



La generazione dei nativi digitali sta per contribuire in modo decisivo alla crescita economica – ma serve un piccolo aiuto

L'ultima ricerca di Citrix mostra che i giovani lavoratori possono portare una crescita addizionale di 1,9 miliardi di dollari se avessero a disposizione gli strumenti più adatti alla nuova realtà del lavoro.

Milano, 25 maggio 2021 – Oggi i giovani professionisti sono il motore dell'economia della conoscenza e saranno i leader aziendali di domani. Secondo "The Born Digital Effect", l'ultima ricerca realizzata da [Citrix Systems, Inc.](https://www.citrix.com) (NASDAQ:CTXS), sono pronti a portare una crescita addizionale di 1.9 miliardi di dollari in profitti aziendali, ma hanno bisogno del giusto supporto per riuscirci.

Composta dai lavoratori detti "Millennial" (i nati tra il 1981 e il 1996) e da quelli della "Generazione Z" (i nati dopo il 1997), i nativi digitali sono la prima generazione a essere cresciuta in un mondo del tutto tecnologico e ora rappresentano la maggior parte della forza lavoro a livello globale.

"Questi giovani lavoratori sono diversi dalle generazioni precedenti perché da sempre conoscono soltanto un mondo guidato dalla tecnologia" ha detto Fabio Luinetti, Country Manager di Citrix Italia. "Per far sì che possano avere successo nel prossimo futuro le aziende devono capire i loro valori, le loro aspirazioni e il loro stile di vita e di lavoro e investire nella loro crescita."

Per aiutarle a fare questo, Citrix, insieme alle società di ricerca Coleman Parks Research e Oxford Analytica, ha realizzato The Born Digital Effect, uno studio che ha combinato una ricerca globale di opinione effettuata tra 1000 leader d'azienda e 2.000 lavoratori della conoscenza in 10 Paesi, per capire che cosa i nativi digitali vogliono dal mondo del lavoro, corredata da un modello economico capace di quantificare l'impatto che possono avere sul business e sull'economia in senso lato.

Un fraintendimento di base

Tra i risultati della ricerca colpisce il fatto che quando si tratta di capire che motiva maggiormente i lavoratori più giovani, i leader d'azienda di oggi sono totalmente fuori strada:

La stabilità del lavoro e un buon equilibrio tra lavoro e vita privata sono la cosa più importante- Di fronte ad un ambiente di lavoro incerto, i giovani lavoratori sono interessati soprattutto ad alcuni elementi fondamentali come la stabilità e la sicurezza della carriera (87%) e un buon equilibrio tra lavoro e vita privata (87 %). Questo viene poco capito dai leader d'azienda, che pensano che per i lavoratori più giovani conti soprattutto l'ultima tecnologia del workspace e le opportunità di formazione.

I leader sopravvalutano la presenza in ufficio – Il 90% dei nativi digitali non vuole tornare in ufficio a tempo pieno dopo la pandemia e preferisce un modello di lavoro ibrido. In particolare:

- Oltre la metà (51 %) vuole continuare a lavorare da casa per tutto o comunque per la maggior parte del tempo.
- Il 18% vorrebbe un modello di lavoro ibrido con più tempo trascorso in ufficio

- Il 21% vorrebbe un modello ibrido con il tempo equamente diviso tra casa e ufficio.
- Solo il 10% vorrebbe tornare in ufficio a tempo pieno

Il 58% dei leader d'azienda, però, pensa ancora che i lavoratori più giovani vogliano passare tutto o la maggior parte del loro tempo dedicato al lavoro in ufficio.

Nonostante la preferenza per il lavoro da remoto, comunque, i nativi digitali non negano affatto l'importanza dell'interazione sociale in un contesto lavorativo, con il 68% che ne riconosce il valore indiscusso.

“Via via che le aziende si adoperano per abilitare la possibilità di lavorare da qualsiasi location, devono comunque offrire opportunità ai lavoratori per ritrovarsi, sia fisicamente negli uffici, sia virtualmente da casa per mantenersi connessi, coinvolti, motivati e preparati” ha aggiunto Luinetti.

Più di ogni altra cosa, i nativi digitali vogliono flessibilità e possibilità di scelta – Nonostante la settimana lavorativa di 5 giorni sia ancora un modello comunemente adottato, i nativi digitali vorrebbero avere l'opportunità di lavorare 4 giorni soltanto, potendo scegliere (17%). Si aspettano anche di poter decidere quando iniziare e finire la loro giornata lavorativa (27%) mentre una minoranza vorrebbe un lavoro del tutto destrutturato o comunque basato solo sul risultato (7%).

