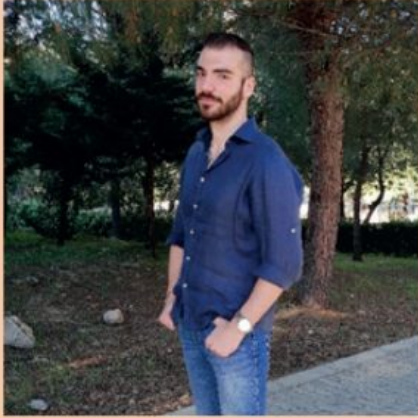


# Generazione Z: gli atteggiamenti verso il lavoro nella prospettiva dell'attraction, della retention e dell'engagement

Il presente articolo esplora la tematica degli **atteggiamenti verso il mondo del lavoro della Generazione Z al fine di fornire suggerimenti alle imprese** riguardo gli aspetti da tener conto per l'elaborazione di efficaci strategie di *employer branding*, rivolte sia all'interno che all'esterno del sistema aziendale. Nonostante i diversi studi in merito alle caratteristiche valoriali ed abitudinali dei cosiddetti "*digital natives*", lo specifico argomento degli **atteggiamenti verso il lavoro di tale coorte generazionale risulta ancora oggi poco esplorato**. Comprendere i valori, gli interessi, gli obiettivi e le tendenze su questo determinato fronte risulta ancora più rilevante alla luce della **crescente importanza assunta dalle strategie di *employer branding* ai fini dell'attraction, retention ed engagement** dei migliori talenti *Zers* e dalle sempre più numerose e complesse variabili del comportamento organizzativo su cui strategie devono basarsi.



L'analisi compiuta sui risultati ottenuti tramite un questionario del **Centro di Ricerca** della Fondazione *Lavoro per la persona* su 348 studenti appartenenti a tre scuole secondarie di secondo grado nell'arco del 2019 mostrano come **l'entità della retribuzione, sebbene fra i capisaldi intramontabili dell'attraction, è solo un tassello di un più variopinto mosaico da monitorare**: dall'analisi dei dati risulta che l'offerta di un "multiverso" di percorsi di carriera e sviluppo, la flessibilità spazio-temporale, il *work-life balance*, il lavoro in team (specie con il massiccio ricorso allo *smart working*), l'orientamento verso le tematiche ambientali e sociali, l'attenzione verso **la figura del lavoratore sia come membro dell'organizzazione che (soprattutto) come persona** e la progettazione di un'efficace combinazione fra sistema robotico e risorse umane arricchiscono il quadro delle *features* in grado di aumentare la potenza attrattiva degli *employers* agli occhi degli *Zoomers*.



## **ANDREA URSELLI**

Urselli ha conseguito nel 2018 una laurea triennale in Economia e Amministrazione delle Aziende presso l'Università degli Studi di Bari Aldo Moro. Nel 2019 si è iscritto alla Luiss Guido Carli, conseguendo la laurea magistrale in Gestione di Impresa (indirizzo "Organizzazione e Gestione delle Risorse Umane") nel Luglio del 2021.