

**MOL**  
**MONITOR SUL LAVORO**

**GLI *STEP* DEL LAVORO: STRUMENTALE,  
ESPRESSIVO, PERCORSO DI CARRIERA.  
IL CALEIDOSCOPIO DELLE RAPPRESENTAZIONI SUL  
LAVORO DEGLI ITALIANI**

*Daniele Marini*

**COLLANA OSSERVATORI N. 27**

*PROMOSSO DA*



**FEDERMECCANICA**

## **Sommario**

**Il caleidoscopio delle culture del lavoro: strumentale, espressivo, percorso (STEP)**

**Il posto e le rappresentazioni del lavoro**

**Il lavoro nell'industria**

**Il lavoro, la soddisfazione e l'apprezzamento**

**Appendice**

**Nota metodologica**

## Il caleidoscopio delle culture del lavoro: strumentale, espressivo, percorso (STEP)

Il lavoro sta vivendo una stagione di cambiamenti radicali e su diversi versanti. Quello più macroscopico, in particolare in Italia e su cui maggiormente si è focalizzata l'attenzione del dibattito politico e pubblico, è quello della regolazione del mercato del lavoro..

Ma non c'è solo il versante regolativo a essere intervenuto nelle trasformazioni del lavoro. Già nei decenni precedenti, con l'avvento delle nuove tecnologie informatiche, ha conosciuto trasformazioni importanti, spesso anche radicali, che hanno toccato la vita dei lavoratori e le organizzazioni produttive. Proviamo anche solo a elencare sinteticamente un insieme di modifiche strutturali<sup>1</sup>: 1) alla dimensione della produzione in senso stretto, si è associato il peso crescente del servizio: la centralità del cliente è l'imperativo per qualsiasi attività; 2) l'introduzione delle nuove tecnologie ha spostato il baricentro del lavoro dal luogo fisico, a una pluralità di ambiti. Grazie alle nuove tecnologie possiamo lavorare da casa (*smart working*), in treno o in aereo. E l'avvento della pandemia ha accentuato queste modalità. Così, per un insieme di professioni il lavoro è "diffuso" e "pervasivo"; 3) la conseguenza di simili processi si è riverberata sulle organizzazioni del lavoro sempre meno rigide e più flessibili, così possono seguire in tempo reale (*just in time*) la domanda e adattarsi velocemente; 4) tutte le attività lavorative comportano una fatica fisica, ma è indiscutibile che le tecnologie applicate al lavoro abbiano spostato l'accento sulla dimensione dell'impegno, dello stress individuale. Anche nei settori più intensivi della forza fisica come l'agricoltura o l'edilizia; 5) la conseguenza della flessibilità, portata dalla tecnologia, si è ripercossa anche sugli orari di lavoro, il cui sfasamento è crescente. Basti ricordare le discussioni, e le prese di posizione, sul lavoro festivo e domenicale, peraltro condizione comune da diverso tempo a molti lavori del terziario (sanità, sicurezza, trasporti); 6) tutte queste dimensioni si sono riflesse sulla struttura sociale dei lavoratori. Alle tradizionali classi omogenee (operai, impiegati) si è sostituita un'articolazione di gruppi professionali innumerevole da elencare, molto frammentata al suo interno, di difficile rappresentazione; 7) sono mutati anche i ruoli familiari: con l'ingresso delle donne sul mercato del lavoro, il breadwinner non è più un compito esclusivo della componente maschile.

Le metamorfosi del lavoro, però, non terminano qui, anzi. La Quarta rivoluzione industriale sta iniziando a dispiegare i propri effetti, e non solo all'interno del sistema produttivo. I processi di digitalizzazione applicati agli ambienti lavorativi, l'interazione uomo-macchina (che apprende) intervengono sulle mansioni, sui profili professionali e sulle competenze necessarie in modo profondo<sup>2</sup>. Si sta aprendo un nuovo orizzonte per il lavoro o, meglio, per i lavori (al plurale). I driver tecnologici oggi noti stanno dischiudendo un futuro di cui non conosciamo gli approdi. Finché scriviamo, altre innovazioni stanno prendendo velocemente piede e influenzeranno i nostri modi di

---

<sup>1</sup> Per un'analisi più approfondita, fra gli altri testi del medesimo autore, rinvio a A. Accornero, *Il mondo della produzione. Sociologia del lavoro e dell'industria*, Bologna, il Mulino, 2013.

<sup>2</sup> Si veda A. Magone e T. Mazali (a cura di), *Industria 4.0: uomini e macchine nella fabbrica digitale*, Milano, Guerini e Associati, 2016, id. (a cura di), *Il lavoro che serve. Persone nell'industria 4.0*, Milano, Guerini 2018.

lavorare e di relazionarci. Soprattutto, hanno già frantumato le categorie analitiche tipiche dell'industrializzazione. Il tradizionale confine fra lavoro manuale e intellettuale impallidisce di fronte alla realtà oggettiva delle mansioni svolte da molti occupati. Il concetto di fabbrica odierna, dove la tecnologia e i servizi sono penetrati profondamente, non è più in grado di descrivere appieno quel luogo e potrebbe essere chiamata "fabbrica-gitale"<sup>3</sup>. Le stesse imprese si definiscono sempre meno come unità isolata, ma in relazione integrata con una filiera di per sé multisetoriale.

Come non ricordare, poi, che i processi di apertura dei mercati a livello internazionale e la globalizzazione stanno progressivamente portando a una nuova divisione del lavoro a livello planetario, riducendo e spostando in altre aree produttive figure professionali (si pensi al lavoro operaio) che hanno fatto la storia dei processi di industrializzazione nel nostro Paese e nel mondo occidentale industrializzato<sup>4</sup>.

Inevitabilmente, questi processi – qui brevemente accennati – non possono non determinare ricadute anche su un altro piano, meno esplorato negli ultimi decenni<sup>5</sup>, eppure fondamentali: le culture del lavoro, l'orizzonte di valori ad esso attribuito e gli orientamenti della popolazione. La ricerca, di cui analizziamo gli esiti principali in questo report, prende le mosse da quest'insieme di considerazioni e ha provato a scandagliare se e come l'idea del lavoro sia mutata nella popolazione, fra le generazioni e i generi, quali fossero le attese e le aspettative verso alcune dimensioni connesse all'occupazione.

Lasciando al lettore l'analisi puntuale sui dati, vogliamo qui ripercorrere sinteticamente gli elementi salienti emersi dai diversi temi sottoposti agli interpellati, individuando alcune linee di frattura e di mutamento che attraversano la popolazione, e che rischiano di non essere comprese appieno a causa di un clima generale spesso cupo sui temi del lavoro.

Un primo aspetto di rilievo da sottolineare è che non esiste "una" cultura del lavoro, ma siamo in presenza di un "caleidoscopio" di dimensioni tale da definire un insieme di culture, al plurale. Dimensioni che si mescolano in misura diversa a seconda delle età, delle condizioni sociali, del genere e dell'esperienza lavorativa. Talvolta in modo che un tempo avremo potuto considerare antitetico o alternativo, ma che oggi invece presenta mescolanze inedite, dove i confini tradizionali vengono superati e mescolati.

Un esempio eclatante di questo mix riguarda le generazioni più giovani: esprimono un'idea di lavoro orientata a interpretarlo come un "percorso" di carriera, fatto di

---

<sup>3</sup> Per una chiarificazione del neologismo, rinvio a D. Marini, *La fabbrica-gitale: quando l'industria intreccia il digitale e i servizi*, in "l'industria", XXXVII, n. 1, 2016. Si veda anche D. Marini e F. Setiffi (a cura di), *Una grammatica della digitalizzazione. Interpretare le metamorfosi di società, economia e organizzazioni*, Milano, Guerini, 2020; D. Marini e F. Setiffi, *Transformer. Le metamorfosi digitali delle imprese del Nord Est*, Milano, Guerini, 2021.

<sup>4</sup> R. Dore, *Il lavoro nel mondo che cambia*, Bologna, il Mulino, 2005; M. Panara, *La malattia dell'occidente: perché il lavoro non vale più*, Roma-Bari, Laterza, 2010.

<sup>5</sup> In Italia, la riflessione recente più compiuta è stata realizzata da A. Accornero nei suoi due testi, *Il lavoro come ideologia*, Bologna, il Mulino, 1980, e id., *Era il secolo del Lavoro*, Bologna, il Mulino, 1997, ovvero più di vent'anni fa. A livello internazionale, più contemporanea è la riflessione di R. Sennet, *L'uomo artigiano*, Milano, Feltrinelli, 2009. Su questi versanti, un approfondimento sui lavoratori dipendenti in Italia è contenuto in D. Marini, *Fuori classe. Dal Movimento operaio ai lavoratori imprenditivi della Quarta rivoluzione industriale*, Bologna, il Mulino, 2018.

opportunità di crescita professionale e di mobilità, meno legato a un “posto” fisico di lavoro. Nello stesso tempo, però, più degli adulti ritengono di coinvolgersi negli ambienti di lavoro, di voler contribuire agli obiettivi dell’impresa in cui sono inseriti. Una sorta di “identificazione in movimento”. Oppure ancora in riferimento ai criteri con cui guardano un lavoro nel momento in cui devono sceglierlo: i fattori strumentali (benefit e incentivi economici, vicinanza a casa del lavoro, poter lavorare da casa), si combinano ad altri di natura qualitativa (*work-life balance*, l’attenzione delle imprese per il sociale). In questo caso, siamo in presenza di una “strumentalità espressiva”. Insomma, dimensioni diverse delle culture del lavoro che si impastano in modo diversificato, quasi *tailor made* sui singoli soggetti.

