ha una retribuzione del 9 per cento superiore a quello di una ragazza, gap che si attesta attorno al 26 per cento dopo i 50 anni.

DIFFICOLTÀ DI REPERIMENTO

Il 67 per cento delle aziende manifatturiere ha difficoltà nel reperire le figure cercate. Nel 9 per cento dei casi (**22 per cento** tra le medie/grandi) i candidati scelgono in base al portafoglio di benefit e servizi welfare proposto dalle aziende. Le imprese più piccole puntano su maggiorazioni economiche e flessibilità dell'orario. Le aziende più strutturate puntano sull'assicurazione sanitaria, su servizi per l'infanzia e caregiver, su trasporto e alloggi.

11. Alcuni numeri su mercato del lavoro e dintorni. Innanzitutto l'attrattività. Ogni anno in Emilia-Romagna arrivano circa 8mila giovani laureati provenienti da altre regioni italiane, mentre i giovani laureati che lasciano la nostra regione sono stati circa 3.400, quindi un saldo positivo di 4.600 laureati. Vuol dire che siamo attrattivi rispetto alle altre regioni italiane. Non è così per l'estero, quelli che vanno via dalla nostra regione sono il doppio rispetto a quelli che arrivano. Tra le ragioni anche il fatto che da noi si guadagna meno e che il potere d'acquisto delle retribuzioni continua a calare, -7 per cento negli ultimi 10 anni. Rimane elevato il gap di genere.

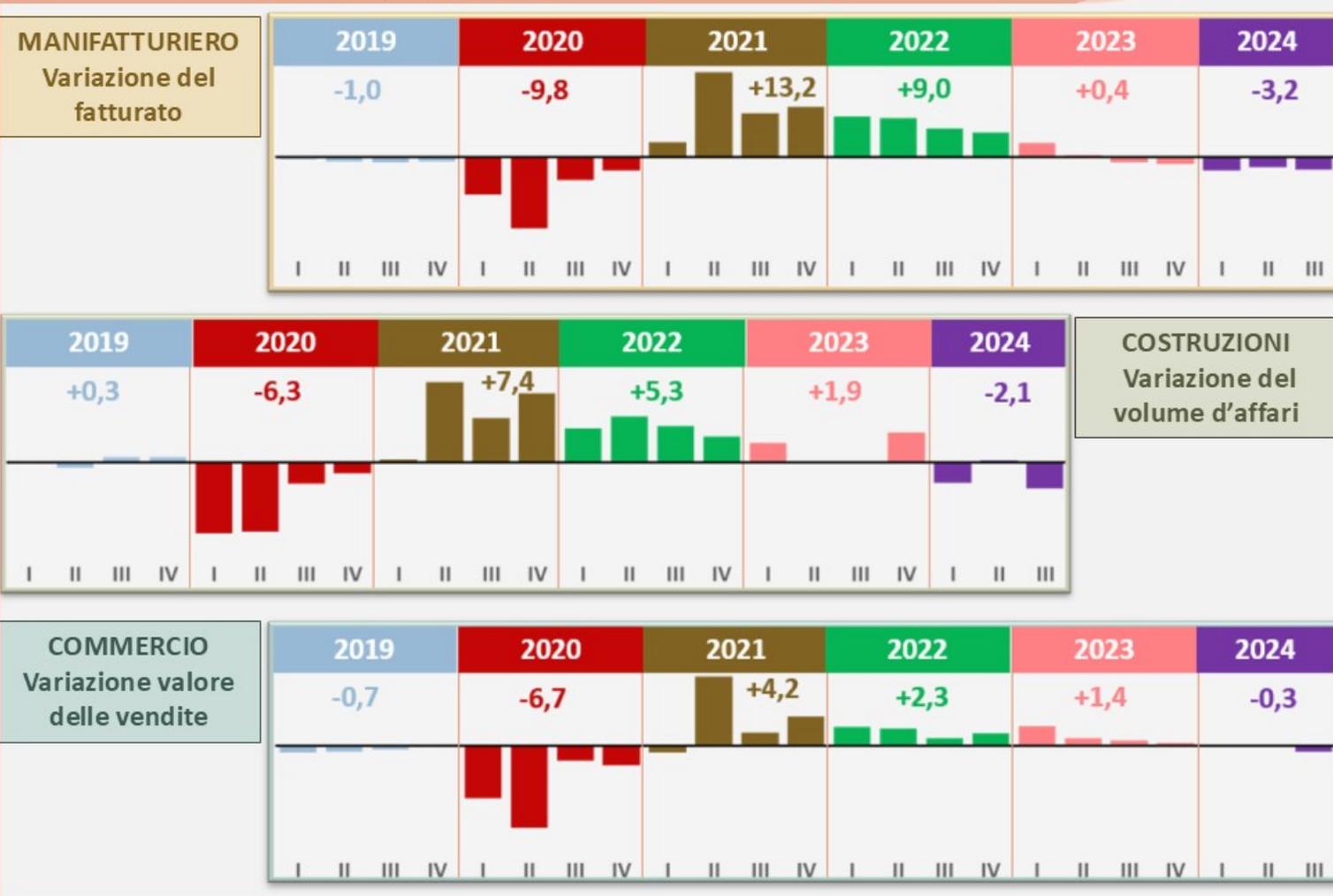
12., Già all'entrata nel mondo del lavoro una ragazza, a parità di condizioni, guadagna il 9 per cento in meno di un ragazzo, valore che diventa del 26 per cento al termine della carriera lavorativa. Continua a crescere il mismatch tra domanda e offerta di lavoro, nel manifatturiero due terzi delle imprese non trovano le figure cercate. Ciò determina una concorrenza tra imprese, le più piccole cercano di attrarre puntando su retribuzioni più alte e flessibilità, le più grandi su assicurazione sanitaria a servizi welfare. Nelle imprese oltre 50 addetti nel 22 per cento dei casi è stata proprio l'offerta di servizi a pesare sulla scelta del candidato.



