



Giovani nell'impresa: la visione e la percezione delle aziende sulla Generazione Z

Con il contributo scientifico di



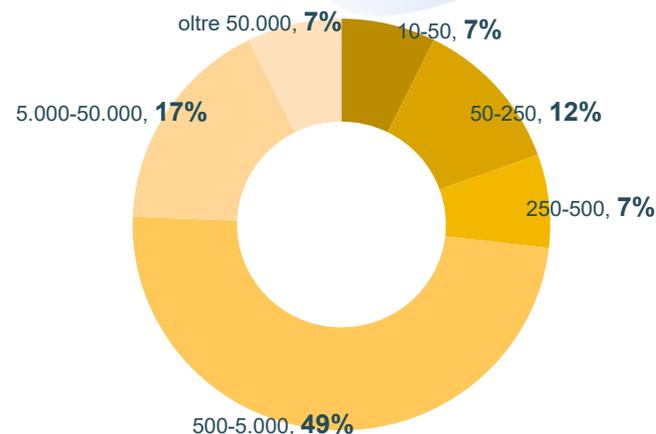
Campione

Hanno risposto al questionario **41** aziende associate a Valore D

SETTORI DI ATTIVITÀ



DIMENSIONE AZIENDALE PER NUMERO DIPENDENTI



TOTALE DIPENDENTI DELLE AZIENDE:

307.501

Hanno partecipato 41 aziende, 39 hanno compilato tutto il questionario, 2 parzialmente.

Per l'analisi si prenderanno in considerazione le 41 compilazioni.

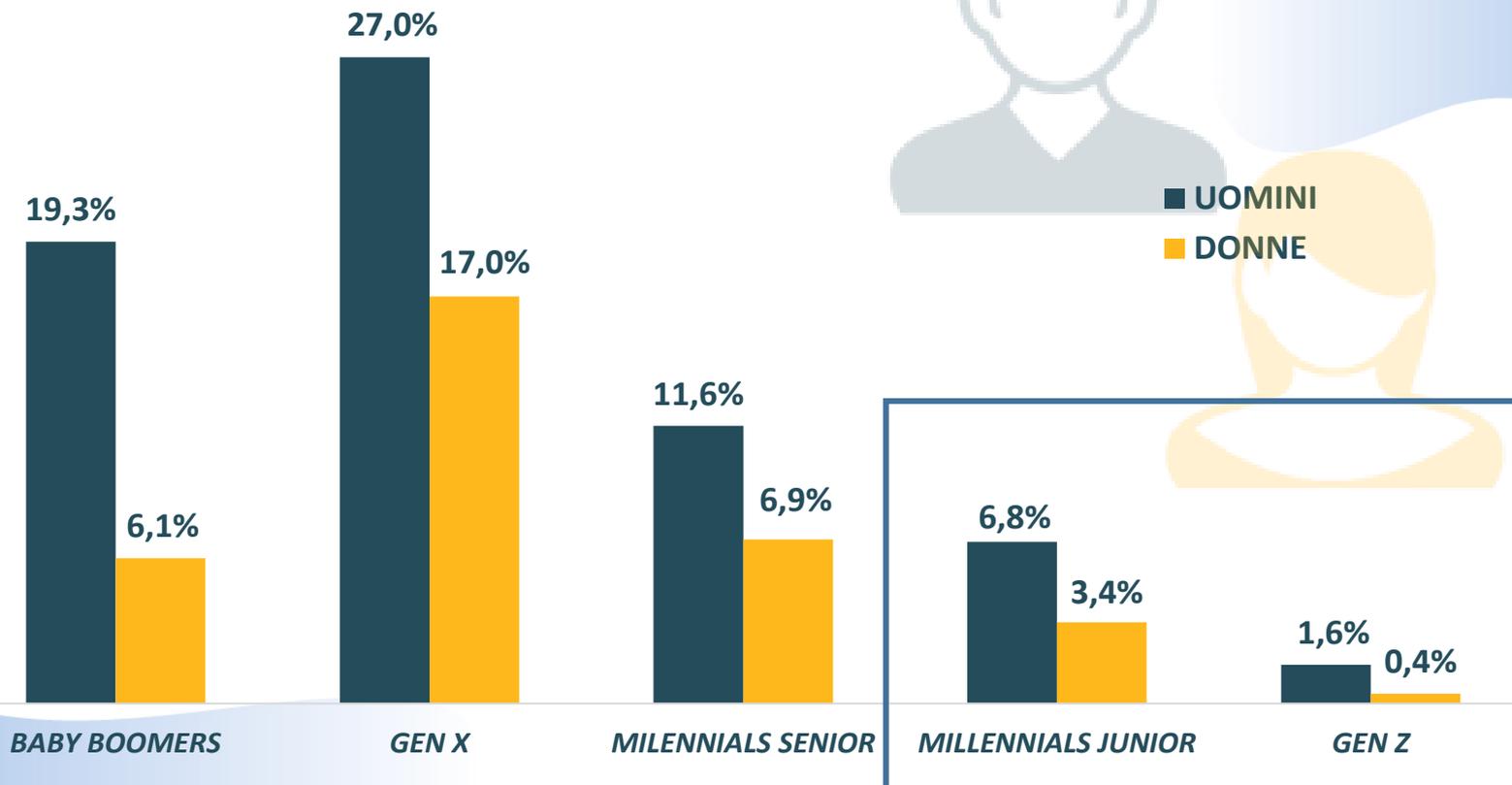
Aprile 2019.



