

employer
brand research
2020



Italia.

sommario.

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



introduzione.



perché l'employer branding è importante.



Le aziende pagano retribuzioni del 10% in più se non hanno un brand forte.

il 50%

dei candidati dichiara che non lavorerebbe per un'azienda con una pessima 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 i recruiters 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.

il 19%

Solo il 19% dei dipendenti a livello globale percepisce un forte allineamento tra ciò che il proprio datore di lavoro dice di sé e la propria esperienza di lavoro.

il 52%

Il 52% dei candidati cerca prima di tutto il sito web dell'azienda e i social media per saperne di più su un datore di lavoro.

1

L'ostacolo numero 1 che si frappone ai candidati nel processo di candidatura è il non sapere cosa significa lavorare in un'organizzazione.

1-2x

Le aziende con un employer brand forte hanno un tempo di assunzione 1-2 volte più veloce.

il 76%

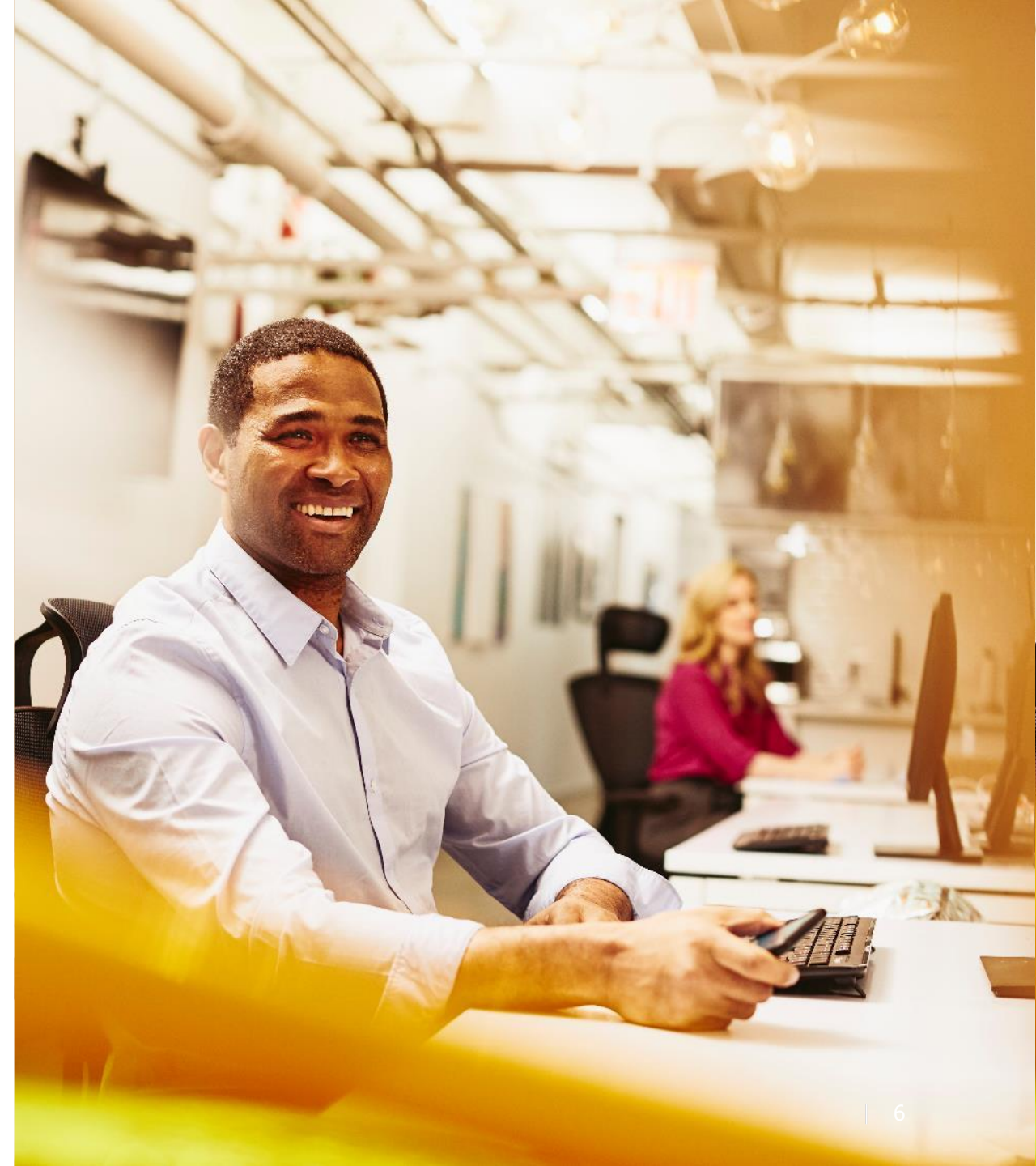
I dipendenti che sperimentano una forte corrispondenza tra ciò che il datore di lavoro dichiara della propria azienda e ciò che essi effettivamente vivono lavorando in tale azienda dimostrano una maggiore propensione a consigliare il loro datore di lavoro come una buona azienda in cui lavorare.

employer brand: il percorso.



