



Reggio Calabria: la sfida è costruire un futuro che non accada altrove

Come sempre accade dopo la proclamazione di un sindaco, si inizia a parlare dei primi cento giorni della nuova amministrazione. È una tradizione che accompagna quasi ogni nuova esperienza di governo, locale o nazionale. Non perché in cento giorni si possano risolvere criticità maturate nell'arco di decenni, ma perché quel periodo, oltre al suo evidente valore simbolico, rappresenta spesso il primo momento in cui si comincia a comprendere quale idea di città si abbia in mente.

A mio parere, però, la questione centrale non è tanto cosa verrà fatto nei prossimi cento giorni, quanto quali problemi si deciderà di mettere al centro dell'azione amministrativa. Perché dal modo in cui si individuano le priorità dipendono poi le scelte, il metodo e anche l'utilizzo delle risorse disponibili.

Se dovessi individuare un indicatore capace di raccontare meglio di altri lo stato di salute del nostro territorio, probabilmente non partirei né dai bilanci pubblici né dal numero delle opere realizzate. Guarderei invece alla popolazione.

Negli ultimi dieci anni la Città Metropolitana di Reggio Calabria è passata da 557.993 residenti al 31 dicembre 2014 a 512.956 residenti al 31 dicembre 2024. In un solo decennio abbiamo perso 45.037 abitanti. Per avere un'idea concreta della dimensione del fenomeno, è come se dal nostro territorio fosse scomparsa, in dieci anni, una città più grande di Alghero. È un dato che dovrebbe far riflettere più di quanto faccia normalmente. Non soltanto per la sua dimensione, ma per ciò che rappresenta.

E probabilmente racconta persino meno della realtà. Perché il dato consolidato si ferma al 2024, mentre le rilevazioni successive indicano che la tendenza non si è fermata. Al 1° gennaio 2026 la popolazione della Città Metropolitana risulta già scesa a 510.590 residenti. Questo significa che il saldo negativo rispetto al 2014 ha ormai superato le 47 mila persone, senza considerare che il 2026 in corso non è ancora fotografato da un dato annuale consolidato.

A questo si aggiunge un altro elemento: accanto a chi ha formalmente spostato la propria residenza c'è anche una parte di persone che risulta ancora residente nel nostro territorio, ma che di fatto vive, studia o lavora altrove. È una componente difficile da quantificare con precisione, ma che conosciamo tutti. Figli, amici, professionisti, giovani che tornano durante le festività o nei mesi estivi, mantenendo qui un legame affettivo e spesso anche anagrafico, ma costruendo altrove la propria vita quotidiana.

Questo significa che lo spopolamento non è soltanto un numero nei registri demografici. È anche una presenza che si svuota lentamente. Una città che conserva nomi nelle anagrafi, ma perde energie nelle strade, nelle imprese, nelle scuole, nei consumi e nella vita quotidiana.

Quando un territorio perde così tante persone perde anche consumi, competenze, capacità progettuale e, in una certa misura, fiducia nel futuro.

Dentro questo svuotamento lento ci sono molti dei problemi di cui discutiamo ogni giorno. Non soltanto la mancanza di lavoro in senso stretto, perché in diversi settori le imprese faticano persino a trovare personale, ma la difficoltà di costruire percorsi professionali capaci di migliorare davvero la qualità della vita, valorizzare le competenze e offrire possibilità concrete di crescita. Ci sono i servizi che non funzionano come dovrebbero, la difficoltà di attrarre investimenti, le opportunità che non sempre riusciamo a trasformare in sviluppo stabile.

Eppure sarebbe sbagliato fermarsi a questa fotografia, perché racconta soltanto una parte della realtà.





Negli ultimi anni abbiamo assistito anche a dinamiche che meritano attenzione. Il turismo cresce. L'aeroporto di Reggio Calabria sta vivendo una fase che fino a poco tempo fa sembrava difficile persino immaginare: nel 2025 ha sfiorato il milione di passeggeri, con 977.984 transiti e una crescita del 56,7% rispetto all'anno precedente. Il tessuto imprenditoriale continua a mostrare capacità di tenuta e adattamento e, nonostante tutte le difficoltà, nuove imprese continuano a nascere. Anche l'agroalimentare mostra segnali importanti, con segmenti in crescita significativa e con un potenziale che va ben oltre il singolo prodotto simbolo.

Non siamo quindi davanti a un territorio immobile o rassegnato al declino. È proprio questa apparente contraddizione che dovrebbe interrogarci. Se alcuni indicatori migliorano, perché continuiamo a perdere popolazione? Perché tanti giovani continuano a immaginare il proprio futuro altrove? E perché continuiamo ad avere un tasso di mancata partecipazione giovanile al lavoro pari al 71,7%, uno dei dati più preoccupanti dell'intero Paese?

