

employer
brand research
2019



country report
Italia.



sommario.

- 1 introduzione
- 2 risultati
- 3 analisi dei settori
- 4 top employers



introduzione.



perché l'employer branding è importante.



Le aziende con brand positivi attirano il doppio delle richieste di lavoro rispetto alle aziende con brand negativi e spendono meno per i propri dipendenti.

il 50%

dei candidati dichiara che non lavorerebbe per un'azienda con una cattiva reputazione - neanche con un aumento dello stipendio.

il 96%

concorda che l'allineamento dei valori personali con la cultura di una azienda è un fattore fondamentale per la soddisfazione dei dipendenti nel lavorare per tale azienda.

l'80%

dei leader aziendali concorda che un employer brand solido ha un impatto significativo sulla loro capacità di impiegare forza lavoro di qualità. Gli individui lavorano per "una cultura", non per un'azienda, pertanto la loro percezione del datore di lavoro è fondamentale. Sia le agenzie per il lavoro che i candidati indicano la cultura dell'azienda come uno dei fattori determinanti nella scelta del datore di lavoro. Inoltre è importante che la cultura dell'azienda sia trasparente: i candidati approfondiscono le ricerche sulla cultura dell'azienda per capire se si troveranno bene. Se i candidati trovano sui siti di recensioni esperienze positive di dipendenti e candidati, sono maggiormente incoraggiati a inoltrare il proprio curriculum e cambiare carriera.

70%

Le organizzazioni che investono in un'esperienza positiva per i candidati migliorano la qualità delle assunzioni del 70%.

il 62%

dei candidati svolge ricerche sui social media riguardo alle aziende prima di fare domanda.



Le aziende con reputazione negativa pagano il 10% in più per ciascuna assunzione.

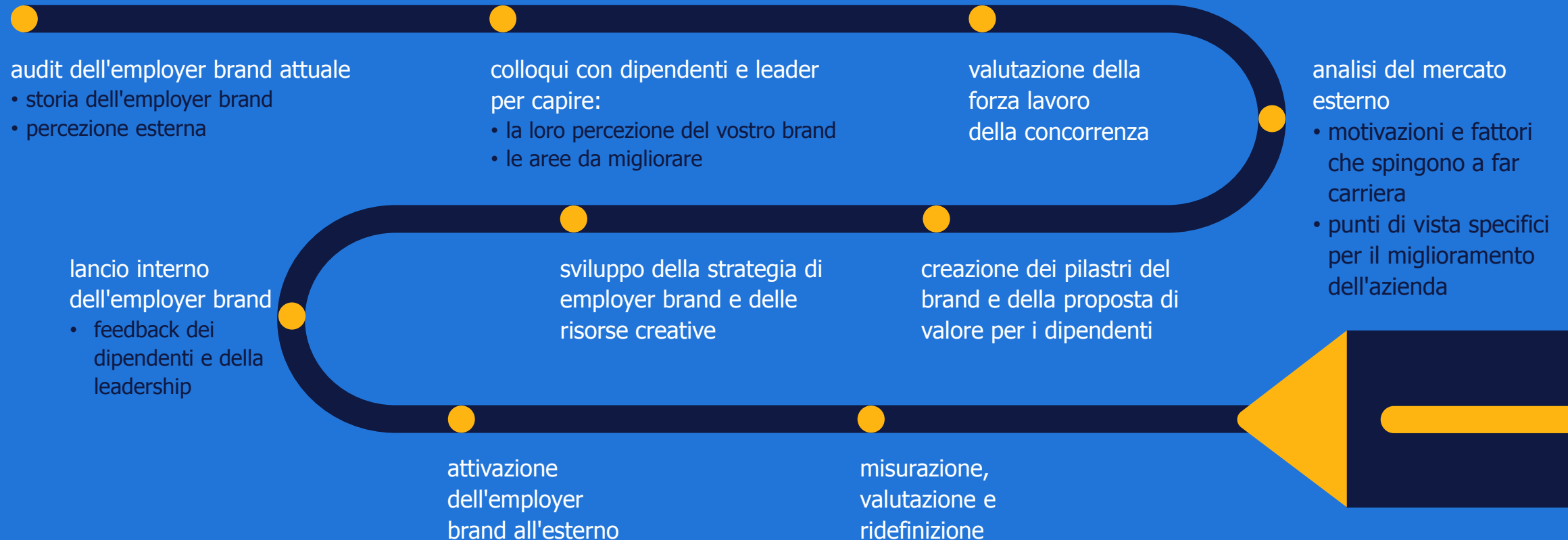
67%

Le aziende che applicano una strategia formale di coinvolgimento dei dipendenti hanno una probabilità maggiore del 67% di incrementare il loro reddito per equivalente a tempo pieno anno dopo anno.

76%

I dipendenti che sperimentano una forte corrispondenza tra ciò che il datore di lavoro dichiara della propria azienda e ciò che essi effettivamente vivono lavorando in tale azienda dimostrano una maggiore propensione a consigliare il loro datore di lavoro come una buona azienda in cui lavorare.

employer brand: il percorso.



che cos'è l' employer brand research di randstad?

- l' employer brand research è lo studio più grande e rappresentativo del mondo, e si basa sulle percezioni del pubblico generale. Ottimizza i risultati di 19 anni di analisi approfondite sull'employer branding.
- è un sondaggio indipendente con più di 200.000 rispondenti in 32 paesi in tutto il mondo.
- rappresenta l'attrattività dei datori di lavoro per i principali 150 datori di lavoro conosciuti da almeno il 10% della popolazione.
- contiene analisi approfondite per aiutare i datori di lavoro a dare forma al proprio employer brand.



ricerca svolta in 32 paesi che rappresentano più del 75% dell'economia globale.

Austria
Australia
Argentina
Belgio
Brasile
Canada
Cina
Repubblica Ceca
Francia
Germania
Grecia
Hong Kong
Ungheria
Italia
India
Giappone
Lussemburgo
Malesia
Nuova Zelanda
Paesi Bassi
Norvegia
Polonia
Portogallo
Romania
Russia
Singapore
Spagna
Svezia
Svizzera
Regno Unito
Ucraina
USA



● paesi inclusi

in tutto il mondo

- più di 200,000 rispondenti
- 6,162 aziende incluse nel sondaggio

campione

- di età compresa tra 18 e 65 anni
- rappresentativo per entrambi i sessi
- sovra-rappresentazione per il gruppo di età da 25 a 44 anni
- inclusivo di studenti e forza lavoro occupata e non occupata

in Italia

- 7,709 rispondenti

interviste

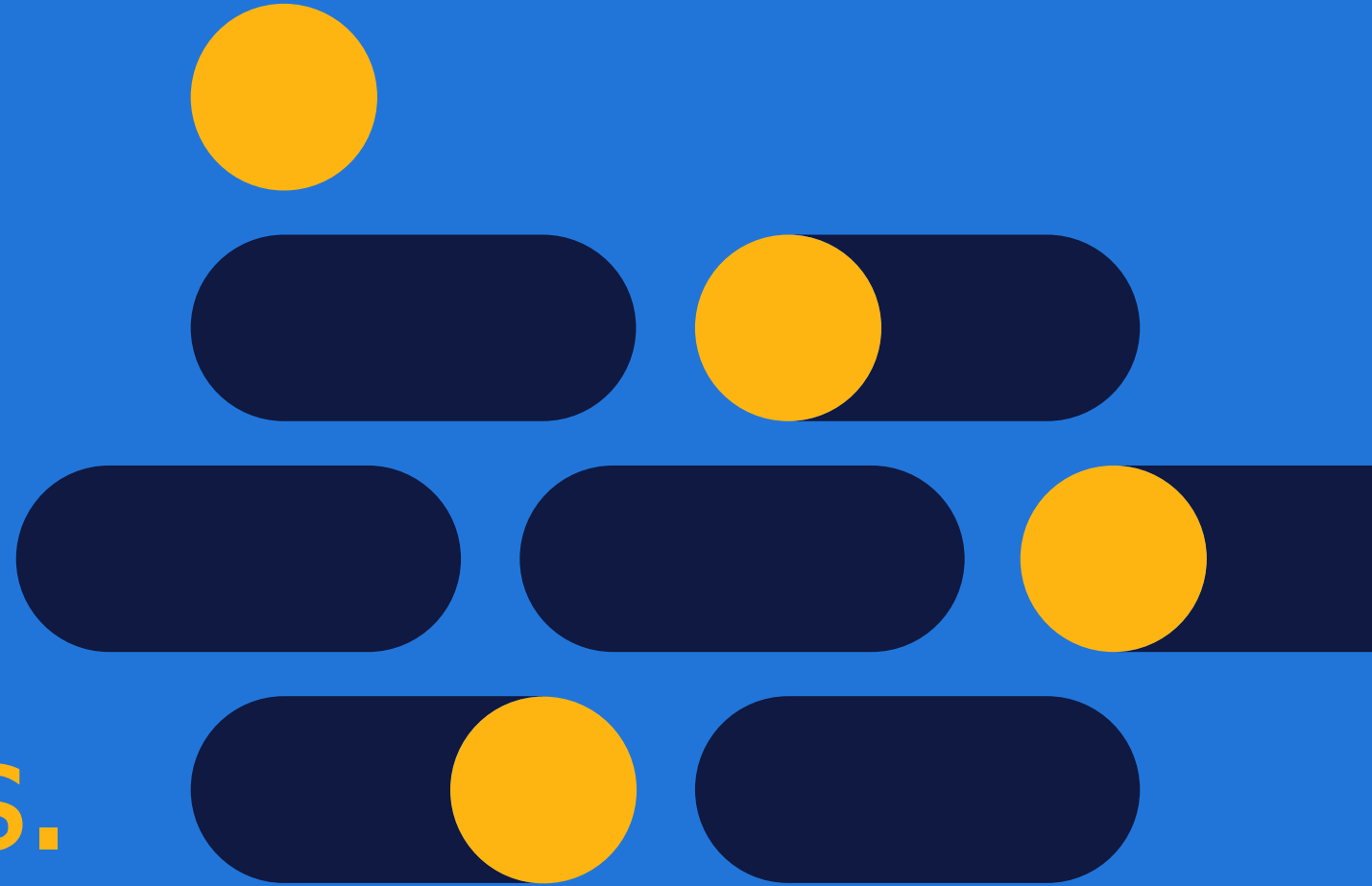
- interviste online svolte tra il 4 dicembre 2018 e il 2 gennaio 2019

durata dell'intervista

- 16 minuti

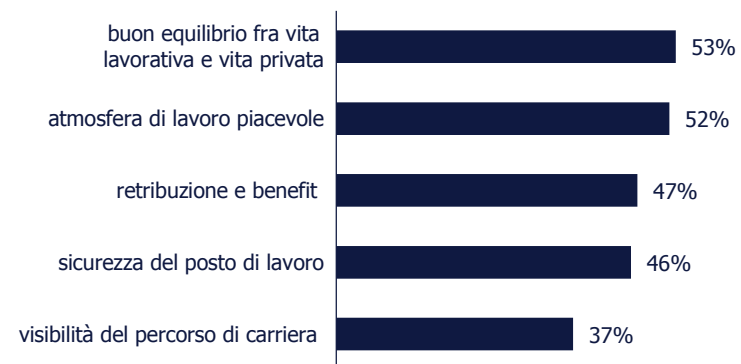
Italia

EVP drivers.



cosa cercano i potenziali dipendenti nella scelta di un datore di lavoro.