Un secondo aspetto attiene ai valori simbolici attribuiti al lavoro. Ciò che conta in misura maggiore nella scelta di un’occupazione sono gli aspetti considerati “immateriali”, rispetto a quelli “strumentali”. Sia chiaro, ciò non significa che non si presti più attenzione al salario, alla sicurezza del posto di lavoro e alle condizioni di sicurezza nel lavoro. Che, anzi, quest’ultime risultano al primo posto dei criteri nella scelta di un’occupazione. Tuttavia, gli aspetti *soft* hanno un peso e una valenza che complessivamente supera quelli considerati *hard*. Al punto tale che, a parità di condizione, i primi diventano discriminanti nella scelta di un’occupazione. Tanto che oggi il lavoro diventa in misura crescente una “scelta” non più soltanto una “necessità”. In una sorta di rovesciamento, così come il mercato è orientato dai consumatori, per certi versi il lavoro è condizionato dalle aspettative dell’offerta di lavoro (lavoratori), oltre che dalla domanda (imprese). Non si può non leggere in questi orientamenti la centralità data alla soggettività, alla persona nel lavoro. Il cui riverbero si può intravedere anche nell’idea di giustizia sociale legata al lavoro dove prevale il criterio merito-solidale (pari opportunità a tutti di preparazione professionale, dopodiché ciascuno deve metterci impegno personale) e meritocratica (dev’essere remunerato di più chi è più bravo professionalmente), invece che egualitario (tutti devono essere remunerati circa allo stesso modo, indipendentemente dalla preparazione professionale).

Un terzo spunto, collegato al precedente, viene dalle prospettive di mobilità professionale. Quasi la metà delle persone attualmente occupate ritiene o intende cambiare lavoro prossimamente. Alcuni hanno già opportunità alternative e il motivo prevalente è legato a un aumento del reddito percepito. Ma la maggioranza complessivamente adduce motivi di natura espressiva: conciliare il tempo di vita lavorativa con quello familiare, migliorare il proprio equilibrio psico-fisico, aumentare la propria professionalità e così via. Una volta di più motivazioni legate alla soggettività dei lavoratori. Non si può tralasciare, poi, anche quella quota minoritaria, ma non assolutamente marginale (circa il 18%), di lavoratori che hanno deciso di abbandonare la propria occupazione pur essendo privi di un’altra occasione alternativa, per puri motivi personali. Fenomeno, quest’ultimo, che come raccontano le cronache – oltre ai dati istituzionali – sta avendo una sua diffusione nella fase post-pandemica.

Un quarto aspetto riguarda le differenze fra le generazioni e di genere. Nei confronti del lavoro queste differenze si evidenziano, ma forse non nel modo che ci si poteva attendere. Se, per un verso, i più giovani esprimono una visione del lavoro caratterizzato dal “percorso” più che dal “posto”; per altro verso, paiono attribuire al lavoro un livello

di intensità e di significatività inferiore rispetto ai più adulti. È come se i “figli” non assegnassero al lavoro la medesima essenza dei loro “padri”. Questa minore valenza si riflette nei confronti del prestigio sociale assegnato alle diverse professioni, così come alle caratteristiche e ai criteri attribuiti a un lavoro quando devono scegliere un’occupazione. Come se il lavoro fosse sì importante, ma assieme ad altri aspetti della vita. O come se non fosse più il criterio più importante in assoluto, ma altre dimensioni avessero assunto un’altrettanta rilevanza nel loro orizzonte. In questo senso, è plausibile che la conseguenza dell’esperienza pandemica possa avere accentuato fenomeni già presenti in modo più o meno latente.

Una differenza considerevole, invece, emerge sotto il profilo del genere. Le donne presentano profili di attenzione, selettività e attese ben più elevati della componente maschile, sotto tutti gli aspetti. Maggiore attenzione ai temi della coesione sul lavoro, delle dimensioni “immateriali” così come di quelle “strumentali”, degli equilibri fra vita professionale e familiare, della formazione e molto altro ancora. Insomma, la componente femminile esprime una cultura del lavoro esigente, partecipata, calorosa. Una cultura del lavoro che ben si attaglia a una gestione delle imprese dove la visione e i valori della centralità della persona costituiscono un vero e proprio paradigma organizzativo.

Infine, ma non per importanza, alcune questioni chiave. Anche questa ricerca mette in luce come gli abbrivi dei più giovani sul lavoro siano contrassegnati, per una parte rilevante fra loro, da itinerari brevi, flessibili, segmentati. Ciò nonostante, il loro livello medio di preparazione scolastica sia di gran lunga più elevato rispetto alle generazioni che li hanno preceduti.

Resta, al fondo, un tema non nuovo, ma che anche questa rilevazione pone in evidenza. Il declino del valore sociale del lavoro manuale. Ormai costantemente collocati al fondo delle classifiche delle professioni, lavori come l’operaio e il contadino, oggi assieme al commesso, hanno un apprezzamento sociale assai scarso, agli occhi degli stessi lavoratori che svolgono queste mansioni. Eppure, si tratta di occupazioni e funzioni in diversi casi ancora oggi fondamentali e che conoscono una scarsità nella disponibilità, in particolare fra le giovani generazioni.

Come dimostra l’elencazione raccolta nella ricerca di aggettivi collegati al termine “industria”, complessivamente la parte più rilevante degli interpellati presenta attributi negativi e incerti. Anzi, l’aggettivo in assoluti più liberamente vergato è “non so”. Come se l’industria fosse qualcosa che è uscita dallo schema cognitivo di una parte rilevante della popolazione e non si sia più in grado di descriverla. È una terra incognita. Cercare nomi nuovi per i nuovi lavori rappresenta uno sforzo cognitivo per adeguare la realtà alle rappresentazioni sociali. Soprattutto perché, in questo contesto, sono le rappresentazioni sociali più spesso a definire la realtà.

Siamo di fronte, quindi, a mutamenti culturali profondi e radicati che coinvolgono trasversalmente buona parte della popolazione, ma che ha nelle giovani generazioni e, soprattutto nella componente femminile, una diffusività più rilevante. Un cambio d’epoca dimostrato dalla graduatoria della stratificazione sociale del prestigio assegnato alle professioni. Operaio, contadino, ma anche figure come il commerciante, negoziante e l’artigiano che hanno contrassegnato lo sviluppo del nostro paese, perdono di valore, a favore di dirigenti e imprenditori. Ma anche nei criteri di scelta del lavoro, dove

prevalgono i tratti “immateriali”, rispetto a quelli più “materiali”, ridefinendo, così, anche le aspettative nei confronti dei lavori e delle occupazioni ambite.

Per questi motivi siamo di fronte a un vero e proprio caleidoscopio delle culture del lavoro, dove gli elementi strumentali, espressivi e di percorso di carriera si mescolano progressivamente, ritagliati su misura dei singoli, all’insegna della soggettività.

## Il posto e le rappresentazioni del lavoro

Il lavoro è, in questi anni di grandi trasformazioni, al centro dell'attenzione della pubblica opinione e delle agende dei governi.

Per sondare gli orientamenti degli italiani su questi argomenti, abbiamo provato a sollecitare alcune dimensioni complementari: se l'accento sul lavoro è posto più sull'aspetto della garanzia e delle tutele oppure della sfida delle opportunità, del percorso professionale. E, collegato a questo, qual è l'immaginario del lavoro in generale.

Va subito sottolineato come non emerga un'immagine monolitica del lavoro, piuttosto una sua articolazione, seppure con alcune venature prevalenti. Ma andiamo per ordine. In primo luogo, la grande maggioranza degli interpellati (74,7%) ritiene che le opportunità di crescita professionali siano decisamente più perseguibili lavorando in un'impresa del privato, piuttosto che con un impiego nel settore pubblico (25,3%), evidentemente considerato una realtà vischiosa dal punto di vista delle prospettive di carriera. Rispetto a questa valutazione, non si individuano particolari differenziazioni all'interno dell'universo, a segnalare un percepito diffuso. Ciò non di meno, l'opzione di un impiego privato è particolarmente caldeggiata da chi possiede livelli di studio elevati (80,1%, laureati) e da chi risiede nel Nord del Paese (80,0%). Viceversa, il settore pubblico è particolarmente apprezzato dalle casalinghe (37,8%) e da chi vive nel Mezzogiorno (33,8%)<sup>6</sup>

In secondo luogo, la valorizzazione dei propri talenti lavorativi vede una leggera prevalenza di chi ritiene sia mettendosi in proprio che questi si possano realizzare (55,4%), piuttosto che attraverso un lavoro alle dipendenze (44,6%). Va da sé che ciò non si traduce in un'ampia platea imprenditoriale, tant'è che attualmente i lavoratori indipendenti in Italia sono poco meno di 5 milioni, il 21% circa dell'universo degli occupati<sup>7</sup>. In questo caso, l'argomento appare più divisivo. La propensione per un lavoro autonomo è più accentuata presso le generazioni più adulte (mediamente 59%, oltre i 50 anni) e chi già oggi svolge un lavoro imprenditoriale (72,3%). Viceversa, un'occupazione come dipendente attrae maggiormente le generazioni più giovani (49%, fino a 49 anni) e chi svolge una mansione impiegatizia (49,1%).

In terzo luogo, se nel lavoro si cerchi maggiormente la "garanzia" oppure lo si prefiguri come un "percorso di carriera professionale", l'opinione degli italiani vede prevalere la prima declinazione, piuttosto che la seconda. Che un posto di lavoro stabile e sicuro costituisca ancora oggi la migliore delle garanzie per un lavoratore lo sostiene il 66,8% degli interpellati, cui fa da controcanto il 33,2% che invece mette l'accento sulle possibilità di una crescita professionale, a scapito della sicurezza e della stabilità. Dunque, nel primo caso il cardine risiede in una sorta di sentimento di precauzione, nel secondo la dimensione della soggettività ha il sopravvento. Un orientamento che pare controintuitivo rispetto a quanto rilevato fin qui, ma che plausibilmente risponde alla

---

<sup>6</sup> Nello stesso tempo, a limare un'immagine stereotipata, va sottolineato come comunque per la maggioranza di chi risiede nel Sud e nelle Isole (66,2%) un lavoro nel privato sia considerato più favorevole per una crescita del percorso di carriera.

