



ECONOMIA MARCHE Journal of Applied Economics

Vol. XXXIV, No. 1, June 2015

I valori dei marchigiani. Le due velocità della ripresa

CENSIS *(a cura di)*

Suggested citation

CENSIS (2015), I valori dei marchigiani. Le due velocità della ripresa, *ECONOMIA MARCHE Journal of Applied Economics*, XXXIV(1): 21-33.

1 Premessa

L'anno scorso il volume su "I Valori degli Italiani" aveva affrontato la questione del "ritorno del pendolo", si voleva cioè fare riferimento ad un ritorno indietro, da un individualismo spinto ad una riscoperta della prossimità e dei rapporti umani; ci si chiedeva però se questo ritorno verso l'altro (indotto in buona parte dalla crisi e dall'erosione di alcune certezze), avrebbe portato ad un rinserramento o ad un maggiore spirito di collaborazione tra i vari soggetti sociali.

Quest'anno abbiamo voluto seguire il pendolo, capire dove stava andando con un approfondimento particolare nella Regione Marche, vero e proprio laboratorio per i "Valori degli Italiani". La ricerca quest'anno è stata più qualitativa rispetto all'anno scorso, per sondare il terreno dei valori il CENSIS ha interpellato una trentina di testimoni privilegiati (Amministratori, imprenditori, ecclesiastici, sindacalisti e rappresentanti dell'associazionismo), per cercare di cogliere gli elementi che davvero in questo momento animano la Regione.

1.1 Considerazioni di sintesi

La crisi ha colpito duramente, anche a livello di coscienza collettiva, si è capito che non sarebbe passata tanto in fretta e che le cose non sarebbero tornate come prima, ma la società marchigiana, anche se con alcune sacche di passività e di resistenza passiva.

Ma, dal punto di vista dei valori, le filosofie, le modalità e gli atteggiamenti che hanno animato la reazione, non sono state omogenee. Anzi possiamo dire che siano state per certi versi speculari, schematicamente potremmo dire che da un lato c'è chi ha accettato la sfida, chi è corso in avanti; mentre dall'altro c'è chi si è adattato, cercando nuovi aggiustamenti. Si badi bene, con questo non si vuol dire che c'è chi si muove e chi sta fermo, anche il processo di adattamento è un movimento, solo più lento e forse, sul lungo periodo, altrettanto necessario delle corse in avanti per cercare di agganciare la ripresa mondiale.

Nei processi di adattamento è insito certamente il rischio di un ripiegamento; ma anche nei processi di nuovo slancio è insito il rischio di una fuga troppo in avanti, di un allontanamento senza ritorno dal territorio.

Non dobbiamo però pensare che si stia creando una spaccatura netta, ma certo si è formato un fossato che rischia di allargarsi; principalmente perché prima la saldatura tra chi trainava e chi si adattava, si compiva nella sostanziale piena occupazione, ma oggi con ci sono più i numeri per una garanzia di questo tipo, non solo oggi, ma anche in futuro, sarà molto difficile che tornino i "grandi stabilimenti".

Il problema dei valori oggi è allora quello di ri-collegare queste due realtà apparentemente in fase di allontanamento, risaldare queste due società su basi evidentemente nuove.

C'è meno collante di prima e la domanda di oggi è capire come si ritrova il collante per risaldare questi due spezzoni.

Spezzoni che però coesistono senza particolari conflitti, la cosa interessante allora è capire non tanto i valori di chi corre, che in fondo sono già noti, ma i valori della società "ricompattata", valori che possono costituire un valido substrato per una ripresa anche del dinamismo nel fronte "domestico".

Lo spirito di adattamento non ha prodotto, come in altre parti d'Italia, mero attendismo, ma anche la riscoperta di una civiltà del con-vivere, della qualità della vita fondata, giocoforza, su aspetti differenti da quelli economici e professionali. Una civiltà che può fare da contrappeso alla componente che corre, ma anche da "pensatoio", da luogo di elaborazione per nuove ri-partenze.

2 Le due velocità: chi corre e chi si adatta

2.1 Sono stati anni di sofferenza

Il modello marchigiano è stato indubbiamente stressato dalla crisi, si può dire che la tenuta socioeconomica ha sostanzialmente retto, ma con quali conseguenze ancora non è possibile saperlo con certezza e da questo punto di vista i prossimi due tre anni saranno cruciali e molto probabilmente dovremo parlare di “nuovo modello marchigiano”.

