

LA «METAMORFOSI» DEI REGGIANI

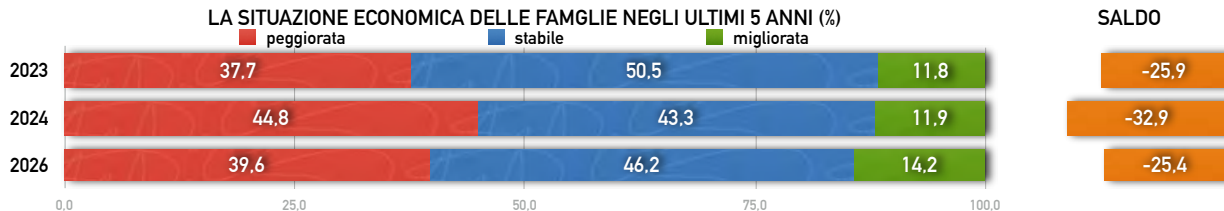
COME CAMBIANO I CAPITALI SOCIALE,
FIDUCIARIO E POLITICO-ISTITUZIONALE

Daniele Marini
Università di Padova
Community Research&Analysis

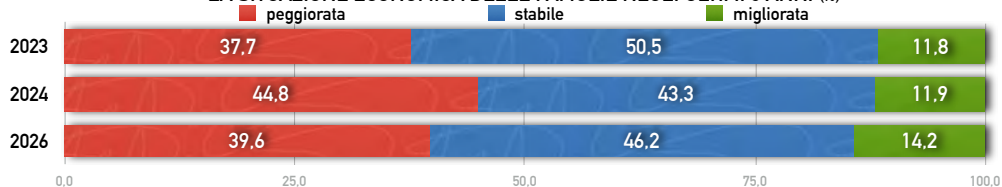


A person is walking away from the viewer towards a bright vertical light source in a dark, empty space. The light source is a narrow, vertical beam of light that illuminates the person and the floor. The person is silhouetted against the light. The floor is dark and reflective, showing a faint reflection of the person and the light source. The walls are dark and feature a faint grid pattern.

**LE CONDIZIONI SOCIO-ECONOMICHE:
SPIRAGLI**



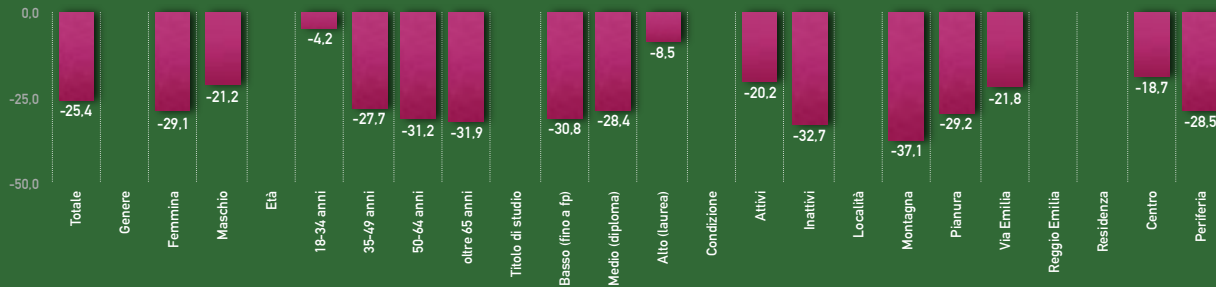
LA SITUAZIONE ECONOMICA DELLE FAMGLIE NEGLI ULTIMI 5 ANNI (%)