<sup>7</sup> Fonte Istat, 2021.



condizione di forte incertezza in cui siamo immersi. La maggiore propensione verso una stabilità del posto di lavoro è più pronunciata fra classi di età centrali (mediamente 70%, 35-64 anni) e chi svolge una mansione manuale (71,7%). Per contro, l'accento sulle prospettive di crescita professionale trovano una maggiore diffusione fra le generazioni più giovani (36,8%, fino a 34 anni) e i senior (38,4%, oltre 65 anni), i pensionati (40,2%) e gli imprenditori (42,6%)<sup>8</sup>.

### Opinioni sulle condizioni legate al lavoro (%)

<b>In generale, lei ritiene che ci siano più opportunità di crescita professionale con un impiego nel settore:</b>	
Pubblico	25,3
Privato	74,7
<b>In generale, lei ritiene che ci siano più opportunità di valorizzare le proprie capacità:</b>	
Facendo un lavoro come dipendente	44,6
Mettendosi in proprio	55,4
<b>Secondo lei, potendo scegliere, sarebbe meglio avere una vita lavorativa con un posto di lavoro...:</b>	
Più stabile e sicuro, anche se non dà molte prospettive di crescita professionale e di stipendio	66,8
Meno stabile e sicuro, ma che dia più prospettive di crescita professionale e di stipendio	33,2

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

Per provare a offrire una misura di sintesi, abbiamo sommato le tre domande creando così un indice<sup>9</sup> di "orientamento al lavoro". Il risultato complessivo articola maggiormente le opinioni degli italiani in materia delle prospettive del lavoro. Si determinano, così, due gruppi:

- Il primo, e prevalente, è quello di chi interpreta soprattutto il lavoro come "percorso" di carriera (56,9%) ovvero di chi pone l'accento più decisamente sulla crescita professionale, sul lavoro autonomo, nell'idea che esso possa essere un percorso di sviluppo. Sostengono una simile opzione in particolare le generazioni più adulte (61,3%, oltre 65 anni), i laureati (61,6%), i pensionati (63,0%), i titolari d'impresa (68,1%).
- Per converso, il secondo gruppo guarda al lavoro prevalentemente con il criterio della "stabilità" (43,2%): ha una visione pragmatica e lo pensa in termini strumentali quale fattore di protezione, a scapito anche della dimensione soggettiva e di crescita professionale. Alimentano maggiormente quest'orientamento i giovani-adulti (49,1%), chi porta in tasca un diploma (44,9%) o un certificato di formazione

<sup>8</sup> È interessante osservare come anche fra i titolari d'azienda il 57,4% ritenga sarebbe meglio avere un posto di lavoro più sicuro, anche se non offre prospettive di crescita professionale. A dire quanto sia complicata tale condizione per chi opera oggi sul mercato senza protezioni lavorative e professionali. Una conferma a quanto sia più complesso di un tempo il mestiere dell'imprenditore si può trovare in D. Marini, *Il caleidoscopio delle caratteristiche degli imprenditori. Il risultato di un sondaggio*, in L. Paolazzi, M. Sylos Labini, F. Traù, *Gli imprenditori*, Venezia, Marsilio, 2016.

<sup>9</sup> L'indice dell'orientamento al lavoro è dato dalla somma delle tre variabili che ha dato origine ai seguenti punteggi: 3-4 (stabilità); 5-6 (percorso).

professionale (43,2%), le casalinghe (50,6%), chi svolge una mansione manuale (45,7%) o impiegatizia (44,3%), chi vive nel Mezzogiorno (47,3%).

Dunque, tende a prevalere – seppure con alcune differenze nelle caratteristiche sociali e, soprattutto, nel clima generale di incertezza – una maggiore propensione a sperimentarsi sul lavoro, a immaginare il lavoro più come un “percorso” di carriera, che non legato esclusivamente a una “stabilità” di un posto di lavoro.

### Indice di orientamento al lavoro (%)

	Stabilità	Percorso
<b>Totale</b>	<b>43,1</b>	<b>56,9</b>
<b>Genere</b>		
Maschio	42,6	57,4
Femmina	43,6	56,4
<b>Età</b>		
Giovani (18-34 anni)	42,8	57,2
Giovani-adulti (35-49 anni)	49,1	50,9
Adulti (50-64 anni)	42,8	57,2
Senior (oltre 65 anni)	38,7	61,3
<b>Livello studi</b>		
Basso (fino a fp)	43,2	56,8
Medio (diploma)	44,9	55,1
Elevato (laurea e oltre)	38,4	61,6
<b>Condizione</b>		
Attivi	44,2	55,8
Studenti	42,4	57,6
Casalinghe	50,6	49,4
Pensionati	37,0	63,0
<b>Lavoro</b>		
Manuale	45,7	54,3
Impiegatizio	44,3	55,7
Imprenditore/Autonomo	31,9	68,1
<b>Area</b>		
Nord Ovest	40,2	59,8
Nord Est	44,3	55,7
Centro	39,8	60,2
Sud e Isole	47,3	52,7

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

Un altro tema entrato nella discussione pubblica da qualche tempo è quello della meritocrazia che rimanda all’idea di giustizia sociale legata al lavoro<sup>10</sup>. Come vedremo, essa ha subito una vera e propria metamorfosi. Il tema del “merito” è penetrato ormai in modo rilevante presso ampie quote della popolazione e fra gli stessi lavoratori. Agli interpellati sono state proposte tre idee di giustizia sociale sul lavoro che rinviano ad altrettante opzioni culturali.

<sup>10</sup> Su questo, ed altri aspetti, legati alle trasformazioni culturali sul lavoro rinvio a D. Marini, *Fuori classe. Dal movimento operaio ai lavoratori imprenditivi della Quarta rivoluzione industriale*, op.cit.

- I “merito-solidali”: sono il gruppo prevalente e annovera quanti pensano sia giusto che a tutti siano date le medesime condizioni di partenza (un’adeguata preparazione professionale), poi però ciascuno si deve guadagnare le progressioni di carriera autonomamente, dandosi da fare da sé. Il 52,0% degli interpellati condivide questa impostazione, soprattutto nella componente femminile della popolazione (54,2%), fra i più giovani (56,0%, meno di 34 anni) e gli studenti (65,0%).
- I “meritocratici”: ritengono che i più preparati professionalmente debbano essere pagati più degli altri. Il 34,0% degli italiani condivide questa prospettiva e, in particolare, gli uomini (37,7%), i laureati (42,8%), i pensionati (45,0%). Inoltre, le coorti più adulte dei senior (41,1%, oltre 65 anni) sono concordi su questo versante valoriale.
- Gli “egualitaristi”: costituisce un insieme assai contenuto (14,0%) ed è rappresentato da chi ritiene che tutti debbano essere remunerati in modo simile, indipendentemente dalla preparazione professionale. Tale visione è particolarmente sostenuta dai giovani-adulti (25,1%, 35-49 anni), in misura inversamente proporzionale al livello di studi (16,3%, fino a qualifica professionale, mentre scende al 7,2 fra i laureati), le casalinghe (25,7%), chi svolge un lavoro manuale (20,2%) e risiede ne Mezzogiorno (18,0%).

Ciò che appare rilevante sottolineare è come sia diffusa la visione di carattere meritocratica e merito-solidale, segnalando forse più di altri aspetti una trasformazione culturale intervenuta sui temi del lavoro. Trasformazione che permane nel tempo e che il confronto con un’analoga domanda realizzata in un’indagine nazionale sulla popolazione conferma.

**Pensando al lavoro in generale, secondo Lei è più giusto che... (%)**

		2022	2021*
Merito-solidali	A tutti sia data la possibilità di una preparazione professionale, poi ognuno deve darsi da fare da sé per migliorare la propria carriera	52,0	52,9
Meritocratici	I più preparati professionalmente debbano essere pagati di più degli altri	34,0	37,9
Egualitaristi	Tutti debbano essere pagati in modo simile, indipendentemente dalla preparazione professionale	14,0	9,2

(\*) Community Research&Analysis (n. casi: 1.251), 2021

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

La stratificazione delle professioni e l’importanza sociale a esse assegnate tende a mutare fra le generazioni ed è influenzata da un insieme di motivi. Le innovazioni intervenute nel mondo del lavoro, la presenza pervasiva delle nuove tecnologie e dei sistemi di comunicazione incidono nella costruzione delle rappresentazioni culturali legate al lavoro. Una conferma di come siano mutate le gerarchie professionali nella società è fornita dall’importanza assegnata a una lista di attività.

Al vertice della stratificazione sociale troviamo appaiate le figure del dirigente e dei manager (82,0%) e dell’imprenditore (72,3%), seguite più a distanza dai liberi professionisti (56,0%). Già questi primi esiti raccontano di come la figura manageriale abbia assunto uno status assai importante, superiore a quella dello stesso imprenditore.

Più staccata viene un'altra coppia di profili professionali capeggiata dagli insegnanti (42,8%) e da influencer e blogger (43,6%), che tuttavia non superano la soglia del 50% dei consensi.

A seguire incontriamo altri due gruppi di professioni che godono però di una minore valutazione sociale. Il primo annovera i titolari di piccole realtà produttive, come gli artigiani (34,7%) e i commercianti (31,5%), oltre che quanti svolgono mansioni impiegate (32,8%). Il secondo gruppo, invece, include i contadini (24,7%), gli operai (20,8%) e i commessi (18,4%).

**Assegnando un voto da 1 a 5 (dove 1 è per nulla e 5 è moltissimo), a suo avviso qual è il prestigio di cui godono le seguenti professioni? (voto 4 e 5; %; saldo; media)**

	Giovani (-34 anni)	Senior (+ 65 anni)	Totale popolazione	Saldo*	Media
Dirigente	77,2	82,8	82,0	+76,9	4,16
Imprenditore/trice	71,5	79,1	72,3	+65,3	3,94
Libero professionista	45,4	70,5	56,0	+42,9	3,59
Insegnante	37,6	47,7	42,8	+19,4	3,28
<b>Valore medio</b>					<b>3,19</b>
Artigiano/a	26,4	45,6	34,7	+7,1	3,12
Influencer, blogger	47,0	38,0	43,6	+9,5	3,10
Impiegato/a	29,3	37,1	32,8	+6,3	3,10
Commerciante/negoziante	23,6	39,0	31,5	+5,1	3,09
Contadino/a	19,2	32,7	24,7	-25,9	2,63
Operaio/a	19,2	22,8	20,8	-30,5	2,57
Commesso/a	19,6	19,1	18,4	-38,7	2,48

(\*) Il saldo non è una differenza percentuale, ma è costituito dalla differenza fra quanti hanno attribuito un valore molto e moltissimo importante (voto 4 e 5) e poco o per nulla importante (voto 1 e 2).

