Crocevia di Idee inconsuete – una rubrica di ANCE FVG – Distanze generazionali: ne sappiamo abbastanza per costruire un vero dialogo?

4 Marzo 2024

La complessa interazione tra diverse generazioni è determinante per il futuro perché influenza aspetti economici, sociali, ambientali di una società. Ma quante sono le informazioni che abbiamo per fasce d'età? Ad esempio, conosciamo le esigenze e le aspettative riguardo all'istruzione e al mercato del lavoro della generazione piu giovane? Quali sono, quindi, gli ambiti su cui dovremmo indagare per favorire lo sviluppo di nuovi e sostenibili modelli di business? Giuliana Coccia offre, su futura network.eu, una interessante e stimolante analisi a cui possiamo fare riferimento.

Per comprendere meglio la complessità della società, adattare le politiche e le strategie alle esigenze della popolazione e pianificare per il futuro in modo più efficace è utile lo studio per generazioni. Analizzare, quindi, gruppi di persone che sono nate e hanno vissuto in un periodo specifico e che condividono alcune caratteristiche comuni, come l'età, le esperienze storiche, culturali o sociali.

Le caratteristiche, i comportamenti, i valori delle generazioni possono avere impatti significativi sull'economia e sulle politiche sociali; ad esempio, la generazione più giovane può avere esigenze e aspettative diverse riguardo all'istruzione e al mercato del lavoro.

Quante generazioni coesistono in un Paese?

Essere nati in un determinato periodo storico significa subire l'influenza di tutti gli avvenimenti che lo caratterizzano, per questo le generazioni sono profondamente diverse tra loro. Gli individui che vivono attualmente sul nostro pianeta sono generalmente classificati in sei generazioni:

- **Generazione del silenzio**: nati fino al 1945, hanno vissuto la seconda guerra mondiale in un periodo in cui non era facile esprimere le proprie convinzioni. Preferiscono fare acquisti di persona, spesso in piccole attività commerciali. Sono caratterizzati da valori tradizionali, senso del dovere e rispetto per l'autorità.
- **Baby Boomers**: nati tra il 1946 e il 1964, hanno vissuto l'espansione economica del dopoguerra e i movimenti politici e sociali degli anni sessanta e settanta. Preferiscono ancora gli acquisti tradizionali nei negozi, investono in case di proprietà. Considerano il lavoro come una priorità fondamentale della vita e aspirano al successo professionale ed economico.
- **Generazione X**: nati tra il 1965 e il 1979, sono nel pieno della vita professionale e rappresentano un pilastro fondamentale dell'economia. Hanno vissute le prime grandi innovazioni tecnologiche e adottato l'e-commerce. Hanno una coscienza ecologica a seguito di eventi catastrofici come Chernobyl e il buco nell'ozono, sono caratterizzati da adattabilità, scetticismo e individualismo.
- **Generazione Y (Millennials**): nati tra il 1980 e il 1994, sono cresciuti con internet e i social media. Hanno vissuto l'attentato alle Torri gemelle, l'epoca della globalizzazione e i cambiamenti climatici. Fanno acquisti online e si affidano alle recensioni sui social media; utilizzano servizi di condivisione come Uber, Airbnb ecc. Valorizzano la flessibilità, l'equilibrio tra vita e lavoro e l'impatto sociale.

- **Generazione Z**: nati tra il 1995 e il 2010, cresciuti a diretto contatto con le tecnologie digitali, sono iperconnessi. Utilizzano prevalentemente dispositivi mobili per fare acquisti; presentano un cambiamento culturale relativo agli orientamenti sessuali e all'identità di genere. Definiti multitasking, sono consapevoli ed esigenti e spesso impegnati sui problemi del pianeta: cambiamenti climatici, gender gap, diritti delle minoranze. Cercano un equilibrio tra lavoro e vita privata, viaggiano molto.
- **Generazione Alpha**: nati dopo il 2011,vivono totalmente immersi nelle nuove tecnologie e l'accesso immediato alle informazioni. Non conoscono un mondo senza internet e social media**.** Il **62% dei bambini comincia ad utilizzare strumenti tecnologici** prima dei **5 anni,** soprattutto per giocare e guardare cartoni animati o film.