13. Abbiamo visto che chiuderemo l'anno con un calo dell'export, negli ultimi 35 anni era capitato solamente altre 3 volte. La prima nel 2002/2003 in coincidenza con l'entrata in circolazione dell'euro, la seconda nel 2009 con la crisi dei subprime, la terza nel 2020 con la pandemia.

La conferma del calo viene anche dai dati Istat relativi ai primi nove mesi dell'anno, -1 per cento. un calo che riguarda soprattutto la ceramica e la metalmeccanica.

14. Si parla spesso dell'effetto Germania sul settore dell'automotive, da un lato la vendita di autoveicoli va ancora alla grande, dall'altro a soffrire è chi lavora in subfornitura con le imprese tedesche, quindi tutta la componentistica che riguarda parti e accessori per auto e loro motori. Tra i mercati cresce quello americano, gli Stati Uniti sono diventati il principale partner commerciale della regione. Calano Francia e Germania, in flessione anche il mercato cinese, aumenta il Giappone. Nel guardare i dati del Giappone teniamo presente che quasi la metà del nostro export riguarda il tabacco. Se scorporiamo il dato del tabacco il nostro export verso il Giappone è in calo.



15. Anche il barometro delle nostre indagini congiunturali segna cattivo tempo. Nel manifatturiero sono ormai sei trimestri che registriamo dei cali del fatturato, il sistema moda è quello in maggior difficoltà, mentre tiene l'alimentare. Tutte le classi dimensionali sono in sofferenza, ad andare peggio le aziende più piccole.

Nelle costruzioni la fine degli incentivi inizia a pesare soprattutto sulle artigiane e sulle imprese meno strutturate, quelle grandi al momento tengono, ma le previsioni non sono buone.

16 Nel commercio da due anni registriamo variazioni del valore delle vendite che faticano a staccarsi dallo zero, a volte un po' sopra, a volte un po' sotto. Tiene la grande distribuzione e i negozi alimentari, in forte difficoltà quelli specializzati nell'abbigliamento e quelli che vendono articoli per la casa ed elettrodomestici.

Arredare il tunnel



Prendersi il rischio di andare oltre (CENSIS 2024)

In una società chiusa, la crescita o non c'è o è drammaticamente lenta. Lo sviluppo economico, sociale e del benessere personale matura nelle società capaci di aprirsi al nuovo, che sanno spezzare il recinto, di esplorare nuovi confini, di accogliere innesti e correre nuovi pericoli. (...)

Una società aperta porta con sé dei rischi, per le istituzioni collettive e per la vita privata. Con i rischi, porta anche preoccupazioni relative alla perdita di sicurezza, alle limitazioni alla redistribuzione delle rendite, all'ibridazione culturale.

Rischi che al momento la nostra società non sembra disponibile ad assumersi, ma che, allo stesso tempo, non può permettersi di non correre, se vuole crescere e non più galleggiare.