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

A ben vedere, in questi ultimi due insiemi, incontriamo una serie di figure alcune delle quali hanno caratterizzato lo sviluppo economico del nostro paese: il contadino, l'operaio, il commerciante e il negoziante che appaiono oggi poco appetibili socialmente. Se pensiamo che solo fino a tutti gli anni '80 del secolo scorso la figura dell'operaio e della classe operaia, e più indietro nel tempo quella del contadino, costituivano un punto di riferimento centrale (nella società, nella contrattazione), nell'arco di 40 anni esse hanno conosciuto una progressiva diminuzione del loro valore sociale. Il loro status è crollato e con loro anche l'importanza del lavoro manuale.

Vale la pena rilevare almeno un aspetto sotteso a questi esiti. Confrontando le due generazioni estreme, i "figli" (i più giovani, fino a 34 anni) e i "padri" (i più anziani, oltre 65 anni), se per un verso, rileviamo come la stratificazione delle professioni sia sostanzialmente inalterata; per altro verso, osserviamo come presso i giovani praticamente tutte le professioni proposte ottengano punteggi generalmente inferiori a quelli, invece, attribuiti dai senior. Come a sostenere un minor prestigio sociale goduto da tutte queste professioni. Con un'unica eccezione: influencer e blogger.

Si tratta di differenze generazionali evidenti: in particolare, agli occhi dei "figli" le figure professionali soprattutto come il contadino, un po' meno l'operaio, hanno decisamente

un prestigio largamente inferiore rispetto a quello che i “padri” conferiscono. Così come lo stesso libero professionista e l’insegnante.

Nello stesso tempo, però, questi esiti mettono in evidenza un altro aspetto d’interesse. Se è vero che per i “padri” (22,8%) la reputazione dell’operaio è più elevata, rispetto ai “figli” (19,2%), tuttavia non ha una differenza così marcata fra le generazioni. Non disponendo di ricerche analoghe svolte nei decenni trascorsi, due sono le possibili spiegazioni. La prima potrebbe essere che anche nelle generazioni più adulte, nel tempo, il valore sociale assegnato a figure come quelle dell’operaio siano venute affievolendosi. La seconda, più radicale, è che il prestigio allora attribuito riverberasse più l’immaginario di alcune élite culturali, politiche e sindacali, che il sentiment popolare più generale.

Una parziale conferma alle ipotesi qui sopra enunciate vien dall’esame delle risposte offerte al prestigio godute dalle diverse professioni sulla base dell’attività lavorativa svolta.

In primo luogo, possiamo osservare come la classifica mantenga sostanzialmente lo stesso ordine della media della popolazione, fatto salvo per una minore importanza assegnata agli artigiani rispetto agli impiegati. Tuttavia, va sottolineato come il valore medio assegnato a tutte le professioni fra i lavoratori (3,13) risulti inferiore a quello attribuito dalla popolazione (3,19). Ovvero, i lavoratori attribuiscono mediamente un prestigio leggermente più basso alle diverse professioni, in una sorta di maggiore disincanto verso il loro apprezzamento.

**Assegnando un voto da 1 a 5 (dove 1 è per nulla e 5 è moltissimo), a suo avviso qual è il prestigio di cui godono le seguenti professioni? (media)**

Attività	Manuale	Impiegatizio	Imprenditore	Totale occupati
Dirigente	4,14	4,17	4,06	4,14
Imprenditore/trice	3,86	3,91	3,61	3,86
Libero professionista	3,43	3,59	3,31	3,48
Insegnante	3,27	3,21	3,30	3,25
Influencer/blogger	3,14	3,13	3,23	3,14
<b>Valore medio</b>				<b>3,13</b>
Impiegato/a	3,11	2,92	2,89	3,03
Artigiano/a	2,97	3,03	3,06	3,00
Commerciante/negoziante	3,05	2,97	2,79	3,00
Operaio/a	2,60	2,42	2,46	2,53
Contadino/a	2,55	2,45	2,48	2,51
Commesso/a	2,61	2,36	2,26	2,50

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

In secondo luogo, le valutazioni degli stessi lavoratori manuali sulla figura operaia sono leggermente migliorative (2,60) rispetto alla media della popolazione (2,57) e dei colleghi lavoratori (2,53), collocando questi al di sopra del contadino (2,51). Quindi, chi svolge una mansione manuale ha un apprezzamento migliore rispetto agli altri. Ciò non di meno, non è così elevata come ci si sarebbe potuto attendere. Non solo, dunque, è venuta meno un senso di appartenenza di classe o un prestigio di gruppo professionale, ma gli stessi lavoratori manuali attribuiscono un minore apprezzamento sociale al proprio lavoro.

Un simile esito conferma, da un lato, del minore valore simbolico attribuito al lavoro manuale e operaio. E, dall'altro, racconta che l'enfasi assegnata a suo tempo probabilmente era attribuita più a una rappresentazione sociale che a un reale apprezzamento da parte dei lavoratori, aveva una valenza ideologica più che reale<sup>11</sup>.

La ricerca ha affrontato anche il tema dei giovani, del lavoro e delle loro prospettive con l'intento di analizzare gli orientamenti della popolazione su questi versanti.

#### **Grado di accordo con le seguenti affermazioni (abbastanza e molto; %)**

	<b>Giovani (-34 anni)</b>	<b>Senior (+ 65 anni)</b>	<b>Totale popolazione</b>
I giovani desiderano ambienti di lavoro coinvolgenti	88,7	86,3	85,7
I giovani cercano opportunità di lavoro che li facciano crescere professionalmente	79,6	75,8	75,4
I giovani ambiscono a sviluppare le proprie attitudini e abilità nel lavoro	78,8	76,2	72,8
I giovani aspirano a contribuire ai successi dell'impresa	65,6	55,4	58,1
I giovani, di fronte a un lavoro, pensano più a imparare un mestiere che ai soldi	39,6	28,3	31,6
Le imprese propongono ai giovani per lo più lavori che offrono opportunità di carriera	40,4	18,8	30,3

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

Nel complesso, emerge un orizzonte venato di ottimismo nei confronti delle giovani generazioni e del loro atteggiamento verso il lavoro. Ben l'85,7% della popolazione ritiene che i giovani cerchino ambienti di lavoro coinvolgenti e opportunità di lavoro che consentano loro di crescere professionalmente (75,4%). Inoltre, il 72,8% intravede in loro il desiderio di identificarsi in un lavoro che permetta di sviluppare capacità e abilità. Un consenso inferiore è assegnato all'idea che da parte dei giovani ci sia la volontà di contribuire ai successi di un'impresa (58,1%), ma in ogni caso è la maggioranza degli interpellati a ritenere plausibile questa ipotesi.

Piuttosto, le questioni critiche sono rappresentate da due aspetti molto presenti nella vulgata quotidiana. Per un verso, solo il 31,6% pensa non sia veritiero che ai giovani interessino più i soldi che imparare un mestiere. E, per altro verso, al contrario, che il problema sia nel fatto che poche imprese propongono buone opportunità di lavoro alle giovani generazioni (30,3%).

Va notato, anche in questo caso, come le opinioni divergano a seconda delle fasce di età. In generale, le espressioni dei senior (oltre 65 anni), pur nella positività, sono mediamente un po' più negative verso i giovani e meno indulgenti verso le imprese e il lavoro. Viceversa, le generazioni più giovani vedono nel contesto produttivo aspetti più positivi.

Ma quali sono le aspettative della popolazione verso un'impresa nel momento in cui devono scegliere un posto di lavoro? Per dipanare la questione, abbiamo sottoposto un

<sup>11</sup> Rimangono un punto di riferimento ineludibile le analisi di Aris Accornero nel suo *Il lavoro come ideologia*, op. cit.

lungo elenco di dimensioni per cercare di cogliere i criteri principali attraverso i quali gli italiani guardano il lavoro.

Un primo aspetto da sottolineare è che la graduatoria definita dalle valutazioni espresse è sostanzialmente identica anche osservandola rispetto ad alcune variabili, come il genere, l'età, il titolo di studio o la condizione sociale. In altri termini, gli orientamenti espressi sono parte di un sentire diffuso e caratterizza gli orientamenti culturali più generali.

Un secondo aspetto rinvia alle priorità sottolineate dagli intervistati. Ai primi posti della graduatoria ritroviamo il tema della "sicurezza del posto di lavoro" e l'attenzione alla "sicurezza dei lavoratori". È interessante sottolineare come questa dimensione sia per tutti importante, ma trova un'accentuazione più elevata presso le generazioni più anziane (oltre 65 anni), la componente femminile e chi si trova al di fuori del mercato del lavoro (inattivi). In particolare, le giovani generazioni sembrano aver introiettato l'idea che comunque il lavoro sia divenuto più in-determinato, meno certo e sicuro di un tempo.

A questi primi criteri ne seguono altri, in misura di poco inferiore, che rinviano a dimensioni più squisitamente di natura qualitativa ed espressiva: l'atmosfera di lavoro piacevole, la possibilità di avere un equilibrio fra vita lavorativa e vita privata, l'utilizzo di criteri meritocratici tali da valorizzare i collaboratori, il sentirsi ascoltato nelle proprie esigenze dal management. Dunque, vengono evidenziate le dimensioni *soft* delle imprese che, in questo senso, diventano gli elementi *hard*, quelli basilari nella possibilità di scelta di un lavoro.

Sempre considerati importanti, ma di minor rilievo, vengono altre dimensioni più strettamente strutturali di un'impresa: la competenza professionale dei dirigenti, la sua solidità finanziaria, il contenuto interessante del lavoro e che offra prospettive chiare del percorso di carriera e opportunità di formazione.

