

# EMILIA-ROMAGNA AL VOTO

---

COSA VOGLIONO CITTADINI E IMPRESE



*FB&Associati – FB Bubbles*

*Roma, 20 gennaio 2020*

## Indice

---

INTRODUZIONE	<i>pag. 2</i>
1. EXECUTIVE SUMMARY	<i>pag. 3</i>
2. L'ANALISI SOCIAL	<i>pag. 4</i>
3. IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE E DELLE ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO	<i>pag. 8</i>
4. L'ANALISI DEI PROVVEDIMENTI LEGISLATIVI	<i>pag. 9</i>
5. APPENDICE METODOLOGICA	<i>pag. 14</i>

## Introduzione

---

**FB&Associati**, la prima società di **lobbying** e relazioni istituzionali fondata in Italia, ha realizzato una ricerca nella quale si esamina la coerenza dei temi all'attenzione dei cittadini emiliano-romagnoli sul *web* con le istanze rilevate presso imprese e associazioni di categoria rappresentative. La ricerca è stata realizzata in collaborazione con la divisione di FB&Associati specializzata in *web advocacy*, **FB Bubbles**.

Con il presente lavoro si intende esaminare il grado di allineamento tra i principali problemi e le questioni di cui hanno discusso i cittadini negli ultimi tre mesi - evidenziati dalle conversazioni online e sui principali *socialnetwork*, con un focus nella settimana dal 6 al 12 gennaio - e quelli sollevati dagli *stakeholder* del territorio espressione del tessuto socio-produttivo attraverso una serie di interviste in profondità. Completa la ricerca una sintetica panoramica dell'attività dell'Assemblea legislativa dell'Emilia-Romagna nel quinquennio alle spalle.

Negli ultimi anni il *web*, come noto, ha di frequente colto e anticipato tendenze e trasformazioni della coscienza sociale che si sono in seguito generalizzate ed affermate. L'esame integrato di questa visuale con quella propria del mondo produttivo, alla vigilia di questa importante tornata elettorale, nelle sue ambivalenze e chiaroscuri restituisce un quadro puntuale e aggiornato della realtà. Non soltanto quindi temi e priorità della campagna elettorale ma anche il ruolo, il peso e il punto di vista di *leader* nazionali e attori locali.

### EMILIA-ROMAGNA AL VOTO: LEGA VS PD

Le elezioni regionali in Emilia-Romagna rappresentano il **secondo test elettorale** per il governo "giallo-rosso" dopo quello, negativo, in Umbria. Un appuntamento di assoluto rilievo politico e in particolare per il **Partito Democratico**, che ha chiuso il 2019 avendo perso la guida di ben cinque regioni. Un'eventuale **sconfitta democratica** nella più nota tra le **roccaforti** storiche della sinistra, è stato da più parti osservato, rischia quindi di produrre conseguenze fatali sullo stesso governo nazionale. La scelta della coalizione di centro-destra di conferire a tale consultazione un significato **«nazionale»** origina quindi da tale consapevolezza, per ragioni simmetriche e opposte la coalizione di centro-sinistra è impegnata invece nel tentativo di attribuire al voto un rilievo esclusivamente **locale**.

Il risultato delle **elezioni europee** del 26 maggio scorso ha sancito l'**ascesa della Lega** a livello regionale, risultata primo partito in sei province su nove, con il **33,8%** pari a 759.948 voti. Un risultato straordinario, considerato che in occasione delle politiche 2018 il Carroccio si era attestato al 19,2% (dato Camera) con 486.895 voti. Il **Partito Democratico** ha aumentato i suoi consensi rispetto alle politiche, passando dal 26,4% (pari 668.666 voti assoluti) del 2018 al **31,2%** (pari a 703.131 voti) del 2019: un dato percentuale comunque lontano da quello registrato in occasione delle elezioni regionali del 2014, quando il Pd - in un quadro contrassegnato dal crollo dell'affluenza (37,7%) - ottenne il 44,5% con 535.109 voti.

Un complesso di circostanze in forza del quale l'**Emilia Romagna**, diversamente dal passato, tende a riflettere quelle che sono le **tendenze politiche prevalenti nel Paese**. Sembra cioè esser venuto meno quel tradizionale insediamento nel territorio delle sinistre che tanto in profondità aveva segnato la storia repubblicana della regione.

## Executive Summary

---

Nel delineare un quadro complessivo della situazione politica in Emilia Romagna, l'attività di ricerca ha posto in luce numerosi elementi di attenzione. Di seguito i più significativi.