17. Non so quante volte in questi anni ho cambiato l'arredamento al tunnel, ma di fronte a questi numeri credo che il consiglio di arredarlo resti valido. Arredare il tunnel non ha un'accezione negativa, significa essere preparati per affrontare i cambiamenti che stanno avvenendo e attrezzarsi per quelli che avverranno nei prossimi anni.

Non sappiamo come sarà il futuro, l'unica certezza che abbiamo è che ci aspetta un futuro diverso. Diverso, non necessariamente peggiore.

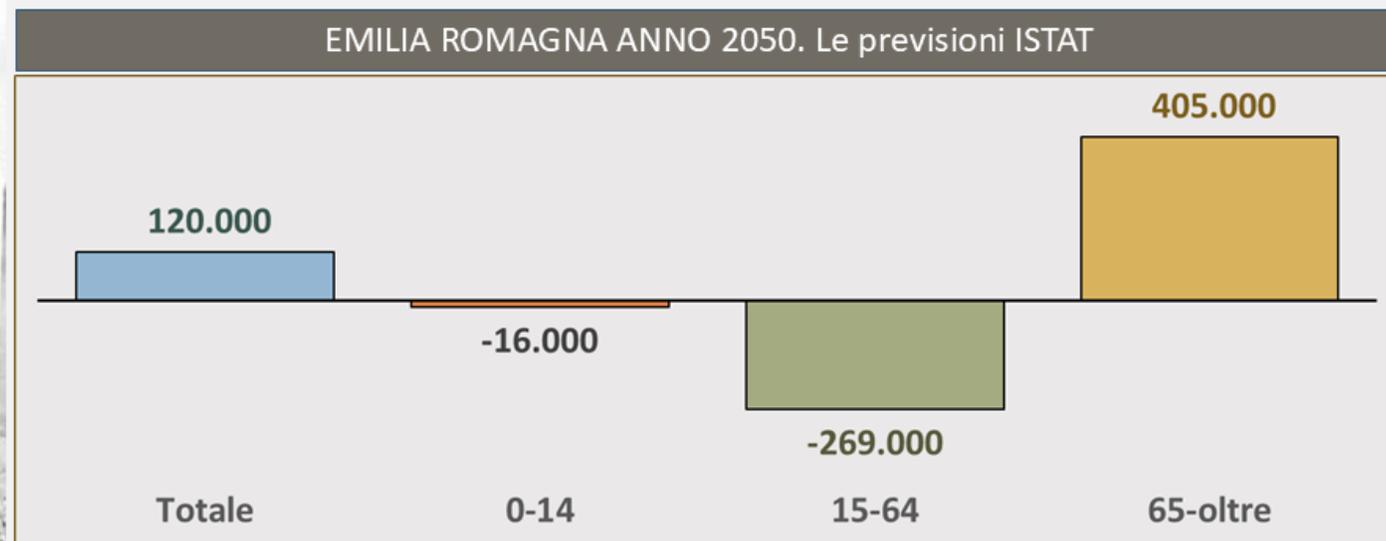


Sospesi tra il non più e il non ancora



Ci aspetta un futuro diverso. Diverso, non necessariamente peggiore

18. In passato abbiamo parlato anche dell'essere sospesi tra il non più e il non ancora, che è molto simile a quanto racconta il Censis parlando di un'Italia che galleggia, un'Italia che avrebbe la necessità di aprirsi al nuovo e andare oltre se vuole smettere di galleggiare e iniziare a crescere. Ma non è pronta per farlo, non ha il coraggio di affrontare i rischi connessi al cambiamento.



CAMBIO DI PARADIGMA PER IL TERRITORIO

NON PIÙ

Imprese competitive fanno il territorio competitivo.

NON ANCORA (WORK IN PROGRESS)

Si è competitivi come persone e come imprese se il territorio è competitivo.