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

- uno studio rappresentativo dell'employer brand basato sulle percezioni del pubblico generale. Ottimizza i risultati di 20 anni di analisi approfondite sull'employer branding.
- è una survey indipendente con quasi 185.000 rispondenti in 33 paesi in tutto il mondo.
- rappresenta l'attrattività dei datori di lavoro per i principali 150 datori di lavoro nel mercato 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 33 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
Kazakistan
Lussemburgo
Malesia
Nuova Zelanda
Paesi Bassi
Norvegia
Polonia
Portogallo
Romania
Russia
Singapore
Spagna
Svezia
Svizzera
Regno Unito
Ucraina
USA



● mercati inclusi

in tutto il mondo

- quasi 185.000 rispondenti
- 6.136 aziende incluse nella survey

campione

- di età compresa tra i 18 e 64 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

- 6.274 rispondenti

interviste

- interviste online
- svolte tra il 18 dicembre 2019 e il 3 gennaio 2020

durata dell'intervista

- 16 minuti



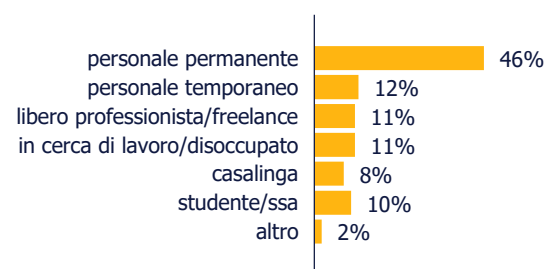
composizione del campione in Italia

socio-demografia, stato occupazionale, regione.

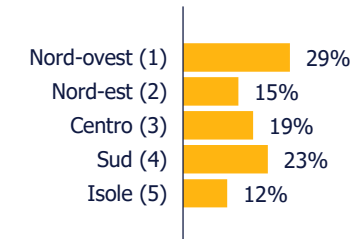
sessò



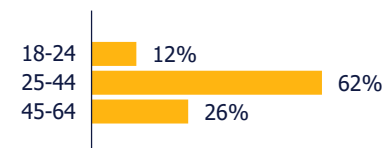
stato occupazionale



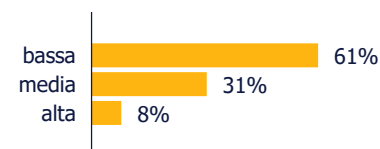
regione



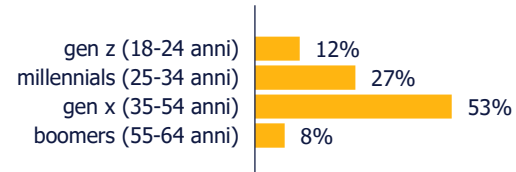
età



istruzione



generazione



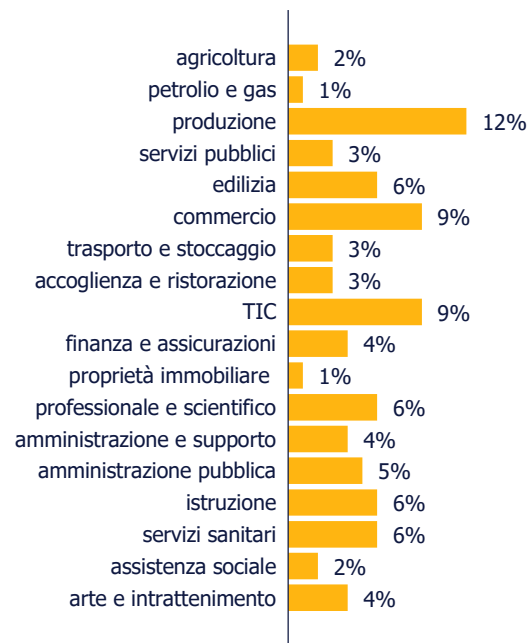
1. Piemonte, Valle D'Aosta, Lombardia, Liguria
2. Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna
3. Toscana, Umbria, Marche, Lazio
4. Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria
5. Sicilia, Sardegna

campione totale: 6.274
interviste: tra il 18 dicembre 2019 e il 3 gennaio 2020



composizione campione in Italia.

settore



funzione

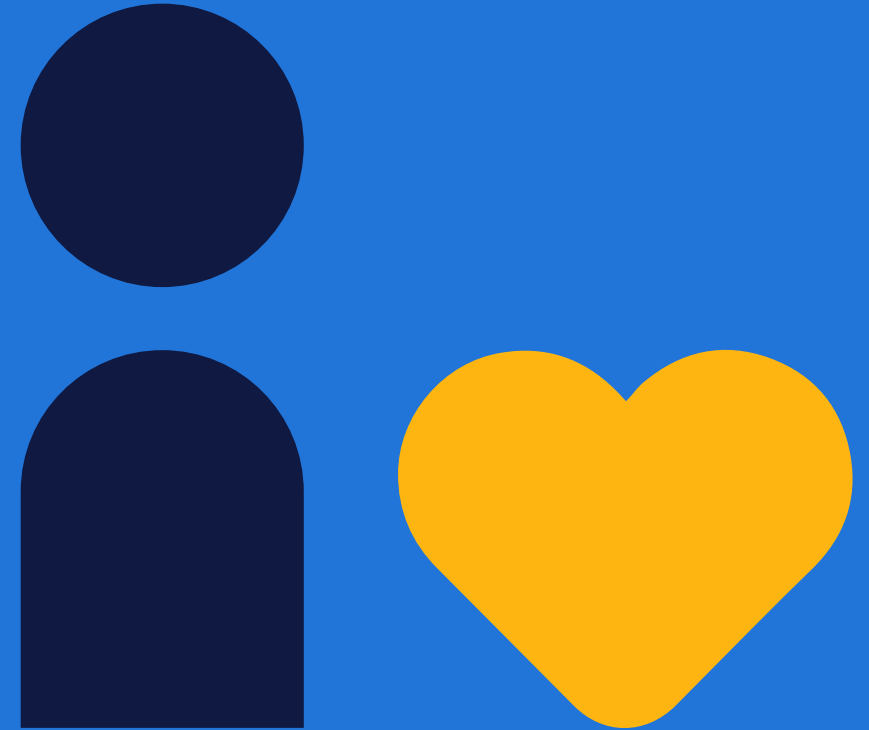


base: attualmente occupato (n=4.348)