Risultati



Distribuzione delle generazioni presenti nelle aziende del campione





Aree indagate

Canali per cercare lavoro: come le nuove generazioni cercano lavoro

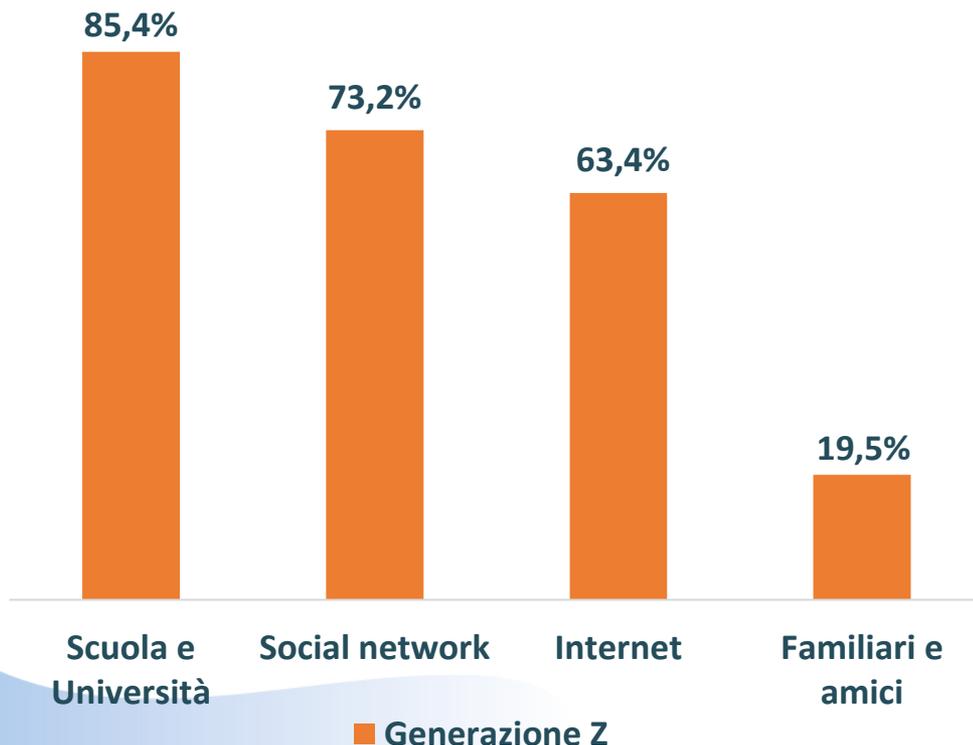
Formazione: si prendono in esame diversi tipi di competenze e capacità