CAMBIO DI PARADIGMA PER LE IMPRESE

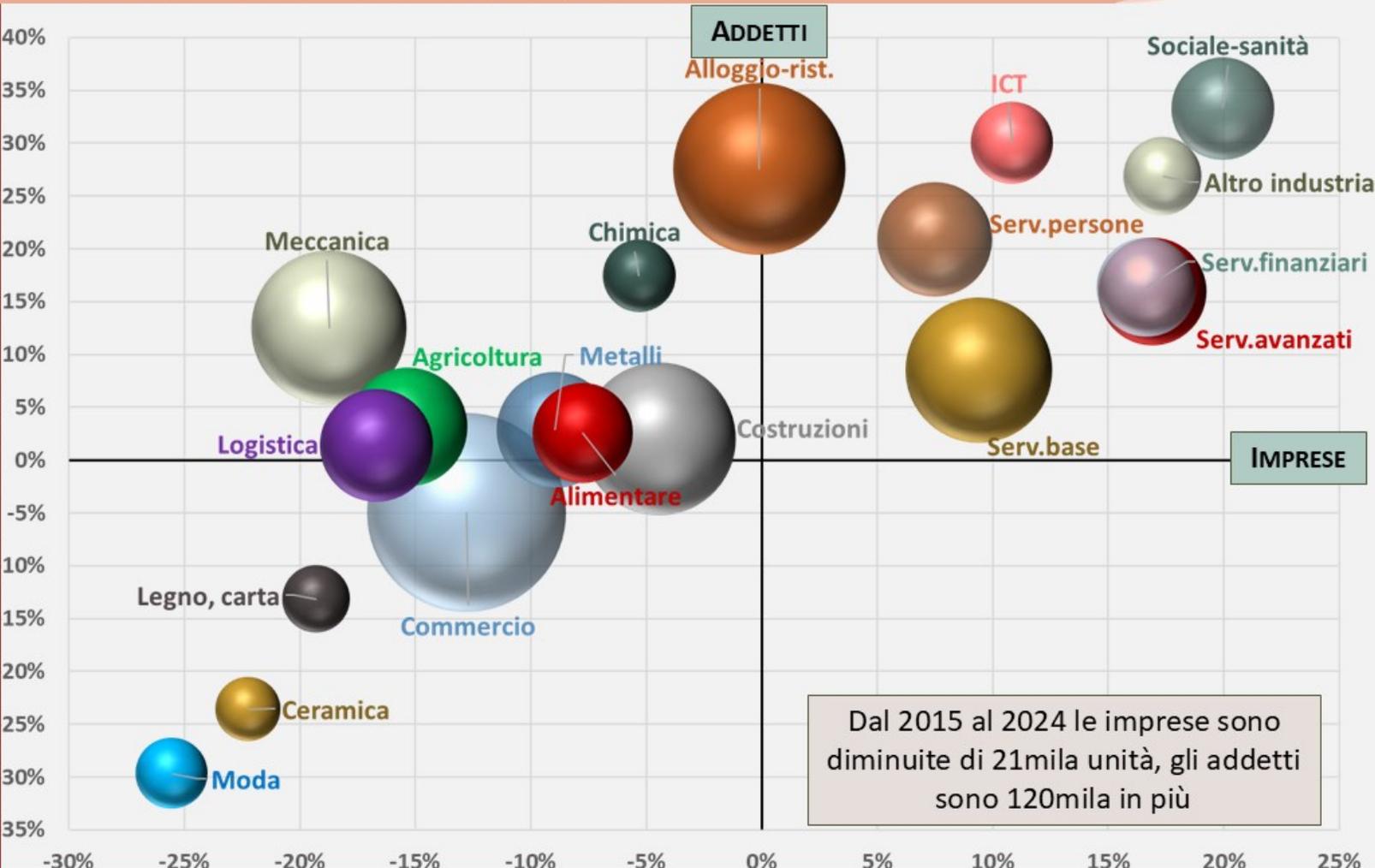
HAQUE. Capitalismo costruttivo

Le strategie aziendali devono passare dall'**efficienza operativa**, che minimizza i costi contabili, all'**efficienza sociale** che ha come obiettivo minimizzare anche i costi sulla comunità, sull'ambiente, sulle future generazioni.

20. È evidente che un modello economico e sociale come quello di oggi non può reggere davanti a questi numeri, serve un cambio di paradigma, probabilmente serve un nuovo rapporto con il territorio un maggior coinvolgimento della collettività.

19. Sul fatto che sia necessario andare oltre basta guardare alle previsioni demografiche dell'Istat. Da qui al 2050 l'Italia perderà oltre 4 milioni di abitanti, solo Trentino Alto-Adige, Lombardia ed Emilia-Romagna avranno più abitanti. Sono le stesse regioni che abbiamo visto andare in bicicletta, non è un caso.

È vero che cresciamo, però andiamo a vedere come si distribuiranno i 120 mila abitanti in più. Ci saranno 16 mila bambini in meno, la popolazione in età lavorativa diminuirà di 270 mila unità, ci saranno 400 mila anziani in più.



