

Turismo, agricoltura e calzaturiero

La Romagna resiste e riparte

Analisi di Ey con Luiss Business School: la brusca frenata delle esportazioni non ferma la crescita. Sostenibilità, digitale e formazione le chiavi per la ripresa dei distretti romagnoli

RIMINI

PATRIZIA LANCELOTTI

«Piccolo è bello ma disconnesso». C'è tutta la Romagna, e il suo futuro, nella frase dell'economista premio Nobel Michael Spence, chiamato a commentare l'analisi Ey con Luiss Business School al Romagna economic forum. La quinta edizione di Fattore R ha fatto i conti con la pandemia e ha prospettato la strada da percorrere per crescere, partendo da dati che dimostrano una forte resilienza del territorio. Tre i settori presi a modello nell'analisi commentata da Alberto Rosa, partner EY, responsabile per l'Emilia-Romagna, per descrivere cosa si è fatto e come si può andare avanti: agroalimentare, turismo e calzaturiero.

La filiera agroalimentare

Il comparto pesa per il 15% sul totale delle imprese manifatturiere e dà lavoro al 17% degli addetti nella manifattura. Si registra un trend rilevante: a maggio 2020 si sono sviluppate 1.035 imprese green, pari al 14,7% del totale delle imprese territoriali attive e al 17,4% delle imprese green regionali. Più della metà delle imprese green (55,3%) si concentrano nell'agroalimentare. Dall'analisi delle esportazioni emerge che la Romagna è uno dei territori cresciuti maggiormente (+11% nel primo trimestre 2020 e +9,2% nel primo trimestre 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), grazie alla performance positiva della provincia di Ravenna che traina l'intero territorio.

Il turismo

È il settore che ha più subito gli effetti della pandemia ma quello che, in Romagna, meglio ha reagito alle criticità dimostrando la capacità del territorio di affrontare le sfide. La Romagna e in particolar modo la provincia di Rimini rappresentano la zona a più alta vocazione turistica nella



regione, con oltre la metà degli arrivi regionali (56%) e quasi i tre quarti delle presenze (70%) nel 2019. Questi dati hanno chiaramente segnato opposto nel 2020, dove il comparto ha fatto registrare il -44% e il -43% rispetto al 2019 (dati comunque positivi rispetto alla media italiana del calo di presenze pari al -63,9%). Nel 2021 i dati mostrano segnali incoraggianti: con riferimento al solo trimestre estivo del 2021 (giugno, luglio e agosto), il numero di presenze è cresciuto del 37% rispetto allo stesso periodo del 2020, con un +41,7% di turisti stranieri. Il punto di debolezza è relativo al basso potere attrattivo che la destinazione romagnola ha verso i turisti internazionali a più alto valore aggiunto per il territorio, per l'incapacità di adattamento ai nuovi trend globali del turismo (benessere, sostenibilità e slow tourism).

Il calzaturiero

Il numero di imprese e addetti impegnati nel settore calzaturiero in Romagna evidenzia la centralità della provincia forlivese con 198 imprese e 3534 addetti nel 2019. In quest'area si sviluppa il distretto di San Mauro Pascoli: l'aver conservato in loco la filiera produttiva è stato ad oggi premiante. Il tema della sostenibilità ambientale è uno dei temi centrali per la ripresa e la crescita futura del distretto: si evidenzia una difficoltà - soprattutto da parte di alcune realtà più piccole - ad approcciare tematiche legate alla sicurezza chimica o all'economia circolare in modo proattivo. Il settore calzaturiero ha fatto registrare un calo del 22,7% nel primo trimestre 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019, tuttavia - grazie anche alle



L'economista Michael Spence in collegamento a Fattore R. Sopra Alberto Rosa presenta l'analisi di Ey

vendite online - il comparto ha risposto molto bene nel 2021 (+19,4%) riavvicinandosi ai livelli pre-pandemia.

Le chiavi per il rilancio

In linea con le misure del Piano

di Ripresa e Resilienza (Pnrr), EY e Luiss Business School hanno individuato i principali ambiti di intervento che possano aiutare a delineare gli scenari futuri di crescita e sviluppo delle realtà produttive romagnole: infra-

strutture fisiche, sostenibilità ambientale ed economia circolare, digitalizzazione e innovazione, formazione specialistica e universitaria e attrattività del territorio.

La crescita del territorio

«Se agiamo come Romagna siamo più forti a vantaggio di tutte le aziende, anche come infrastrutture, assurdo non avere in Romagna l'alta velocità, darebbe quel simbolo del territorio che ancora non abbiamo» ha detto Paolo Maggioli, presidente uscente di Confindustria Romagna, tra gli ospiti di «Fattore R». Mentre Nerio Alessandri, presidente Technogym, ha puntato sul fattore wellness: «Non c'è sviluppo socio economico senza la salute e il benessere delle persone» per questo attraverso la Wellness Valley «siamo pronti ad attirare turisti, giovani e imprenditori».

«Aziende piccole ma interconnesse» ha portato ad esempio Patrizio Neri, presidente Jingo, riprendendo il leitmotiv dell'economista Spence. L'azienda che produce e distribuisce kiwi ha come unico competitor a livello mondiale la Nuova Zelanda, dimostrazione di come la Romagna riesca a stare sul mercato mondiale puntando sull'aggregazione dei piccoli produttori.

Il consiglio di Spence: «Attrarre i giovani con opportunità di lavoro interessanti»

RIMINI

«La Romagna si è dimostrata resiliente e i tre "distretti" dominanti della sua economia, cioè turismo, agroalimentare e moda-calzaturiero, pur essendo colpiti in modo diverso, hanno saputo dimostrare una buona reattività e racchiudono un potenziale importante». Parole del Nobel Michael Spence. Indubbiamente, i problemi più grossi li ha vissuti il turismo, che però ha resistito: ora si tratta di prepararsi per quando si tornerà a viaggiare più liberamente. E qui il premio Nobel chiama in causa associazioni imprenditoriali e responsabili politici, perché non agiscano separatamente, ma lavorino insieme per migliorare le

esperienze. Il suggerimento di Spence per il comparto turistico è di far crescere il suo valore aggiunto, sull'esempio di quello che ha fatto il settore calzaturiero e della moda, che è riuscito a collocarsi nella fascia più alta dell'offerta. «In questo settore - afferma il professor Spence - credo che ci sia potenziale di crescita molto importante, se si riuscirà a sfruttare la tecnologia come pedina integrante del processo di avanzamento per quanto riguarda il design, la produzione, la sostenibilità, l'innovazione». Come affrontare la ripartenza? «Se dovessi dare dei consigli ai decisori politici di questa regione e alle imprese - afferma Spence - mi concentrerei sulla capacità di at-

tivare motori di occupazione abbastanza potenti per i giovani, creare opportunità di lavoro veramente che interessanti, in modo che i giovani qui trovino reali opportunità di sostentamento».

Su giovani e donne ha puntato l'attenzione anche l'economista Veronica De Romanis parlando di opportunità date dal Pnrr: «su questo fronte, vanno tenute in massima considerazione le raccomandazioni della Ue che indica la necessità di investire sull'occupazione per giovani e donne. Fondamentale l'investimento per i giovani, la "generazione sospesa": se non si recupererà questo provocherà una perdita di capitale umano strutturale difficile da colmare».

PAOLO MAGGIOLI CONFINDUSTRIA

«È assurdo non avere l'Alta velocità in Romagna, darebbe quel simbolo del territorio che ancora non abbiamo»