La coscienza verde dei millennial

Autore: Lorenzo Russo
Fonte: Città Nuova

Secondo la ricerca di GreenBiz, 2 giovani su 3 non lavorerebbero per un'azienda che non abbia un forte impegno in campo ambientale e molti di loro accetterebbero di ridursi lo stipendio pur di lavorare in società eticamente responsabile

Ridursi lo stipendio pur di lavorare per un'azienda rispettosa per l'ambiente. Forse per molti è una scelta assurda, invece per tanti, soprattutto giovani, è una scelta prioritaria. La generazione *millennial*, i giovani che entrano oggi nel mondo del lavoro, sanno bene che ormai le tematiche ambientali ricoprono un ruolo centrale nel loro stile di vita. E vorrebbero che anche la propria azienda agisca in maniera responsabile e sostenibile. Questo è un fenomeno che ultimamente sta coinvolgendo numerose imprese e organizzazioni a livello internazionale. Alcune indagini dimostrano come **l'86% dei *millennial* accetterebbe una riduzione del proprio stipendio pur di lavorare per un'azienda rispettosa dell'ambiente** (report americano pubblicato dalla Tv CNBC) e che applichi concrete politiche di Corporate Social Responsability (CSR), cioè *responsabilità sociale d'impresa.* Questi giovani chiedono **una visione strategica aziendale più etica**, che non punti solo al profitto economico ma anche ambientale. A dar ragione a questa filosofia di vita c'è **la ricerca di GreenBiz**, quotidiano di green economy che afferma che 2 giovani su 3 non lavorerebbero per un'azienda che non abbia un forte impegno in campo ambientale e l'85% vorrebbe avere l'opportunità di farsi promotori del raggiungimento di obiettivi legati alla responsabilità sociale d'impresa. Inoltre, da una ricerca americana pubblicata sulla rivista **Forbes** (magazine più famoso al mondo su classifiche, cultura economica, leadership imprenditoriale, innovazione e lifestyle), è emerso che **le politiche di responsabilità sociale porterebbero a un aumento del 30% del capitale annuo.** Le aziende dovrebbero incominciare ad ascoltare di più i giovani coinvolgendoli in politiche di sostenibilità ambientale e recuperando la loro fiducia. Questo è forse il problema principale, perché in molti lavoratori manca quella motivazione giusta nel far bene il proprio lavoro per migliorare il mondo che ci circonda. **I giovani e i collaboratori aziendali possano rappresentare i nuovi vettori di cambiamento per l'azienda**. «Al giorno d'oggi, per eccellere, le organizzazioni devono prestare attenzione non solo agli aspetti economici della propria attività ma devono farsi **promotrici del cambiamento** nei confronti di problemi sociali e ambientali, posizionando i collaboratori in prima linea» afferma Stefano Biaggi, amministratore delegato di Sodexo Italia, leader nei servizi per la qualità della vita. «Chi dirige un'attività deve riconoscere che gran parte della forza lavoro pensa che lo scopo delle aziende non sia solo aumentare i profitti - sostiene **Pedro Tarak, presidente e co-fondatore di Sistema B International,** un'organizzazione globale dedicata alle nuove economie che promuove la creazione di "B Corp", ovvero aziende socialmente responsabili -. La nuova sfida per essere competitivi non è essere i migliori del mondo, bensì migliori per il mondo». È necessario creare una cultura aziendale dove business e responsabilità sociale siano allineate, dando ai collaboratori i giusti mezzi per far sì che il cambiamento avvenga. «Compiere scelte responsabili per il bene comune non è più sufficiente perché fiducia e leadership sono in crisi – ribadisce Fabian Dattner, nota attivista australiana -. **Le aziende devono lavorare sulla ricostruzione della fiducia**, sedendo al tavolo con i diversi team e accettandone le critiche anche se dure».