Al fondo della classifica incontriamo altri aspetti alcuni dei quali oggi molto presenti nell'immaginario collettivo, ma che ancora non appaiono così diffusi come criteri per una scelta. Taluni hanno un tratto più strumentale, come la vicinanza a casa, la disponibilità di benefit e indennità, la possibilità di lavorare da casa. Talaltri, rinviano alle questioni della sostenibilità, dell'inclusività e la valorizzazione delle differenze, il coinvolgimento dei collaboratori, piuttosto che l'attenzione ai temi della sostenibilità o ad attività benefiche da parte dell'impresa. Non che non siano importanti agli occhi della popolazione, ma non risultano essere criteri così prioritari e determinanti.

Un terzo aspetto rinvia ad alcune differenziazioni interne all'universo sondato. Innanzitutto, osserviamo come le differenze generazionali abbiano un discreto impatto, forse però in modo inatteso. Ovvero, i "padri" più dei "figli" accentuano le valutazioni su gran parte delle dimensioni proposte. Non muta la gerarchia, ma l'intensità attribuita. E, in taluni casi, anche in modo significativo, come per la sicurezza del posto di lavoro, l'attenzione alla sicurezza sul lavoro, la competenza professionale dei dirigenti, l'attenzione alla sostenibilità e così via. Solo in pochi casi le generazioni più giovani manifestano un'attenzione peculiare, e su aspetti che sono sia strumentali (la vicinanza a casa, la presenza di indennità e benefit, la possibilità di lavorare da casa), sia espressivi (lo spirito di appartenenza, il coinvolgimento dei lavoratori, le iniziative a favore del territorio).



Analogamente a quanto abbiamo potuto osservare circa la stratificazione delle professioni, è come se le generazioni più giovani più che mutate le priorità, le abbiano diluite nell'importanza, abbiano un peso relativo e inferiore, rispetto a quanto attribuito dai loro genitori. Ed è plausibile ipotizzare che l'esperienza pandemica (si veda il tema dello *smart working* piuttosto che la vicinanza a casa) abbia inciso nel ridefinire le rappresentazioni sociali.

Semmai, appare evidente come le differenziazioni prevalenti passino attraverso la dimensione di genere e la condizione sociale. Nel primo caso, per tutti i fattori proposti il grado di attenzione della componente femminile appare più accentuato e, in alcuni casi, in modo significativamente più elevato: la sicurezza del lavoro, l'atmosfera piacevole, il *work-life balance* e la vicinanza del lavoro rispetto alla propria abitazione, il sentirsi ascoltato nelle proprie esigenze, fino all'attenzione ai temi della sostenibilità o allo spirito di appartenenza. Insomma, la componente femminile appare più selettiva ed esigente verso il lavoro, più attenta a valutare un insieme di condizioni sia di carattere espressivo che strumentale. Analogamente accade nella differenza fra chi è in condizione attiva sul mercato del lavoro e chi invece è collocato al di fuori. I primi, plausibilmente perché a diretto contatto con l'esperienza dell'essere occupato in un'impresa, risultano più attenti a quasi tutti i fattori proposti.

Dunque, il lavoro sembra perdere la caratteristica necessitante (il "dover" lavorare), per lasciare spazio alla opportunità, alla possibilità, al rispondere a criteri più di natura immateriali ed espressivi (il "voler" lavorare), che rispondono alla soggettività delle persone. In questo senso, il lavoro costituisce sempre più una *scelta*, un'opzione, e meno una *necessità*, un vincolo ineludibile.



**Assegnando un voto da 1 a 5 (dove 1 = per nulla e 5 = moltissimo), a suo avviso, quanto contano (o conterebbero, se non lavora) i seguenti aspetti nella scelta di un posto di lavoro? (valori medi)**

	Età		Genere		Condizione		Totale popolazione
	Giovani (-34 anni)	Senior (+ 65 anni)	Maschio	Femmina	Attivi	Inattivi	
Sicurezza del posto di lavoro	4,16	4,51	4,26	4,49	4,31	4,47	4,38
Attenzione alla sicurezza dei lavoratori	4,08	4,37	4,23	4,41	4,32	4,33	4,33
Un'atmosfera di lavoro piacevole	4,14	4,30	4,17	4,41	4,30	4,29	4,30
Un buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata	4,10	4,29	4,15	4,35	4,24	4,27	4,25
Politiche retributive che valorizzano i meriti dei collaboratori	4,05	4,21	4,15	4,24	4,23	4,15	4,19
Sentirsi ascoltato nelle proprie esigenze dai superiori	4,09	4,17	4,05	4,29	4,20	4,15	4,17
La competenza professionale dei dirigenti	3,90	4,19	4,04	4,25	4,13	4,18	4,15
Buona reputazione dell'impresa	3,87	4,38	4,05	4,23	4,04	4,26	4,14
Valorizzazione dei ruoli dei lavoratori	3,98	4,14	4,04	4,18	4,16	4,05	4,11
Solidità finanziaria dell'impresa	3,88	4,07	3,98	4,17	4,09	4,06	4,08
Contenuto del lavoro interessante	4,02	4,05	3,99	4,16	4,09	4,06	4,07
Prospettive chiare del percorso di carriera	3,92	4,12	3,96	4,10	4,01	4,06	4,03
Utilizzo delle tecnologie più recenti	3,83	4,08	3,98	4,06	4,03	4,02	4,02
Opportunità di fare formazione	3,82	3,98	3,87	4,04	3,93	3,99	3,96
Vicinanza a dove vive	3,92	3,76	3,81	4,05	4,00	3,86	3,94
Benefit, indennità interessanti	3,99	3,65	3,86	3,99	4,06	3,76	3,93
Attenzione alla sostenibilità, all'inquinamento	3,70	3,90	3,79	3,99	3,87	3,93	3,89
Creare uno spirito di appartenenza	3,85	3,75	3,76	4,01	3,94	3,83	3,89
Coinvolgimento dei lavoratori nelle scelte di lavoro aziendali	3,84	3,65	3,72	3,86	3,84	3,73	3,79
Attenzione alle diversità e all'inclusione sociale	3,65	3,67	3,62	3,81	3,73	3,70	3,72
Possibilità di lavorare da remoto/da casa	3,62	3,26	3,47	3,53	3,57	3,42	3,50
Sostegno a iniziative benefiche	3,45	3,04	3,28	3,46	3,48	3,24	3,37

Legenda:

Dimensione prevalente

Differenza >.20

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

Aggregando le diverse dimensioni proposte per ambiti tematici è possibile ottenere altri punti di vista interessanti. Abbiamo raggruppato gli aspetti elencati in sei aree che corrispondono a una serie di dimensioni sottostanti. La “credibilità” di un’azienda, il “rispetto” nei confronti dei collaboratori, la “equità” nei trattamenti e nei comportamenti, l’“orgoglio” e il senso di appartenenza all’azienda, la “coesione” sociale che l’azienda sviluppa e, infine, le dimensioni più “strumentali” e organizzative (si veda la tabella per i singoli fattori considerati). Pesando i diversi valori medi ottenuti sommando le variabili per ciascun ambito, possiamo individuare quali sono le priorità assegnate da parte di chi guarda a un posto di lavoro.

In prima battuta viene la questione “immateriale” che attiene alla “credibilità” dell’impresa (valore medio 4,16), cui le persone attribuiscono una particolare attenzione. In particolare, è la componente femminile a dare un peso maggiore a questo aspetto, gli adulti (50-64 anni), chi ha un basso livello di studi e non è presente sul mercato del lavoro, gli imprenditori.

Segue il tema del “rispetto” (valore medio 4,08) ovvero quelle dimensioni legate alle opportunità per i collaboratori di fare attività formative, piuttosto che di essere coinvolti nelle scelte aziendali fino alla possibilità di riuscire a coniugare meglio le sfere della vita privata e familiare con quella lavorativa. Anche in questo caso spicca la componente femminile, gli adulti (50-64 anni), chi possiede un basso livello di studi.

Le dimensioni dell’“orgoglio” e della “equità” si collocano quasi parimerito, il primo con un valore medio pari a 4,02 e il secondo 4,01. La reputazione dell’impresa e lo spirito di appartenenza, ovvero la capacità di sentirsi identificati nell’azienda, assieme ai temi del merito e dell’accettazione e valorizzazione delle diversità costituiscono le dimensioni di maggiore attenzione. In entrambi i casi, la componente femminile si segnala per essere la più attenta assieme agli adulti (50-64 anni), e in particolare sul tema della “equità” le persone in condizione attiva appaiono le più sensibili.

Il fattore “coesione” si colloca leggermente più arretrato (valore medio pari a 3,93) e raccoglie temi di attualità come l’attenzione alla sostenibilità e l’inquinamento, il sostegno alle iniziative benefiche, piuttosto che – rivolti all’interno dell’azienda – la presenza di un’atmosfera piacevole fra i colleghi e il sentirsi ascoltato dai propri superiori. La componente femminile e adulta (50-64 anni) rimarca maggiormente questi fattori, assieme agli attivi.

Infine, incontriamo l’ambito “strumenti” ovvero le pratiche concrete che vanno dalla solidità finanziaria dell’impresa, alla sua capacità di essere innovativa in virtù delle tecnologie più innovative, dalla presenza di benefit, alla possibilità di lavorare da casa. Il valore medio si attesta a 3,89, posizionandosi all’ultimo posto senza differenze di rilievo nelle caratteristiche sociali rispetto ai precedenti ambiti.

Quindi, nella scelta di un lavoro pesano in misura maggiore gli aspetti “immateriali”, come “credibilità”, “rispetto” ed “equità”, più che quelli organizzativi e “strumentali”. Le nuove dimensioni della “coesione” come l’attenzione alla sostenibilità o all’inclusione sociale, sono sicuramente importanti, ma non ancora così diffuse nella percezione e fra i criteri di scelta, neppure all’interno delle giovani generazioni.