- Salvini domina sui *social*, Bonaccini tra gli *stakeholder*. In rete vincono i contenuti legati al **cambiamento** mentre nel tessuto socio-produttivo forte è la domanda di **continuità** politica. Sempre più profondo risulta dunque il solco che separa cittadini ed *élite*: le **aspettative** politiche dei primi non coincidono con quelle delle seconde. Questa forte **dissonanza** traspare dal complesso della ricerca in oggetto.
- Le **conversazioni in rete** negli ultimi tre mesi sull'Emilia-Romagna sono **monopolizzate** dalle **elezioni regionali**, dato piuttosto unico nei casi analoghi che hanno interessato altre regioni teatro di appuntamenti elettorali. Il **75%** delle 394mila uscite social, pubblicate a livello nazionale, che contengono la **keyword** "Emilia Romagna" si riferiscono alla competizione elettorale.
- **Salvini** prevale in rete (5,22 milioni di interazioni relative alla competizione elettorale in Emilia-Romagna) e "cannibalizza" la sua stessa candidata Borgonzoni (2,6 milioni): la vera sfida è dunque tra lui e il presidente uscente **Bonaccini**, la cui forza *social*, seppur sia imparagonabile a quella del leader del Carroccio, registra comunque **buone performance** (2,3 milioni di interazioni).
- In termini di **interazioni social** è quindi pareggio tra **Borgonzoni** e **Bonaccini**, nonostante quest'ultimo abbia una **fanbase** più esigua (170 mila *follower* contro 266 mila) la maggiore attenzione prestata alle problematiche del **territorio** determina un rendimento particolarmente **positivo** per il presidente uscente.
- Le **performance** in rete degli altri **leader nazionali**, in termini di interazioni relative alla competizione elettorale in Emilia-Romagna, accentuano il **dominio** del **centro-destra**: Salvini 5,22 milioni, Meloni 235.000, Di Maio 88.110 e Zingaretti 21.220.
- La proiezione *social* della campagna elettorale comprova la volontà della coalizione di **centro-destra** di "**nazionalizzare**" la **competizione**, sono 5 i contenuti al giorno sull'Emilia-Romagna rilanciati da Salvini, e il simmetrico tentativo da parte del **centro-sinistra** di attribuirvi una **valenza** strettamente **locale**, rilanciando contenuti di carattere locale (ad es. a sanità e occupazione).
- La storia che ha dominato sul racconto delle elezioni è quella del movimento delle **Sardine** (19.599 menzioni associate alla **keyword** Emilia-Romagna). Le prime tre **notizie** che hanno fatto più eco in termini di condivisioni (875.400 in totale) riguardano, infatti, le Sardine, che dal punto di vista *social* rappresentano il principale **contrappeso** allo strapotere di Salvini e Meloni, nonostante una **buona performance** complessiva di **Bonaccini**.
- L'**attenzione** agli **aspetti programmatici** della competizione elettorale, dedicata dalla rete, è **bassa** e si concentra su lavoro (67.300 uscite), sanità (36.900) e sicurezza (27.800). La **trattazione** di questi temi – eccetto che per l'ambito sanitario – risulta peraltro **superficiale**.
- Gli **stakeholder** intervistati – figure apicali di associazioni di rappresentanza, comparti imprenditoriali e professionali, enti di ricerca e organizzazioni di cittadinanza attiva, *etc* – appaiono nel complesso **soddisfatti** dell'**operato** politico della giunta regionale uscente e del suo presidente **Bonaccini**.

- Le **priorità** programmatiche, indicate da questi gruppi, sono **lavoro**, con particolare riguardo per la qualità di quello giovanile, e **innovazione** nella duplice accezione infrastrutturale (reti, internazionalizzazione, digitale) e imprenditoriale (*start-up* ed incubatori di impresa).
- L'**autonomia differenziata** – in funzione della quale sarebbero trasferite alla regione competenze oggi appartenenti alla “legislazione concorrente” con lo Stato – è inoltre percepita dagli *stakeholder* come un’ulteriore **opportunità** di sviluppo, i cui concreti **risvolti** risultano tuttavia **indefiniti**.
- I **segmenti produttivi** maggiormente **innovativi** si caratterizzano per una diversa e nuova domanda di **attenzione** ai propri bisogni specifici rispetto all’imprenditoria tradizionale.
- Ad una più stretta integrazione dei comparti industriali regionali alle “**catene del valore**” continentale corrisponde una **domanda** politica di sostegno all’**internazionalizzazione** e di rafforzamento di quei percorsi che consentono alle singole imprese di fare rete e aumentando così la **competitività** fuori dai confini nazionali.

## L'analisi social

### EMILIA-ROMAGNA: LA POLITICIZZAZIONE DEL DIBATTITO IN RETE

L'imminenza dell'**appuntamento elettorale** ha fortemente **dominato** le **conversazioni online** intorno all'**Emilia-Romagna** e all'interno della regione. La maggior parte delle **394mila** uscite, prodotte da 38.300 autori, che contengono la **keyword** “Emilia-Romagna” e che sono state pubblicate a livello nazionale, si riferisce infatti alla competizione per le elezioni regionali. Ben 15 su 20 tra le notizie più condivise (il **75%**) sono infatti di **argomento politico**: si riferiscono o alla campagna elettorale, o alle possibili ripercussioni del voto emiliano-romagnolo sullo scenario nazionale.