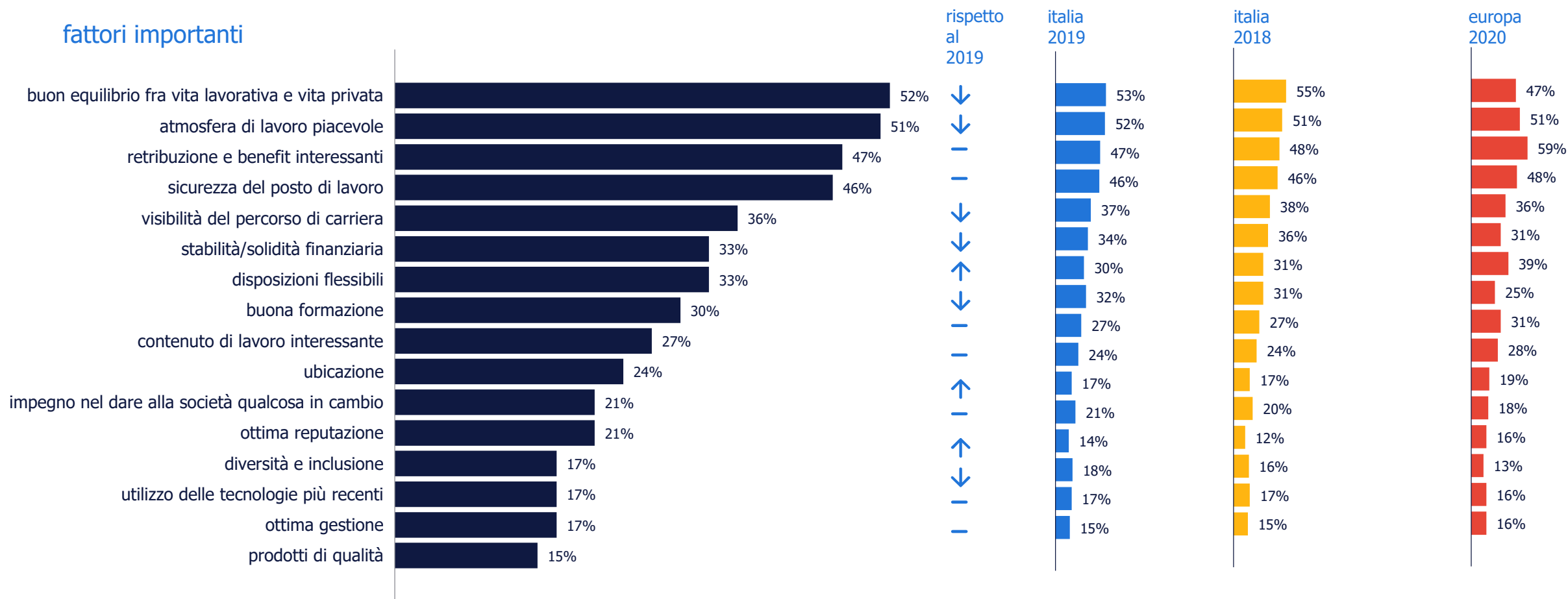


Italia

EVP drivers.



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



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.



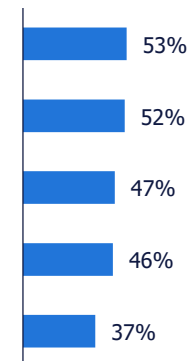
cosa cercano i potenziali dipendenti nella scelta di un datore di lavoro.

i fattori più importanti

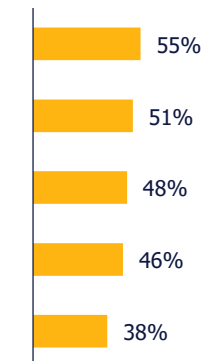
italia 2020



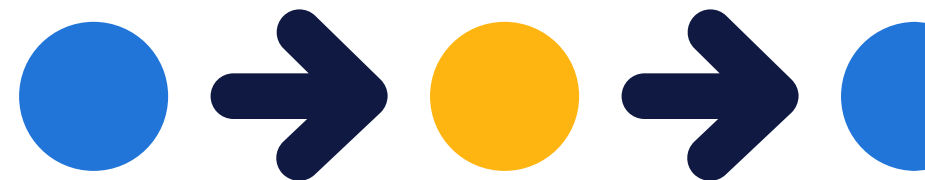
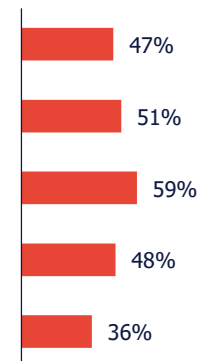
italia 2019



italia 2018



europa 2020



percezione dell'offerta del datore di lavoro **in Italia.**

Comprendere la differenza fra ciò che i dipendenti cercano e ciò che essi pensano che i datori di lavoro offrano fornisce informazioni preziose per la costruzione di un employer brand efficace. Inoltre, il benchmarking rispetto a ciò che i dipendenti percepiscono essere offerto dal loro attuale datore di lavoro fa più chiarezza sulle differenze che devono essere equilibrate.