Ad esempio è ancora presto per capire se il recentissimo calo della disoccupazione sia reale o se sia soltanto un contraccolpo, un riassorbimento di personale “messo da parte” nei momenti peggiori, sfruttando gli ammortizzatori, nell’attesa di avere una visione più chiara della situazione.

I settori poco innovativi, come ad esempio l’aria dell’ascolano, sono in grave sofferenza è da lì che provengono la maggior parte dei segmenti espulsi; c’è un disagio trasversale che tocca anche buona parte del settore del mobile.

Possiamo cominciare a temere per alcune aree interne? In un mondo fatto di intrecci di nuove relazioni di innovazioni e di innesti forse si un territorio preoccupato, un po’ depresso perché sente che la struttura produttiva diffusa non è più un modello vincente come nel passato.

Alcuni distretti sono gonfi di manodopera che ora rischia di diventare per loro un peso lavoratori a tratti in quel distretto nei tempi della piena occupazione.

Bisogna chiedersi quanti saranno i lavoratori in mobilità che avranno difficoltà a rientrare, ora che gli incentivi finiscono. In molti casi si tratta di persone anche poco scolarizzate. In molti non riusciranno e non ci sono strumenti per recuperarli, ma neanche idee. si tratta di persone che dopo anni di inattività faticano a rimettersi in gioco, faticano a sentirsi risorse inesprese energie non agite della società e probabilmente cercano di dare senso alla loro vita in altro modo.

Certo il meccanismo dei terzisti che si mettono in proprio continua in parte a funzionare, ma a volte sembrano meccanismi più residuali che non di vero sviluppo, manca l’intreccio tra innovazione e tradizione tra cosa c’era prima e cosa c’è adesso mancano innesti nuovi questi innesti avvengono più facilmente lungo la costa.

Ma la verità è che per il momento il sistema che esisteva prima della crisi, non è ancora stato sostituito da un nuovo sistema, bensì esistono tante forze in campo, con diverse sintonie, diversi obiettivi e che si comportano con diverse modalità e probabilmente si stanno sviluppando differenti valori, probabilmente non contrapposti, ma per il momento non particolarmente convergenti, anzi.

L’impressione è quella di trovarsi di fronte ad una società non di sistema, una società che si muove, ma in un movimento disunito e seguendo percorsi assai differenti.

Intanto le imprese che hanno chiuso non sono state in qualche modo sostituite, mentre chi ha superato la crisi perché forte e competitivo, è sopravvissuto, magari è anche cresciuto, ma non si è moltiplicato, non ha fatto “nuova semina”, un po’ perché le nuove generazioni di imprenditori non hanno la cultura della semina del territorio, ma soprattutto perché si muovono ormai su un’economia global-competitiva che fatica a farsi carico del territorio.

Mancano soprattutto i numeri per sostenere l’occupazione di livello medio-alto, e questo crea maggiore inquietudine sul territorio, perché in fondo reinventarsi un mestiere può essere più difficile per un quadro che non per un operaio.

E bisogna riconoscere che purtroppo non sembra si aprono grandi spazi e opportunità per un lavoro qualificato come quello degli avvocati o responsabili marketing, perché queste funzioni sono destinate a rimanere nelle grandi metropoli, presso i grandi studi.

Ancona, da questo punto di vista, non è Milano, ma non è nemmeno Torino, che può inventarsi nuove funzioni turistico-finanziarie e c'è tutta una classe amministrativa e impiegatizia che ha paura di ritrovarsi su un "binario morto", hanno la sensazione che si sia "chiuso il loro ciclo".

Non si può puntare, per queste categorie, solo su agriturismi e prodotti locali, su percorsi enogastronomici o culturali; un po' di turismo un po' di itinerari possono dare ossigeno all'economia, ma i numeri non sono sufficienti per tutti.

2.2 Cambia il modello di responsabilità sociale delle imprese

Il modello di responsabilità sociale tipico delle industrie marchigiane, quella interiorizzazione, da parte dell'imprenditore-impresa, del senso di responsabilità nei confronti del territorio e della popolazione locale, è profondamente cambiato, un po' perché è cambiato il meccanismo identitario imprenditore/impresa, un po' perché è cambiata la collaborazione tra aziende e istituzioni, che gioco forza hanno dovuto scommettere più sulla sopravvivenza delle aziende che non sulla tenuta dei livelli occupazionali, ma soprattutto mancano ormai i numeri, nel manifatturiero, per sostenere l'occupazione.