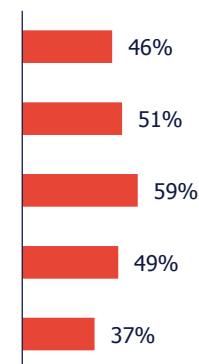
i 5 criteri più importanti (i 5 top EVP drivers)



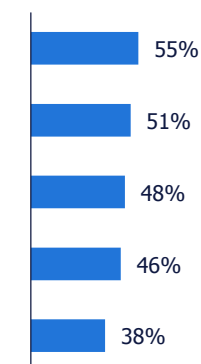
rispetto al 2018



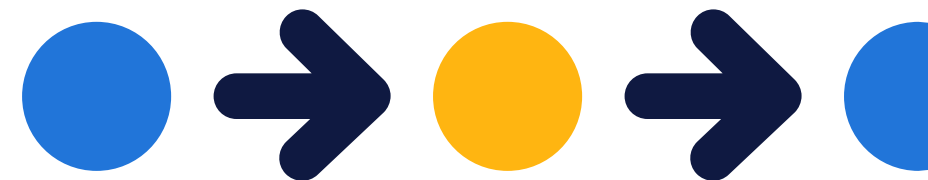
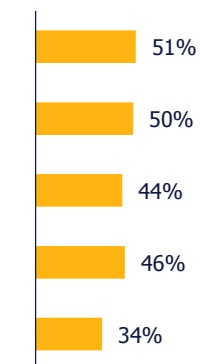
Europa



2018



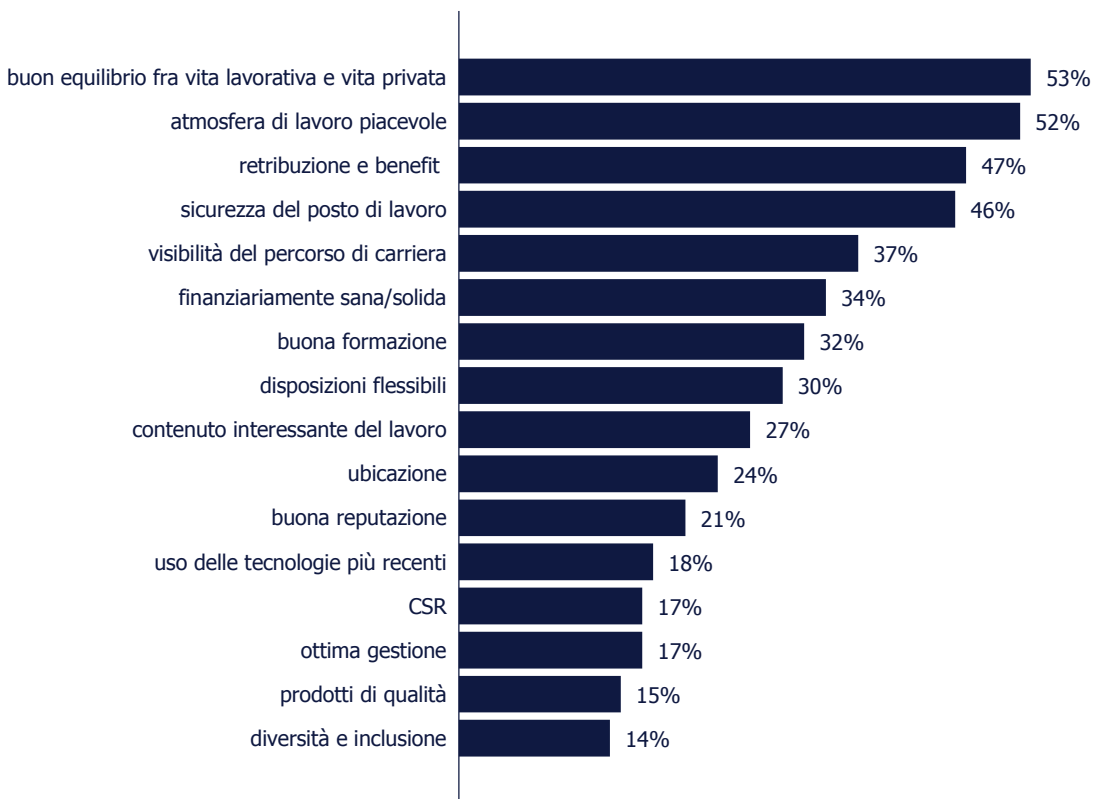
2017



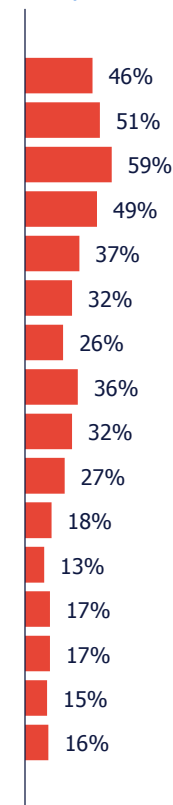
cosa vogliono i potenziali dipendenti i criteri più importanti nella scelta di un datore di lavoro.

i criteri più importanti (tutti gli EVP drivers)

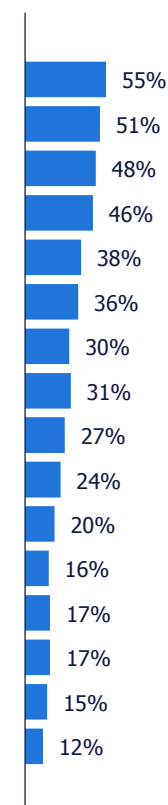
rispetto al
2018



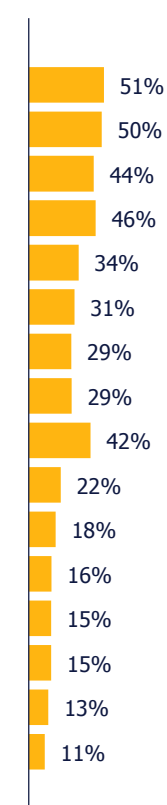
Europa



2018



2017



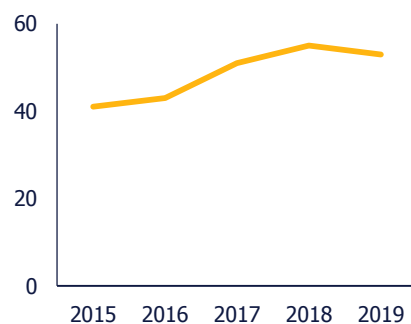
Caratteristiche più apprezzate dalla forza lavoro. Sottolineare questi elementi o migliorarli è fondamentale per la EVP, in quanto essi contribuiscono in misura maggiore alla solidità del vostro employer brand.



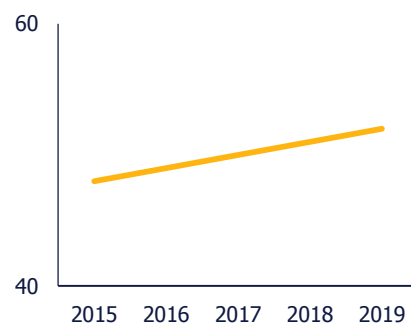
importanza dell'EVP driver trends dei fattori

1/2

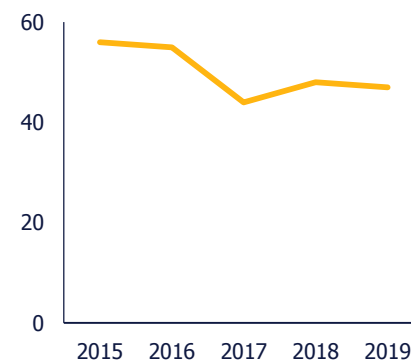
buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata



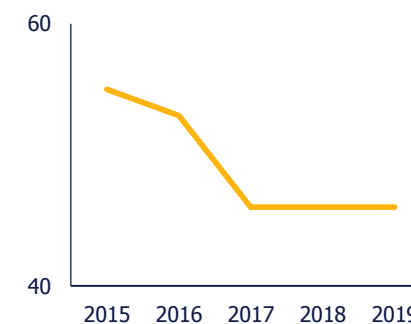
atmosfera di lavoro piacevole



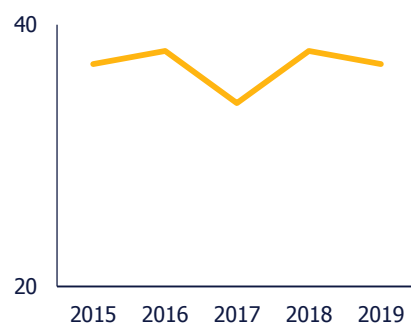
retribuzione e benefit



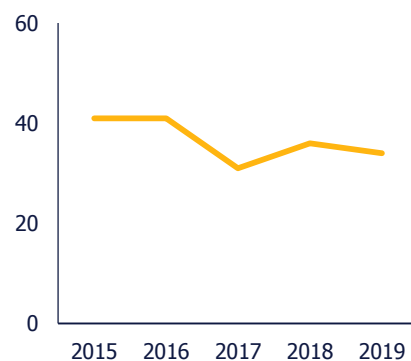
sicurezza del posto di lavoro



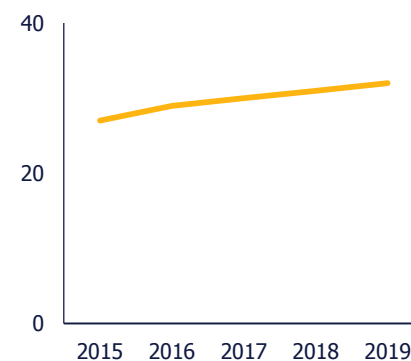
visibilità del percorso di carriera



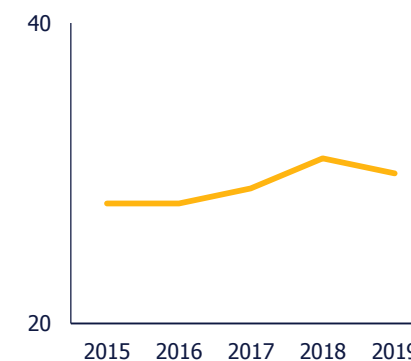
solidità finanziaria



buona formazione



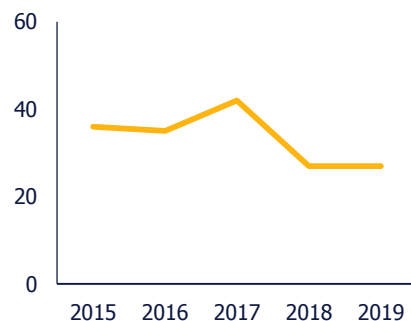
disposizioni flessibili



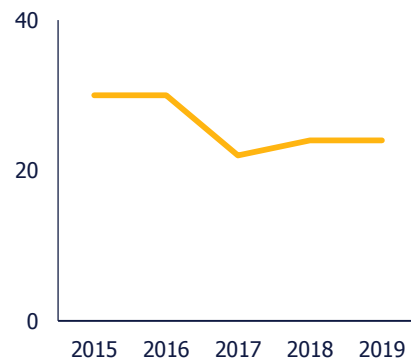
importanza dell'EVP driver trends dei fattori