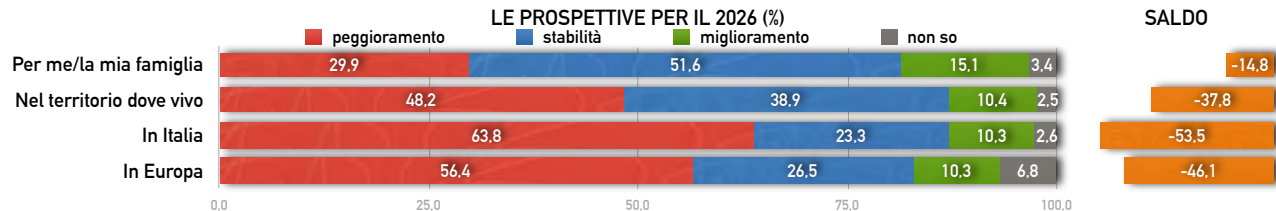


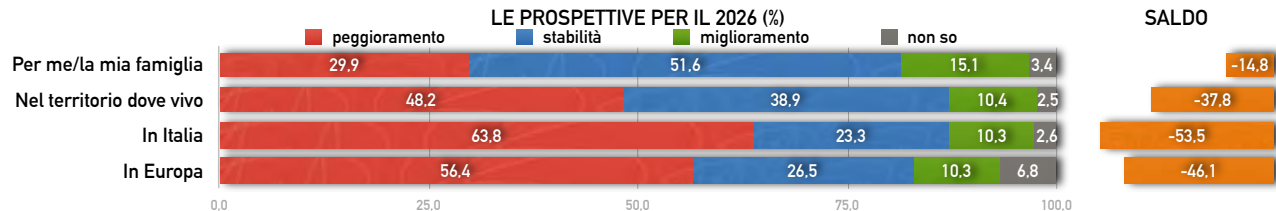
SALDO



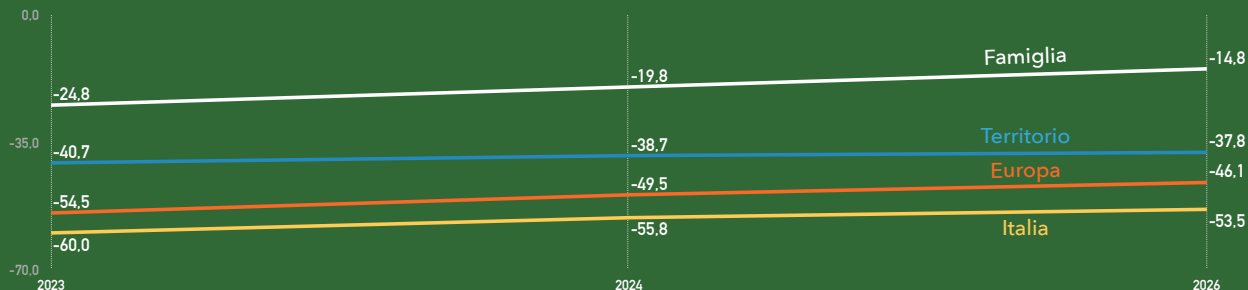
SALDO OPINIONE

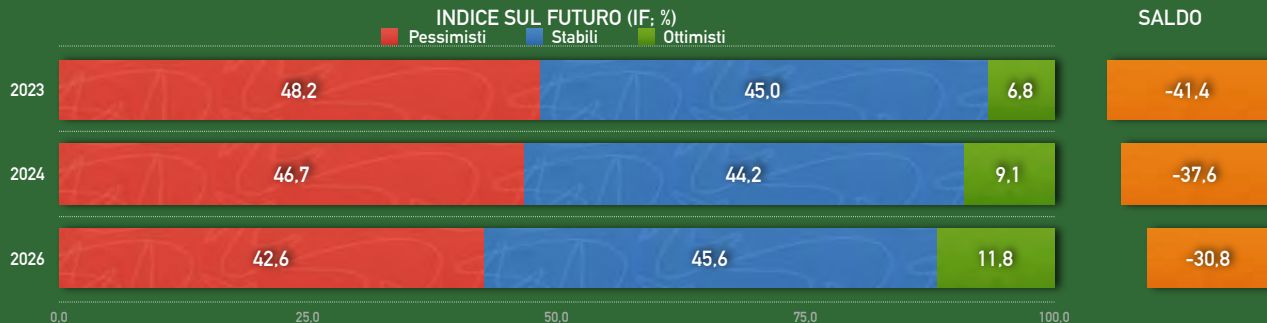
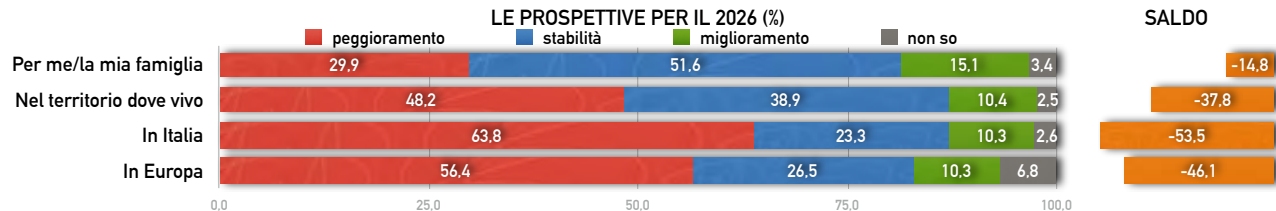






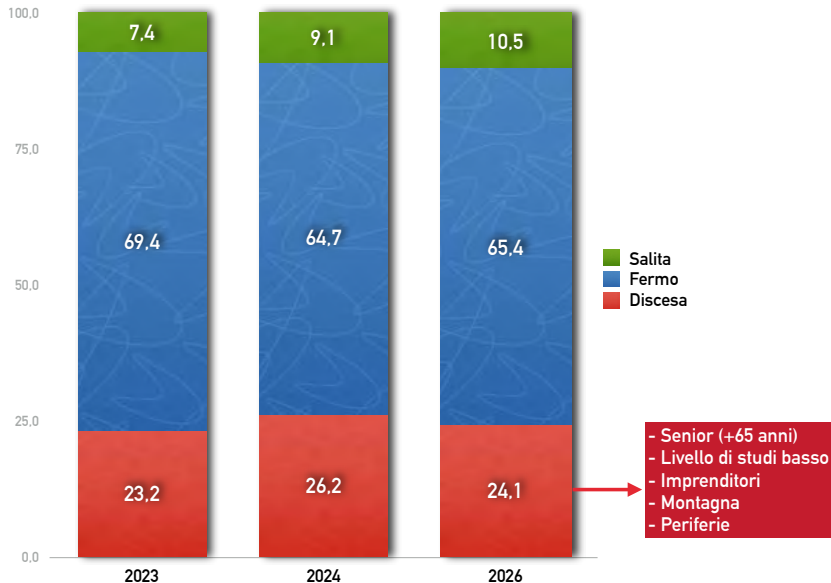
SALDO OPINIONE





LE CONDIZIONI ECONOMICHE

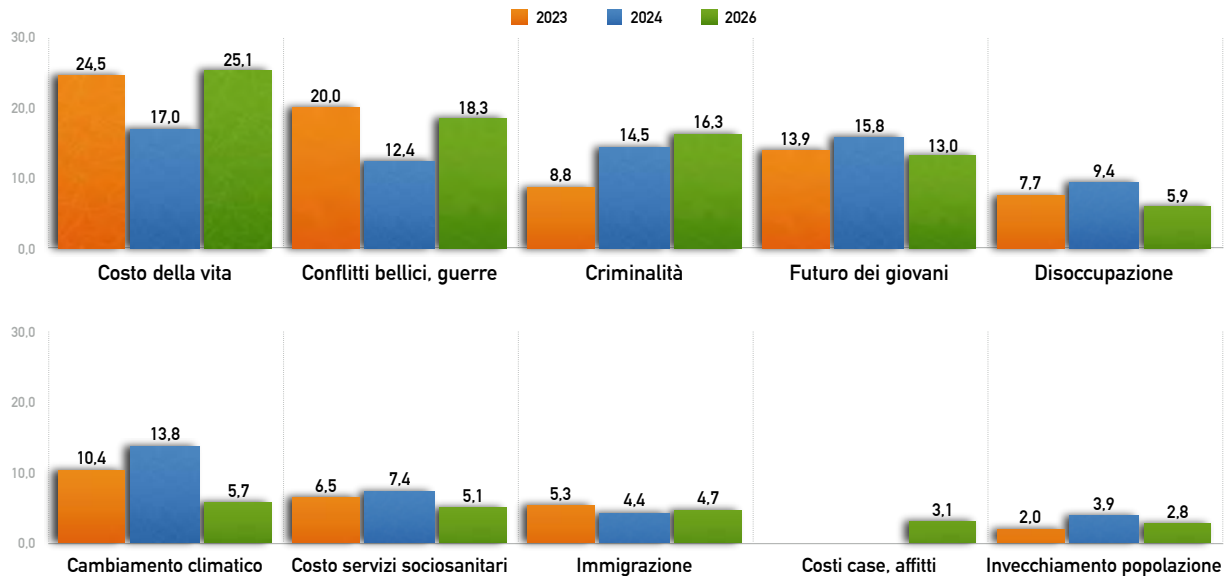
ASCENSORE SOCIALE (%)



Fonte: Community Research&Analysis per Osservare, gennaio 2026 (n. casi: 1.000)



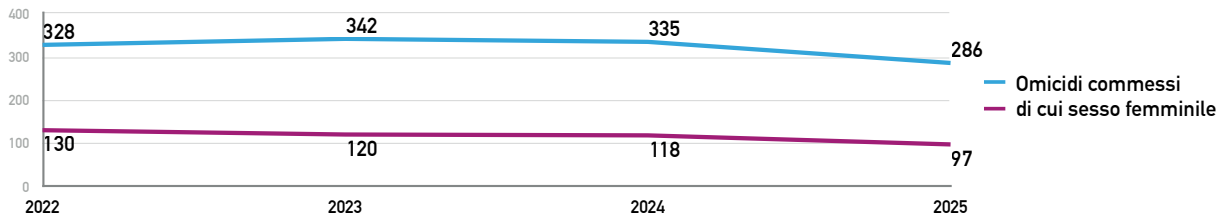
LE PREOCCUPAZIONI VERSO IL FUTURO (%)



