

<https://changes.unipol.it/society/Pagine/passione-lavoro.aspx>



Passione: opportunità o bluff?

Ha perso la sua accezione di fatica e dolore che deriva dalla cultura cristiana per diventare sinonimo di forza, vigore, motore capace di muovere tutto. La nuova veste di una delle parole più gettonate dell'anno. Anche in azienda.

Passione: la troviamo strillata sulle copertine di giornali, al centro di dibattiti educativi su come scuotere l'apatia di adolescenti demotivati o in pubblicità per solleticare la voglia di cambiamento di consumatori annoiati dalla routine quotidiana. Persino la compagnia aerea Lufthansa l'ha scelta come filo conduttore della sua ultima campagna di comunicazione. In ambito lavorativo, poi, la parola passione è diventata un vero tormentone: «Segui le tue passioni»; «Fai della tua passione un lavoro»; «Fatti trasportare dalla passione»; «Lavora con passione e sarai felice». Non c'è coach, imprenditore o manager che non abbia usato una di queste espressioni come leva motivazionale. Del resto, passione significa energia e non c'è nulla di più importante oggi nelle aziende della gestione di vitalità, «ingrediente indispensabile per lavorare in modo efficiente», afferma Cetti Galante, Amministratore Delegato di Intoo (GiGroup), specializzata in sviluppo di carriera e outplacement. Efficienza che però ancora latita nelle nostre imprese. A dirlo un report di Deloitte, in base al quale l'88% dei lavoratori italiani non ama la propria professione e per questo non mette in campo le proprie abilità.

Per questo accendere la passione nei dipendenti è un elemento rilevante, che risulta addirittura avere più valore del coinvolgimento, perché è destinato a durare più a lungo. «Quando una

persona che si occupa di un determinato progetto lavorativo ha passione per il proprio lavoro, fa di tutto per migliorare le proprie performance e il business con cui ha a che fare in generale», precisa Francesca Contardi, Managing director di EasyHunters, società di head hunter. «E poi non dobbiamo dimenticare che una delle sfide delle imprese odierne è quello della retention, ovvero di trattenerne i talenti. I Millennials e le generazioni successive stanno imponendo alle aziende un modello di lavoro diverso rispetto a quello dei baby boomers. Se il lavoro appassiona è più facile che le persone restino a bordo a lungo con tutti i vantaggi che ne conseguono sia per i dipendenti sia per le imprese». Pensiero condiviso anche dalla giornalista e scrittrice Usa, Arianna Huffington, convinta da tempo che: «Il successo non è una questione di soldi o di posizione, ma di vivere la vita che si desidera, non la vita di cui ci si accontenta». Insomma, in epoca di resilienza, l'energia e la passione, il sentire lo scopo di quello che facciamo in azienda, sono elementi fondamentali per muovere le imprese sulla strada dell'evoluzione continua, senza la quale non ci può essere competizione sui mercati internazionali.

Trasformare la passione in professione non è da tutti. A promuovere la passione e a farne addirittura uno slogan è stato anche il mercato del lavoro sempre più liquido, dove per sopravvivere a un'occupazione instabile diventa strategico progettare e pensare a carriere alternative per tempo, con l'obiettivo di salvaguardare la propria impiegabilità ed evitare il rischio di trovarsi con le spalle scoperte. In questo contesto la possibilità di trasformare la propria passione in professione è diventata «Una grande alternativa anche per gli over50, che si ritrovano, per mille motivi diversi, senza più un lavoro dopo anni passati all'interno della stessa azienda», interviene Lorenzo Paoli, Digital strategist e coach di Novaxia, società di consulenza aziendale.

Ma, se essere appassionati di quello che facciamo ci aiuta a essere più motivati, probabilmente più efficienti e forse anche più felici, è altrettanto vero che non tutti riescono a fare della propria passione una professione. «Va detto che negli ultimi tempi la passione è stata decisamente mitizzata», aggiunge Paoli. «Sembra quasi che dobbiamo trovare qualcosa che ci faccia stare bene per forza». E se non si hanno le idee chiare in merito il rischio di fare passi falsi è dietro l'angolo.

La passione parte dalla coscienza di sé. L'errore più frequente che le persone compiono quando hanno l'obiettivo di trasformare la propria passione in un lavoro è, infatti, quello di buttarsi a capofitto nella realizzazione del loro progetto senza avere coscienza di sé. Invece, è proprio da qui che si deve partire. Passare da manager a imprenditore o da uomo e donna di azienda a insegnante di yoga o a fiorista, non sono passaggi semplici da fare. Tutt'altro. Si tratta di trasformazioni forti e profonde che implicano un cambiamento di mindset totale. «Fare questo percorso da soli non è semplice. Sono momenti in cui è importante confrontarsi con professionisti che supportano la persona nella valutazione di tutti gli aspetti del piano B prescelto: legali, fiscali, di mercato ma anche psicologici», precisa Galante. Lavorare da freelance se si è sempre stati dipendenti è un'impresa ardua. Per riuscirci con successo ci vuole proattività, profonda coscienza di sé e delle proprie capacità. E poi bisogna imparare a raccontarsi al mercato in modo chiaro e impattante. «Questo significa saper trasmettere in modo efficace i propri valori e non solo la propria preparazione tecnica», incalza Galante. «Ed essere abili nelle operazioni di marketing della propria attività». Trovare un lavoro non basta, bisogna anche avere il continuo stimolo a migliorarsi, imparare e aggiornarsi.

Meglio, dunque, iniziare con il guardare quello che ci piace fare, partendo dagli interessi in grado di motivarci. La passione arriva con il tempo. «Invece di pensare subito a un progetto di business che poi magari si rivela irrealizzabile è importante costruirsi la giornata passo dopo passo sulla base delle esperienze maturate. Dobbiamo capire come ci piace lavorare: in team, da soli, in casa, fuori a contatto con la gente e così via», dice Paoli. In questo modo riusciremo a vedere meglio

quello che sappiamo fare e a organizzarci di conseguenza. Senza dimenticare che per promuoversi sul mercato ci vuole strategia. «La passione è la direzione, la strategia è il come arrivarci. Senza strategia, non puoi guadagnare bene facendo quello che ami e quindi il castello crolla» chiosa l'esperto.