



Dipartimento
per le Politiche Giovanili
e il Servizio Civile Universale
Presidenza del Consiglio dei Ministri

**Analisi del contesto sociale del territorio,
con particolare riferimento alla fascia demografica dei
giovani under 35**

Progetto “L’Officina della cultura e del gusto”

Rapporto di ricerca

11 giugno 2026

Eduardo Barberis e Vittorio Lannutti

Co.R.A. Lab S.r.l. - Spin off dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Introduzione	4
1. Il contesto socio-economico regionale	5
2. Il contesto socio-economico di Jesi e della Vallesina.....	9
3. Giovani e mercato del lavoro in Italia, nelle Marche e in Vallesina.....	10
4. Come vengono visti i giovani in Italia e le loro paure del futuro	13
5. I giovani e i consumi	15
6. I consumi alimentari dei giovani nelle Marche	18
7. La fascia demografica dei giovani under 35 a Jesi	19
8. Gli spazi dove si aggregano i giovani jesini	20
9. La gestione del tempo libero	22
Conclusioni.....	25
Bibliografia	27

Introduzione

Questo report costituisce una ricognizione volta all'analisi del contesto socio-economico del territorio marchigiano, con un focus specifico sulla città di Jesi e sulla Vallesina. Il report fa parte del progetto "L'officina del gusto e della cultura", volto a riqualificare parte del mercato delle erbe di Jesi in officina culturale, sociale e alla valorizzazione della produzione tipica a km0. Caratteristica fondamentale di questo progetto è la giovane età (under 35) sia di coloro che gestiranno le attività produttive, sia di coloro che in prevalenza ne usufruiranno. Pertanto l'indagine si concentra in particolare sulla fascia demografica dei giovani under 35, esplorando le loro dinamiche lavorative, le abitudini di consumo e le modalità di aggregazione nel tempo libero.

Porre particolare attenzione alla fascia giovanile ha un rilievo strategico per come si stanno prospettando le dinamiche demografiche, in quanto il numero dei giovani è in netta diminuzione, al contrario delle fasce d'età più mature. Questo fattore è maggiormente evidente nelle Marche, che insieme alla Liguria, è una delle regioni con il più alto tasso di popolazione anziana, in rapporto alla popolazione. Alla fine del 2024 la popolazione marchigiana era composta da 1.481.252 cittadini. Nel 2024 gli occupati nelle Marche sono stati 644mila, circa 3mila in più rispetto al 2024.

"Negli ultimi vent'anni, a livello nazionale, la crescita naturale della popolazione (la differenza fra nati e morti) è passata da zero a -5% (e ca. -6% nelle Marche), mentre il tasso di fecondità totale (il numero di figli per donna) è passato da 1,34 a 1,18 – ben al di sotto del 2,1 (considerato in genere il tasso di sostituzione, cioè la quota necessaria per evitare una riduzione della popolazione)¹. Già da 10 anni il saldo migratorio (la differenza fra emigrati e immigrati) ha smesso di compensare il saldo naturale: le persone immigrate non sono sufficienti a contrastare il calo di nascite e l'aumento della mortalità. Nonostante le Marche attraggano persone dall'estero e da altre regioni, negli ultimi 10 anni in media 5.000 persone l'anno si sono cancellate dalle anagrafi della Regione per un trasferimento all'estero e 8.700 per trasferimenti verso altre Regioni. L'effetto è particolarmente marcato per le persone con cittadinanza italiana. Infatti, gran parte del bilancio migratorio positivo (interregionale e internazionale) è legato alla mobilità di persone straniere. Negli ultimi 10 anni, il saldo negativo dei cittadini italiani con l'estero è pari a ca. 2.000 unità l'anno². Fino a prima del Covid, più della metà del saldo con l'estero era composto da persone con basso titolo di studio. Nell'ultimo triennio, invece, è evidente una tendenza più netta al trasferimento all'estero di persone

¹ I dati qui presentati provengono dai dataset raccolti nella sezione "Demografia in cifre" dell'ISTAT, aggiornati agli ultimi anni disponibili (in genere 01/01/2025 o 31/12/2024).

² È importante considerare la parzialità di questi dati. Da una parte, non tutte le persone che si sono trasferite all'estero hanno fatto cancellazione anagrafica. Potrebbero esserci persone non presenti sul territorio, ma ancora registrate all'anagrafe. Inoltre, fra gli italiani che si muovono all'estero è ricompresa anche una quota non trascurabile di cittadini italiani per acquisizione: ex migranti di lungo periodo che, una volta acquisito un passaporto "forte" come quello italiano, si trasferiscono all'estero dove sono presenti diaspore migratorie familiari o di connazionali e dove si ritiene siano presenti opportunità migliori.

con titoli di studio medi e alti. Concentrandosi sui soli laureati, negli ultimi dieci anni la perdita netta è di ca. 500 persone l'anno, con una crescita della quota degli under 40, che oggi compone quasi totalmente la quota dei laureati trasferitisi definitivamente all'estero" (Lello, Fava, Barberis, 2025: 6).

La metodologia è stata di carattere documentale (*desk research*) e ha principalmente attinto agli esiti dell'indagine "Jesi #Freetime. Indagine sul tempo libero dei giovani a Jesi" (2022), realizzata dalla cooperativa Costess su un campione di giovani tra i 13 e i 19 anni, residenti nel Comune di Jesi. Le altre principali fonti dei dati sono state: Comune di Jesi, Regione Marche – Centro per l'Impiego di Jesi, Ires Marche, Banca d'Italia, Asp Ambito9, oltre alle conclusioni principali di ricerche riguardanti i consumi dei giovani.

Il report è stato strutturato con l'obiettivo di offrire una panoramica multidimensionale, che tocca i seguenti punti chiave:

- la crescente precarietà generazionale: l'80% dei giovani occupati tra i 15 e i 24 anni a livello nazionale è coinvolto con forme contrattuali a termine; nelle Marche, nonostante i segnali di ripresa emersi nel 2024, permane un impoverimento strutturale e una qualità del lavoro in peggioramento, il tasso di disoccupazione giovanile, inoltre, è quattro volte più alto di quello generale (20% vs 5%) e il tasso di coloro che sono scoraggiati dal trovare lavoro è del 20%;
- i cambiamenti nei comportamenti di consumo della Generazione Z e dei Millennials: i giovani marchigiani mostrano una crescente sensibilità verso la sostenibilità, il consumo critico e la valorizzazione delle eccellenze e tipicità locali; un esempio in questo senso riguarda l'attenzione per il settore vitivinicolo;
- i giovani jesini frequentano principalmente il centro storico e i parchi pubblici, ma lamentano una significativa carenza di stimoli culturali e di spazi indoor per l'aggregazione informale.
- il territorio affronta un progressivo invecchiamento della popolazione e una percezione di insicurezza verso il futuro, con 7 giovani su 10 convinti di avere meno opportunità rispetto alla generazione precedente.

1. Il contesto socio-economico regionale

Il tessuto produttivo italiano è caratterizzato prevalentemente dai distretti industriali, presenti in buona parte nei piccoli centri e in particolare nel centro-nord, dove vi è una capillare diffusione di piccole e medie imprese e, rispetto ad altri contesti internazionali, da un numero più limitato di grandi industrie (Alietti e Agustoni, 2015). Questa dinamica è presente anche nelle Marche, regione che ha un territorio altamente antropizzato, per cui lo sviluppo industriale della 'Terza Italia'

(Bagnasco, 1977), strutturatosi a partire dagli anni '70 del Novecento, ha trovato un terreno fertile per la gemmazione delle piccole imprese.

La nascita e la permanenza di questi distretti, nonostante il duro colpo subito dalle crisi che si sono succedute negli ultimi lustri (2008: *subprime*; 2020: Covid-19; 2022: guerra in Ucraina e, oggi, in Medio Oriente) resta contraddistinto dalla presenza diffusa di piccole e medie imprese, in un contesto nel quale la sfera produttiva e quella politico-istituzionale sono riusciti ad integrarsi (Paci, 1980; Trigilia, 2022).

Lo sviluppo che si è verificato nelle Marche, a differenza di quanto è accaduto in altri contesti, non è stato dovuto a investimenti nei campi della ricerca e dello sviluppo, bensì a un'elevata capacità di competizione e di innovazione del sistema manifatturiero, spinta dalla trasformazione della tradizionale laboriosità locale, riletta tramite innovazioni socio-economiche emerse da auto-sfruttamento e alta intensità lavorativa, messa a sistema nel quadro di meccanismi di "competizione cooperativa" fra imprese di filiera.

Tuttavia, negli ultimi anni si è registrato un importante rallentamento dell'economia regionale. I segnali di rallentamento del 'modello Marche', infatti, erano presenti ben prima della crisi iniziata nel 2008, in quanto in due distretti importanti, quello calzaturiero del fermano-maceratese e quello del mobile del pesarese, già nei primi anni 2000 si era registrata una diminuzione di addetti, mentre nell'ascolano alcune multinazionali avevano iniziato a disimpegnarsi (Banca d'Italia, 2012). Le Marche hanno iniziato una discesa economica per ragioni e cause strutturali che sembrano almeno in parte endogene – con una difficoltà delle classi dirigenti a cogliere per tempo il mutamento della domanda e la trasformazione complessiva del quadro macroeconomico, con le richieste di innovazione da esse implicate: la crisi strutturale delle Marche, infatti, è stata asincrona rispetto al quadro economico globale (Cerfeda, 2015).

Dopo un decennio in cui l'economia marchigiana si è impantanata³, perdendo posizioni e riconoscibilità e mettendo in dubbio le caratteristiche tipiche del suo modello, basato su un mix di benessere economico, qualità della vita e coesione sociale, essa è stata in grado di riorganizzarsi con nuovi settori, in particolare con la crescita del terziario e del turismo. Questa ripresa non è stata segnata da una necessaria ristrutturazione della base economica regionale, ancora caratterizzata da tante piccole imprese sottocapitalizzate: si tratta di un tema che mette in dubbio la possibilità che la ripresa diventi strutturalmente opportunità di sviluppo.

