



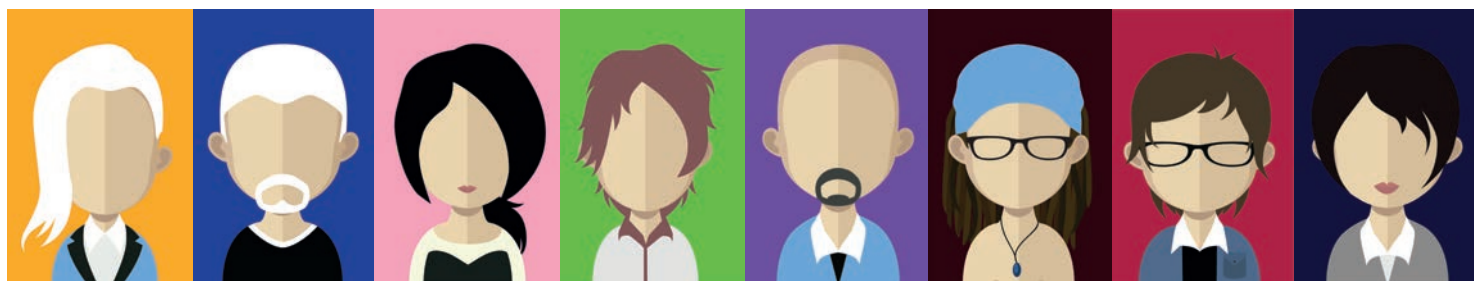
#PRIORITALIA

LO SVILUPPO DEL PAESE VISTO DA ITALIANI E MANAGER

La trasformazione digitale del lavoro, le competenze e i territori,
il welfare, la demografia e il patto tra generazioni ...

Indagine AstraRicerche per Manageritalia e Prioritalia

- giugno 2018 -



Sintesi della ricerca

L'ampia ricerca condotta nella seconda metà di maggio 2018 da AstraRicerche per Manageritalia e Prioritalia (1.462 interviste a italiani 20-75enni e 1.020 a managers) restituisce l'immagine di un Paese che non è così sicuro di ripartire, ma vuole fortemente farlo e crede nella necessità dell'attivazione di tutte le parti per ottenere una ripresa economica consistente e vive di alcune contraddizioni interne, in una fase di transizione tra modelli di interpretazione della realtà (del lavoro, dell'innovazione, dei rapporti sociali) 'passati' e altri 'moderni'.

Iniziamo la nostra analisi proprio dal tema della crescita economica: gli italiani sono convinti che senza crescita economica la condizione delle famiglie e dei lavoratori non potrà migliorare (74.6%, con il 36.3% che concorda molto) e che, se gestita in modo giusto, potrà dare vantaggi alle aziende, ai lavoratori ma anche – più in generale – alla società italiana (72.2%). Ma, tra i vantaggi che porterebbe garantire, la sostenibilità del sistema pensionistico oggi e domani (61.8%) supera decisamente il far uscire dallo stato di povertà i milioni di italiani che vi si trovano (ben il 43.9% è convinto che nemmeno una forte crescita economica li solleverà dallo stato di privazione materiale).

La crescita economica: necessaria, a favore di tutti, utile per il sistema pensionistico ma non in grado di abbattere la povertà

Si sente la necessità di crescita economica ma non la si considera ancora iniziata (la crisi è alle spalle solo secondo il 18.5%) e non molti credono che nel medio periodo (3-5 anni) la disoccupazione diminuirà (solo 27.0%).

Differenze percepite più tra Nord e Sud che tra 'centri' e 'periferie'

La percezione delle differenze tra 'centri' e 'periferie' del Paese mostra una visione piuttosto lontana dalla realtà: se viene riconosciuta la grande differenza di sviluppo economico attuale tra Nord e Sud (73.4%), meno chiara è quella interna alle regioni (con province molto meno sviluppate di altre nella stessa regione: 59.8%), tra grandi e piccoli comuni (58.3%), tra centri delle grandi città e periferie (qui si scende al 45.6%).