Dal 2015 al 2024 le imprese sono diminuite di 21mila unità, gli addetti sono 120mila in più

21. Tracce di cambiamento e di apertura verso il nuovo le possiamo cogliere guardando a quanto accaduto negli ultimi 10 anni.

In Emilia-Romagna si contano 21mila imprese in meno e 120mila addetti in più. In alto a destra i settori che hanno creato nuove imprese e nuova occupazione. L'Emilia-Romagna è cresciuta soprattutto in quelle attività che intercettano i cambiamenti in atto, il sociale che intercetta la cura e il benessere delle persone, l'ICT che include il digitale, l'altro industria che ha al suo interno tutto ciò che ruota attorno al mondo dell'energia rinnovabile e la sostenibilità.

22. In generale cresce il terziario e calano alcune attività manifatturiere, in particolare la moda, la ceramica, la lavorazione del legno e dei mobili.



Affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing	2.528
Consulenza imprenditoriale e altra consulenza aziendale nca	2.172
Altri lavori di completamento e di finitura degli edifici	2.153
Commercio al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto effettuato via internet	1.757
Intermediari del commercio di vari prodotti senza prevalenza di alcuno	1.547
Attività delle società di partecipazione (holding)	1.390
Attività di servizi per la persona nca	1.150
Affittacamere per brevi soggiorni, case ed appartamenti per vacanze, b&b	954
Altri servizi di sostegno alle imprese nca	929
Ristorazione con somministrazione; ristorazione connessa alle aziende agricole	761

Trasporto di merci su strada	-2.454
Bar e altri esercizi simili senza cucina	-1.816
Commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento, calzature	-1.655
Costruzione di edifici residenziali e non residenziali	-1.505
Intonacatura e stuccatura	-1.237
Commercio al dettaglio di confezioni per adulti	-930
Commercio al dettaglio ambulante di altri prodotti	-827
Confezione di abbigliamento in pelle e similpelle	-766
Commercio al dettaglio ambulante di prodotti alimentari e bevande	-643
Commercio al dettaglio di giornali, riviste e periodici	-612

23. Possiamo guardare ancor più in profondità. In alto trovate le attività dove sono nate più imprese.

Crescono le imprese che si occupano di affitti, sia a lungo termine che a breve termine come nel caso di airbnb.

Cresce l'e-commerce e, allo stesso tempo, abbassano le saracinesche molti negozi in particolare quelli dell'abbigliamento.

24. Chiudono le edicole, chiudono i bar, nascono tantissime attività rivolte alle imprese e alle persone che prima non esistevano, attività completamente nuove che la classificazione Ateco non riconosce e le registra come "nca", non classificabili altrimenti.



25. I codici Ateco – che da gennaio cambieranno - sono solo la punta dell'iceberg di un modo di misurare l'economia che funziona sempre meno.

Da un lato i filtri con quali con i quali siamo soliti leggere l'economia forniscono una fotografia parziale e a volte distorta, della realtà.

26. Dall'altro ci sono tutta una serie di dinamiche che con i numeri che siamo soliti utilizzare non riusciamo a cogliere. Accanto a indicatori tradizionali come il PIL abbiamo bisogno di una nuova batteria di numeri per misurare a che punto siamo nel nostro tentativo di aprirci al nuovo e andare oltre.

Se toccando terra a Trude non avessi letto il nome della città scritto a grandi lettere, avrei creduto d'essere arrivato allo stesso aeroporto da cui ero partito. I sobborghi che mi fecero attraversare non erano diversi da quegli altri, con le stesse case gialline e verdoline. Seguendo le stesse frecce si girava le stesse airole delle stesse piazze. Le vie del centro mettevano in mostra mercanzie imballaggi insegne che non cambiavano in nulla.



Era la prima volta che venivo a Trude, ma conoscevo già l'albergo in cui mi capitò di scendere; avevo già sentito e detto i miei dialoghi con compratori e venditori di ferraglia; altre giornate uguali a quella erano finite guardando attraverso gli stessi bicchieri gli stessi ombelichi che ondeggiavano.

Perché venire a Trude? mi chiedevo. E già volevo ripartire. - Puoi riprendere il volo quando vuoi, - mi dissero, - ma arriverai a un'altra Trude, uguale punto per punto, il mondo è ricoperto da un'unica Trude che non comincia e non finisce, cambia solo il nome dell'aeroporto.