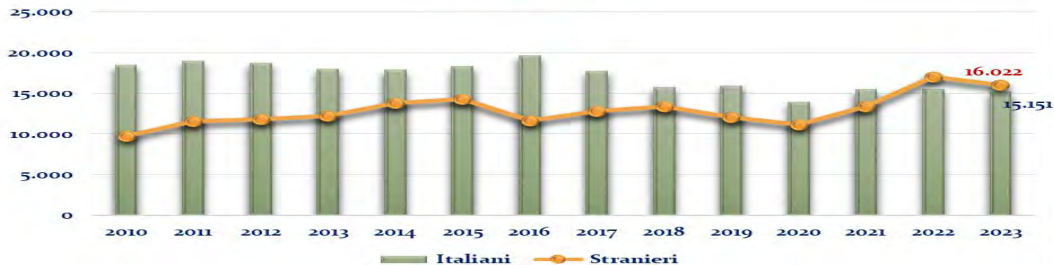
CAPITALE FIDUCIARIO



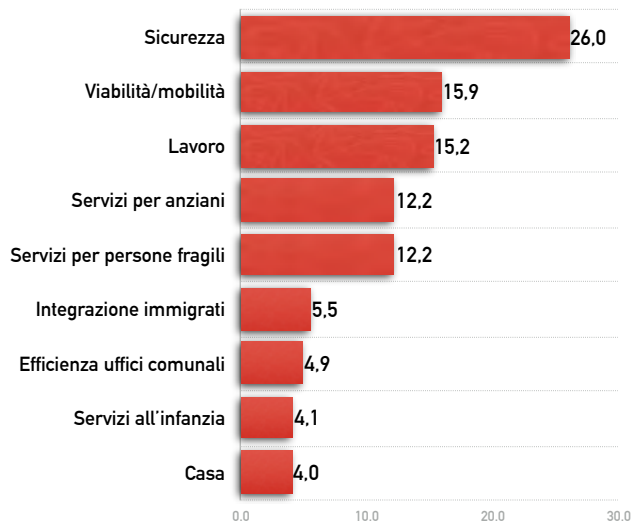
OMICIDI IN ITALIA



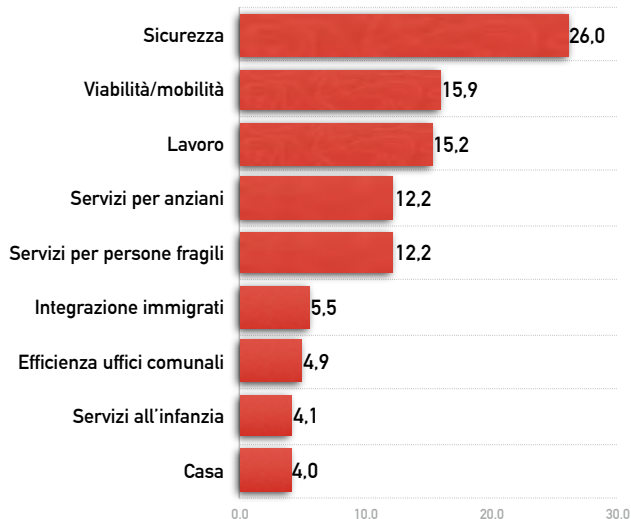
Segnalazioni totali di minori italiani e stranieri in Italia 2010 - 2023



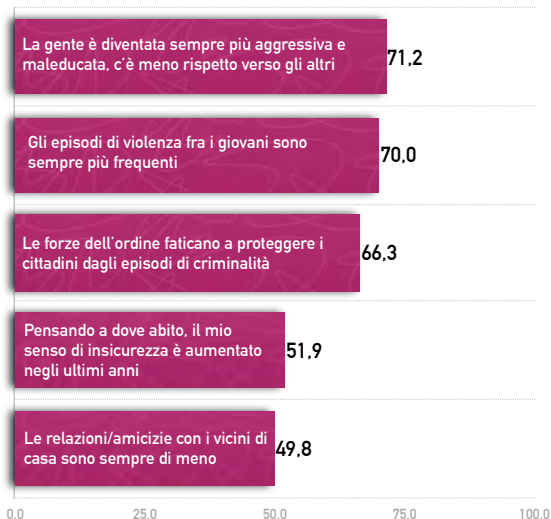
AMBITI IN CUI L'AMMINISTRAZIONE DOVREBBE IMPEGNARSI DI PIÙ (%)



AMBITI IN CUI L'AMMINISTRAZIONE DOVREBBE IMPEGNARSI DI PIÙ (%)



ACCORDO AfferMAZIONI (MOLTO E MOLTISSIMO; %)





SERENI

[persone sono educate; giovani non sono violenti; vicinato positivo; sensazione di sicurezza; forze dell'ordine proteggono]



TITUBANTI

[valutazioni positive e negative]



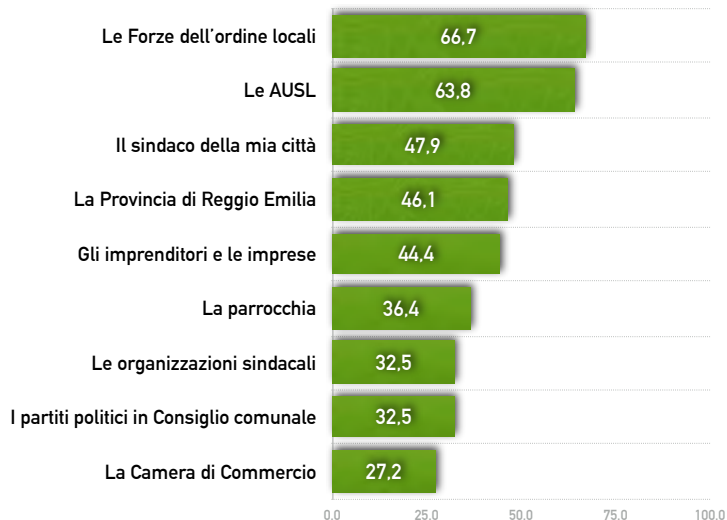
SPAESATI

[persone sono aggressive; giovani sono violenti; vicinato assente; sensazione di insicurezza; forze dell'ordine non proteggono]