2/2

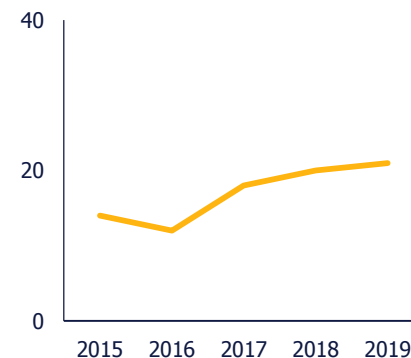
contenuto interessante del lavoro



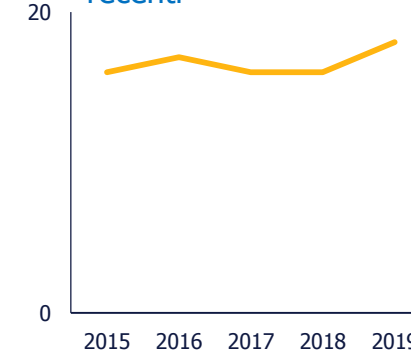
ubicazione



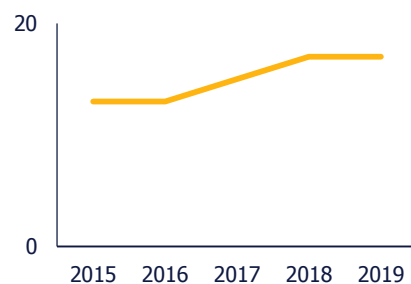
ottima reputazione



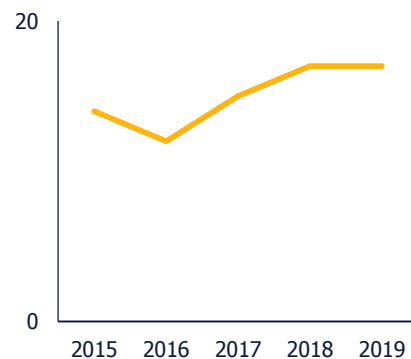
uso delle tecnologie più recenti



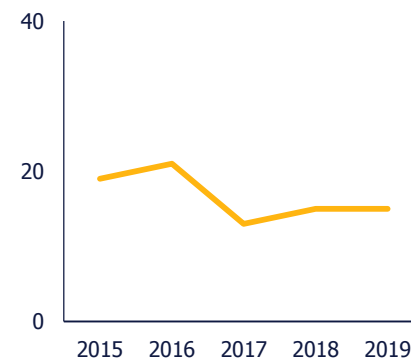
CSR/ impegno nel dare alla società qualcosa in cambio



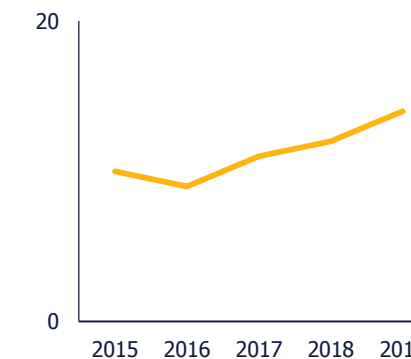
ottima gestione



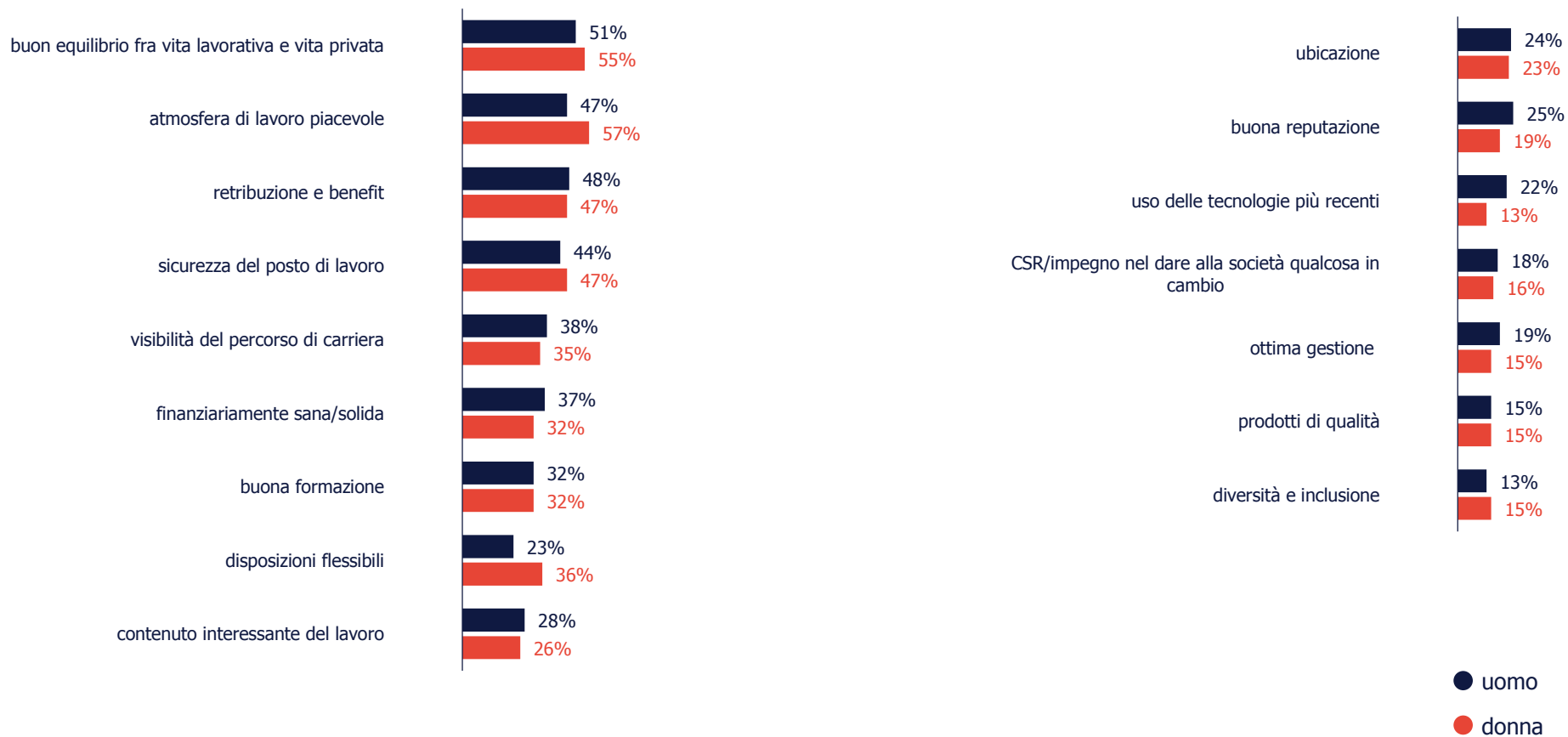
prodotti di qualità



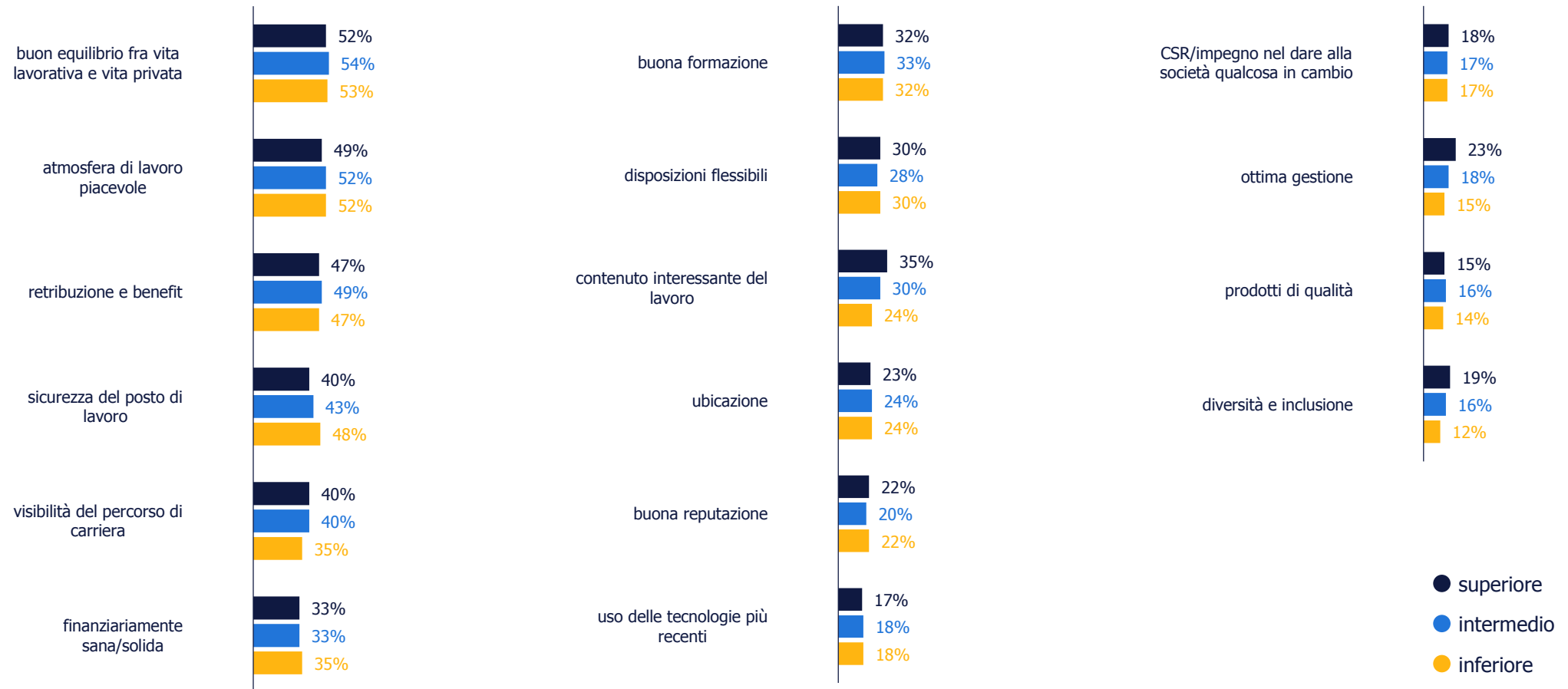
diversità e inclusione



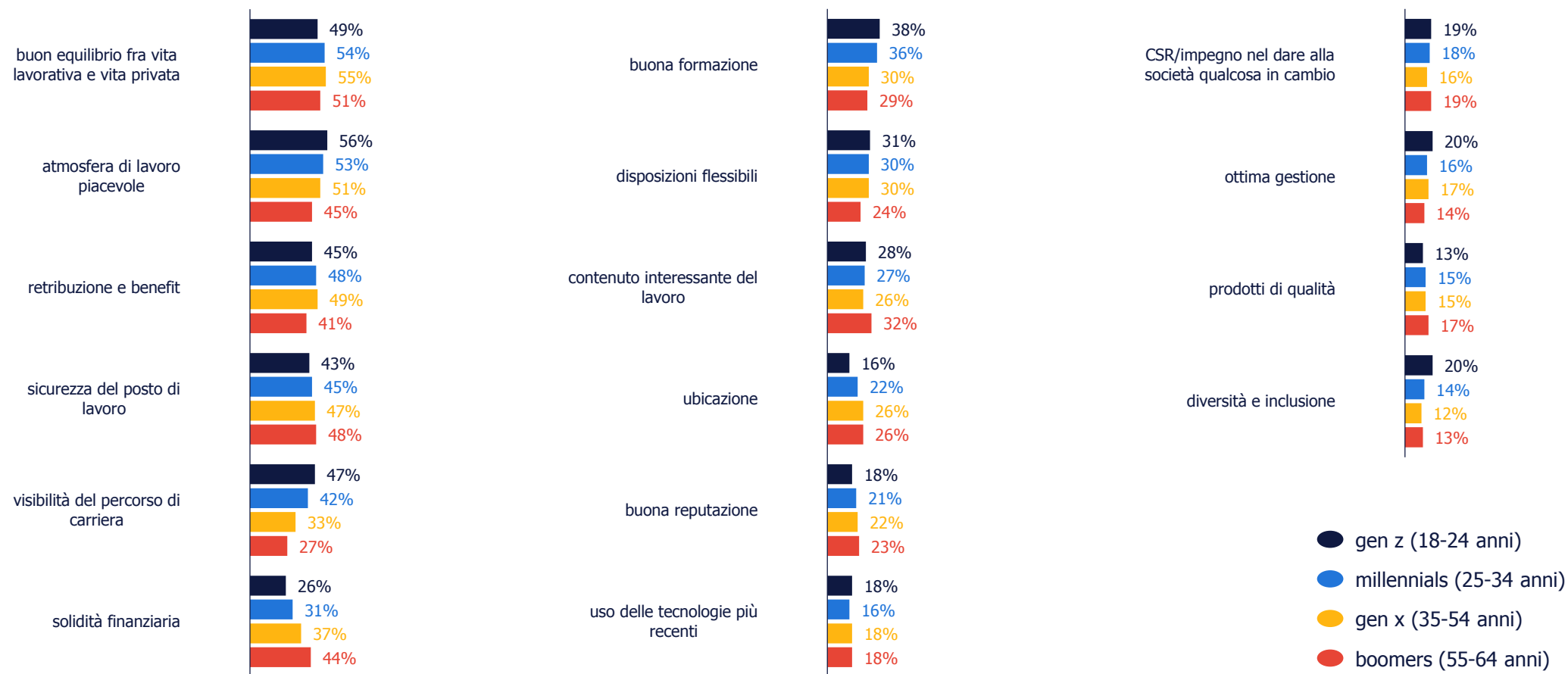
importanza dell'EVP driver in base al genere.