valutazione del datore di lavoro attuale.	percezione generale dei datori di lavoro in Italia.	profilo del datore di lavoro ideale.
1 stabilità/solidità finanziaria	1 stabilità/solidità finanziaria	1 buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata
2 ottima reputazione	2 ottima reputazione	2 atmosfera di lavoro piacevole
3 sicurezza del posto di lavoro	3 utilizzo delle tecnologie più recenti	3 retribuzione e benefit interessanti
4 contenuto di lavoro interessante	4 sicurezza del posto di lavoro	4 sicurezza del posto di lavoro
5 atmosfera di lavoro piacevole	5 visibilità del percorso di carriera	5 visibilità del percorso di carriera
6 buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata	6 retribuzione e benefit interessanti	6 stabilità/solidità finanziaria
7 utilizzo delle tecnologie più recenti	7 contenuto di lavoro interessante	7 contenuto di lavoro interessante
8 impegno nel dare alla società qualcosa in cambio	8 atmosfera di lavoro piacevole	8 ottima reputazione
9 visibilità del percorso di carriera	9 buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata	9 impegno nel dare alla società qualcosa in cambio
10 retribuzione e benefit interessanti	10 impegno nel dare alla società qualcosa in cambio	10 utilizzo delle tecnologie più recenti



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 mercato 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:

buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata

atmosfera di lavoro piacevole

retribuzione e benefit interessanti



cosa cercano i potenziali dipendenti in base al profilo generazionale.

gen z (18-24 anni)

il 23%

dei rispondenti "gen z" cerca un datore di lavoro che dia **valore alla diversità e all'inclusione**. Questo risultato è significativamente più alto se confrontato con le altre generazioni (17% millennials, 16% "gen x" e 12% "boomers").

gen x (35-54 anni)

il 48%

dei rispondenti "gen x" considera importanti una **retribuzione e benefit interessanti**. I rispondenti "gen z" e "boomers" considerano questo fattore meno importante (rispettivamente il 42% e il 43%).

millennials (25-34 anni)

il 53%

dei millennials cerca un'**atmosfera di lavoro piacevole**. I rispondenti "gen x" e "boomers" sono meno interessati a questo fattore (49% e 47%, rispettivamente).

boomers (55-64 anni)

il 40%

dei "boomers" trova importante che il datore di lavoro sia **finanziariamente solido**. Questo è un fattore meno importante per i rispondenti "gen z" (24%) e per i millennials (30%).



attributi importanti per tipo di contratto.

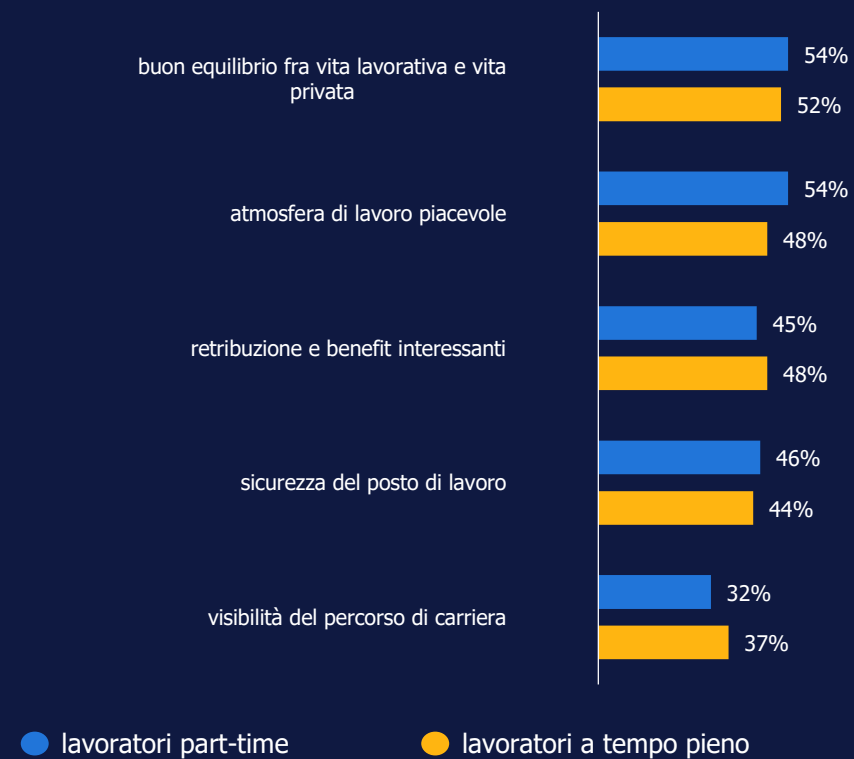


il 19%

della forza lavoro di
oggi lavora part-time.
(meno di 30 ore a settimana)



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.



attributi più importanti switchers rispetto a stayers.

switchers

2019

2020

il 16% → il 17%

ha cambiato datore di lavoro
nell'ultimo anno.