³ Nell'analisi della crisi vanno considerati anche gli effetti degli eventi sismici che hanno colpito in particolare la parte meridionale della Regione, nonché gli areali circoscrivibili di Lazio, Umbria e Abruzzo, tra il 2016 e il 2017. I danni di questi eventi sono stati estremamente significativi, tanto che alla fine delle sequenze sismiche si sono contati 50.000 sfollati. La "diaspora" che ne è seguita, soprattutto verso le aree costiere, in molti casi non è stata temporanea e questo ha contribuito all'accelerazione dello spopolamento delle aree interne.

Le ragioni di queste difficoltà sono complesse e articolate, ma alcune evidenze sembrano indicare che la resilienza è tanto più limitata quanto più il potere politico delega al potere economico la funzione di regolamentare l'economia stessa (Beck, 2012; Sori, 2005).

I processi di de-industrializzazione e di crisi complessiva del modello economico locale, sin dalla fine del primo decennio del 2000, infatti, mettono in luce chiari limiti di governo del sistema: ne sono testimonianza i crack finanziari regionali, a partire da quello – particolarmente pesante per il tessuto socio-economico regionale – di Banca Marche (Orazi, 2015).

Le trasformazioni esogene ed endogene dell'economia locale portano ad esiti preoccupanti: non è un caso che l'IRES Marche (2021) abbia evidenziato che con la ripresa sia cresciuta l'occupazione, ma sia peggiorata la qualità del lavoro. Sono infatti aumentanti i dipendenti precari involontari, sono diminuiti coloro che hanno un lavoro a tempo indeterminato e sono aumentati coloro che hanno un contratto a tempo determinato, per cui è cresciuta la platea di coloro che percepiscono basse retribuzioni. Si tratta di un tema chiave, che alimenta traiettorie di impoverimento strutturale degli individui e delle famiglie.

Tuttavia, lo sbandamento che c'è stato alla fine degli anni '10, quando le Marche furono dichiarate tra le regioni a più alto rischio di sottosviluppo, appare in parte rientrato: secondo Svimez (2023), la nostra regione ha recuperato molte posizioni nella gerarchia nazionale. Proprio SVIMEZ evidenzia come le Marche siano al settimo posto nazionale per indice di performance regionale, in compagnia di Toscana, Piemonte, Emilia-Romagna e Lombardia.

Considerando gli ultimi dati economici a disposizione, forniti ed elaborati da Banca d'Italia (2025), nel 2024 l'attività economica sarebbe cresciuta in termini reali soltanto dello 0,4%, al di sotto della media nazionale, 0,7%, e sostanzialmente in linea con il dato dell'anno precedente. L'andamento economico dunque non è stato brillante, ma questa debolezza si è attenuata nell'ultimo scorcio del 2024 e piccoli segnali di miglioramento si sono registrati nell'inizio del 2025.

C'è stata una riduzione del fatturato nelle aziende sia piccole che medie maggiormente orientate ai mercati esteri, "in connessione con la flessione delle esportazioni. La fase ciclica sfavorevole e un contesto pervaso da molteplici incertezze hanno scoraggiato gli investimenti: i piani di spesa per il 2024, già mediamente inferiori ai livelli del 2023, sono stati ulteriormente rivisti al ribasso in corso d'anno. Il settore delle costruzioni è cresciuto, anche se in misura minore rispetto al 2023, beneficiando del progredire della spesa per l'attuazione degli interventi del *Piano nazionale di ripresa e resilienza* (PNRR) e dell'avanzamento della ricostruzione post-sisma; le transazioni immobiliari sono aumentate in connessione con la riduzione dei tassi di interesse. Nel terziario l'attività ha tenuto; le presenze turistiche sono rimaste su livelli elevati nel confronto storico, grazie alla marcata crescita dei visitatori stranieri; il traffico aeroportuale di passeggeri ha proseguito

l'espansione; stabile la movimentazione di merci nel porto, in calo quella di passeggeri" (Banca d'Italia, 2025: 5-6, *cit.*).

Ad un primo sguardo, sembra che la situazione sia andata leggermente meglio sul fronte del potere d'acquisto, che nel 2024 è tornato a crescere, in virtù della diminuzione dell'inflazione e, sempre secondo Banca d'Italia "la dinamica dei consumi in regione è stata positiva, ma molto debole e inferiore a quella pur moderata osservata in Italia, evidenziando così un rallentamento rispetto al 2023, anno in cui si era completato il recupero del livello dei consumi pre-pandemia da parte delle famiglie marchigiane" (Banca d'Italia, 2025: 6, *cit.*).

Tuttavia, se si approfondisce l'analisi, emerge un miglioramento effimero, perché nella prima metà del 2025 la situazione complessiva dei lavoratori marchigiani non sembra affatto migliorata. Secondo i dati INPS e ISTAT, rielaborati dalla CGIL Marche,⁴ si è registrato un aumento della cassa integrazione del 15,6% rispetto allo stesso periodo del 2024, sono aumentati i disoccupati del 10% e non è trascurabile il numero degli inattivi: 261.000 unità. Non fa ben sperare nemmeno la percentuale delle nuove assunzioni, considerando che quelle a tempo indeterminato sono soltanto il 10,4% e questa quota appare in continua flessione. La tipologia contrattuale maggiormente presente, infatti, è il contratto a termine (36,2%), seguita dal contratto intermittente (20,2%).

Il quadro che emerge da questi dati è quello di una situazione fortemente caratterizzata da disuguaglianze economiche e di un mercato del lavoro sempre più dicotomico tra gli *insider* e gli *outsider*, vale a dire tra coloro che hanno lavori sicuri, ben remunerati e con benefit, servizi di welfare aziendale e la prospettiva di una buona pensione e quanti invece sono intrappolati in lavori precari con contratti intermittenti, a volte in nero o grigi, senza benefit e con stipendi medio-bassi, quindi con un basso potere d'acquisto – una situazione che ha un effetto domino anche sul sistema pensionistico, dato che le persone in queste condizioni occupazionali plausibilmente non avranno una pensione adeguata alle necessità.

Secondo l'Alleanza contro la Povertà nelle Marche (2025), infatti, il 5,6% delle famiglie marchigiane (circa 25.800 nuclei) viveva in una condizione di povertà assoluta (l'ultimo dato disponibile ISTAT è del 2023⁵), mentre nel 2024 l'11,9% delle famiglie marchigiane si trovava in povertà relativa, un punto percentuale in più rispetto alla media nazionale (10,9%) e il 5,4% in più rispetto a quella del Centro Italia (6,5%).

Le famiglie più deboli economicamente sono soprattutto quelle caratterizzate dalla presenza di minori, immigrati e lavoratori precari. Tale condizione non sembra trovare oggi risposte adeguate

⁴ Cfr.: <https://www.marche.cgil.it/lavoro-marche-primo-semestre-2025-crescono-solo-i-precari-prima-regione-per-numero-intermittenti/>, sito consultato il 13 marzo 2026.

⁵ Cfr.: <https://www.istat.it/comunicato-stampa/la-poverta-in-italia-anno-2024/>, sito consultato il 13 marzo 2026.

nella rete di welfare: come evidenziato da più osservatori (Sacchi *et al.*, 2023), la sostituzione del Reddito di cittadinanza con l'Assegno di Inclusione, ha causato una marcata riduzione della platea dei beneficiari: nel caso marchigiano, nel 2024 la misura ha raggiunto solo 7.820 nuclei familiari (15.600 persone), lasciando scoperte molte situazioni di povertà cronica.

Se mettiamo a fuoco il territorio provinciale anconetano, vediamo che la situazione non è particolarmente rosea: nel 2024 nella provincia l'occupazione è diminuita dello 0,5% rispetto all'anno precedente (vale a dire circa 1.000 posti di lavoro), mentre il tasso di disoccupazione, nonostante sia diminuito sia a livello nazionale, che regionale, è aumentato del 7,7% ed è cresciuto il tasso di inattivi del 3,8% sul 2023 (CGIL, 2025).

2. Il contesto socio-economico di Jesi e della Vallesina

Fanno parte di questo territorio 21 Comuni, con circa 105mila abitanti. Attualmente la fabbrica più importante di Jesi è la Case New Holland, che produce piccoli trattori per l'agricoltura e ha circa 800 dipendenti. Un'altra importante impresa storica di Jesi è la Maip che produce impianti oleari, fino a pochi anni fa monopolista mondiale. Oltre a un tessuto industriale, formato da PMI, che fungono da indotto per il settore metalmeccanico della stessa Case New Holland, e non solo, sta sorgendo un polo Amazon, che – in base alle stime circolate – impiegherà, una volta a regime, un migliaio di dipendenti diretti e altrettanti dell'indotto. Un'altra azienda importante del circondario è la Fileni, che si occupa della trasformazione di carne avicola e impiega 1600 lavoratori, tra i quali moltissimi immigrati.

Bisogna considerare che questi numeri sono importanti in un contesto in cui la maggior parte delle fabbriche ha meno di 15 dipendenti, coerentemente con il modello regionale, che vede il più alto tasso di PMI in Italia.