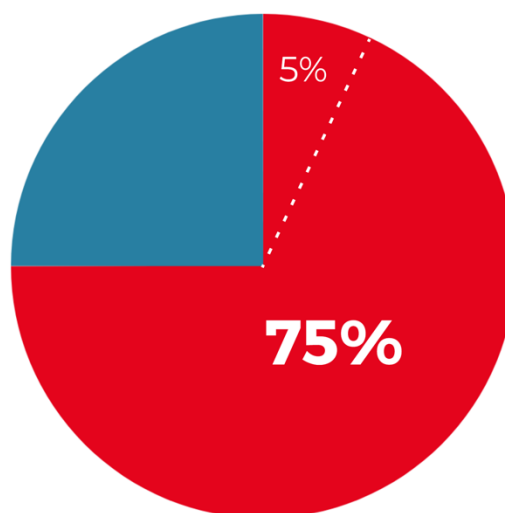
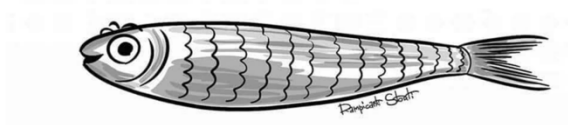
#### KEYWORD "EMILIA - ROMAGNA"

**394.000** Uscite totali

**295.500** Di argomento politico (75%)

#### TREND STORY

**19.599** Menzioni del **movimento delle Sardine** associato alla keyword Emilia-Romagna (circa 5%)



C'è una **storia** che ha dominato il racconto di queste settimane: quella del cosiddetto movimento delle **Sardine** (19.599 le menzioni del movimento associato alla *keyword* Emilia-Romagna), nato con la

mobilitazione del **14 novembre** che ha radunato migliaia di persone in **piazza Maggiore** a Bologna, e diventato rapidamente un fenomeno nazionale.

La notizia che ha ricevuto la maggiore eco *social* è infatti l'articolo dell'edizione locale de [La Repubblica](#) che per primo ha raccontato la storia dei quattro ideatori della manifestazione (**593.300 condivisioni**), [la seconda più condivisa](#) parla della **mobilitazione** gemella realizzata quattro giorni dopo a **Modena**, sull'onda emotiva del successo dell'evento bolognese (206.900). Anche la terza **top news** si riferisce alle **Sardine**, ma in senso opposto: riguarda la vicenda del [docente piacentino](#) che su Facebook ha minacciato con la bocciatura i propri studenti qualora avessero preso parte a iniziative delle **Sardine** (75.200 condivisioni).

## TRA SARDINE E PLASTIC TAX, I TEMI IN DISCUSSIONE

Il fenomeno delle **Sardine**, insomma, ha catalizzato il dibattito *online*, con **posizioni** anche fortemente **polarizzate**. Anche perché, per il resto, nessuno tra i maggiori temi di discussione è emerso in maniera nettamente predominante rispetto agli altri: si contano 67.300 uscite sul tema del **lavoro** e **dell'occupazione**, 36.900 sugli argomenti legati alla **sanità**, 27.800 sulla sicurezza e 11.800 su **fiscaltà** e **tassazione**.



**LAVORO**

**67.300** uscite



**SICUREZZA**

**27.800** uscite



**SANITÀ**

**36.900** uscite



**TASSE**

**11.800** uscite

Di cui 1.300 uscite sulla "**plastic tax**"

Ma quali sono le notizie e questioni che hanno creato più dibattito? Per quanto riguarda il tema del **lavoro**, non c'è una singola storia che emerge rispetto alle altre, il dibattito si mantiene su questioni **generali**. Sul fronte **sanità**, invece, spiccano tre notizie: la mezza **gaffe** della candidata leghista Lucia **Borgonzoni** sulla promessa di tenere aperti gli **ospedali** "7 giorni su 7, come in Veneto" (e come naturalmente avviene già anche in Emilia-Romagna), l'inchiesta che ha portato all'**arresto** dell'**imprenditore** nel settore delle residenze per anziani Maurizio Blasoni per truffa ai danni dei sistemi sanitari di varie Regioni, tra cui anche l'Emilia-Romagna, e le classifiche che vedono il **sistema sanitario emiliano-romagnolo ai vertici** in Italia per rispetto dei livelli essenziali di assistenza.

Non a sorpresa, l'articolo più condiviso con la parola-chiave "**immigrazione**" è de *Il Giornale*: dà la notizia della riapertura a Bologna di un centro di accoglienza per richiedenti asilo e sottolinea molto come la regione sia la seconda in Italia, dietro alla Lombardia, per numero di **richiedenti asilo** ospitati.

Da segnalare, inoltre, le controversie sulla proposta del governo di introdurre una **plastic tax**, proposta che ha generato un certo dibattito all'interno della regione (1.300 le uscite), a causa dell'impatto potenzialmente alto dell'introduzione di questa "**microtassa**" su vari comparti del tessuto economico regionale.