Assegnando un voto da 1 a 5 (dove 1 = per nulla e 5 = moltissimo), a suo avviso, quanto contano (o conterebbero, se non lavora) i seguenti aspetti nella scelta di un posto di lavoro? (valori medi)

Ambiti	Dimensioni	Età		Genere		Condizione		Media popolazione	Media ambiti
		Giovani (-34 anni)	Senior (+ 65 anni)	Maschio	Femmina	Attivi	Inattivi		
Credibilità	La competenza professionale dei dirigenti	3,90	4,19	4,04	4,25	4,13	4,18	4,15	4,16
	Prospettive chiare del percorso di carriera	3,92	4,12	3,96	4,10	4,01	4,06	4,03	
	Contenuto del lavoro interessante	4,02	4,05	3,99	4,16	4,09	4,06	4,07	
	Sicurezza del posto di lavoro	4,16	4,51	4,26	4,49	4,31	4,47	4,38	
Rispetto	Opportunità di fare formazione	3,82	3,98	3,87	4,04	3,93	3,99	3,96	4,08
	Coinvolgimento dei lavoratori nelle scelte di lavoro aziendali	3,84	3,65	3,72	3,86	3,84	3,73	3,79	
	Attenzione alla sicurezza dei lavoratori	4,08	4,37	4,23	4,41	4,32	4,33	4,33	
	Un buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata	4,10	4,29	4,15	4,35	4,24	4,27	4,25	
Equità	Politiche retributive che valorizzano i meriti dei collaboratori	4,05	4,21	4,15	4,24	4,23	4,15	4,19	4,01
	Attenzione alle diversità e all'inclusione sociale	3,65	3,67	3,62	3,81	3,73	3,70	3,72	
	Valorizzazione dei ruoli dei lavoratori	3,98	4,14	4,04	4,18	4,16	4,05	4,11	
Orgoglio	Creare uno spirito di appartenenza	3,85	3,75	3,76	4,01	3,94	3,83	3,89	4,02
	Buona reputazione dell'impresa	3,87	4,38	4,05	4,23	4,04	4,26	4,14	
Coesione	Sentirsi ascoltato nelle proprie esigenze dai superiori	4,09	4,17	4,05	4,29	4,20	4,15	4,17	3,93
	Attenzione alla sostenibilità, all'inquinamento	3,70	3,90	3,79	3,99	3,87	3,93	3,89	
	Sostegno a iniziative benefiche	3,45	3,04	3,28	3,46	3,48	3,24	3,37	
	Un'atmosfera di lavoro piacevole	4,14	4,30	4,17	4,41	4,30	4,29	4,30	
Strumenti	Solidità finanziaria dell'impresa	3,88	4,07	3,98	4,17	4,09	4,06	4,08	3,89
	Utilizzo delle tecnologie più recenti	3,83	4,08	3,98	4,06	4,03	4,02	4,02	
	Vicinanza a dove vive	3,92	3,76	3,81	4,05	4,00	3,86	3,94	
	Benefit, indennità interessanti	3,99	3,65	3,86	3,99	4,06	3,76	3,93	
	Possibilità di lavorare da remoto/da casa	3,62	3,26	3,47	3,53	3,57	3,42	3,50	

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

## Il lavoro nell'industria

In precedenza, abbiamo potuto considerare quali sono i criteri con cui la popolazione, nelle sue diverse componenti, guarda al lavoro. Ora concentriamo l'attenzione nei confronti dell'industria e cerchiamo di analizzare come – nell'immaginario collettivo – essa risponda a quei criteri, in che misura li promuova per i propri collaboratori.

In primo luogo, agli occhi degli italiani, l'industria favorisce un insieme di iniziative e condizioni assai articolato. L'elemento chiave, su tutti, è l'impegno a realizzare una formazione degli occupati utile a far accrescere le competenze (16,2%). Questa opzione cresce all'aumentare dell'età dei rispondenti e giunge al 19,8% fra i senior (oltre 65 anni). Seguono poi una serie di opzioni con punteggi molto simili: la possibilità di fare carriera (13,7%), la presenza di ambienti di lavoro salubri e puliti (12,7%), la possibilità per i lavoratori di realizzarsi sotto il profilo personale (12,4%) e di essere coinvolti negli obiettivi aziendali e motivati alle responsabilità (10,5%). Tutti aspetti che non trovano, all'interno del campione, differenziazioni significative.

Vale la pena osservare, e in analogia con quanto più sopra considerato, come una serie di temi oggi al centro della discussione pubblica, siano collocati più sullo sfondo, non siano considerati fra le priorità che l'industria attua per i propri collaboratori. Si va dal fare sviluppare un senso di appartenenza all'impresa da parte dei collaboratori (8,0%), al creare ambienti di lavoro inclusivi (6,6%), dal mettere in atto azioni per lo sviluppo sostenibile (5,1%) alla valorizzazione delle diversità e differenze (4,5%). Si potrebbe sostenere che l'industria, nell'immaginario collettivo, non abbia ancora incorporato nelle sue azioni i temi che si sono imposti negli ultimi anni, non è al passo con i processi di trasformazione culturale, prim'ancora che organizzativi.

### In generale, a suo avviso, quali ritiene siano i due aspetti che le industrie promuovono per i propri collaboratori? (%)

	1° più importante	2° più importante	Totale
Formazione per far accrescere le competenze	17,4	14,9	16,2
Possibilità di fare carriera	14,5	12,9	13,7
Ambienti di lavoro salubri, puliti	16,1	9,3	12,7
Realizzazione personale	12,5	12,3	12,4
Coinvolgimento negli obiettivi aziendali	10,7	10,3	10,5
Motivazione alla responsabilità	7,6	13,0	10,3
Senso di appartenenza	7,1	8,9	8,0
Ambienti di lavoro inclusivi	5,4	7,9	6,6
Azioni per lo sviluppo sostenibile	5,0	5,2	5,1
Valorizzazione delle diversità/differenze	3,7	5,3	4,5

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

Volendo associare alla parola "industria" un aggettivo, quale accosterebbero gli italiani? Lasciando scorrere al lettore il lungo elenco di attributi<sup>12</sup>, abbia aggregato i termini

<sup>12</sup> Si veda l'elenco integrale in appendice al presente rapporto.

proposti in tre aree: quelli che presentano un'assonanza positiva, altre negativa e, infine, una ambivalente, ovvero dove i termini usati possono assumere una valenza sia positiva che negativa.

L'area più cospicua, benché non maggioritaria, associa aggettivi positivi (45,4%), all'interno della quale troviamo con più elevata frequenza attributi come "produttiva" (4,7%), "lavoro" (1,9%), "sviluppo" (1,6%) e così via.

Le espressioni negative, invece, sono meno numerose. I temi espressi frequenti ma marginali sono "obsoleta, vecchia" (5,1%), "sfruttamento" (3,2%), "inquinamento" (1,1%) e altri di questo tono.

Fra queste due aree annoveriamo un gruppo di termini ambivalenti, che non hanno una declinazione specifica. Va notato, tuttavia, che il termine più utilizzato in assoluto, e presente in questa sezione, è "non so": 18,2%. In altri termini, la maggior parte degli interpellati non è in grado di esprimere un aggettivo da associare all'industria.

E' da sottolineare come ci sia da parte di diverse persone un accostamento tra industria e meccanica-metalmeccanica, fatto da circa l'1% (con Fabbrica e Manifatturiero si arriva a circa il 2%) elemento questo che può denotare come tra la popolazione vi sia la percezione del peso e del ruolo del Settore nel Paese.

### Aggettivi attribuiti alla parola "industria"



Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

Con riferimento al ruolo delle imprese nella crescita del paese è nettamente maggioritaria la porzione di popolazione che auspica sostegni nei loro confronti perché contribuiscono alla crescita del paese e delle persone (55,2%), opzione maggiormente condivisa dai laureati (63,8%), dagli studenti (67,8%) e da chi svolge un lavoro manuale (56,4%). Largamente minoritaria è la quota di quanti auspicherebbero una

penalizzazione. Infine, poco più di quarto degli italiani (27,5%) sostiene l'idea che le imprese dovrebbero arrangiarsi da sole.

Poiché non tutta la popolazione ha una reale conoscenza di un'impresa, dove si forma l'opinione su di essa? Va da sé, che la maggioranza degli intervistati dichiara di avere maturato una valutazione a partire dalla propria esperienza diretta di lavoratore, a contatto con la vita all'interno di un'organizzazione (34,5%). E ciò riguarda tanto le persone in condizione attiva, quanto gli inattivi e, segnatamente, i pensionati (39,5%) che in precedenza avevano un'occupazione. A questi possiamo aggiungere coloro che (10,9%) trovano nelle discussioni con colleghi di lavoro una fonte per la creazione di un'opinione. Quindi, complessivamente poco meno della metà degli intervistati (45,4%) si crea la rappresentazione sociale dell'impresa a partire da una consapevolezza personale, in virtù di un'esperienza diretta.

Cionondimeno, poco più della restante metà (54,6%) dove trova alimento? I mezzi di comunicazione tradizionali (televisione, quotidiani, radio) rappresentano la fonte principale (20,4%), ma non per tutti. Questi mezzi, infatti, sono appannaggio delle fasce di età più adulte (27,9%, oltre 65 anni), della componente femminile (22,5%) e di quanti non sono inseriti sul mercato del lavoro (26,6%). Dunque, in questi casi, l'immaginario collettivo è influenzato dai messaggi veicolati da questi strumenti di comunicazione.

