

È ciò che emerge dall'analisi contenuta nella ricerca *'I giovani: associazionismo, comunità e volontariato'*, realizzata dai Giovani Imprenditori di Confcommercio e OneDay.



Le nuove generazioni lavorerebbero volentieri in associazioni senza scopo di lucro (la pensa così l'85% dei giovani) e non spaventa nemmeno fare impresa nel Terzo Settore: 1 giovane su 2, infatti, fonderebbe un'azienda che non ha il profitto come obiettivo primario. È il dato più significativo che emerge dall'analisi contenuta nella ricerca *'I giovani: associazionismo, comunità e volontariato'*, realizzata dai Giovani Imprenditori di Confcommercio e OneDay con il supporto di Meta, presentata oggi a Palazzo Vecchio a Firenze in occasione della 13° edizione del Forum dei Giovani Imprenditori di Confcommercio *'Pensiero in azione. Innovation. Training. Community'*.

Questa ricerca, nata per approfondire il tema dell'impegno sociale e dell'interesse dei giovani verso l'associazionismo e il volontariato, è la quarta parte di un progetto durato un anno, l'Osservatorio *'La nuova generazione di imprenditori'*, nato con l'obiettivo di analizzare orientamenti, difficoltà e ambizioni dei giovani rispetto a temi trasversali come impresa, nuove professioni e formazione delle competenze. Alla ricerca hanno partecipato 1.022 giovani (18-35 anni) tra studenti, lavoratori e imprenditori. Il sondaggio ha evidenziato che quasi 6 persone su 10 fanno già parte di un'associazione (per lo più di tipo sanitario, di servizio civile o culturale). Le motivazioni

che li hanno spinti a far parte di un'associazione sono principalmente la volontà di impegnarsi in prima persona per una causa e di mettere a disposizione degli altri la propria esperienza, per sentirsi utili per la società. I benefici che si aspettano di trarre dalla loro partecipazione sono crescita e arricchimento interiore, quindi benefici a livello personale, ma non soltanto.

Alla base c'è soprattutto la volontà aiutare le persone meno fortunate. Circa 4 persone su 10 pensano che la comunità sia un valore importante tanto quanto la famiglia, ma c'è anche un 27% di rispondenti che pensa che comunità e realizzazione personale siano importanti allo stesso modo. Chi non fa parte di un'associazione, prevalentemente studenti (50%) e lavoratori dipendenti (32%), potrebbe pensare di partecipare solo se trovasse un ente ben inquadrato e concreto.

Secondo gli studenti, entrare a far parte di un'associazione sociale rappresenterebbe un modo per incominciare ad avere maggiore familiarità con il mondo esterno in ambienti più adulti, e per conoscere realtà del tutto nuove. Le associazioni no profit godono di più fiducia di aziende e istituzioni pubbliche, che si trovano rispettivamente al secondo e al terzo posto del podio di preferenza. Male i partiti politici, sull'ultimo gradino della classifica con il 71% di voti a sfavore, un segno che forse i giovani vedono la politica disinteressata e scollegata dalle cause che per loro contano davvero. La passione e la voglia di avere un impatto positivo nel mondo sono fattori molto importanti per i lavoratori di nuova generazione.

L'impegno nel volontariato viene visto anche come un voto per bilanciare l'equilibrio vita-lavoro. Con esso, anche orari flessibili e ferie libere potrebbero essere ottime soluzioni di work-life balance secondo il 52% dei partecipanti al sondaggio. Uno dei modi per essere protagonisti della comunità è attraverso l'associazionismo d'impresa, ovvero entrare a far parte di associazioni che rappresentano e tutelano gli interessi di una specifica categoria produttiva o professionale. Abbiamo chiesto ai giovani quali associazioni di rappresentanza economica conoscessero: chi fa già parte di un'associazione, sostiene di conoscere Confindustria e Confcommercio (80%) e Confartigianato (58%). Percentuali che scendono leggermente tra i rispondenti che invece non fanno parte di un'associazione. Più di 8 persone su 10 rispondono che Confcommercio-Imprese per l'Italia rappresenta il commercio (d'altronde è nel nome!) ma anche ristoratori (40%) industrie (40%), servizi (30%) e professionisti (30%). Per concludere: è fondamentale entrare nell'ottica che ormai i giovani cercano soprattutto di fare qualcosa che li appassioni e li formi.

'Per le Nuove Generazioni il lavoro non è più solo mera fonte di

guadagno, ma una parte integrante della propria realizzazione personale e professionale'', è il commento di Paolo De Nadai Presidente di OneDay Group. ''Come ci insegna la piramide di Maslow, in cima all'auto-realizzazione c'è l'esigenza di sentirsi parte di qualcosa e utili per la collettività, ed è per questo che l'impegno sociale diventa fondamentale anche nelle aziende profit per attirare e trattenere il talento. Allo stesso tempo avere già alle spalle delle esperienze lavorative nel Terzo Settore fin da giovanissimi viene riconosciuto nel CV come un elemento formativo e caratterizzante al pari e più che laurearsi con 110 e lode. Oggi, più che in passato, dovremmo tutti lavorare di più affinché il senso di appartenenza, di condivisione, e di dover avere un impatto con il proprio lavoro si estenda il più possibile tra le Nuove Generazioni''.

"L'associazionismo d'impresa è tra i più delicati ma anche strategici da veicolare alle nuove generazioni, per due ragioni principali: da una parte, le nuove generazioni si sentono distanti da realtà spesso molto complesse, nate e consolidate in un altro tempo storico, che devono quindi sforzarsi di trovare sempre nuovi linguaggi e strumenti di ingaggi", commenta Andrea Colzani, Presidente dei Giovani Imprenditori di Confcommercio. "Dall'altra parte, l'imprenditorialità, il lavoro in generale, sono considerati generalmente fatto individuale, privato e il mettersi in rete (e a disposizione) attraverso l'associazione è dunque tutt'altro che scontato. Bisogna fare uno scarto culturale. Se l'associazione certamente fa bene il proprio lavoro con la tutela e servizi utili all'imprenditore, la ragione più forte per rimanerci dovrebbe essere il percepito senso di comunità, il valore della community, l'idea di fare la propria parte per un mercato migliore. Questa capacità di generare senso è l'aspetto più forte che la rappresentanza economica potrebbe offrire oggi alle nuove generazioni che di orientamento, a partire proprio dal lavoro, sentono consapevolmente un imprescindibile bisogno''.

''L'utilizzo degli strumenti digitali è cruciale per le organizzazioni del terzo settore, che possono utilizzarli per sensibilizzare le persone sulle cause nelle quali sono impegnate e aumentare il numero dei propri volontari'', ha dichiarato Luca Colombo, Country Director di Meta per l'Italia. ''Supportiamo da anni le associazioni e le organizzazioni no-profit nel loro percorso di digitalizzazione attraverso Binario F, lo spazio di formazione che abbiamo aperto nel 2018 per dare l'opportunità a persone, imprese, associazioni e istituzioni di sviluppare competenze digitali. E i risultati della ricerca presentata oggi da Giovani Imprenditori Confcommercio e OneDay, sull'impegno sociale e sull'interesse dei giovani verso l'associazionismo e il volontariato, ci dimostrano che le nuove generazioni possono e vogliono contribuire concretamente, con impegno e passione, alla crescita digitale di queste realtà''.