## SUI SOCIAL DOMINANO I POPULISTI

La **politicizzazione** del **dibattito** in rete sull'Emilia-Romagna emerge con chiarezza anche dall'analisi dei **top influencer** sulle **piattaforme social**, che corrispondono ai **leader** delle principali forze politiche. In particolare di quelle dai toni più "**populisti**". Sono loro, infatti, ad occupare le prime posizioni della classifica dell'**engagement** dei contenuti che comprendono la **keyword** di riferimento, a conferma della portata nazionale della partita emiliano-romagnola e della posta in gioco. Sul terzo gradino del podio troviamo il capo politico del Movimento 5 Stelle **Luigi Di Maio** (20.500 interazioni), in seconda posizione la leader di Fratelli d'Italia **Giorgia Meloni** (21.280), mentre – senza sorprese – il **post** tematico che ha generato i maggiori volumi di interazioni (52.200) è della pagina Facebook di Matteo **Salvini**. E si tratta proprio di un post di attacco al movimento delle **Sardine**, che il leader leghista accusa di essere legate al Partito Democratico, al fine di screditarle.

## I LEADER NAZIONALI IN EMILIA-ROMAGNA

La capacità del leader leghista di **saturare** il **dibattito** in rete è visibile anche dall'elevato numero di uscite in cui la **keyword** "Matteo Salvini" è associata alla **keyword** "Emilia-Romagna": sono state in tutto **51.600**, cioè il **460% in più** rispetto al segretario del Partito Democratico Nicola **Zingaretti**, che lo segue a distanza con 9.200 menzioni; dopo di lui, Luigi **Di Maio** (6.300 uscite) e Giorgia **Meloni** (4.900).



MATTEO  
**SALVINI**

**51.600** menzioni\*  
**449** post sulle elezioni con **5.220.000** interazioni\*\*



NICOLA  
**ZINGARETTI**

**9.200** menzioni  
**20** post sulle elezioni con **31.200** interazioni



LUIGI  
**DI MAIO**

**6.300** menzioni  
**9** post sulle elezioni con **88.110** interazioni



GIORGIA  
**MELONI**

**4.900** menzioni  
**18** post sulle elezioni con **235.000** interazioni

\*MENZIONI: citazione della keyword del nome del leader associata ad "Emilia-Romagna"  
\*\*INTERAZIONI: somma dei like, commenti, condivisioni e retweet per post

## UNA DANZA A TRE

Le **elezioni regionali** di domenica 26 gennaio, del resto, sono viste come un importante test sul livello di consenso registrato dai partiti che formano l'attuale maggioranza in Parlamento – e, di conseguenza, sulla **stabilità** del **governo giallo-rosso**. È per questo che la sfida che si sta giocando in Emilia-Romagna vede in primo piano non solo i principali contendenti, il presidente uscente Stefano **Bonaccini** sostenuto dal centrosinistra e la senatrice leghista Lucia **Borgonzoni**, candidata del centrodestra unito. **L'ingombrante terzo, ancora una volta, si chiama Matteo Salvini**. Il suo obiettivo è chiaro: **sfruttare la sua potenza di fuoco social** – una **fanbase** complessiva che è arrivata a sfiorare gli 8 milioni di



persone, con 3,9 milioni di fan su Facebook, 1,9 milioni su Instagram, 1,8 milioni su Twitter – **per espugnare la storica roccaforte “rossa”**.

Ecco perché in queste settimane il leader sovranista, oltre a battere palmo a palmo il territorio, ha presidiato pressantemente la discussione *online*. In tutto ha prodotto **449 contenuti sui temi dell’Emilia-Romagna, e cioè 5 contenuti al giorno**: 174 su Facebook, 99 su Instagram e 176 su Twitter, con ben **5,22 milioni di interazioni**. Salvini ha scommesso sulla trasformazione di questa competizione locale in una partita nazionale, enfatizzando – a colpi di *post* e *meme* – i legami del presidente uscente Bonaccini con il Partito Democraticico. Non solo, molto interessante è l’impatto che i **post** di carattere “**culinario**” hanno avuto sul piano editoriale delle pagine social di Salvini durante la campagna emiliano-romagnola, all’insegna di un ulteriore tentativo di **umanizzazione** della sua **figura**. Dal più famoso video in cui bacia la **coppa** (29.650 interazioni su Instagram), alla preparazione dei **cappelletti**, passando per le **uova** autoctone fino ovviamente al Parmigiano, **Matteo Salvini fa del cibo un vero e proprio manifesto elettorale**.

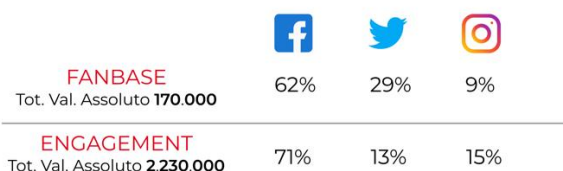
Gli **altri leader** politici registrano **performance** nettamente **inferiori** rispetto al segretario della Lega: **impietoso il confronto con Zingaretti**, che con 20 post pubblicati (429 in meno di Salvini) ottiene un *engagement* di sole 31.200 interazioni. Meno evidente il *gap* con Giorgia **Meloni** che con 18 contenuti arriva a quota 235.000 mila interazioni, mentre Luigi **Di Maio**, nonostante produca solo 9 *post*, realizza volumi di *engagement* molto interessanti pari a 88.110 unità.