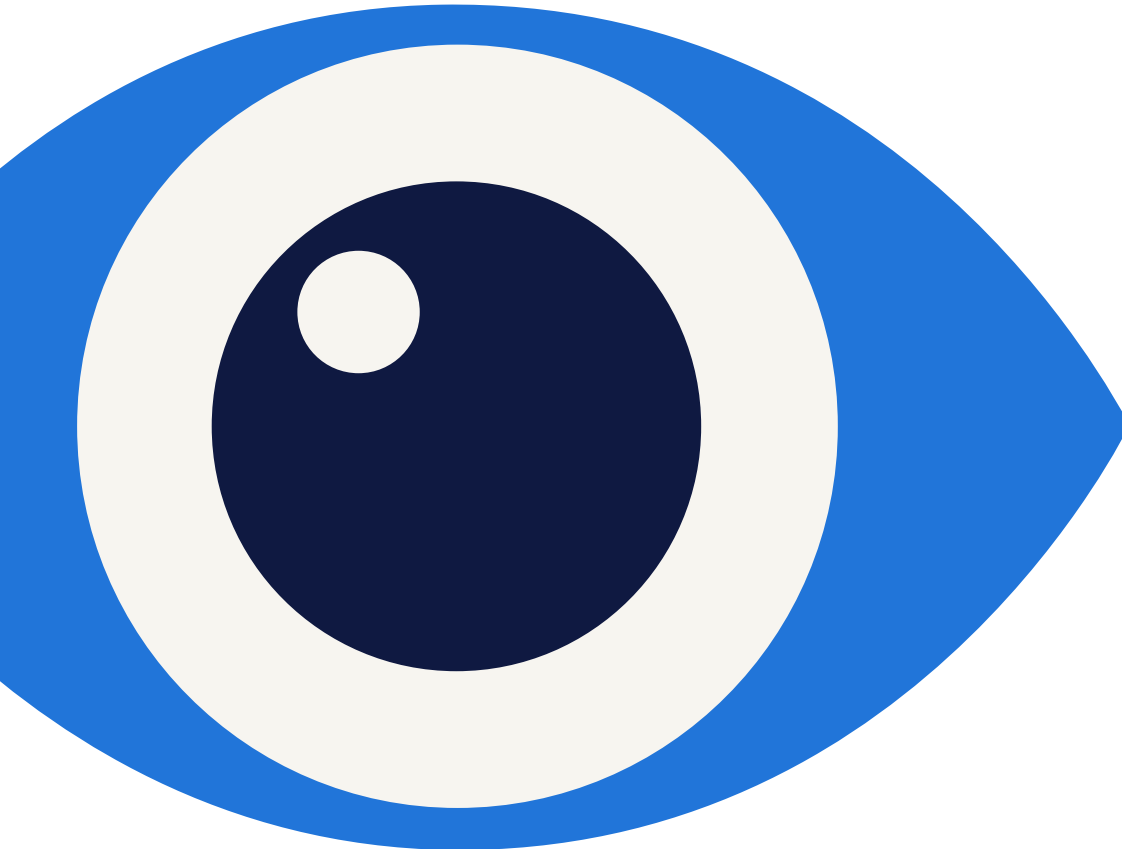
importanza dell'EVP driver in base al livello di istruzione.



importanza dell'EVP driver in base all'età.



percezione dell'offerta del datore di lavoro in Italia e in Europa.



Comprendere la differenza fra ciò che i dipendenti cercano e ciò che essi pensano che i datori di lavoro offrano in Italia e in Europa fornisce informazioni preziose per la costruzione di un employer brand efficace.

in Italia si pensa che i datori di lavoro offrano:

- 1 finanziariamente sana/solida
- 2 buona reputazione
- 3 utilizzo delle tecnologie più recenti
- 4 sicurezza del posto di lavoro
- 5 visibilità del percorso di carriera
- 6 contenuto di lavoro interessante
- 7 atmosfera di lavoro piacevole
- 8 retribuzione e benefit
- 9 buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata
- 10 CSR/ impegno nel dare alla società qualcosa in cambio

in Europa si pensa che i datori di lavoro offrano:

- 1 finanziariamente sana/solida
- 2 utilizzo delle tecnologie più recenti
- 3 buona reputazione
- 4 sicurezza del posto di lavoro
- 5 visibilità del percorso di carriera
- 6 contenuto di lavoro interessante
- 7 retribuzione e benefit
- 8 atmosfera di lavoro piacevole
- 9 buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata
- 10 CSR/impegno nel dare alla società qualcosa in cambio

la differenza fra ciò che i (potenziali) dipendenti cercano e ciò che i dipendenti percepiscono venga offerto dai datori di lavoro in italia.

È possibile che i datori di lavoro di un paese non vengano sempre percepiti come in grado di offrire ciò che i (potenziali) dipendenti cercano. Qui sotto sono riportati i 3 attributi principali che i dipendenti cercano ma che ritengono che i datori di lavoro non offrano adeguatamente.

i 3 fattori di differenza:

1 buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata

2 atmosfera di lavoro piacevole

3 retribuzione e benefit



cosa cercano i potenziali dipendenti in base al profilo generazionale.

gen z (18-24 anni)

il 56%

dei rispondenti "gen z" cerca un'atmosfera di lavoro piacevole. Questo punteggio è più alto rispetto a "gen x" e "boomers".

gen x (35-54 anni)

il 26%

dei rispondenti "gen x" cerca un datore di lavoro ubicato in una posizione comoda. Fra le generazioni più giovani, questo fattore è considerato meno importante.

millennials (25-34 anni)

il 42%

dei millennials cerca opportunità e visibilità del percorso di carriera. Le generazioni più anziane sono meno interessate al fatto che il datore di lavoro offra o meno questo elemento.

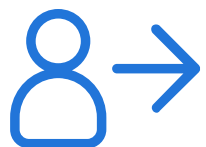
boomers (55-64 anni)

il 44%

dei "boomers" è attratto dalla solidità finanziaria del datore di lavoro. Questo fattore è meno importante per le generazioni più giovani.



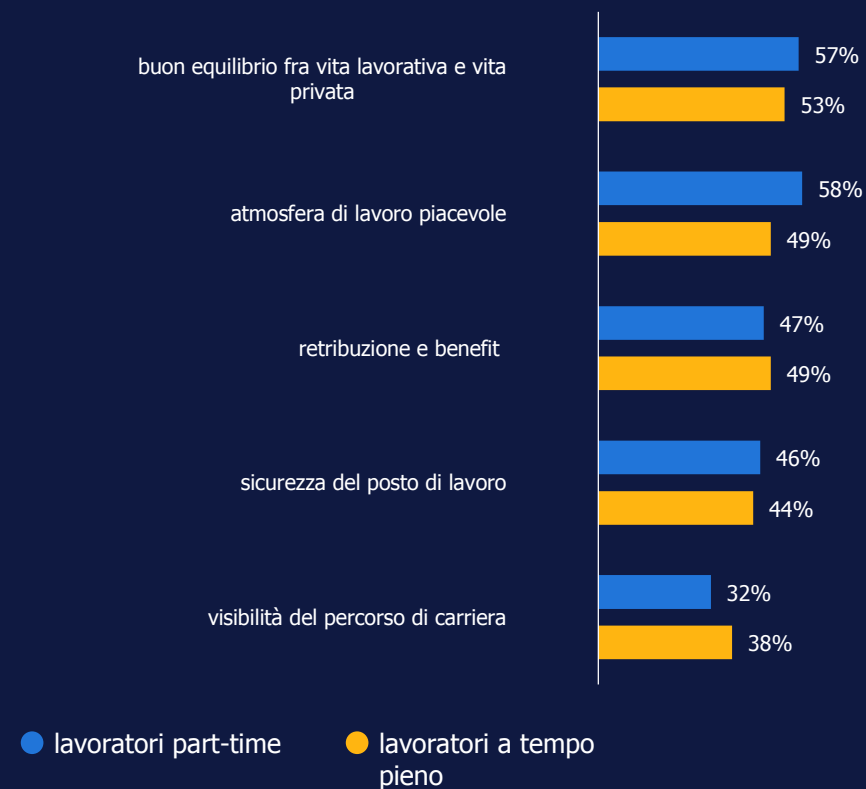
attributi importanti per tipo di contratto.



il 19%

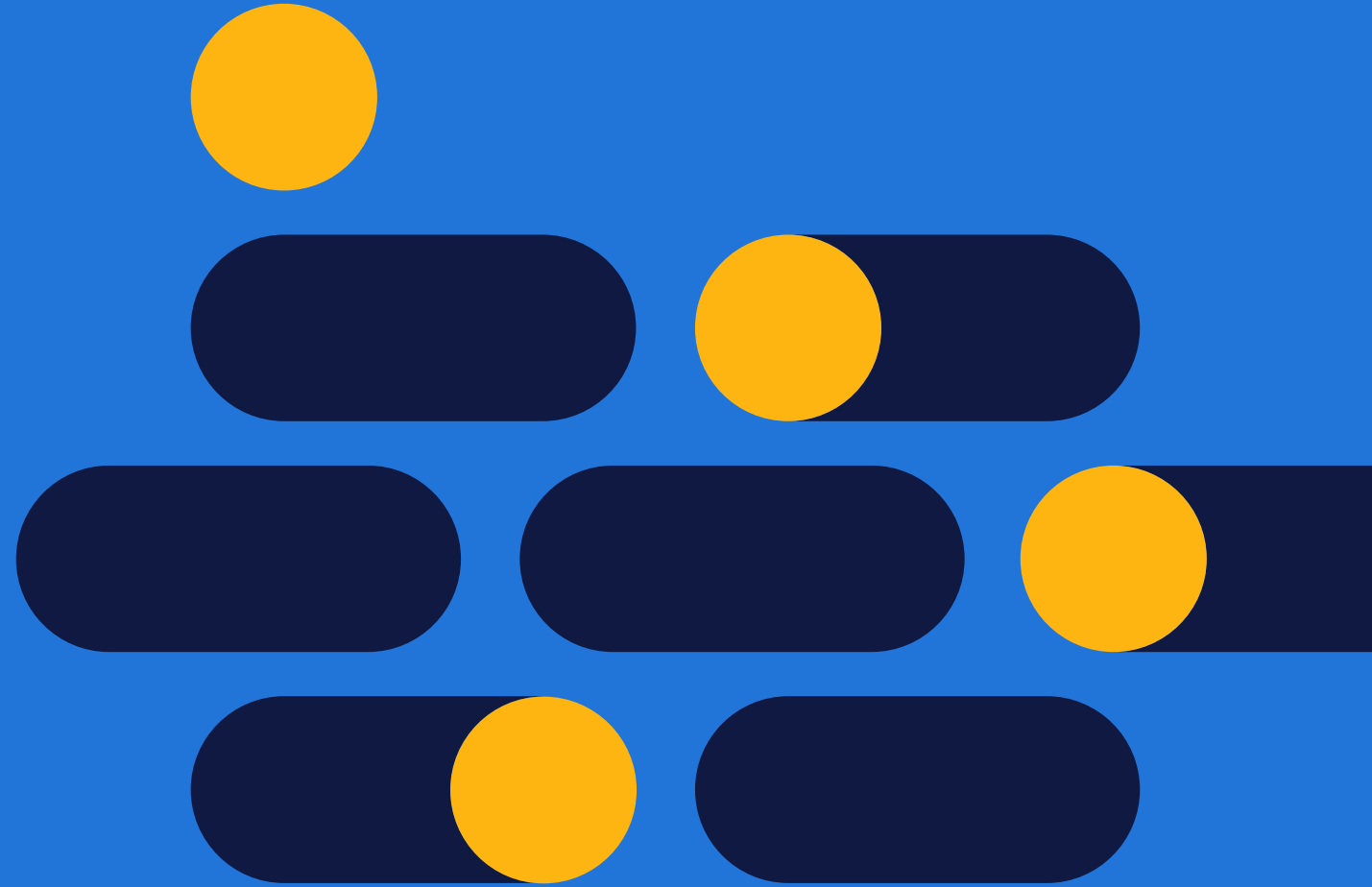
della forza lavoro di
oggi lavora part-time.

attributi più importanti



switchers e
stayers

in primo
piano.



cambiare datore di lavoro l'Italia rispetto all'Europa.