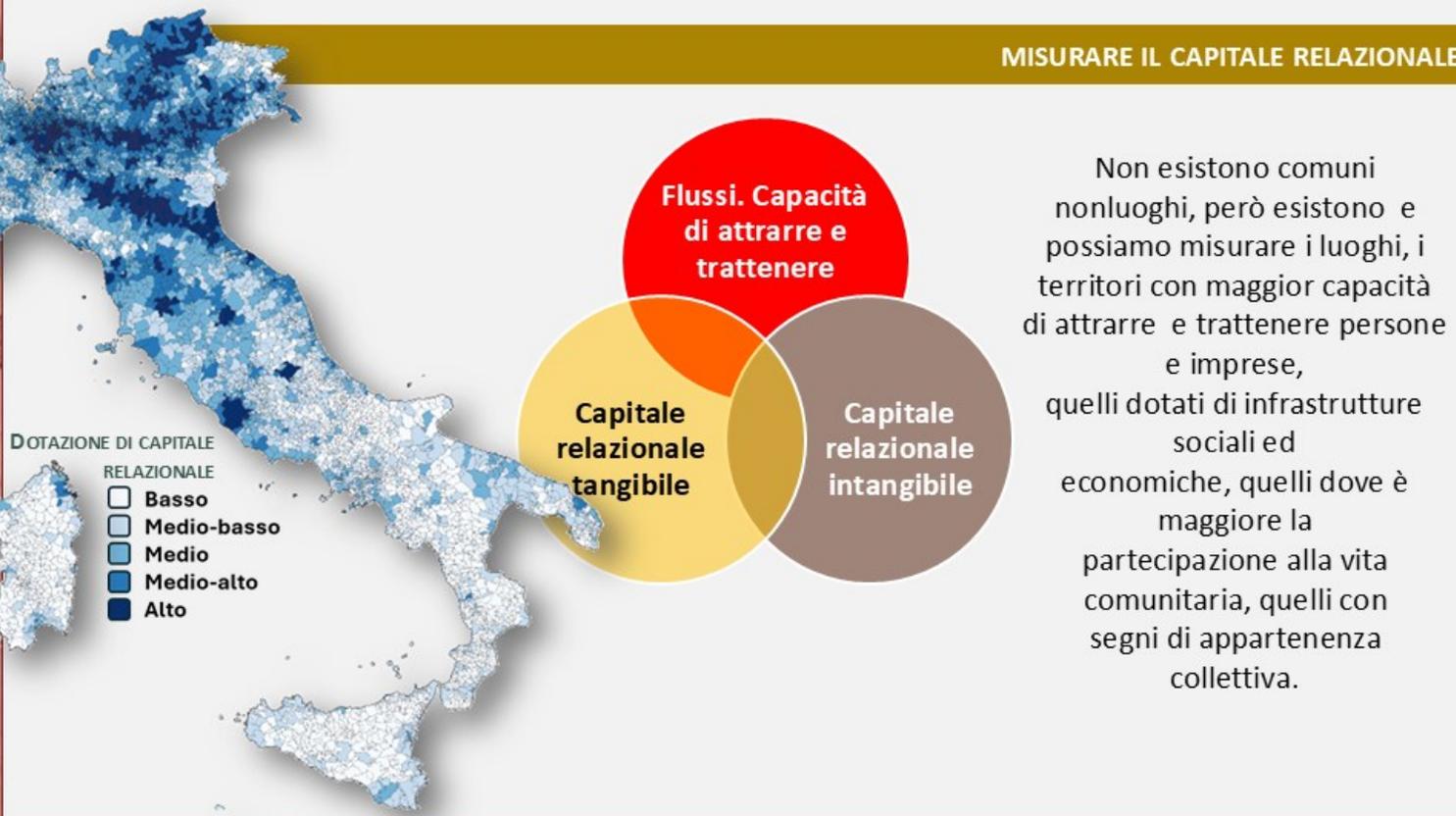
27. Anch'io, nel mio giocare con i numeri, mi sono avventurato nella ricerca di nuovi indicatori, in particolare l'idea mi è venuta dalla città di Trude, una delle città invisibili di Calvino.

28 La città di Trude è una città esattamente uguale a tutte le altre, tanto è vero che Calvino afferma «*Se toccando terra a Trude non avessi letto il nome della città scritto a grandi lettere, avrei creduto d'essere arrivato allo stesso aeroporto da cui ero partito*». E, quindi, se è un luogo uguale agli altri, «*Perché venire a Trude?*».