Aspettative e valori lavorativi

Le novità delle nuove generazioni



I giovani della Generazione Z usano i canali indiretti per cercare lavoro

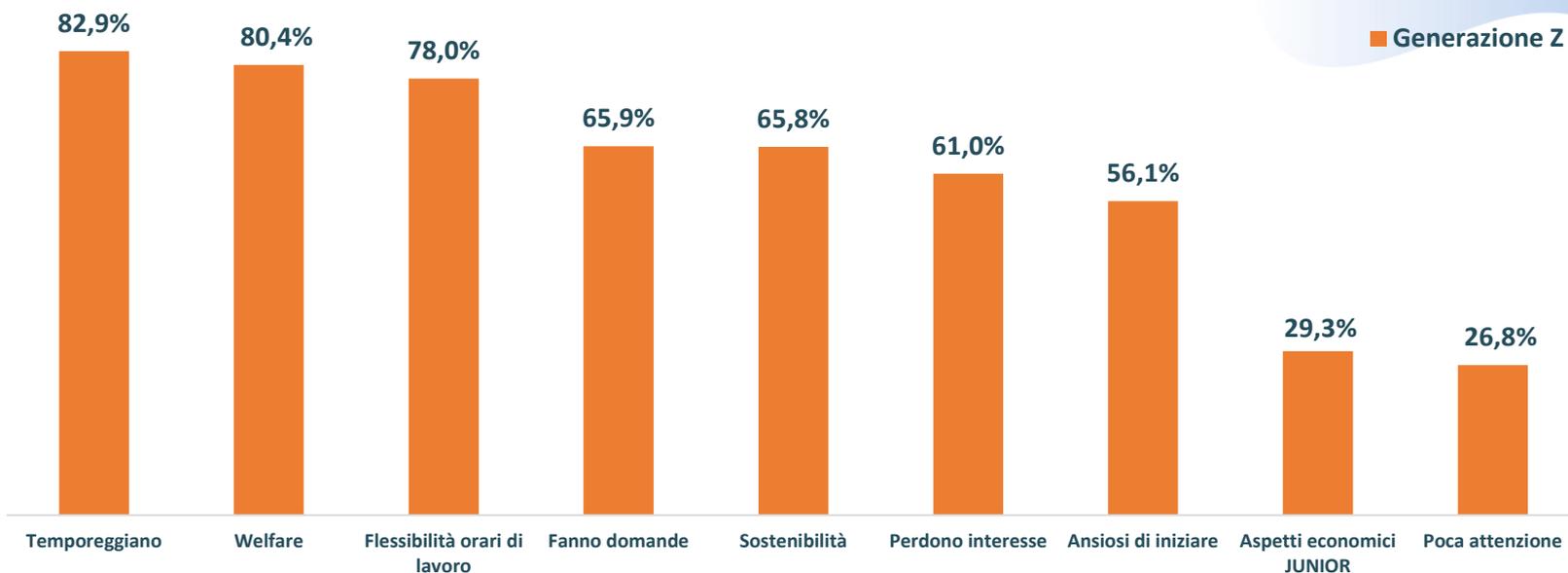


I dati dell'indagine mostrano che i principali canali attraverso i quali i giovani della Generazione Z conoscono l'azienda sono l'Università e la rete, considerando sia il sito dell'azienda sia ad esempio LinkedIn, canali quindi dove si inseriscono le Agenzie per il Lavoro, che curano e favoriscono, indirettamente, il contatto dei giovani con le aziende. Al quarto posto risultano importanti le funzioni di familiari e amici che guidano i giovani verso l'azienda.

Secondo la tua esperienza attraverso quali canali la Generazione Z arriva a voi? Scegli 3 modalità principali.



La conciliazione e le iniziative di welfare ai primi posti nei colloqui della Generazione Z



Secondo la tua esperienza, rispetto alle generazioni precedenti, come si pongono ai colloqui le nuove generazioni, in particolare i/le ragazzi/e della Generazione Z? Scala a 5 passi, da 1= molto meno; a 5= molto più. Percentuali riportate sommando le risposte 4 e 5





Aree indagate

Canali per cercare lavoro: come le nuove generazioni cercano lavoro

Formazione: si prendono in esame diversi tipi di competenze e capacità

Aspettative e valori lavorativi

Le novità delle nuove generazioni



Secondo gli HR ci sono alcune caratteristiche che appartengono particolarmente alle nuove generazioni (Gen Z e giovani Millennials)



Quanto credi che le seguenti caratteristiche appartengano alle nuove generazioni? Scala a 5 passi, 1=per niente; 2=poco; 3=abbastanza; 4=molto; 5=moltissimo. Percentuali riportate sommando le risposte 4 e 5