Pertanto il modello di promozione territoriale tradizionale è sempre meno applicabile nelle imprese attuali, specialmente quelle grandi, le quali hanno bisogno semmai di un territorio accogliente e di buona qualità per i suoi ingegneri e dirigenti, un territorio magari da promuovere all'estero a da mostrare con orgoglio ai propri ospiti, ma diffusa qualità della vita non garantisce una diffusa occupazione.

Le imprese che in questo momento stanno andando bene, danno l'impressione, all'opinione pubblica, di mantenere un atteggiamento un po' elitario e il legame con il territorio si sente meno che in passato, oggi semmai si preferisce portare specializzazione piuttosto che occupazione, di trasferire formazione (è il caso della Guzzini con l'Istituto tecnico Di Recanati, o dei "master" della Loccioni) e l'azienda diventa semmai tutor delle scuole, cerca magari di favorire un sistema premiante, assumendo gli studenti migliori, ma in definitiva non sente la responsabilità di creare occupazione direttamente, magari poi lo fa anche, ma dal punto di vista dei valori quella sensibilità si è affievolita.

2.3 Fine dell'ascesa sociale

Il modello sostanzialmente ha retto, i valori tradizionali tengono ancora, non c'è stata una reazione di chiusura difensiva sul modello "padano". D'altronde anche chi non ha tenuto il passo, chi è rimasto anche molto indietro per ora non si è "meridionalizzato", ha tenuto vivo lo spirito laborioso senza cedere, in generale, all'opportunismo; anche se esiste un rischio reale che ciò avvenga.

Certo è finita la spinta all'ascesa sociale, diventare più di quel che si è non è più un obiettivo, semmai il vero obiettivo è non retrocedere. Il modello piramidale del passato somiglia ora più ad una clessidra, nel senso che l'ascesa sociale torva una strozzatura oltre la quale fatica moltissimo ad andare, in questo modo le divaricazioni sociali rischiano di aumentare moltissimo.

3 I valori di chi corre

Quattro sono i punti attorno a cui si è giocato il rilancio marchigiano di fronte alla crisi: ricerca di nuovi mercati esteri, forte impegno nella ricerca, saldo ancoraggio alle fasce alte di mercato e nuove forme di collaborazione tra imprese.

Non è un caso che chi si sta muovendo in questo momento sono i soggetti internazionalizzati, posizionati su fascia alta e con una forte tendenza a far uso della tecnologia.

Chi ha accettato la sfida del mercato, si è mosso su un piano di grande razionalità e di poca emotività, ha capito rapidamente che i modelli precedenti non erano e non sarebbero più stati validi e ha intrapreso percorsi di innovazione ad alta tecnologia e ad alta specializzazione, ha seguito la “cultura del dover andar fuori”, che non è solo “cercare mercati”, ma interazione con sistemi lontani e differenti.

Il 62% delle imprese marchigiane che hanno retto alla crisi, dichiarano che la loro strategia è stata quella di “giocare d’anticipo, innovando i prodotti e cercando nuovi ambiti di mercato” Una cultura per certi versi ora comincia ad essere pervasiva e a toccare anche i giovani, i quali sentono sempre più sentono l’Italia come un recinto stretto, sempre più spesso fanno volentieri un anno di studio all’estero anche al liceo.

E 1000 giovani sono partiti nell’ultimo anno per l’Erasmus, l’1,8% degli iscritti, contro l’1,4% della media italiana e l’1,5% della media europea.

L’internazionalizzazione di questi ultimi anni è un’apertura complessiva al mondo, che ha come risultati economici l’incremento dell’export e degli investimenti esteri, ma anche un cambio di mentalità che è una delle cause principali del solco che si sta formando, tra chi è aperto al modo e chi non lo è.

Tra il 2009 (l’anno del tonfo) e il 2013 le esportazioni sono risalite del 45%, ben oltre i livelli pre-crisi, con ancora un balzo del 7,5% nei primi tre trimestri del 2014.

Anche se non è questa la sede per valutazioni puramente economiche, vale la pena rimarcare il dato della propensione ad esportare della Regione, determinato dal valore dell’esportazione per occupato, ebbene l’incremento di tale valore, nel periodo della crisi, nelle Marche è stato del 25,7%, portando la Regione ad essere la terza realtà più dinamica d’Italia da questo punto di vista, una capacità di reazione più forte non solo della Lombardia (che ha ormai raggiunto livelli “maturi”), ma anche del Veneto e dell’Emilia Romagna.