*I **nonluoghi** sono quegli spazi che hanno la prerogativa di non essere identitari, relazionali e storici, sono spazi della provvisorietà, spazi attraverso cui non si possono decifrare né relazioni sociali, né storie condivise, né segni di appartenenza collettiva. Le persone transitano nei nonluoghi ma nessuno vi abita*

MISURARE IL CAPITALE RELAZIONALE



Non esistono comuni nonluoghi, però esistono e possiamo misurare i luoghi, i territori con maggior capacità di attrarre e trattenere persone e imprese, quelli dotati di infrastrutture sociali ed economiche, quelli dove è maggiore la partecipazione alla vita comunitaria, quelli con segni di appartenenza collettiva.

29. La città di Trude rimanda a quello che Marc Augé definirebbe un non luogo, uno spazio senza alcuna identità, dove la gente transita ma non abita.

È vero che una città non può essere realmente un non luogo, perché comunque la gente la abita, è vero però che ci sono luoghi più luoghi di altri, con maggior capacità di trattenere e attrarre persone e imprese, luoghi dove è maggiore la partecipazione alla vita comunitaria dove vi è senso di appartenenza.

30. Per farla breve, ho misurato per tutti i comuni italiani questa capacità di essere più luoghi degli altri. Questa misura l'ho chiamata capitale relazionale. Le aree scure della cartina rappresentano i comuni dotati di maggior capitale relazionale. Se aggregiamo i territori contigui che hanno colorazione simile, quindi hanno valori analoghi di capitale relazionale, otteniamo una mappa dell'Italia che fuoriesce dai confini amministrativi tradizionali.