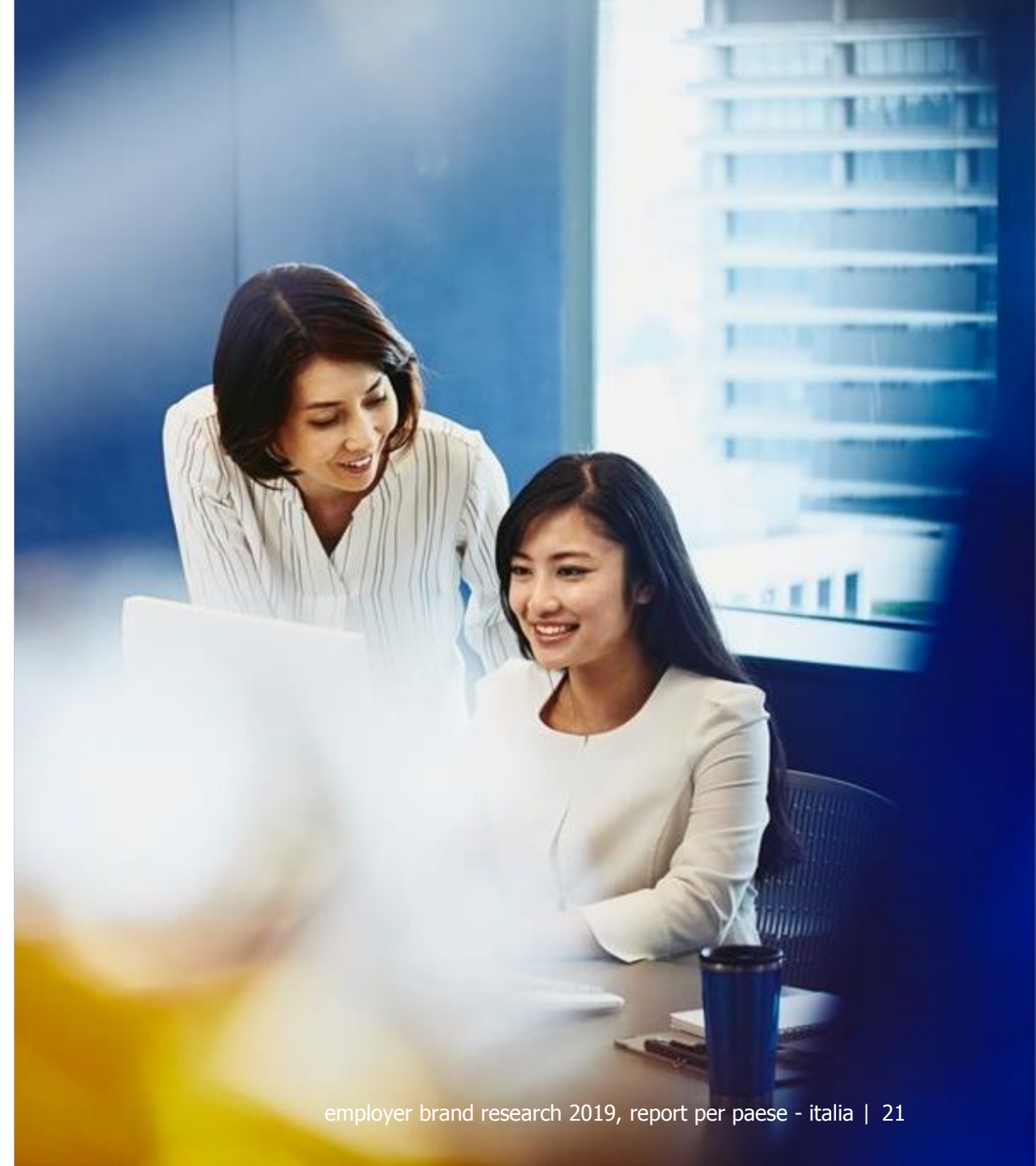
switchers: hanno cambiato datore di lavoro nell'ultimo anno.



stayers: sono rimasti con lo stesso datore di lavoro nell'ultimo anno.

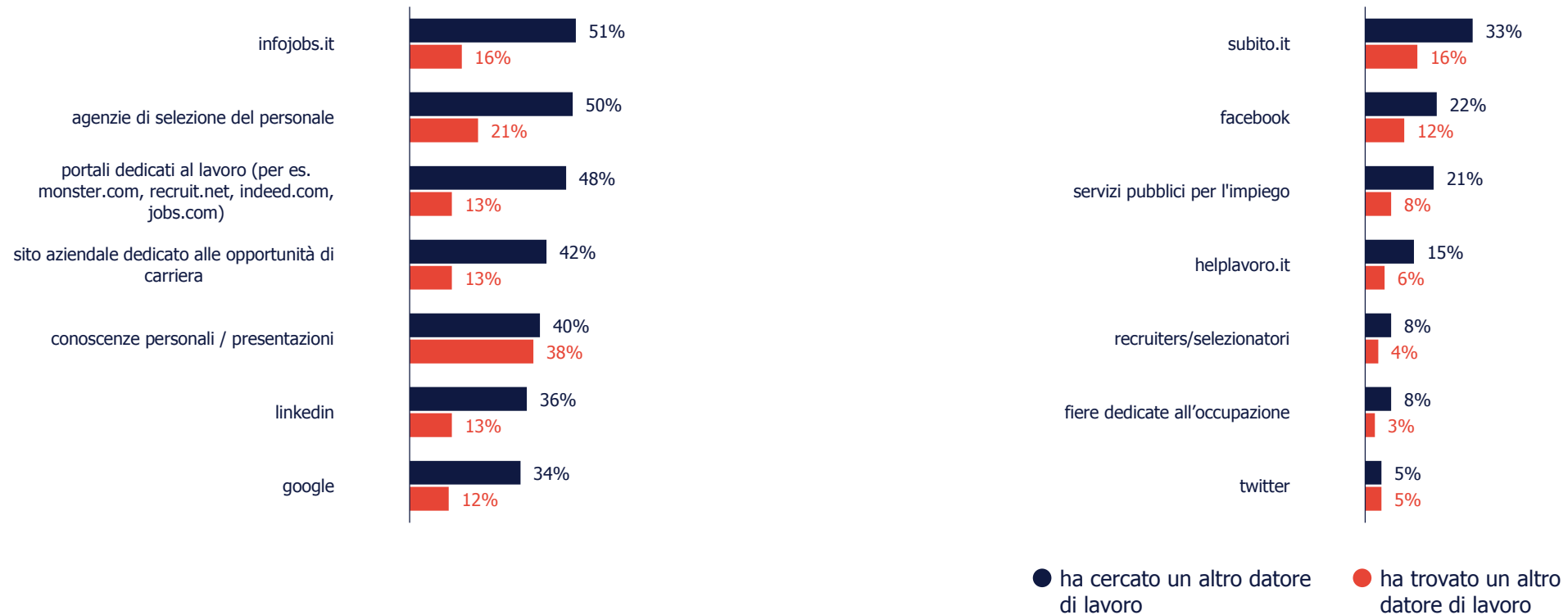


intenders: intendono cambiare datore di lavoro entro il prossimo anno.



come gli italiani cercano lavoro e trovano un nuovo datore di lavoro.

canali utilizzati per cercare e trovare datori di lavoro



attributi più importanti switchers rispetto a stayers.



16% (17%)*

switchers: hanno cambiato datore di lavoro nell'ultimo anno.



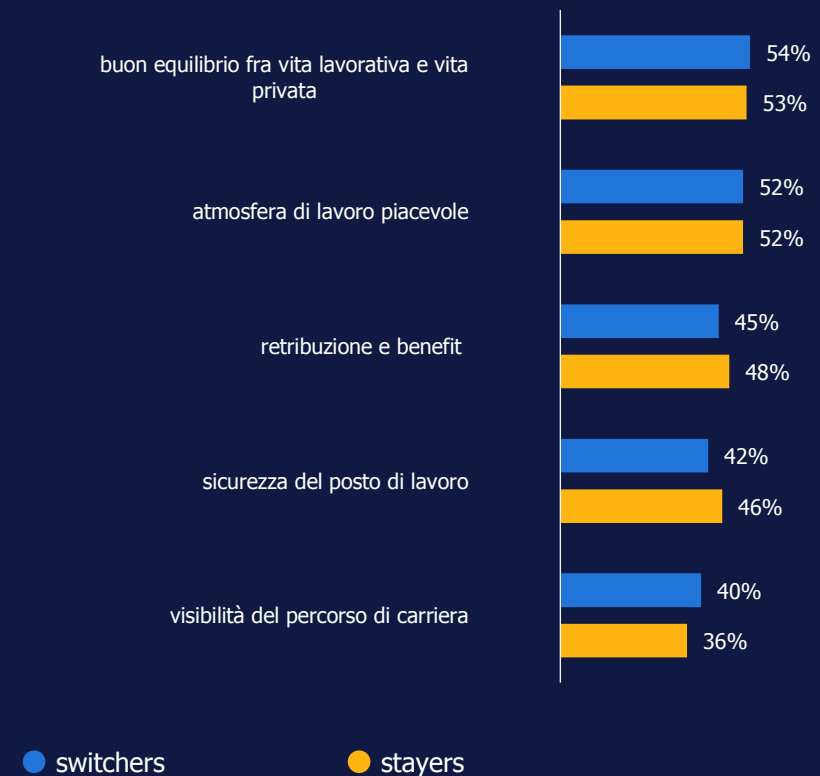
84% (83%)*

stayers: sono rimasti con il proprio datore di lavoro nell'ultimo anno.

*nel 2018



attributi più importanti



attributi più importanti intenders.



