

Quiet quitting: perché la cultura del sacrificio sul lavoro non fa più breccia

L'Italia è il paese europeo con la più alta disaffezione al lavoro. Una soluzione al *disengagement* sul lavoro c'è ed è la formazione (in inglese)

Portato alla ribalta nell'estate 2022 da un **trend topic da 203.6 milioni di visualizzazioni su TikTok**, il termine **quiet quitting** è stato e continua ad essere al centro di un acceso dibattito.

Si potrebbe tradurre con **"dimissioni silenziose"**, ma cosa vuol dire veramente? Dietro le numerose interpretazioni dell'espressione, si nasconde in realtà un fenomeno noto: un sempre più diffuso senso di frustrazione correlato al lavoro – già messo in luce dalla Great Resignation (le dimissioni di massa verificatesi a partire dal 2021) – che induce a ripensare la cultura del sacrificio sul lavoro e a ricercare un migliore equilibrio tra vita privata e impiego.

Ma come si diventa *quiet quitters*? E, soprattutto, come si smette di esserlo? Una soluzione potrebbe arrivare dalla formazione, e dall'investimento sulla conoscenza dell'inglese.

1. Quiet quitting, una questione di mancato engagement

Nell'accezione diffusa dai suoi sostenitori, *quiet quitting* sta a indicare l'atteggiamento per cui si lavora attenendosi alle mansioni previste dal proprio contratto, e **si dice no a tutto** quel che esula da queste. **Straordinari, responsabilità che vanno al di là del proprio ruolo, lavoro a casa**. Tutto ciò, insomma, che implicherebbe la **hustle culture**, la mentalità per cui il lavoro è il fulcro della vita di una persona e domina pertanto sulle sue giornate, finendo per invadere il tempo libero e, nel peggiore dei casi (ma sempre più spesso), per provocare il **burnout**.

Un'interpretazione non condivisa dai **più critici**, che vedono in questo fenomeno niente di più di un **approccio pigro e apatico al lavoro**, che porta a fare il minimo indispensabile e a prendere le distanze emotivamente dall'attività che si svolge. Un vero e proprio [segnale di disimpegno, inadempienza persino, con ripercussioni sulle performance aziendali](#) e sul carico di lavoro dei colleghi, costretti a sopperire alle mancanze dei *quiet quitters*.

Quale che sia la prospettiva da cui si guardi questa dinamica, il dato reale resta uno: la sempre maggiore disaffezione delle persone dal lavoro, come rivela l'indagine [State of the global workplace 2022](#) della società americana di analisi e consulenza **Gallup**:

- **la percentuale media di engagement a livello globale è del 21%;**
- negli **Stati Uniti** almeno la metà degli americani sembra composta da quiet quitters;
- **l'Europa è ultima tra i continenti** per coinvolgimento sul lavoro, con una percentuale del 14%;
- **l'Italia si colloca all'ultimo posto in Europa** con una percentuale di engagement del 4%.

A ben vedere, **il fenomeno del quiet quitting** non è una novità, ma sembra essere tornato sotto i riflettori con l'arrivo della **pandemia**: un evento che ha portato molti a [ridefinire le priorità](#) di vita e il proprio rapporto con il lavoro, cercando un migliore equilibrio esistenziale. Un cambiamento di prospettiva che emerge con chiarezza dal [Randstad Workmonitor](#), secondo cui **il 95% degli intervistati considera la**

compatibilità con la vita privata l'aspetto più importante sul lavoro (a pari merito con la retribuzione). «Il paradigma lavorativo tradizionale è stato totalmente ribaltato. Tutti noi professionisti ci siamo resi conto delle nostre necessità prima di tutto come persone e, in secondo luogo, di come ci piacerebbe vivere la vita professionale. Fino a poco tempo fa, nel mondo del lavoro **si valorizzava il concetto dello sforzo ma soprattutto del sovraccarico**: era così ben visto che, nonostante non fosse ricompensato a livello economico e con possibilità di crescita interne all'azienda, veniva totalmente accettato. Oggi tutto questo è cambiato: si dà valore ai risultati, all'impegno, alla proattività e a tanti altri aspetti che hanno a che vedere con il **vero impatto che hanno le persone all'interno delle organizzazioni**», commenta in proposito **Beatriz López Arredondo**, specializzata nella direzione e gestione delle risorse umane, e oggi **Head of People in Twenix**, società spagnola attiva nel settore EdTech che offre **percorsi di formazione in inglese a imprese e professionisti**.