Ma il dato che davvero dipinge la situazione di vitalità della punta avanzata dell’imprenditoria marchigiana, è quello del saldo tra il fatturato delle imprese marchigiane all’estero e il fatturato delle imprese nelle Marche, ebbene se si escludono il Lazio e il Piemonte, dove tale saldo è distorto dalla presenza delle Fiat e dei grandi gruppi bancari, le Marche sono, con + 6 miliardi di Euro, la Regione più all’attacco d’Italia, o se vogliamo la Regione in cui la propensione ad andare all’estero, la voglia di “conquista” è più forte della capacità di attrarre investimenti o, per dirla in termini emotivi, che è poi l’aspetto che ci interessa, “di farsi comprare”, emerge da questi pochi dati, tutto l’orgoglio e la tenacia dell’imprenditore marchigiano.

C’è quindi una parte della società marchigiana che in questi anni non solo non è stata ferma, non solo ha continuato a cercare di conquistare nuovi mercati e nuovi sbocchi, aggiornandosi ed evolvendosi continuamente, ma che ha maturato un nuovo approccio valoriale al fare impresa e al fare sviluppo, un modello che ha ricevuto, più o meno consapevolmente, il consenso collettivo: “mandiamo avanti i più forti- sembra essere stato il ragionamento- i più svelti e dinamici, magari anche un po’ spregiudicati o “opportunisti”, lasciamoli fare e poi vediamo che succede”.

Tabella 1: *Propensione ad esportare di alcune regioni Italiane: esportazione di beni e servizi per occupato (in Euro)*

Regione	2008	2013	Incremento %
Piemonte	20.314	27.357	34,7%
Toscana	17.822	23.351	31,0%
Marche	15.422	19.389	25,7%
Emilia	23.133	28.152	21,7%
Veneto	23.492	27.989	19,1%
Trentino Alto Adige	15.829	18.741	18,4%
Umbria	9.672	10.869	12,4%
Lombardia	27.498	30.218	9,9%
Italia	17.123	20.34	18,8%

Fonte: elaborazione CENSIS su dati ICE.

Il modello di impresa che ha vinto in questo momento o che semplicemente ha retto meglio, è il modello di impresa che sa sfruttare le opportunità offerte dalle Istituzioni, ma che anche sa cercare nuove forme di collaborazione con altre aziende.

La collaborazione tra imprese oggi segue più il modello della filiera, che non quello tradizionale del distretto; un modello che anche dal punto di vista dei valori è più complesso, prima di tutto perché prevede un maggior numero di interrelazioni e di gerarchie tra imprese, sono infatti presenti alcune aziende leader e trainanti, che dettano i loro ritmi e la loro cultura aziendale, perché da un lato sono in grado di trasferire agli altri segmenti della filiera, il know-how tecnico, culturale e relazionale, ma per certi versi impongono anche una sorta di controllo di gestione, non foss'altro per i tempi di consegna che prescrivono.

Bisogna quindi tener presente che rispetto al modello del distretto quello della filiera è un modello potenzialmente più litigioso, perché ogni imprenditore è meno autonomo e può fare meno di testa sua, sul breve periodo è quindi certamente più adatto alla competizione internazionale di oggi, ma sul medio lungo periodo restano delle incognite. Mentre nel distretto la “voglia di fare” e la “voglia di autonomia” dell'imprenditore si potenziavano a vicenda, la filiera impone più disciplina all'imprenditore e la sua “voglia di fare” potrebbe esserne frustrata..

I modelli più solitari sono in forte crisi e se reggono, reggono ancora sulla tenacia e sugli investimenti personali della famiglia imprenditrice, ma bisogna domandarsi per quanto tempo può funzionare ancora.

In linea di massima gli investimenti sul territorio si riducono.

A questo si aggiunge il fatto che il ricambio generazionale avviene con fatica e con percorsi non privi di traumi, in molti casi è stato un momento di incaglio aziendale, dal punto di vista dei valori poi bisogna segnalare che il legame con il territorio per gli imprenditori di terza o quarta generazione ha un'importanza secondaria.

Tabella 2: *Le Marche all'attacco: comprare senza farsi comprare - Saldo tra imprese estere a partecipazione italiana e imprese italiane a partecipazione estera nelle regioni italiane (anno 2013)*

Regione	Fatturato delle imprese estere a partecipazione italiana v.a. (mln euro)	Fatturato delle imprese italiane a partecipazione estera v.a. (mln euro)	Saldo
Piemonte	148.027	36.604	111.423
Lazio	169.02	117.436	51.584
Marche	7.536	1.525	6.011
Campania	3.768	3.05	718
Umbria	1.077	1.017	60
Friuli-Venezia Giulia	5.383	6.101	-718
Puglia	538	3.05	-2.512
Veneto	22.069	24.911	-2.841
Trentino-Alto Adige	3.23	7.117	-3.888
Emilia-Romagna	20.455	24.402	-3.948
Sicilia	538	4.575	-4.037
Toscana	12.38	18.81	-6.43
Abruzzo	538	7.117	-6.579
Sardegna	2.153	12.201	-10.048
Liguria	4.306	20.844	-16.537
Lombardia	135.108	218.604	-83.496
Totale Italia	538.28	508.382	29.898

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat e Reprint, Ice-Politecnico di Milano.