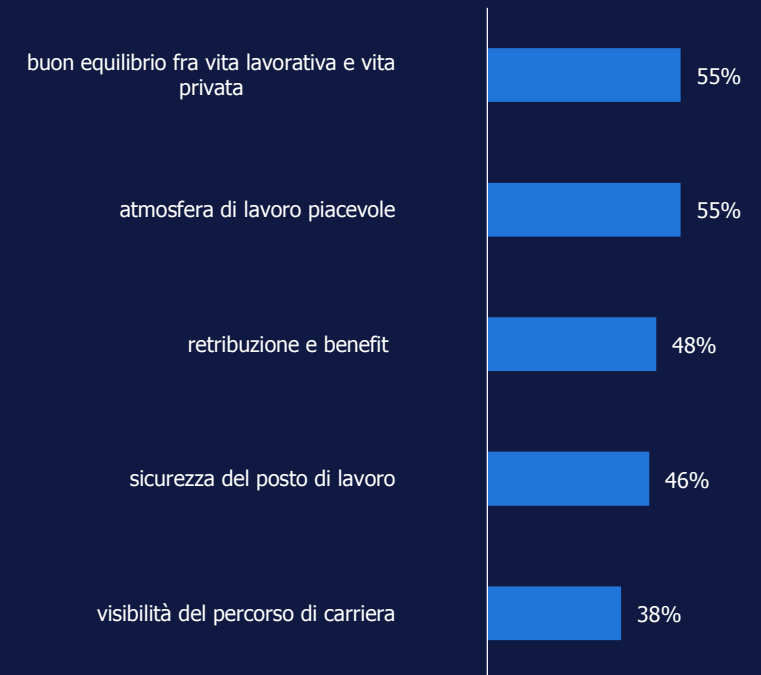
30% (32%)*

intenders: vogliono
cambiare datore di lavoro
entro il prossimo anno.

*nel 2018

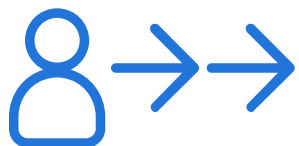


attributi più importanti



● intenders

canali per cercare datori di lavoro intenders.



il 55% (57%)*

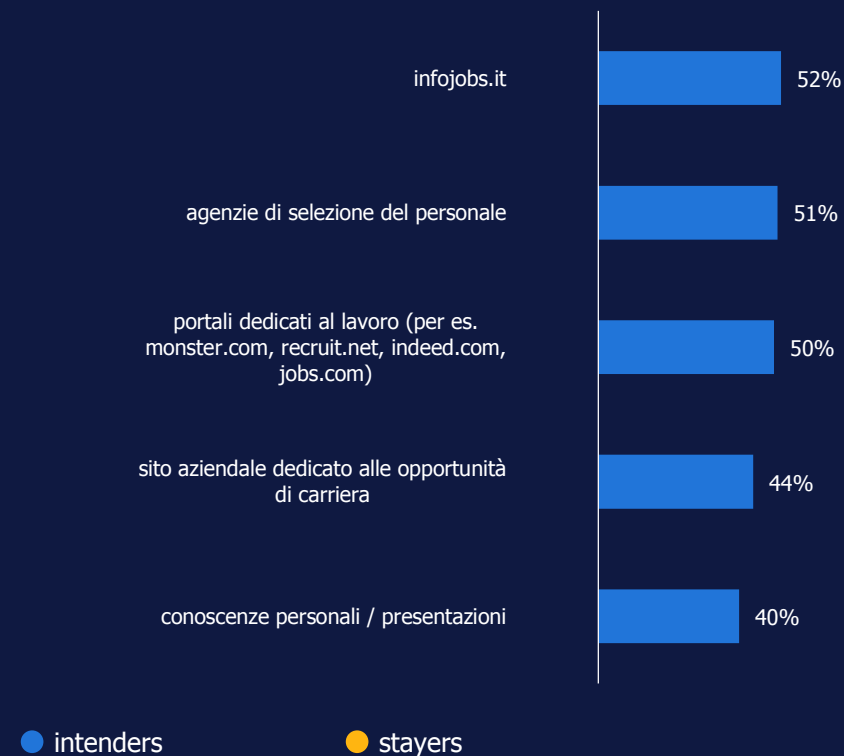
degli switchers** dell'anno scorso intende cambiare di nuovo il prossimo anno.

** n= 1.198 hanno cambiato lavoro l'anno scorso

*nel 2018



canali per cercare datori di lavoro



perché gli italiani rimangono o se ne vanno.

ragioni principali per rimanere

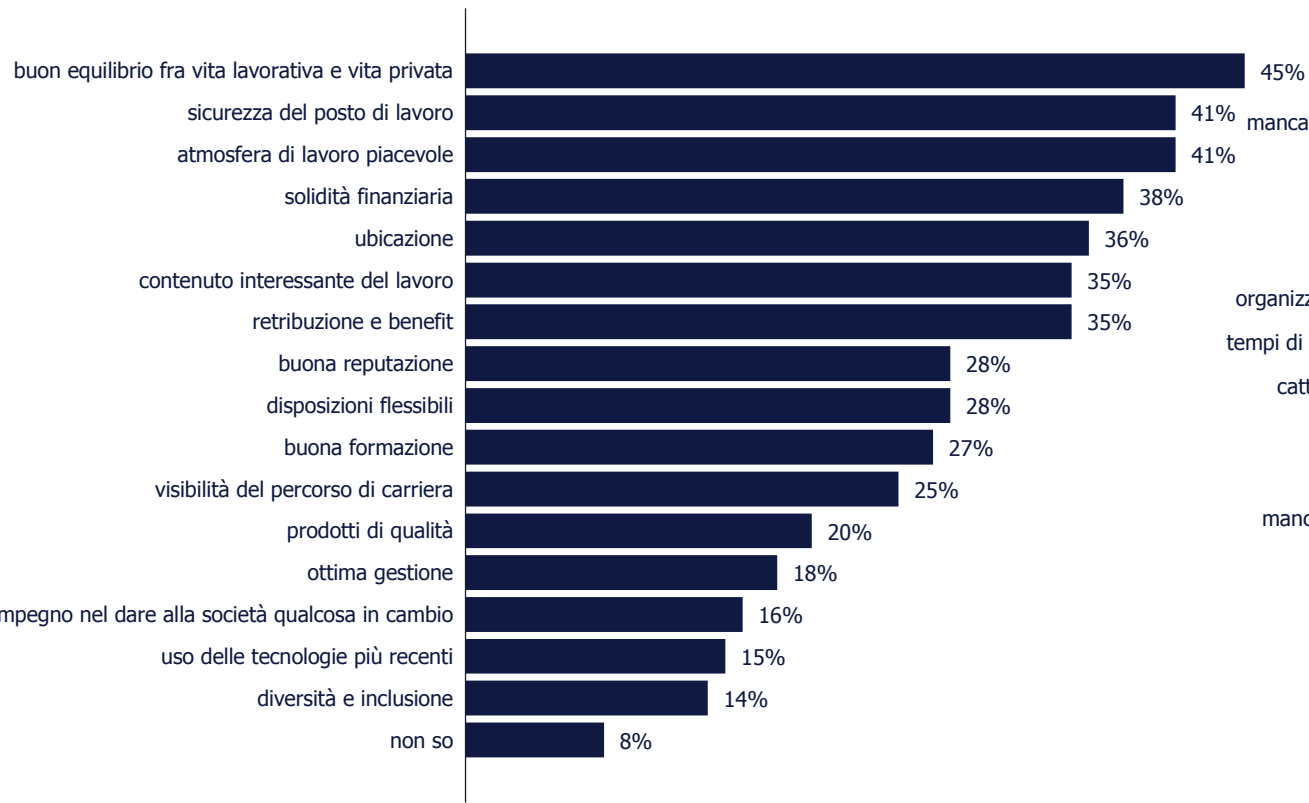


ragioni principali per andarsene

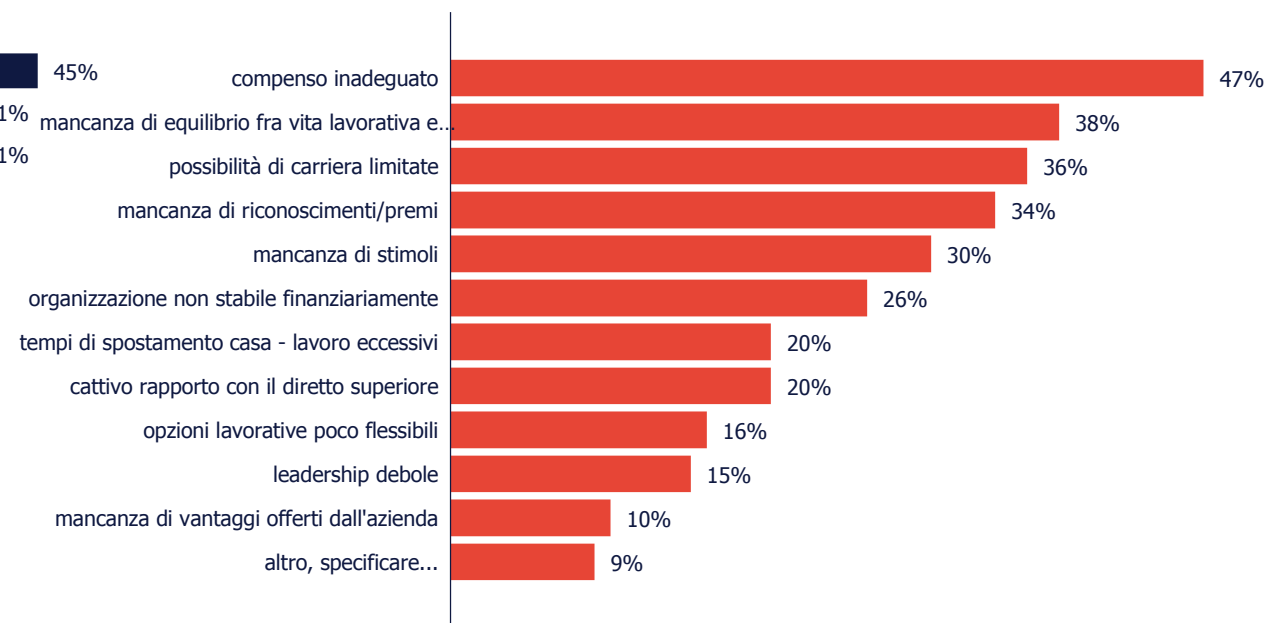


per quali fattori gli italiani rimangono o se ne vanno.

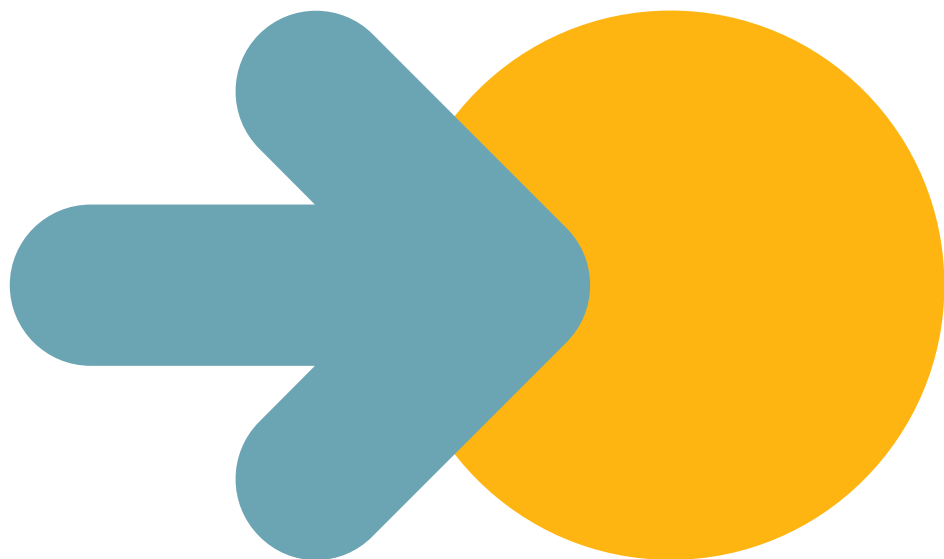
ragioni per rimanere



ragioni per andarsene



per quali fattori gli italiani rimangono motivi per rimanere, per profilo.



gen z (18-24 anni)

il 34%

dei "gen z" rimane se ha opportunità e visibilità del proprio percorso di carriera. Questo punteggio è più alto rispetto a quello della forza lavoro più anziana.

gen x (35-54 anni)

il 39%

dei "gen x" rimane presso lo stesso datore di lavoro se l'azienda è ubicata in una posizione comoda. Le altre generazioni danno meno importanza a questo fattore.