Il tessuto imprenditoriale dell'area è caratterizzato da altre imprese con un certo rilievo, nel settore arredamento (e.g. arredo per locali destinati spesso al mercato internazionale). A Filottrano, inoltre, alla fine degli anni '70 si è sviluppato il distretto delle confezioni. La vicinanza con Fabriano, dove era presente il distretto dell'elettrodomestico e la nascita di un'impresa del settore del mobilificio, oltre alla relativa breve distanza da Pesaro, dove è ancora attivo il distretto del mobile, ha fatto sì che anche a Jesi sorgessero molte imprese dedite allo sviluppo degli stampi, che in parte, in seguito alle crisi degli ultimi vent'anni, hanno chiuso e in parte hanno resistito, riuscendo a sopravvivere diversificando la loro attività e i loro committenti. C'è inoltre da considerare che fino ad alcuni anni fa a Jesi erano presenti le sedi centrali di due gruppi bancari: Banca Marche e la Banca Popolare di Ancona che sono state entrambe assorbite dal gruppo Ubi Banca.

Jesi e la Vallesina sono in un'area baricentrica tra Macerata, Ancona e Fabriano, per cui vi sono tante persone che vivono, oltre che nei centri principali, nei Comuni più piccoli e si spostano per motivi di

lavoro e di studio, considerando anche che nelle due città capoluoghi di provincia sono presenti due poli universitari e a Jesi vi sono tutti gli indirizzi delle scuole medie superiori.

Le amministrazioni jesine, a partire almeno dagli Anni Settanta del Novecento, hanno investito su un modello di welfare municipale articolato, con una progressiva diffusione di servizi di welfare sociale. In questo territorio, dunque, viene posta una grande attenzione a diversi bisogni sociali: bambini (servizi per la prima infanzia pubblici e privati), adolescenti, anziani, pazienti psichiatrici, disabili, tossicodipendenti e immigrati. La maggior parte delle amministrazioni comunali che si sono succedute sono sempre state molto attente a varie forme di integrazione sociale, come per esempio la realizzazione di case popolari all'interno di nuovi quartieri residenziali. A livello locale si può contare anche su un tessuto di intervento pubblico e di privato sociale molto strutturato e in grado di affiancare l'azione comunale per fronteggiare le principali difficoltà socio-economiche. L'ASP Ambito9 è un pilastro in questo senso, insieme alle cooperative sociali e agli altri attori del Terzo settore (come la Caritas diocesana).

In città, inoltre, è molto alto il tasso di associazionismo, in buona parte volto alle varie forme di solidarietà. Queste tipologie di associazioni, con matrici plurali – da quelle cattoliche a quelle social-comuniste e anarchiche – negli anni sono state molto attive per favorire e costruire momenti di confronto, di sensibilizzazione e quindi di integrazione.

3. Giovani e mercato del lavoro in Italia, nelle Marche e in Vallesina

La “questione giovanile” viene considerata in Italia un vero e proprio “svantaggio generazionale” e rappresenta una sfida cruciale. Sebbene i dati più recenti mostrino un miglioramento rispetto ai picchi critici del decennio scorso, il divario con il resto d'Europa rimane profondo. Dopo aver toccato il 40,3% nel 2016, il tasso di disoccupazione giovanile (15-24 anni) è sceso significativamente, attestandosi al 18,8% a novembre 2025. Nonostante il calo, la difficoltà dei giovani nel trovare impiego resta nettamente superiore a quella degli adulti, il cui tasso di disoccupazione generale si ferma al 5,7%⁶.

L'Italia purtroppo resta ai vertici europei per numero di giovani che non studiano e non lavorano (fenomeno NEET: *not in education, employment or training*). Se nel 2015 la quota era del 26,9%, i dati Eurostat 2024 indicano una discesa al 15,2% (fascia 15-29 anni). Tuttavia, il nostro Paese occupa ancora il secondo posto in UE per incidenza del fenomeno, preceduto solo dalla Romania⁷. Il gap generazionale non riguarda solo l'accesso al mercato, ma la qualità della permanenza in esso. I giovani, infatti, continuano a essere i più esposti ai contratti a termine, che nel 2025, tra i 15-24enni,

⁶ Cfr.: [Occupati e disoccupati](#), sito consultato il 28 marzo 2026.

⁷ Cfr.: [Statistics on young people neither in employment nor in education or training - Statistics Explained - Eurostat](#), sito consultato il 28 marzo 2026.

raggiungono la non lusinghiera quota dell'80%. Inoltre, quasi un quarto dei giovani (23,6%) lavora in regime di part-time involontario, rendendoli di fatto dipendenti dalla famiglia d'origine e contribuendo ad alimentare il bacino dei *working poor* (Istituto Giuseppe Toniolo, 2025).

Prima di entrare nello specifico sulle questioni inerenti l'occupazione e la disoccupazione degli under 35 a Jesi e in Vallesina consideriamo i principali risultati di due ricerche svolte da ricercatori e ricercatrici del DESP (Dipartimento Economia, Società, Politica) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo nell'ultimo decennio all'interno di progetti ANCI con i Comuni di Fabriano e Montecassiano, quindi territori anche molto vicini geograficamente al territorio jesino, per cui è molto probabile che molti giovani jesini abbiano lavorato o stiano lavorando in quei contesti:

la complessità del mismatch occupazionale, spesso attribuito a una presunta indisponibilità dei giovani al lavoro da parte del mondo imprenditoriale. Tuttavia, le ricerche evidenziano che la carenza di profili tecnici non è l'unico fattore in gioco, il divario tra domanda e offerta, infatti, è determinato da: la riduzione delle coorti giovanili, a causa del calo demografico e del parallelo aumento dell'invecchiamento della popolazione, per cui è limitata la disponibilità di manodopera giovane rispetto alle uscite dal mercato del lavoro (ISTAT, 2023); il gap formativo, in quanto la formazione tecnica specifica, richiesta dalle imprese, fatica a essere adeguatamente sviluppata al di fuori dei contesti produttivi, a causa della mutevolezza delle competenze richieste dal mercato⁸ (Eurofound, 2022); giovani mostrano una maggiore attenzione ai diritti lavorativi, una sensibilità verso forme di (auto)sfruttamento e una preferenza per modelli di conciliazione tra vita privata e professionale;

il mismatch sia anche legato a un equilibrio precario tra competenze tecniche (*hard skills*) e trasversali (*soft skills*). Da un lato, le imprese richiedono competenze specifiche, spesso difficili da acquisire in percorsi formativi tradizionali; dall'altro, cresce la domanda di competenze adattive, come la capacità di operare in contesti fluidi e la flessibilità cognitiva⁹. Questo dualismo riflette una tensione tra la rigidità dei sistemi formativi e la dinamicità del mercato del lavoro;

le aspettative dei giovani rispetto alle opportunità offerte dal territorio, nonostante la retorica locale che identifica le Marche come una regione a forte imprenditorialità artigianale e PMI, dalle ricerche è merso, invece che i giovani sono maggiormente orientati verso il pubblico impiego, le libere professioni e le grandi imprese. Questa tendenza suggerisce una disconnessione tra l'immagine autocelebrativa delle "Marche laboriose" e le aspirazioni concrete dei giovani, che privilegiano la sicurezza a scapito della tradizione imprenditoriale locale;

⁸ Cfr. [Working conditions and sustainable work | Eurofound](#), sito consultato il 22 aprile 2026.

⁹ Cfr. [Getting Skills Right | OECD](#), sito consultato il 22 aprile 2026.

la propensione all'emigrazione, soprattutto da parte dei giovani residenti nell'entroterra, non soltanto per motivazioni economiche, ma anche a causa della percezione di scarse opportunità sociali e culturali locali, della convinzione che il contesto territoriale non offra stimoli sufficienti per la crescita personale e professionale. Questa dinamica genera un circolo vizioso: la fuga dei talenti riduce gli investimenti in formazione e innovazione, alimentando ulteriormente la sfiducia nelle prospettive locali;

la qualità della vita, spesso citata come punto di forza delle Marche è fortemente condizionata da fattori socio-economici, in quanto i giovani provenienti da famiglie benestanti o con redditi stabili esprimono un giudizio positivo, mentre chi proviene da contesti svantaggiati o senza occupazione stabile percepisce la qualità della vita in modo più critico (ISTAT, 2023, *cit.*). Questa disparità evidenzia come il benessere soggettivo sia strettamente legato alle condizioni materiali di partenza, piuttosto che a una presunta attrattività intrinseca del territorio.

Tabella 1. Disoccupati e occupati (18 – 35 anni) iscritti al Centro per l'Impiego di Jesi (2025)

Numero totale	17.730	
<i>Titolo di studio</i>	percentuale	Età prevalente (anni)
Istruzione primaria	0,7%	34
Istruzione secondaria di primo grado	24,0%	32
Istruzione secondaria di secondo grado	47,4%	27
Laurea o titoli equipollenti	20,5%	29
Non classificato	4,0%	35
Privo di titolo di studio	3,2%	33

Secondo i dati forniti dalla Regione Marche, risalenti al 31 dicembre 2025 (Tabella 1), nella Vallesina i giovani della fascia d'età compresa tra i 18 e i 35 anni che si sono rivolti al Centro per l'Impiego di Jesi sono stati 17.730, di cui lo 0,7% ha un titolo di istruzione primaria (la maggior parte aveva 34 anni), il 24,0% aveva il titolo di istruzione secondaria di primo grado (la maggior parte aveva 32 anni), il 47,4% aveva il titolo di istruzione secondaria di secondo grado (la maggior parte aveva 27 anni), il 20,5% aveva conseguito una laurea o titoli equipollenti (la maggior parte aveva 29 anni), il 4,0% risultava non classificato (la maggior parte aveva 35 anni) e il 3,2% era privo di titolo di studio (la maggior parte aveva 33 anni).

