

Lavoro 24**Mestieri e tendenze**Il lavoro manuale?
Meglio l'influencer**Giorgio Pogliotti** — a pag. 20

Il lavoro manuale crolla nell'immaginario collettivo

Occupazione. Da un'indagine di Community, promossa da **Federmeccanica**, tra i giovani il prestigio sociale di blogger e influencer supera quello di insegnanti e commercianti e doppia quello di contadini operai**Giorgio Pogliotti**

Nella scelta di un'occupazione prevalgono gli aspetti considerati "immateriali", rispetto a quelli "strumentali", ovvero fattori come la "credibilità", il "rispetto" e l'"equità" più che quelli organizzativi. Nel contempo si assiste al declino del valore sociale del lavoro manuale: in fondo alle classifiche professioni come l'operaio e il contadino, superati da influencer, in cima dirigenti e imprenditori. Quasi la metà delle persone occupate ritiene o intende cambiare lavoro prossimamente - in prevalenza per aumentare il reddito -, ma la maggioranza vuole conciliare il tempo di vita lavorativa con quello familiare.

L'indagine

Sono alcune delle evidenze che emergono dall'indagine sull'industria e sul lavoro, la prima rivolta alla popolazione, promossa da **Federmeccanica**, progettata e realizzata da Community Research&Analysis, curata dal professor Daniele Marini (Sociologia dei Processi Economici presso l'Università di Padova), secondo cui «ci restituisce una realtà in cui non esiste più una cultura del lavoro intesa in senso tradizionale, siamo in presenza di un caleidoscopio di dimensioni tali da definire un insieme di culture, al plurale». Dopo aver interpellato nelle precedenti edizioni le imprese e i lavoratori, nella nuova puntata di Moll'indagine ha interpellato un campione 1.200 persone tra la popolazione. La grande maggio-

ranza degli interpellati (74,7%) ritiene che le opportunità di crescita professionali siano maggiori in un'impresa del privato, piuttosto che nel settore pubblico (25,3%).

Il valore della garanzia

Per la valorizzazione dei propri talenti lavorativi prevale chi ritiene che si possano realizzare mettendosi in proprio (55,4%), piuttosto che con un lavoro alle dipendenze (44,6%). La propensione per un lavoro autonomo è più accentuata tra gli adulti (59% oltre i 50 anni) e gli imprenditori (72,3%), viceversa, un'occupazione dipendente attrae i più giovani (49% fino a 49 anni). Nel lavoro si cerca più la "garanzia" che il "percorso di carriera professionale": un posto stabile e sicuro è la migliore delle garanzie per il 66,8% degli interpellati, mentre il 33,2% mette l'accento sulle possibilità di una crescita professionale (36,8% fino a 34 anni).

Le gerarchie professionali

Quanto alle gerarchie professionali, al vertice le figure del dirigente e dei manager (82%) e dell'imprenditore (72,3%), seguite dai liberi professionisti (56%). Più staccati influencer e blogger (43,6%) e insegnanti (42,8%). In fondo nella valutazione sociale gli artigiani (34,7%), gli impiegati (32,8%), i commercianti (31,5%), i contadini (24,7%), gli operai (20,8%) e i commessi (18,4%). «Alcune delle figure che hanno caratterizzato lo sviluppo economico del nostro paese, come il contadino, l'operaio, il commerciante oggi sono poco appetibili socialmente», evidenzia Ma-

rini «il loro status è crollato come l'importanza del lavoro manuale».

Il ruolo della sicurezza

Le aspettative verso un'impresa quando si sceglie un posto di lavoro? Ai primi posti la "sicurezza del posto di lavoro" e l'attenzione alla "sicurezza dei lavoratori". Seguono l'atmosfera di lavoro piacevole, la possibilità di avere un equilibrio fra vita lavorativa e vita privata, l'utilizzo di criteri meritocratici per valorizzare i collaboratori, il sentirsi ascoltato nelle proprie esigenze dal management. Per l'industria, in particolare, le aspettative riguardano l'impegno a realizzare una formazione degli occupati per far accrescere le competenze (16,2%), la possibilità di far carriera (13,7%), la presenza di ambienti di lavoro salubri e puliti (12,7%), la possibilità di realizzarsi sotto il profilo personale (12,4%) e di essere coinvolti negli obiettivi aziendali (10,5%).

Gli aggettivi dell'industria

È stato chiesto di associare alla parola "industria" un aggettivo: l'area più cospicua associa aggettivi positivi (45,4%), tra cui attributi come "produttiva" (4,7%), "lavoro" (1,9%), "sviluppo" (1,6%). Tra le espressioni negative "obsoleta, vecchia" (5,1%), "sfruttamento" (3,2%), "inquinamento" (1,1%). Il termine più utilizzato è "non so": 18,2 per cento.

Uomini e laureati i più soddisfatti

Sul ruolo delle imprese nella crescita del Paese prevale la porzione di popolazione che auspica sostegni nei loro confronti (55,2%), opzione maggior-

mente condivisa dai laureati (63,8%), dagli studenti (67,8%) e da chi svolge un lavoro manuale (56,4%). Poco più di un quarto degli italiani (27,5%) sostiene l'idea che le imprese dovrebbero arrangiarsi da sole. Ma qual è il grado di soddisfazione dei lavoratori rispetto alla propria occupazione? Dal 64,4% degli intervistati arriva una risposta positiva, mentre uno su tre (35,6%) è insoddisfatto e non auspicherebbe che un proprio caro seguisse le proprie orme. Più soddisfatte sono la componente maschile (67,5%), le generazioni più adulte (73,4%, oltre 65 anni), i laureati (73,5%). Viceversa, l'area di insoddisfazione è soprattutto fra le lavoratrici (40,4%), le generazioni più giovani (38,0% meno di 34 anni), chi possiede un basso livello di studi (42,8%) e svolge un lavoro manuale (41,3%).