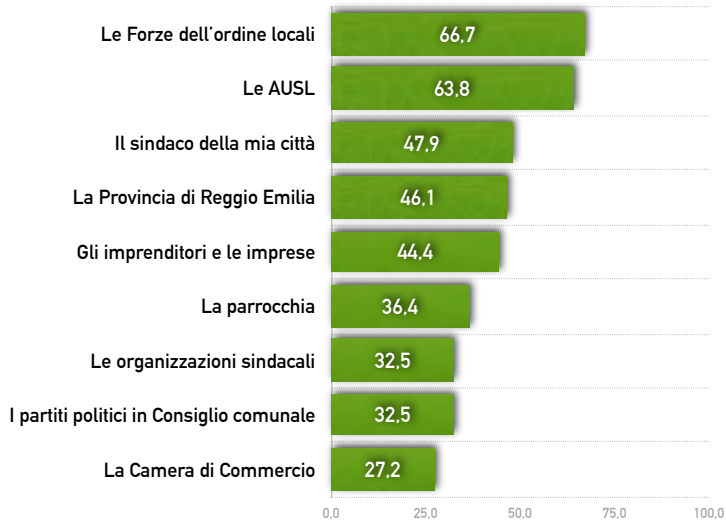
CAPITALE POLITICO-ISTITUZIONALE



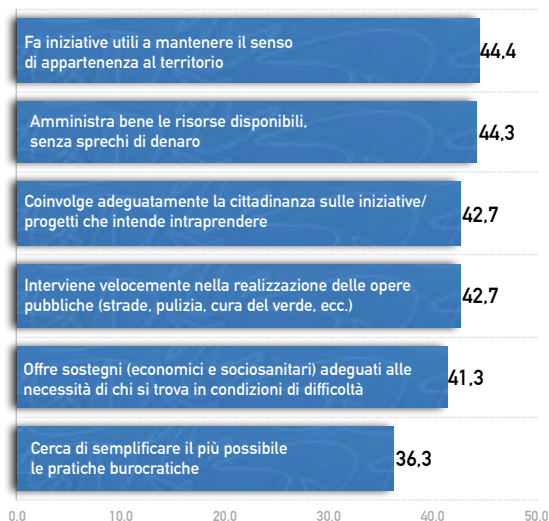
FIDUCIA (MOLTA/MOLTISSIMA: %)



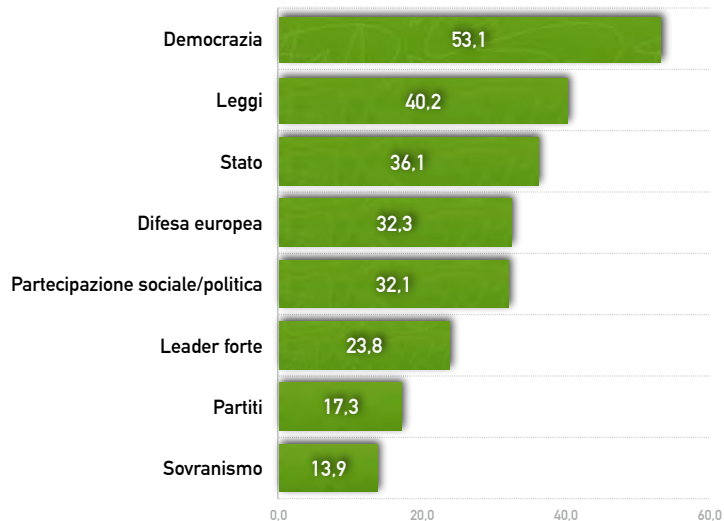
FIDUCIA (MOLTA/MOLTISSIMA: %)



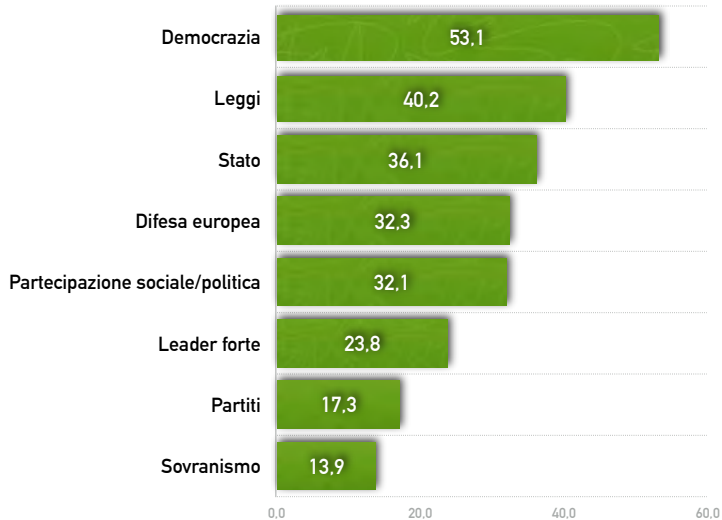
ACCORDO Affermazioni (MOLTO E MOLTISSIMO: %)

