



Qui non sogna più nessuno

Vietato sognare, in Italia. La ricerca LinkedIn Opportunity Index 2020 che definisce come le persone percepiscono le opportunità e, soprattutto, le barriere che impediscono loro di raggiungere i propri obiettivi, fa emergere il pessimismo degli italiani, rispetto al resto del mondo, in termini di accesso alle opportunità. Sono stati intervistati più di 30.000 adulti (di età compresa tra 18 e 65 anni) in 22 paesi nel mondo, inclusa l'Italia e secondo la ricerca in media le persone in tutto il mondo vogliono trovare opportunità che permettano loro di perseguire le proprie passioni, trovare un equilibrio tra vita professionale e privata e poter contare sulla sicurezza del lavoro. Tuttavia, le persone generalmente ritengono che la mancanza di risorse finanziarie, l'invecchiamento e le difficili condizioni del mercato del lavoro ostacolano la realizzazione di tali opportunità.

Di fatto, nella valutazione della percezione della "disponibilità di opportunità sul mercato", l'Italia ha ottenuto il punteggio più basso a livello mondiale, al 22° posto. Rispetto alla "fiducia nel successo", l'Italia si è classificata al 21° posto a livello globale, ovvero in penultima posizione. Anche se gli italiani non condividono il livello di ottimismo del resto del mondo per quanto riguarda la disponibilità di opportunità sul mercato, sono convinti che impegnarsi nel lavoro e acquisire un livello di istruzione superiore siano gli aspetti più importanti per superare queste barriere e realizzarsi nella vita. È interessante notare come gli uomini in Italia sembrano essere più fiduciosi delle donne rispetto alle possibilità di trovare opportunità professionali.

Le preoccupazioni del mondo di oggi

A livello globale, gli aspetti che preoccupano sempre più le persone sono: questioni ambientali (20%), sicurezza (14%) e problemi di salute (13%). Queste preoccupazioni si rispecchiano anche in Europa.

Per gli italiani, in particolare, i motivi di preoccupazione principali sono: questioni ambientali (20%), problemi di salute (16%) e sicurezza (10%). Lo studio ha rilevato che le persone in Italia sono generalmente più preoccupate per i problemi di salute (16%) e la qualità dell'istruzione (9%) rispetto ad altri paesi europei.

Che cosa vuol dire "vivere bene" per le persone?

A livello globale, "vivere bene" viene definito come godere di una buona salute (50%), con l'Europa che lo considera l'aspetto più importante (n. 1) rispetto ad altre aree geografiche.

L'indipendenza finanziaria occupa la seconda posizione a livello globale (29%), con il Brasile e il Messico al di sopra della media globale. Avere una relazione appagante con un partner viene al terzo posto a livello globale, con il Nord America al di sopra della media globale.

In confronto, per la maggior parte degli italiani "vivere bene" significa innanzitutto godere di una buona salute (56%), in prima posizione e sopra la media globale. Essere finanziariamente indipendenti (33%) è al secondo posto, anch'esso al di sopra della media globale. Avere un lavoro stabile (28%) è in terza posizione, superiore al quinto posto di questo dato nella classifica globale.

Come realizzarsi nella vita

A livello globale, impegnarsi nel lavoro (81%) è visto come il fattore più importante per realizzarsi nella vita, seguito dalla disponibilità di una persona ad accettare il cambiamento (80%). Più di tre quarti (76%) delle persone a livello globale sostengono che avere la giusta rete di contatti sia importante per realizzarsi, allo stesso livello della parità di accesso alle opportunità (75%) e del livello di istruzione (74%).

È interessante notare che impegnarsi nel lavoro viene classificato al primo posto in tutti i mercati europei tranne che in Germania dove occupa la decima posizione, e in Svizzera dove occupa la settima. Anche il livello di istruzione viene classificato al terzo posto in Europa (rispetto al quinto a livello globale). Conoscere le persone giuste occupa la quarta posizione in Europa (rispetto al terzo posto nella classifica globale).

In confronto, gli italiani ritengono che l'impegno nel lavoro (81%) e il livello di istruzione (80%) siano gli aspetti più importanti per realizzarsi nella vita. Seguono la disponibilità di una persona ad accettare il cambiamento (75%) e la parità di accesso alle opportunità (75%).

Le opportunità di cui sono in cerca gli italiani

A livello globale, la stragrande maggioranza delle persone è alla ricerca di opportunità legate al lavoro (87%), seguite dalle opportunità sociali (59%). Quasi un terzo delle persone è alla ricerca di opportunità di apprendimento o istruzione (29%), guidate innanzitutto da chi desidera apprendere una nuova competenza (19%).

Anche gli italiani sono per lo più alla ricerca di opportunità legate al lavoro. Desiderano posti di lavoro che garantiscano: un buon equilibrio tra vita professionale e privata, la sicurezza e la stabilità del lavoro e la possibilità di fare ciò che amano. Sono anche alla ricerca di opportunità che permettano loro di trascorrere del tempo di qualità con amici e familiari, un aspetto legato al desiderio di mantenere attivi la mente e il corpo

"È rassicurante vedere come, nonostante il contesto di incertezza in merito a tutto ciò che sta accadendo nel mondo, le persone siano ancora fiduciose rispetto alle loro opportunità personali per realizzarsi", ha commentato Karin Kimbrough, Chief Economist di LinkedIn. "Tuttavia, sappiamo anche che il modo in cui viviamo e lavoriamo sta cambiando rapidamente e che le persone in tutto il mondo dovranno adattarsi per cogliere le opportunità offerte dalla nuova situazione economica. Spetta a ognuno di noi creare un ambiente che aiuti le persone a realizzare le proprie ambizioni, incoraggiarle a correre rischi o a investire in se stesse in modo da aumentare le proprie competenze e la propria esperienza, nonché sviluppare reti che le aiutino a ottenere il lavoro che desiderano."

Questi i sette fattori che hanno contribuito a formare l'Index:

Percezioni relative a fattori socio-economici e stile di vita

- Prospettive sull'economia nei prossimi 12 mesi
- Prospettive sulla situazione finanziaria degli intervistati nei prossimi 12 mesi
- Qualità della vita, in particolare la felicità
- Qualità della vita rispetto alla generazione precedente o ai genitori

Percezioni rispetto alle opportunità:

- Disponibilità di opportunità sul mercato
- Valutazione delle possibilità di accesso alle opportunità nei prossimi 12 mesi
- Fiducia nel successo