stayers

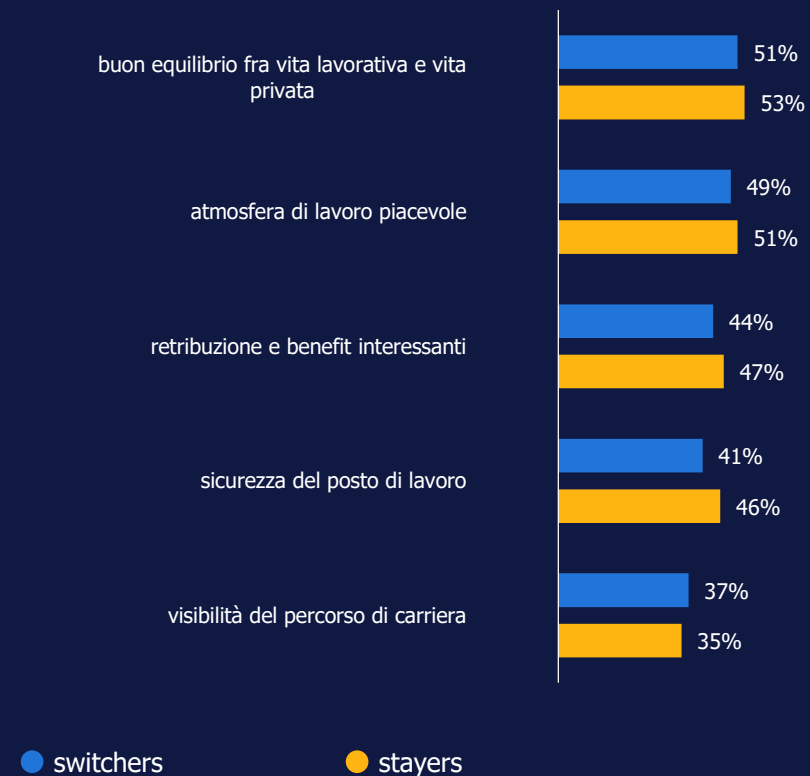
2019

2020

l'84% → l'83%

è rimasto con lo stesso datore
di lavoro nell'ultimo anno.

attributi più importanti



attributi più importanti intenders.

intenders

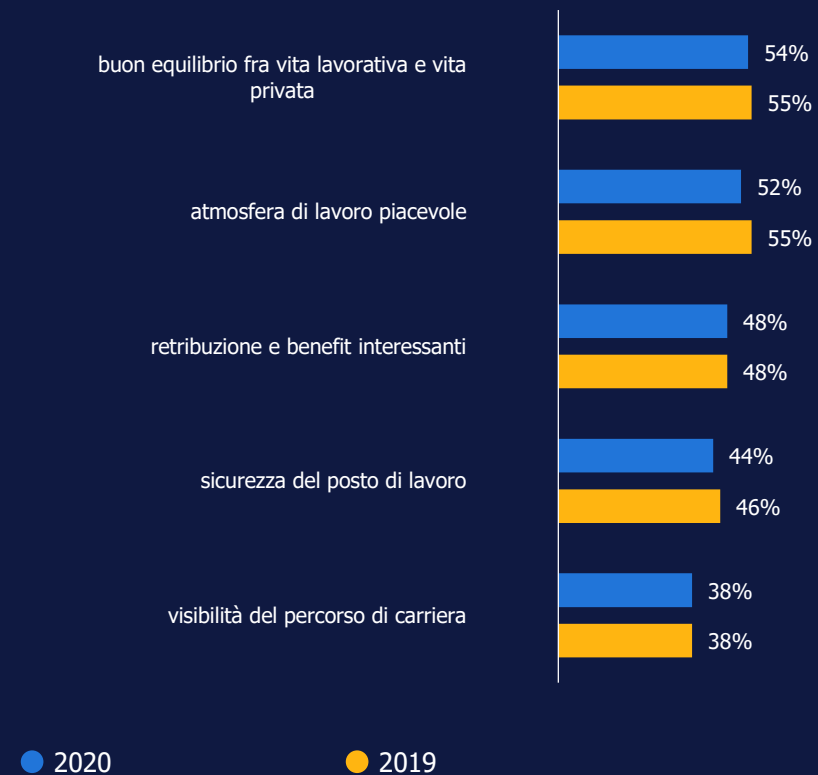
2019

2020

il 30% → il 28%

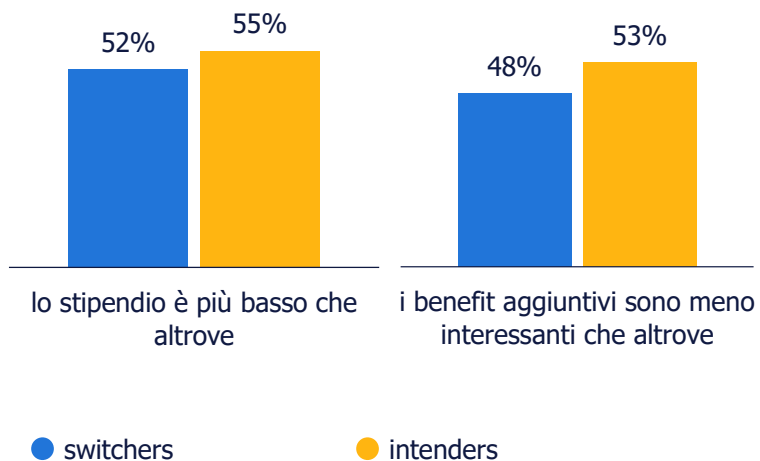
intende cambiare datore di
lavoro entro il prossimo anno.

attributi più importanti tra gli intenders



switchers rispetto a intenders ragioni economico-finanziarie.

