

## ECONOMIA

## RECRUITMENT

# Sostenibilità, etica e conciliazione la bussola per scegliere il lavoro

Le grandi aziende del Nord Est spesso hanno sede in piccoli centri di provincia che non piacciono alle nuove generazioni. Il solo stipendio non basta: ecco le strategie per attirare i talenti

di Barbara Ganz



La generazione X, quella dei nati tra il 1960 e il 1980 subito dopo la *baby boom*, descritta come poco ottimista sul futuro, con una certa sfiducia nei valori tradizionali e nelle istituzioni. La Y, quella dei Millennials, nati negli anni Ottanta e Novanta del XX secolo: hanno familiarità con la comunicazione, i media e le tecnologie digitali. E poi la Z, con i nati dal 1995 al 2010; hanno visto un periodo di recessione e instabilità, eppure secondo gli esperti sembrano essere desiderosi di aiutare il proprio paese e in qualche modo simili ai *baby boomers*. E per finire gli Alpha, da poco approdati sui banchi della scuola elementare, i primi - in Italia se ne contano 4,6 milioni - a non avere mai conosciuto un mondo analogico, solo digitale.

Generazioni diverse che convivono nelle aziende, alla quali spetta il compito di parlare linguaggi differenti, e strutturare una offerta adatta al sistema di valori e di conoscenze in campo: se ne è parlato in uno degli eventi organizzati da Niuko, che a Vicenza (all'archivio Dainese) ha chiamato a raccolta giovani e imprese. Una sfida difficile, se è vero che sempre più realtà sono a caccia di talenti e di nuove leve da inserire nei propri organici, e ancora più presente a NordEst, dove aziende internazionalizzate e moderne hanno sede in piccoli paesi di provincia, e dunque devono parlare ai candidati sfidando il fascino di un lavoro magari analogo per posizione e stipendio, ma che si svolge a Milano o in qualche altra città anche europea.

Come parlare ai giovani? Sei aziende venete - settori e ubicazione differenti - hanno schierato i propri dipendenti, tutti rigorosamente under 35, per spiegarlo. A partire da una domanda: perché avete scelto questo lavoro? E che cosa vi rende soddisfatti? Nelle loro risposte si parla di sostenibilità, valori, responsabilità e conciliazione vita lavoro, molto più che di stipendio.

Mirko Perazzolo, 28 anni, è software engineer di Autoware, che produce software a supporto della produzione: «Non me ne vogliamo le persone che mi hanno fatto il primo colloquio, ma non è stato quello a convincermi che l'azienda faceva per me - racconta -. Era maggio 2016, ero da poco laureato. Aspettando la risposta, per la verità, non mi struggevo all'idea di non essere assunto. Oggi gli under 30 miei colleghi

superano il 30% del totale, gli under 35 sono oltre la metà del totale. Quanto a me, fin da subito sono stato messo in contatto con clienti importanti». Sentirsi responsabilizzati conta: lo spiega bene Mattia Luchetta, 27 anni, product manager Baxi (Caldaie): «È stato facile capire che mi sarei trovato bene qui perché i nostri valori erano allineati. Trovo fondamentale che chi gestisce in azienda altre persone sappia delegare e dare fiducia». C'è Lorenza Bernardi, 30 anni, oggi communication manager di Vitec Imaging solutions, entrata come stagista per seguire i social, e ci sono Alberto Lucchin, 27 anni, marketing executive di Tonello, collega di Lucrezia Saccardo, 23 anni, marketing specialist della stessa azienda: insieme raccontano l'orgoglio di vedere i macchinari che creano gli effetti sui tessuti e i jeans dei brand della moda ridurre il consumo di acqua risparmiando litri e litri - da 150 a 7 - senza penalizzare i risultati.

Matteo Montemezzo lavora in Palladio Group, soluzioni di packaging innovative (scatole, foglietti illustrativi) anche nel settore farmaceutico: «Lavoro in un gruppo di oltre 800 persone, otto stabilimenti di cui cinque in Italia. Quello che ho notato venendo da altre realtà è che la persona è sempre al centro. L'ambiente di lavoro è stimolante, c'è grande organizzazione, collaborazione e senso del team: al momento ci sono 38 progetti attivi che dovranno concludersi entro il 2022. Da subito ho visto l'attenzione alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica; abbiamo aderito al Progetto Libellula, un network di aziende unite contro la violenza sulle donne, ad esempio, e per tutti i collaboratori saranno organizzati corsi e workshop per creare cultura e diffonderla».

Non solo: ci sono le aziende che si impegnano a ridurre la plastica, e quelle che già a gennaio ti danno un piano ferie, mentre altrove non lo sai fino alla fine. Perché oltre al lavoro c'è la qualità della vita: lo sa bene Elia Santinon, 31 anni, responsabile materie prime di Amcor flexibles (imballaggi flessibili) e oggi papà che fin da piccolo sognava di fare il ricercatore: «Volevo fare qualcosa di importante e utile: ho studiato chimica, ho lavorato in un gruppo di ricerca, ma poi sono stato costretto a lasciare quel team e mi è un po' crollato il mondo addosso. Ho fatto tanti colloqui, alla fine ho conosciuto quella in cui lavoro: è stata una scommessa per me e mi si è aperto un mondo. Crackers, fazzoletti, bustine di farmaci: nessuno ci fa caso, si accartoccia la confezione una volta usata e si butta. Quasi nessuno pensa che per quel contenitore servono diversi elementi. Quello che io faccio è cercare le materie prime giuste per un prodotto conforme alle esigenze del cliente e anche del consumatore, per essere sicuri e inquinare il meno possibile».

Riproduzione riservata ©

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati

Il Sole **24 ORE**