3.1 Il rischio di una crescita non omogenea

La reazione competitiva, la spinta appena tratteggiata, appare, in questo momento, come un'energia non trainante per tutto il territorio della Regione e molti soggetti sociali potrebbero rimanere indietro, con uno slogan potremmo dire che il nuovo ciclo di sviluppo sarà in grado di creare posti di lavoro per più teste, ma per meno braccia; o almeno questa è la paura che si percepisce, lavoro più specializzato per un numero di persone decisamente inferiore rispetto ai posti di lavoro non specializzato che si sono persi o si stanno per perdere.

Quella che si profila quindi rischia di essere una crescita non omogenea, i soggetti trainanti sono soggetti fortemente dinamici tecnologici e internazionalizzati, ma che sono solo parzialmente rivolti al territorio.

Diciamo subito che non si tratta solo di una questione etica e valoriale, non è semplicemente una differente cultura, ma è prima di tutto una diversa economia quella con cui "chi corre" ha a che fare, un'economia in cui purtroppo c'è meno posto per le persone poco tecnologiche, poco internazionalizzate e in generale poco specializzate.

Un cambiamento economico quindi, che però ha delle ripercussioni valoriali e che contribuisce a modificare le coscienze, come vedremo.

C'è quindi il rischio che si crei un allontanamento progressivo tra una società molto dinamica da un lato e una società più a "passo ridotto" dall'altra.

Questo però non vuol dire che la società meno dinamica sia necessariamente destinata all'impoverimento e in qualche modo alla "depressione", anzi ha dimostrato anch'essa una vitalità, perché anche l'adattamento ha richiesto energia e, a suo modo, strategia.

4 Chi si adatta

Come si accennava in precedenza, davanti alla crisi di questo ultimo quinquennio, oltre alla reazione dello "scatto in avanti", c'è stata anche una reazione di segno opposto, che potremmo definire "adattativa", non necessariamente involutiva, depressiva e di rinserramento, anzi, per certi versi ha rappresentato l'occasione per una riscoperta di forze nascoste e che forse si ritenevano appartenenti al passato; un processo, ancora in atto, attraverso cui si tenta di reinventare il territorio, di riequilibrare quella spinta in avanti, perché c'è una parte di società che non vuole entrare in sintonia con chi accelera, non solo perché non riesce a tenere il passo, ma forse anche perché ha altre priorità.

Certo c'è chi non ha voglia di correre, chi non riesce ad adeguarsi e in qualche modo resta indietro, chi addirittura è tagliato fuori o si sente tagliato; chi semplicemente resiste e aspetta, aspetta che la buriana passi o aspetta che in qualche modo il mercato lo venga a cercare o che qualcosa o qualcuno lo rimetta di nuovo sul mercato.

4.1 I valori di adattamento

La crisi ha quindi fatto emergere valori di resistenza condivisa, di riscoperta delle radici quasi contadine, di amore per il territorio, di ritrovata socialità, di voglia di non lasciarsi deprimere, si tratta di valori che non evaporeranno in un'ipotetica ripresa, prima di tutto perché la ripresa economica non sarà né così rapida né così estesa da essere pervasiva sul piano dei valori; ma soprattutto perché proprio in questi valori "cova" la ripresa lenta che è la speranza di chi non riesce a tenere il passo di chi corre.

Probabilmente i valori dell'adattamento verranno potenziati in questa nuova fase, sarebbe quindi un errore strategico puntare tutto è soltanto sulla dinamicità, bisogna in qualche modo saper puntare anche sulla società che sembra rimanere indietro, ma che forse sta anche in qualche modo ri-pensando.