Dal confronto generazionale emerge che le nuove generazioni abbiano una particolarmente propensione alla tecnologia, apprendimento e creatività

AUMENTATE

- Conoscenza della lingua inglese (92,7%)
- Progettazione e programmazione di tecnologie (85,4%)
- Installazione e mantenimento di tecnologie (78%)
- Pensiero analitico e innovazione (68,3%)
- Creatività e originalità (65,9%)
- Apprendimento attivo e strategie di apprendimento (63,4%)
- Conoscenza della lingua spagnola (56,1%)
- Gestione del tempo (48,8%)
- Conoscenza della lingua francese (39%)

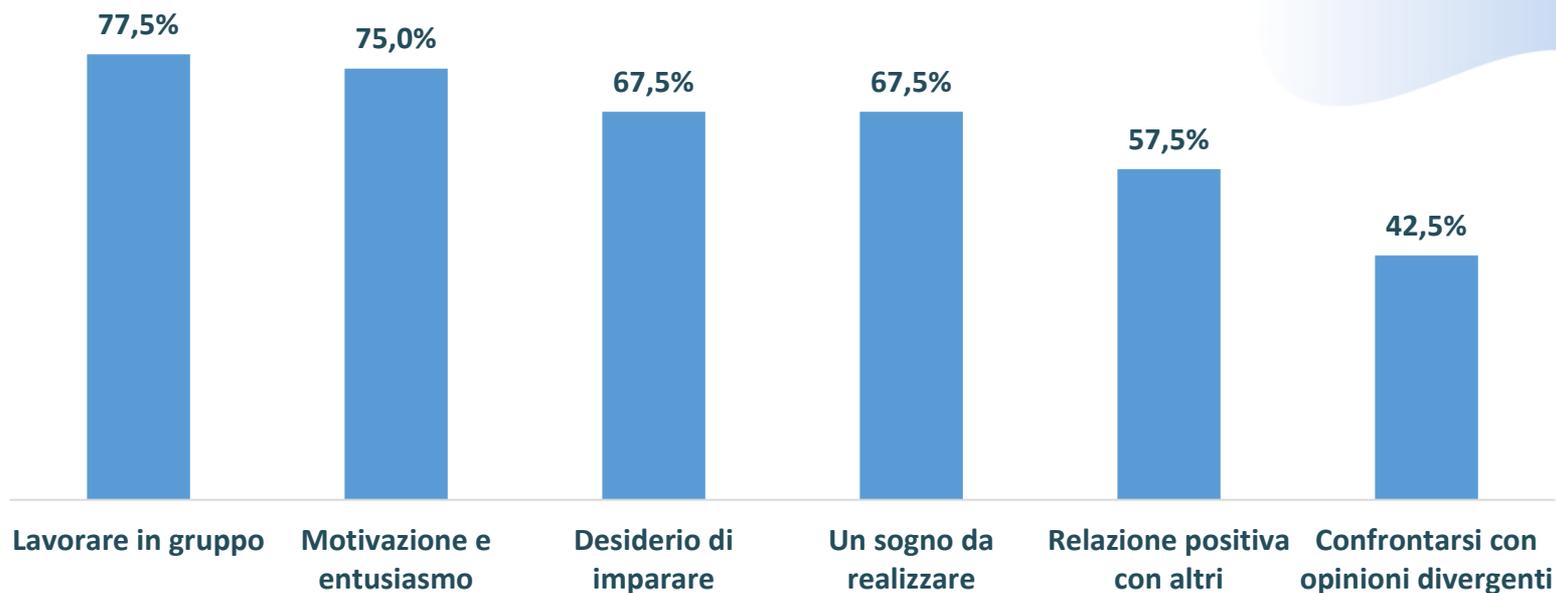
DIMINUITE

- Destrezza manuale, resistenza e precisione (80,5%)
- Lettura, scrittura, matematica e ascolto attivo (63,4%)
- Abilità verbali, uditive, mnemoniche e spaziali (46,3%)

Rispetto alle generazioni precedenti queste capacità nelle nuove generazioni sono aumentate o diminuite? Range di risposte: aumentate, diminuite, né aumentate né diminuite. Le % indicano la frequenza di HR che hanno indicato ogni caratteristica in media come aumentata o diminuita nelle nuove generazioni