**La campagna di Matteo Salvini, dunque, sovrasta quella di Lucia Borgonzoni**, che oltre a seguire la stessa strategia di legare il nome di Bonaccini a quello del Partito Democratico con l’obiettivo di danneggiarlo, si è concentrata sull’accreditarsi come candidata credibile alla guida della regione: la scelta stessa di aprire nuovi profili Twitter e Instagram con la dicitura @BorgonzoniPres e di impiegare sistematicamente l’hashtag #BorgonzoniPresidente è riconducibile a questo disegno. **Bonaccini ha impostato la propria comunicazione in senso opposto: eliminando dai suoi contenuti social quasi qualsiasi riferimento alla propria appartenenza partitica, sottolineando le sue qualità di amministratore locale e rivendicando i risultati ottenuti**.

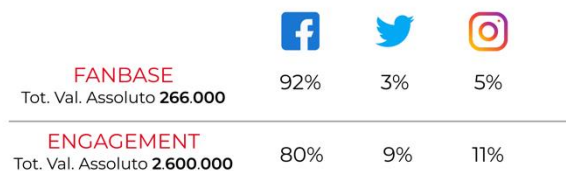
## BONACCINI – BORGONZONI: IL TESTA A TESTA



STEFANO  
**BONACCINI**



LUCIA  
**BORGONZONI**



I numeri della sfida tra i due candidati di centrosinistra e centrodestra mostrano un serrato **testa a testa** sul terreno delle **performance social**. Nonostante una significativa disparità di partenza. Se, infatti, è Lucia **Borgonzoni** a poter contare sulla **fanbase** più consistente, **266mila follower** (suddivisi per il 92% su Facebook, il 5% su Instagram e il 3% su Twitter), i suoi volumi di *engagement* sono equiparabili a quelli di Stefano **Bonaccini**, il cui seguito *social* si ferma a **170mila follower** (62% su Facebook, 29% su Twitter, 9% su Instagram), 96mila in meno della senatrice leghista. **Il cui totale delle interazioni generate, 2,6 milioni, è simile a quello del governatore uscente, 2,34 milioni**. Speculare la fotografia dei contenuti prodotti dai due contendenti: 2.480 *post* pubblicati dagli account di Bonaccini,



2.190 Borgonzoni, la metà dei quali su Facebook in entrambe i casi. Dati che si riflettono anche nei volumi delle uscite *online* e social tematiche associate ai due candidati: nel periodo analizzato sono 151.800 le uscite che menzionano Bonaccini, 129.600 per Borgonzoni.

**Ma di che cosa hanno parlato i contendenti?** L'analisi delle **parole-chiave** mostra che il presidente uscente Bonaccini si è concentrato soprattutto su due temi legati alla propria attività amministrativa: la **sanità**, presente in ben 263 post, e l'occupazione (95 post). Borgonzoni ha invece puntato principalmente su tematiche storicamente molto sentite dall'elettorato di centrodestra, come la tassazione (163 post, di cui 33 dedicati alla plastic tax e 26 alla sugar tax) e la sicurezza (92 post).

## Il punto di vista delle imprese e delle associazioni del territorio

---

### DISCO VERDE PER BONACCINI

Dalle interviste realizzate agli **stakeholder** del panorama imprenditoriale e non della regione Emilia-Romagna emerge un **giudizio** complessivamente **positivo** sulle azioni messe in campo dalla giunta **Bonaccini**, soprattutto per l'attenzione al tema lavoro e al dialogo sociale.

La **priorità** su cui il nuovo governo regionale si dovrebbe concentrare è ancora il **lavoro**, con un'attenzione specifica alla qualità di quello **giovanile**, a cui si aggiunge la necessità di accelerare sugli aspetti legati all'**innovazione**, sia **infrastrutturale** (reti, internazionalizzazione, digitale) che **imprenditoriale** (*start-up* ed incubatori di impresa).

Sul tema della **autonomia regionale** non tutti hanno ancora una percezione chiara di come questa si potrebbe declinare a livello locale, sebbene prevalga una generale **consapevolezza** che potrebbe permettere di sviluppare al meglio le **potenzialità** del territorio.

### I PUNTI DI "ACCORDO"

Il **lavoro** rappresenta certamente il tema su cui viene riconosciuto alla giunta uscente di aver concentrato in maniera **positiva** la propria **azione**, a partire dal **Patto per il Lavoro** sottoscritto nel 2014 insieme alle principali associazioni di rappresentanza imprenditoriale e dei lavoratori.

Si tratta di una "**piattaforma**" che ha trovato nel **dialogo sociale** quindi la propria genesi e che ha avuto un'applicazione concreta ed un riscontro sostanziale, con particolare riferimento all'**innovazione** nell'ambito delle produzioni e della **sostenibilità**, aiutando la gestione delle crisi aziendali e le **riconversioni industriali**.