Forse perché per troppo tempo abbiamo affrontato le questioni una alla volta. Il turismo da una parte, il commercio dall'altra, l'agroalimentare come comparto produttivo separato, i giovani da un'altra ancora. La cultura, l'innovazione, la mobilità, l'università, i borghi. Come se fossero temi separati. Io credo invece che la sfida dei prossimi anni sia esattamente opposta: mettere in connessione ciò che oggi appare frammentato.

È anche per questo che continuo a ritenere il turismo uno dei pilastri dello sviluppo del territorio. Non perché il turismo possa risolvere ogni problema, ma perché è uno dei pochi settori capaci di generare effetti positivi su commercio, servizi, cultura, mobilità, produzioni locali e nuove attività economiche. Ma il turismo, da solo, non basta. Se resta un settore economico produce presenze. Se diventa una strategia territoriale può contribuire a generare lavoro, investimenti, nuove imprese e opportunità capaci di trattenere persone.

Lo stesso vale per l'agroalimentare. Quando se ne parla, spesso si pensa subito al bergamotto, che resta certamente il prodotto più iconico e riconoscibile del nostro territorio. Ma l'agroalimentare reggino è molto di più. È fatto di produzioni, imprese, trasformazione, ristorazione, commercio, export, identità, paesaggio, borghi, tradizioni e innovazione. Anche qui il tema non è semplicemente valorizzare un comparto. Il tema è costruire filiere. Perché un prodotto genera valore fino in fondo quando incontra la trasformazione, la promozione, la ristorazione, il turismo esperienziale, i mercati e la capacità di raccontare un territorio.

In questo senso anche la rete dei borghi può diventare un elemento centrale. Non come una semplice appendice della città, ma come parte integrante di una visione metropolitana capace di mettere in relazione produzioni, identità, paesaggio, accoglienza, cultura e nuove opportunità economiche.

La sfida, quindi, non è scegliere tra turismo, agroalimentare, commercio o innovazione. La sfida è fare in modo che ciascuno di questi ambiti rafforzi gli altri, dentro una strategia unica di sviluppo metropolitano. Per questo credo che il salto di qualità stia nel passare dalla semplice promozione alla governance. Nella capacità di costruire una vera destinazione metropolitana che metta in rete la città, i borghi, l'Aspromonte, le coste, il patrimonio culturale, le imprese e le nostre eccellenze produttive.

È il motivo per cui continuo a ritenere necessaria una DMO metropolitana. Non come un nuovo contenitore burocratico, ma come uno strumento capace di trasformare potenzialità già esistenti in una strategia comune. Lo stesso ragionamento vale per i Distretti Urbani del Commercio, che non sono semplicemente una misura di sostegno alle imprese. Possono diventare uno strumento di rigenerazione urbana, di valorizzazione dei quartieri e di rafforzamento dell'identità dei luoghi. Così come credo che una rete metropolitana dell'innovazione, capace di collegare scuole, università, startup, incubatori e imprese, possa contribuire a creare quell'ecosistema che oggi troppo spesso manca.





Non penso però che tutto questo possa essere costruito soltanto attraverso strumenti amministrativi, piani strategici o investimenti pubblici.

C'è un elemento che spesso viene considerato secondario e che invece ritengo fondamentale: il coinvolgimento delle comunità. Nessuna strategia di sviluppo può produrre risultati duraturi se non riesce a generare partecipazione, senso di appartenenza e consapevolezza. Perché alla fine una città non è fatta soltanto di infrastrutture, imprese e servizi. È fatta soprattutto dalle persone che la abitano. Se i cittadini non si sentono parte di un progetto, qualsiasi visione rischia di essere percepita come qualcosa di esterno, calato dall'alto e destinato a produrre risultati parziali. In fondo il punto è tutto qui.

Non credo che il futuro di Reggio Calabria dipenda da una singola opera pubblica, da un evento o da un investimento isolato. Credo dipenda dalla capacità di costruire connessioni. Tra la città e il resto dell'area metropolitana. Tra turismo e impresa. Tra agroalimentare e ristorazione. Tra borghi e nuove economie. Tra formazione e lavoro. Tra innovazione e tradizione. Tra pubblico e privato. Tra amministrazione e cittadini.

La vera sfida non è semplicemente aumentare il numero dei visitatori, migliorare qualche indicatore economico o attrarre qualche investimento in più. È costruire un territorio che torni a credere nelle proprie possibilità. Un territorio capace di trasformare le proprie risorse in opportunità, le proprie identità in valore economico, le proprie comunità in protagoniste del cambiamento. In altre parole, una trasformazione che prima ancora di essere economica o amministrativa deve diventare culturale. Perché nessuna strategia di sviluppo funziona davvero se una comunità continua a percepire il proprio futuro come qualcosa che accade altrove.

E forse è proprio da qui che dovrebbe partire ogni riflessione sul futuro di Reggio Calabria. Non da ciò che manca, ma dalla capacità di mettere a sistema ciò che già possediamo e di costruire attorno a questo una nuova consapevolezza collettiva.

Claudio Aloisio
Presidente Confesercenti Reggio Calabria