Per ottenere una crescita consistente e duratura serve un sistema formativo di qualità (per il 66.9% può dare un contributo al salto di qualità della

Al sistema formativo serve qualità e meritocrazia.

società, dell'economia, del Paese in generale); secondo gli italiani attualmente non lo è (è ottimo solo per il 32.8%) anche perché non è meritocratico e non riesce a svolgere il ruolo di ascensore sociale (solo 28.5%) e – al contrario – perché è caratterizzato da fortissime differenze tra enti ottimi e pessimi (59.3%); mettere il merito al centro è la priorità (67.5%, con il 33.1% che risponde 'molto'.

Per la crescita economica serve il contributo di tutti

Di certo non c'è solo il sistema formativo come driver per la crescita economica: complessivamente c'è bisogno dell'impegno di tutti gli attori (tutte le generazioni, lavoratori e manager, aziende private e pubbliche). E gli italiani non si tirano affatto indietro: "serve il contributo di ogni cittadino, anche del mio" raggiunge il 74.3%. Il tema del merito anche in questo caso è primario: per il 76.6% la crescita può avvenire se si dà spazio alla competenza, alla capacità di 'fare' (ma serve anche la 'vision', in particolare da parte delle aziende: 75.7%).

Al di là degli attori, serve una nuova cultura: quella della concretezza (far accadere le cose, e farlo in tempi certi e con costi sostenibili: 79.4%), della condivisione delle soluzioni vincenti e delle idee innovative (76.7%), quella dell'innovazione utile e sostenibile (76.3%).

Concretezza, condivisione, innovazione: la ricetta per la crescita economica

Per quanto riguarda la classe dirigente prevale l'idea di una continuità (che quella attuale aiuti il formarsi di una nuova: 75.3%, con 'molto' al 31.0%) rispetto alla discontinuità (nuovi dirigenti auspicati dal 66.0% ma solo il 22.7% indica 'molto').

Ed emerge chiaro e forte il tema delle competenze: per favorire la crescita economica devono essere diffuse e intense, a partire dalla capacità di acquisire nuove competenze (57.9%), di lavorare in gruppo (52.6%) e dalle competenze digitali di base (50.8%, che superano nettamente le competenze digitali estese ovvero il 'capire' la tecnologia – 36.5% - e la capacità di interagire con Robot e AI – 25.9%).

Servono competenze (ma si sottovalutano quelle digitali 'estese' e il rapporto con Robot e AI). Il gap con quelle messe in campo è ampio

Non basta avere competenze: serve essere disponibili a condividerle; e la risposta degli italiani è chiarissima (solo il 7.3% non è disponibile), in particolare quando si tratta di avvantaggiare il territorio dove si abita (54.8%,

ben più che quello in cui si lavora – 39.0%) e la generazione successiva alla propria (53.2%). Ma ci sono gap profondi tra quello che si può mettere in campo come propria competenza e quello che si ritiene necessario per la crescita economica: -20% per la capacità di lavorare in contesti internazionali, -15% per la capacità di inventare soluzioni smart negli ambiti lavorativi, -14% per la capacità di rinnovare le proprie conoscenze e per interagire con Robot e AI. Solo nel lavoro di gruppo e nelle capacità di analisi e sintesi (cognitive) il gap è quasi nullo. In effetti quello che si scopre con una successiva domanda, è che queste competenze sono sì possedute ma spesso in modo non intenso: quasi sempre il ‘molto posseduta’ non raggiunge il 20% del totale dei rispondenti, suggerendo la necessità di incrementare le conoscenze dei lavoratori quando sono solo vaghe o deboli.

Come abbiamo visto il tema dell’innovazione per favorire la crescita è ritenuto fondamentale dagli italiani. Ma quali sono le innovazioni economiche e sociali ritenute più utili e positive? Di certo la necessità di apprendere spesso nuovi saperi, di cambiare conoscenze (81.7%) che supera nettamente la positività associata ad altri cambiamenti possibili o necessari: quello dell’andare all’estero per motivi di lavoro (58.9%) o quello di cambiare tipo di lavoro e azienda (51.9%); molto più accettato è il cambiare sede di lavoro... per stare a casa o in situazioni simili (il telelavoro è apprezzato dal 75.6%). Emerge poi chiaramente il tema dello ‘stare insieme’: tra aziende che decidono di creare ‘reti’ al posto di combattersi continuamente (74.6%) e tra lavoratori di varie età, culture, etc. (apprezzamento al 72.0%); qualche punto percentuale in meno per l’unione profit-no profit (con il ‘regalo’ di tempo da parte delle prime verso le seconde: 66.9%).