L'attenzione alle necessità di ripresa di **competitività e sviluppo** del territorio è un altro aspetto emerso in maniera positiva, in una regione caratterizzata dalla centralità della **manifattura**, ma anche dalla presenza di alcuni importanti "**campioni nazionali**". A questo proposito, il piano "**Industria 4.0**" e la declinazione che questo ha avuto a livello regionale ha giocato un ruolo importante.

Un ultimo aspetto riguarda le **infrastrutture** su cui alcuni passi avanti sono stati fatti, sia per quanto riguarda la **rete viaria** che quella **ferroviaria e aero-portuale**, che ha portato ad un incremento ad esempio del **turismo** e ad un miglioramento dei collegamenti tra i principali **hub logistici** del territorio.

### LE CONTRADDIZIONI

Rimane tuttavia ancora solo parzialmente affrontato il rapporto tra un contesto territoriale caratterizzato da una **imprenditoria** di tipo "**tradizionale**" che tende a mantenere un atteggiamento

che potremmo definire “**conservativo**” e le **richieste di innovazione** che provengono dal mondo sociale e dai settori tecnologici più innovativi.

Le **start-up** e i c.d. “**incubatori di impresa**”, ad esempio, non trovano al momento la stessa attenzione e le stesse potenzialità di sviluppo presenti in altri territori, come ad es. la Lombardia, con delle possibilità di crescita quindi ancora tutte da sviluppare.

Non è un caso che tra gli elementi di maggior **criticità** emergano la **burocrazia**, le politiche del **credito**, la necessità di un approccio più organico tra i vari **Fondi** esistenti per premiare le idee più innovative, oltre alla necessità– come **sistema regione** – di attrarre e trattenere giovani talenti.

## LE PRIORITA' FUTURE

Il **lavoro** rimane per il prossimo futuro una priorità di azione. Con una particolare attenzione alla “qualità” dell’occupazione, soprattutto **giovanile**, nonché al prosieguo e rafforzamento di un dialogo sociale che possa portare alla strutturazione di percorsi anche di lungo periodo e ad azioni coerenti di **sviluppo**.

A questo proposito, anche il tema dell’**internazionalizzazione** è molto sentito, attraverso il rafforzamento di percorsi che possano portare le singole imprese a fare **rete**, aumentando così la propria **competitività** anche fuori dai confini italiani.

Lo stesso per quanto riguarda lo sviluppo delle **infrastrutture** e della **mobilità regionale**, nel cui ambito bisognerebbe dare continuità alle politiche di integrazione fra i diversi sistemi (**viario, ferroviario, aeroportuale**), con particolare riferimento agli insediamenti produttivi e alle principali piattaforme logistiche della regione.

Da ultimo, ci vorrebbero maggiori sforzi per declinare al meglio in tutti i settori le **nuove tecnologie**, con un’attenzione maggiore quindi all’**innovazione** che può essere un **volano** di sviluppo per fare in modo che l’Emilia-Romagna possa continuare a giocare un ruolo da protagonista.

## IL TEMA “AUTONOMIA DIFFERENZIATA”

Emerge un giudizio complessivamente favorevole ai propositi di autonomia differenziata che la regione sta portando avanti, nella misura in cui si ritiene possa rappresentare un’ulteriore **opportunità** di sviluppo delle potenzialità del territorio. I concreti **risvolti** di questa scelta appaiono, purtroppo, piuttosto **indefiniti** mentre è chiara la necessità di dotarsi di strumenti specifici per rispondere in maniera efficace ai bisogni dei **distretti industriali**. Un riordino di funzioni e competenze, finalizzato a garantire flussi di finanziamento adeguati ai reali fabbisogni, appare necessario.

## L’analisi dei provvedimenti legislativi

---

Nel corso della legislatura appena conclusa l’Assemblea legislativa dell’Emilia-Romagna ha dedicato grande attenzione a temi quali *welfare*, sanità, ambiente e **autonomia differenziata**. A quest’ultimo riguardo giova ricordare che l’Emilia-Romagna si è inserita nel solco già aperto da Lombardia e Veneto. La questione, di particolare rilievo nazionale, è stata oggetto di una **risoluzione** con la quale l’Assemblea legislativa ha dato il semaforo verde al progetto di giunta che prevede la gestione diretta a livello regionale di quindici competenze in altrettante aree strategiche. Un mandato per negoziare con il governo, quello conferito al presidente della giunta Bonaccini, ad oggi privo di frutti dato lo stallo registratosi a livello nazionale sulla questione dopo il cambio di maggioranza di governo nell’estate 2019.

L'azione della giunta è stata altresì contrassegnata dalla cosiddetta **svolta green**, avviata dalla regione nel 2014, la cui principale traduzione legislativa è stato il **Piano Aria Integrato Regionale 2020**. Licenziato dall'Assemblea legislativa l'11 aprile 2017, la misura ha l'obiettivo di ridurre le **emissioni** degli specifici inquinanti sul territorio regionale, risanare la qualità dell'aria e rientrare nei valori limite fissati dalla normativa europea. Bonaccini, in caso di conferma al vertice regionale, si è impegnato a realizzare un **nuovo Patto sul Clima per l'Emilia-Romagna**.