La distribuzione delle generazioni cambia nei vari Paesi in funzione delle dinamiche demografiche e dei fattori socio-economici. In Italia, su 58,9 milioni di abitanti si nota la predominanza dei Boomers e dei Millennials che superano rispettivamente i 13,5 milioni di individui.

Come possono interagire persone con visioni, abitudini e strutture mentali diverse?

Queste generazioni convivono per periodi lunghi nella stessa società, famiglia, lavoro, con aspettative e obiettivi diversi. Pertanto, è necessario conoscere le caratteristiche e le differenze e sfruttare il potenziale nascosto di ciascuna generazione nei diversi ambiti[1].

In questo contesto i rapporti intergenerazionali possono presentare sia sfide che vantaggi. Problemi possono sorgere per mancanza di comprensione e comunicazione, conflitti di valori, divario tecnologico, problemi economici. D'altro canto lo scambio di conoscenze ed esperienze, l'integrazione sociale, il sostegno emotivo possono aiutare la crescita personale. La chiave per sfruttare al meglio questi rapporti è la comunicazione aperta, il rispetto reciproco e la volontà di imparare dagli altri.

Tutte le generazioni possono dare un notevole contributo allo sviluppo integrato e non divisivo delle relazioni intergenerazionali future nonché all'intensificazione del dialogo tra le generazioni

Come misurare le differenze tra generazioni?

La misurazione delle differenze tra le generazioni richiede un **approccio multidisciplinare**, che combini metodi quantitativi e qualitativi per cogliere la complessa interazione dei fattori che modellano le dinamiche generazionali.

Diversi indicatori statistici possono essere utilizzati per evidenziare le differenze generazionali, con particolare riferimento ai seguenti domini:

1. **Reddito e ricchezza**: reddito medio, incidenza di povertà, distribuzione del reddito e ricchezza netta.
2. **Occupazione e disoccupazione**: tasso di occupazione, tasso di disoccupazione, tasso di attività e precarietà dell'occupazione.
3. **Istruzione e competenze**: percentuale di persone con istruzione superiore, livello di istruzione raggiunto, tasso di abbandono scolastico e competenze digitali.
4. **Utilizzo della tecnologia**: accesso a internet, uso di dispositivi tecnologici e partecipazione ai social media.
5. **Famiglia e fertilità**: dimensione delle famiglie, tasso di fertilità, età media alla nascita del primo figlio, struttura familiare.
6. **Partecipazione politica**: tasso di partecipazione alle elezioni, coinvolgimento in attività politiche.
7. **Sostenibilità**: atteggiamento verso i 17 Obiettivi dell'Agenda 2030.

I metodi comunemente utilizzati per produrre questo tipo di informazioni sono **indagini e i sondaggi**; **Analisi quantitative di Big data** – come i dati dei censimenti o di archivi amministrativi per identificare tendenze e modelli tra le generazioni-; **Studi longitudinali** (o di coorte), in cui gli stessi individui sono seguiti per un periodo di tempo, consentendo di osservare come l'invecchiamento e l'evoluzione delle condizioni socio-economiche cambino gli atteggiamenti e i comportamenti[2]. **Ricerche qualitative** – interviste e focus groups possono fornire approfondimenti sulle esperienze, le prospettive e i valori delle diverse generazioni.

Lo studio delle generazioni richiede la **disponibilità di dati affidabili** su argomenti rilevanti per ciascuna di esse. **Le fonti maggiormente utilizzate** sono quelle prodotte dagli istituti nazionali di statistica, organizzazioni internazionali (Eurostat, Onu, Ocse, ecc.), centri di ricerca, società di ricerche di mercato (Nielsen, Kantar, GfK), Facebook, Twitter e Google.

Utilizzando una combinazione di metodi di ricerca quantitativi e qualitativi si può ottenere una **comprensione completa delle differenze tra le generazioni** e delle loro implicazioni per la società, la cultura, l'economia e la tecnologia.

L'analisi generazionale dovrebbe essere basata su dati storici in grado di confrontare le generazioni in fasi simili della vita (analisi per coorte). Questo obiettivo richiede la disponibilità di una lunga serie temporale di informazioni, a volte difficilmente confrontabili nel tempo[3].

