



Giovani e lavoro: nuovi valori e attrattività dell'artigianato

**4° Radar artigiano
Confartigianato-Censis**

Sintesi dei principali risultati

Roma, 25 giugno 2024

INDICE

1. La sfida di un lavoro <i>diverso</i>	1
2. I principali risultati	2
2.1. <i>La consonanza certificata tra buon lavoro per giovani e artigianato</i>	2
2.2. <i>I numeri</i>	4
2.2.1. Il lavoro non più perno esistenziale	4
2.2.2. I connotati del lavoro ideale	4
2.2.3. Lavoro tra sogno e realtà	5
2.2.4. Il valore dell'artigianato	6
2.2.5. Altri fattori di attrazione	7
3. Il lavoro artigiano che attrae	9
4. Un percorso di interpretazione dell'italia dal lato artigiano	11
Le tabelle	13

1. LA SFIDA DI UN LAVORO *DIVERSO*

Il mercato del lavoro italiano sta vivendo una fase assolutamente inedita, marcata da un eccesso di domanda di lavoro sull'offerta, che impone ai diversi attori di ripensare radicalmente le proprie strategie.

La nuova situazione è esito di una molteplicità di trend di lungo periodo, accelerati e amplificati da dinamiche più congiunturali. Regressione demografica, con crollo della natalità e invecchiamento, e mutato rapporto soggettivo con il lavoro, sono le cause di ultima istanza della scarsità di lavoro.

Così, nel quotidiano, le aziende sperimentano difficoltà crescenti nel reperimento della manodopera, con una mancanza che sta diventando cronica di candidati per i posti disponibili.

I nuovi trend del mercato del lavoro hanno come epicentro i giovani, intesi come le persone nate tra il 1990 e il 2006. Si tratta di un arco di tempo che racchiude più sub-generazioni giovanili cresciute in contesti diversi, ma che in generale condividono molti valori.

È nel rapporto di queste generazioni con il lavoro che va emergendo una discontinuità sostanziale negli stili mentali e di vita rispetto a quando erano giovani le attuali generazioni di adulti e anziani.

Il 4° *Radar artigiano* muove su due linee di riflessione, analisi, interpretazione e proposta:

- cosa i giovani oggi si aspettano dal lavoro;
- cosa dell'artigianato è in grado di rispondere alle attese di senso dei giovani.

Pertanto, nel presente Rapporto non ci si limita a raccontare le discontinuità generazionali, ma si procede a enucleare nel valore, nell'impresa e nel lavoro artigiano le materialità e i valori in grado di rispondere alle nuove attese soggettive dei giovani.

Ecco il senso profondo del presente Radar Artigiano: comprendere, oltre alle ragioni di fondo del nuovo approccio al lavoro dei giovani, gli aspetti *dell'impresa, del lavoro e del valore artigiano* in linea con i nuovi valori della società italiana, il cui racconto può imporre l'attrattiva dell'artigianato come universo di riferimento in grado di riattivare su nuove basi il rapporto con il lavoro dei giovani.

2. I PRINCIPALI RISULTATI

2.1. La consonanza certificata tra *buon lavoro per giovani e artigianato*

È ormai svelata la radicalità del cambiamento nel rapporto dei giovani con il lavoro: non è più epicentro prioritario delle vite e, tuttavia, deve essere motivante e pregno di senso, altrimenti per i giovani tanto vale contenere al minimo indispensabile l'impegno in esso, considerandolo solo come uno strumento necessario per avere reddito.

Non vince il rifiuto del lavoro o la rassegnata accettazione di un lavoro quale che sia, piuttosto la voglia di un *buon lavoro*.

E cos'è un buon lavoro per i giovani? In primo luogo, deve avere buoni fondamentali intesi come stabilità, adeguato livello di retribuzione e soddisfacente orario per non schiacciare gli altri aspetti della vita. Deve poi esprimere convinzioni, valori e passioni, essere coinvolgente e non routinario, aperto alle innovazioni e al contributo creativo. Deve inoltre svolgersi in un contesto, dalla sede fisica alla rete relazionale fino all'essere un'occasione di apprendimento continuo, positivo.

