

Censis, innovazione italiana presidiata dai millennial

In aumento le imprese fondate da under 35: più di 300 al giorno quelle nate nel secondo trimestre 2015, +3,6% rispetto al trimestre precedente. L'istituto di ricerca: "In aumento la capacità di adattarsi al mercato del lavoro"

di A.S.



Fondano nuove imprese, sono sempre più capaci di adattarsi al mercato del lavoro, lavorano più di quanto non preveda l'orario "da contratto" e presidiano la frontiera dell'innovazione tra digital life, solidarietà e sharing economy. E' il ritratto dei millennial, i giovani cioè tra i 18 e i 34 anni, che emerge dalla ricerca Censis "Vita da Millennials: web, new media, startup e molto altro. Nuovi soggetti della ripresa italiana alla prova", realizzata per il Padiglione Italia di Expo 2015, che è stata presentata oggi a Milano presso la **Fondazione Eni Enrico Mattei** da **Francesco Maietta**, responsabile area politiche sociali del

Censis, e discussa da **Cristina Tajani**, assessore alle Politiche per il lavoro, sviluppo economico, università e ricerca del **Comune di Milano**, **Cesare Vaciago**, direttore Territori e contenuti del **Padiglione Italia di Expo 2015**, **Aldo Bonomi**, direttore del **Consorzio Aaster**, e **Giuseppe De Rita**, presidente del **Censis**.

Nel secondo trimestre 2015 quasi 32mila nuove imprese sono state fondate da un under 35: più di 300 imprese al giorno guidate da giovani, con una crescita del 3,6% rispetto al trimestre precedente, e un +0,6% riferito al sistema d'impresa complessivo. Un terzo di tutte le imprese avviate nel trimestre fa capo a un giovane. E ai giovani si deve più della metà (il 54%) del saldo tra imprese nate e cessate nel periodo - ricostruisce la ricerca - Lo stock complessivo di imprese di giovani è oggi pari a 594.000, cioè costituiscono il 9,8% del tessuto imprenditoriale del Paese. La voglia di impresa è trasversale ai territori, inclusi i più critici, perché anche nel Mezzogiorno il 40,6% delle imprese nate nel trimestre è riconducibile a un giovane, con un tasso di crescita del 3,5% rispetto al trimestre precedente.

Sono inoltre 2,3 milioni i Millennials che svolgono un lavoro di livello più basso rispetto alla propria qualifica (sono il 46,7% di quelli che lavorano, rispetto al 21,3% dei Baby Boomers di 35-64 anni). Un milione ha cambiato almeno due lavori nel corso dell'anno, 1,2 milioni dichiarano di aver lavorato in nero negli ultimi dodici mesi, 1,8 milioni hanno svolto lavoretti pur di guadagnare qualcosa, 1,7 milioni nell'ultimo anno hanno lavorato con contratti di durata inferiore a un mese, 4,4 milioni hanno fatto stage non retribuiti. Pur di entrare nel mondo del lavoro e "stare in partita", spiega una nota del Censis, tanti millennial si accontentano di impieghi lontani dal loro percorso di formazione, anche in nero. Altro che troppo choosy: si tratta di un'adattabilità sociale sommersa e poco riconosciuta.

Più di 3,8 milioni di Millennials lavorano oltre l'orario formale (il 17,1% in più rispetto ai Baby Boomers). Di questi, 1,1 milioni lo hanno fatto senza ricevere il pagamento degli straordinari (il 4% in più rispetto alla fascia di 35-64 anni) e 1,7 milioni con una copertura economica solo saltuaria. A 1,1 milioni di Millennials capita di lavorare anche di notte, a quasi 3 milioni durante il weekend. Ancora: 1,8 milioni lavorano a distanza, da casa o comunque lontano dal posto di lavoro, 1,9 milioni sono pendolari e 2,5 milioni viaggiano spesso per lavoro in città diverse da quella in cui risiedono. Lavorano stando connessi, in modalità remota, con una dilatazione di tempi e luoghi di lavoro.

La digital life è già una realtà per i Millennials: il 94% è utente di internet (contro il 70,9% riferito alla popolazione complessiva), l'87,3% è iscritto almeno a un social network (contro il 60,2% medio), l'84,7% utilizza lo smartphone sempre connesso in rete (contro il 52,8% medio). E sono loro ad aver fatto decollare il commercio online. Il 61,4% dei Millennials (circa 6,8 milioni di persone), contro il 27,9% dei Baby Boomers, nell'ultimo anno ha acquistato almeno un prodotto o un servizio sul web. Hanno comprato online prodotti alimentari 1,2 milioni di giovani, pari al 10,8% (contro il 5,4% dei Baby Boomers). La rete è il luogo di espressione della potenza innovativa dei Millennials, che sono i veri protagonisti della sharing economy. Quasi 500.000 giovani contribuiscono a iniziative di crowdfunding. Sobrietà e sharing economy vanno a braccetto nella loro quotidianità: il 31,7% acquista prodotti usati (contro il 14,7% dei Baby Boomers), il 21,9% si sposta regolarmente in bicicletta (fa altrettanto solo il 10,3% dei 35-64enni) e l'8,4% (il 4,1% dei 35-64enni) utilizza il car sharing e il bike sharing. E il 2,5% dei Millennials pratica il couchsurfing, cioè lo scambio di ospitalità che consiste nel mettere a disposizione un posto letto nella propria abitazione pubblicando l'annuncio su una piattaforma web e recandosi nelle abitazioni altrui con la stessa modalità.