Di questi 17.730 giovani, gli avviamenti al lavoro e che hanno firmato un contratto al 31 dicembre 2024 sono stati 12.447 (Tabella 2), vale a dire il 70,2%. Di essi, il 65,5% aveva un contratto a tempo determinato (la maggioranza aveva 32 anni), soltanto il 6,4% era titolare di un contratto a tempo indeterminato (la maggioranza aveva, anche in questo caso, 32 anni), il 6,6% aveva un contratto di apprendistato/inserimento (la maggioranza aveva 20 anni), lo 0,5% era impegnato in un lavoro domestico (la maggioranza aveva 28 anni), il 12,9% aveva un lavoro intermittente (la maggioranza aveva 20 anni), il 7,8% aveva un lavoro parasubordinato (la maggioranza aveva 27 anni).

Tabella 2. Avviamenti al lavoro (18 – 35 anni) iscritti al Centro per l'Impiego di Jesi (2025)

Numero totale	12.447	
<i>Tipologia di contratto</i>	percentuale	Età prevalente
A tempo determinato	65,5%	32
A tempo indeterminato	6,4%	32
Apprendistato/inserimento	6,6%	20
Lavoro domestico	0,5%	28
Lavoro intermittente	12,9%	20
Lavoro parasubordinato	7,8%	27

Per quanto riguarda le tipologie delle qualifiche, la maggior parte (il 38,8%) è impegnata in professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi, il 22,7% in professioni non qualificate, l'11,1% in professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione, il 10,1% nel settore artigiani, operai specializzati e agricoltori, il 5,7% in professioni esecutive nel lavoro d'ufficio, il 5,6% nel settore conduttori di impianti, operai di macchinari fissi e mobili e conducenti di veicoli, il 5,5% in professioni tecniche, pochissime altre unità nelle forze armate e come dirigenti imprenditori.

I giovani disoccupati erano 1.536. Di questi, il 38,1% aveva un diploma di istruzione secondaria superiore che permette l'accesso all'università (la maggioranza aveva 20 anni), il 20,6% aveva la licenza media (la maggioranza aveva 25 anni), il 13,8% era in possesso della laurea - vecchio o nuovo ordinamento (la maggioranza aveva 26 anni), il 6,7% non ha alcun titolo di studio (la maggioranza aveva 30 anni), il 5,5% non è classificato, il 3,3% aveva un diploma universitario (la maggioranza aveva 25 anni), l'1,3% aveva la licenza elementare (la maggioranza aveva 20 anni), e un altro 1,3% ha frequentato le scuole superiori (la maggioranza aveva 32 anni), e a seguire con pochissime unità coloro che hanno un titolo di istruzione professionale, un diploma terziario extra-universitario e un titolo di studio post-laurea. Gli inoccupati risultavano essere 125, di cui la metà aveva un diploma di istruzione secondaria superiore che permette l'accesso all'università, un quarto aveva la licenza media, l'8% aveva un titolo di istruzione secondaria superiore che non permette l'accesso all'università e il 7,2% aveva una laurea vecchio o nuovo ordinamento.

4. Come vengono visti i giovani in Italia e le loro paure del futuro

Da tempo in Italia c'è una crescente tendenza a descrivere il mondo giovanile in termini negativi: gli studi economici parlano di svantaggio generazionale. Nel nostro Paese, infatti, si è storicamente determinata una dinamica per cui nel mercato del lavoro sono più tutelati i lavoratori anziani rispetto a quelli più giovani, che hanno un tasso di inattività superiore alla media europea, oltre a indici di povertà maggiori rispetto al resto della popolazione (Reyneri, 2005). Gli studi sociologici e psicologici parlano di questione giovanile (Segre, 1998; Speltini, 2016; Lemert, 2019; Maggiolini, 2023), focalizzandosi sulle crescenti difficoltà degli adolescenti ad approdare a una fase adulta della

vita e sulle loro difficoltà di adattamento e psicologiche. Gli studi filosofici dal canto loro parlano di afasia e di nichilismo dei giovani. Si tratta di problemi strutturali verso cui la risposta istituzionale ai massimi livelli nazionali è stata ora sminuente, ora repressiva.

Deve essere anche rilevato il peso dettato dalle rappresentazioni mediatiche (sui mass media e nei social media), in grado di orientare significativamente la percezione dei fenomeni sociali giovanili. Essi spesso trattano i giovani e il loro modo di esprimere il disagio in modo parziale, generalizzando casi specifici, quando non paternalistico, banale e strumentale, per cui i giovani ottengono le prime pagine dei giornali quasi esclusivamente quando commettono atti devianti: bullismo, tossicodipendenza, prostituzione, delinquenza minorile. L'altra faccia della medaglia della narrazione dei giovani è quella che li descrive come bamboccioni, viziati, frivoli, disimpegnati, privi di ideali, violenti, modaiole, irresponsabili, ecc., con la conseguenza che i giovani che hanno scarse risorse personali e culturali interiorizzano quest'immagine negativa. Secondo recenti ricerche, infatti, molti giovani si identificano con questo tipo di narrazione.

Certo, non tutto il mondo adulto condivide quest'idea dei giovani, perché c'è anche chi, pur non negando gli aspetti problematici, ritiene che questa fetta importante della popolazione sia una fonte di ossigeno fondamentale della società e sia necessario attivarsi per curarla, promuoverla e valorizzarla.

Le condizioni più problematiche che riguardano strutturalmente il mondo giovanile si concentrano sul rapporto con il sistema delle istituzioni educative, formative e del lavoro: i drop-out (gli abbandoni scolastici) e i NEET evidenziano un rischio di sfaldamento della coesione sociale e di opportunità generazionali, con esiti di lungo periodo. Questi problemi vanno letti e affrontati non con un atteggiamento giudicante e di condanna nei confronti dei giovani, ma alla luce della responsabilità del mondo adulto, soprattutto in riferimento a quei meccanismi sociali che incrementano l'insicurezza esistenziale e che mostrano incapacità nel dare un orizzonte di senso, una prospettiva e un futuro. Da questo punto di vista, hanno avuto risultati particolarmente preoccupanti le riforme del mercato del lavoro (dal 'Pacchetto Treu' al 'Jobs act'), mentre oggi lo stato di "terza guerra mondiale a pezzi", permanente, anche ai confini dell'Unione europea, con tutte le conseguenze economiche, sociali e politiche che ne derivano, evidenzia le difficoltà che le nuove generazioni devono affrontare.

Le incertezze e le paure stesse del futuro dei giovani sono state ampiamente certificate: "una recente ricerca (Lello, 2017) ha evidenziato come la percezione di insicurezza rispetto al futuro appaia oggi più diffusa tra i marchigiani rispetto al contesto nazionale: prima della crisi economica del 2008 eravamo in linea con il resto del Paese (circa la metà degli italiani si riconosceva nella proposizione secondo cui "è inutile fare progetti impegnativi per sé e per la famiglia, perché il futuro è incerto"), oggi invece tale percentuale si è ridotta nel campione italiano (43%), ed è cresciuta al

63% in quello marchigiano. In tal senso, la nostra regione costituisce un osservatorio interessante, in quanto modello della cosiddetta “Terza Italia”, dove la crescita economica per decenni ha fatto perno su una cultura del lavoro basata su piccola e media impresa e sul legame con il territorio e le sue risorse in termini di capitale sociale. Il modello produttivo marchigiano vede inibite tali risorse immateriali, e il rischio è che la percezione di scarse opportunità agisca come volano negativo soprattutto nei giovani, spaventati da un futuro che evoca timori e privazioni (ben 7 giovani su 10 oggi sono convinti di avere minori opportunità rispetto alla generazione dei genitori)” (Costess, 2022: 6-7).

Dopo la pandemia, inoltre, parallelamente all’aumento delle loro fragilità, le persone giovani hanno iniziato a chiedere: “a) più strumenti per contrastare la povertà economica ed educativa; b) più contesti per coltivare le relazioni amicali; c) più spazi/momenti per condividere i vissuti emotivi ed esperienziali; d) nuove forme di cittadinanza attiva e maggior impegno della politica nell’ascolto delle nuove generazioni” (Costess, 2022: 11, *cit.*).

5. I giovani e i consumi

Nella società contemporanea i giovani partecipano alla vita sociale in prevalenza attraverso le pratiche di consumo. Queste, infatti, assumono una funzione cruciale di costruzione identitaria e di visibilità pubblica (Featherstone, 1991; Bocoock, 1993). Di conseguenza il consumo non si limita a soddisfare unicamente bisogni materiali, ma diviene un linguaggio simbolico attraverso cui i giovani definiscono sé stessi e il proprio posizionamento sociale. Dopo il riflusso politico evidenziatosi a partire dagli anni '80 e la contemporanea accresciuta importanza dell’immagine come elemento identitario, i giovani sperimentano il protagonismo negli ambiti dell’abbigliamento, della musica e dello sport, sebbene tale protagonismo si configuri spesso come transitorio e frammentato, come è emerso in una ricerca condotta a Milano da Laura Bovone ed Emanuela Mora (1997), nella quale venivano evidenziate alcune caratteristiche della cosiddetta “generazione invisibile”, in particolare la centralità di piccoli gruppi, l’intensità delle relazioni amicali e una ridefinizione del ruolo della famiglia, percepita come spazio accogliente piuttosto che conflittuale. Con l’inizio del nuovo millennio, il rapporto tra giovani e consumo è stato frequentemente interpretato alla luce del concetto di *presentismo*, ossia di un orientamento temporale centrato sul presente e sulla gratificazione immediata. Tuttavia, in quel periodo si assiste anche ad un’importante e interessante evoluzione significativa, in quanto cresce l’attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale, insieme a varie forme di sensibilità etiche e critiche: in questo senso, il consumo viene ridefinito (anche) come forma di partecipazione politica (Buzzi, Cavalli, De Lillo, 2007). Le pratiche di consumo critico sono state quindi interpretate come modalità di impegno politico quotidiano, diffuso e spesso individualizzato, che si esercita attraverso scelte di vita e pratiche ordinarie. Sulla stessa scia si è posto Micheletti (2003), che ha letto il consumo come forma di partecipazione politica “a bassa

intensità". In questa prospettiva, le scelte di acquisto diventano strumenti attraverso cui gli individui sostengono cause collettive: la tutela dell'ambiente, i diritti umani, l'uguaglianza di genere e la giustizia sociale. Queste pratiche vengono implementate attraverso il consumo critico e responsabile, la partecipazione a cooperative energetiche e il coinvolgimento in reti di economia solidale e collaborativa e hanno un ampio ventaglio di forme d'azione che vanno dalla pratica immediata nella vita quotidiana a situazioni che sconfinano nella vita pubblica. Tanto è vero che per molti giovani la distinzione tra i valori, l'impegno sociale, gli interessi, i desideri e i vincoli materiali non appare particolarmente rilevante, in considerazione della sussunzione da parte loro della complessità del legame tra il consumo, l'economia, l'etica e i diritti.