Soft Skill - gli HR vedono nei giovani team player motivati e con il desiderio di imparare



*Pensando alle Soft Skills, secondo la tua esperienza, quanto credi che le seguenti caratteristiche appartengano alle nuove generazioni?
Range di risposte a 5 passi: 1= per niente, 2=poco; 3= abbastanza; 4= molto; 5= moltissimo. Sono state riportate le % dei punteggi 4 e 5*



Rispetto alle generazioni precedenti, nelle nuove generazioni, sono diminuite la disciplina, autocontrollo e senso di responsabilità

AUMENTATE

- Lavorare in gruppo (82,9%) e Motivazione e entusiasmo (61%)
- Desiderio di imparare (58,5%) e Confrontarsi con altri (58,5)
- Sogno da realizzare (56,1%) e Relazionarsi positivamente (51,2%)
- Pensiero critico (43,9%)
- Sostenere le proprie idee (43,9%)

DIMINUITE

- Disciplina, costanza, attenzione a dettagli (65,9%)
- Autocontrollo (63,4%)
- Senso di responsabilità (58,5%)
- Capacità di prendere decisioni (36,6%)
- Relazionarsi adeguatamente con adulti (36,6%)

NÉ AUMENTATE NÉ DIMINUITE

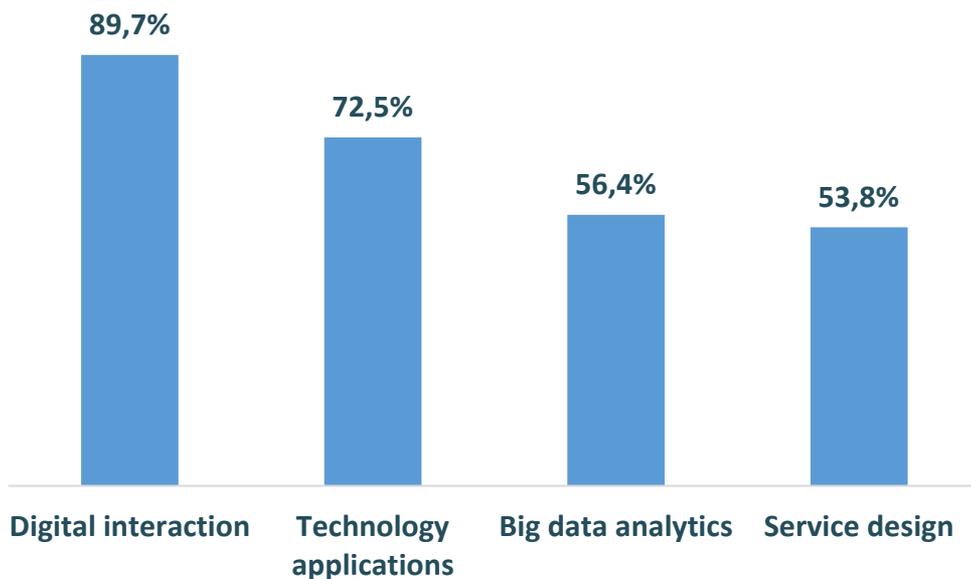
- Onestà e correttezza (65,9%)
- Capacità di gestire i conflitti (63,4%)
- Abilità di leader (53,7%)
- Riconoscere positività di situazioni (51,2%)
- Risoluzione efficace di problemi (48,8%)

Rispetto alle generazioni precedenti queste capacità nelle nuove generazioni sono aumentate o diminuite?

Range di risposte: aumentate diminuite, né aumentate né diminuite. Le % indicano la frequenza di HR che hanno indicato ogni caratteristica in media come aumentata, diminuita o uguale nelle nuove generazioni



Secondo gli HR le digital skills sono terreno delle nuove generazioni



Per tutte le aree indagate di digital skill gli HR ritengono ci sia stato un **incremento** di competenze nelle nuove generazioni, rispetto alle precedenti:

- Digital interaction (95,1%)
- Technology applications (82,9%)
- Big data analytics (80,5%)
- Service design (78%)