% concorda (completamente) con l'affermazione
"Ho cambiato lavoro o ho intenzione di cambiarlo" perché:



italia

il 53%

sta cambiando o sta pianificando di farlo a causa di una retribuzione più bassa rispetto ad altri.

europa

il 52%

sta cambiando o sta pianificando di farlo a causa di una retribuzione più bassa rispetto ad altri.

il 50%

sta cambiando o sta pianificando di farlo a causa di benefit aggiuntivi meno interessanti rispetto ad altri.

il 45%

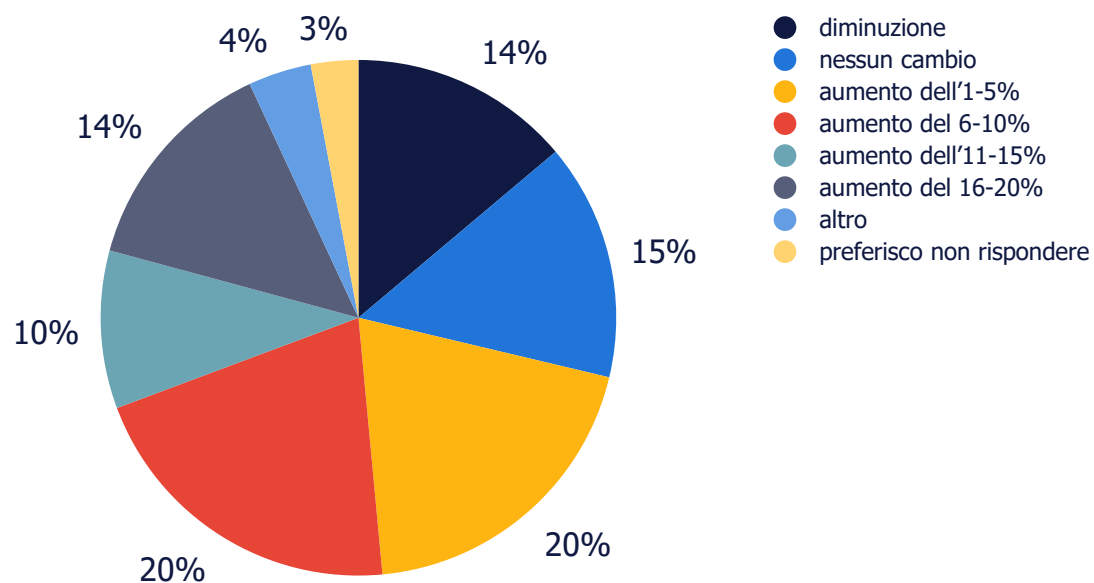
sta cambiando o sta pianificando di farlo a causa di benefit aggiuntivi meno interessanti rispetto ad altri.



cambio per uno stipendio più elevato

4 switchers su 10 ottengono un aumento di stipendio dall'1 al 10%.

cambio di stipendio dopo il passaggio



italia

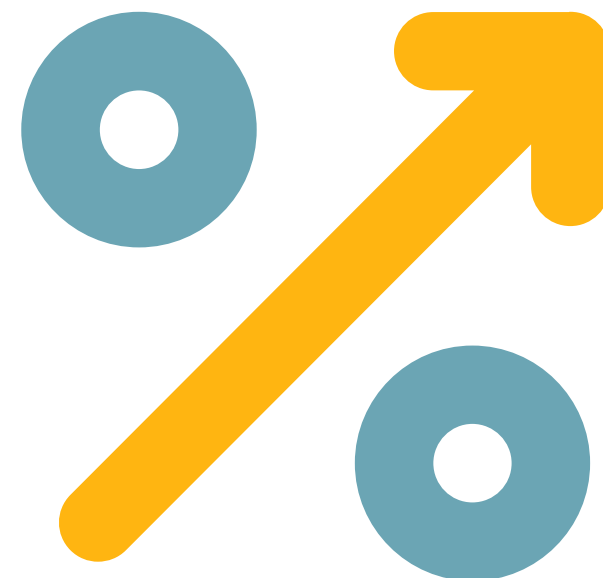
il 40%

dei dipendenti che hanno lasciato il precedente datore di lavoro per una retribuzione più alta altrove ha visto un aumento di stipendio tra l'1% e il 10%.

europa

il 39%

dei dipendenti che hanno lasciato il precedente datore di lavoro per una retribuzione più alta altrove ha visto un aumento di stipendio tra l'1% e il 10%.



switchers rispetto a intenders ragioni emotive.

% concorda (completamente) con l'affermazione
"Ho cambiato lavoro o ho intenzione di cambiarlo" perché:

