

Nuovo il salernitano giorno & notte

Martedì 2 febbraio 2010 17

ALLA STESURA DEL LIBRO HA CONTRIBUITO IL SALERNITANO ANTONIO NASTRI

“Generazione y” divisa tra rete e lavoro

Approda in libreria, in questi giorni, il volume “Generazione Y. I surfisti nella rete e il mondo del lavoro”, a cura di Daniele Boldizzone e Maria Elena Sala, edito da Guerini e associati, frutto di una ricerca condotta dalla Fondazione Istud, alla quale ha dato un sostanziale contributo il salernitano Antonio Nastri (nella foto), apprezzato ricercatore e docente presso l'importante istituto di formazione manageriale. Ricerca che ha avuto come partner le assicurazioni Generali, Autostrade per l'Italia, Brembo, Chiesi Farmaceutici, Coca-Cola Italia, Engineering Ingegneria Informatica, Ikea Italia Retail, Telecom Italia, Vodafone.

«Obiettivo», dichiara Antonio Nastri, «è di esplorare e identificare le peculiarità dei giovani italiani nati tra il 1980 e il 1990 (la cosiddetta “generazione y”) con particolare attenzione al tema delle aspettative nei confronti del proprio futuro, ai significati attribuiti al lavoro, alle visioni e attese nei confronti delle organizzazioni e alle esigenze in termini di orientamento e accompagnamento nella transizione della formazione al lavoro». In presenza di una situazione particolare del mercato del lavoro, caratterizzato da flessibilità e precariato, s'è avvertito il bisogno di dare risposta ad alcuni pressanti interrogativi. Chi sono, quali valori, motivazioni e aspettative hanno questi giovani? Come è possibile facilitare l'in-



gresso della “generazione y” nel mondo del lavoro? Come rispondere alle esigenze ed aspettative dei nuovi entranti, più attratti dal tempo libero che dalla carriera e che a prima vista si presentano così diversi dalle precedenti generazioni? Come strutturare percorsi di formazione volti a trasmettere conoscenze e comportamenti in giovani a disagio nelle aule e più abituati ai lettori Mp3 che ai libri? Come programmare uno sviluppo che miri a far sentire “sicuri” giovani che vivono in un contesto di generale economia “insicura”? Come attrarre e trattenere i giovani con potenziale, legati all'azienda più in termini di pura ‘opportunità’ che non di ‘loyalty’?”.

Il volume raccoglie i risultati di una indagine che ha coinvolto

oltre 1400 giovani, nonché rappresentanti di imprese significative, attivando “anche un tavolo di confronto, mediante la realizzazione di focus group, con i referenti delle direzioni del personale di 19 aziende e di un laboratorio che ha coinvolto le aziende partner del progetto”, come sottolinea Nastri.

Il risultato? La passione per le tecnologie e il desiderio di lavorare all'interno di una grande azienda sono emersi dai focus group come elementi distintivi universalmente condivisi da questa generazione, così come la focalizzazione sul presente e sul perseguimento di obiettivi a breve termine. [...] Ci sono, poi, i genitori, che esercitano un ruolo influente nell'orientare alcune scelte dei giovani. Essi sono un punto di riferimento e un modello guardato con grande riconoscenza e ammirazione, ma si tratta di un modello considerato non replicabile quando si parla dell'approccio nei confronti del lavoro. Quest'ultimo, da parte sua, non è più un elemento costante che contribuisce a costruire l'identità dell'individuo – come avveniva in passato – ma, in alcuni casi, viene descritto come un elemento estraneo, slegato dall'identità. [...] Sono differenze significative, che impattano sui valori, sulle priorità e sui comportamenti dei giovani e che generano una evidente discontinuità nei confronti delle generazioni precedenti.