Tra i requisiti del buon lavoro, inoltre, emerge prepotente la voglia di autonomia nei contenuti e nella gestione di tempi e orari, tutti aspetti che poi per tanti giovani coinciderebbero con l'avvio di una propria impresa, soluzione apprezzata ma troppo spesso confinata a sogno reso proibito dalla percezione di rischi troppo alti.

Il buon lavoro, come mix originale di valori tradizionali e nuove attese soggettive, per i giovani è tutt'altro che da rifiutare perché dà un importante contributo all'upgrading del benessere soggettivo.

Dei pilastri del lavoro ideale indicati dai giovani non pochi sono rintracciabili nel lavoro artigiano, che gode nell'immaginario giovanile di una reputazione molto positiva, tanto che a più di un terzo dei giovani che non vi lavorano piacerebbe fare un lavoro artigiano.

Del lavoro artigiano i giovani apprezzano molto la creatività, la vena artistica, in generale l'originalità e la possibilità di autonomia nella gestione delle mansioni, del tempo, del contenuto del lavoro fino allo stesso prodotto finale.

Il loro sguardo sull'artigianato non ha una connotazione nostalgica o romanticamente correlata ad un vissuto idealizzato, da "piccola bottega" perché lo leggono rispetto ai valori e alle esigenze della contemporaneità in cui sono immersi.

E l'artigianato non richiama un modello produttivo specifico, ma valori, culture e pratiche – guidati da competenze, capacità, saperi - che possono informare di sé processi produttivi i più diversi.

E allora se è così forte la consonanza tra lavoro artigiano e lavoro ideale per i giovani, come è possibile trasformare la voglia di artigianato in concreto progetto di lavoro e di vita?

Facendo leva sui già citati più potenti elementi di attrattività del lavoro artigiano, come lo spazio che concede per esprimere la propria creatività, l'elevato grado di autonomia nella gestione degli orari lavorativi, nelle opportunità che offre di concretizzare idee e progetti personali magari in prodotti unici per qualità ed estetica.

E poi esplicitando, in modo impressivo e memorabile, che l'artigianato attuale è il portato di un dosaggio sapiente tra tradizione e innovazione, manualità e digitale, che si svolge prevalentemente in contesti con una buona relazionalità, che offre risposte appropriate alla domanda di riconoscimento e di rispetto della soggettività che per i giovani è fondamentale anche nella valutazione del lavoro e dell'ambiente in cui si deve svolgere.

E poi ci sono le potenzialità imprenditoriali – modalità estrema di dispiegamento di quell'autonomia individuale ricercata nel lavoro - che apre anche alla possibilità di andare per il mondo, sulle ali del Made in Italy che tanto successo ha nella globalità.

Fare impresa, come rilevato, è ancora un'avventura a cui i giovani guardano con interesse e il mondo artigiano potrebbe imporsi come il contesto migliore in cui tale intenzionalità potrebbe dispiegarsi, purché riesca a raccontarsi e farsi riconoscere come una grande comunità in grado di garantire supporti e sponde appropriate agli aspiranti imprenditori, aiutandoli a gestire le paure profonde che i nuovi rischi globali hanno innestato nella psicologia collettiva e che oggi rendono il rischio d'impresa quasi insostenibile per chi vuole avviarne una nuova.

In definitiva, la ricerca certifica l'urgenza di promuovere una comunicazione che per canali e codici utilizzati riesca a trasmettere ai giovani l'idea molto semplice e concreta dell'artigianato come componente del mondo del lavoro più in linea con le loro nuove aspettative.

Ecco la prossima più importante frontiera da conquistare per l'artigianato: imporsi come il modello concreto e culturale di riferimento in grado di rivitalizzare il rapporto con il lavoro restituendogli senso, appeal e densità valoriale.

È la sfida da *vincere e vincibile* per il prossimo decennio.

2.2. I numeri

2.2.1. Il lavoro non più perno esistenziale

Il 61,2% dei 18-35enni definisce il lavoro una necessità per avere reddito per soddisfare bisogni e desideri, di contro al 38,8% che lo considera un modo per realizzarsi nella vita. Inoltre, il 74,2% dei giovani ritiene che la propria identità non dipenda dal lavoro che svolge o svolgerà in futuro; opinione condivisa dal 76% degli occupati e dal 72,5% degli studenti. All'80% dei 18-35enni non piace poi l'idea di una vita in cui il lavoro è centrale: opinione condivisa dal 79,4% degli studenti e dall'80,7% degli occupati, nonché trasversalmente prevalente in tutti i gruppi sociali. Infatti, per il 90,7% dei giovani occupati e per il 92,5% degli studenti la priorità è avere tanto tempo libero per sé stessi, la famiglia, le proprie passioni, priorità anch'essa condivisa da tutti i gruppi sociali (**tab. 1**). Inoltre, il 67,8% dei 18-35enni ritiene che in Italia si lavori troppo, valore che sale al 71,1% tra i 26-35enni.

