



**HAL**  
open science

# Una Cina senza figli: perché il giganteha sbagliato i suoi conti

Gérard-François Dumont

► **To cite this version:**

Gérard-François Dumont. Una Cina senza figli: perché il giganteha sbagliato i suoi conti. Avvenire, 2022. <halshs-05435364>

**HAL Id: halshs-05435364**

**<https://shs.hal.science/halshs-05435364v1>**

Submitted on 30 Dec 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

## idee


**Bonduelle Italia ottiene la certificazione B Corp:  
«Impegnati verso performance sociali e ambientali»**

Bonduelle Italia, azienda del mondo vegetale che opera nel fresco, surgelato e ambient, diventa B Corp ed è la prima società benefit del Gruppo in Europa. Un traguardo che corona l'impegno dell'azienda per generare un impatto positivo su pianeta, persone e territori, e che prospetta la continuazione di un percorso responsabile. «Essere B Corp significa impegnarsi a misurare e considerare le proprie performance ambientali e sociali con attenzione, con l'obiettivo di creare valore condiviso», sottolinea Federico Odella, ad di Bonduelle Italia.



**Nel 2022 il tasso di natalità nel Paese è calato ulteriormente. Il fallimento della politica del figlio unico, applicata fino al 2015, il fenomeno delle «popolazioni fluttuanti» e l'aumento dei costi delle case sono tra i motivi che hanno contribuito al deficit di nascite**

**D**a quando il Partito comunista cinese è salito al potere a Pechino nel 1949, solo una volta la popolazione cinese ha registrato un deficit di nascite rispetto ai decessi. È stato nel 1961, quando la politica collettivista del "Grande balzo in avanti" ha portato a un crollo della produzione alimentare, con conseguente aumento dei decessi e calo delle nascite. Ma dal 2022 in Cina sembra essere in atto un processo di spopolamento. Perché?

1) La cosiddetta politica del figlio unico, applicata con una grande rigidità burocratica dal 1979 al 2015, ma con scarsa comprensione dei processi demografici e senza alcuna visione a lungo termine, sembra aver finito per permeare la mentalità delle giovani generazioni, soprattutto delle giovani donne. Con l'entrata in vigore nel 2016 della legge a favore dei "due figli" e l'incoraggiamento ad avere "tre figli" a partire dal 2021, il governo sta ora cercando di sostenere la maternità. La politica del figlio unico si è rivelata fallimentare, perché ha spinto i genitori a investire eccessivamente nell'educazione del loro unico figlio. Questo costoso investimento, volto a preparare il figlio alla competizione scolastica e poi professionale che dovrà affrontare, non permette ai genitori di prendere in considerazione l'idea di avere altri bambini, per i quali non sarebbero in grado di fare lo stesso investimento. Inoltre, soprattutto nelle aree urbane, le donne ormai si sposano sempre più tardi, il che, in un Paese in cui la percentuale di nascite fuori del matrimonio è molto bassa, ritarda i possibili partì e riduce il numero potenziale dei fratelli, dato che la fertilità diminuisce con il crescere dell'età. Di conseguenza, il tasso di fecondità cinese, sceso sotto il livello di sostituzione all'inizio degli anni '90, continua a rimanere molto basso.

2) Il continuo calo del numero di nascite dal 1992 non è dovuto solo alla bassa fecondità. A partire dagli anni 2010 è stato accentuato dal calo del numero di donne che raggiungono l'età fertile a seguito della bassa fecondità registrata circa 20 anni prima.

3) A questo forte calo del numero di donne si aggiunge il deficit di bambine maturate durante gli anni del controllo coercitivo delle nascite. Infatti, la politica del figlio unico ha avuto l'effetto di accentuare la preferenza per i maschi, il che ha portato a una sovrarmortalità delle ragazze rispetto ai ragazzi: le bambine hanno complessivamente ricevuto meno attenzioni e cure dei maschi, poi, quando l'ecografia è diventata una pratica diffusa, è stata la volta degli aborti selettivi. Molti uomini cinesi adulti hanno fatto arrivare donne da Paesi stranieri, ma questa pratica non è riuscita a compensare il deficit iniziale di ragazze.

4) La Cina si distingue per il fenomeno delle cosiddette "popolazioni fluttuanti", stimate in 300 milioni di persone. Si tratta di cinesi che



PROSPETTIVE

## Una Cina senza figli: perché il gigante ha sbagliato i suoi conti

Gérard Francois-Dumont \*

300

sono i milioni di cinesi che lavorano illegalmente in territori diversi da quelli a cui sono assegnati con il passaporto nazionale

3

i figli che i cinesi sono incoraggiati ad avere a partire dal 2021. Risale al 2016 la legge che ha consentito di avere due figli

1,41175

la popolazione cinese, in miliardi, alla fine del 2022: il dato è in calo, rispetto all'anno precedente, di 850mila unità

non incoraggia le coppie ad avere più di un figlio.

