

Economia

Incontro a Esac Confcommercio

«Care aziende, ecco cosa cercano i giovani nel lavoro»

• I sociologi Morace e Gobbi e la generazione Z: «Non sono disponibili a compromessi, chiedono valori in linea con i loro»

CINZIAZUCCON

La generazione Z è oltre i luoghi comuni che gli adulti le hanno appiccicato addosso, incasellando ragazzi e ragazze tra i 13 e i 29 anni in definizioni tagliate con l'accetta come 'non hanno voglia di lavorare', 'non hanno rispetto degli adulti', 'non sanno stare concentrati'. Concetti che i sociologi Francesco Morace e la vicentina Linda Gobbi hanno smontato fornendo alle imprese le chiavi di lettura per comprendere i giovani, le loro potenzialità e gli stru-

menti per attrarli e trattenerli, del resto il declino demografico imporrà di non lasciarsi scappare.

I due sociologi hanno partecipato a uno degli appuntamenti organizzati in chiusura della 3ª rassegna di incontri di orientamento nelle scuole voluta da Esac-Confcommercio Vicenza, partendo dal loro libro 'Ma quale generazione Z? Attitudini, valori e comportamenti di una generazione che sfida i luoghi comuni' (ed. Egea). Cresciuti tra differenti stimoli, sono diversi tra loro, pur presentando elementi che rimangono costanti. Per chi ha tra i 13 e i 15 anni è prioritario costruire la vita attorno alle proprie passioni, tra i 20 e i 24 anni, nel gruppo di ricerca che ha indagato le loro 'colonne della felicità', la rispo-



I sociologi Gobbi e Morace (al centro) all'incontro Esac

sta più frequente è stata 'avere una famiglia e dei figli', tra i 25 e i 29 anni al primo posto c'è un lavoro con un guadagno adeguato e garantito.

Significa che vanno tenute in conto le loro passioni, che il contesto sociale deve creare le condizioni che permettano di costruire una famiglia e che, una volta assunti, vanno seguiti con piani di crescita. Le generazioni pre-

cedenti, i baby boomers e la generazione X, non possono valutarli secondo il loro metro di giudizio, soprattutto perché se i loro genitori si sono sempre identificati con la loro occupazione, per loro non è più così: i giovani vogliono un lavoro che abbia significato e tempo da dedicare ad altro. «Vogliono lavorare, impegnarsi - sottolinea Morace - ma non sono dispo-

sti a scendere a compromessi. Scelgono aziende con valori all'altezza della loro visione e non sopportano le ipocrisie; per loro è importante anche dare un contributo per il bene della collettività. Estremamente pragmatici, hanno un'acuta capacità di giudizio e sono spietati nel cogliere le debolezze. Sono sempre alla ricerca di maestri autentici, coerenti, corretti e credibili; dagli adulti pretendono molto e sono diffidenti verso un mondo che non li conosce e non li rispetta. Anche per questo nei colloqui di lavoro si espongono poco». Si tratta di aspetti che imprese e manager devono tenere ben presenti, dalla fase di selezione ai piani di welfare, ma ciò che più li differenzia dalle generazioni precedenti è il loro rapporto con il tempo che va terribilmente veloce, una conseguenza dell'essere dei nativi digitali, il che, d'altra parte, li ha resi aperti al mondo; demonizzare i social - fa presente Morace - è più che altro un alibi degli adulti per il tempo che non hanno trascorso con loro. Adulti che hanno le loro responsabilità

nella perdita di autorevolezza che lamentano; pretendevano un comportamento 'da grandi' quando i figli erano piccoli, mentre da adulti li infantilizzano esercitando controllo e protezione. «Capire come ragazzi e ragazze vivono il tempo è centrale. Gli adulti chiedono loro di avere pazienza, ma non l'avranno mai, vivono tutto 'quick and deep'. Sanno cioè coniugare la tempestività con la capacità di approfondimento, cercando significato e valore in ciò che fanno. «Funziona sfidarli in territori in cui si sentono riconosciuti, dare spazio per dimostrare le loro abilità in esperienze che siano retribuite, a iniziare dagli stage». Sollecitati da Sebastiano Zanolli e Roberta Zantedeschi, consulenti e coach, i due hanno risposto a una leggittima obiezione: quindi il potere negoziale è tutto loro? «No, ma è più bilanciato. Hanno leve che prima chi cercava lavoro non aveva. Dalla sua, l'azienda può però puntare sul riconoscimento economico e del loro valore. In alcune cose sono più bravi di noi bisogna avere l'umiltà di riconoscerlo».