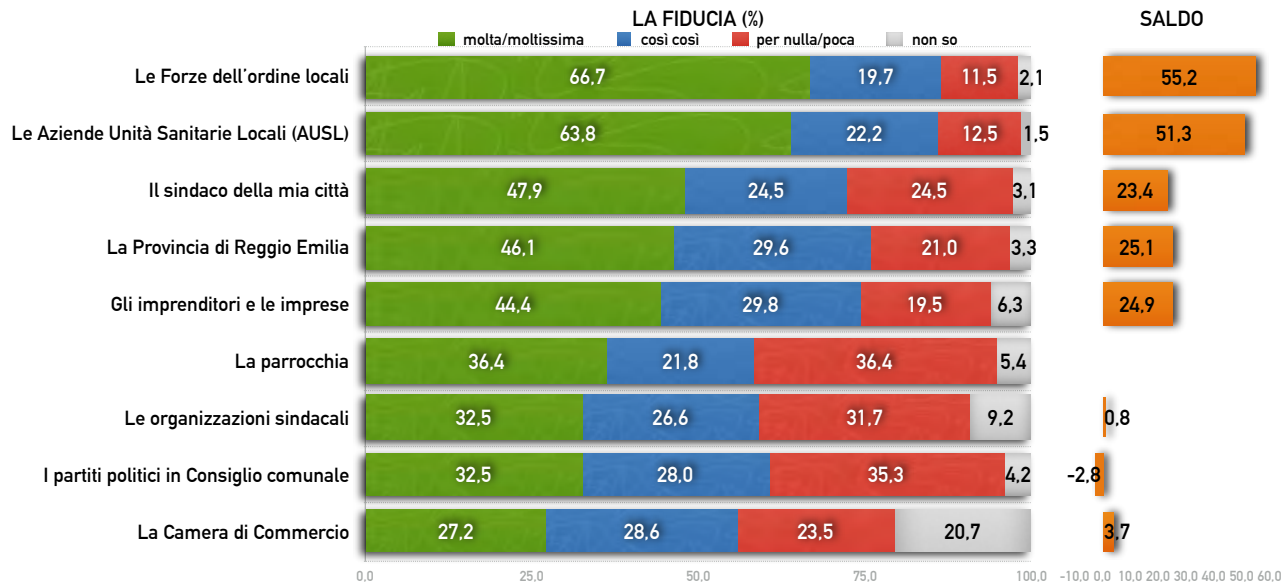


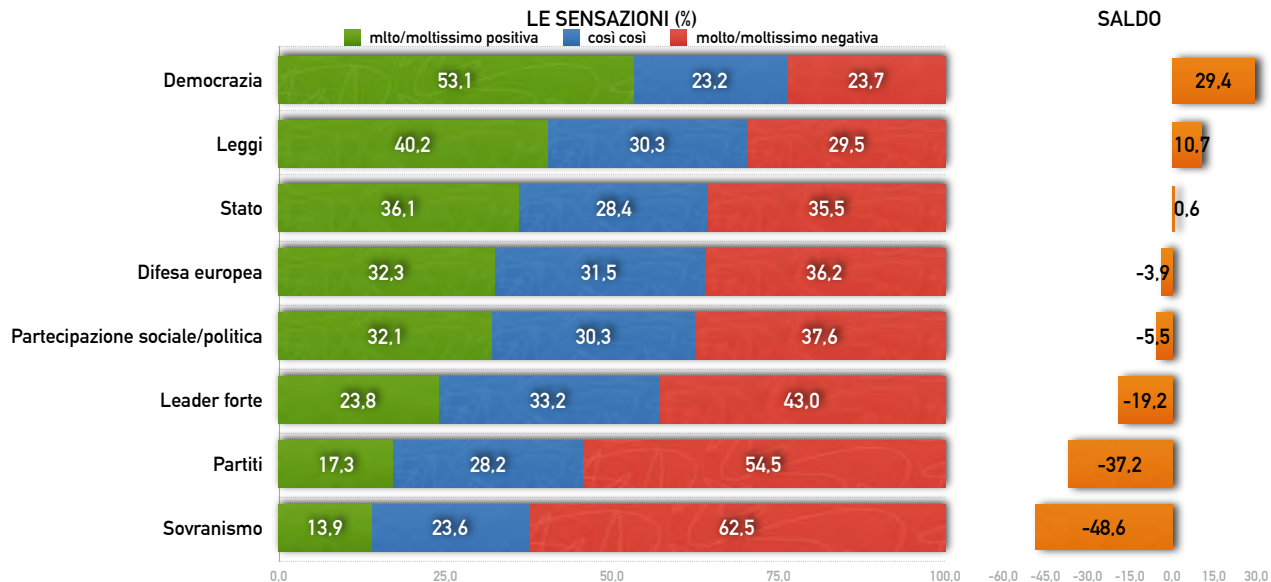
SENSAZIONI (MOLTO/MOLTISSIMO POSITIVE; %)



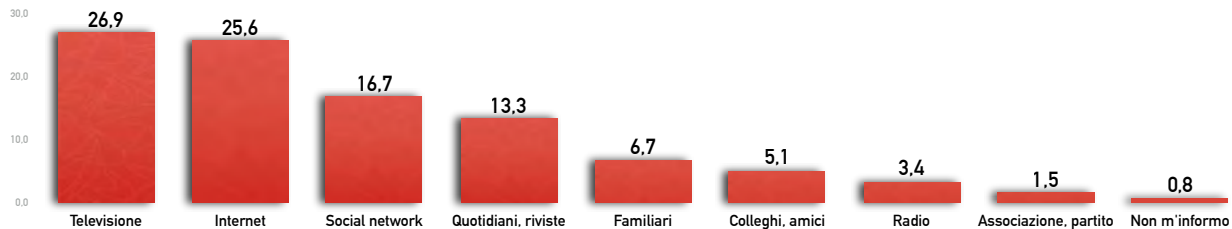
SENSAZIONI (MOLTO/MOLTISSIMO POSITIVE; %)



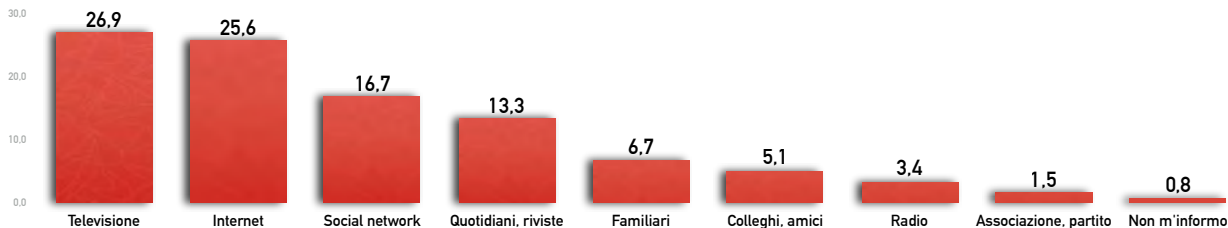




CANALI DI INFORMAZIONE SUL PROPRIO COMUNE (%)

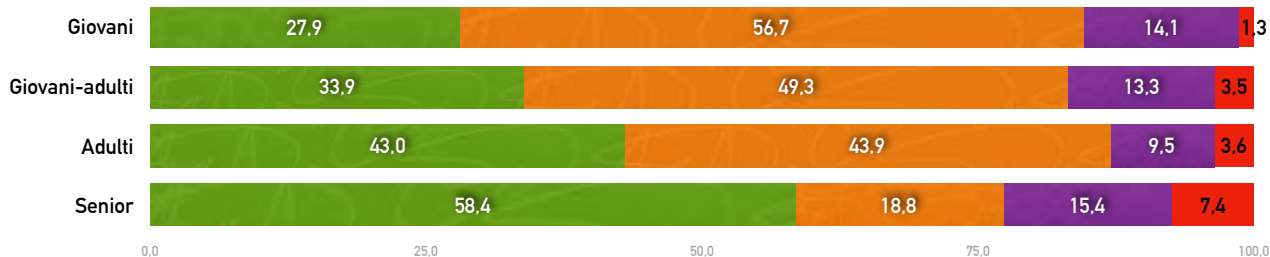


CANALI DI INFORMAZIONE SUL PROPRIO COMUNE (%)



TIPOLOGIE DI CANALI DI INFORMAZIONE (%)

■ Analogici ■ Digitali ■ Relazionali ■ No info



LA «METAMORFOSI» DEI REGGIANI

COME CAMBIANO I CAPITALI SOCIALE,
FIDUCIARIO E POLITICO-ISTITUZIONALE

Daniele Marini
Università di Padova
Community Research&Analysis

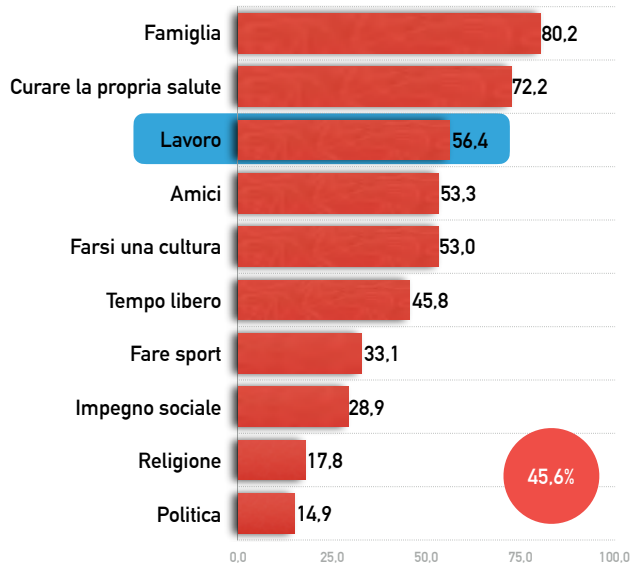


CAPITALE SOCIALE

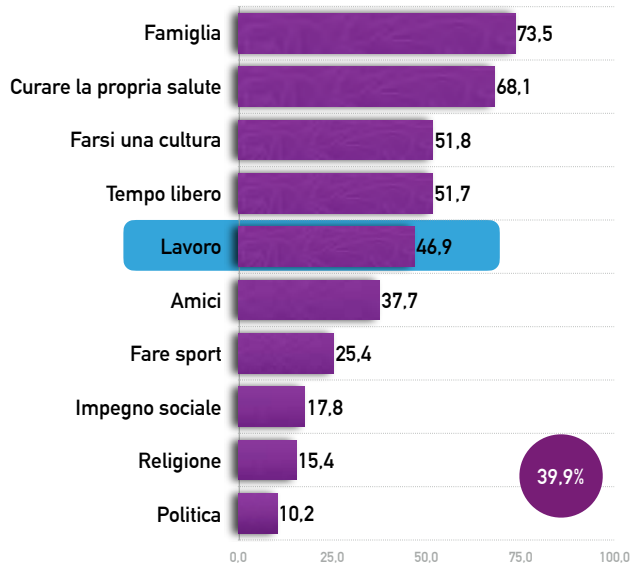


UNA SOCIETÀ "LABURISTA": I VALORI DI RIFERIMENTO (MOLTO IMPORTANTE)

