



FABER

GIOVANI | IMPRESE | TERRITORIO



«L'ape indaffarata non ha tempo per rattristarsi» WILLIAM BLAKE

IL LAVORO RESTA UN VALORE? LA RIVOLUZIONE DELLA GEN Z

Sandro Veronesi, fondatore e presidente di Oniverse, invitato a Como da Cometa e Confindustria Como
«Se fino a poco tempo fa era scontato che fosse l'azienda a scegliere il candidato, oggi non è più così»

MARIA GRAZIA GISPI

Giovani e lavoro, il grande mismatch che preoccupa le imprese, e non solo quelle italiane, è al centro delle riflessioni di Sandro Veronesi, fondatore e presidente di Oniverse, nuova denominazione del Gruppo Calzedonia.

Sta davvero cambiando la relazione tra giovani e lavoro e qual è la sua percezione di ciò che sta accadendo?

Il nostro Gruppo ha sempre investito sui giovani con la conseguenza che abbiamo un'azienda di giovani. Abbiamo scelto, fin dall'inizio, di assumere tendenzialmente ragazzi senza esperienza, in uscita dalle scuole e, in quarant'anni, notiamo che il loro atteggiamento nei confronti del lavoro è cambiato. In particolare la diversità di attitudine è più marcata dopo la pandemia. Se fino a poco tempo fa era dato per scontato che fosse l'azienda a scegliere il candidato, oggi non è più così, anche il candidato sceglie l'impresa dove lavorare. Ci sono aspettative diverse in relazione a un cambiamento profondo della società.

Un cambiamento di quale tipo e dovuto a quali fattori?

Ci sono meno giovani, la natalità ha ridotto la platea delle giovani generazioni in modo estremamente significativo. L'Italia ha perso in vent'anni oltre un quinto dei giovani sotto i 35 anni. Non solo, il fatto che le famiglie abbiano meno figli, spesso figli unici, condiziona anche i modelli educativi. Alcuni trattano i figli come principi fino al giorno in cui iniziano a lavorare. Così quando un ragazzo si trova in un contesto lavorativo fa fatica a capire che deve confrontarsi con i colleghi con valori differenti.

Quali pensa siano i valori che i giovani oggi premiano nella scelta del lavoro?

Anche in questo caso c'è uno scarto tra quello che accadeva prima e oggi. Se era comprensibile che un lavoratore lasciasse l'azienda per esigenze familiari, perché aveva una fidanzata in un'altra regione e doveva spostarsi o perché aveva trovato un altro lavoro. Queste motivazioni ci sono anche oggi, ma si affiancano ad altre del tipo "devo



In vent'anni l'Italia ha perso oltre un quinto dei giovani under 35 FREEPIK

prendermi sei mesi per me stesso per capire cosa voglio fare". Quel tempo se lo possono permettere anche perché ci sono comunque i genitori che li sostengono economicamente. Forse se quei genitori fossero meno protettivi, anche il rapporto con il lavoro sarebbe ugualmente dinamico ma con un maggior senso di responsabilità.

Si tratta quindi di un fenomeno legato alle famiglie e molto "italiano"?

No, è mondiale. Sicuramente la facilità con cui ci si dimette da un posto di lavoro è diffusa in Europa, ma ha cominciato a diffondersi, come attitudine e comportamento, negli Stati Uniti e osserviamo che persino in Giappone, dove tradizionalmente si nasceva in un'azienda e si moriva nella stessa azienda, ci sono segnali di un cambiamento in questa direzione.

Ritiene che lo sviluppo della tecnologia possa, in prospettiva, realizzare un mondo dove il lavoro non sia più al centro della nostra vita e pensa, in particolare, che l'intelligenza artificiale possa essere una minaccia per il lavoro delle persone?

C'erano queste preoccupazioni anche quando sono stati introdotti i computer o i robot. Eppure guardiamo ora le aziende: non hanno meno dipendenti.

Quello che è vero è che si producono nuove esigenze in termini di competenze, nascono nuovi lavori e servono attività che sappiano gestire le nuove macchine. Perché sempre di macchine si tratta.

Si faranno quindi lavori diversi, magari meno ripetitivi, magari di qualità superiore, ma non diminuiranno le competenze richieste, anzi, aumenteranno e

diventeranno sempre più alte e sofisticate.

Quello dell'intelligenza artificiale è un ulteriore passo dopo i tanti che la tecnologia ci ha permesso di fare.

Come ritiene che un Gruppo come il vostro possa adoperarsi per essere sempre più attrattivo nei confronti dei giovani e come può "valorizzare i talenti"?