2.2.2. I connotati del lavoro ideale

I fondamentali. In vetta ai costitutivi del buon lavoro ci sono i fondamentali, a cominciare da orari che consentano di dedicarsi anche ad altro (94,4%), una buona retribuzione (94,3%) e un certo grado di stabilità (94,3%), che rompa con l'esperienza della precarietà che si prolunga nel tempo.

Coinvolgente, motivante, formativo. Il 94,1% dei giovani 18-35enni associa il buon lavoro alla possibilità di fare cose interessanti, che appassionano e coinvolgono, il 93,9% a un bell'ambiente di lavoro con colleghi e capi con cui avere buone relazioni, il 92,3% a una sede lavorativa accogliente, il 91,7% all'essere riconosciuto, tenuto in considerazione e il 91% all'avere l'opportunità di continuare a imparare sempre cose nuove, diverse utili. Se il 92,3% chiede che sul lavoro possa mettere in pratica le competenze, le conoscenze e le abilità di cui dispone a questo si associa esplicitamente la

richiesta di tempo dedicato alla formazione e ad attività di qualificazione, espressa dall'86,9% dei giovani.

Autonomia vo cercando. L'87,9% vuole autonomia con spazi per iniziative da proporre e mettere in pratica; l'87,7% vuole un'autonomia totale nella gestione di orari e tempi di lavoro; l'88,4% vuole almeno orari flessibili cioè, avere l'opportunità di scegliere l'orario di inizio e di fine. Il buon lavoro è fortemente connotato dall'autonomia individuale (**tab. 2**).

Etico, comodo, innovativo, creativo. L'89,4% dei giovani ritiene che il buon lavoro debba essere in linea con i propri convincimenti ideali e l'86,7% che gli consenta di fare cose utili agli altri, alla società. Per il 76,7% è importante che valorizzi risorse e competenze locali delle comunità con una logica a chilometro zero. Il lavoro non è dunque valutato sempre e solo in relazione agli impatti che ha sulla propria vita individuale, ma anche rispetto a valori collettivi. Poi c'è anche la voglia di comodità, con l'85,5% dei giovani che vuole un luogo di lavoro nelle vicinanze della propria abitazione, il 78,3% che vuole potersi spostare in più sedi, inclusa la propria abitazione, l'88,7% che non vuole lavorare sotto pressione, il 65,7% che desidera la possibilità di beneficiare di anni sabbatici, periodi da dedicare ad altro. Per l'80% dei giovani il lavoro ideale deve garantire spazio per la creatività e consentire di stare in contesti aperti alle innovazioni di vario tipo, a cominciare da quelle digitali (80,9%).

Un buon contesto relazionale. Per l'85,4% un'azienda deve essere una comunità di persone con cui condividere valori importanti, un contesto in cui le persone si apprezzano e si supportano reciprocamente. L'84,7% dei giovani, poi, sottolinea che un mix di persone di generazioni diverse migliora l'ambiente di lavoro e il 75,5% che la *diversity* di genere, etnica, di provenienza, rende le aziende più attrattive. Le attuali generazioni di giovani sono molto attente alla dimensione relazionale della propria vita, perché è uno dei pilastri del benessere soggettivo.

2.2.3. Lavoro tra sogno e realtà

Lavorare in proprio è un sogno. All'81,8% dei giovani piacerebbe avere un'attività, un'impresa o uno studio professionale in proprio, così da non lavorare per un datore di lavoro, mentre al 18,2% semplicemente non piace. Se per circa un terzo (30,3%) è addirittura un sogno, quindi presumibilmente un progetto per cui sono già pronti a investire e rischiare, per la maggioranza

(51,5%) è invece una sorta di sogno proibito poiché sono resi timorosi dall'entità dei rischi annessi.