La pandemia di COVID-19 è stato un importante fattore di accelerazione dei cambiamenti già in atto nei comportamenti di consumo. L'Università Cattolica di Milano nel 2021 ha svolto una ricerca nazionale, da cui è emerso che le generazioni più giovani – i Millennials (coloro che sono nati tra gli inizi degli anni '80 e la prima metà degli anni '90 del XX secolo) e la Generazione Z (coloro che sono nati tra la seconda metà degli anni '90 del XX secolo e il primo decennio del XXI secolo) – hanno mostrato una maggiore propensione all'adozione di pratiche sostenibili. Un altro elemento importante emerso da questa ricerca riguarda il rafforzamento del commercio locale, in quanto durante la pandemia il 29% dei giovani ha incrementato gli acquisti nei negozi di quartiere e un altro 38,5% ha aumentato il ricorso a servizi di consegna locali. Questi dati dimostrano che c'è una rinnovata attenzione alla dimensione sociale della sostenibilità e al valore delle relazioni territoriali, contribuendo alla resilienza dei sistemi economici locali.

L'ambito alimentare è un osservatorio privilegiato per analizzare le trasformazioni dei comportamenti giovanili. Da parte dei giovani c'è una maggiore sensibilità verso la sostenibilità, in quanto le nuove generazioni mostrano più attenzione allo spreco, all'origine e alla qualità dei prodotti ed esprimono preferenze più marcate per soluzioni ecologiche. Secondo il "Rapporto Giovani" dell'Istituto Toniolo (2023), infatti, il 65,3% dei giovani tra i 18 e i 22 anni dichiara di possedere una conoscenza adeguata dello sviluppo sostenibile e di orientare le proprie scelte di consumo sulla base di criteri etici e ambientali.

Alla luce dei risultati di queste ricerche, e non solo, rispetto ai consumi alimentari contemporanei emerge una dinamica apparentemente paradossale: da un lato, si assiste alla crescente digitalizzazione (e-commerce e food delivery) e dall'altro, vengono riscoperti i negozi di prossimità. Questa duplice tendenza riflette una concezione più articolata della sostenibilità, che integra efficienza, accessibilità e radicamento territoriale (Mazzucotelli Salice & Mora, 2023): le generazioni più giovani sembrano dunque sviluppare un rapporto con il consumo caratterizzato da una combinazione di pragmatismo, attenzione etica e vincoli materiali. In questo senso, il consumo si sta sempre più connotando come uno strumento fondamentale di partecipazione sociale e di costruzione di una nuova visibilità generazionale.

Secondo quanto emerso dai dati di Deloitte e Brandon Group,¹⁰ i giovani italiani comprano in modo più selettivo e coerente con i propri valori e con un occhio attento all’impatto ambientale e al portafoglio. La Generazione Z è protagonista di un cambiamento particolarmente rilevante: non si limita a ridurre gli acquisti, ma sta mettendo in discussione alcuni capisaldi delle regole di mercato. Il distacco dal consumismo tradizionale non è casuale ed è determinato da tre motivazioni profonde:

1. pragmatismo economico: in un contesto segnato da inflazione e salari contenuti, la scelta di comprare meno diventa una necessità razionale, il consumo si trasforma in una selezione accurata di ciò che è davvero essenziale;
2. identità ambientale: per molti giovani, la crisi climatica è una sfida personale; si tende dunque ad evitare la *fast fashion* e a ridurre gli sprechi (per es. tramite economie circolari e del riuso), cosa che non è più una scelta di nicchia, ma un pilastro della propria identità e un modo per manifestare il proprio impegno civile;
3. minimalismo e benessere: l’accumulo compulsivo di oggetti non è più un obiettivo primario di quote rilevanti della Generazione Z, che spesso cerca beni che durino nel tempo, privilegiando la qualità sulla quantità.

Costo della vita e cambiamento climatico sono dunque diventate le preoccupazioni principali dei giovani italiani: nei loro comportamenti di consumo dunque tendono ad essere più parchi e meno propensi ad acquisti impulsivi, propendendo anche verso l’acquisto dell’usato per conciliare risparmio economico e sostenibilità. Stanno emergendo nuove forme di consumo e di rapporto con i beni: oltre all’usato, si stanno diffondendo modelli alternativi come lo scambio, l’affitto e la riparazione. L’approccio è quello di un consumo “lento”, dove l’oggetto viene valorizzato per la sua funzione e non per il semplice possesso.

E’ opportuno evidenziare che non si tratta di una frugalità imposta e subita, ma di una forma di agentività che sta ricostruendo il rapporto con le cose: in un mondo saturo di stimoli, una parte della Generazione Z promuove l’idea che non sia necessario possedere di più per vivere meglio. Questa tendenza non riguarda solo i giovanissimi, ma coinvolge anche i Millennials. Entrambe le generazioni spingono verso prodotti digitalizzati e sostenibili. Un esempio curioso arriva dal settore del vino: mentre il consumo tradizionale cala, i giovani under 44 lo stanno riscoprendo come uno *status symbol*, acquistandolo attraverso canali innovativi come l’e-commerce e trasformando un prodotto antico in un’esperienza moderna e consapevole.

¹⁰ Cfr. <https://www.ehabitat.it/2025/11/20/consumi-della-gen-z/>, sito consultato il 14 aprile 2026.

In definitiva, in ampi strati della Generazione Z si afferma un messaggio trasformativo per l'economia, con un apprezzamento per il valore reale, d'uso, degli oggetti e un'attenzione alla sostenibilità ambientale.

6. I consumi alimentari dei giovani nelle Marche

I consumi alimentari, essendo essenziali per la sopravvivenza, ma avendo anche un rilievo culturale e identitario, sono una componente molto importante dei consumi totali. Tuttavia, con il crescere dei redditi delle famiglie, la quota destinata agli alimenti tende a scendere: se negli anni '70 oltre un terzo della spesa degli italiani era volta ad acquistare alimenti, nel 2007 questa cifra si era più che dimezzata, scendendo al 15% per poi risalire al 17% nel 2018 (ISTAT, 2019).

Nel 2024 in Italia le famiglie hanno speso mediamente per i consumi 2.755 euro. Nello specifico, le spese per i consumi alimentari sono rimaste stabili rispetto al 2023, nonostante l'aumento medio dei prezzi pari al 2,5%. È rimasta stabile anche la quota di famiglie che ha provato a limitare la quantità e/o la qualità del cibo acquistato (31,1%, era il 31,5% nel 2023). Aumentano significativamente le spese destinate a oli e grassi (+11,7%), che raggiungono i 18 euro mensili, e alla frutta (inclusa quella a guscio), che sale a 45 euro al mese (+2,7%). Nel 2024 sono aumentate anche le spese per servizi di ristorazione e di alloggio rispetto al 2023 (+4,1%, 162 euro mensili). La crescita è risultata particolarmente marcata nel Centro (+7,2%, 175 euro mensili)¹¹.

Il panorama dei consumi alimentari giovanili nelle Marche si delinea come un riflesso delle tendenze che stanno attraversando l'intero Paese, ma con specificità territoriali non trascurabili. Nel corso del 2023, la spesa media delle famiglie marchigiane si è attestata intorno ai 2.463 euro mensili; all'interno di questo budget, la voce dedicata all'alimentazione mantiene un ruolo centrale, pur posizionandosi su livelli leggermente più contenuti rispetto alla media complessiva del Centro Italia¹². Tuttavia, il dato puramente economico non esaurisce la portata del cambiamento in atto: i giovani marchigiani stanno infatti guidando una profonda trasformazione culturale nei comportamenti enogastronomici. Si assiste a un netto spostamento del baricentro decisionale, dove la ricerca ossessiva della quantità cede il passo a una meticolosa attenzione verso la qualità e la sostenibilità dei processi produttivi. In questo contesto, il prodotto alimentare viene spogliato della sua funzione puramente nutritiva per essere investito di valori etici e identitari. Emerge una predilezione sistematica per le eccellenze biologiche e a chilometro zero, interpretate come garanzia di autenticità e rispetto per l'ambiente. Un esempio emblematico di questa tendenza è

¹¹ Cfr.: <https://www.istat.it/comunicato-stampa/spese-per-consumi-delle-famiglie-anno-2024/>, sito consultato il 23 marzo 2026.

¹² Cfr.: <https://www.centropagina.it/attualita/attualita-marche-consumi-istat-2024-spesa-adiconsum/>, sito consultato il 23 marzo 2026.

rappresentato dal settore vitivinicolo: circa il 30% dei giovani appassionati di *wine & food* a livello nazionale esprime un forte apprezzamento per i vini delle Marche¹³. Per le nuove generazioni, il vino marchigiano non è più una semplice bevanda, ma un sofisticato veicolo di convivialità e un tassello fondamentale del patrimonio culturale locale, capace di rinsaldare il legame simbolico tra il consumatore e le radici profonde del proprio territorio¹⁴.