Il fenomeno del quiet quitting è tornato sotto i riflettori con l'arrivo della pandemia:

IL **95%** degli intervistati considera la **compatibilità con la vita privata** l'aspetto più importante sul lavoro (a pari merito con la **retribuzione**)

I meno disposti a scendere a compromessi sul lavoro sono in particolare i giovani millennials e della generazione Z

Ad essere meno disposti a scendere a compromessi sul lavoro sono in particolare i giovani Millennials e della Generazione Z, costretti a confrontarsi con un mercato del lavoro che dà loro scarse prospettive di stabilità e opportunità di crescita, e inclini perciò a cercare la realizzazione personale anche in altri aspetti dell'esistenza.

Andare incontro a queste esigenze diventa dunque necessario per le imprese che vogliono provare ad arginare l'ondata di malcontento, specie se si considera che il tasso di quiet quitting appare maggiore laddove la leadership aziendale si mostra incapace di conciliare gli obiettivi di business con le esigenze del personale, come segnalato da uno studio della [Harvard Business Review](#).

«Il management oggi sta cambiando: dobbiamo capire le preoccupazioni, le motivazioni e gli equilibri dei nostri team, la voglia che hanno di continuare a crescere, il loro stato di maturità e le loro priorità di formazione» prosegue **Beatriz López Arredondo**. «Le aziende devono creare spazi, dinamiche, progetti e avanzare proposte per conoscere lo stato psico-fisico-emozionale dei suoi lavoratori. È necessario non solo ascoltarli attivamente, ma anche offrire loro strumenti e opzioni per farli sentire al meglio all'interno delle organizzazioni, incentivarne la voglia di crescita e il livello di engagement. Opzioni che includono naturalmente **percorsi educativi e di formazione**: le grandi aziende e multinazionali hanno sempre offerto perks e benefit, ma sempre più aziende piccole, medie o startup si stanno muovendo in questo senso, offrendo possibilità di home office, flessibilità oraria, un piano di wellbeing aziendale. Come professionisti è di fondamentale importanza avere la percezione che tutti i piani di people care siano fatti su misura per sé».

Se esiste, dunque, una soluzione al quiet quitting, questa è la strada del wellbeing. Wellbeing che passa anche attraverso **la formazione**, un aspetto fondamentale sia per le aziende, che sentono l'esigenza di una forza lavoro pronta ad adeguarsi a un mercato in continua evoluzione, sia per i dipendenti che – stando a quanto riferito dall'[Employer Brand Research 2022 di Randstad](#) – considerano molto importante ricevere sul luogo di lavoro opportunità di crescita professionale (65% dei casi) e di riqualificazione o miglioramento delle competenze (80% dei casi).



2. L'inglese, chiave per il successo di aziende e professionisti

In un mercato del lavoro sempre più aperto e globalizzato, la conoscenza dell'inglese si conferma una risorsa cruciale. Lingua franca nelle relazioni e negli scambi internazionali, l'inglese permette di **migliorare la competitività e le performance aziendali**, come rivela l'ultima edizione dell'[EF English Proficiency Index](#). Al tempo stesso, rappresenta un **requisito prezioso per l'accesso al mercato del lavoro e la ricerca di un nuovo impiego**, oltre che un **incentivo alla crescita professionale**. La ricerca «[English at Work](#)» di Cambridge Assessment English mostra infatti che **una buona competenza nell'inglese favorisce:**



Migliori trattamenti stipendiali
Promozioni a incarichi di più alto livello
Aumenti salariali



L'apprendimento efficace della lingua inglese è dunque determinante per il successo lavorativo. La necessità di iniziare un percorso formativo, tuttavia, può trovare degli ostacoli: «Secondo quanto riferisce **GoodHabitZ, sebbene l'80% dei professionisti abbia necessità di formarsi, solo il 15% di essi decide di intraprendere un percorso formativo**. Questa voglia di autoformarsi a volte non si concretizza per una questione **economica, di priorità, di impegni**», spiega **Beatriz López Arredondo di Twenix**. «Ma le cose cambiano se è la compagnia a offrire ai propri dipendenti una possibilità per formarsi in inglese. Un'occasione del genere potrebbe essere la combinazione perfetta non solo per soddisfare le proprie esigenze di aggiornamento ma anche per colmare la propria voglia di crescita».



