

Il lavoro è considerato un aspetto che deve essere in sintonia con la propria vita, ma anche necessario per la propria realizzazione personale, a patto di trovare un buon equilibrio con la sfera privata (62%). Per il 23% è comunque considerato il centro della propria vita, e solo una quota minoritaria lo considera un mero mezzo di sostentamento economico (15%).

Figura 11 - Il ruolo del lavoro nella vita delle persone



Negli ultimi 10 anni la percezione del lavoro è cambiata significativamente: se nel 2011 il 43% degli italiani affermava che, rispetto agli anni precedenti, il mondo del lavoro si era evoluto, nel 2021 questa quota è arrivata al 69%. Si tratta di un'evoluzione con luci e ombre: si nota, infatti, una maggior focalizzazione positiva sui temi della Responsabilità Sociale d'Impresa e di una maggiore inclusività; d'altra parte, domina la percezione di un peggioramento delle retribuzioni, dei benefit e del welfare aziendale, in linea peraltro con i dati reali. Infatti, dal 1990 al 2020 l'Italia ha registrato una diminuzione delle retribuzioni in termini reali, e se è vero che sono cresciuti molti programmi di welfare aziendale, dal punto di vista dei lavoratori spesso essi seguono una logica top-down, ossia non partono da un'analisi delle specifiche esigenze individuali.

In generale, chi vive nel nostro Paese è soddisfatto del proprio lavoro, con una quota che si esprime in questo senso superiore all'80%. Il giudizio è legato a una serie di fattori, tra cui la realizzazione in quello che si fa, la crescita professionale, la formazione, gli stimoli, l'interazione con i colleghi di lavoro. Chi è insoddisfatto lamenta, invece, una formazione assente o formale, poco in linea con le attese, un ambiente di lavoro rigido e una dinamica retributiva insoddisfacente. Dalle indagini condotte emerge come il lavoratore oggi voglia sentirsi sempre più "partner" che "dipendente", si attenda dall'impresa soluzioni di reciproca soddisfazione, e ritenga centrale il bilanciamento di impegno e soddisfa-

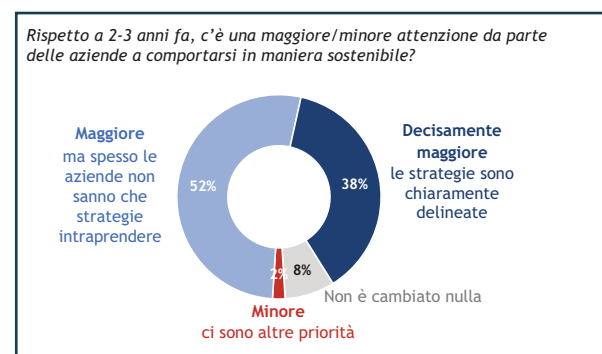
zioni. Ciò richiede di ripensare il welfare aziendale e i meccanismi di leadership interna e di relazione, così da costruire rapporti che siano sempre più personalizzati.

GOAL 9 - IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

L'Obiettivo 9 si colloca al 15esimo posto della classifica, con il 9% che lo indica tra quelli più importanti. Se, grazie a un'incidenza quasi doppia di rifiuti avviati a riciclo rispetto alla media UE, l'Italia primeggia nell'economia circolare, i risultati di una indagine Ipsos del 2021 mostrano che il giudizio degli imprenditori sul processo di transizione del nostro Paese verso la sostenibilità è severo: infatti, il 45% pensa che l'Italia sia più indietro di altri Paesi e solo il 2% più avanti, anche se non vi è dubbio che rispetto ad alcuni anni fa ci sia una maggiore attenzione da parte delle aziende a comportarsi in maniera sostenibile. Ciononostante, per il 52% degli imprenditori spesso le aziende non sanno che strategia intraprendere.

La dimensione aziendale influisce in positivo sull'avvicinamento e la realizzazione del processo di transizione verso la sostenibilità, sia per la disponibilità di risorse economiche sia per la conoscenza della materia e la vicinanza con mercati globali che portano a confrontarsi con il tema e a farlo proprio, in un'ottica di strategia competitiva. C'è però preoccupazione per le risorse, come dimostra l'unanimità dei giudizi sulla necessità di aiuti pubblici per accelerare la transizione verso la sostenibilità (il 95% degli imprenditori li ritiene necessari).

Figura 12 - L'evoluzione dell'attenzione alla sostenibilità



Rispetto ai temi dell'innovazione, come evidenziato da un Rapporto realizzato da Ipsos nel 2023, l'open innovation è rapidamente diventata la

norma: il 72% delle aziende europee sta conducendo progetti di collaborazione con start-up e il 67% considera tale fenomeno importante o essenziale per la strategia della loro organizzazione. Sostenibilità, Intelligenza artificiale e *cybersecurity* sono i tre temi principali che le aziende intendono esplorare in collaborazione con le *startup*. Collaborando con queste ultime, le aziende possono sfruttare il potenziale della conoscenza esterna e avere accesso a idee, tecnologie e modelli di business innovativi, riducendo rischi e costi. Le *startup*, dal canto loro, possono beneficiare delle risorse, dell'esperienza e accesso ai mercati possedute dalle imprese più consolidate.

Secondo il Rapporto, l'Italia primeggia in Europa nell'utilizzo di *open innovation*, con la più alta quota di aziende che attivano progetti di collaborazione tra *startup* in tutta Europa (80,4%), e con la più alta quota che la giudica come *mission critical* per la strategia della propria organizzazione (56,1%). L'Italia ha anche la percentuale più alta di collaborazioni di successo (71%) e di aziende che vogliono collaborare sul tema della sostenibilità (72%).

GOAL 10 - RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

La riduzione delle disuguaglianze all'interno dei Paesi non è considerata una delle priorità: posta all'undicesimo posto della classifica dei 17

SDGs, è considerata tale solo dal 13% di coloro che sono a conoscenza dell'Agenda 2030. Nonostante ciò, il 40% dei cittadini italiani pensa che in Italia non si stia facendo abbastanza per promuovere l'uguaglianza e che sia arrivato il momento di spingersi oltre.

Il Governo e le istituzioni pubbliche sono i primi soggetti a cui i cittadini guardano per la definizione di norme e politiche a favore dell'inclusione, ma alle aziende viene riconosciuta un'importante fetta di responsabilità: il 66%, infatti, ritiene che l'impegno delle aziende nello sviluppare un clima interno favorevole all'inclusione giochi un ruolo fondamentale per far progredire la società intera verso una maggior inclusività di tutti gli individui. D'altro canto, solo il 57% dei lavoratori riconosce un'effettiva e concreta spinta all'inclusione all'interno della propria azienda: in particolare, le aziende appaiono maggiormente impegnate nell'apprezzare i dipendenti di diversa cultura e religione e a mettere in atto politiche severe contro atti di discriminazione di genere o battute razziste, piuttosto che soddisfare pienamente le esigenze di dipendenti con disabilità già presenti in azienda o potenziali. Appaiono anche meno attente a considerare le distinzioni religiose, ragione per cui viene ritenuto necessario stimolare i manager dell'azienda per promuovere attivamente le diversità.

Figura 13 - L'inclusione nelle aziende