millennials (25-34 anni)

il 29%

dei millennials rimane presso lo stesso datore di lavoro se l'azienda offre una buona formazione. Le generazioni più anziane sono meno interessate al fatto che il datore di lavoro offra o meno questo elemento.

boomers (55-64 anni)

il 46%

dei boomers rimane presso lo stesso datore di lavoro se l'azienda offre un senso di sicurezza del posto di lavoro. Questo fattore è meno importante per i "gen z".

per quali fattori gli italiani se ne vanno motivi per andarsene, per profilo.

gen z (18-24 anni)

il 43%

dei "gen z" lascia il datore di lavoro se non ha opportunità e visibilità del proprio percorso di carriera. Questo punteggio è più alto rispetto a quello di "millennials" e "gen x".

gen x (35-54 anni)

il 36%

dei "gen x" lascia il datore di lavoro se percepisce mancanza di riconoscimenti/premi. Rispetto ai "gen z", i "gen x" danno meno importanza a questo fattore.

millennials (25-34 anni)

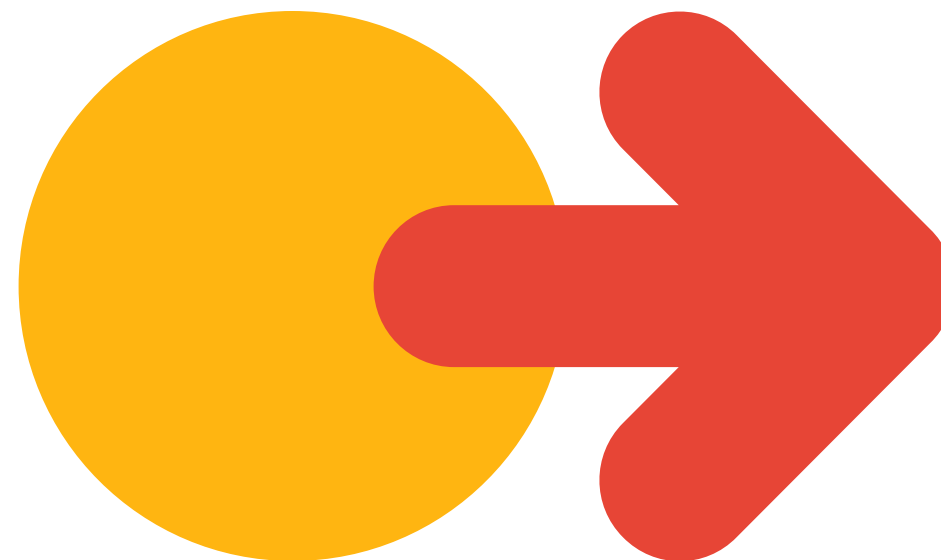
il 21%

dei "millennials" lascia il datore di lavoro se ha un cattivo rapporto con il diretto superiore.

boomers (55-64 anni)

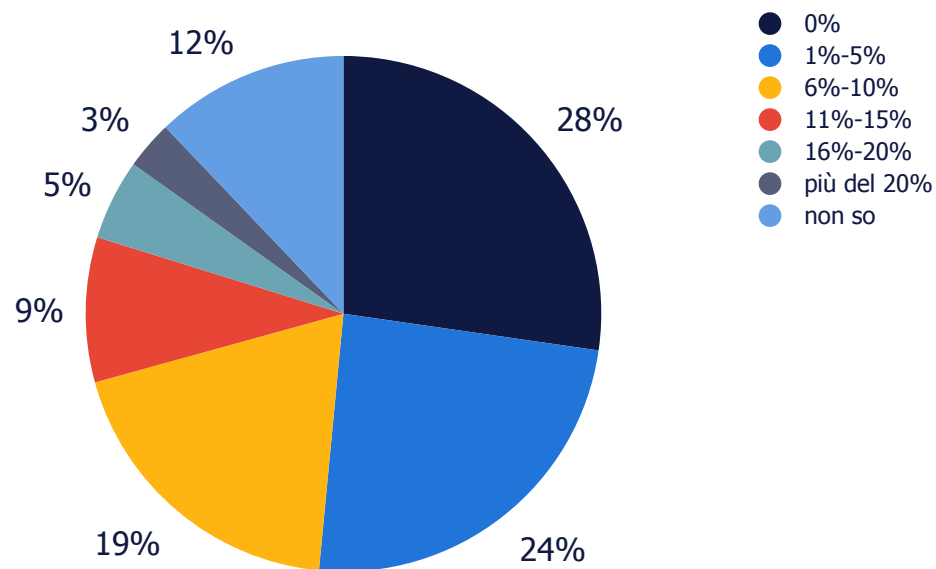
il 34%

dei "boomers" lascia il datore di lavoro se il lavoro non offre sfide sufficienti .
"Millennials" e "gen x" non considerano questo aspetto altrettanto importante.



disponibilità a rinunciare a parte della retribuzione per una maggiore sicurezza del posto di lavoro.

percentuale della retribuzione a cui i dipendenti sono disposti a rinunciare



italia

il 17%

è disposto a rinunciare ad oltre il 10% della retribuzione in questo scambio

europa

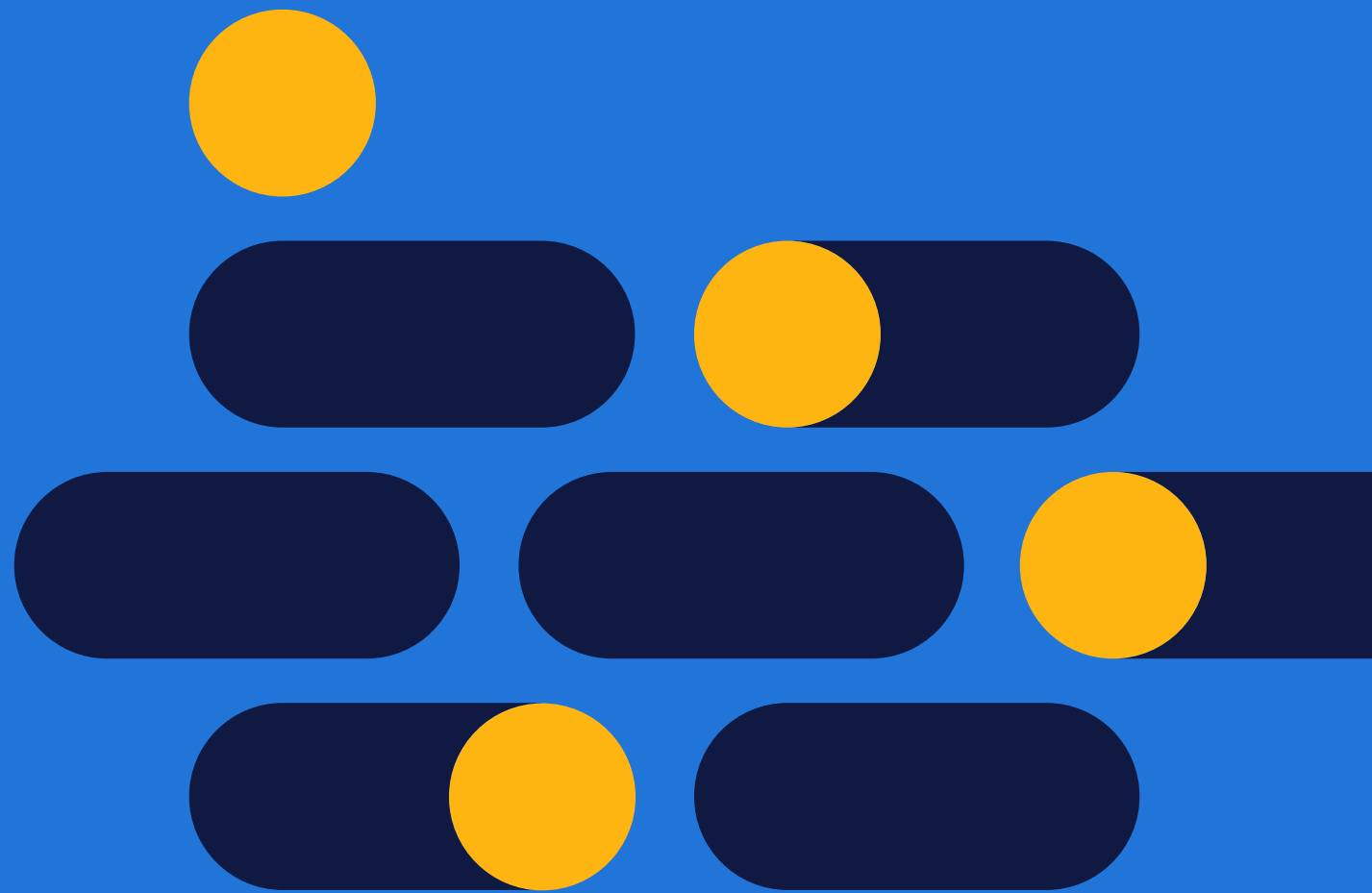
il 16%

è disposto a rinunciare ad oltre il 10% della retribuzione in questo scambio



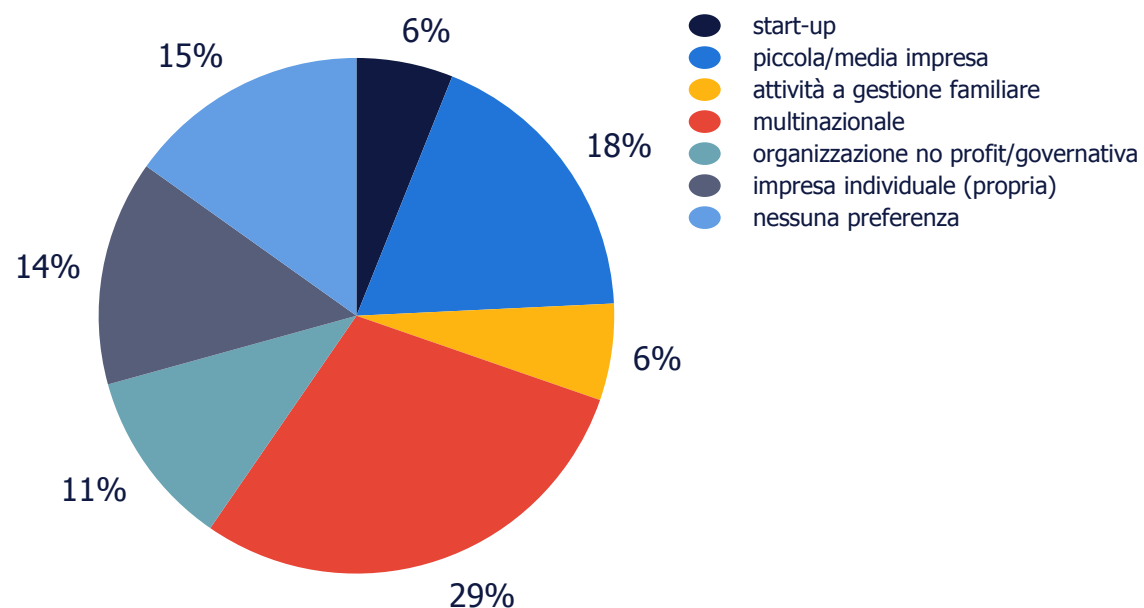
il datore di
lavoro ideale

in primo
piano.



il 29% degli italiani preferisce lavorare presso una multinazionale.

tipo di azienda preferita



gen z (18-24 anni)

il 10%

preferisce lavorare presso una start-up

gen x (35-54 anni)

il 19%

preferisce lavorare presso una piccola/media impresa

millennials (25-34 anni)

il 32%

preferisce lavorare presso una multinazionale

boomers (55-64 anni)

il 19%

nessuna preferenza

tipo di azienda preferita e motivazioni.