Quando non ci sono i dati per fare un'analisi generazionale, è necessario esaminare le **differenze dei vari fenomeni in base all'età degli individui**, che è uno dei predittori più comuni delle differenze di atteggiamenti e comportamenti.

Per fare un confronto tra individui di diverse età non sempre si ricorre alle sei generazioni sopra definite, ma si adottano altre tipologie di classificazioni che consentono di definire bene i dati disponibili e di evitare di rafforzare stereotipi dannosi o di semplificare eccessivamente le complesse esperienze vissute dalle persone.

Situazione attuale e prospettive future

La ricerca generazionale è attualmente piuttosto eterogenea: in assenza di metodi condivisi è comune la diffusione di informazioni spesso definite come ricerche, ma che sono più che altro **clickbait**[4] o risultati di marketing. Gli studi più attendibili affrontano l'analisi di specifiche generazioni.
I **millennials e la generazione Z** (es. cfr. Le caratteristiche della Generazione Z: tra mito e realtà | Ipsos) **sono i due gruppi più analizzati e discussi**, anche perché sono quelli che popolano il mondo del lavoro e ne stanno vivendo la trasformazione.

Gli istituti di ricerche di mercato realizzano indagini continuative su insight, trend, stili di vita e abitudini di consumo, per capire le caratteristiche e stili di vita delle diverse generazioni.

Manca una conoscenza globale dei diversi individui che vivono nello stesso momento in un territorio con influenze complesse sugli aspetti economici, sociali ed ambientali.

In questa ottica, si segnalano delle eccellenze di ricerca internazionale. Un lavoro interessante del **Pew research center** (Usa) fornisce una panoramica approfondita delle generazioni, con indagini, studi e proiezioni sulle future dinamiche generazionali (Generational research using age-period-cohort analysis | Pew Research Center | Decoded), costruendo un modello basato su sessanta anni di dati dell'US Census Bureau.

Nel Regno Unito uno studio pubblicato all'inizio del 2023 evidenzia come le **opportunità di connessione sociale tra generazioni** siano diminuite negli ultimi decenni a causa dei

cambiamenti nel modo in cui viviamo e lavoriamo.

Relativamente al contesto italiano, l'Istat nel Rapporto annuale 2023 sottolinea **l'aumento delle fratture tra generazioni**: un giovane su due mostra segnali di deprivazione; il **meccanismo di trasmissione intergenerazionale della povertà (trappola della povertà) è più intenso che nella maggior parte dei paesi dell'Unione europea.**

La **Fondazione Bruno Visentini** ha recentemente diffuso il **V Rapporto sul Divario Generazionale (** V Rapporto 2022 | Osservatorio Giovani (osservatoriopolitichegiovanili.it) che analizza l'**Indice di Divario Generazionale,** un indicatore sintetico costruito per rappresentare il ritardo accumulato dalle nuove generazioni, rispetto alle precedenti, nel raggiungimento della propria indipendenza economica.

La disponibilità dell'indagine longitudinale Eu-silc, armonizzata a livello europeo, dovrebbe spingere Eurostat (e le agenzie nazionali di statistica) ad avviare programmi di ricerca sulla distanza tra le generazioni e la sua dinamica.

Una particolare attenzione dovrà essere rivolta allo studio della **generazione Alpha**, abituata a vivere sin dalla nascita con **strumenti integrati con l'Intelligenza artificiale** con una continua interazione tra mondo virtuale e reale. Come saranno da adulti? Nel 2030 i più grandi di loro entreranno nel mercato del lavoro, dove tutto sarà diverso; quali comportamenti, ideali e desideri avranno? Lo studio per generazioni potrà aiutarci a capire la loro trasformazione e ad anticipare le proposte per il loro futuro.

[1] Ad esempio Generation Mover ha sviluppato un modello da applicare in azienda basato su future studies and demographic insight (Il Confronto e le Potenzialità delle Diverse Generazioni │Generation Mover)

[2] Indagine europea Eu-silc, Panel study of income dynamics (PSID) in US, e British cohort studies in the UK.

[3] Difficoltà di confronti dovuta a modifica delle classificazioni, dei metodi di rilevazione, ecc.

[4] Risultati dei motori di ricerca

Immagine di copertina: zinkevych

Allegati

Grafico_generazioni
Apri