Il bisogno di intervenire sulle conoscenze linguistiche interne è chiaro alle imprese, che si stanno muovendo in questo senso consapevoli della ricaduta positiva in termini di business: «In Italia è stata identificata da tempo **la necessità di incrementare le competenze d'inglese**, utili per pensare poi a processi di internazionalizzazione aziendale, espansione e così via. Credo quindi che la maggior parte delle imprese stia rispondendo alla **sempre più elevata domanda di lavoratori che richiedono di migliorare la propria abilità linguistica**».

Per un'azienda investire sulla competenza linguistica dei propri dipendenti significa anche prendersi cura di loro, offrire un'opportunità di crescita che, per alcuni, potrebbe essere un aiuto per **superare una situazione di stallo e insoddisfazione: «Le competenze linguistiche sono il motore della crescita interna ed esterna di tutti i professionisti**. Generalmente, ogni persona analizza gli ingredienti che le vengono offerti in un progetto aziendale: l'ambiente di lavoro, i valori dell'azienda, la cultura del feedback, le possibilità di crescita. Tra tutti questi ingredienti, **la formazione linguistica è un plus che può apportare valore al percorso professionale e personale**. Perché allora le aziende dovrebbero puntare sulla formazione linguistica? Perché potrebbe offrire ai lavoratori una **motivazione aggiuntiva** per continuare a migliorare le loro abilità».

Affinché possa essere proficuo, un percorso di formazione deve però **garantire una spendibilità nella vita professionale di tutti i giorni**. Troppo spesso questo non accade: il limite con cui tanti si scontrano è un **metodo di insegnamento vecchio stampo**, teorico, fatto di lezioni in presenza e ore di studio a casa, che spesso e volentieri non è in grado di assicurare i risultati sperati perché inadeguato alla realtà lavorativa, in cui è richiesto soprattutto un **sapere pratico**.



Proprio per questo **Twenix** ha sviluppato un **approccio didattico innovativo** che fin dal primo giorno mette lo studente a stretto contatto con la lingua e si concentra sui suoi bisogni educativi. Questo grazie a un metodo personalizzato, semplice e divertente, **che permette di imparare l'inglese**

parlando in inglese: «Personalized, simple and fun è l'essenza di Twenix e, secondo noi, anche il miglior modo per imparare o migliorare l'inglese. Avere totale libertà nel parlare inglese e nello scegliere tematiche per cui davvero si prova interesse permette di sentirsi autonomi e di concentrarsi su qualcosa di realmente utile per la propria crescita» spiega **Beatriz López Arredondo**.

Sono **oltre duecento i micro-corsi tra cui scegliere**, tutti ideati da esperti del settore e pensati per adattarsi al meglio al campo di interesse, al ruolo e alle aspirazioni di ciascun professionista **Lezioni di 26 minuti di pura conversazione ideali per conciliarsi con la vita professionale e personale e prenotabili ogni giorno e a qualsiasi orario**.

Per accedervi bastano poche mosse: «Il concetto di simple nasce dal fatto che la user experience all'interno della piattaforma è veramente semplice: ciascuno studente potrà visualizzare nella sua totalità il suo percorso formativo, conoscere il suo livello attuale e quanti step gli mancano per arrivare al livello successivo».

Una formula agile e immediata, che, grazie alla guida di insegnanti (tweachers) certificati provenienti da tutto il mondo, trasforma la formazione in un momento intenso e coinvolgente, **«perché il divertimento è il miglior fattore di engagement per imparare al meglio una lingua»**.