In materia di **welfare** l'Assemblea legislativa ha confermato lo stanziamento dei fondi dedicati alle **borse di studio** per l'istruzione superiore, approvato le norme di sostegno al reinserimento sociale dei **disoccupati** e introdotto il **Reddito di Solidarietà**: una misura simbolo della giunta Bonaccini con cui viene erogato un **contributo economico** mensile alle persone **indigenti**.

A livello **sanitario** sono stati approvati provvedimenti in materia di investimenti per l'intero comparto. Il traguardo politico di maggior rilievo raggiunto dalla regione nel settore è l'**abolizione** del cosiddetto "**super-ticket**" sulle prestazioni decisa dalla giunta (*deliberazione della Giunta Regionale n. 2075 del 3 dicembre 2018*), in anticipo rispetto alle recenti scelte nella medesima direzione operate dal Governo nazionale.

#### **I PRINCIPALI PROVVEDIMENTI APPROVATI DALL'ASSEMBLEA LEGISLATIVA E.R. NELLA X LEGISLATURA**

<b>DATA</b>	<b>ATTO</b>	<b>ALIAS</b>	<b>CONTENUTO</b>
03.12.2019	232	NADEFR 2020	Nota di aggiornamento del Documento di Economia e Finanza Regionale 2020
20.11.2019	230	Investimenti sanitari	Approvazione interventi dell'accordo di programma per il settore degli investimenti sanitari
01.10.2019	222	Reddito di solidarietà	Misure per la promozione dei contratti di solidarietà espansiva e utilizzo del reddito di cittadinanza
17.09.2019	221	Bilancio consolidato 2018	Bilancio consolidato della Regione Emilia-Romagna per l'esercizio finanziario 2018
03.12.2019	214	PRIT 2025	Piano Regionale Integrato dei Trasporti PRIT 2025
20.05.2019	211	Diritto allo studio	Piano regionale triennale degli interventi e dei servizi per il diritto allo studio universitario e l'alta formazione 2019-22

21.01.2019	195	Asili nido	Indirizzi per gli interventi di qualificazione e miglioramento delle scuole dell'infanzia
20.12.2018	187	Lotta ai cambiamenti climatici	Strategia di mitigazione e adattamento per i cambiamenti climatici della Regione Emilia-Romagna
19.12.2018	185	NADEFR 2019	Nota di aggiornamento al documento di economia e finanza regionale 2019
22.11.2018	182	Bilancio di previsione 2019-21	Bilancio di previsione finanziario dell'Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna per gli anni 2019-2020-2021
26.09.2018	178	Bilancio consolidato 2017	Bilancio consolidato della Regione Emilia-Romagna per l'esercizio finanziario 2017
26.09.2018	177	DEFR 2019	Documento di economia e finanza regionale DEFR 2019
18.09.2018	Risoluzione 7158	Autonomia differenziata	Risoluzione concernente l'evoluzione dell'iniziativa della Regione Emilia-Romagna per l'acquisizione di ulteriori forme e condizioni di autonomia ai sensi dell'articolo 116, comma III, della Costituzione, e lo sviluppo del relativo negoziato con il Governo
06.06.2018	157	Lotta alla povertà 2018-2020	Piano regionale per la lotta alla povertà 2018-2020
08.01.2018	136	Piano Casa giovani coppie	Programma regionale denominato "Una casa alle giovani coppie ed altri nuclei familiari"
21.12.2017	n. 130	NADEFR	Nota di aggiornamento al documento di economia e finanza regionale - DEFR 2018 e rendicontazione degli obiettivi strategici del DEF
21.12.2017	n. 133	Cooperative	Istituzione di una Commissione speciale di ricerca e di studio sul tema delle cooperative cosiddette spurie o fittizie

21.12.2017	n. 129	Bilancio di previsione 2018-2019-2020	Bilancio di previsione finanziario dell'Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna per gli anni 2018-2019-2020
26.09.2017	n. 124	Bilancio consolidato 2016	Bilancio consolidato della Regione Emilia-Romagna per l'esercizio finanziario 2016
26.09.2017	n. 123	DEFR 2018	Documento di economia e finanza regionale DEFR 2018 con riferimento alla programmazione 2018-2020
12.07.2017	n. 120	Sanità	Piano sociale e sanitario 2017-2019
31.05.2017	n. 118	Programma educazione alimentare 2017-2019	Programma per l'orientamento dei consumi e l'educazione alimentare per il triennio 2017-2019
11.04.2017	n. 115	Piano Aria Integrato Regionale	Decisione sulle osservazioni pervenute e di approvazione del Piano Aria Integrato Regionale (PAIR2020)
01.03.2017	n. 111	Piano Energetico Regionale 2030	Piano Energetico Regionale 2030 e Piano Triennale di Attuazione 2017-2019
28.02.2017	n. 110	Programma sostenibilità 2017/2019	Programma Regionale di informazione ed educazione alla sostenibilità (INFEAS) 2017/2019
07.02.2017	n. 108	Piano sostenibilità ambientale 2016-2018	Piano d'azione per la sostenibilità ambientale dei consumi pubblici per il triennio 2016-2018
21.12.2016	n. 104	NADEFR 2017	Nota di aggiornamento al Documento di Economia e Finanza Regionale 2017
13.12.2016	n. 101	Bilancio di previsione 2017-2018-2019	Bilancio di previsione finanziario dell'Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna per gli anni 2017-2018-2019