*Pensando alle Digital Skills, secondo la tua esperienza, quanto credi che le seguenti caratteristiche appartengano alle nuove generazioni?
Range di risposte a 5 passi: 1= per niente, 2=poco; 3= abbastanza; 4= molto; 5= moltissimo. Sono state riportate le % dei punteggi 4 e 5.
Le % a sinistra, nel testo, indicano la frequenza di HR che hanno indicato ogni caratteristica in media come aumentata, diminuita o uguale nelle nuove generazioni*





Aree indagate

Canali per cercare lavoro: come le nuove generazioni cercano lavoro

Formazione: si prendono in esame diversi tipi di competenze e capacità

Aspettative e valori lavorativi

Le novità delle nuove generazioni



Le motivazioni che spingono le nuove generazioni a scegliere un'azienda si concentrano su tre assi

CONCILIAZIONE VITA PRIVATA E LAVORATIVA

1. Flessibilità oraria (97,4%)
2. Tempo libero per la cura dei cari (92,3%)
3. Scegliere se lavorare da casa o in altra sede (92,3%)
4. Tempo libero per attività extra (92,1%)

CLIMA AZIENDALE

1. Buona relazione con i colleghi (97,4%)
2. Lavorare in team (94,9%)
3. Buona relazione con superiori (92,3%)
4. Offerta welfare (92,3%)
5. Gender diversity (76,9%)

CRESCITA E SVILUPPO

1. Esperienze all'estero (100%)
2. Prospettive di carriera (97,4%)
3. Formazione offerta (92,3%)
4. Job rotation (89,7%)
5. Livello digitalizzazione azienda (89,7%)
6. Poter creare prodotti innovativi (89,7%)

Quanto a tuo avviso, i seguenti aspetti incidono nella scelta dell'azienda?
Range di risposte a 4 passi: 1= per niente, 2=poco; 3= abbastanza; 4= molto. Sono state riportate le % della somma delle frequenze delle risposte 3=abbastanza e 4= molto. Due aziende non hanno fornito risposte a questi items (4,2%)



Per le generazioni precedenti le priorità di scelta risultano ribaltate

ASPETTI MOLTO IMPORTANTI

1. Avere prospettive di carriera (100%)
2. Avere un lavoro stabile (97,4%)
3. Avere una buona relazione con i colleghi (97,4%)
4. Avere una buona relazione con i superiori (89,7%)
5. Formazione offerta (89,7%)
6. Tempo libero per i cari (86,8%)

