

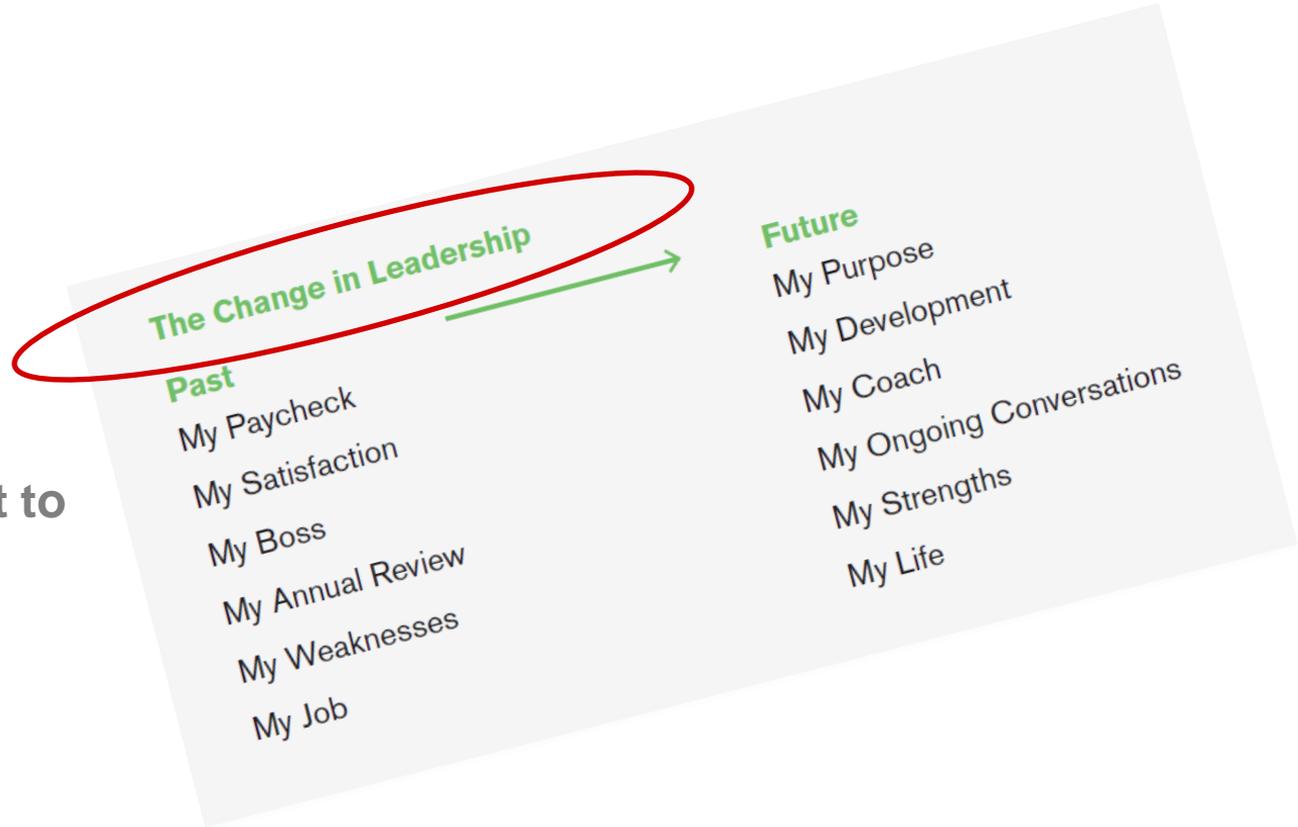
# 2020 Workplace Drivers





# Overview – Why Millennials matter

2016 Gallup  
How Millennials want to  
work and live





# Overview – Why Millennials matter

## 2014 Nielsen Millennials breaking the myths

### KEY FINDINGS

Millennials are:

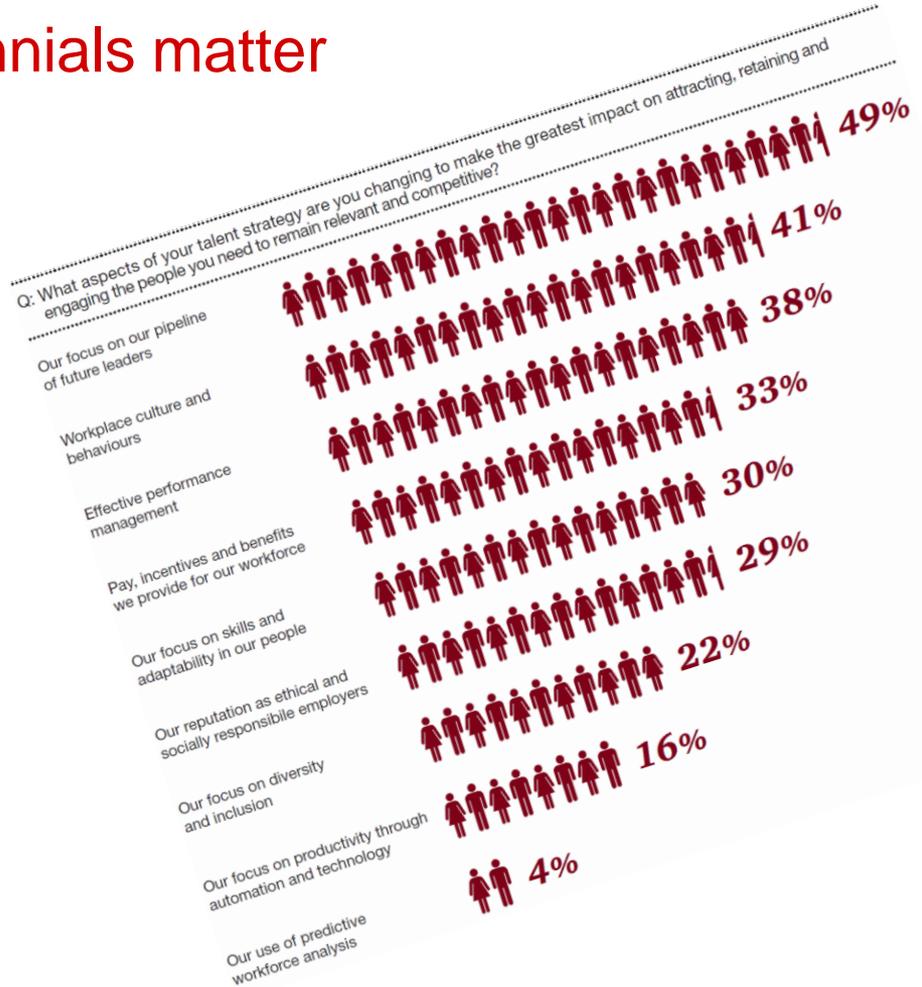
- **Diverse, Expressive and Optimistic:** Millennials are characterized by more than just their age. As a group, they're more racially and ethnically diverse than any previous generation. They value self-expression and artistic pursuits. They've been hard hit by the recent turbulence in the economy, but their high education levels and optimism foreshadow their potential future success.
- **Driving a Social Movement Back to the Cities:** If they're not still living with mom and dad, Millennials are fueling an urban revolution looking for the vibrant, creative energy cities offering a mix of housing, shopping and offices right outside their doorstep. They're walkers and less interested in the car culture that defined Baby Boomers.
- **Struggling, But They Have an Entrepreneurial Spirit:** They've been hit particularly hard by the Great Recession. They're dealing with high unemployment, low income and high student loans as they try to establish themselves. However, necessity is the daughter of invention and some Millennials have hit it big by investing in startups and following the own entrepreneurial pursuits.
- **Deal Shoppers and Desire Authenticity:** Given their small paychecks, they are savvy shoppers always on the lookout for a good deal. Millennials put a premium on authentic, handmade, locally produced goods – and they're willing to pay more for products from companies with social impact programs. Getting a good deal is a priority, but they won't compromise on quality. They want to feel good about what they buy.
- **Connected and Want the Personal Touch:** Technology defines Millennials. They sleep with their mobiles and post status updates from the bathroom. When interacting with companies via social media, they value authenticity – they want to feel like they have a personal, direct interaction with the brand—and in return, they'll advocate and endorse that brand.





# Overview – Why Millennials matter

2016 PWC  
Annual Global CEO Survey





# Overview – Why Millennials matter

2016 Gallup  
How Millennials want to  
work and live

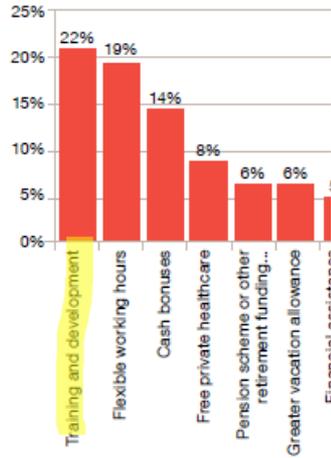




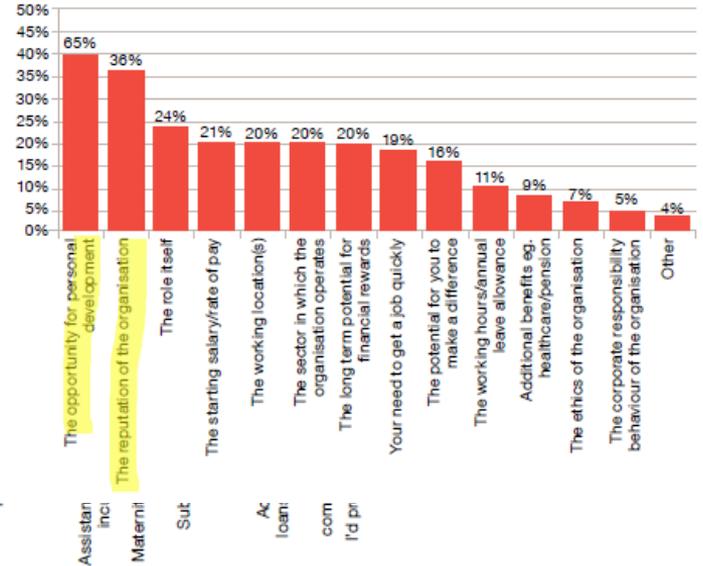
# Overview – Why Millennials matter

## 2011 PWC Millennials at work Reshaping the work place

Which three benefits would you rank each 1st place



Which of the following factors most influenced your decision to accept your current job?



Base: All graduates

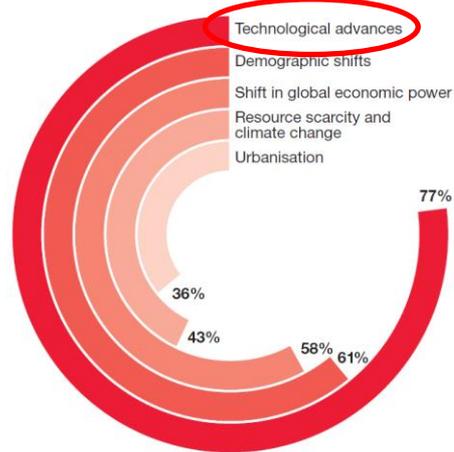




# Overview – Why Millennials matter

## 2016 PWC Annual Global CEO Survey

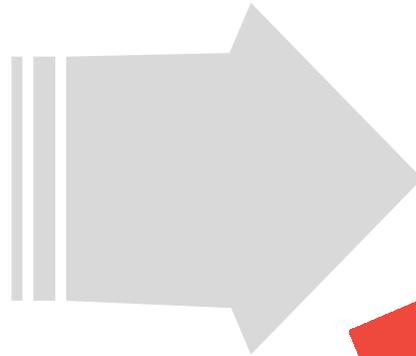
Q: Please rank the top three global trends which you believe will be most likely to transform wider stakeholder expectations of businesses within your sector over the next five years.



Note: Percentage of respondents ranking first, second or third



## 2011 PWC Millennials at work – Reshaping the workplace



Millennials' use of technology clearly sets them apart. One of the defining characteristics of the millennial generation is their affinity with the digital world. They have grown up with broadband, smartphones, laptops and social media being the norm and expect instant access to information. This is the first generation to enter the workplace with a better grasp of a key business tool than more senior workers.





# Overview – Why Millennials matter

2016 PWC - Annual Global CEO Survey  
2011 PWC – Millennials at work  
2016 Gallup – How Millennials work and live  
2016 Deloitte – Millennials Suvery

\* Più numerosi delle precedenti generazioni

\* Maggiore familiarità con il concetto di crisi e instabilità

\* Usano modalità comunicative differenti

\* Hanno un diverso atteggiamento verso il lavoro

\* Manifestano una maggiore propensione alla mobilità anche internazionale

\* Si mischieranno gradualmente con le successive generazioni e con le precedenti

\* La crisi e la situazione diffusa di instabilità forzosamente è divenuta familiare a tutti

\* L'ingresso e permanenza nel mondo del lavoro modificherà e adatterà la modalità comunicativa

\* L'assunzione di maggiori responsabilità normalizzerà questo diverso atteggiamento

\* Gli impegni familiari più tardivi modificheranno le priorità

\* La maggiore numerosità comporterà:

- ▶ Rapidità di inserimento
- ▶ Rapidità di accesso a posizioni di potere
- ▶ Influenza sulle generazioni successive

\* La familiarità con il concetto di crisi facilita:

- ▶ Fare di più con meno
- ▶ Lettura del mercato e comprensione strategie
- ▶ Soluzioni alternative - flessibilità

\* Il modo diverso di comunicare si traduce in:

- ▶ Differente relazione con il capo (frequenza e qualità)
- ▶ Mutate aspettative sulla condivisione delle informazioni
- ▶ Disponibilità e utilizzo di strumenti di comunicazione

\* Il diverso atteggiamento comporta:

- ▶ Maggior propensione al comabimento
- ▶ Differenti esigenze verso il luogo di lavoro
- ▶ Scarsa accettazione delle strutture rigide

\* Mobilità internazionale significherà:

- ▶ Ricchezza di esperienza/apprendimento
- ▶ Rapidità nei progressi di carriera





# Change Management

- A. Available to change
- B. Willing to change
- C. Change is an opportunity
- D. Change is not an option

Let's Play  
together!

# 2020 Workplace Drivers

Risultati Survey Cegos Italia





## Summary

Sono numerosi i fattori di complessità che influiscono sul mantenimento di un efficace e persistente **evoluzione della forza lavoro**, oggi più che mai.

I cambiamenti nella tecnologia, l'incremento dei fattori di diversità e il cambiamento generazionale richiedono **profili di alto livello**.

Queste sfide non sembrano destinate ad esaurirsi velocemente nel breve periodo.

Per questo motivo, Cegos ha condotto un'**indagine** per individuare le attuali **sfide** in corso e le nuove sfide che possono sorgere.

In che modo possiamo relazionarci con esse al fine di **garantire, ora, il successo per il futuro?**



# Summary

- \* Obiettivo dell'indagine: identificare le **certezze e i falsi miti** associati a **5 fattori chiave del cambiamento**, con particolare riferimento a ciò che caratterizzerà l'ambiente lavorativo del prossimo decennio.
- \* L'indagine è stata condotta in Italia nei mesi di **maggio e giugno 2016**, su professionisti e manager di oltre 400 aziende; sono state raccolte **448 risposte**

Ai fini dell'indagine, consideriamo:

*Baby Boomers: i nati tra il 1946 e il 1964*

*Generazione X: i nati tra il 1965 e il 1980*

*Generazione Y (millennials): i nati tra il 1980 e il 2000*

*Generazione Z: i nati dopo il 2000*



# Summary

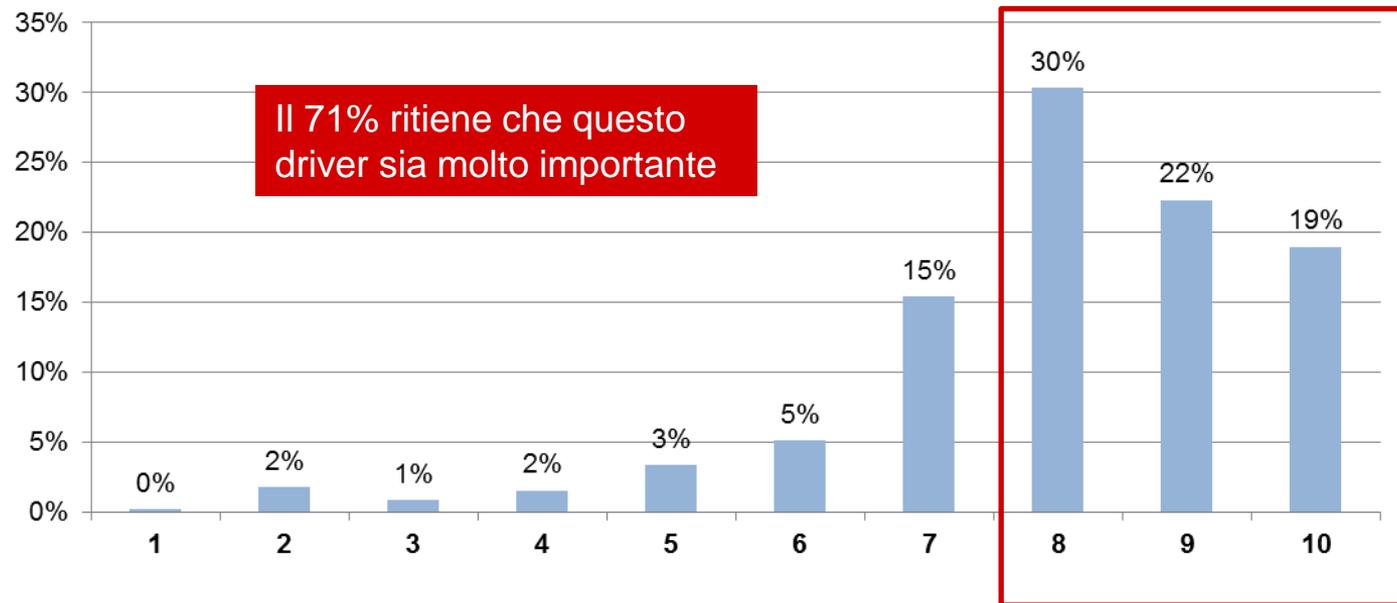
Il focus della survey è su **5 Driver per il cambiamento**:

- \* **driver #1: l'impatto della tecnologia**: è considerato il più importante tra i driver, soprattutto per la capacità di accelerare ulteriormente il cambiamento. Come possiamo prepararci a questi cambiamenti? E in che termini potrà influenzare noi e le nostre organizzazioni?
- \* **driver #2: l'importanza dell'integrazione delle nuove generazioni**; cosa dobbiamo fare per affrontare il gap generazionale? Come integrare le generazioni X, Y, Z, favorendo la collaborazione e massimizzando il potere della relazione?
- \* **driver #3: il diversity management**; stiamo trascurando, volutamente o meno, questioni relative alle diversità esistenti?
- \* **driver #4: la percezione attuale del mondo del lavoro del futuro**; noi immaginiamo che la forma e il modo di lavorare continueranno ad evolvere. Ma quale sarà l'ufficio del futuro? Ci sarà ancora un ufficio come lo interpretiamo oggi?
- \* **driver #5: l'adeguatezza dei futuri leader e manager**; come possiamo preparare oggi il Management alle sfide future? Ci sono all'interno delle nostre organizzazioni i leader del futuro, in grado di assumere ruoli di responsabilità nel decennio 2020?



# Driver #1: la tecnologia

Utilizzo appropriato delle tecnologie, relazione tra diverse classi generazionali e tecnologia. Quanto è importante attualmente questo fattore all'interno della vostra azienda?



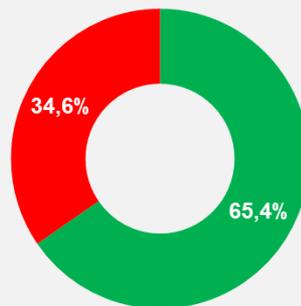


# Driver #1: la tecnologia

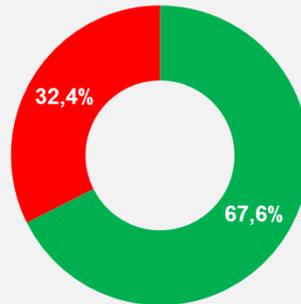
Nei prossimi anni all'interno delle organizzazioni aumenteranno le reti sociali, virtuali e ibride e **aumenterà la distanza fisica tra le persone**

**Macchine, Intelligenza Artificiale e robot** sostituiranno gradualmente il lavoro umano e le funzioni a "basso valore"

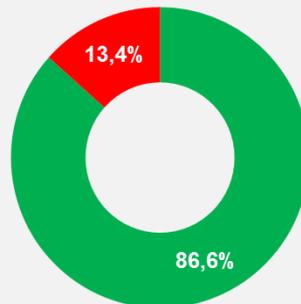
La Generazione Z dà per scontato **l'utilizzo delle tecnologie digitali** nella gestione delle relazioni



■ d'accordo  
■ non d'accordo



■ d'accordo  
■ non d'accordo

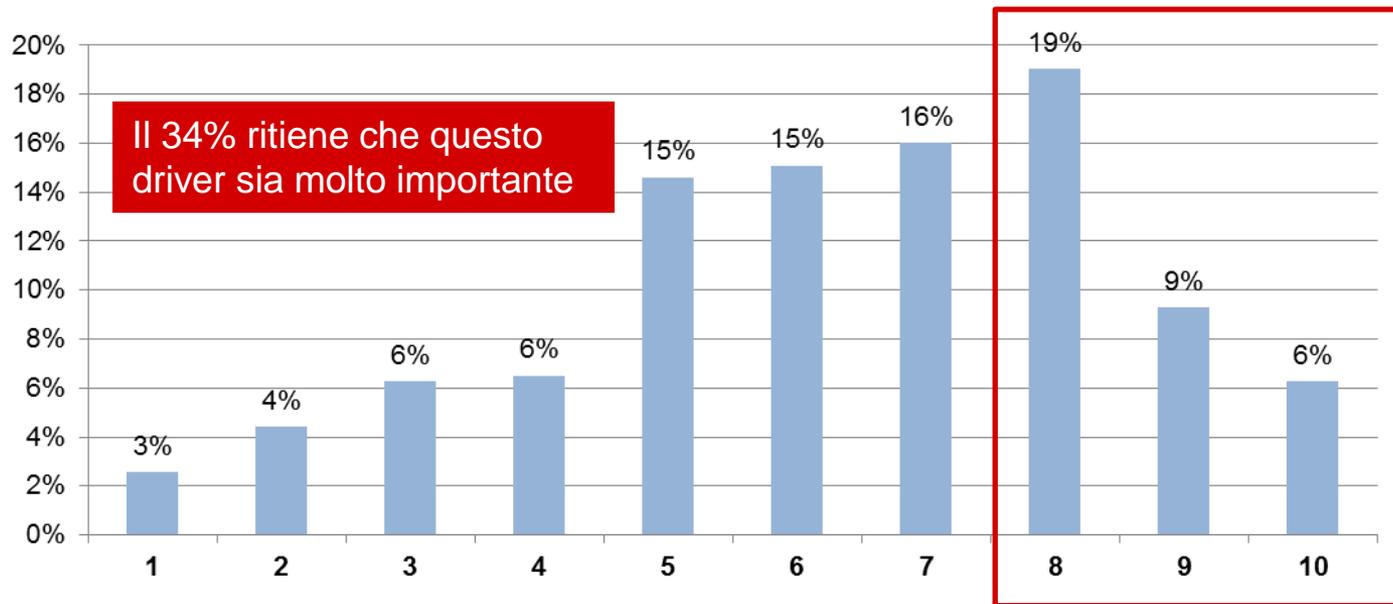


■ d'accordo  
■ non d'accordo



## Driver #2: l'integrazione tra le diverse generazioni

La Generazione Z entra nel mondo del lavoro, la Generazione Y si sposta verso ruoli di primo livello, la Generazione X rappresenta i manager del futuro e nel frattempo si avverte un invecchiamento della popolazione aziendale. Quanto sono importanti attualmente questo fattori all'interno della vostra azienda?



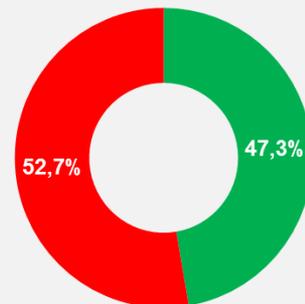


## Driver #2: l'integrazione tra le diverse generazioni

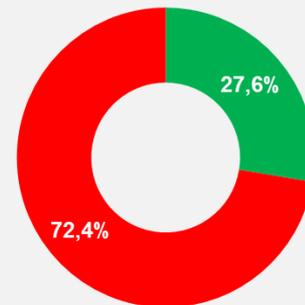
Con l'allargamento del gap generazionale corriamo il rischio di creare **conflitti di categoria**

Le aziende tendono a **sopravalutare la Generazione Y**, a sfavore della Generazione Z

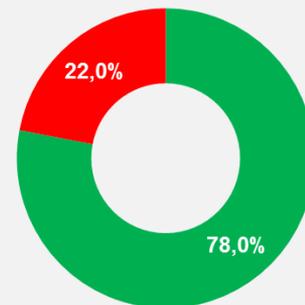
La funzione HR non può pensare di continuare a gestire nello stesso modo la **Generazione Y e Z**



■ d'accordo  
■ non d'accordo



■ d'accordo  
■ non d'accordo

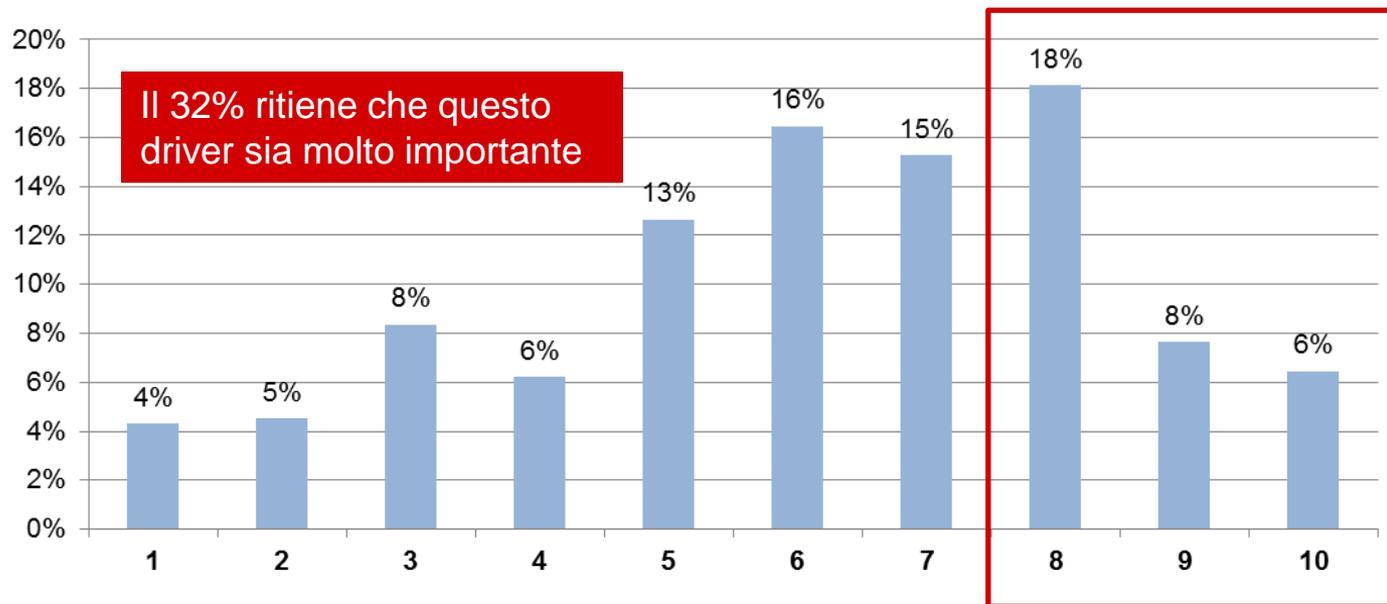


■ d'accordo  
■ non d'accordo



## Driver #3: diversity management

Quanto è importante attualmente questo fattore all'interno della vostra azienda?



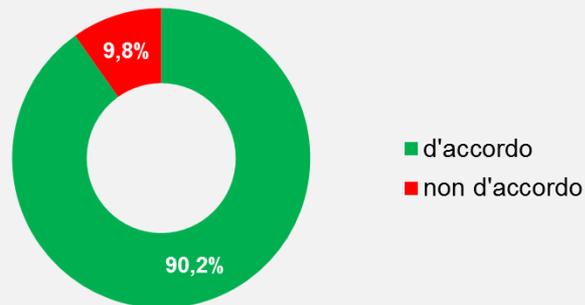
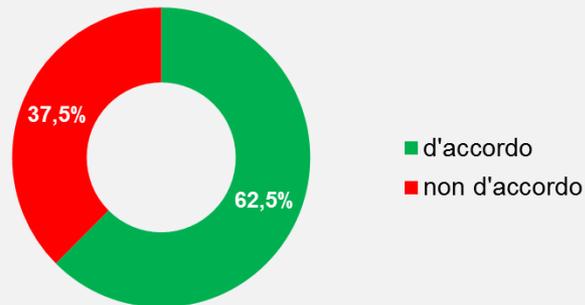
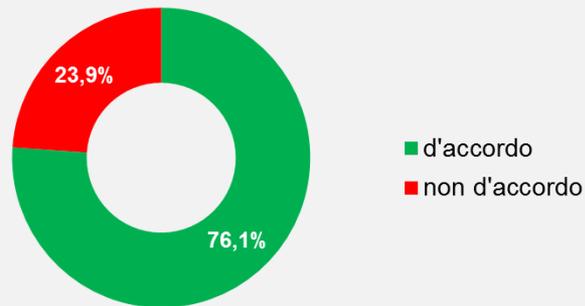


## Driver #3: diversity management

Ci sono molti più aspetti della diversity (genere, colore, orientamento, nazionalità, età, cultura) rispetto a quello che pensiamo, ed è una questione comune in molte aziende

In molti casi la dirigenza **non dà peso o non è a conoscenza** delle situazioni di pregiudizio che si palesano sul posto di lavoro

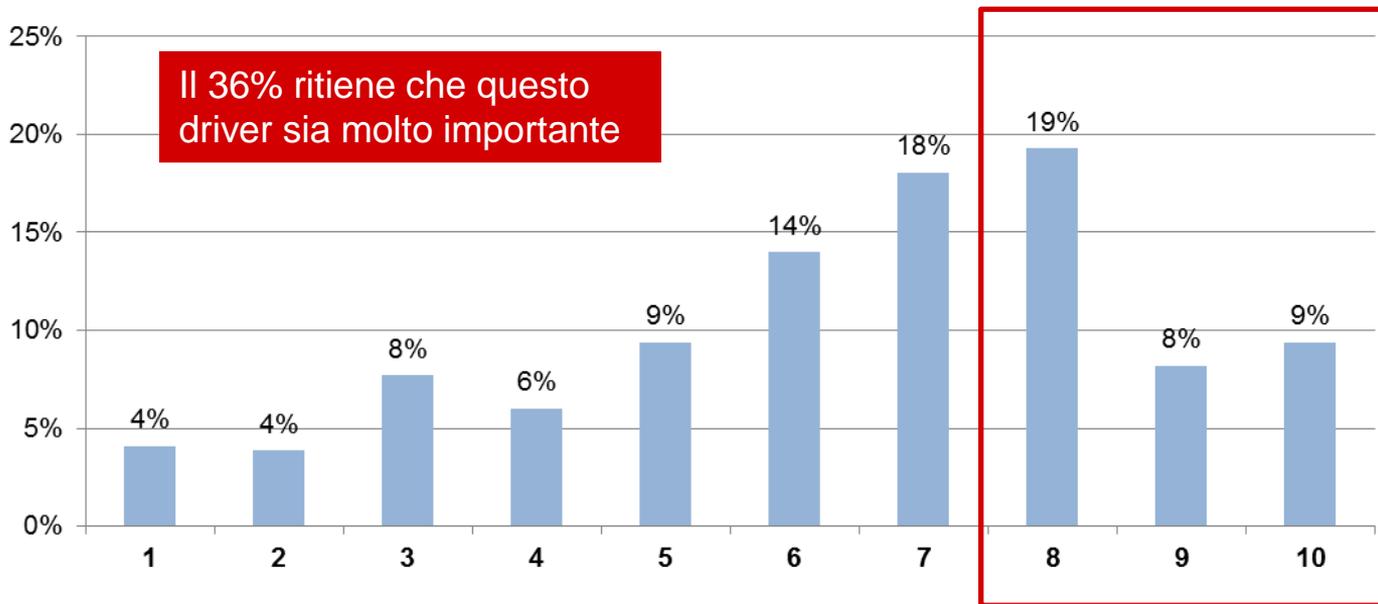
L'ambiente lavorativo del futuro sarà molto più variegato e **in grado di valorizzare le differenze**; ciò significa che i manager dovranno essere maggiormente flessibili nell'interfacciarsi con aree dai perimetri poco definiti e non conformi a regole scritte





## Driver #4: ambiente lavorativo del futuro

Aumento dei contratti a breve termine; nuova concezione dell'ufficio (come lo intendiamo ora o postazione remota)? Quanto sono importante attualmente questi fattori all'interno della vostra azienda?



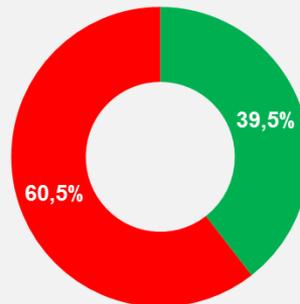


## Driver #4: l'ambiente lavorativo del futuro

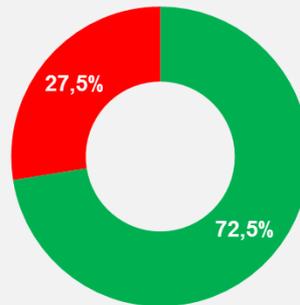
Le Generazioni Y e Z **non sono state formate per affrontare le nuove esigenze del mondo del lavoro** (per esempio management a distanza); forse per questo saranno tenuti in considerazione dalle aziende soprattutto per contratti di collaborazione, consulenza ecc

In futuro **non ci sarà più il tradizionale orario di lavoro**, ma periodi di attività di diversa intensità, spesso a distanza. Ciò porterà ad un confine sempre più labile tra vita privata e lavorativa, e a potenziare un approccio sempre più orientato a "fare di più con meno"

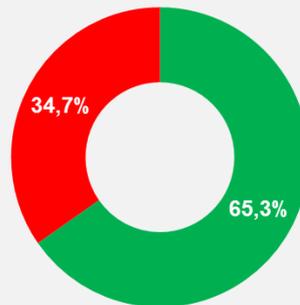
Gli uffici saranno meri **hotspots**, e ciò permetterà di diminuire il costo di servizi e spese generali



■ d'accordo  
■ non d'accordo



■ d'accordo  
■ non d'accordo



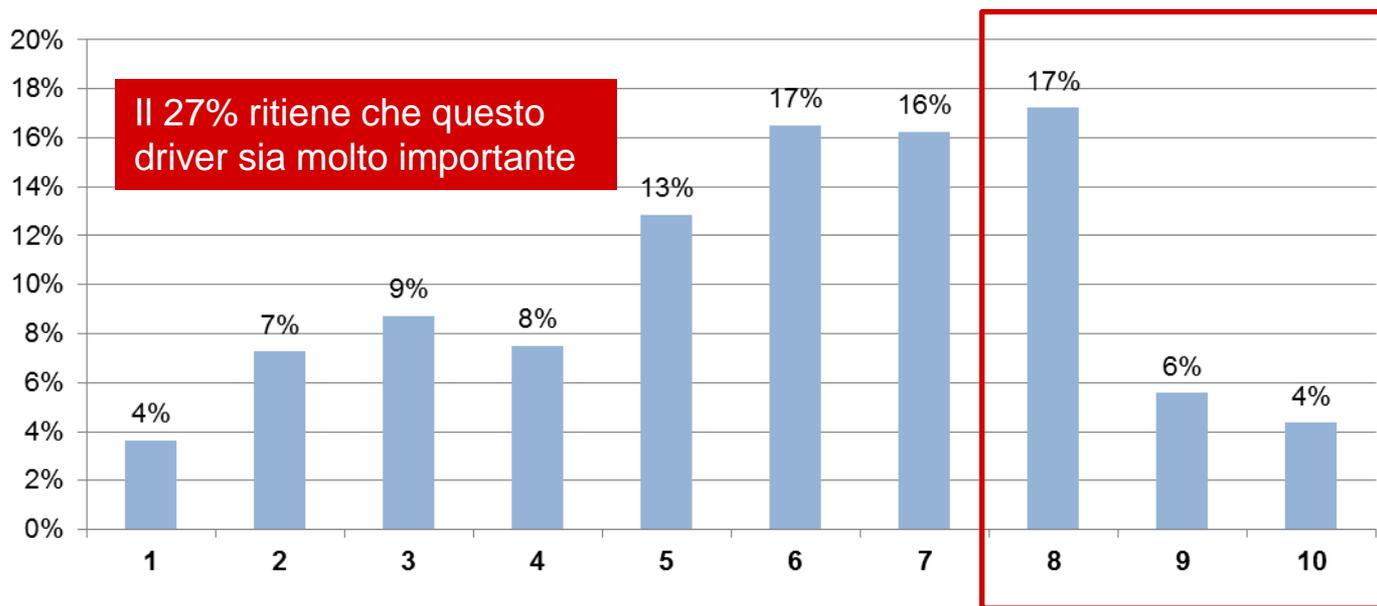
■ d'accordo  
■ non d'accordo



## Driver #5: leadership & management

La generazione X è pronta per diventare la classe dei nuovi Executive? La generazione Y è pronta per divenire la classe dei nuovi middle manager?

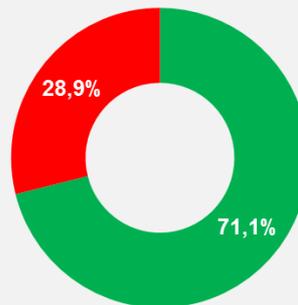
Quanto sono importanti attualmente questi fattori all'interno della vostra azienda?





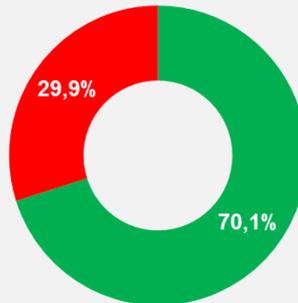
## Driver #5: leadership & management

Per il passaggio verso un ruolo manageriale, la Generazione Y dovrà abbandonare la logica "dell'IO" (approccio individualistico) e **diventare la generazione del "NOI"**



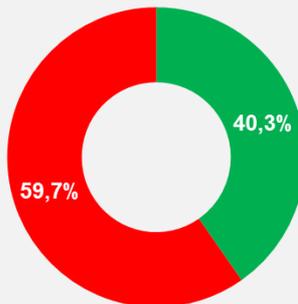
■ d'accordo  
■ non d'accordo

Quando la Generazione Y assumerà ruoli manageriali, una delle principali sfide sarà come **stimolare e coinvolgere la Generazione Z** (100% nativi digitali)



■ d'accordo  
■ non d'accordo

La Generazione X rappresenta i futuri Executive, ma **è impreparata ad affrontare le nuove sfide e a guidare le aziende**



■ d'accordo  
■ non d'accordo

Centro Studi e Ricerche  
Cegos Italia

[www.cegos.it](http://www.cegos.it)



BEYOND KNOWLEDGE\*