Vogliono avere libertà e desiderano che i risultati che portano vengano riconosciuti – Quando si chiede di identificare i 3 più importanti aspetti della cultura aziendale che ricercano quando valutano un'opportunità professionale, i nativi digitali citano questi:

- Autonomia, o la possibilità di lavorare in un ambiente a elevato tasso di fiducia (83 %)
- Un guadagno che riconosca e ricompensi le loro performance (81 %)
- Leadership forte e visibile (79 %)

Giovani lavoratori e leader d'azienda abitano mondi digitali diversi – Solo il 21% dei leader d'azienda utilizza app di messaggistica istantanea come Slack o Whatsapp per motivi di lavoro, rispetto all'81% dei nativi digitali. Solo il 26% dei leader d'azienda ama utilizzare queste app per lavoro, rispetto all'83% dei nativi digitali.

Vision e valori aziendali sono un privilegio, non una priorità – Solo il 30% dei nativi digitali lascerebbe un'azienda priva di una visione e di valori, rispetto al 69% dei leader. E solo il 28% dei nativi digitali abbandonerebbe un ruolo se capisse che la cultura aziendale non valorizza la loro personalità in maniera adeguata, rispetto al 58% dei leader d'azienda.

Come chiariscono i dati, i leader d'azienda di oggi sono chiaramente disconnessi da quello che i nativi digitali vogliono davvero dal lavoro. Al fine di sviluppare appieno il loro potenziale e il loro valore, devono invece esserne maggiormente consapevoli.

Il futuro è nelle loro mani

“Attrarre e fidelizzare i nativi digitali richiederà alle organizzazioni di investire nel modello di lavoro e negli strumenti necessari per creare il workspace flessibile, efficiente e motivante che questa

generazione desidera e in cui riesce a crescere,” ha aggiunto Luinetti “E nel fare questo, ci saranno chiari vantaggi economici.”

Per quantificare questi vantaggi, Citrix ha lavorato con un team di economisti per costruire un modello economico che valuti l’impatto dei nativi digitali sulla profittabilità delle aziende, esaminando la relazione tra le dimensioni della popolazione di nativi digitali di un paese e la profittabilità delle aziende di quel Paese.

“Come mostra il modello, le aziende in Paesi con una popolazioni di nativi digitali sopra la media potrà vedere un incremento dei profitti aziendali equivalente a oltre l’intera capitalizzazione di mercato FTSE 100.” Ha concluso Luinetti.

I Paesi presi in considerazione dallo studio con sistemi educativi relativamente ben sviluppati o una popolazione giovane – per esempio USA, Cina, Emirati Arabi Uniti, Messico, UK e Olanda – stanno beneficiando più di altri della presenza di una consistente popolazione di nativi digitali, che li sta aiutando ad assicurare alle aziende maggiore profittabilità, adesso e in futuro.

Al contrario, i Paesi con una popolazione relativamente più vecchia come Francia, Germania e Giappone possono ottenere risultati migliori investendo nell’educazione superiore e in infrastrutture digitali, cercando attivamente giovani lavoratori e adattando i loro spazi e i loro modelli di lavoro per essere pronti a partire sin da oggi.

Per saperne di più sullo studio “Born Digital” e su come creare un ambiente a misura di nativi digitali cliccate [qui per scaricare una copia di The Born Digital Effect](#).

Lo studio

La metodologia di ricerca è stata sviluppata dalla società Man Bites Dog, con il supporto di Citrix. Il lavoro relativo al modello economico è stato realizzato dalla società di consulenza Oxford Analytica e il sondaggio di opinioni indipendente è stato realizzato dalla società di ricerche Coleman Parkes.

Modello economico: un modello in 5 step è stato realizzato per stimare la correlazione tra la popolazione dei nativi digitali (definiti come lavoratori tra i 18 e i 40 anni altamente specializzati e con ottima conoscenza della tecnologia) e la profittabilità aziendale. Il modello ha valutato l’associazione dei due fattori in 53 Paesi che abbiamo utilizzato di conseguenza per evidenziare le implicazioni per Francia, Germania, Olanda, UK, Messico, USA, Emirati Arabi Uniti, Cina, India e Giappone.

Sondaggio d’opinione: Tra il 2020 e il 2021 abbiamo intervistato 2.000 nativi digitali tra i lavoratori della conoscenza (750 della Generazione Z e 1.250 Millennials) e 1,000 leader d’azienda di grandi e medie aziende. Gli intervistati erano in Francia, Germania, Olanda, UK, Messico, USA, Emirati Arabi Uniti, Cina, India e Giappone. Lo studio si è focalizzato sui seguenti settori: servizi finanziari, sanità e scienze naturali, tecnologia, servizi professionali, produzione e retail.