

L'INDAGINE. Il laboratorio Cmr del sociologo Marini misura come ogni area d'Italia si percepisca sui due fronti di maggior rilievo per l'analisi di quanto conta il territorio

«Veneti al top in economia non in politica»

I residenti sentono più forte l'autorità regionale sul fronte dello sviluppo produttivo e dell'impresa Però avvertono un «non peso» rispetto a Roma Differenze con il Friuli Venezia Giulia e il Trentino

Piero Erle

Il made in Veneto sa farsi valere a livello internazionale per quello che riguarda l'economia e la capacità produttiva, legate al patrimonio territoriale (basta pensare alla fortuna di alcuni marchi agroalimentari). Ma il made in Veneto politico rischia di valere molto meno, anche restando a guardare solo il livello nazionale. È un quadro irrisolto che torna, quello dipinto dall'indagine del laboratorio di Community Media Research, direttore dal sociologo Daniele Marini, realizzata in collaborazione con Intesa Sanpaolo-Cassa Risparmio del Veneto.

«CASEGGIATO GLOBALE». Nella seconda metà degli anni Novanta del Novecento all'inizio del Duemila o quasi, si era creato il mito del Nordest, territorio che si arricchiva a ritmi sostenuti e corteggiato da politica, opinione pubblica, e dagli studiosi dell'evoluzione della società. Questo, sottolinea Marini, grazie a performance economiche, ma anche sociali: «Il ruolo dei distretti industriali, ma anche le capacità di integrazione sociale con l'arrivo dei migranti. Soprattutto, il Nordest ha anticipato e imposto sul piano nazionale il tema della centralità del territorio e del suo capitale sociale, della sussidiarietà e del federalismo nello sviluppo di una realtà». Poi sono arrivati i processi di globalizzazione: le nuove tecnologie che connettono col mondo, i

systemi produttivi che delocalizzano «e allungano le proprie reti prescindendo dalle frontiere», la finanza senza barriere, le migrazioni di massa.

«Stiamo diventando un grande «caseggiato globale», sottolinea Marini, nel quale però cresce «un sentimento di spaesamento, di perdita di riferimenti tradizionali»: di qui il bisogno «di ancorarsi alle proprie radici, alle identità sociali del proprio territorio originario».

Viceversa la politica si è allontanata, complice anche la legge elettorale nazionale che, senza preferenze, ha «staccato» i parlamentari dai loro territori. Ma il mondo produttivo «sta scoprendo la centralità del territorio come fattore di competitività. Non si tratta solo delle buone performance dei distretti industriali, come sottolineato anche dall'ultimo rapporto del Monitor del Centro Studi di Intesa Sanpaolo. Ma anche dell'importanza che esso ha nel raccontare i prodotti, nel valore aggiunto che assumono le tradizioni e il brand territoriale nell'affermare le nostre produzioni su scala globale, come dimostra il successo del Made in Italy». E dal territorio, non solo veneto ma del Nordest, si chiede che la politica torni a occuparsi della sua gente.

VENETO A DUE FACCE. L'indagine scandaglia qual è «il peso che la popolazione del Nordest assegna alla propria regione sotto due versanti: economico e politico. Ne scaturisce una geografia delle tre re-

gioni distonica». Dal punto di vista economico «il Veneto, 89,1%, è l'unica delle regioni del Nord a conquistare il podio delle prime tre posizio-

ni, seconda dopo la Lombardia 94,6% e prima dell'Emilia Romagna 86,8%». Il Friuli Venezia Giulia è nono al 17,6%, e il Trentino Alto Adige dodicesimo, 14,3%. «Il Nordest viaggia a più velocità non solo nei dati economici, ma anche nella percezione della popolazione, con un Veneto trainante, mentre seguono più lentamente le altre due regioni». Sul versante politico però tutto cambia: in generale, le Regioni per la gente contano poco (media 33,2%) ma si nota che le terre dei Renzi, Gentiloni, Franceschini, Serracchiani, svettano (Toscana 82,4%, Emilia 69,4, Lazio 68,8, Friuli 29,4. Il Veneto è nono, 21,7%, «e in posizione asimmetrica rispetto al ruolo economico riconosciuto». Il Trentino è undicesimo, 11,5%, «in posizione di quasi marginalità politica». È dalla caduta della Dc, primi anni Novanta, che emerge «un disallineamento fra ruolo dell'economia e rappresentanza politica nazionale». La divisione c'è nello stesso Nordest: «Sparpagliato, periferico, marginale sono solo alcuni degli aggettivi risuonanti su un Nordest che negli indicatori ha perso la peculiarità d'un tempo». Quello che c'è da fare è chiaro: politica e rappresentanza sociale devono riallinearsi alle dinamiche sociali ed economiche. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Veneto al top per l'economia, ma anonimo in politica

Quanto conta la tua regione dal punto di vista... (molto e moltissimo, in %)

ECONOMICO			POLITICO		
1	Lombardia	94,6	1	Toscana	82,4
2	Veneto	89,1	2	Emilia Romagna	69,4
3	Emilia Romagna	86,8	3	Lazio	68,8
4	Toscana	74,0	4	Lombardia	60,7
5	Piemonte	65,4	5	Basilicata	51,3
	Media Italia	50,9		Media Italia	33,2
6	Basilicata	47,5	6	Campania	32,0
7	Lazio	41,5	7	Friuli Venezia Giulia	29,4
8	Puglia	24,0	8	Piemonte	27,1
9	Friuli Venezia Giulia	17,6	9	Veneto	21,7
10	Campania	17,3	10	Sicilia	18,6
11	Sicilia	16,1	11	Trentino Alto Adige	11,5
12	Trentino Alto Adige	14,3	12	Puglia	8,6
13	Marche	13,0	13	Umbria	8,3
14	Umbria	8,3	14	Liguria	4,2
15	Liguria	4,3	15	Calabria	3,2
16	Sardegna	3,6	16	Marche	2,4
17	Abruzzo	2,5	17	Sardegna	2,4
18	Calabria	2,5	18	Molise	2,3
19	Molise	2,5	19	Abruzzo	2,1
20	Valle d'Aosta	2,5	20	Valle d'Aosta	2,0

Fonte: Community Media Research - Intesa Sanpaolo - Cassa Risparmio del Veneto, 2017 (n. casi: 1.566)

La ricerca

METODO. Community Media Research ha realizzato l'indagine nazionale dal 18 ottobre al 4 novembre 2016 su un campione rappresentativo di popolazione residente, sopra 18 anni. Metodo e rilevazione a cura di Questlab. I rispondenti sono stati 1.566 su 12.785 contatti. L'analisi è stata riproporzionata su genere, territorio, classi d'età, professione e titolo di studio. Il margine di errore è +/-2,5%. La rilevazione è avvenuta con visual survey sui principali social network.