7. La fascia demografica dei giovani under 35 a Jesi¹⁵

L'Italia, come l'Europa, è in una fase di profondo mutamento demografico, caratterizzato da un insufficiente ricambio generazionale. Questa dinamica sociale sta avendo un impatto importante anche nella realtà di Jesi (Tabella 3).

Tabella 3. Dinamiche demografiche nella città di Jesi (2025)

N. cittadini 01/01/2025	39.711
N. cittadini 31/12/2025	39.608
Differenza cittadini (+ o -)	- 103
Decessi	462
Nuovi nati	232
N. famiglie 01/01/2025	18.363
N. famiglie 31/12/2025	18.408
Differenza famiglie (+ o -)	+ 45
Famiglie cancellate	717
Famiglie istituite	762
Immigrati iscritti	1.131
Emigrati cancellati	1.004
Differenza iscritti - cancellati (+ o -)	+ 127

¹³ I Millennials amano i Food Trucks, i locali gourmet, i cibi etnici e sono spinti dalla voglia di scoprire nuove esperienze enogastronomiche. Negli ultimi anni, questa fascia di viaggiatori è cresciuta rapidamente, preferendo spostarsi soprattutto all'interno dell'Italia, seguendo una tendenza già consolidata tra i loro coetanei internazionali, che da tempo esplorano le ricchezze culinarie dei paesi visitati. Il turista Millennial è prevalentemente single o non sposato, più istruito ma con un reddito disponibile attualmente più basso rispetto alle generazioni precedenti. Il 66% di loro è attratto da locali alla moda e di tendenza (con un aumento del 22% rispetto ai "boomers"), il 79% desidera conoscere la cucina etnica, mentre il 60% apprezza i ristoranti gourmet. Tuttavia, il vero interesse di questa generazione è lo street food: ben l'82% si concentra sul cibo di strada offerto dai food trucks. Anche nel turismo enogastronomico, i Millennials cercano un forte contatto umano: il 62% predilige locali molto frequentati per socializzare o partecipare a corsi di cucina. Cfr. <https://horecanews.it/i-millennials-veri-estimatori-del-turismo-enogastronomico>, sito consultato il 16 aprile 2026.

¹⁴ <https://www.regione.marche.it/News-ed-Eventi/Post/91248/Vino-Marche-per-i-giovani-italiani-e-soprattutto-convivialità-Il-bio-sul-podio-Indagine-delle-Donne-del-Vino-marchigiane-su-500-wine-food-lover-Under-40-in-Italia>.

¹⁵ I dati di questo paragrafo sono stati forniti dall'ufficio anagrafe del Comune di Jesi e sono stati presi dal "profilo di Comunità" del 2021 dell'Asp Ambito 9, l'ultimo disponibile.

Il dato si conferma anche nel breve periodo recente: nell'arco del 2025, il numero dei residenti ha subito un leggero calo, passando dai 39.711 cittadini presenti all'inizio dell'anno ai 39.608 della fine del 2025, di cui il 30,9% under 35¹⁶, registrando dunque un decremento di 103 unità, ma vanno considerati i 462 decessi, a fronte di 232 nuovi nati. Il numero delle famiglie nel complesso è aumentato, in quanto è passato da 15.473 del 2003 a 18.408 della fine del 2025 (all'inizio del 2025 le famiglie erano 18.363, quindi i nuclei familiari sono aumentati di 45 unità in un anno), all'interno di questo dato va considerato che le famiglie che sono state cancellate dall'anagrafe cittadina sono state 717, mentre quelle istituite sono state 762. Alla luce di questo dato generale va sottolineato il fatto che il saldo migratorio è in positivo, in quanto, sempre nell'arco del 2025, a fronte di 1.004 persone che sono emigrate dalla città, ne sono giunte 1.131, registrando dunque un saldo positivo di 127 unità. Nel complesso se il numero totale dei cittadini è leggermente diminuito nell'anno appena trascorso, le dinamiche demografiche descritte indicano che la città è ancora sostanzialmente attrattiva e che per molte persone resta un contesto attrattivo. Se allarghiamo lo sguardo alla Vallesina, gli ultimi dati disponibili ci dicono che "L'età media della popolazione residente nei 21 Comuni dell'Ambito Territoriale Sociale IX è passata da 44,09 anni nel 2008 a 46,7 nel 2018, con aumento di 2,6 anni. Il dato è superiore all'aumento regionale (+1,9) e a quello nazionale (+ 2,2), confermando complessivamente il trend complessivo di invecchiamento progressivo della popolazione" (Ambito Territoriale Sociale n. 9 di Jesi, 2021: 29).

8. Gli spazi dove si aggregano i giovani jesini

Tra le varie leggi approvate e implementate nella seconda metà degli anni '90 sulle politiche giovanili, la 285/97 ("Disposizioni per la promozione di diritti e di opportunità per l'infanzia e l'adolescenza") è stata la prima ad aver affrontato la questione con un approccio più ampio e volto ad affrontare il fenomeno in modo più complesso. Questa legge, infatti, è riuscita a far cambiare prospettiva e a rendere strutturali da un lato il riconoscimento che la scuola non è l'unica agenzia educativa, ma che questa funzione va svolta in tutti i luoghi dove le persone giovani trascorrono il tempo libero, e dall'altro il protagonismo dei giovani, che non devono essere più considerati dei semplici fruitori passivi di servizi, ma avere un ruolo proattivo, di protagonisti di spazi a loro funzionali.

Nella ricerca "Jesi #Freetime. Indagine sul tempo libero dei giovani a Jesi" gli operatori della Costess hanno sottoposto un questionario a risposta multipla a 492 ragazzi della fascia d'età 13 – 19 anni e hanno condotto tre focus group con 30 ragazze e ragazzi incentrandosi solo su alcuni degli argomenti del questionario, per approfondirli ulteriormente. All'interno del campione hanno

¹⁶ Cfr.: <https://www.tuttitalia.it/marche/64-jesi/statistiche/popolazione-eta-sesso-stato-civile-2025/>, sito consultato il 13 marzo 2026.

risposto in misura maggiore coloro che hanno un'età compresa tra i 16 e i 19 anni; hanno risposto per il 55% di ragazze e per il 45% di ragazzi. Si tratta di un campione che per numeri assoluti e caratteristiche può restituire un quadro piuttosto affidabile delle caratteristiche della popolazione di riferimento. Vale la pena notare che in sostanza quella indagine ha raccolto l'opinione di poco meno del 20% dei giovani residenti a Jesi nella fascia di età interessata, che nel 2022 erano 2752.

Una prima parte delle domande ha riguardato i luoghi del tempo libero. Nel 61% dei casi viene trascorso in casa per più di 3 ore; l'80% dei ragazzi, inoltre, preferisce stare fuori casa nella fascia oraria tardo-pomeridiana. Non del tutto trascurabile anche il dato relativo a chi dichiara di passare fuori casa meno di un'ora: un quarto del campione. Secondo gli operatori della Costess, quanto riscontrato nella ricerca, rispetto al fatto che la maggior parte del campione ha affermato di trascorrere un tempo maggiore a casa, è in linea con una tendenza in atto da anni in tutto il Paese, perché altre ricerche svolte su scala sia regionale che nazionale hanno riportato questa tendenza, dovuta alla maggiore presenza e utilizzo delle tecnologie digitali che consentono forme di socialità a distanza: social, giochi in rete, ecc. Va da sé che questa dinamica sociale è stata rafforzata nel periodo del lockdown e ha delle inevitabili conseguenze, tra le quali vanno riportate la crescita del senso di insoddisfazione e di solitudine, lo stress, lo spaesamento, il disagio emotivo e le varie forme di disturbi psico-fisici che sembrano essere cifra emergente delle nuove generazioni.

I luoghi della città dove gli adolescenti jesini si ritrovano maggiormente sono strade e piazze, (59,9%), seguite da "parchi, aree verdi" (50%) e "casa di amici" (45,5%)¹⁷. Nello specifico, le zone dove la maggioranza del campione preferisce incontrarsi sono il centro storico (compreso il corso) e i giardini pubblici, a seguire, ma con una certa distanza, il Parco del Vallato e l'area del Palazzetto dello Sport. Centro storico (in cui è incluso ovviamente il corso) e giardini pubblici sono i luoghi storici e principali dell'incontro e dell'aggregazione degli jesini, non soltanto per i giovanissimi, ma anche per tutte le altre fasce d'età¹⁸. I giovanissimi prediligono anche un terzo polo, che è altamente frequentato, si tratta degli spazi adiacenti al liceo scientifico. La tematica dei luoghi è stata ulteriormente approfondita ed è stato chiesto quali spazi siano ritenuti sufficienti e quali carenti o mancanti. I giovani rispondenti ritengono che in città ci sia una buona offerta di: parchi e giardini, strutture sportive e biblioteche. Tra queste tipologie di luoghi, se i parchi sono ritenuti i posti maggiormente presenti, solo la metà dei rispondenti ritiene sufficiente la presenza di impianti sportivi, mentre viene ritenuta molto scarsa la possibilità di usufruire di luoghi dove ascoltare musica e i luoghi dell'aggregazione informale, sia gestiti in autonomia, che con animatori/educatori. Per

¹⁷ In questo caso i ragazzi potevano dare più di una risposta.

¹⁸ Queste evidenze sono confermate dall'attività di mappatura del territorio svolta dagli operatori del Cag tra la metà di gennaio e la metà di aprile del 2022; tale lavoro - effettuato in diverse giornate della settimana e in diverse fasce orarie - ha fatto emergere come i due luoghi suddetti risultino di gran lunga quelli più frequentati dalle ragazze e dai ragazzi jesini.

quanto riguarda le tipologie di luoghi ritenuti altamente insufficienti o mancanti a prevalere sono spazi indoor per l'aggregazione informale (Circoli/Cag/Centri sociali), seguiti da spazi per attività sportive liberamente fruibili.

