

<https://www.fisacbancaditalia.it> – 5 marzo 2026

Cosa ci dice davvero la survey sulle generazioni in Banca d'Italia

L'Amministrazione ha presentato i risultati della survey sulle differenze generazionali in Banca d'Italia ([LEGGI](#)). Un lavoro interessante, che ha coinvolto oltre duemila colleghe e colleghi. Ma se si leggono davvero i dati – e non solo i titoli – emerge un messaggio molto diverso da quello che spesso si prova a far passare.

Il problema non sono le generazioni.

Il problema è **l'organizzazione del lavoro**.

La ricerca mostra infatti che le persone della Banca d'Italia condividono valori molto chiari: integrità, soddisfazione nel lavoro, inclusione. Valori forti, che raccontano una comunità professionale consapevole della propria funzione pubblica e del proprio ruolo istituzionale.

Eppure, quando si chiede alle persone quali siano i valori realmente percepiti nell'organizzazione, il quadro cambia: emergono soprattutto servizio, allineamento e tradizione.

Non sono parole neutre. Parlano di una struttura dove la priorità percepita non è tanto la realizzazione professionale delle persone, quanto l'adesione al modello organizzativo.

Ed è proprio qui che si apre la distanza più significativa.

La survey evidenzia infatti una forte discrepanza tra ciò che le persone ritengono importante e ciò che percepiscono come realmente valorizzato dall'Organizzazione. In particolare, su due aspetti decisivi: **l'autonomia professionale e l'innovazione**. Sono tra i valori più importanti per i lavoratori, ma tra quelli meno riconosciuti nella cultura organizzativa percepita.

Tradotto in parole semplici: molte persone sentono di poter contribuire più di quanto l'organizzazione permetta.

Non sorprende allora un altro dato della ricerca. Le colleghe e i colleghi più giovani mostrano livelli più bassi di benessere e un legame più debole con l'istituzione rispetto alle generazioni più anziane.

È facile liquidare questo dato con stereotipi generazionali. In realtà racconta qualcosa di molto più concreto: quando le prospettive professionali sono incerte, quando gli spazi di autonomia sono ridotti e quando le possibilità di incidere sul lavoro sono limitate, il senso di appartenenza inevitabilmente si indebolisce.

La ricerca mostra anche che esistono stereotipi reciproci tra senior e junior. I senior vengono percepiti come molto competenti ma meno pronti al cambiamento; i giovani come più aperti all'innovazione ma più orientati al proprio percorso personale.

Ma questi stereotipi non sono il cuore del problema.

Il cuore del problema è che **le persone chiedono più spazio per esprimere competenze, responsabilità**

e capacità di innovazione.

E questa richiesta attraversa tutte le generazioni.

Se davvero vogliamo una Banca capace di valorizzare l'esperienza dei senior e l'energia dei più giovani, la strada non passa per nuove etichette generazionali o per esercizi accademici sulla "age diversity".

Passa da scelte organizzative concrete.

Più autonomia nel lavoro.

Più valorizzazione delle competenze.

Percorsi professionali chiari e credibili.

Spazi reali per innovare.

Perché una cosa la survey la dice con grande chiarezza: quando i valori delle persone e quelli dell'organizzazione sono davvero allineati, aumentano il coinvolgimento, il benessere e il senso di appartenenza.

Noi vogliamo **una Banca realmente includente**, capace di valorizzare tutte e tutti.

Una Banca che sappia costruire **crescita professionale per ogni generazione e per ogni grado**, per ogni lavoratrice e per ogni lavoratore dell'Istituto.

Una Banca che sappia riconoscere l'esperienza, ma anche aprire spazi reali alle nuove competenze e alle nuove energie.

Una Banca capace di **rilanciare il proprio ruolo al servizio del Paese e il proprio futuro** tenendo a mente le esigenze di tutte e tutti.

Perché il futuro della Banca d'Italia non passa da una competizione tra generazioni.

Passa dalla capacità di **mettere tutte le generazioni nelle condizioni di contribuire davvero**.

Roma, 5 marzo 2026

La Segreteria Nazionale