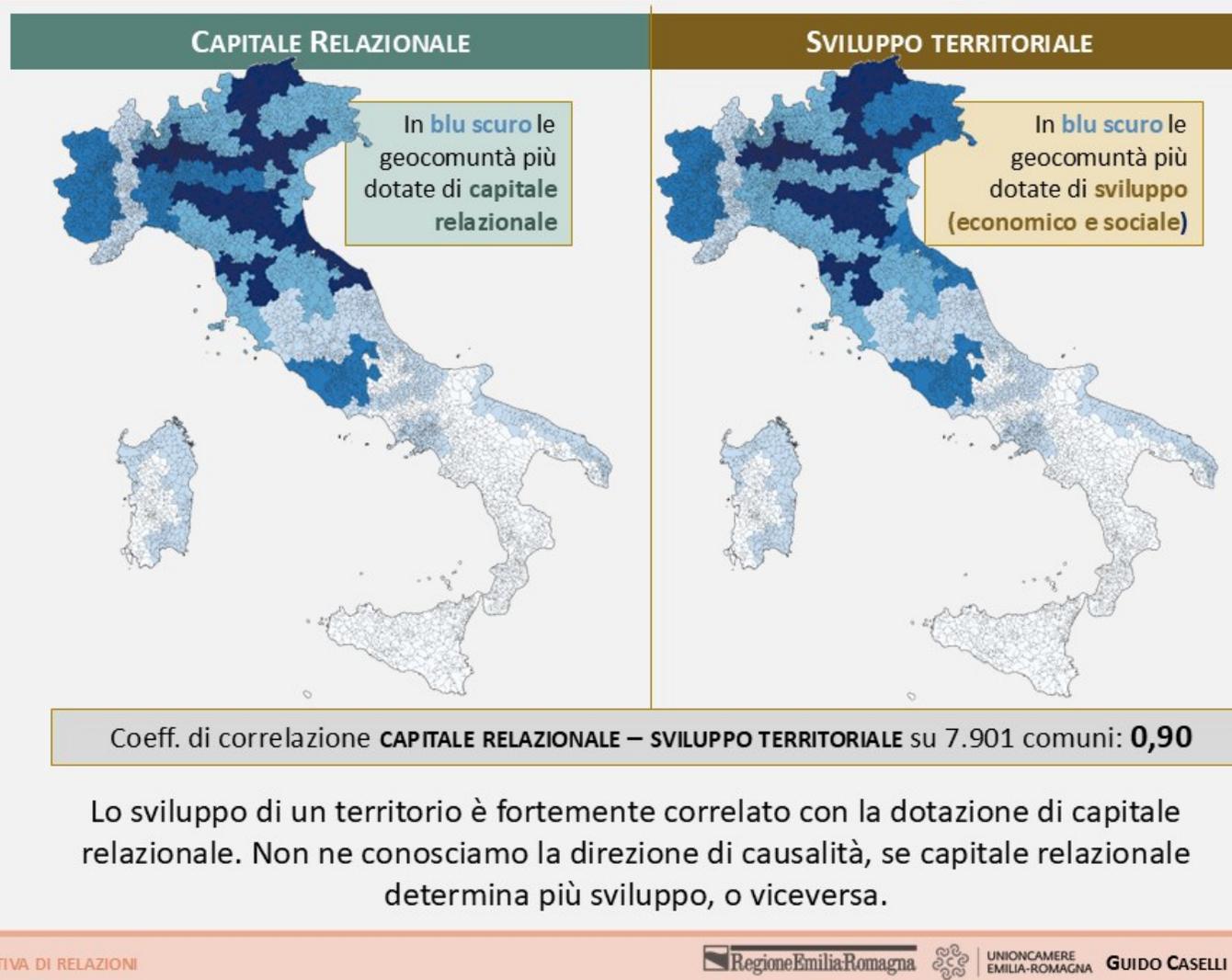


VERSO LE GEOCOMUNITÀ



31 Le ho chiamate geocomunità, territori dove, rispetto ai confini tradizionali, vi è un maggior senso di comunità e appartenenza.

32. Se adottiamo questa classificazione territoriale e elaboriamo i dati economici e sociali viene fuori una cosa interessante.



33. La mappa che rappresenta l'essere più luoghi di altri è praticamente sovrapponibile a quella dello sviluppo territoriale, misurato attraverso indicatori economici e sociali.

Non sappiamo se più relazioni portano a maggior sviluppo o se è vero il contrario, che maggior sviluppo favorisce le relazioni. Quello che è certo è che questi aspetti sono strettamente legati tra loro.

34 I numeri sembrano indicarci che è la rete di relazioni tra Istituzioni, imprese e persone di un comunità a determinare il successo di un territorio, un rapporto che necessariamente deve essere rinnovato ogni giorno, anche con modalità non ancora inventate, modalità «non classificabili altrimenti».



Officina generativa di relazioni,
ponte tra ciò che siamo e ciò
che possiamo diventare

Emilia-Romagna officina generativa di relazioni

Officina – tradizione manifatturiera, luogo di sperimentazione dove ibridare l'intelligenza artificiale con quella che ci appartiene, creativa, emotiva, sociale.

Generativa – evoluzione verso un modello di economia circolare che non si esaurisce con il riuso delle risorse materiali, abbraccia rigenerazione dei legami tra persone, imprese, Istituzioni e comunità.

Relazioni – ogni attore della comunità è parte di una rete interconnessa, la co-progettazione è prassi comune, le relazioni non sono un costo ma investimenti e asset strategici capaci di generare nuove opportunità di crescita.

Non solo relazioni sociali, ma anche connessioni economiche, produttive e territoriali.



Il territorio non è solo spazio fisico dove avvengono produzione e consumo, è soprattutto luogo relazionale che connette competenze, tradizioni, capitale sociale, risorse locali e globali.



Misurare i risultati in un'officina generativa delle relazioni richiede di andare oltre il PIL, che cattura solo il valore economico "finale", ma non rende conto del valore sociale, relazionale e trasformativo.

35. Tornando alla domanda iniziale, come teniamo insieme le sfoglie e il robot tortellinario, credo che la risposta vada cercata nella nostra capacità di creare buone relazioni sociali e connessioni economiche, produttive e territoriali. Mi piace pensare all'Emilia-Romagna come Officina generativa delle relazioni. Il termine Officina rimanda alla tradizione manifatturiera, dove l'intelligenza artificiale può fondersi con l'intelligenza artigiana, con quella emotiva, sociale.

La parola Generativa rimanda a un modello di sviluppo circolare, dove la circolarità non riguarda solo il riuso delle materie ma è rigenerazione di relazioni tra imprese, persone e Istituzioni.

36. La parola Relazioni rimanda alla dotazione di capitale relazionale, a un modello centrato sulla co-progettazione, sulla condivisione, dove le relazioni sono investimenti che aprono a nuove opportunità. Officina generativa delle relazioni per affermare con orgoglio che siamo in un luogo più degli altri, un luogo dove oltre al PIL conta il suo valore sociale, relazionale e trasformativo. Come ricordato ci aspetta un futuro diverso. Potrà essere migliore se ci arriveremo preparati.



*“L'anno che sta arrivando tra un anno passerà,
io mi sto preparando, è questa la novità”*