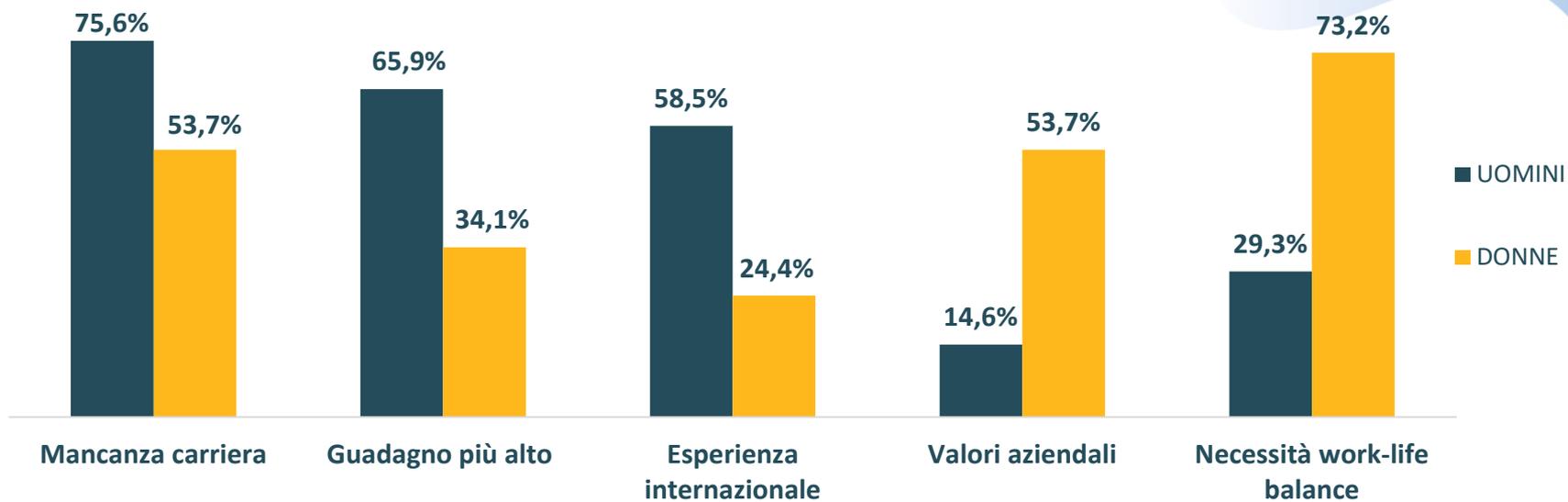
ASPETTI MARGINALI

6. Possibilità di job rotation (53,8%)
7. Organizzazione senza gerarchia (48,7%)
8. Esperienze all'estero (41%)
9. Digitalizzazione azienda (23,1%)
10. Temi di sostenibilità (20,5%)
11. Gender diversity (7,7%)

*Quanto a tuo avviso, i seguenti aspetti incidono/incidevano nella scelta dell'azienda per le precedenti generazioni?
Range di risposte a 4 passi: 1= per niente, 2=poco; 3= abbastanza; 4= molto. Sono state riportate le % della somma delle frequenze delle risposte
3=abbastanza e 4= molto. Due aziende non hanno fornito risposte a questi items (4,2%)*



I motivi che spingono a cambiare lavoro sono diversi a seconda del genere



Quali sono i motivi che a tuo avviso spingono un giovane della Gen Z e i giovani Millennials a cambiare lavoro? Indica 3 motivi principali per i giovani ragazzi e poi pensando ai 3 motivi principali per le giovani ragazze





Aree indagate

Canali per cercare lavoro: come le nuove generazioni cercano lavoro

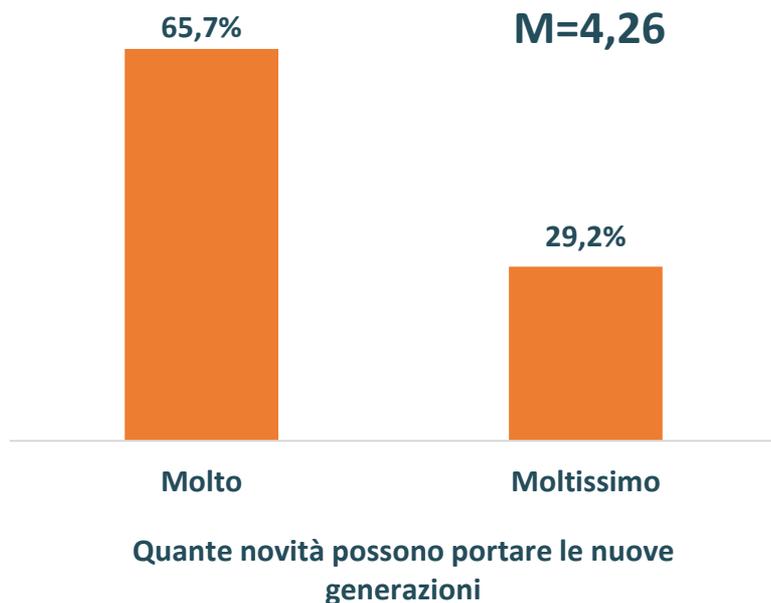
Formazione: si prendono in esame diversi tipi di competenze e capacità

Aspettative e valori lavorativi

Le novità delle nuove generazioni



Tutte le aziende ritengono che la Generazione Z possa portare in azienda nuovi input