REGGIO EMILIA (%)

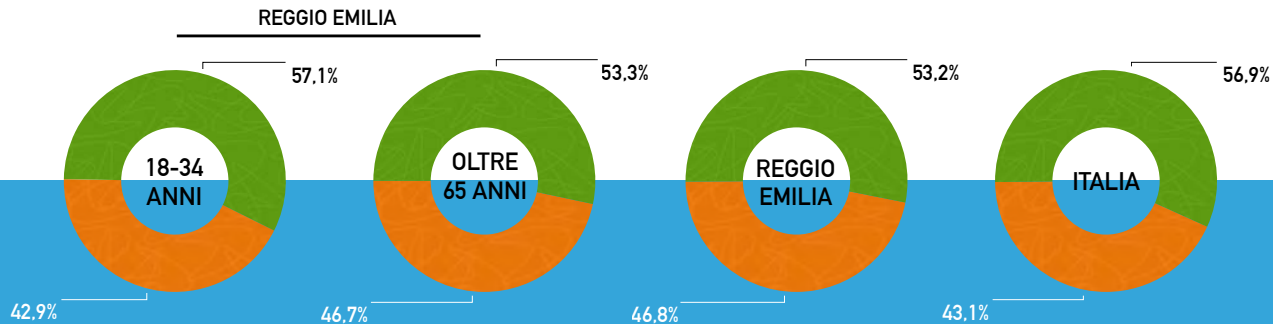


ITALIA (%)



IDEALE

LA COSA PIÙ IMPORTANTE/IMPORTANTE, MA ASSIEME AD ALTRI ASPETTI

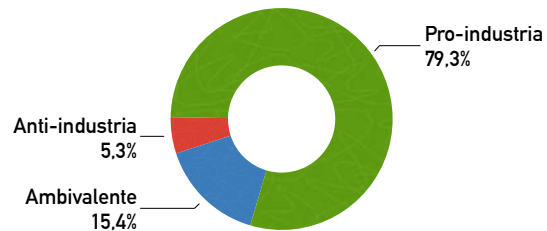


IMPORTANTE, MA MENO DI ALTRI ASPETTI/SOLO UN MEZZO PER GUADAGNARSI DA VIVERE

STRUMENTALE

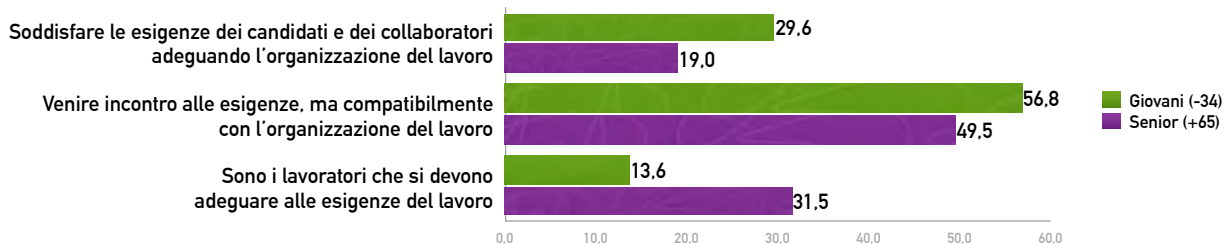
Il 44,4% dei reggiani ha molta e moltissima fiducia negli imprenditori e nelle imprese

INDICE ATTEGGIAMENTO VERSO L'INDUSTRIA

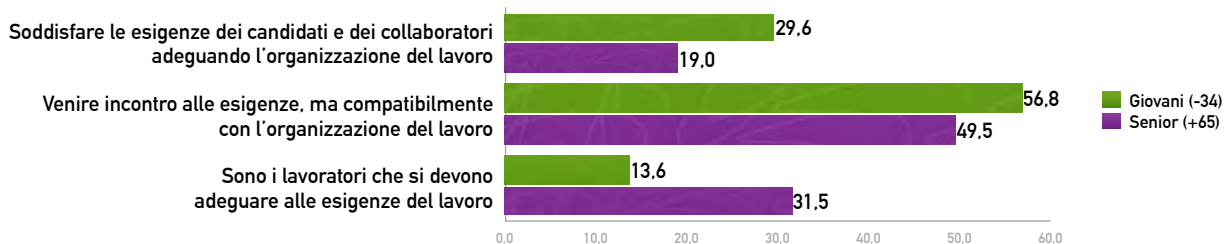




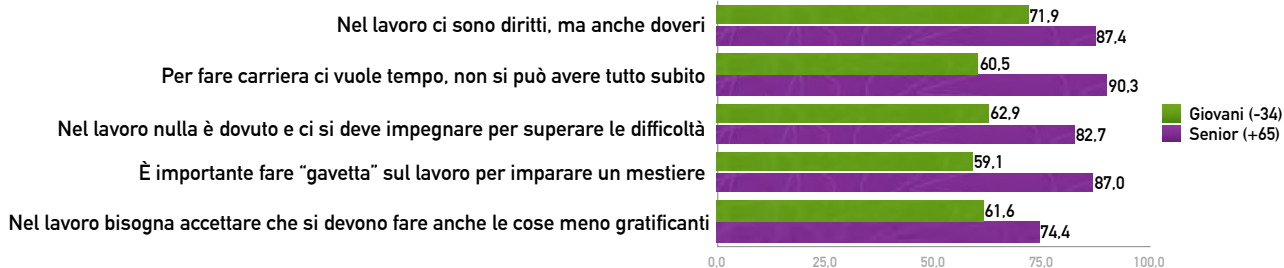
LE IMPRESE FATICANO A TROVARE PERSONALE DISPONIBILE: COSA DOVREBBERO FARE? (%)



LE IMPRESE FATICANO A TROVARE PERSONALE DISPONIBILE: COSA DOVREBBERO FARE? (%)



ATTEGGIAMENTI VERSO IL LAVORO (val. 4 e 5; %)





28,1%

LA QUALITÀ DEL LAVORO

[prospettive di carriera chiare; fare formazione; contenuto del lavoro stimolante; spirito appartenenza; benefit interessanti; retribuzione valorizza i meritevoli]



23,5%

IMPRESA-COMUNITÀ

[attenzione diversità/inclusione; sostegno iniziative benefiche; coinvolgimento lavoratori; spirito di appartenenza]