6) All'altra estremità della piramide delle età, dal 2005 il numero di decessi in Cina è aumentato a causa della "gerontocrescita", cioè dell'aumento del numero di anziani che hanno la più alta probabilità di morte. La pandemia di Covid-19 ha accentuato questo aumento.

7) Infine, dal 1949 il saldo migratorio netto della Cina è stato costantemente negativo. Di fatto, il ruolo delle migrazioni internazionali non riesce a compensare l'eccesso di morti rispetto alle nascite.

Il futuro non è mai già scritto, ma gli sviluppi che si stanno osservando in Cina erano comunque prevedibili. La forte inerzia demografica, e in particolare l'eredità degli effetti perversi della politica del figlio unico, che ha lasciato un segno profondo nella società cinese sia in termini quantitativi che qualitativi, impregnando le mentalità, porta a privilegiare lo scenario di un continuo calo della popolazione. Tale tendenza va considerata alla luce dell'invecchiamento della popolazione e del calo della componente attiva. Introducendo e mantenendo per lungo tempo la politica del figlio unico, Pechino ha senza dubbio dimenticato la famosa frase di Confucio: «Chi non si preoccupa del futuro si condanna a preoccupazioni immediate».

\* Questo articolo è stato pubblicato sul numero 762 della rivista *Population & Avenir*, di cui l'autore, demografo e geografo della Sorbona, è direttore.

Bambini sulle rive del fiume Yangtze, in Cina: la politica sul «figlio unico» è stata applicata molto rigidamente dal 1979 al 2015 /Ansa

In alto a sinistra, il demografo e geografo della Sorbona Gérard Francois-Dumont

## Uno strumento che porta rischi e opportunità

Andrea Lavazza

Segue da pag. 1

Compito complesso e forse venuto di un eccesso di ottimismo. Ma certamente il neuromarketing ha in sé un doppio potenziale, manipolatorio e liberatorio insieme. Sul primo versante ci si può chiedere in che senso il neuromarketing è più pervasivo delle raffinate strategie di promozione commerciale basate sullo studio della psicologia umana. Esiste ovviamente un tema di privacy rispetto alle informazioni acquisite dai volontari reclutati negli studi promossi dalle aziende (si scruta nel loro cervello, dopo tutto). E c'è un tema di induzione di consumi che possono essere disfunzionali, in quanto il neuromarketing nel suo complesso risulta una strategia molto più potente delle tecniche finora usate.

Si pensi ai bambini. Quali conseguenze si avrebbero se il neuromarketing venisse utilizzato per stimolare il consumo di cibo spazzatura, che è una delle principali cause dell'obesità e dello scarso sviluppo cognitivo in tutto il mondo? Inevitabile pensare a qualche forma di (auto)regolamentazione.

Eppure, il neuromarketing può servire anche a capire le esigenze, i desideri e le valutazioni reali delle persone, non mediate da una cornice sociale che li può reprimere. Bisogna tuttavia fare attenzione al boomerang della corvità. Ascoltare direttamente il cervello per avere le risposte più immediate e istintive può favorire gusti e preferenze "bassi", che ci vengono dalla nostra storia evolutiva, penalizzando forme espressive "alte", frutto di un lungo percorso culturale di civilizzazione. Più semplicemente, il neuromarketing può aiutare a correggere la percezione errata del prodotto da parte dell'azienda rispetto a quella che ha il pubblico e viceversa.

Ancora, comprendere i meccanismi di attenzione e di reazioni inconsce può diventare parte di strategie per il miglioramento di comportamenti personali e sociali, creando una sorta di *nudging* neuroscientifico, ovvero quelle procedure che indirizzano, senza costringerlo, il cittadino verso scelte più salutari o virtuose a suo favore, come smettere di fumare, fare prevenzione sanitaria o accendere un programma pensionistico integrativo. Ma anche in questo caso bisogna fare attenzione a non introdurre nuove forme di paternalismo, ovvero di controllo esterno sulle opzioni di vita delle persone in violazione della loro autonomia. Qui, da ultimo, si inserisce l'uso del neuromarketing in ambito politico. E le implicazioni appaiono molto più problematiche. Le prime sperimentazioni, una quindicina di anni fa, suscitano polemiche e allarme nella comunità scientifica. Ad esempio, se si scopre che la reazione, positiva o negativa, alla presentazione per frazioni di secondo di volti sconosciuti è un ottimo predittore del voto per quelle persone, la selezione del personale politico potrebbe spostarsi dalle competenze personali alla capacità di attrazione dei visi. Oggi tutto si muove sottotraccia perché le opinioni pubbliche sono diffidenti rispetto a questi strumenti nell'ambito dei processi elettorali, che dovrebbero essere caratterizzati da trasparenza e assenza di condizionamenti occulti. Proprio per tali motivi la necessità di sorveglianza e di norme chiare è tanto più urgente quanto più il ricorso a queste tecniche è fatto in maniera riservata e opaca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA