



Lions Club Camposampiero
60°



**CONFINDUSTRIA
VENETO EST**
Area Metropolitana
Venezia Padova Rovigo Treviso

SABATO 24 GENNAIO 2026

ore 9.30

Centro Culturale Aldo Rossi
Viale Europa, 12 - Borgoricco (PD)

L'ALTA PADOVANA CHE VERRÀ



Nel 60° anniversario del Lions Club di Camposampiero, una riflessione sul territorio dell'Alta Padovana: attraverso i risultati di un'analisi condotta tra popolazione e imprese, osserviamo la fotografia di cos'è e come si pensa oggi questo territorio, alla ricerca di quale sarà il suo profilo futuro

SINTESI DELLA RICERCA

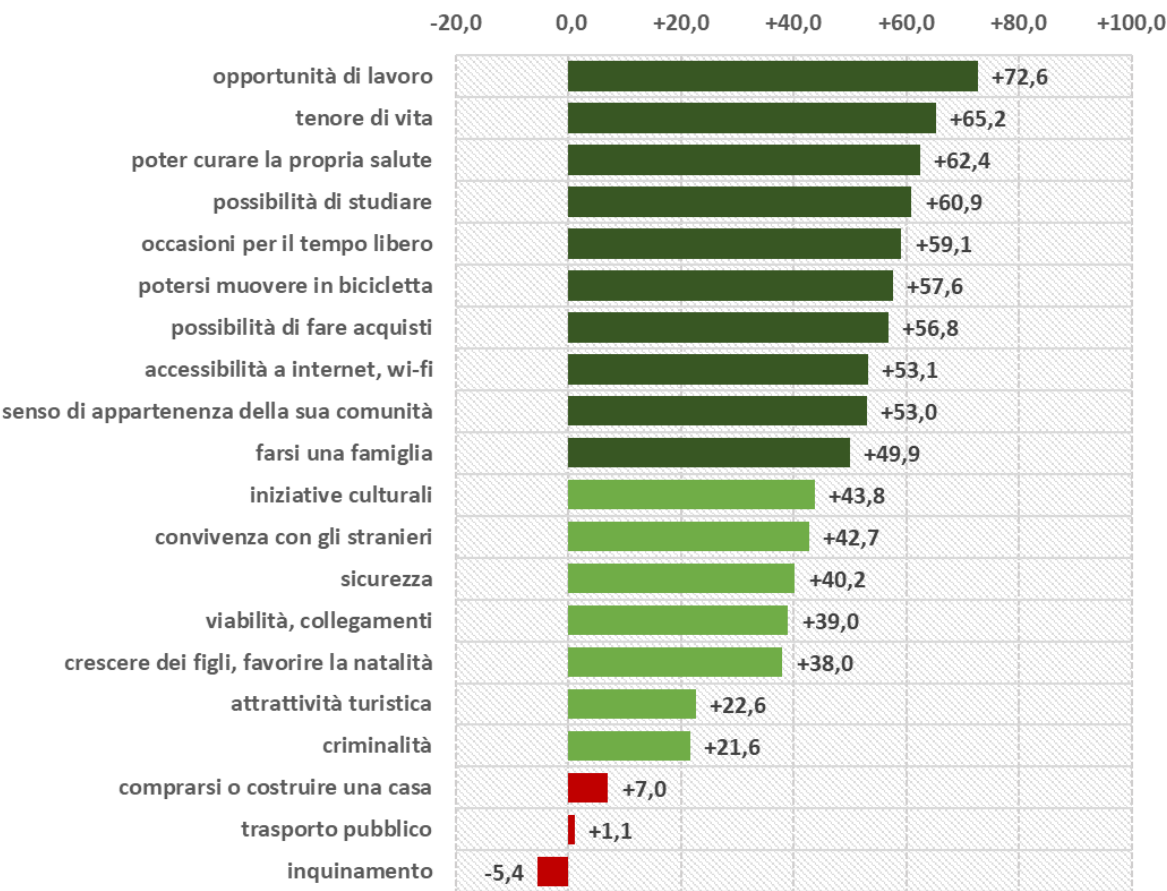
Progetto promosso e realizzato dal Lions Club di Camposampiero
in collaborazione con Confindustria Veneto Est

Un territorio solido, ma attraversato da timori latenti

L'indagine, condotta su un campione rappresentativo di **622 cittadini** e **306 imprese**, nasce con l'obiettivo di offrire agli stakeholder del territorio uno strumento di lettura condiviso sul presente e, soprattutto, sul futuro dell'Alta Padovana. Il quadro che emerge è quello di un territorio **complessivamente forte**, riconosciuto come luogo favorevole in cui vivere e fare impresa, ma attraversato da una crescente **incertezza sul domani**. Alla solidità dei fondamentali economici e sociali non corrisponde, infatti, una percezione di progresso: domina piuttosto l'idea di una fase di stabilità fragile, se non di lento arretramento.

POPOLAZIONE: VANTAGGI E SVANTAGGI DELL'ALTA PADOVANA

*Secondo il suo parere, vivere nell'Alta Padovana è più un vantaggio o più uno svantaggio, considerando i seguenti aspetti?
(valori percentuali dell'indice sintetico vantaggi-svantaggi)*



Fonte di tutti materiali: indagini Confindustria nell'area dell'Alta Padovana; luglio 2025;
n. interviste: 622 popolazione, 306 imprese

Fattori di attrattività e qualità della vita: molti punti di forza, poche ma decisive criticità

Dal punto di vista della popolazione, i principali **fattori di vantaggio** sono chiaramente legati alla dimensione economico-lavorativa e ai servizi essenziali: opportunità di lavoro, tenore di vita, accesso alla sanità e all'istruzione superano ampiamente l'80% di giudizi positivi. A questi si affiancano elementi di vivibilità quotidiana come la mobilità dolce, le possibilità di consumo, il tempo libero e il senso di comunità.

Emergono però **tre nodi critici strutturali**:

- la **casa**, sempre più difficile da acquistare o costruire;
- il **trasporto pubblico**, percepito come insufficiente;
- l'**inquinamento**, unico ambito in cui i giudizi negativi superano quelli positivi.

L'indice sintetico vantaggi/svantaggi mostra quindi un territorio complessivamente attrattivo, ma vulnerabile su alcuni elementi chiave della transizione futura (mobilità, ambiente, accessibilità abitativa).

I servizi: sanità promossa, socialità e famiglie in affanno

La valutazione dei servizi vede una **tenuta del sistema sanitario**, giudicato complessivamente presente in maniera soddisfacente (pronto soccorso, ospedali, servizi di prossimità). Al contrario, le principali richieste di potenziamento riguardano:

- **luoghi di socialità**, soprattutto per giovani;
- **trasporto pubblico**;
- **servizi per le famiglie** (doposcuola, asili nido, trasporto scolastico).

Il dato segnala un territorio storicamente orientato al lavoro e alla produzione, ma che nel tempo ha perso vitalità sul fronte della **riproduzione sociale** e della qualità della vita relazionale. Su questa dinamica incide anche il ruolo centrale che la **Chiesa** ha storicamente svolto come infrastruttura di socialità, cura e coesione comunitaria: un ruolo che oggi appare ridimensionato dagli effetti di un avanzato processo di **secolarizzazione**, con una conseguente rarefazione delle reti informali di aggregazione e sostegno.

Il punto di vista delle imprese: il valore delle reti territoriali

Anche per le imprese l'Alta Padovana è un territorio vantaggioso.

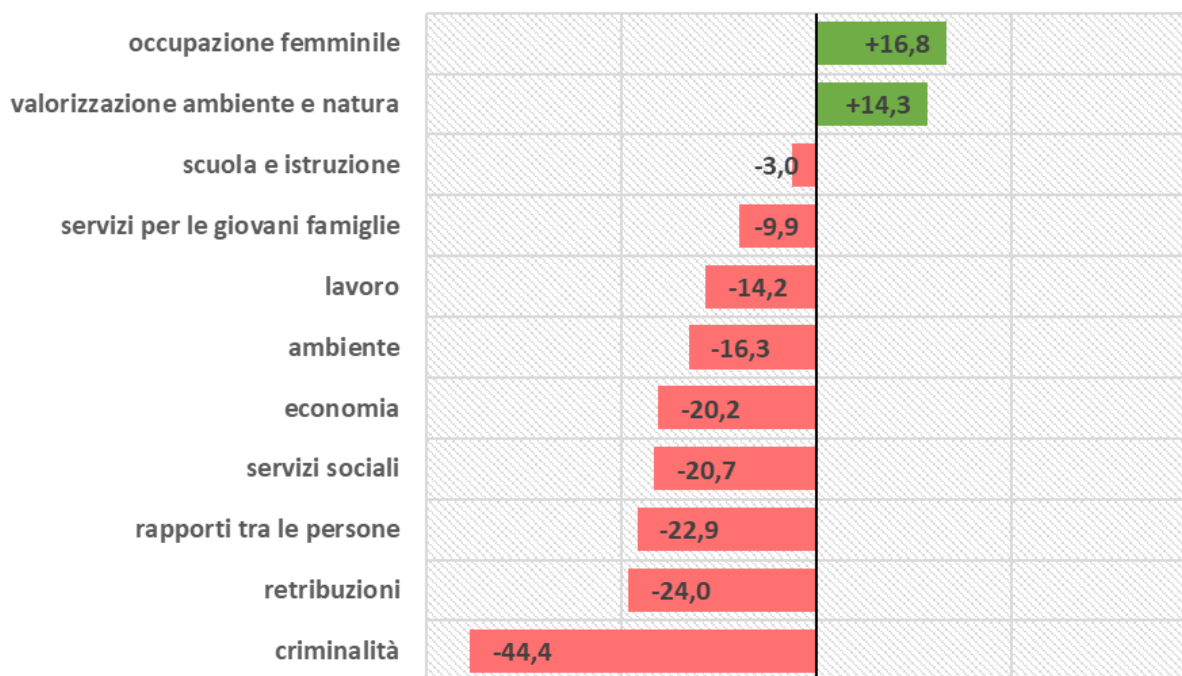
I principali punti di forza sono:

- la qualità delle **reti economiche** (fornitori e clienti);
- il **senso di appartenenza**;
- la qualità dei lavoratori e i rapporti con le scuole.

Le criticità sono poche e concentrate soprattutto sul tema della criminalità, che divide il campione. Nel complesso, emerge un'immagine di territorio fortemente **relazionale**, in cui la prossimità, la fiducia e la cultura del lavoro rappresentano un vero asset competitivo.

POPOLAZIONE: L'ALTA PADOVANA TRA 5 ANNI: UN INDICE SINTETICO

*Secondo lei, tra 5 anni come andranno le cose nell'Alta Padovana riguardo ai seguenti aspetti? Peggio, uguale o meglio?
(valori percentuali dell'indice miglioramento - peggioramento)*



Qualità della vita ed economia: domina la sensazione di immobilità

Nonostante il quadro dei vantaggi, la qualità della vita è percepita come **stabile** o in **peggioramento**:

- tra la popolazione prevale un equilibrio tra stabilità e peggioramento;
- tra le imprese il giudizio è più netto, con un indice fortemente negativo.

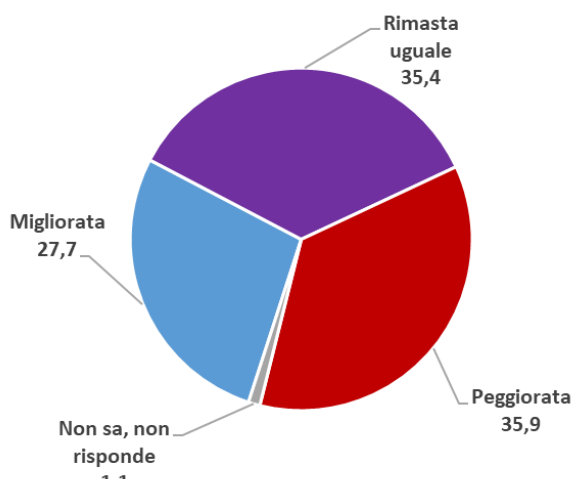
Lo stesso vale per l'economia: oggi è vista come stabile e incerta, e tra cinque anni l'**incertezza** è l'esito più citato, soprattutto dagli imprenditori.

Questo scarto tra condizioni oggettivamente solide e percezione di declino suggerisce la presenza di una **paura del futuro**, più che di una crisi conclamata.

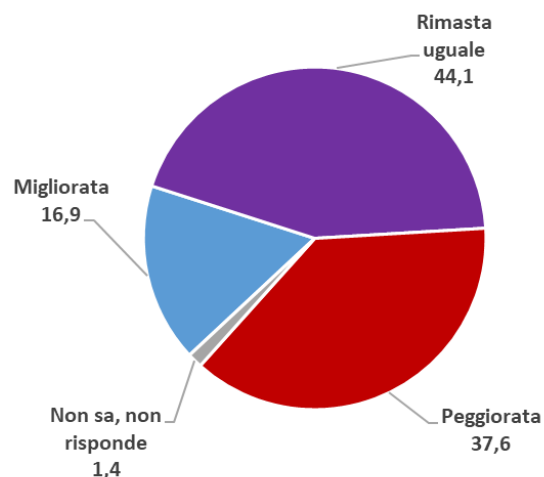
LA QUALITÀ DELLA VITA NELL'ALTA PADOVANA

In generale, ritiene che negli ultimi 5 anni la qualità della vita nell'Alta Padovana sia... (valori percentuali)

POPOLAZIONE
Indice sintetico -8,2



IMPRESE
Indice sintetico -20,7



Sostenibilità e ruolo delle imprese: una responsabilità condivisa

La sostenibilità è percepita soprattutto come **ambientale** ed **economica**, mentre la dimensione sociale resta più in ombra, nonostante venga implicitamente richiamata quando si parla del ruolo delle imprese nella comunità. L'interesse verso il tema è in crescita sia tra popolazione sia tra imprese e continuerà ad aumentare. La responsabilità dei comportamenti sostenibili viene attribuita prima di tutto ai **cittadini** e alle **istituzioni**, mentre le imprese sono viste più come soggetti sollecitati che come promotori spontanei.

Ruolo delle imprese, parità di genere e welfare

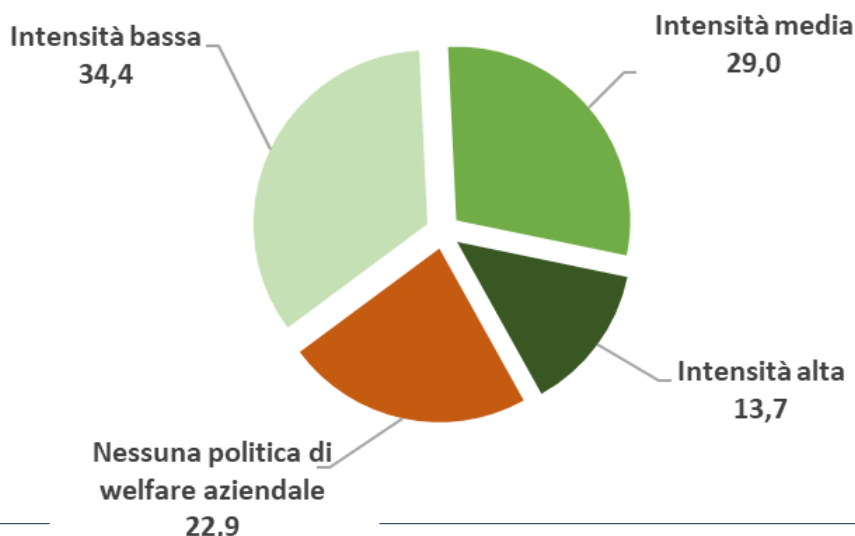
Vi è una forte convergenza sul fatto che le imprese debbano:

- contribuire alla **crescita della comunità**;
- ridurre il proprio **impatto ambientale**.

Sulla parità di genere emerge invece una frattura: la popolazione percepisce ancora un forte vantaggio maschile, mentre le imprese tendono a ritenere la parità quasi raggiunta. Entrambi i gruppi, però, concordano nel non considerare l'assunzione femminile un obiettivo in sé, privilegiando il criterio delle competenze. Sul welfare aziendale, infine, il territorio appare **eterogeneo**: accanto a una minoranza avanzata, esiste una larga area di imprese con politiche deboli ma potenzialmente espandibili, soprattutto verso conciliazione vita-lavoro e welfare di comunità.

IMPRESE. IL WELFARE AZIENDALE NELLE IMPRESE DELL' ALTA PADOVANA: INDICE DI INTENSITÀ

indice di intensità di welfare aziendale costruito considerando quanti hanno già attive politiche nei diversi settori e isolando la componente che non ne ha alcuno (IMPRESE)



Conclusioni minime

L'Alta Padovana emerge come un territorio solido, fortemente radicato nella cultura del lavoro e dell'impresa, che ha saputo generare benessere, coesione sociale e identità produttiva. Popolazione e imprese ne riconoscono ampiamente i punti di forza, in particolare le opportunità occupazionali, il tenore di vita, i servizi sanitari e il senso di comunità. Accanto a questi elementi positivi, si evidenziano criticità strutturali legate alla casa, ai trasporti pubblici, all'inquinamento e alla carenza di spazi di socialità.

La qualità della vita e l'economia sono percepite come stabili ma attraversate da una crescente incertezza, con il timore di una possibile stagnazione futura. Nonostante ciò, l'attaccamento al territorio resta elevato e diffuso.

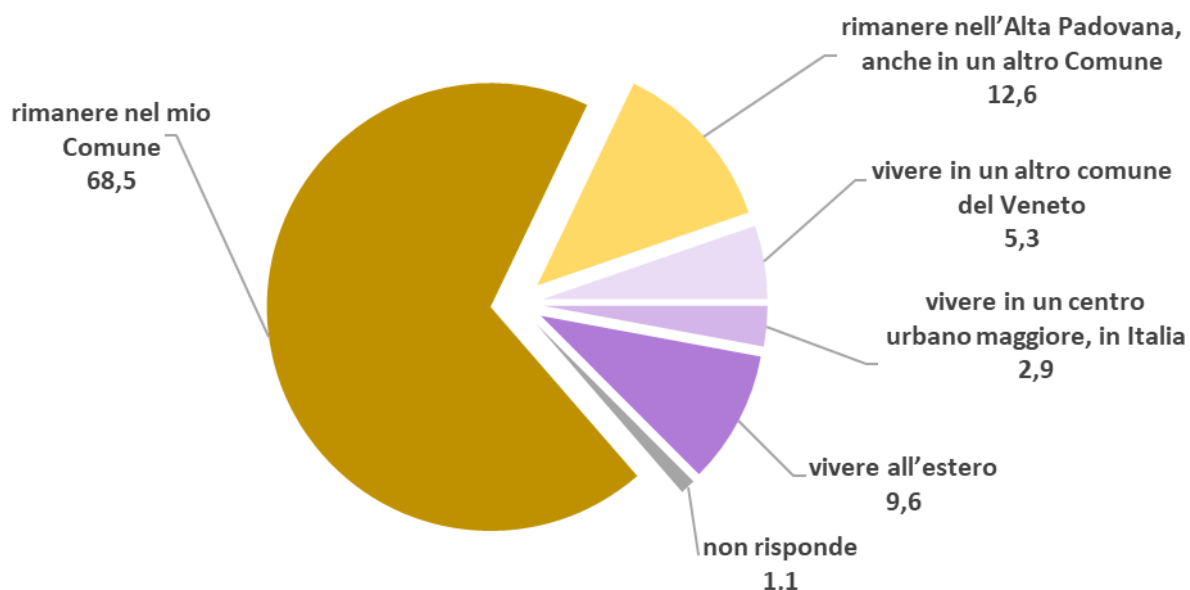
In questo contesto, le imprese sono chiamate a svolgere un ruolo centrale non solo economico, ma anche sociale e ambientale.

La sostenibilità si afferma come asse strategico, soprattutto se integrata con welfare, inclusione e qualità delle relazioni. Sullo sfondo, il futuro è vissuto tra speranza e preoccupazione, con una maggiore propensione dei giovani a guardare altrove.

La sfida per l'Alta Padovana è avviare una nuova fase di progettualità condivisa, capace di coniugare sviluppo sostenibile, attrattività e identità territoriale.

POPOLAZIONE: DOVE VUOLE ESSERE TRA 3 ANNI?

*Pensi alla sua vita fra 3 anni. Quale dei seguenti scenari preferisce?
(valori percentuali)*





Lions Club Camposampiero 60°

Presidente Massimo Finco