multinazionale (29%)

finanziariamente sana/solida

visibilità del percorso di carriera

sicurezza del posto di lavoro

piccola/media impresa (18%)

atmosfera di lavoro piacevole

buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata

disposizioni flessibili

impresa individuale (propria) (14%)

buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata

atmosfera di lavoro piacevole

disposizioni flessibili

organizzazione no profit/governativa (11%) start-up (6%)

sicurezza del posto di lavoro

buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata

finanziariamente sana/solida

contenuto interessante del lavoro

atmosfera di lavoro piacevole

visibilità del percorso di carriera

attività a gestione familiare (6%)

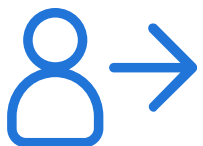
atmosfera di lavoro piacevole

buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata

disposizioni flessibili



tipo di azienda preferita switchers rispetto a stayers.



il 25%

degli "switchers"
preferisce lavorare presso
una multinazionale.



il 16%

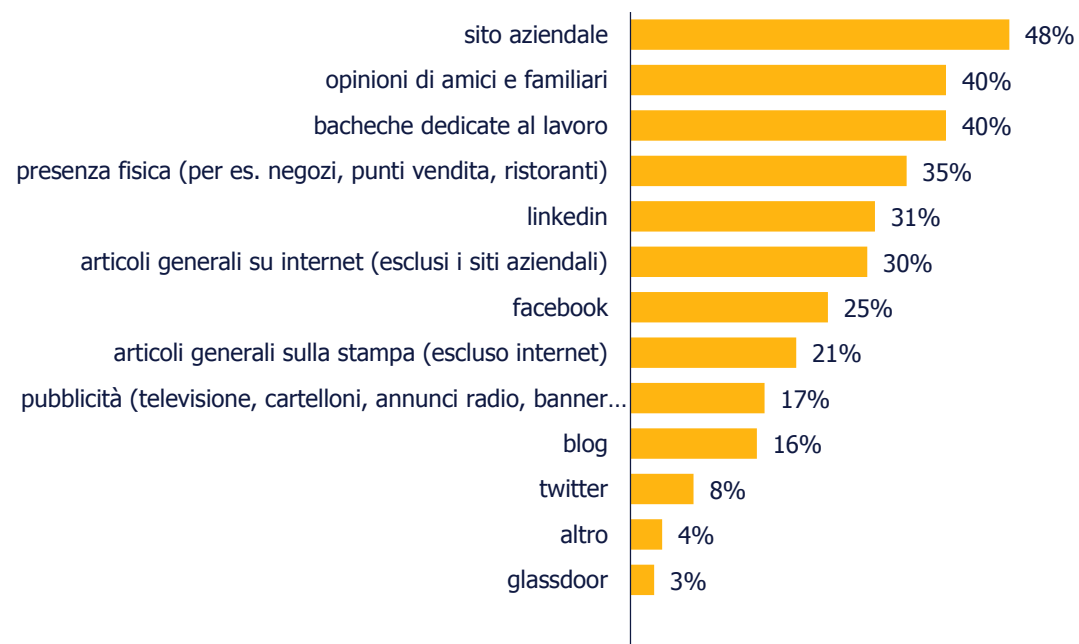
degli "stayers" non ha
una forte preferenza.

tipo di azienda preferita



I' 88% degli italiani si informa sulla reputazione del potenziale datore di lavoro.

canali per verificare la reputazione di un'azienda



usati più spesso

gen z (18-24 anni)

29%

pubblicità

gen x (35-54 anni)

39%

opinioni di amici e familiari

millennials (25-34 anni)

39%

linkedin

boomers (55-64 anni)

33%

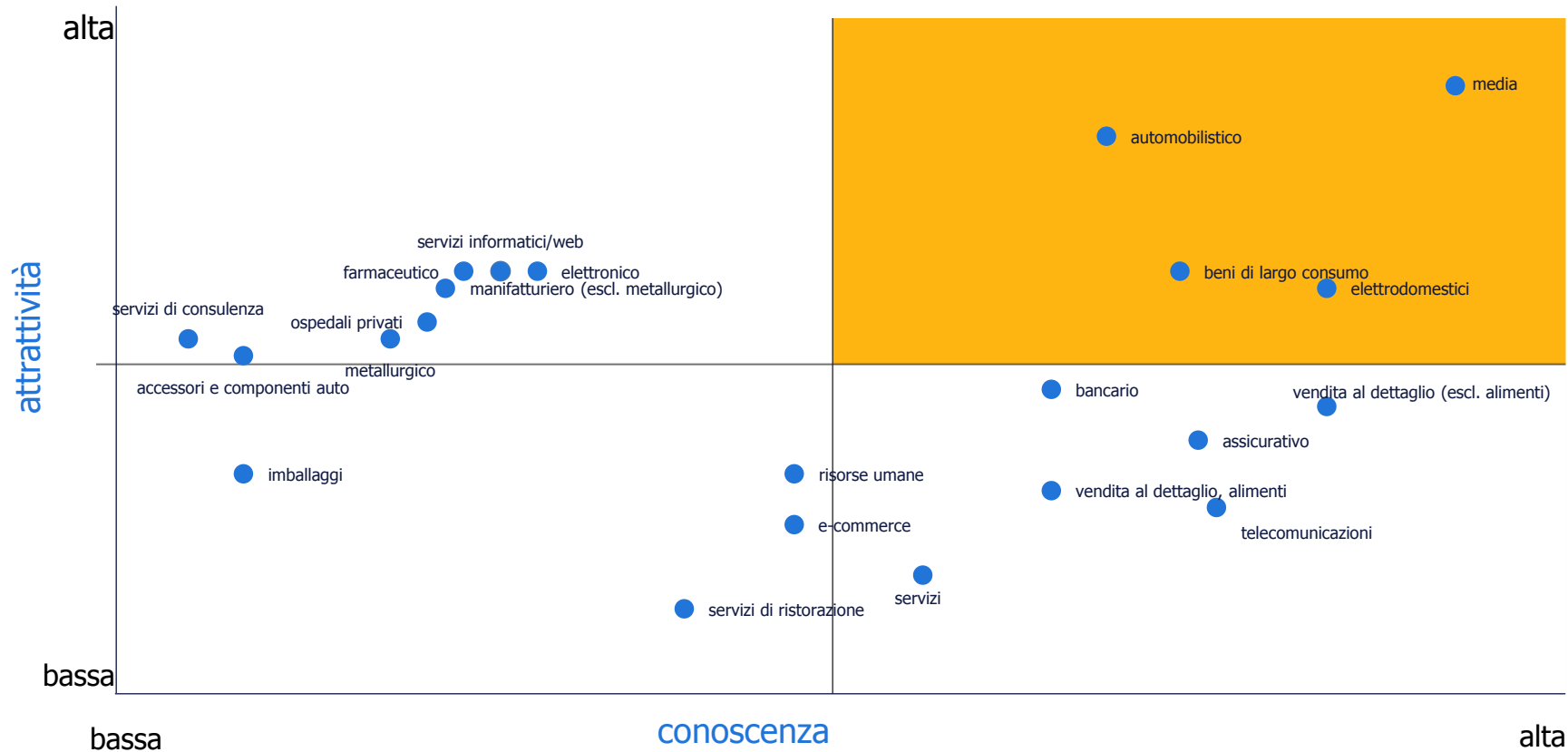
presenza fisica

i settori



insights.

i settori più importanti in Italia per conoscenza e attrattività.



conoscenza elevata

Una conoscenza elevata significa che i datori di lavoro nel settore sono ben conosciuti.

attrattività elevata

Un settore con attrattività elevata contiene più aziende attraenti rispetto ad altri settori.



settori con i risultati più elevati in Italia relativamente agli EVP drivers.

Settore	EVP drivers		
	1	2	3
01 media	finanziariamente sana/solida	buona reputazione	contenuto interessante del lavoro
02 automobilistico	finanziariamente sana/solida	uso delle tecnologie più recenti	buona reputazione
03 beni di largo consumo	finanziariamente sana/solida	buona reputazione	sicurezza del posto di lavoro
04 farmaceutico	finanziariamente sana/solida	uso delle tecnologie più recenti	buona reputazione
05 elettronico	uso delle tecnologie più recenti	finanziariamente sana/solida	buona reputazione
06 servizi informatici/web	uso delle tecnologie più recenti	finanziariamente sana/solida	buona reputazione
07 elettrodomestici	finanziariamente sana/solida	uso delle tecnologie più recenti	buona reputazione
08 manifatturiero (escl. metallurgico)	finanziariamente sana/solida	buona reputazione	uso delle tecnologie più recenti
09 ospedali privati	buona reputazione	uso delle tecnologie più recenti	finanziariamente sana/solida
10 metallurgico	uso delle tecnologie più recenti	finanziariamente sana/solida	buona reputazione

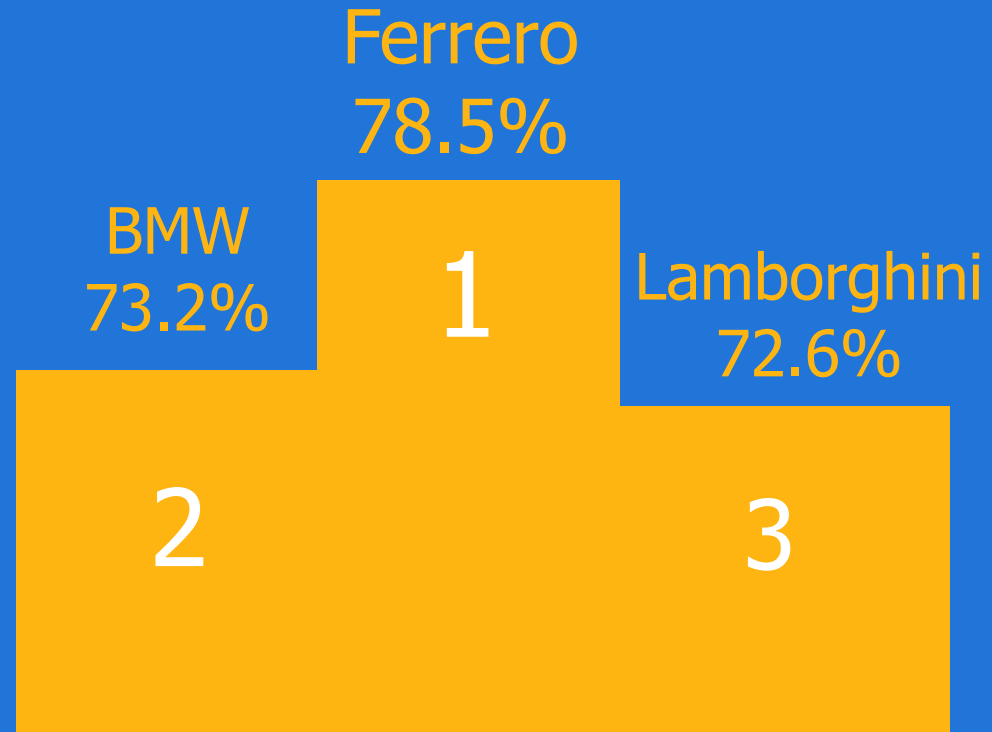
top



employers.

top employers 2019 in Italia

i tre datori di lavoro più attrattivi



i top employers 2019 in Italia in base ai fattori (EVP drivers)

EVP drivers

retribuzione e benefit

visibilità del percorso di carriera

finanziariamente sana/solida

CSR/ impegno nel dare alla società qualcosa in cambio

contenuto interessante del lavoro

sicurezza del posto di lavoro

atmosfera di lavoro piacevole

uso delle tecnologie più recenti

buona reputazione

buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata

Lamborghini

PriceWaterhouseCoopers

Coca Cola

Ferrero

Thales Alenia Space Italia

Ferrero

Ferrero

Lamborghini

Ferrero

Ferrero

randstad

human forward.