italia

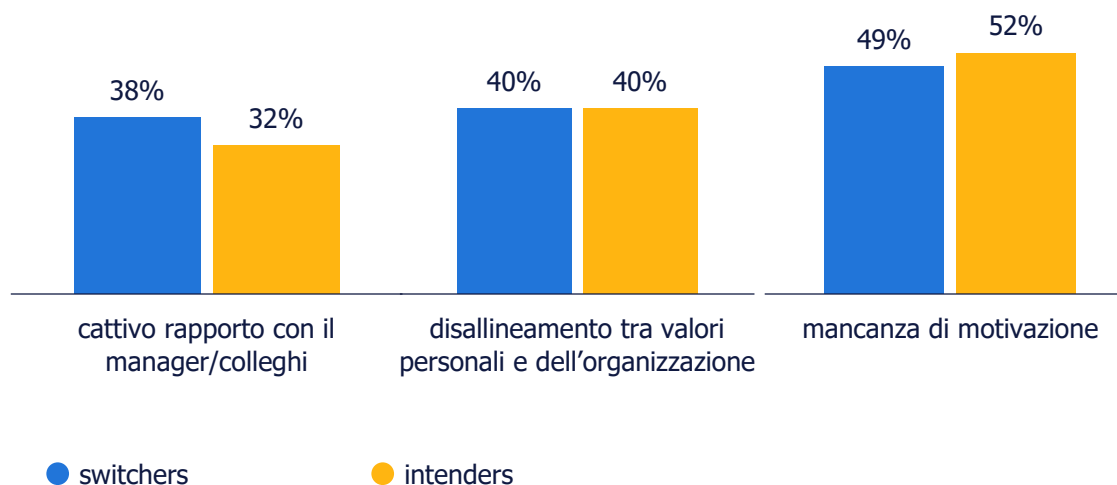
il 68%

trova importanti i benefit non monetari.

europa

il 62%

trova importanti i benefit non monetari.



motivi per andarsene per profilo.

lo stipendio è più basso che altrove

il 54%

dei **“gen z” (18-24 anni)**, **millennials (25-34 anni)** e **“gen x” (35-54 anni)** lascerebbe un datore di lavoro se ricevesse uno stipendio più elevato altrove.

i benefit aggiuntivi sono meno interessanti

il 53%

dei **millennials (25-34 anni)** lascerebbe il datore di lavoro se i benefit supplementari offerti da altri datori di lavoro fossero più interessanti.

cattivo rapporto con il manager

il 34%

dei **millennials (25-34 anni)** e dei **“gen x” (35-54 anni)** concorda sul fatto che un cattivo rapporto con il proprio manager è un motivo serio per considerare di lavorare altrove.

disallineamento tra valori personali e dell'organizzazione

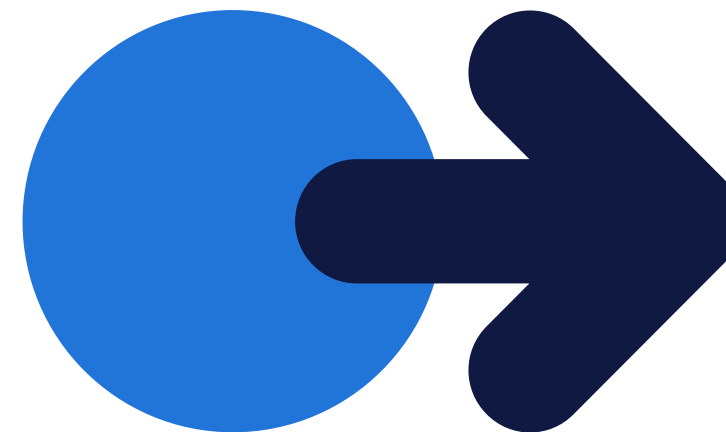
il 42%

dei **“gen x” (35-54 anni)** lascerebbe il datore di lavoro se i valori dell'organizzazione non corrispondono ai suoi valori personali.

manca di motivazione

il 53%

dei **“gen x” (35-54 anni)** può lasciare o ha lasciato il datore di lavoro se non ha motivazione al lavoro.