#### In prevalenza, dove ritiene di maturare la sua opinione sulle imprese? (%)

	Condizione		Età				Totale popolazione
	Attivi	Inattivi	Giovani (-34 anni)	Giovani-adulti (35-49 anni)	Adulti (50-64 anni)	Senior (oltre 65 anni)	
Vivendo direttamente un'esperienza dentro un'azienda	35,1	33,8	28,0	32,4	35,8	39,8	34,5
Dalla televisione, quotidiani, radio	15,3	26,6	15,2	16,2	20,6	27,9	20,4
Discutendo con familiari, amici	16,3	17,3	17,2	19,4	17,3	13,6	16,7
Discutendo con colleghi/e di lavoro	15,0	5,9	13,2	11,9	12,2	7,1	10,9
In internet, sui social (facebook, twitter, instagram,...)	11,6	8,1	16,4	9,0	8,7	7,4	10,0
Riunioni, incontri pubblici, assemblee	4,9	3,5	4,8	5,8	4,5	2,4	4,3
Ascoltando quello che si dice a scuola/nelle università	1,8	4,8	5,2	5,3	0,9	1,8	3,2

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

I social e internet, invece, vedono coinvolti mediamente il 10,0% dei rispondenti, ma tale soglia si eleva al 15,0% fra gli attivi e al 16,4% fra le generazioni più giovani (meno di 34 anni). In altri termini, la consultazione dei mezzi tradizionali di comunicazione è direttamente proporzionale al crescere dell'età, mentre i nuovi strumenti digitali si comportano esattamente all'opposto (aumenta il loro utilizzo al diminuire dell'età).

Gli ambienti relazionali caldi, come la discussione con familiari e amici, interessa il 16,7% degli italiani, evento che coinvolge maggiormente le casalinghe (20,5%), chi svolge un lavoro manuale (20,0%).

Più residuali, come importanza assegnata, risultano altre due fonti informative, come la partecipazione a riunioni, incontri assembleari (4,3%) e quanto si discute in ambienti scolastico-formativi (4,3%).



## Il lavoro, la soddisfazione e l'apprezzamento

L'ultima parte della ricerca si focalizza sui lavoratori, le loro condizioni e il grado di apprezzamento nei confronti del proprio lavoro. In prima battuta, è possibile disegnare un profilo degli occupati e delle diverse condizioni sociali.

Complessivamente il 54,8% degli italiani risulta in condizione attiva sul mercato del lavoro. All'interno di questo universo, il 65,5% ha un lavoro continuativo, il 19,8% è occupato in modo saltuario e flessibile, il 14,4% è disoccupato oppure si trova in Cassa Integrazione o in mobilità.

Scendendo maggiormente nel dettaglio, la componente maschile è decisamente più impegnata con un lavoro continuativo (47,8%), rispetto a quella femminile (24,9%), mentre non si registrano particolari differenze in relazione alla flessibilità lavorativa o alla condizione di disoccupazione/CIG. Viceversa, la condizione di casalinga è praticamente patrimonio esclusivo delle donne (27,3%, fra i maschi solo lo 0,2% dichiara di trovarsi in questa situazione). I pensionati costituiscono il 26,0% degli interpellati, senza significative differenze fra i generi.

Considerando le diverse fasce d'età è possibile mettere in risalto le diverse collocazioni e i tragitti sul mercato del lavoro. L'opportunità di avere un lavoro continuativo è in diretta proporzione al crescere dell'età. Se il 40,8% di chi ha meno di 34 anni lavora in modo continuativo, tale soglia cresce progressivamente fino a raggiungere il 50,0% fra gli adulti (50-64 anni). All'opposto, avere un lavoro flessibile e saltuario è una condizione inversamente proporzionale all'età. Il 20,0% di chi entra sul mercato del lavoro transita verso occupazioni saltuarie, precarie o non continuative, situazione che si stempera all'aumentare dell'età (11,1%, 50-64 anni). Così, l'ingresso sul mercato del lavoro, per molti giovani, è segnato da discontinuità e interruzioni, per più avanti nel tempo trovare una collocazione più stabile. Infine, la condizione di disoccupazione o di CIG risulta più diffusa nelle fasce centrali: 13,6%, 35-49 anni.

Il livello di studi appare predittivo della presenza sul mercato del lavoro, ed è ovviamente in relazione alle classi di età. Il 26,0% di chi ha al più una certificazione professionale lavora in modo continuativo, superato dal 31,0% di chi si trova nella condizione di pensionato. All'aumentare del livello di studi, cresce la probabilità di essere collocato continuativamente sul mercato del lavoro. Così, il 60,5% è occupato, mentre solo il 13,2% è pensionato. Nel contempo, la possibilità di trovarsi in una condizione di disoccupazione/CIG colpisce in misura maggiore chi porta in tasca un basso titolo di studio (10,8%), rispetto a un laureato (2,6%). E, parimenti, è più facile che una casalinga porti in tasca al più una certificazione professionale (21,0%) che una laurea (1,3%). Dunque, il livello di istruzione posseduta ha un peso importante nella presenza sul mercato del lavoro, avvantaggiando chi ha la possibilità di realizzare percorsi lunghi di formazione.



**Attualmente:**

	Lavoro continuativo	Lavoro saltuario, flessibile	Disoccupato, CIG	Ricerca 1° lavoro	Studente	Casalanga	Pensionato	Altro
<b>Totale</b>	<b>36,0</b>	<b>10,8</b>	<b>7,9</b>	<b>1,5</b>	<b>3,4</b>	<b>14,3</b>	<b>26,0</b>	<b>0,1</b>
<i>Genere</i>								
Maschio	47,8	11,3	8,3	1,7	3,5	0,2	27,2	-
Femmina	24,9	10,5	7,6	1,3	3,4	27,3	24,8	0,2
<i>Età</i>								
Giovani (18-34 anni)	40,8	20,0	8,8	6,8	15,2	7,6	-	0,8
Giovani-adulti (35-49 anni)	48,2	15,0	13,6	0,4	1,1	21,7	-	-
Adulti (50-64 anni)	50,0	11,1	9,3	-	-	16,1	13,5	-
Senior (oltre 65 anni)	8,0	0,3	0,9	-	-	11,3	79,5	-
<i>Livello studi</i>								
Basso (fino a fp)	26,0	8,8	10,8	1,3	0,8	21,0	31,0	0,3
Medio (diploma)	42,4	13,1	5,3	1,9	5,8	8,7	22,8	-
Elevato (laurea e oltre)	60,5	13,2	2,6	1,3	7,9	1,3	13,2	-
<i>Area</i>								
Nord Ovest	40,8	8,3	6,8	0,3	2,8	14,5	26,5	-
Nord Est	41,6	8,5	7,3	0,4	3,4	8,5	30,3	-
Centro	36,9	13,5	6,0	1,1	3,8	10,5	27,4	0,8
Sud e Isole	27,8	12,5	10,6	3,4	4,0	20,2	21,5	-
<i>Lavoro</i>								
Manuale	55,4	23,3	21,3	-	-	-	-	-
Impiegatizio	80,5	15,5	4,0	-	-	-	-	-
Imprenditore/ Autonomo	72,3	8,5	19,1	-	-	-	-	-

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)

L'appartenenza geografica disegna i diversi, e ben noti, disequilibri che attanagliano il nostro paese. Transitando da Nord a Sud dello Stivale, osserviamo come diminuisca progressivamente la possibilità di essere occupati in modo continuativo, passando dal 41% del Nord, al 27,8% del Mezzogiorno. Di conseguenza, aumenta la quota di lavoratori flessibili e precari (8% nel Nord, 13% nel Centro-Sud) e disoccupati (7% nel Nord, 10,6% nel Mezzogiorno). La condizione di casalinga appare più diffusa nel Mezzogiorno (20,2%) e nel Nord Ovest (14,5%), mentre il Nord Est ha il primato di pensionati (30,3%).

Infine, limitando l'analisi ai lavoratori, chi svolge un lavoro di carattere impiegatizio si trova più facilmente in una collocazione continuativa del lavoro (80,5%), seguito dagli autonomi e dagli imprenditori (72,3%) e da chi svolge una mansione manuale (55,4%). Quest'ultimi, infatti, più facilmente hanno lavori saltuari e flessibili (23,3%) oppure si trovano disoccupati/CIG (21,3%), condizione però che riguarda una fetta non marginale di lavoratori autonomi (ovvero le partite IVA: 19,1%). Va considerato, inoltre, che la maggior parte degli occupati svolge una mansione manuale (57,6%), poco più di un terzo (35,0%) ha un lavoro di carattere impiegatizio e terziario (35,0%) e il 7,5% è un imprenditore o un lavoratore autonomo.

#### Consiglierebbe di fare il suo stesso mestiere (%)

	Sì	No
<b>Totale</b>	<b>64,4</b>	<b>35,6</b>
<b>Genere</b>		
Maschio	67,5	32,5
Femmina	59,6	40,4
<b>Età</b>		
Giovani (18-34 anni)	62,0	38,0
Giovani-adulti (35-49 anni)	65,7	34,3
Adulti (50-64 anni)	64,0	36,0
Senior (oltre 65 anni)	73,4	26,6
<b>Livello studi</b>		
Basso (fino a fp)	57,2	42,8
Medio (diploma)	68,5	31,5
Elevato (laurea e oltre)	73,5	26,5
<b>Lavoro</b>		
Manuale	58,7	41,3
Impiegatizio	74,4	25,6
Imprenditore/Autonomo	61,7	38,3
<b>Area</b>		
Nord Ovest	66,9	33,1
Nord Est	63,9	36,1
Centro	64,8	35,2
Sud e Isole	61,0	39,0

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 627±629)

Ma qual è il grado di soddisfazione dei lavoratori rispetto alla propria occupazione? Abbiamo cercato di affrontare l'argomento considerandolo da diversi punti di vista. Il primo, indiretto, è di comprendere se e in che misura consiglierebbero al proprio/a figlio/a o a una sua persona cara di fare lo stesso mestiere. I due terzi dei lavoratori

intervistati (64,4%) offrono una risposta positiva all'interrogativo. Per converso, uno su tre (35,6%) è evidentemente insoddisfatto e non auspicherebbe che un proprio caro seguisse le proprie orme. Più soddisfatte sono la componente maschile (67,5%), le generazioni più adulte (73,4%, oltre 65 anni), i laureati (73,5%) e chi svolge un lavoro impiegatizio e terziario (74,4%). Viceversa, l'area di insoddisfazione alligna maggiormente fra le lavoratrici (40,4%), le generazioni più giovani (38,0%, meno di 34 anni), chi possiede un basso livello di studi (42,8%) e svolge un lavoro manuale (41,3%). Una seconda dimensione affrontata è il grado di apprezzamento di cui gode il lavoratore per il mestiere che svolge. Nel complesso, possiamo notare come il livello di stima sia relativamente elevato all'interno della sfera familiare (61,5%) e fra i colleghi di lavoro (58,7%). Meno intensa appare la valutazione da parte della compagine amicale (51,7%) e ancor meno dalla società in generale (38,0%).

