

“Ehy Bro, benvenuto in azienda”. La generazione Z al lavoro tra virtù e falsi miti

Pubblicato: Giovedì 31 Agosto 2023



«E tu di che generazione sei? Secondo me, sei più “Z” che “X”».

La domanda e la risposta della cassiera di un supermercato al vicino di cassa non sono una battuta e arrivano dopo una richiesta di aiuto per un cambio di turno. Perché per quella lavoratrice è così importante sapere a quale generazione appartiene il collega? E perché lo classifica come uno zeta-men?. Ogni generazione è diversa da quella che l’ha preceduta perché plasmata dalla società in cui nasce e vive. **La generazione “Z”**, cioè i nati nella seconda metà degli anni Novanta fino al 2010, è cresciuta in un mondo globalizzato, modellato dalla tecnologia digitale e caratterizzato da un’alta sensibilità ambientale. Conoscerne le caratteristiche è dunque importante per capire come impatterà sulla nostra economia e sulle nostre vite. *(nella foto: un giovane lavoratore della Meltameccanica Bai srl di Castiglione Olona)*

SOLO UN GIOVANE SU DIECI VUOLE ENTRARE NELL’IMPRESA DI FAMIGLIA

Una parte di questa generazione ha concluso gli studi e sta muovendo i primi passi nel mondo del lavoro ed è già pronta ad entrare in aziende governate dalla **generazione “X”**, cioè i nati dalla seconda metà degli anni 60 al 1980 , o da **baby boomer**, i nati dal dopoguerra fino alla prima metà degli anni 60.

Al recente **Family business forum**, **Salvatore Sciascia**, professore ordinario di economia aziendale e co-direttore di **Fabula** (Family business lab) dell’università Cattaneo-Liuc, ha dedicato una interessante relazione alla generazione “Z”. «Sono partito dal risultato di un precedente studio, secondo cui **solo un giovane su dieci ha intenzione di entrare nell’impresa di famiglia** – spiega il docente della Liuc -.

Un dato preoccupante che mi ha spinto a indagare sulle caratteristiche di questa generazione».

LA TERRA È UN PATRIMONIO DA DIFENDERE

Sciascia mette a confronto queste tre generazioni partendo dai tre principali fattori produttivi dell'economia classica: **la terra, il capitale e il lavoro**. «Per la generazione “Z” la terra non è un patrimonio produttivo – sottolinea lo studioso – bensì un patrimonio da difendere. Del resto parliamo di una generazione che è nata in piena crisi climatica e come tale riconosce il valore della sostenibilità. Sono anche più global perché grazie alle tecnologie dell'informazione e dei trasporti, fin da giovanissimi, hanno potuto viaggiare di più ed entrare in contatto con culture differenti. Sono più digital pertanto per loro lo spazio virtuale è importante quanto il mondo fisico, aspetto che ha degli impatti ben definiti nel mondo dell'impresa e in quello del lavoro».

I SOLDI SONO UN MEZZO

Dal punto di vista del **capitale**, secondo il professor Sciascia, i giovani della generazione “Z” hanno con il denaro un rapporto più prudente in quanto hanno vissuto già una o due crisi economiche. «I soldi più che un obiettivo sono lo strumento per raggiungere altre forme di ricchezza che potremmo definire socio-emozionali. Per questa generazione crolla il mito della proprietà perché ha sperimentato il possesso e la condivisione. **Sono i figli della sharing economy**».

IO NON SONO IL MIO LAVORO

Infine, dal punto di vista del lavoro, la generazione “Z” **non si identifica totalmente con quello che fa**, pertanto l'identità personale non corrisponde del tutto a quella lavorativa. «Cercano un bilanciamento tra le due che non scenda a compromessi – dice il professore della Liuc -. Sono giovani che **non vivono per lavorare ma lavorano per vivere**. Sul lavoro sono **più cooperativi che non competitivi** e quindi vanno alla ricerca di leader che siano in grado di valorizzare questa loro attitudine».

Difficile dire se siamo di fronte a una **generazione migliore o peggiore** rispetto alle precedenti. «Le caratteristiche di cui ho parlato – continua Sciascia – possono avere accezioni positive e negative. Dobbiamo però prendere coscienza di una **certa divergenza tra la generazione “Z” e quelle che l'hanno preceduta**, perché è una sorta di Giano bifronte che può essere tanto fonte di conflitti quanto di ricchezza».

LO STILE DECISIONALE CONTA

La domanda da porsi è dunque un'altra: qual è il fattore che rende la **presenza multigenerazionale in azienda positiva o negativa**? La chiave per determinare il segno, negativo o positivo, di questo effetto, secondo il professore, è lo **stile decisionale e manageriale**. Nelle imprese in cui lo stile è **partecipativo**, l'effetto è positivo. Nei casi in cui è **direttivo**, l'effetto della multigenerazionalità sarà negativo. «I figli sono sempre stati diversi dai padri – conclude Sciascia – ma i figli di oggi sono particolarmente diversi dai loro padri e quindi dobbiamo prendere coscienza di questa diversità e fare di tutto per valorizzarla».

Michele Mancino

michele.mancino@varesenews.it