

Il 54% delle aziende non fa niente per favorire il rapporto tra generazioni diverse sul lavoro

2025-03-31 12:39:28 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2025/03/31/54-aziende-favorisce-rapporto-generazioni/>

Il 54% delle aziende italiane non fa nulla per favorire **il rapporto tra generazioni diverse** in ambito lavorativo e non ha intenzione di farlo in futuro. A rivelarlo è un'indagine realizzata da Adecco Group e dall'Istituto Piepoli. Il tema è fondamentale per l'87% dei lavoratori, ma un terzo dichiara che la sua azienda non considera adeguatamente le esigenze generazionali. Solo il 10% è a conoscenza delle iniziative prese dalla società in questo senso.

Gli effetti

L'inazione delle aziende ha come risultato quello di **alimentare gli stereotipi**. Il 30% dei lavoratori dice di essere vittima di pregiudizi legati all'età, che si traducono in commenti negativi e battute inappropriate, mentre per il 37% delle aziende gli stereotipi si concretizzano soprattutto in **un diverso trattamento economico**. Per un'azienda su quattro i lavoratori sono discriminati in base all'età quando si tratta di coinvolgerli in progetti importanti, e per il 20% dei lavoratori l'età influisce sulle opportunità di assunzione e promozione.

Le cause

Tra i fattori che impediscono una sana collaborazione tra i dipendenti di generazioni diverse, il più citato da aziende (42%) e lavoratori (34%) è **lo stile comunicativo diverso**. Seguono, per le aziende, il diverso modo di relazionarsi con colleghi e superiori (39%), mentre i lavoratori citano le competenze tecnologiche (22%). La diversa dedizione al lavoro è ritenuta più significativa dalle aziende (34%) che dai lavoratori (22%). Le imprese attribuiscono anche caratteristiche diverse ai lavoratori delle varie generazioni. A loro giudizio, i Millennial si distinguono per spirito di squadra (32%), capacità di risoluzione dei problemi (29%) e di adattamento (24%). La Generazione Z è considerata la meno resistente al cambiamento (2%), dietro Generazione X e Baby Boomer (14%) e Millennial (10%). Alla Generazione Z le aziende riconoscono invece una maggiore familiarità con la tecnologia (37%) e un'ottima predisposizione all'apprendimento (21%), ma la giudicano meno capace di gestire lo stress (14%).

"Rendere gli ambienti di lavoro più fluidi e inclusivi"

“Nonostante ci sia ancora molta strada da fare affinché le aziende, soprattutto di piccole dimensioni, mettano a terra strategie specifiche e concrete per la gestione del mix generazionale, la collaborazione tra colleghi di età differenti è valutata positivamente dalle aziende, in particolare da quelle di medie dimensioni, ed è riconosciuta come elemento capace di portare indubbi vantaggi”, ha dichiarato **Virginia Stagni**, chief marketing officer di Adecco Group in Italia. “Circa tre aziende su quattro considerano importante affrontare i temi legati al mix generazionale, e più di un terzo di queste lo considera un tema ‘molto importante’. La sensibilizzazione, inoltre, cresce ancora di più se si guarda alle aziende di grandi dimensioni. D'altro canto, il 50% delle aziende intervistate ritengono che una scarsa collaborazione tra generazioni possa essere dannosa per la produttività, indipendentemente dalla dimensione aziendale. Sarà su questo che le imprese dovranno puntare, per una sempre maggiore collaborazione e valorizzazione delle potenzialità di ciascuno”. Secondo

Livio Gigliuto, presidente dell'Istituto Piepoli, c'è “una buona notizia: l'armonizzazione delle generazioni sul lavoro non è una sfida logistica o organizzativa, ma umana e relazionale. Non si tratta tanto di far lavorare bene le persone tra loro, quanto di farle vivere bene insieme. Superare le barriere culturali e gli stereotipi significa rammendare gli ambienti di lavoro, rendendoli luoghi di socializzazione più fluidi e inclusivi. Le aziende che sapranno investire nell'armonia tra lavoratori di età diverse saranno più capaci di affrontare le sfide del futuro. La diversità generazionale è un dono ancora a volte incompreso”. **LEGGI ANCHE:** [Per il prossimo trimestre il 35% delle aziende italiane prevede di assumere nuovi profili](#)