Le aziende devono capire che le risorse umane sono scarse e lo saranno sempre di più. In questo senso intercettare, formare e trattenere i giovani è e sarà sempre di più uno dei punti centrali. Nel nostro Gruppo dedichiamo molto tempo e impegno alla formazione delle persone che entrano in azienda. Abbiamo sempre investito in questo, a cominciare dalle nostre origini ma forse oggi ancora di più. E come coltivare: si fa una selezione, perché l'investimento in formazione venga speso nei confronti delle persone giuste, le più ricettive e vicine al nostro mondo. Non sempre però si hanno gli stessi risultati, a volte la formazione in azienda non va a buon fine, a volte si ma le persone si spostano. È nell'ordine delle cose.

Consiglierebbe a un giovane di andare all'estero a studiare e a fare esperienza?

Sì, all'estero o in Italia, l'importante è allontanarsi dalla protezione familiare. Andare all'estero apre comunque a una visione che arricchisce il profilo professionale quando si torna in Italia.

Ma tutte le esperienze sono utili. Un tempo poteva anche capitare che un ragazzo d'estate ed erano esperienze preziose per il futuro e per la soddisfazione di cominciare a guadagnare qualcosa in autonomia. Oggi non è più possibile per la burocrazia che comporta per l'azienda. La mentalità della protezione limita la possibilità di crescere. Un limite che impoverisce sempre di più la cultura del lavoro, la maturità e l'autonomia dei giovani.

Nella selezione del personale, al di là delle competenze tecniche, quali sono i fattori premianti?

Il punto centrale è la reciprocità che sta nella parola "rapporto" di lavoro. Dove il rapporto ha due obiettivi: deve funzionare per l'azienda ma anche per il dipendente che vi opera. Chi è capace di buone relazioni ha modo anche di formarsi bene, di interagire con il contesto azienda e riceve anche, in restituzione, un buon ambiente nel quale inserirsi. La capacità relazionale si può anche insegnare a scuola. Certo, in questo modo bisogna essere capaci di intendere il proprio lavoro non solo come fonte di reddito, ma come elemento che concorre alla propria identità e socialità. A questa visione una certa cultura ha sottratto senso e per questo la società è sempre più in crisi.

Quale tipo di cultura sottrae significato e valore al lavoro?

C'è una riduzione del senso di comunità. Il rispetto e l'amore

per i valori sociali si stanno riducendo. Mi riferisco al fatto che va compreso come il lavoro non debba essere ridotto a una fonte di reddito. Lo è certamente ma non si esaurisce in questa visione. Invece c'è stato un recente movimento politico e un filone culturale che promuove l'assistenzialismo sociale e scapito del senso del lavoro. Una cultura dei diritti a prescindere dai doveri che danneggia soprattutto i più fragili.

Perché?

Perché proprio le persone più deboli sono quelle che richiedono più servizi. Ma se i servizi sono solo quelli che si pretendono e meno quelli che si tendono ad erogare, l'intero sistema sociale si incrina.

Tutti vorremmo andare in ospedale e trovare un medico libero e disponibile, ma il medico nel fine settimana vorrebbe invece essere libero, così come i negozianti che invece tengono aperto il sabato e la domenica. Il nostro ruolo come fornitori di servizi e il nostro ruolo come fruitore di servizi deve basarsi su un senso di reciprocità di diritti e doveri che è il collante della comunità. In questa logica si comprende anche il valore del lavoro, al di là della remunerazione economica. Per questo ridurre la soluzione di tutto all'erogazione o meno di un reddito di cittadinanza è stato un errore, ha avvilito il senso di identità, appartenenza, cura che un ruolo lavorativo può dare.

CRIPRODUZIONE RISERVATA



Sandro Veronesi

LA SCHEDA

GRUPPO di 8 marchi moda
Il gruppo Oniverse, già Calzedonia, realtà fondata da Sandro Veronesi nel 1986, ha assunto il nuovo nome nel 2023 scelto per richiamare la parola inglese "universe".
Rappresenta quindi l'universo del gruppo, composto da brand, persone e valori. Oniverse è anche l'anagramma del cognome Veronesi, la famiglia che guida l'azienda. L'azienda si è sviluppata inizialmente secondo il modello del franchising e nel 2009 Calzedonia diventa uno dei sette gruppi nazionali ad aver superato la soglia del miliardo di fatturato. Oniverse oggi è proprietaria di otto marchi del settore abbigliamento e commercializzati in oltre 5 mila punti vendita monomarca.