Cosa conta per trovare un buon lavoro nel nostro paese? Per il 44,3% la rete di conoscenze, per il 44,2% le esperienze, per il 34,8% il titolo di studio e per il 28,9% la capacità di proporsi, presentarsi. E poi, ancora, per il 25,7% la conoscenza delle lingue, per il 21,1% la capacità di sapersi relazionare, lavorare in gruppo, il 19% il settore a cui ci si rivolge. La rete di conoscenze è modalità di selezione classica, relazionale e fiduciaria, che faciliterebbe l'individuazione per le aziende della persona giusta.

Giovani penalizzati, ma nuove opportunità si affacciano all'orizzonte. L'87,3% dei giovani è convinto che in Italia i giovani siano penalizzati nel mondo del lavoro, rispetto alle altre generazioni. Del resto, il 78,1% dei giovani è convinto che grazie alle nuove tecnologie, si potrebbe ridurre drasticamente l'orario di lavoro per tutti, un trend perfettamente in linea con la nuova articolazione valoriale tra vita e lavoro, e il 39,2% poi è convinto che poiché i giovani nel mondo del lavoro sono pochi, nei prossimi anni sicuramente potranno ottenere notevoli miglioramenti su retribuzioni, condizioni di lavoro, ecc.

2.2.4. Il valore dell'artigianato

Cosa evoca. Qualità (42,7%), tradizione (37,7%), talento, abilità (34,2%), vocazione artistica, creatività (29,9%): ecco la quaterna dei termini che vengono per primi in mente ai giovani quando sono evocati artigianato, artigiano. Ad essi occorre poi aggiungere italianità (21,5%), competenza (20,7%), personalizzazione (18,1%) e radicamento nel territorio (15,1%) (fig. 1).

La centralità dell'italianità e delle identità locali. Per l'86% dei giovani i prodotti dell'artigianato sono ambasciatori dello stile italiano nel mondo, il 90,1% ritiene che l'identità di un territorio sia espressa anche da prodotti e saperi degli artigiani. Nel sistema valoriale dei più giovani, c'è una voglia di autenticità a cui risponde il valore profondo dell'artigianalità come incarnazione di una tipicità autentica locale, espressione di storia e tradizione di comunità reali.

Tradizione e identità nella contemporaneità produttiva. il 63,1% dei giovani è convinto che si può operare come un artigiano anche in imprese industriali di grandi dimensioni. I giovani vedono nel concetto di artigianalità un modo di fare che si può adattare anche alle grandi produzioni industriali. Questo

perché, per l'84,1% dei giovani, l'artigiano è una persona che ha le competenze, le capacità, i saperi per realizzare un prodotto o servizio, e non importa se ricorre alle mani, ad utensili o alle tecnologie digitali e di altro tipo.

Dimensioni del lavoro artigiano. L'85% dei giovani associa al lavoro artigiano la dimensione del talento, delle capacità individuali e di quelle artistiche, l'84,5% creatività, invenzione, il 72,3% responsabilità, imprenditività, intraprendenza, il 67,6% libertà, autonomia, *nessun padrone a cui rispondere*, il 59,1% ambienti di lavoro più umani, con relazioni migliori, il 59% attenzione alle comunità in cui si lavora e alla qualità della propria vita sociale.

La rilevanza socioeconomica. L'87% dei giovani è convinto che l'artigianato è molto o abbastanza importante per lo sviluppo del nostro Paese. E in particolare, per il 62% in quanto è espressione della ricchezza dei territori e del meglio che c'è nel nostro paese e per il 25% perché è uno dei settori trainanti l'economia italiana.

Ci lavorerei... Tra i giovani che non lavorano già nell'artigianato, al 39,3% piacerebbe lavorarci. Si tratta del 39,6% delle donne e del 39% degli uomini (**tab. 3**). Tra coloro che sono pronti a lavorare nell'artigianato, il 63,7% lo motiva perché è un'attività affascinante, di grande interesse, il 41,5% lo definisce fatto di attività utili e il 14,3% perché garantisce occupazione.

Cosa potrebbe attrarre i giovani. L'87,4% dei giovani individua quale elemento di attrattività del lavoro artigiano per i giovani stessi il fatto che offra spazi per esprimere la creatività, l'87% che consenta una certa autonomia nella gestione degli orari lavorativi, l'86,7% indica l'attenzione per la qualità e l'estetica, cioè il bello e ben fatto, l'84,5% la realizzazione di prodotti con una loro unicità e poi l'84% l'essere un universo di imprese e/o prodotti che sono una concreta realizzazione di idee, progetti personali (**tab. 4**). Poi l'82,8% richiama l'artigianato come contesto in cui svolgere un'attività che dà senso al lavoro, all'impegno, all'investimento personale. Sono gli aspetti che i giovani ritengono dovrebbero essere comunicati per rendere evidente nell'arena pubblica l'artigianato come universo di lavori più in linea con valori materiali e immateriali dei giovani.

2.2.5. Altri fattori di attrazione

Mix di sapienza tradizionale e innovazione. Tra i fattori attrattivi dell'artigianato su cui i giovani ritengono si debba puntare ci sono: per

l'80,8% la manualità esperta e competente, per l'80,6% la realizzazione di prodotti su misura, modulati sul cliente, per l'80,5% lo svolgimento di attività che coniugano tecniche tradizionali, anche manuali, con tecniche digitali, l'artigianato digitale. Inoltre, l'81,8% segnala la possibilità di presentare i propri prodotti e attività sulle principali piattaforme social. C'è poi per il 72,3% dei giovani la capacità dell'artigianato di produrre rispettando in molti casi tradizioni consolidate. Il racconto dell'artigianato *rivolto ai giovani secondo i giovani* deve miscelare con sapienza tradizione e contemporaneità, manualità abile e competente e innovazione digitale, produzione materiale personalizzante e presenza su piattaforme e social.

L'importanza della relazionalità. Il racconto del lavoro artigiano rivolto ai giovani dovrebbe dare attenzione specifica, per il 77,5% dei giovani, al fatto che si svolge in contesti di lavoro più funzionali alla buona relazionalità e per il 61% che si svolge prevalentemente in piccole imprese. In tale modo si renderebbe evidente che l'attività artigiana si svolge in contesti in grado di rispondere all'esigenza di buona relazionalità così importante per i giovani (tab. 5).

L'imprenditorialità è un valore. Il 79,7% indica quale fattore di attrattività dell'artigianato per i giovani lo svolgere un'attività imprenditoriale, di cui si ha la responsabilità, il 76,1% la possibilità di esportare nei mercati mondiali, il 74,9% il fatto di essere parte del miglior *Made in Italy* tanto apprezzato nel mondo (tab. 6).

Raccontare l'artigianato sostenibile. C'è un'ulteriore dimensione materiale e valoriale dell'artigianato che, secondo i giovani ha un potenziale attrattivo verso i coetanei: l'elevata attenzione alla sostenibilità ambientale. Ne è convinto il 76,6% degli intervistati e richiama un requisito ad oggi non sufficientemente promosso: il mondo artigiano ha per vocazione una diversa relazione con i contesti comunitari locali, inclusi i patrimoni naturalistici, paesaggistici, e in generale tutto quel che la sostenibilità ambientale chiede di preservare.

3. IL LAVORO ARTIGIANO CHE ATTRAIE

I risultati del presente Radar Artigiani mostrano che è decisiva la capacità di rendere evidente la conformità tra la matrice delle aspettative materiali e dei valori che i giovani associano al buon lavoro e quel che il lavoro artigiano, qui e subito, è in grado di offrire.

In primis, fondamentali solidi in termini di retribuzioni, stabilità e orari, a cui però associare un grado alto di autonomia, dallo spazio per proposte alla gestione degli orari, e contesti relazionali gradevoli, stimolanti, di qualità e aperti all'innovazione.

Perché un lavoro non sia vissuto dai giovani come puramente strumentale non deve essere routinario e standardizzato, ed è questo il buon volto del lavoro artigiano che va opportunamente raccontato, nei canali e con i codici più adatti alle corde dei giovani.

Lavori che danno spazio all'autonomia, in cui le persone si possono riconoscere perché consentono di materializzare passioni, interessi, finanche pulsioni creative e artistiche, diventando espressione della propria soggettività e, quindi, imponendosi come attività che i giovani possono sentire come intimamente proprie.

Il lavoro non come *sempre e solo* costrizione, ma come attività in cui riconoscersi, perché introietta valori che si sentono come propri e perché i processi e i prodotti non sono puro dispendio di energia psico-fisica, ma densi di senso e al contempo capaci di offrire spazi in cui, se si vuole, si può esprimere il proprio talento, applicare le proprie competenze e, non ultima, la propria capacità di proporre cose nuove, originali, diverse.

Se il lavoro ha perso centralità tra i giovani, diventando laterale rispetto ad altre più gratificanti attività è perché, oltre a non garantire fondamentali adeguati, è ancora troppo intriso di logiche antiche segnate da verticalizzazione, costrizione, stanca reiterazione di gesti e mansioni.

E invece, al tempo delle straordinarie opportunità del digitale e delle nuove tecnologie incombenti, i giovani ne sentono le potenzialità trasformatrici, ad esempio, nel creare nuove opportunità di gestione delle dimensioni spaziali e temporali e, al contempo, sono profondamente convinti della necessità di ritornare al primato di alcuni valori collettivi di qualità della vita e delle relazioni, agli antipodi rispetto alla sacralità intangibile del produttivismo e

dell'economicismo che considerano retaggio della cultura collettiva dei *boomer*.

La potenza dei risultati del presente Radar consiste proprio nel capovolgimento che il punto di vista dei giovani consente di fare di alcuni luoghi comuni ormai triti sull'artigianato, come quello relativo alla piccola impresa come disvalore o quello che sottolinea il presunto passatismo dei suoi prodotti e processi produttivi.

Il rapporto stretto delle piccole imprese artigiane con le comunità in cui operano, la loro specifica attenzione alla tutela dell'ambiente e alla qualità delle relazioni sociali, il nesso tra la creatività individuale e la capacità di portare il *Made in Italy* nei mercati globali, sono altrettante dimensioni del lavoro e dell'impresa artigiana che incrociano dimensioni che per i giovani possono contribuire a rimotivare il nesso con il lavoro.

Il quadro descritto dal Radar segnala che il mondo artigiano, con uno straordinario colpo d'ala, può culturalmente collocarsi sulla frontiera più avanzata dei valori apprezzati dai giovani, catalizzandone interessi e propensioni, proprio mentre altri ambiti professionali e produttivi arrancano, perdendo via via attrattività. E può essere anche il mondo che rilancia le opportunità di fare impresa, forma suprema di autonomia nel lavoro, sogno per tanti giovani reso inaccessibile dall'amplificazione dei rischi di contesto.

I risultati del Radar in definitiva indicano che è possibile e urgente comunicare la contemporaneità di valori e pratiche dell'artigianato e il loro *matching* con quel che per i giovani può restituire senso e attrattività al lavoro: da qui inizia un tratto ulteriore del sentiero che Censis e Confartigianato stanno percorrendo insieme.

4. UN PERCORSO DI INTERPRETAZIONE DELL'ITALIA DAL LATO ARTIGIANO

Giunto alla 4° edizione, il Radar Artigiano ha consentito sinora di analizzare dinamiche reali del nostro tempo dal punto di vista dell'impresa e del mondo artigiano.

Un percorso potente di interpretazione del ruolo storico dell'impresa artigiana e delle risorse che è in grado di mettere in campo, da un lato, per fronteggiare le difficoltà attese e, dall'altro, per promuovere un'Italia migliore, più in linea con le aspettative migliori dei cittadini, giovani in primo luogo.

Così nella 1° edizione, all'interno del dibattito pubblico su obiettivi e aspettative del *Pnrr* e prospettive di rilancio dell'Italia oltre il Covid, ha ribadito la rilevanza decisiva delle piccole imprese sottolineando come la *“storia dello sviluppo italiano è notoriamente la storia della proliferazione di tante piccole imprese che hanno creato ricchezza e occupazione, divenendo motore del benessere diffuso. Le piccole imprese sono decisive oltre che per ragioni quantitative anche per la funzione che esercitano e che si può riassumere nel loro essere e agire da spina dorsale del tessuto economico e della coesione comunitaria del nostro Paese, di cui sono al contempo parte delle fondamenta e uno dei soggetti-chiave.”*

Nel 2° *Radar Artigiano* poi, partendo dall'analisi delle previsioni relative ai principali trend sociodemografici ed economici del nostro paese, riguardo all'impresa artigiana ne veniva rilanciata *“la funzione decisiva che potrà svolgere nell'Italia del prossimo futuro, tenuto conto che lo sviluppo dovrà essere sempre più sostenibile, vale a dire in linea con tutela ambientale, coesione e inclusione sociale....”* Alla luce dell'evoluzione socioeconomica, il Radar raccontava l'Italia in prospettiva decennale e *“cosa il mondo artigiano potrà mettere in campo affinché il paese non subisca gli impatti regressivi delle dinamiche negative e, anzi, riesca a portare a compimento le transizioni virtuose di cui c'è bisogno.”*

Il 3° Radar è stato invece l'occasione per rileggere il significato e il contributo del *valore artigiano* rispetto, in primo luogo *“al ritorno da protagonisti dei territori come portato del nuovo ciclo, in via di definizione, della post-globalizzazione e della nuova fase di ridefinizione istituzionale condensata nella proposta detta dell'autonomia differenziata, comunque marcata da una rinnovata propensione a spostare il baricentro del potere dal centro ai livelli più prossimi ai territori”*.

Ne è nato il racconto dell'artigianato che *“nei territori si conferma motore per la creazione di valore economico e sociale che contribuisce a renderli dei pieni significanti, in grado di partecipare alla competizione globale non più solo sulla base di un feroce produttivismo dalle enormi diseconomie psicologiche, sociali e ambientali, ma contando sulla capacità di mixare virtuosamente la quantità e la qualità delle produzioni con la creazione di una prossimità virtuosa fatta di socialità e di lavori motivanti.*

E poi, sempre nel 3° Radar il valore artigiano è stato riletto rispetto a *“alcune grandi priorità del nostro tempo come la voglia di consumi più personalizzati funzionali ad un benessere più olistico e più attento alla qualità della vita” e, soprattutto “all’esigenza sociale di lavoro di qualità e motivante, di contesti aziendali con relazioni meno stressanti e più umanizzate”.*

È stato raccontato il mondo artigiano come piattaforma capace di creare lavoro creativo, coinvolgente e di qualità. Tale aspetto particolarmente virtuoso del valore artigiano non poteva che riportare l’attenzione sulle dinamiche regressive della demografia e sui suoi effetti dirompenti sul rapporto tra domanda e offerta sul mercato del lavoro.

Un quadro complesso e sfidante che ha stimolato Confartigianato e Censis a scegliere come tema del 4° Radar proprio il rapporto dei giovani con il lavoro, con particolare riferimento ai nuovi valori e all’attrattività specifica dell’artigianato.

È stato così realizzato il presente Radar, finalizzato a costruire strumenti per promuovere l’attrattività del lavoro artigiano in relazione alle aspettative materiali e immateriali dei giovani sul lavoro, rompendo con un approccio da sonnambuli che restano inerti di fronte ai neri presagi delle previsioni demografiche e a quelle relative al mercato del lavoro.

In questa ottica, la presente edizione è un’ulteriore tappa del percorso che, tramite i successivi Radar, Confartigianato e Censis portano avanti per raccontare quel che *di più e di meglio* il mondo artigiano crea e mette a disposizione dell’economia e della società italiane.

LE TABELLE

Tab. 1 - Il posizionamento del lavoro nella vita dei giovani 18-35enni, per condizione professionale (val. %)

	Condizione professionale		Totale
	Occupato	Studente	
Non mi piace l'idea di avere una vita in cui il lavoro è centrale	80,7	79,4	80,0
Avere tanto tempo libero per me stesso, per la famiglia, per le mie passioni è per me una priorità	90,7	92,5	91,1

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2024

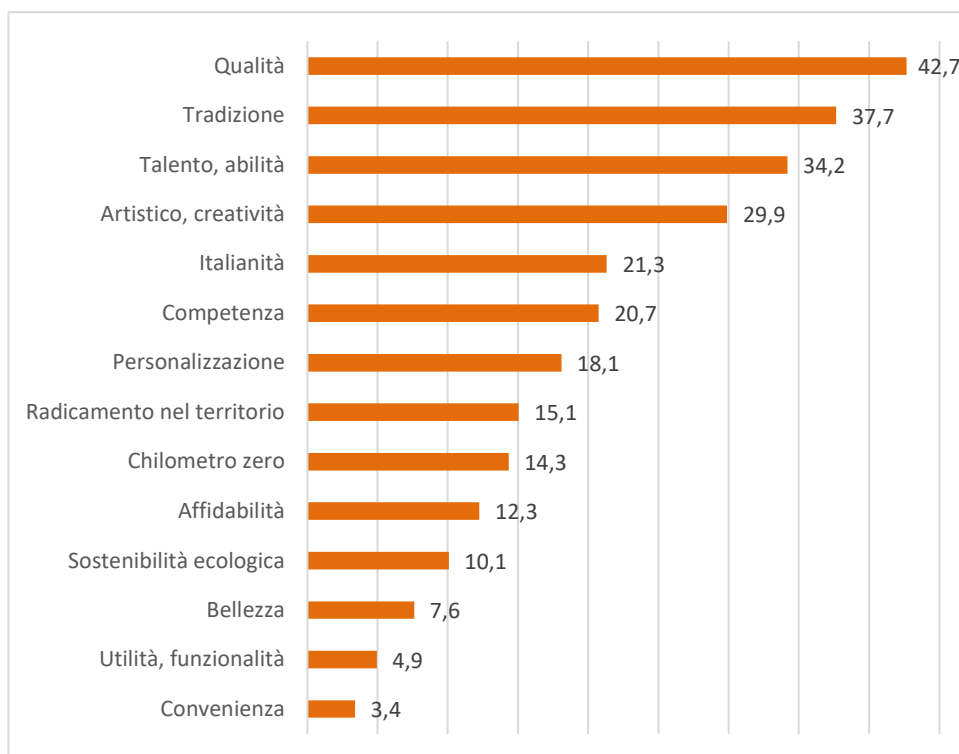
Tab. 2 - Il valore dell'autonomia nel lavoro ideale secondo i giovani 18-35enni, per genere (val %)

	Genere		Totale
	Maschio	Femmina	
Orari flessibili, cioè, avere opportunità di scelte per l'orario di inizio e di fine	86,0	91,0	88,4
Avere una certa autonomia, spazi per iniziative da proporre e mettere in pratica	85,0	91,1	87,9
Poter gestire in autonomia e totale flessibilità orari e tempi del lavoro	85,1	90,4	87,7

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2024

Fig.1 - Cosa evoca alla mente dei giovani 18-35enni l'artigianato (val. %)



Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 3 - Giovani 18-35enni che vorrebbero lavorare nell'artigianato, per titolo di studio (val. %)

<i>Le piacerebbe lavorare nell'artigianato, intraprendere una delle professioni dell'artigianato?</i>	Titolo di studio			Totale
	Al più la qualifica professionale	Diploma	Laurea o superiore	
Si, mi piacerebbe	71,3	36,7	37,0	39,3
No	16,8	40,1	45,9	41,3
Non saprei	11,9	23,2	17,1	19,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 4 - Gli aspetti dell'artigianato che secondo i giovani 18-35enni sono a più alta forza attrattiva in un racconto rivolto alle giovani generazioni (val. %)

	Molto attrattivo	Abbastanza attrattivo	Totale
Lo spazio per esprimere la propria creatività	41,5	45,9	87,4
Una certa autonomia nella gestione degli orari lavorativi	42,3	44,7	87,0
L'attenzione per qualità, estetica (bello e ben fatto)	37,6	49,1	86,7
Realizzare prodotti con una loro unicità	40,3	44,3	84,5
Imprese/prodotti come concreta realizzazione di idee, progetti personali	31,3	52,7	84,0

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 5 - L'attrattività della buona relazionalità nell'artigianato, secondo i giovani 18-35enni, per genere (val. %)

	Genere		Totale
	Maschio	Femmina	
Il lavoro in contesti più funzionali alla buona relazionalità	73,5	81,7	77,5
Lavorare in piccole imprese	59,2	63,0	61,0

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 6 - L'attrattività del fare impresa artigiana, secondo i giovani 18-35enni, per classe d'età (val. %)

	Età in classe		Totale
	18-25 anni	26-35 anni	
Svolgere un'attività imprenditoriale, di cui si ha responsabilità	80,2	79,3	79,7
Essere parte del miglior Made in Italy tanto apprezzato nel mondo	69,7	78,8	74,9
Poter esportare nei mercati mondiali	74,9	77,1	76,1

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2024