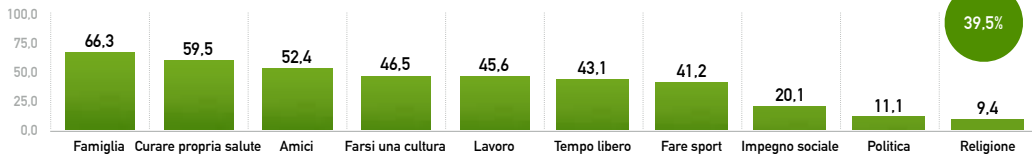
14,0%

STRUMENTALE

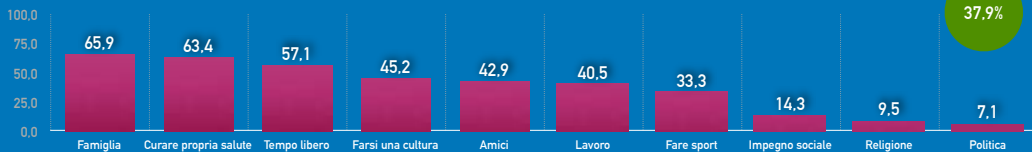
[vicinanza casa/sede; lavorare da casa/ orari flessibili]

I VALORI DI RIFERIMENTO (MOLTO IMPORTANTE)

REGGIO EMILIA (18-24 ANNI, 2026)

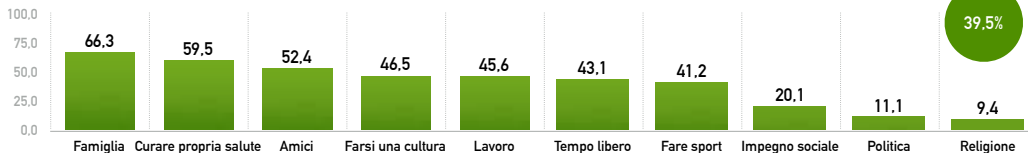


ITALIA (18-24 ANNI, 2025)

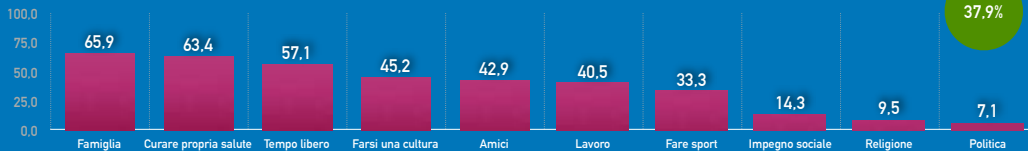


I VALORI DI RIFERIMENTO (MOLTO IMPORTANTE)

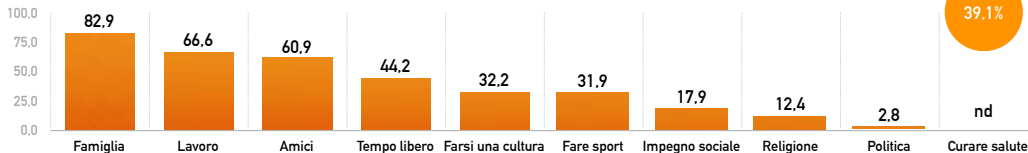
REGGIO EMILIA (18-24 ANNI, 2026)



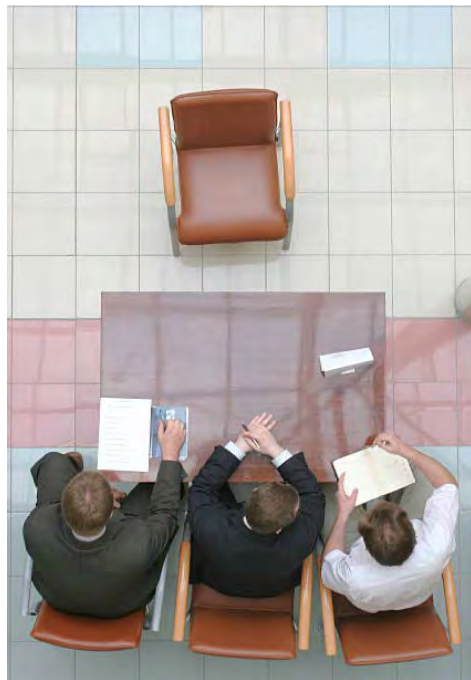
ITALIA (18-24 ANNI, 2025)



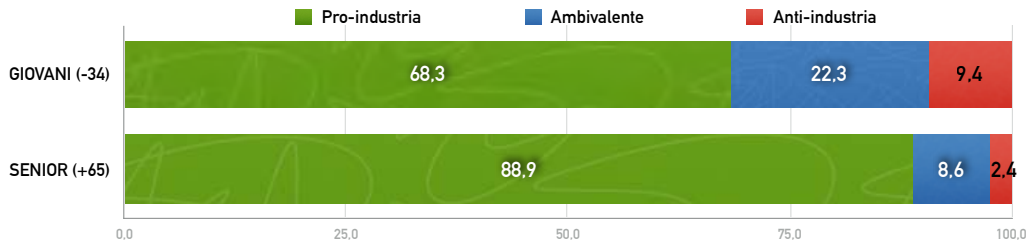
ITALIA (15-24 anni, 1987)



A UN COLLOQUIO HA MAI DETTO "LE FARÒ SAPERE SE ACCETTERÒ LA VOSTRA PROPOSTA?" (%)

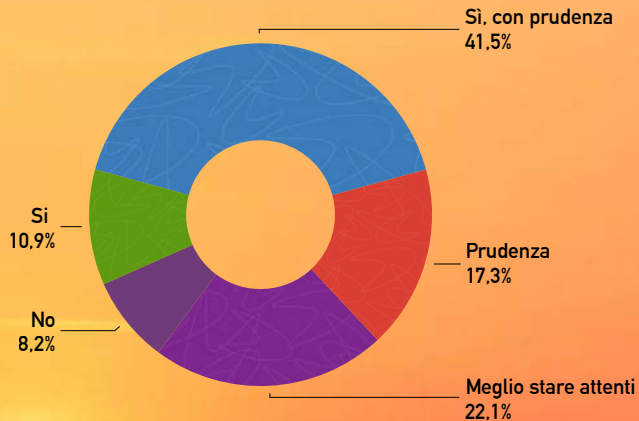


INDICE ATTEGGIAMENTO VERSO L'INDUSTRIA (%)



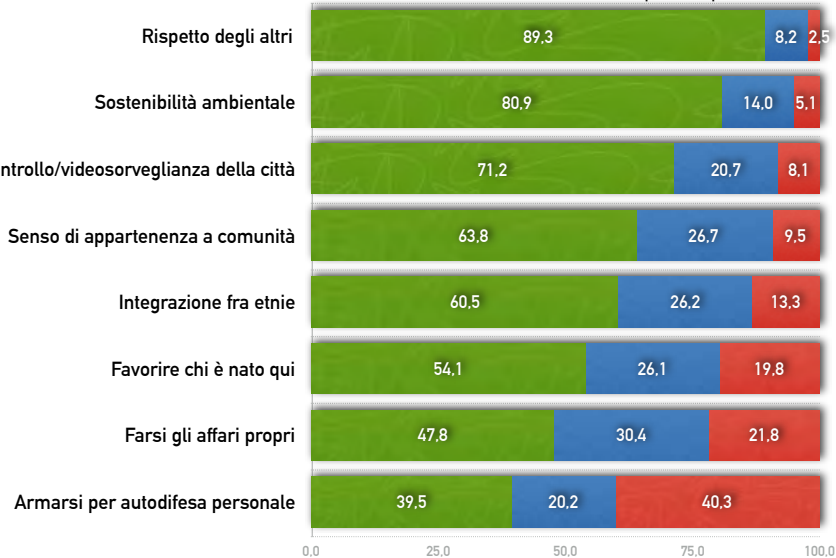
Fonte: Community Research&Analysis per OsservaRE, gennaio 2026 (n. casi: 1.000)

SI PUÒ AVERE FIDUCIA NEGLI ALTRI?