4.2 Coesione e ricompattamento

Negli anni della crisi (2008-2014) l'associazionismo nelle Marche si è rafforzato, i cittadini che a vario titolo ad associazioni culturali sono aumentati del 17% e oggi coinvolgono più del 10% della popolazione, mentre nel resto del Paese il dato è rimasto stabile; il numero di coloro che prestano attività gratuita per associazioni di volontariato è aumentato del 34%, in Italia del 12%, a segnalare che si tratta di una tendenza generalizzata ma che nelle Marche è più forte. Ancora più significativo il dato sulle persone che nell'ultimo anno hanno versato un contributo a qualche associazione: nel 2008 15,8 marchigiani su 100 facevano una donazione di questo tipo, adesso sono 17, con un aumento dell'7,5%, mentre in Italia c'è stata una riduzione dell'8,2%.

Tabella 3: *Persone di 14 anni e più che hanno svolto attività sociali nei 12 mesi precedenti l'intervista, anni 2008-2014 (valori percentuali per 100 persone di 14 anni e più)*

Territorio	Riunioni in as- sociazioni cul- turali	Attività gra- tuita per as- sociazioni di volontariato	Attività gra- tuita per asso- ciazioni non di volontariato	Attività gra- tuita per un sindacato	Soldi versati ad una asso- ciazione
Anno 2014					
Marche	10,1	9,9	4,2	1,2	17,0
Italia	8,8	10,1	3,6	1,1	14,5
Anno 2008					
Marche	8,6	7,4	2,9	1,6	15,8
Italia	8,8	9,0	3,3	1,4	15,8
Differenza percentuale 2008-2014					
Marche	1,5	2,5	1,3	-0,4	1,2
Italia	0,0	1,1	0,3	-0,3	-1,3

Fonte: Istat, Indagine multiscopo "Aspetti della vita quotidiana" (R).

L'arretramento economico in molti contesti ha fatto riscoprire la solidarietà e la coesione sociale, valori dimenticati non per mancanza di sensibilità, ma mancanza di necessità vera e propria.

La crisi quindi ha contribuito a ricompattare la società, sono scattati meccanismi solidali come reazione a situazioni di obiettiva difficoltà, che hanno contribuito alla tenuta complessiva.

L'89% dei marchigiani si dice pronto a far visita agli ammalati, contro l'82

4.3 Curare l'orto di casa

Ma sarebbe riduttivo ritenere che la società adattativa sia solo caratterizzata dal ricompattamento solidale, mentre i più predisposti "correvano" per il mondo, a società adattativa si prendeva cura di quel che restava.

Basti pensare che il film su Giacomo Leopardi ("Il Giovane Favoloso") è stato nel 2014, il secondo film più visto nelle Marche, con oltre 106.000 presenze, (nel 2008 vinsero i cinepanettoni, il migliore dei quali quest'anno si è classificato in decima posizione in Regione). Certamente il personaggio e le ambientazioni regionali hanno richiamato l'attenzione, ma anche questo segnale rappresenta una spia di come sia in atto un ritorno al cuore della Regione.

Se vogliamo anche un atteggiamento più riflessivo, sempre rimanendo nel campo degli spettacoli, dal 2010 a oggi gli ingressi al cinema sono diminuiti del 22% mentre quelli al teatro sono rimasti stabili, in controtendenza con il resto d'Italia. L'ingresso alle mostre è aumentato addirittura del 25% (nel resto d'Italia solo del 10%). In definitiva se si esclude il cinema e le manifestazioni sportive, tutte le manifestazioni hanno avuto un incremento in tempo di crisi, registrando nel 2014 4,7 milioni di ingressi (erano 4,5 nel 2010).

Tabella 4: *Riduzione dei consumi delle famiglie 2008-2013, confronto Marche Italia*

	Italia	Marche
<i>Totale</i>	-5	-7
Alimentari e bevande	-3	-9
Pane e cereali	-7	-9
Carne	0	-10
Pesce	1	-8
Latte, formaggi e uova	-4	-2
Oli e grassi	-12	-22
Patate, frutta e ortaggi	-2	-11
Zucchero, caffè e drogheria	-1	-8
Bevande	-3	-9
Non alimentari	-6	-6
Tabacchi	-8	-10
Abbigliamento e calzature	-27	-32
Abitazione (principale e secondaria)	4	3
Combustibili ed energia	6	5
Mobili, elettrodomestici e servizi per la casa	-20	-29
Sanità	-9	-8
Trasporti	-5	-5
Comunicazioni	-13	-8
Istruzione	8	9
Tempo libero, cultura e giochi	-11	-9
Altri beni e servizi	-11	-10

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat.

Il ricompattamento sociale, civile e per molti versi umano, è tutt'altro che un ripiegamento collettivo quindi; la crisi, che indubbiamente in certe aree e in certi momenti si è fatta sentire anche molto duramente, ha però permesso di riformulare una scala di priorità.

