

L'OPPORTUNITÀ DEL SECOLO: QUATTRO GENERAZIONI IN AZIENDA

di Flaminia Fazi, CEO di U2COACH

VIVIAMO TEMPI MOLTO COMPLESSI: lo stress da questi impresso sui processi e sulle persone può rischiare di farci perdere la grandissima opportunità di crescita che può derivare dall'includere tutte le generazioni presenti in azienda dando loro voce e possibilità di scambiare alla pari prospettive ed euristiche.

Per effetto delle recenti leggi sul lavoro e per l'avvicinarsi più rapido dei cambiamenti generazionali, con l'inserimento dei più giovani in azienda si trovano a collaborare persone che appartengono a quattro generazioni differenti: i Baby Boomers, nati tra il 1946 e il 1965, i Generazione X, nati tra il 1966 e il 1981, i Millennials o Generazione Y, nati tra il 1982 e il 1997, i Generazione Z, nati tra il 1998 e il 2010. Le date che distinguono i passaggi tra una generazione e l'altra in Italia sono ritardate di qualche anno rispetto a quelle cui si fa riferimento negli USA per effetto del ritardo con il quale nel nostro Paese si manifestano i cambiamenti culturali, specialmente quelli riguardanti l'ado-



zione di nuove tecnologie, ossia ciò che sta sempre più influenzando questi cambiamenti.

Storicamente i conflitti generazionali sono da considerarsi normali e inevitabili, proprio per il fatto che le generazioni si identificano attraverso eventi specifici vissuti e cambiamenti tecnologici condivisi. Conflitti che tuttavia mantengono le diverse generazioni su posizioni di contrapposizione e difficoltà di scambio e comunicazione: ciò ha in azienda un impatto negativo sulla qualità del lavoro e dell'esecuzione, oltre a demotivare chi non si sente incluso e stimolato a mettere in gioco tutta la propria intelligenza ed energia, fino a scegliere di cambiare azienda, soluzione normalmente facile per i più qualificati e performanti.

Le indicazioni della nostra SurveyDEI

Siete preparati a pagare il prezzo che deriva dal trattare le nuove generazioni con un atteggiamento "negativo"?

La nostra esperienza ormai ventennale nell'accompagnare le aziende clienti a sviluppare una cultura di inclusione capace di attrarre e valorizzare i talenti ci ha fatto approfondire i tratti caratteristici della cultura che ogni generazione porta con sé in ogni azienda da diversi punti di vista: innanzitutto la cultura della leadership e del lavoro, poi la gestione di vita lavorativa e vita privata e il suo equilibrio che per ogni generazione è differente, infine la comunicazione con i suoi canali e codici. La nostra SurveyDEI ci ha permesso di intercettare nicchie di sviluppo anche in aziende che hanno un'esperienza pluridecennale di iniziative a supporto dell'inclusione delle diversità e di orientare così al meglio le nuove attività da implementare.

I risultati della SurveyDEI hanno messo in evidenza quanto importanti siano gli aspetti legati alla comunicazione e alle prassi della leadership in azienda

affinché tutti si sentano effettivamente ascoltati e visti per i propri contributi, spostando l'asse dalla "diversità" alla "unicità", e quindi dalla "inclusione" alla "valorizzazione", così da trovare il modo di costruire team e contesti produttivi a cui le persone sentano di voler appartenere.

Importanti diventano gli interventi che proponiamo, come i laboratori di inclusione e i programmi di mentoring, finalizzati a far integrare le diverse prospettive, in modo che il capitale umano e tecnico si rafforzi nel quotidiano e permetta a tutti di crescere insieme, evitando che si creino nicchie di esclusione: quelle che impediscono il trasferimento di informazioni e conoscenze spesso vitali per dare continuità al business e per sviluppare l'innovazione necessaria a cavalcare le trasformazioni dei mercati e dei business.

Queste attività, insieme alla formazione alla leadership inclusiva e ad accompagnamenti individuali, sono spazi strategici in cui si sviluppa quella cultura della valorizzazione delle unicità di ognuno in azienda che permette di cogliere tutte le opportunità di cui le persone sono portatrici.



nutritional supplier for your mind

www.u2coach.it

Harvard Business Review

 **ITALIA**



NOVEMBRE 2023

MENSILE € 13,50

Strategis EDIZIONI

Una strategia per sfruttare al meglio GenIA

Impariamo
a realizzarne
i benefici
limitando
al contempo
i rischi

PAGINA 17



POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N. 46) ART. 1 COMMA 1, DCB MILANO. PRIMA IMMISIONE SUL MERCATO: 3 NOVEMBRE 2023