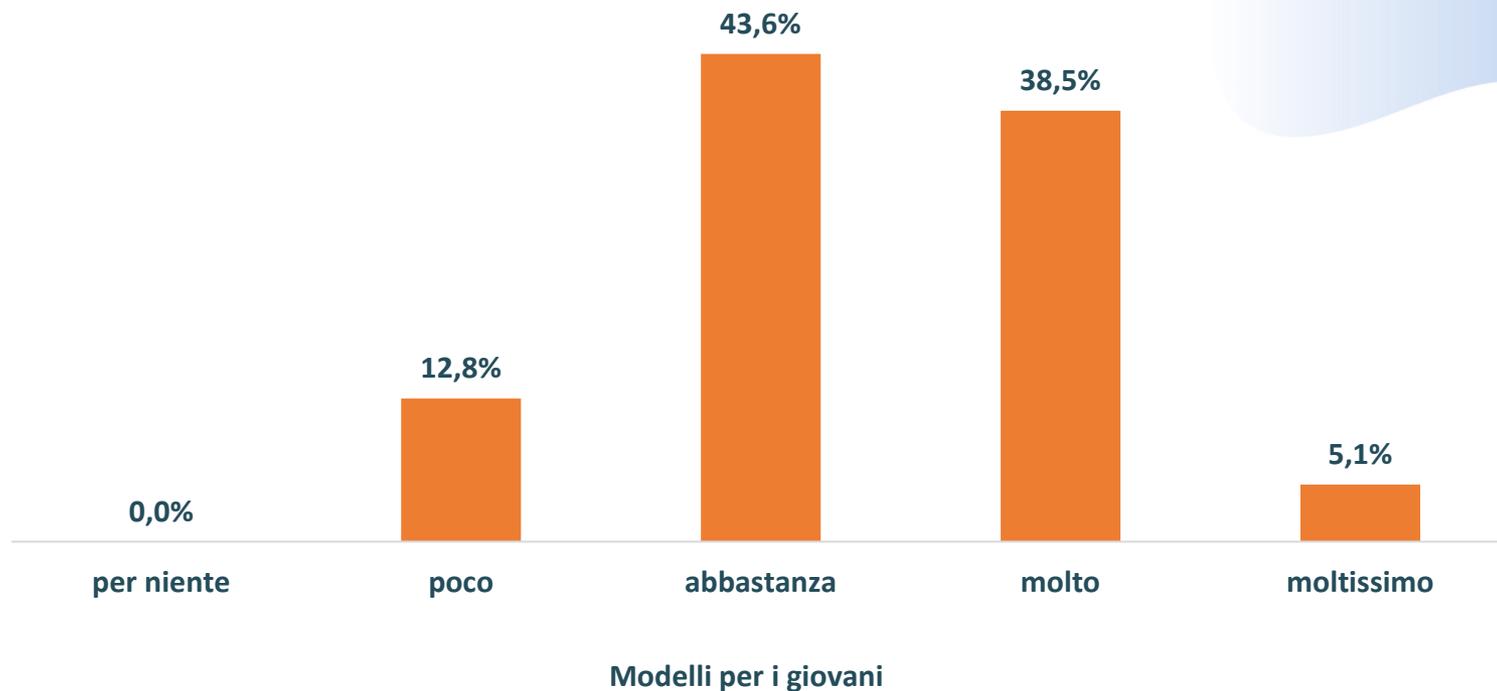


- Visione alternativa di lavoro e processi
- Confronto costruttivo tra generazioni
- Apertura, innovazione, rottura di schemi gerarchici
- Attenzione per le nuove tecnologie
- Messa in discussione dei processi

*Quanto ritieni che la nuova generazione possa portare in azienda nuovi input? 1= per nulla; 5=moltissimo.
Quali credi siano gli input che la Gen Z possa portare?*



Le generazioni passate sono ancora modello per le nuove



*Quanto invece credi, secondo la tua esperienza, che le nuove generazioni (Gen Z) possano prendere come modello le generazioni precedenti?
Da 1 = per nulla a 5 = moltissimo*



Grazie alle 41 aziende partecipanti

accenture

ALSTOM

BancaProfilo

Barilla
The Italian Food Company. Since 1877.

BCG

Carrefour

Coca-Cola Italia

coface
FOR TRADE

ConTe.it
ASSICURAZIONE AUTO

DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

enel

ERG
EVOLVING ENERGIES

FERROVIE
DELLO STATO
ITALIANE

FALCK RENEWABLES
GRUPPO FALCK



gsk

GUCCI

GRUPPO
HERA

Hewlett Packard
Enterprise

IBM

illimity
BANCA D'OTTE LIA FORBIA

intermedia
SELECTION

INTESA SANPAOLO

iren

Lilly

MONTE
DEI PASCHI
DI SIENA
BANCA DAL 1472

nexi

PHILIP MORRIS
ITALIA S.R.L.

PHILIPS

pwc

SOGIN

S&P Global

TOYOTA

UBI Banca

UMANA

unes
SUPERMERCATI

Unilever

Whirlpool
CORPORATION

ZURICH

Valore D