L'andamento dei consumi è un altro segnale di questo atteggiamento di adattamento selettivo, si taglia un po' su tutto, ma non sull'istruzione. Complessivamente negli ultimi due anni i consumi sono diminuiti del 3,7% nelle Marche, ma specialmente nei beni durevoli e semidurevoli, perché nei servizi c'è stato un lieve incremento.

Una smaterializzazione dei consumi che si sposa con una ritrovata sobrietà.

4.4 Lo stare insieme

Si riscopre la voglia di stare insieme, si riscopre ad esempio il ballo tradizionale di gruppo comunitario, manifestazioni di questo tipo sono aumentate del 5% dal 2010 ad oggi (in controtendenza rispetto al resto del Paese, dove invece sono diminuite dell'8%) è anche un

ritorno quanto mai forte alle radici, basti pensare che l'organetto, che rappresenta l'elemento base del ballo di piazza, è nato proprio nelle Marche, dando poi vita al distretto delle fisarmoniche di Castelfidardo.

In generale sembra riaffermarsi la voglia di stare insieme, nelle sagre e in tutte le manifestazioni all'aperto, negli ultimi 4 anni la partecipazione a tali eventi è aumentata del 23% (un dato in questo caso in linea con quello nazionale che vede un + 20%).

4.5 Altri aspetti della vita

Si riscoprono gli aspetti ludici della vita, come il gioco (+ 20% solo nell'ultimo anno per gli eventi di gioco di ruolo dal vivo organizzati in Regione, un fenomeno nuovo ma significativo), anche perché fare un lavoro importante conta solo per il 56% dei marchigiani, mentre fare qualcosa che sia apprezzato dagli altri è importante per il 76% (7 punti percentuali in più rispetto al resto d'Italia).

Tutto ciò coincide anche con la riscoperta del territorio, il 25% delle associazioni sportive marchigiana dichiara di non utilizzare impianti sportivi tradizionali, ma di svolgere le proprie attività in spazi pubblici all'aperto.

Cresce quindi una riflessione sulla qualità della vita, il rispetto del territorio, il miglioramento continuo della filiera enogastronomica, e si rafforza l'orgoglio del luogo.

Il 71% dei marchigiani vogliono contribuire allo sviluppo del loro territorio (in Italia il 64%), il 36% dei marchigiani considera forte la coesione sociale locale, contro il 26% degli italiani.

4.6 Ancora e sempre la famiglia

Ci si rintana in famiglia, la famiglia diventa sempre più il luogo del risparmio della solidarietà, per certi versi è anche del guadagno, il calo ad esempio delle badanti, dimostra che si vuole risparmiare facendosi nuovamente carico della cura delle persone anziane, magari recuperando anche un assegno di accompagnamento.

Il 92% dei marchigiani sentono la spinta a voler contribuire al benessere della propria famiglia, contro l'83% degli italiani.

Nel recinto familiare c'è anche il pezzo di terra da coltivare o un antico sapere, Il metalmezzadro di un tempo, quello che ha davvero voglia di lavorare che lo sente come un suo bisogno primario compassione, oggi è diventato, sta diventando o può diventare, l'artigiano/multinazionale o il contadino/informatico.

4.7 La fede religiosa

Il ricompattamento, che come sempre ha la famiglia come centro di gravità, segue anche la via della parrocchia: la partecipazione regolare alla messa domenicale (sempre dal 2008 ad oggi) è rimasta stabile al 27%, mentre in Italia è scesa al 20,3%, dal 21,7% del 2008, sono cresciuti i frequentatori più saltuari (ma sono diminuiti un po' anche quelli che si recano in un luogo di culto più di una volta la settimana), ma la cosa interessante è che il numero di coloro che dichiarano di non recarsi mai in un luogo di culto, è sceso dal 17,2% del 2008 al 16% di oggi; in controtendenza con il resto dell'Italia dove invece sono cresciuti di oltre 2 punti percentuali.

Tabella 5: *Persone di 14 anni e più per frequenza con cui si recano in chiesa o altro luogo di culto, anni 2008-2013 (valori percentuali)*

Territorio	Una volta a settimana	Qualche volta al mese (< 4)	Qualche volta all'anno	Mai
Anno 2013				
Marche	27,2	18,2	30,3	16,0
Italia	20,3	15,4	32,1	22,2
Anno 2008				
Marche	27,2	16,4	27,2	17,2
Italia	21,7	15,9	31,1	20,1
Differenza percentuale 2008-2014				
Marche	0,0	1,9	3,1	-1,2
Italia	-1,3	-0,5	1,1	2,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat – Indagine Multiscopo Aspetti della Vita Quotidiana 2013.