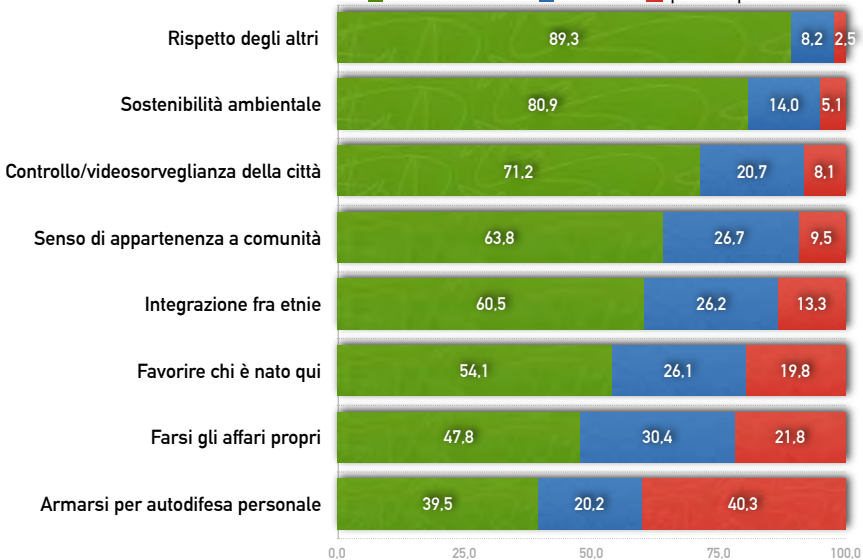
IMPORTANZA ASSEGNATA (%)

■ molta/moltissima ■ così così ■ per nulla/poca



IMPORTANZA ASSEGNATA (%)

■ molta/moltissima ■ così così ■ per nulla/poca



Fonte: Community Research&Analysis per OsservaRE, gennaio 2026 (n. casi: 1.000)

COMUNITARI (29,9%)

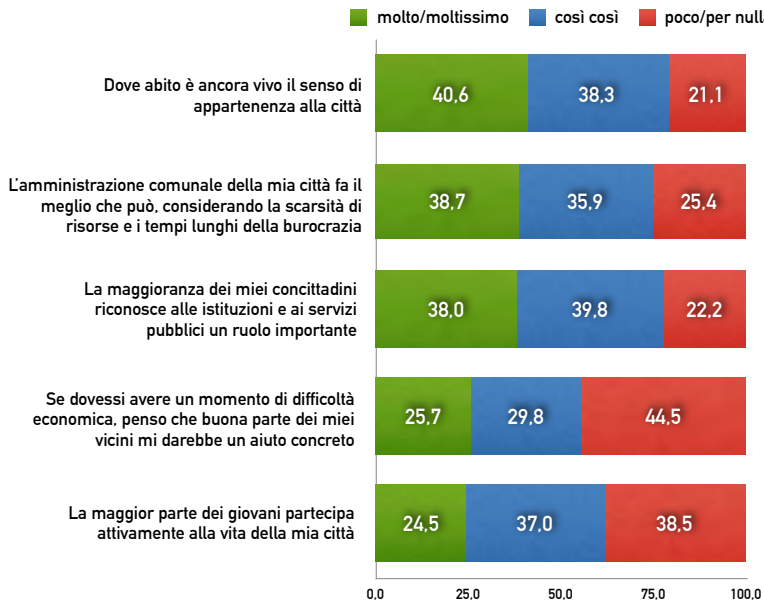
[rispetto degli altri; integrazione fra etnie; senso di appartenenza a comunità; sostenibilità ambientale]



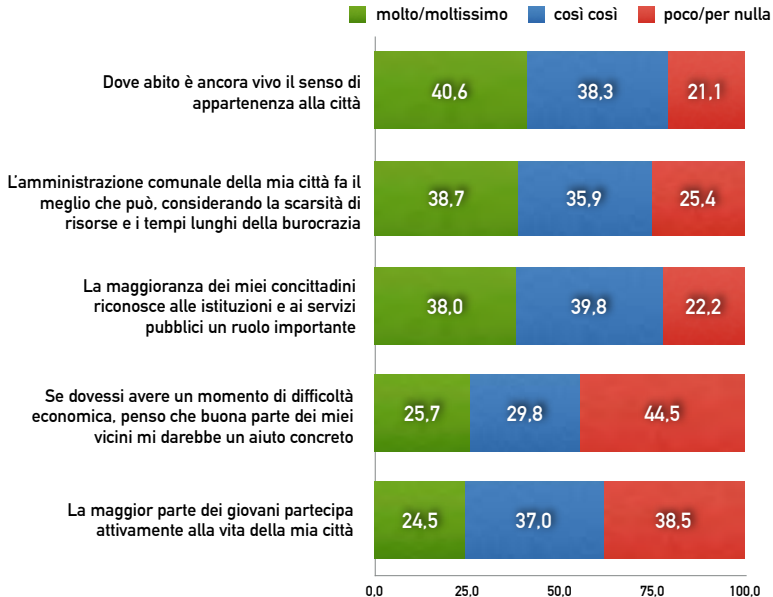
DIFENSIVI (24,8%)

[armarsi per autodifesa; farsi gli affari propri; controllo e videosorveglianza della città]

LA FIDUCIA NEGLI ALTRI



LA FIDUCIA NEGLI ALTRI



I REGGIANI E LA «METAMORFOSI» DEI CAPITALI

SOCIALE



FIDUCIARIO



POLITICO-ISTITUZIONALE



RIGENERARE I «CAPITALI» PER RINNOVARE LA «COSCIENZA DI LUOGO»

- ✓ INNOVAZIONE NELL'APPROCCIO CULTURALE PER RIVISITARE LE MODALITÀ DI AZIONE E POLICY
- ✓ NARRAZIONE PIÙ EFFICACE DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA E COSTRUZIONE DI UN'IDENTITÀ TERRITORIALE
- ✓ RIGENERAZIONE DELLE RISORSE COLLETTIVE REALIZZANDO ALLEANZE FRA ATTORI