Le grandi dimissioni

L'indagine si è occupata anche della "fuga dal lavoro": anche se prevale chi non ha intenzione di fare una simile scelta (54,9%), il 45,1% esprime l'inten-

zione di cambiare. Il 15,7% manifesta l'intenzione di dimettersi anche senza avere un'altra offerta di lavoro. Fra questi, appare più propensa la componente femminile (18,2%), le generazioni più giovani (22,2% fino a 34 anni) e i giovani-adulti (19% tra 35-49 anni), chi ha una qualifica professionale (17,5%) o un diploma (16,4%), quanti svolgono un lavoro autonomo (17%), i lavoratori del Centro (19,1%) e del Mezzogiorno (16,9%). Il motivo principale della scelta di cambiare occupazione è per aumentare la retribuzione percepita (34,8%). Seguono il miglioramento della propria salute fisica e mentale (19,6%), avere maggiori possibilità di progredire nella crescita professionale (13,6%), assieme alla flessibilità nell'organizzare l'orario di lavoro e quindi migliorare il proprio work-life balance (13,1%).

Inoltre il 39,5% delle persone si è fatto la propria idea sulle imprese attraverso un'esperienza in azienda. Il resto (10,9%) nelle discussioni con colleghi di lavoro, attraverso televisione, quoti-

diani, radio (20,4%), i social e internet (10,0%), la partecipazione a riunioni, incontri assembleari (4,3%) e ambienti scolastico-formativi (4,3%).

La cultura d'impresa

«Abbiamo voluto capire cosa pensa la popolazione sull'industria e sul lavoro - è il commento del dg di **Federmeccanica, Stefano Franchi** - per mettere in campo azioni mirate, volte a diffondere una cultura d'impresa positiva andando al di là dei confini delle nostre fabbriche, perché nelle fabbriche si condividono valori e si produce valore per l'intero Paese. Tante persone dichiarano di non sapere o di essersi fatti un'opinione per sentito dire. È necessaria una ancor più efficace attività di comunicazione per far conoscere il ruolo delle aziende e l'importanza del lavoro nell'industria e per valorizzare le professionalità aziendali, a partire dalla figura dell'operaio che nell'immaginario collettivo non riesce a scalare posizioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

STEFANO FRANCHI.

«Abbiamo voluto capire cosa pensa la popolazione sull'industria e sul lavoro. Tante persone dichiarano di non sapere o di essersi fatti un'opinione per sentito dire», spiega il direttore generale di **Federmeccanica, Stefano Franchi.**

«È necessaria una ancor più efficace attività di comunicazione per far conoscere il ruolo delle aziende e l'importanza del lavoro nell'industria e per valorizzare le professionalità aziendali, a partire dalla figura dell'operaio che nell'immaginario collettivo non riesce a scalare posizioni».



Per i tre quarti degli interpellati ci sono maggiori opportunità di crescita nel privato che nel pubblico (25,3%)



La percezione dei mestieri e le azioni delle imprese

IL PRESTIGIO DELLE PROFESSIONI

Il voto assegnato (tra 4 e 5) ai diversi lavori (voto in una scala da 1 a 5 dove 1 è per nulla e 5 è moltissimo). Dati in %

	GIOVANI (-34 ANNI)	SENIOR (+65 ANNI)
Dirigente	77,2	82,8
Imprenditore/ Imprenditrice	71,5	79,1
Libero professionista	45,4	70,5
Insegnante	37,6	47,7
Artigiano/a	26,4	45,6
Influencer, blogger	47,0	38,0
Impiegato/a	29,3	37,1
Commerciante/ negoziante	23,6	39,0
Contadino/a	19,2	32,7
Operaio/a	19,2	22,8
Commesso/a	19,6	19,1

I TEMI CHE LE INDUSTRIE PROMUOVONO PER I COLLABORATORI

Dati in %

	1° PIÙ IMPORTANTE	2° PIÙ IMPORTANTE	TOTALE
Formazione per far accrescere le competenze	17,4	14,5	16,2
Possibilità di fare carriera	14,5	12,9	13,7
Ambienti di lavoro salubri, puliti	16,1	8,3	12,7
Realizzazione personale	12,5	12,9	12,4
Coinvolgimento negli obiettivi aziendali	10,7	10,5	10,5
Motivazione alla responsabilità	7,6	13,9	10,3
Senso di appartenenza	7,1	8,9	8,0
Ambienti di lavoro inclusivi	5,4	7,7	6,6
Azioni per lo sviluppo sostenibile	5,0	5,2	5,1
Valorizzazione delle diversità/ differenze	3,7	3,5	4,5

Fonte: Community Research&Analysis per Federmeccanica, luglio 2022 (n. casi: 1.200)



LO STATUS
**Il professor
Daniele Marini
spiega che
«alcune delle
figure che
hanno
caratterizzato
lo sviluppo
economico del
nostro paese,
come il
contadino,
l'operaio, il
commerciante
oggi sono poco
appetibili
socialmente, il
loro status è
crollato come
l'importanza
del lavoro
manuale».**