4.8 Un sistema che sta imparando a fare meglio con meno

La riduzione dei trasferimenti statali e in generale la riduzione di tutte le risorse, anche per i soggetti intermedi della rappresentanza, hanno fatto sì che in molti dovessero imparare ad andare avanti con meno e qualcuno ha imparato o sta imparando, a fare meglio con meno.

5 Occorre ri-saldare

Per il momento i due spezzoni di società sembrano solo convivere, le risaldature sono occasionali e spontanee: l'imprenditore di successo che investe in una vigna per fare "il suo vino", la grande impresa multinazionale che investe nell'hotel di charme per accogliere i suoi ospiti, sono segnali significativi, ma ancora occasionali.

Oggi sembrano proprio mancare le sedi ove poter lavorare a questa risaldatura. Se addirittura manca un luogo di incontro tra PMI e grande impresa, ci si domanda anche su quali basi poter ritrovare il collante e se esista una reale volontà collettiva a risaldarsi.

Forse l'elemento aggregante potrebbe essere un progetto infrastrutturale, come ad esempio, ancora una volta, collegamenti ferroviari più adeguati; l'aeroporto, la banda larga, la superstrada; tante proposte forse già viste, ma che potrebbero fare da catalizzatore.

Ma per il momento non si vede un coraggio sociale intorno a questi progetti, sembrano molto legate al dibattito politico, delle "astrazioni".

Forse c'è bisogno di molle più immediate, che debbano superare minori forze d'inerzia, progetti più morbidi come quello degli itinerari turistici ed enogastronomici, il micro turismo, che si muove attraverso piccoli canali e riscopre piccole realtà, . Insomma la strada potrebbe

essere quella di continuare a fare quello che se già si sta facendo bene, senza aspettare grandi progetti difficili, di questi tempi, da programmare e da mettere in cantiere.

Come l'esempio dei distretti culturali evoluti, che però non potranno essere solo "calati dall'alto" necessitano di un soggetto leader che sul territorio faccia da traino, se infatti la filiera collaborativa, trainata da un'impresa leader, funziona nel mondo delle imprese tradizionali; può e deve funzionare anche nel mondo del turismo evoluto, ancora troppo costituito da piccoli fermenti isolati.

5.1 Cosa resta del modello marchigiano

Più che l'inventiva, il modello marchigiano aveva come filosofia di fondo l'idea di fare le cose degli altri modificandole e migliorandole, una capacità incrementale che però non basta più.

Nel primo slancio imprenditoriale marchigiano, gli imprenditori avevano per certi versi il vantaggio di "arrivare per ultimi", potevano reinventare i prodotti, aggiungendo qualcosa in più o comunque "facendo la differenza".

L'impressione è che molte delle capacità intrinseche della cultura marchigiana non sono state intaccate, resta forte ad esempio la cultura del lavoro, ma è cambiato il lavoro su cui applicarla.

Le Marche sono davvero una regione plurale, questa pluralità non è solo geografica e localistica, ma anche di atteggiamento e di "filosofia di vita", una pluralità che si sta allargando, che non crea particolari conflittualità, ma che deve trovare nuovi processi di integrazione, il modello del "bel giardino" in cui accogliere gli ospiti di riguardo della multinazionali, può servire, ma non può bastare.

Manca una vera identità regionale, è una Regione ancora molto divisa, ma almeno non si crede più in un'unione identitaria, è opinione comune ormai che si debba trovare un'unione funzionale, si sgonfia una sovrastruttura ideologica e si affrontano le questioni in maniera più pragmatica.

5.2 Un modello di globalizzazione dolce

In fondo il punto d'incontro tra chi corre e chi resta adattandosi è sempre la valorizzazione dell'esistente, una globalizzazione dolce del territorio, già il traffico internazionale è aumentata moltissimo, e i passeggeri fanno un naturale incoming.

Potremmo dire che dal punto di vista dei valori che si è mosso sul piano della reazione alla crisi si è mosso su un piano sì razionale, ma anche abbastanza stressante.

Al contrario che si è mosso su un percorso adattativo, si è mosso su un percorso più irrazionale da certi punti di vista, più emotivo, ma anche più rassicurante, perché ha puntato a mettere in sicurezza l'esistente.

Dobbiamo continuare a chiederci che cosa spinge oggi la società a quali linfe vitali attinge la società marchigiana.