E a livello sociale, non prettamente economico, le differenze di gradimento non mancano e dovrebbero far riflettere: la digitalizzazione della PA ottiene valori elevatissimi di gradimento (81.3%) ben superiori alla telemedicina (65.0%) e al car sharing (68.6%); ma a far riflettere sono le valutazioni relative all’abbandono delle lezioni frontali a scuola (solo il 25.1% indica un favore forte, si raggiunge il 66.8% sommando la risposta ‘abbastanza’) e soprattutto per le comunità on line, come i social networks (15.1%, 54.3% sommando la risposta ‘abbastanza’).

I cambiamenti avvengono anche in ambito lavorativo; come reagirebbero i lavoratori italiani (attualmente occupati o disoccupati e quindi in

Sì al ri-innovare le proprie conoscenze, sì al telelavoro (meno a lavorare lontano da casa), sì alle soluzioni di unione tra persone e tra aziende differenti. Ma le community on line non sono percepite come ‘valore aggiunto’

Nel lavoro una transizione tra modelli tradizionali e modelli nuovi, con prevalenza dei secondi (tranne per l'attaccamento ai 'paesi tuoi')

cerca) ad alcune sfide? L'atteggiamento complessivo è positivo, soprattutto se si parla di avere forti o comunque maggiori responsabilità lavorative (65.3%) e di avere un reddito parzialmente legato ai risultati (49.2% - solo il 13.5% reagirebbe negativamente). Si accetta positivamente un lavoro come dipendente (57.2%) in misura simile a quello come libero professionista (51.8%). Come già emerso in precedenza l'allontanarsi da casa per lavoro è percepito con positività da pochi (29.4%), anche se prevale l'andare all'estero (quasi a dire: se proprio mi devo muovere, lascio l'Italia - 40.3%). Sono due le possibilità di fronte alle quali la maggioranza reagirebbe in modo negativo: perdere il lavoro (62.4% - ma va ricordato che il 16.4% afferma di saper reagire in modo positivo) e avere per un certo periodo una riduzione di reddito (52.0% di negatività, 17.1% di positività).

D'altra parte, se sondiamo il tipo di lavoro preferito abbiamo una conferma della transizione tra un modello 'old' e uno 'new', con una tendenziale prevalenza del secondo sul primo: si preferisce la flessibilità di orario (56.4%) o persino il lavorare per obiettivi (49.5%), la flessibilità di luogo rispetto all'essere sempre in azienda (53.0%), ma anche la necessità di apprendere (54.6%), di cambiare attività (magari nella stessa azienda: 50.2%), di avere responsabilità (44.4%). Ma, nuovamente, l'idea di cambiare azienda spesso spezza il campione: per un terzo l'ideale è stare sempre nella stessa azienda (33.4%), per un terzo cambiare spesso (32.8%) e per un terzo la posizione è intermedia (33.8%).

Come appena detto si preferisce un lavoro che richieda apprendimento continuo: ma chi se ne deve occupare, quali sono le modalità per acquisire nuove conoscenze secondo gli intervistati? Emerge un bilanciamento tra il proprio impegno come autodidatta (44.0%) e quello dell'azienda (50.8% tramite corsi, 47.0% tramite training on the job o semplice scambio di informazioni tra colleghi). A essere deboli sono gli scambi tra pari on line o tramite community 'fisiche' (21.2%), ampiamente superati da corsi on line (29.6%) e corsi universitari, di perfezionamento con presenza fisica (32.0%). Come visto in precedenza, il ruolo delle community on line è fortemente sottovalutato dagli intervistati.

Apprendimento continuo grazie al proprio impegno, ai colleghi, ai corsi organizzati dall'azienda. Le community on line hanno un ruolo minore

In questo contesto di cambiamento sociale, economico, nel mondo del lavoro si inserisce la tematica del rapporto tra generazioni: se, come abbiamo visto, “c’è bisogno del contributo di tutti” c’è da chiedersi se le persone appartenenti a diverse fasce di età sono pronte a interagire per il bene comune.