27.09.2016	n. 93	DEFR 2017	Documento di economia e finanza regionale DEFR 2017
13.07.2016	n. 87	Sistema integrato dei servizi socio-educativi	Indirizzi di programmazione degli interventi per il consolidamento e la qualificazione del sistema integrato dei servizi socio-educativi
21.06.2016	n. 75	Programma triennale lavoro	Programma triennale delle politiche formative e per il lavoro
04.05.2016	n. 69	Violenza di genere	Approvazione del Piano regionale contro la violenza di genere
12.04.2016	n. 66	Sanità	Approvazione interventi dell'accordo di programma "Addendum" per il settore degli investimenti sanitari
22.03.2016	n. 65	Asili nido	Indirizzi per gli interventi di qualificazione e miglioramento delle scuole dell'infanzia. Triennio 2016-2018
24.02.2016	n. 62	ICT	Agenda digitale dell'Emilia-Romagna: Linee di indirizzo del Piano regionale per lo sviluppo telematico, delle ICT e dell' e-government
21.12.2015	n. 52	DEFR 2016	Documento di Economia e Finanza Regionale DEFR 2016 con riferimento alla programmazione 2016-2018
20.10.2015	n. 38	Piano Triennale Integrato Fondo Sociale Europeo	Alte competenze per la ricerca, il trasferimento tecnologico e l'imprenditorialità. Piano Triennale Integrato Fondo Sociale Europeo

## Appendice metodologica

---

### L'ANALISI SOCIAL

In questa sezione della ricerca sono state analizzate le conversazioni *online* intorno all'Emilia-Romagna e alle *keyword* ad essa associate, per il periodo 10 ottobre-10 gennaio. Ad un'analisi quantitativa che mette in luce la totalità delle uscite *web* e social correlate alla regione si è accompagnato un approfondimento verticale sui singoli canali, con l'obiettivo di approfondire comportamenti e linguaggi specifici. Attraverso l'utilizzo di *software* e le interpretazioni di specialisti sono stati raccolti e analizzati i dati relativi alle conversazioni online sulla regione provenienti da Facebook, Twitter ed Instagram. Lo studio si è concentrato in particolare sui flussi delle conversazioni riguardanti la regione, sia interni ad essa sia riguardanti tutto il territorio nazionale. Questa analisi, quantitativa e qualitativa insieme, consente di cogliere il *sentiment* relativo ai contenuti pubblicati, la demografia degli utenti e gli *influencer* più attivi in relazione alla regione. Per comprendere al meglio come e quanto il dibattito politico abbia avuto un impatto sulla regione, sono stati infine analizzate i canali *social* delle personalità più note dei principali partiti, approfondendo e dividendo l'analisi in base alle tematiche più discusse. I riscontri ottenuti sono stati resi attraverso un testo di sintesi con fatti chiave, trend e *ranking* anche evidenziando la eventuale evoluzione della sensibilità nel periodo finale dell'anno alla vigilia del voto.

### IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE E DELLE ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO

Volendo porre in rilievo le priorità politico-programmatiche avvertite nel tessuto socio-produttivo regionale è stato somministrata in forma anonima una *survey* ad un selezionato gruppo di *stakeholder* (SH): figure apicali di associazioni di rappresentanza, comparti imprenditoriali e professionali, enti di ricerca e organizzazioni di cittadinanza attiva.

#### *Questionario stakeholder*

1. Quali sono i settori e gli ambiti sui quali si è concentrata la vostra attenzione professionale negli ultimi cinque anni?
2. Come giudica il rapporto con le istituzioni regionali?
3. Hanno trovato ascolto le vostre istanze presso le istituzioni regionali?
4. Quali dovrebbero essere le priorità politico-programmatiche dell'amministrazione regionale nel prossimo futuro?
5. Come giudica l'ipotesi di trasferimento alla regione Emilia-Romagna di competenze oggi appartenenti alla "legislazione concorrente" con lo Stato (la c.d. autonomia differenziata)? Ritiene possa avere un impatto nel suo settore?

#### Ambito di provenienza degli *stakeholder*:

- Associazioni di lavoratori;
- Cooperative;
- Enti gestori infrastrutture terrestri;
- Imprese;
- Organizzazioni di categoria;
- Reti di impresa;
- Start-up.