**Attribuendo un punteggio da 1 a 5 (dove 1 = per nulla apprezzato e 5 = moltissimo apprezzato), quanto ritiene che il lavoro che svolge sia apprezzato, stimato... (voto 4 e 5)**

	Voto 4 e 5	Non saprei
Dalla sua famiglia	61,5	3,8
Dai suoi amici	51,7	5,4
Dai suoi colleghi di lavoro	58,7	6,3
Dalla società in generale	38,0	6,1

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 627±629)

Per avere una misura di sintesi, abbiamo creato un "Indice di apprezzamento" che somma le valutazioni espresse<sup>13</sup>. Ne scaturiscono tre profili prevalenti.

Quello più cospicuo delinea il gruppo di lavoratori che più di altri percepisce un "elevato" grado di apprezzamento del lavoro svolto e del suo ruolo (54,5%). In questo gruppo l'apprezzamento percepito è direttamente proporzionale al crescere dell'età, cosicché i senior evidenziano una soglia pari al 65,5% (oltre 65 anni). E altrettanto avviene in relazione al titolo di studio che raggiunge il 62,8% presso i laureati e il 74,5% per chi ha un lavoro imprenditoriale e autonomo.

Il secondo gruppo, che coinvolge un terzo dei rispondenti (36,6%), evidenzia un atteggiamento più distaccato e ritiene che il lavoro svolto non interessi più di tanto la cerchia sociale di riferimento, ritiene sia "indifferente" la valutazione di chi lo circonda. In questo caso ritroviamo in misura maggiore la componente maschile (38,3%), le generazioni più giovani (43,9%, fino a 34 anni), i diplomati (39,9%), chi svolge una mansione manuale (39,6%) e chi risiede a Nord Ovest (41,5%).

Il terzo gruppo è minoritario quantitativamente, ma non per questo marginale: quanti considerano sia molto "scarso" l'apprezzamento sociale per il lavoro che svolgono (8,9%). Tale opinione appare più accentuata presso la componente femminile (11,1%), le generazioni più giovani (9,4%, fino a 34 anni), chi ha un basso livello di studi (12,3%) e svolge un lavoro manuale (11,9%), abita nel Nord Est (12,4%).

<sup>13</sup> L'indice è dato dalla somma della 4 variabili considerate, che genera un continuum di valori da 4 a 20 (escludendo i "non so"). Abbiamo suddiviso i valori in tre fasce: fino a 9 (scarso), 10-14 (indifferente); 15-20 (elevato).

### Indice di apprezzamento del lavoro svolto (%)

	Scarso	Indifferente	Elevato
<b>Totale</b>	<b>8,9</b>	<b>36,6</b>	<b>54,5</b>
<b>Genere</b>			
Maschio	7,4	38,3	54,3
Femmina	11,1	34,0	54,9
<b>Età</b>			
Giovani (18-34 anni)	9,4	43,9	46,7
Giovani-adulti (35-49 anni)	8,8	35,3	55,9
Adulti (50-64 anni)	8,1	33,5	58,4
Senior (oltre 65 anni)	6,9	27,6	65,5
<b>Livello studi</b>			
Basso (fino a fp)	12,3	34,4	53,3
Medio (diploma)	8,0	39,9	52,1
Elevato (laurea e oltre)	2,7	34,5	62,8
<b>Lavoro</b>			
Manuale	11,9	39,6	48,5
Impiegatizio	4,1	35,5	60,4
Imprenditore/Autonomo	8,5	17,0	74,5
<b>Area</b>			
Nord Ovest	6,4	41,5	52,1
Nord Est	12,4	30,2	57,4
Centro	7,7	39,4	52,9
Sud e Isole	9,7	34,1	56,2

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 627±629)

Negli ultimi periodi è stata molto enfatizzato dai mezzi di comunicazione il fenomeno della “fuga dal lavoro”, le dimissioni volontarie, che sulla scia del dibattito americano sulla *Great Resignation* sta interessando anche il nostro paese. Sembra sia la più singolare novità causata della pandemia<sup>14</sup>.

In che misura i lavoratori italiani hanno intenzione di cambiare la propria occupazione nei prossimi periodi? L’universo sondato, a fronte di una simile prospettiva, si suddivide quasi a metà. La leggera prevalenza va a chi non ha intenzioni di fare una simile scelta (54,9%), mentre il restante 45,1% - con diverse modalità e tempi – esprime invece l’intenzione di cambiare. E, in particolare, è interessante considerare come una quota non marginale (15,7%) manifesti l’intenzione di dimettersi anche senza avere un’altra offerta di lavoro. Ma andiamo per ordine.

Il proposito di cercare un’altra occupazione è inversamente proporzionale al crescere dell’età. Quanto più si è giovani, maggiore è l’intenzione di cercare una nuova occasione di lavoro (64,3%, meno di 34 anni), propensione che intuitivamente scema con l’aumentare dell’anzianità (17,2%, oltre 65 anni). Il possesso di un diploma (49,6%) e lo svolgere una mansione manuale (51,4%) costituiscono altri due aspetti che spingono a mobilitarsi sul mercato, oltre a risiedere nel Mezzogiorno (50,3%).

<sup>14</sup> Si veda J. Fuller, W. Kerr, *The Great Resignation Didn’t Start with the Pandemic*, in “Harvard Business Review”, 2021, <https://hbr.org/2022/03/the-great-resignation-didnt-start-with-the-pandemic>.

La ricerca di un'altra opportunità occupazionale indipendentemente dall'aver già in mano una proposta, come già evidenziato, coinvolge il 15,7% dei lavoratori sondati. Fra questi, appare più propensa la componente femminile (18,2%), le generazioni più giovani (22,2%, fino a 34 anni) e i giovani-adulti (19,0%, 35-49 anni), chi ha una qualifica professionale (17,5%) o un diploma (16,4%), quanti svolgono una mansione manuale (19,2%) o fanno un lavoro autonomo (17,0%), i lavoratori del Centro (19,1%) e del Mezzogiorno (16,9%).

### Intenzione di cambiare lavoro (%)

	No	Sì
<b>Totale</b>	<b>54,9</b>	<b>45,1</b>
<b>Genere</b>		
Maschio	55,5	44,5
Femmina	53,8	46,2
<b>Età</b>		
Giovani (18-34 anni)	35,7	64,3
Giovani-adulti (35-49 anni)	49,8	50,2
Adulti (50-64 anni)	70,4	29,6
Senior (oltre 65 anni)	82,8	17,2
<b>Livello studi</b>		
Basso (fino a fp)	57,5	42,5
Medio (diploma)	50,4	49,6
Elevato (laurea e oltre)	58,0	42,0
<b>Lavoro</b>		
Manuale	48,6	51,4
Impiegatizio	63,5	36,5
Imprenditore/Autonomo	63,8	36,2
<b>Area</b>		
Nord Ovest	60,8	39,2
Nord Est	54,3	45,7
Centro	55,3	44,7
Sud e Isole	49,7	50,3

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 627±629)

Il motivo principale della scelta di cambiare occupazione trova fondamento in particolare in una ragione strumentale, la possibilità di aumentare la retribuzione percepita (34,8%), presupposto prevalentemente sostenuto dai lavoratori più anziani (40,0%, oltre 65 anni), da chi ha al più una qualifica professionale (39,8%), da chi fa un lavoro autonomo (41,2%) e risiede nel Nord Ovest (46,3%).

Seguono, più a distanza ma appaiate fra loro, altre dimensioni più squisitamente espressive, legate al miglioramento della propria salute fisica e mentale (19,6%), sottolineata dalle età più adulte (20%, oltre 50 anni), da chi ha una qualifica professionale o un diploma (20,0%) e vive a Nord Est (26,7%). Avere maggiori possibilità di progredire nella crescita professionale (13,6%), assieme alla flessibilità nell'organizzare l'orario di lavoro e quindi migliorare il proprio *work-life balance* (13,1%), costituiscono altre dimensioni importanti. Il primo caso è sostenuto particolarmente dai laureati (22,9%), il secondo dagli uomini (15,6%), dai più giovani (17,3%, fino a 34 anni),

da chi possiede un basso livello di studi (15,3%) e vive nelle aree di piccola impresa (18,3%, Nord Est; 15,6%, Centro). Una misura analoga si raccoglie nell'opportunità di mettere a frutto le proprie passioni personali (12,4%) che trova fra le lavoratrici (18,1%) e i lavoratori più anziani (40,0%) i maggiori sostenitori.

**Il motivo principali per cui intende cambiare lavoro (%)**

Aumentare la retribuzione	34,8
Migliorare la salute fisica e mentale	19,6
Avere più opportunità di crescita, carriera	13,6
La flessibilità nell'organizzare l'orario di lavoro	13,1
Avere l'opportunità di mettere a frutto le mie passioni personali	12,4
La maggiore vicinanza della sede di lavoro	6,5

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 282±284)

**Appendice**

**Nota metodologica**

La popolazione oggetto di campionamento è costituita dalla popolazione con oltre 18 anni in Italia ripartita per macroregioni (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole), genere, età. Il campione ammonta a 1.200 casi. Le distorsioni sono state in seguito bilanciate in fase di elaborazione post-rilevazione – con riferimento ai dati Istat – attraverso procedure di ponderazione che hanno tenuto in considerazione le variabili di stratificazione campionaria sopra citate.

Le interviste sono state realizzate con il sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) e CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) nel periodo 24 giugno – 6 luglio 2022. La rilevazione è stata realizzata dalla società Questlab srl di Venezia Mestre. L'impianto del questionario è stato rivisto a più riprese con Federmeccanica. L'indagine è stata progettata e realizzata da Community Research&Analysis. Daniele Marini ha impostato e diretto la ricerca, curato gli aspetti metodologici, l'elaborazione dei dati e la redazione del report.