In sostanza, dunque, i ragazzi valutano positivamente la presenza in città di infrastrutture e spazi "storici", che hanno una lunga storia e possono essere considerati dei punti di riferimento di cui hanno bisogno, avendo raggiunto una lunga e consolidata presenza in città. Al contrario, i giovani lamentano l'insufficienza – o l'assenza – sia dei luoghi dell'aggregazione informale, che di spazi attrezzati per forme di divertimento/motorie giovanili (per es., per l'uso dello *skate-board*). La cementificazione che ha caratterizzato le città almeno dall'ultimo quarto del XX secolo, parallelamente ai processi di privatizzazione di ampie fette di aree precedentemente libere e pubbliche, ha fatto sì che progressivamente si limitassero o sparissero i luoghi di aggregazione liberi, per cui i giovani delle generazioni precedenti avevano una maggiore offerta di luoghi caratterizzati da gratuità e sottratti da logiche di *sorting* di mercato. I giovani intervistati hanno richiesto anche una maggiore offerta di spazi dove usufruire di cinema e musica in modo collettivo. Questo dato è interessante, soprattutto perché contrasta con l'utilizzo sempre più privato di questi linguaggi artistici, dovuto ad una migliore e maggiore offerta di piattaforme digitali per usufruire di musica, film e serie Tv. Questa richiesta va iscritta nel quadro dell'utilizzo privilegiato che i giovani fanno proprio di queste forme d'arte e di intrattenimento.

Nei focus group è stato chiesto ai partecipanti se i luoghi di aggregazioni siano soddisfacenti e se abbiano bisogno di maggiori spazi. Gli aspetti più rilevanti emersi dalle risposte sono coerenti con quelli emersi dalla parte quantitativa del lavoro di ricerca: la mancanza o l'insufficienza dei luoghi, che permettono di avere stimoli e fare attività, cioè quelle sfere che favoriscono la percezione di maggior soddisfazione circa il proprio tempo libero. Ciò che si legge tra le righe da queste risposte è la richiesta di più luoghi adatti per l'aggregazione, oltre a una maggiore offerta di "stimoli", attività e proposte culturali. Non va poi trascurata una fetta importante di adolescenti (per lo più ragazze), che ha espresso un considerevole senso di insicurezza nel frequentare alcuni dei principali luoghi deputati all'aggregazione giovanile, dovuta soprattutto alla scarsa illuminazione.

9. La gestione del tempo libero

Il gruppo dei pari continua a svolgere una funzione importante per la crescita e per la formazione identitaria degli adolescenti, cosa che è stata confermata in questa ricerca condotta dalla Costess, nella quale quasi il 70% degli intervistati trascorre una parte importante del tempo libero con gli "amici del gruppo di riferimento". Tuttavia, è rilevante anche il tempo trascorso per utilizzare i social: il 79%, infatti, ha dichiarato di usare Tik Tok, Instagram e Whatsapp per almeno 2 ore al giorno. La svolta antropologica che stiamo vivendo con la pervasività delle piattaforme digitali ha un impatto più marcato su chi sia in età adolescenziale. Questo lavoro conferma a livello locale

quanto emerso in altre ricerche simili svolte a livello nazionale: vale a dire che se il gruppo dei pari rimane la dimensione essenziale, questa viene vissuta sempre di più attraverso la mediazione della tecnologia. In ogni caso, nei focus group è emerso un buon livello di consapevolezza dei limiti e dei rischi insiti nella realtà virtuale, rispetto ai quali tuttavia c'è una sorta di rassegnazione: essi vengono considerati qualcosa di connaturato alla vita quotidiana e alla socialità contemporanea. Svolge ancora una funzione importante per i giovanissimi jesini l'attività fisica, per cui il 40% ha dichiarato di fare sport e il 32,7% di fare frequenti passeggiate durante la settimana.

Passando agli argomenti di discussione più diffusi nel campione, la "scuola" (55,5%) resta la principale agenzia di socializzazione dopo la famiglia e dunque riveste per gli adolescenti una notevole importanza. A seguire "i social" (54,6%) e l'"attualità" (51%), che viene intercettata per lo più proprio attraverso i social. Dall'altro lato, argomenti fondamentali per la vita collettiva, quali politica e lavoro, sono scarsamente affrontati, il 9,7% la prima e il 7,4% la seconda. Tuttavia, si evidenzia che questi argomenti sono risultati essere di un certo rilievo nei focus group.

Una domanda importante posta nei focus group riguardava che cosa soddisfacesse e cosa no della città. I principali motivi di insoddisfazione sono risultati essere in ordine decrescente: le "poche opportunità lavorative", le "difficoltà ad avviare un'impresa" e "una città piena di nonnismo" (da intendersi come familismo/clientelismo: un sistema di raccomandazioni che limitano le possibilità di accesso al lavoro e alla realizzazione professionale). Si tratta di un tema non certo locale, che riflette meccanismo di relazione sociale evidenti nel Paese, che sono il risvolto negativo e per certi versi più perverso del capitale sociale. Fa comunque riflettere e preoccupare questa percezione degli adolescenti jesini, perché evidenzia la percezione di una sorta di "immobilismo gattopardesco": esso è fonte di rancore e rabbia giovanile in chi non accetta questo stato delle cose. Si tratta di una percezione che alimenta anche la propensione all'emigrazione, intra- e internazionale.

Ovviamente non è l'unico motivo per cui molti giovani emigrano (o pensano di farlo), ma è uno dei più rilevanti, dopo la precarietà e gli stipendi troppo bassi. Questa lettura si sposa con le principali proposte fatte dai ragazzi che ritengono che "Jesi soffre di una mentalità vecchia" e che "servono più progetti in cui i giovani siano protagonisti". Questi giovani dunque evidenziano elementi limitanti e castranti della città, che sembra mancare per loro di apertura e di un respiro più ampio. L'esigenza di essere coinvolti in progetti in cui si sentano protagonisti richiede una risposta dagli attori istituzionali e politici, per evitare che Jesi, come tante altre città di provincia medio-piccole, siano percepite come meno attrattive per i giovanissimi e dunque meno attraenti per dare continuità di residenza e opportunità localizzate. Non è un caso, infatti, che il 43% degli intervistati abbia dichiarato di essere interessato a partecipare ad iniziative di scambio socio-culturale con coetanei stranieri. Le altre tipologie di iniziative a cui i rispondenti sono particolarmente interessati

riguardano la “conoscenza di sé stessi / salute del corpo” (40%), la realizzazione di “attività manuali” (33%) e l’acquisizione di nozioni di “cultura generale” (30%).

Nella ricerca è stato indagato anche il tema delle amicizie e della frequentazione del gruppo dei pari. I due terzi frequenta stabilmente un gruppo informale, un altro terzo un gruppo sportivo e il 18% un gruppo ricreativo. Le motivazioni per cui si frequenta un gruppo sono essenzialmente il desiderio di divertirsi (80%) e la ricerca di legami di amicizia (67%). Tuttavia, il 40% del campione non frequenta gruppi stabili. Le motivazioni prevalenti di questa scelta sono la difficoltà di conoscere gente con cui fare gruppo (37%), il preferire stare da soli (27%) e il non avere la possibilità (21%). Questi ultimi due dati presentano percentuali non trascurabili. Da un lato, possono essere interpretati attraverso la lente del capitale sociale: in linea con la tesi di Putnam (2004), l’individualismo legato al ‘turbocapitalismo’ contemporaneo starebbe erodendo il senso di collettività e la fiducia nel prossimo. Dall’altro, evidenziano la maggiore difficoltà dei giovani oggi, rispetto alle generazioni precedenti, nel tessere legami di amicizia di gruppo.

Un altro importante argomento affrontato ha riguardato quali condizionamenti vivono gli intervistati rispetto al tempo libero. Le risposte più frequenti sono state “mancanza di spazi /strutture/attrezzature”, seguita da “abitudini familiari” ed “autorità dei genitori”. Da questa ricerca sono passati quasi quattro anni, durante i quali sono aumentati e sono stati rivitalizzati gli spazi pubblici di aggregazione. In questo senso, la “Officina della cultura e del gusto” può costituire un ulteriore importante tassello per rispondere anche a questa esigenza.

Le principali problematiche percepite dal campione, che direttamente o indirettamente possono influire sulle possibilità del tempo libero, riguardano la sfera comportamentale delle persone, vale a dire la “maleducazione” e la “disinformazione”. La percezione espressa sembra indicare che i giovani in città notino la diffusione non trascurabile di comportamenti scorretti, determinati da una sostanziale mancanza di conoscenze e di informazioni. Benché non abbia raggiunto percentuali importanti, non vanno trascurate altre problematiche, quali la “povertà” e il “degrado ambientale”.

La maggior parte dei ragazzi si aspetta che il tempo libero possa soddisfare il bisogno di divertimento e relax. C’è dunque una forte attenzione e un bisogno emergente di dare sfogo alla dimensione ludico-ricreativa, del piacere e del benessere rispetto ad ogni altra cosa. La dimensione dell’impegno (nell’associazionismo, nel volontariato, nella politica, ecc.) ha registrato un favore davvero molto modesto: un segnale di tendenza, che si collega alla diminuzione del capitale sociale di cui si è parlato sopra.

Oltre la metà del campione ha dichiarato di essere abbastanza soddisfatto per come vive il tempo libero, circa il 20% “molto”, e il resto (ossia un 25%) “poco o niente”. È stato, inoltre, chiesto il grado di soddisfazione dei ragazzi su alcuni servizi pubblici: la maggior parte dei servizi indicati nel questionario ha ricevuto un gradimento medio; i picchi di risposte negative sono andati a: “strade”,

“raccolta rifiuti/pulizia aree pubbliche” e “wi fi free”. I picchi di risposte positive si rilevano invece per le voci “parchi/giardini” e “biblioteche”.