Gli italiani sanno che siamo più vecchi e che lo saremo ancora di più. La scarsa natalità preoccupa fortemente, per cui sono chiesti interventi (servizi in primis)

Prima di tutto vediamo che gli italiani sono ben consapevoli della sfida demografica: sanno che stiamo diventando un Paese di età media più elevata (89.3%), che questo fenomeno continuerà negli anni a venire (75.1%) e – meno – che la numerosità complessiva della popolazione diminuirà (60.5%). Meno della metà crede in una ulteriore migrazione da Sud a Nord (46.6%) e pochissimi (8.9%) sono convinti che il tasso di natalità crescerà. Questi fenomeni sono vissuti in modo negativo, innanzitutto con riferimento alla presenza di pochi bambini e ragazzi (80.9%) tanto che si chiedono politiche a sostegno della natalità (75.5%) soprattutto dando servizi (74.7%) e sgravi fiscali (68.6%) più che trasferimenti monetari (47.5%) a fronte di una situazione attuale valutata in modo molto negativo (solo il 19.9% ritiene che ci siano già politiche pro-natalità e solo il 16.2% le ritiene efficaci). Appare meno preoccupante la crescita percentuale degli over65enni (comunque al 60.0%).

Attualmente l’immagine che le diverse generazioni hanno presso gli italiani è piuttosto differenziata: si vorrebbe stare a contatto in particolare con i 20-40enni (44.3%) e c’è curiosità verso di loro (38.1% - i valori relativi ai 50-65enni sono di 8 punti percentuali inferiori). L’ammirazione è verso i pensionati (forse sentiti un po’ come nonni: 33.1%) più che per i 50-65enni (27.9%) e molto meno per i 20-40enni (13.4%); analogo l’andamento per l’invidia per la storia personale e il momento in cui la generazione è nata e cresciuta (17.7% per i pensionati, 14.3% per i 50-65enni, 5.6% per i 20-40enni). Ma è andando a vedere questi atteggiamenti in base all’età del rispondente che si trovano alcune forti differenze: i 20-40enni vogliono stare con i 50-65enni solo nel 22% dei casi, mentre i 50-65enni con i 20-40enni nel 43% dei casi; i giovani non pensano di poter essere di ispirazione per i meno giovani (solo 12%) mentre il contrario vale per il 33% dei 50-65enni; l’ammirazione dei giovani verso i meno giovani (31%) non è ricambiata (13%), così come l’invidia per la fase storica in cui sono nati (21% vs 5%).

Generazioni diverse e in parte lontane...

Ai 20-40enni vengono riconosciuti apertura all'innovazione (66.2%), rilevanza fondamentale per la ripresa economica (64.3%) ma anche abitudine a pensare troppo a se stessi (57.7% - e loro stessi lo ammettono); ai 50-65enni viene associata l'etica (72.7% - solo il 31.3% la associa ai 20-40enni) come pure l'essere preparati per il mondo del lavoro (68.3%) e la buona cultura di base (64.2%) e la voglia di fare, di impegnarsi (63.1%).

Ma allora l'intergenerazionalità è possibile? Certamente. Anche se solo la metà conosce il termine (52.6%), il concetto è valutato in modo positivo da

... ma con una grande voglia di interaging, avvertita come utile in tutti gli ambiti ma scarsamente diffusa (per la 'coperta corta', per incomprensioni tra generazioni ma anche per la mancanza di una guida su questo tema

tre quarti degli intervistati (35.5% molto, 41.3% abbastanza per un totale del 76.8% - crescente al passare dai 20 ai 75 anni di età e con maggior favore presso le donne). E la valutazione è positiva in tutti i contesti: familiare, lavorativo, politico, sociale in generale (tra il 70% e l'80%).

Il 'punto' attuale è che l'intergenerazionalità non è considerata diffusa, applicata: molto più nelle attività di volontariato (54.3%) e in famiglia (55.1%), già meno nelle relazioni interpersonali (42.1%); meno di un intervistato su tre la ritiene diffusa nelle aziende (31.1%) e nella politica (23.9%). Manca, ma se ne sente la necessità, se

ne avverte l'utilità.

La mancanza è dovuta alla 'coperta corta' e quindi alla competizione interna al Paese (40.7%) ma anche alle differenze culturali (sulle nuove tecnologie 39.1% e per il fatto che i più giovani non apprezzano i meno giovani 38.9%); ma un motivo rilevante è anche la mancanza di chi sappia guidare, condurre i processi di intergenerazionalità (36.1%).