Conclusioni

Il quadro emerso da questo report delinea la complessità della realtà giovanile marchigiana, e jesina in particolare, integrando le evidenze dell’indagine con le attuali dinamiche socio-economiche. I dati presentati descrivono un contesto regionale caratterizzato da una difficoltà strutturale nella ripresa economica e occupazionale, che si traduce in un progressivo deterioramento della qualità del lavoro e dei redditi. Le principali vittime di questo scenario sono i giovani e i giovanissimi, i quali scontano un marcato svantaggio generazionale: nonostante a Jesi e nella Vallesina la maggior parte degli under 35 possieda un titolo di istruzione secondaria superiore (47,4%), l’accesso al mercato del lavoro resta segnato da una forte precarietà. Basti pensare che, tra i giovani avviati all’impiego nel 2024, il 65,5% ha sottoscritto un contratto a tempo determinato. Pertanto, sebbene la dinamica dei consumi appaia positiva, la condizione reale dei lavoratori non è migliorata; al contrario, anche in questo territorio si sono acuiti i divari tra gli “insider”, ovvero i lavoratori stabili, e gli “outsider”, rappresentati dai precari e dai cosiddetti *working poor*.

In questo contesto, le giovani generazioni (Generazione Z e Millennials) si stanno rivelando portatrici di un’importante trasformazione culturale, che segna il distacco dal consumismo tradizionale a favore di un approccio più consapevole. Tale orientamento, meno impulsivo e più attento alla sostenibilità ambientale, vede la progressiva sostituzione della quantità con la qualità nelle scelte d’acquisto. Di interesse nell’ottica delle attività della “Officina della cultura e del gusto”, il report evidenzia una spiccata tendenza verso cibi e bevande di pregio, con una preferenza per i prodotti a km 0 e le eccellenze locali, come il vino. Si tratta di una consapevolezza che affonda le radici nella chiara percezione di quanto le abitudini di consumo siano interdipendenti rispetto a fenomeni globali, come la crisi ambientale.

Nel complesso, anche alla luce dei dati demografici, Jesi appare come una città ancora “viva”, forte di un modello municipale socialdemocratico, che storicamente ha saputo integrare le attività produttive con un solido sistema di servizi sociali, preservando una relativa vivibilità e attrattività. Tuttavia, non possono essere trascurate le incertezze dei giovani riguardo al futuro — con 7 ragazzi su 10 che temono di avere meno opportunità rispetto ai genitori — aggravate dagli effetti della pandemia e da mercati del lavoro penalizzanti. Queste fragilità richiedono di essere accolte non con giudizio paternalistico, ma con senso di responsabilità. Emerge, inoltre, l’urgenza espressa dai giovani jesini di disporre di luoghi di aggregazione collettiva fisica, che riducano l’importanza dell’(ab)uso di mezzi digitali. Infine, i ragazzi lamentano spesso di essere messi in secondo piano rispetto alle generazioni più mature e rivendicano spazi per l’esercizio della cittadinanza attiva.

In tale scenario, iniziative come “L’Officina della cultura e del gusto” e la riqualificazione di spazi come il Mercato delle Erbe possono assumere un ruolo strategico, in quanto possono fungere da centri di socialità capaci di offrire stimoli culturali e opportunità di aggregazione informale. Il progetto ha il potenziale di accrescere l’attrattività della città per le nuove generazioni di Jesi e della Vallesina, rispondendo concretamente alla domanda di luoghi in cui i giovani possano essere non solo fruitori, ma protagonisti attivi. In questo modo, si potrebbe incidere sulla soddisfazione per la propria vita nel territorio, grazie alla moltiplicazione e pluralizzazione delle occasioni di attivazione e di supporto alle relazioni quotidiane, entro un orizzonte di progettualità condivisa.

Bibliografia

Alietti A., Agustoni A. (2015), a cura di, *Territori e pratiche di convivenza interetnica*, Milano: FrancoAngeli.

Alleanza contro la Povertà nelle Marche (2025), *Report 2025 Dati anno 2024*, Osservatorio Vulnerabilità Regionali Regione Marche.

Ambito Territoriale Sociale n. 9 di Jesi (2021), *Profilo di comunità*.

Augé M. (2009), *Non-luoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Milano: Eleuthera

Bagnasco A. (1977), *Tre Italie: la problematica territoriale dello sviluppo italiano*, Bologna: il Mulino.

Banca d'Italia: (2025), *Economie regionali. L'economia delle Marche. Rapporto annuale*, giugno 2025. Roma-Ancona: Banca d'Italia.

Barberis E., Bazzoli N., Lello E., Angelucci A., Giombi G., Antinori A., *Mappa della condizione giovanile*. Ricerca sociale. Urbino: DESP Dipartimento Economia, Società, Politica.

Barberis E., Bazzoli N., Pitzalis S., Antinori A., Grillini C., *Giovani e lavoro nell'entroterra marchigiano*. Ricerca sociale. Urbino: DESP Dipartimento Economia, Società, Politica.

Beck U. (2012), *La crisi dell'Europa*, Bologna: il Mulino.

Bocock R. (1993), *Consumption*, London: Routledge.

Bovone L., Mora E. (1997), *La moda della metropoli*, Milano: Franco Angeli.

Buzzi C., Cavalli A. De Lillo A. (a cura di) (2007), *Rapporto giovani Sesta indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, Bologna: il Mulino.

Cerfeda W. (2015), "Una regione impantanata", in *Prisma Economia società Lavoro*, anno IV, 2, pp. 9 – 24.

CGIL Marche (2025), *Un'agenda per le Marche. Per arrestare la decadenza*, Roma: Futura.

CGIL-IRES Marche (2021), *Forza lavoro 2021*, Ancona: IRES-CGIL.

Costess (2022), *Jesi #Freetime. Indagine sul tempo libero dei giovani a Jesi*. Comune di Jesi, ASP Ambito9, Costess.

Featherstone M. (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage.

Istituto Giuseppe Toniolo (2025), *La condizione giovanile in Italia - Rapporto Giovani 2025*, Bologna; il Mulino.

ISTAT (2019), *La spesa per i consumi delle famiglie – anno 2018*, Roma: ISTAT.

ISTAT (2023), *Rapporto annuale 2023*, Roma: ISTAT.

- Istituto Toniolo (2023). *La condizione giovanile in Italia. 2023 Rapporto Giovani 2023*, Bologna: il Mulino.
- Lello E., Fava T., Barberis E., (2025), *Andare via o rimanere, aspirare o accontentarsi? Giovani e prospettive di studio e lavoro nel territorio interno della provincia di Pesaro e Urbino*. RAPPORTO DI RICERCA
- Lemert E.M. (2019), *Devianza, problemi sociali e forme di controllo*. Milano: Meltemi
- Maggiolini A. (2023), *Pieni di rabbia. Comportamenti trasgressivi e bisogni evolutive degli adolescenti*, Milano: FrancoAngeli.
- Mazzucotelli Salice S., Mora E. (2023). I consumi dei giovani. In: "il Mulino", Fascicolo 4, ottobre-dicembre 2023, pp. 104-112.
- Micheletti M. (2003). *Political Virtue and Shopping*. New York: Palgrave Macmillan.
- Orazi F. (2015), "Classi dirigenti, governance del territorio e innovazione socio-riproduttiva nelle Marche: tre morti in casa?", in *Prisma Economia società Lavoro*, anno IV, 2, pp. 89 – 102.
- Paci M. (a cura di) (1980), *Famiglia e mercato del lavoro in una economia periferica*, Milano: Franco Angeli.
- Putnam R. (2004), *Capitale sociale e individualismo. Crisi e rinascita della cultura civica in America*. Bologna: Il Mulino.
- Reyneri E. (2005), *Sociologia del mercato del lavoro. Vol. 1. Il mercato del lavoro tra famiglia e welfare*. Bologna: Il Mulino.
- Sacchi S., Cirarini A., Gallo G., Lodigiani R., Maino F., Raitano M. (2023), *Sostegno ai poveri: quale riforma? Dal Reddito di Cittadinanza all'Assegno di Inclusione: analisi dell'Alleanza contro la povertà in Italia*, Milano: Egea.
- Segre S. (1998), *La devianza giovanile*, Milano: FrancoAngeli.
- Sori E. (2005), *Merloni. Da Fabriano al mondo*, Milano: Egea.
- Speltini G. (a cura di) (2016), *L'età giovanile. Disagio e risorse psicosociali*, Bologna: il Mulino.
- SVIMEZ (2023), *Rapporto SVIMEZ 2023. Cittadinanza, lavoro, imprese: l'inclusione fa crescere*. Roma: SVIMEZ.
- Triglia C. (2022), *Sociologia economica. Vol. 1: Profilo storico*, Bologna: il Mulino.



Dipartimento
per le Politiche Giovanili
e il Servizio Civile Universale
Presidenza del Consiglio dei Ministri

**La presente analisi attiene a: “L’officina della cultura e del gusto” (Linea di Azione 1)
Progetto per la riqualificazione di parte del mercato delle erbe in officina culturale, sociale e della
valorizzazione della produzione tipica a km0 a valere sull’AVVISO PUBBLICO PER LA PRESENTAZIONE DI
PROPOSTE PROGETTUALI RIVOLTE ALL’ASSEGNAZIONE DI SPAZI/IMMOBILI PUBBLICI A GIOVANI UNDER
35 PER LA REALIZZAZIONE DI PROGETTI INNOVATIVI - II EDIZIONE (iniziativa co-finanziata dalla
Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per le politiche giovanili e del Servizio civile
universale a valere sul “Fondo per le politiche giovanili – Anno 2023)**