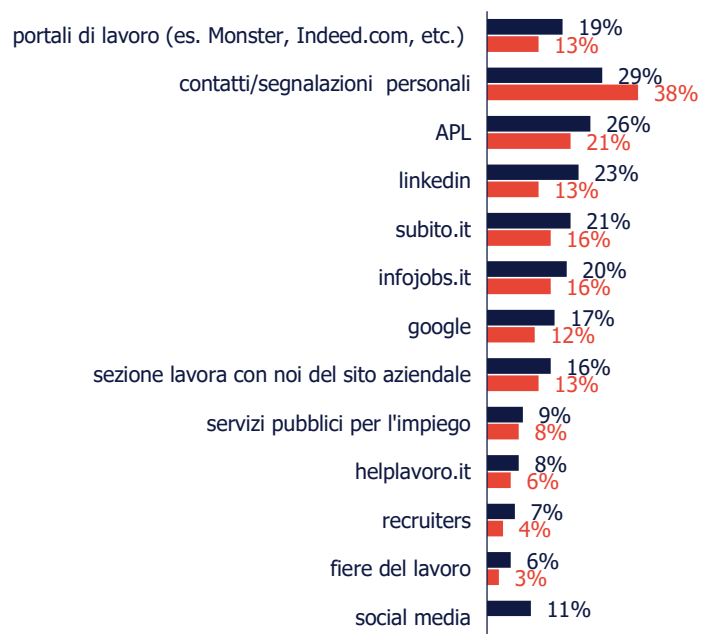
canali utilizzati per trovare lavoro



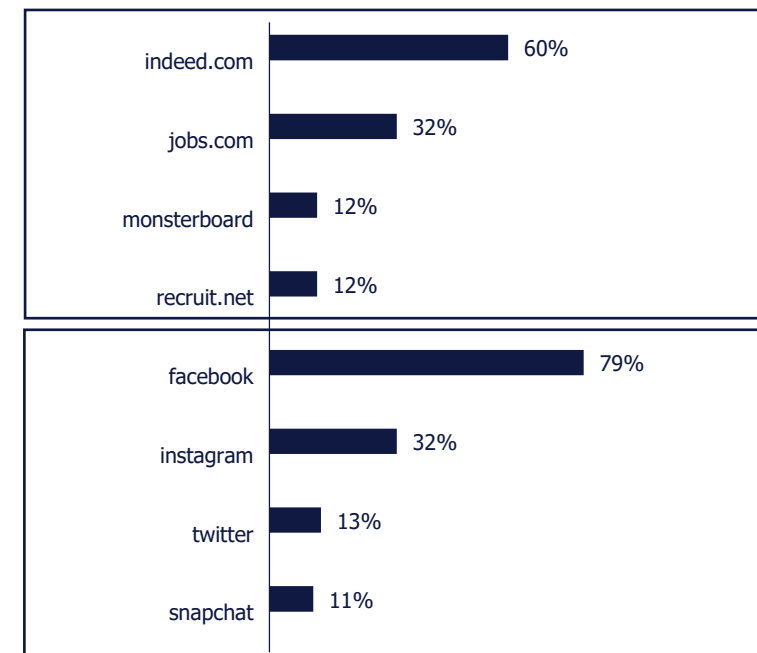
nuove opportunità di lavoro

come i lavoratori in Italia trovano nuove opportunità di lavoro.

canali utilizzati per trovare nuove opportunità di lavoro



canali utilizzati per trovare nuove opportunità di lavoro deep dive **portali di lavoro** e **social media**



● 2020

● 2019



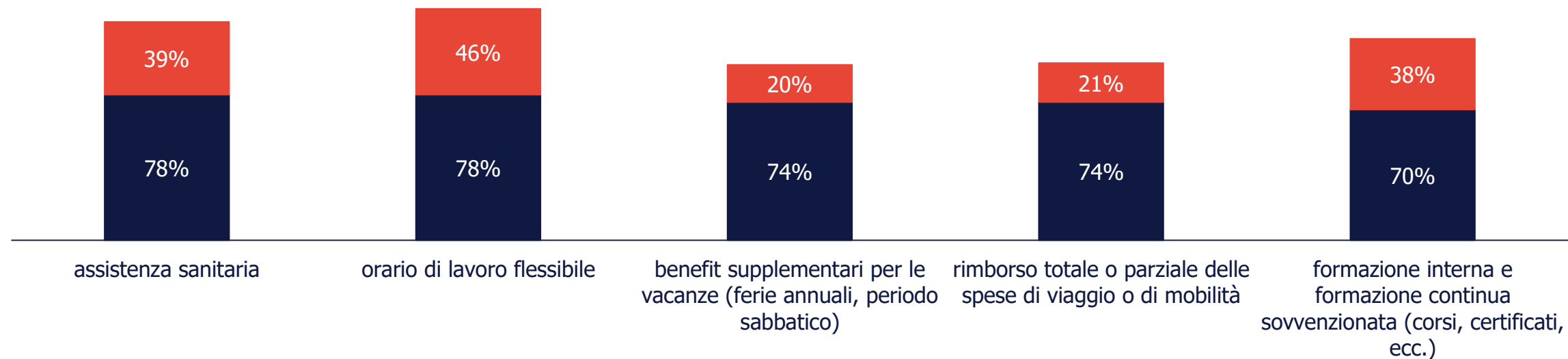
benefit
aggiuntivi



in primo piano.

benefit per i dipendenti che la forza lavoro in Italia trova interessanti e che vengono ricevuti.

i primi 5 benefit più interessanti e ricevuti

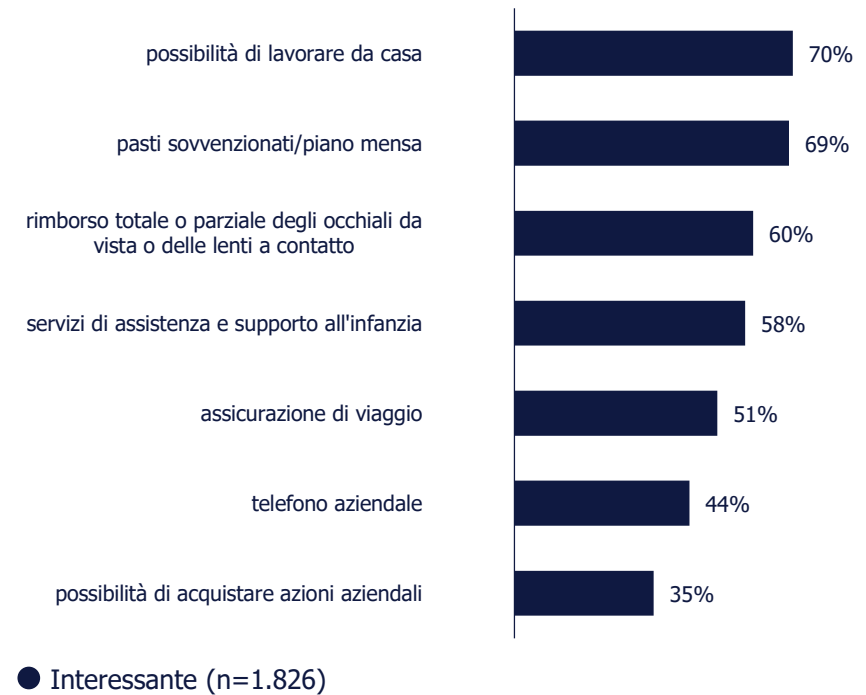
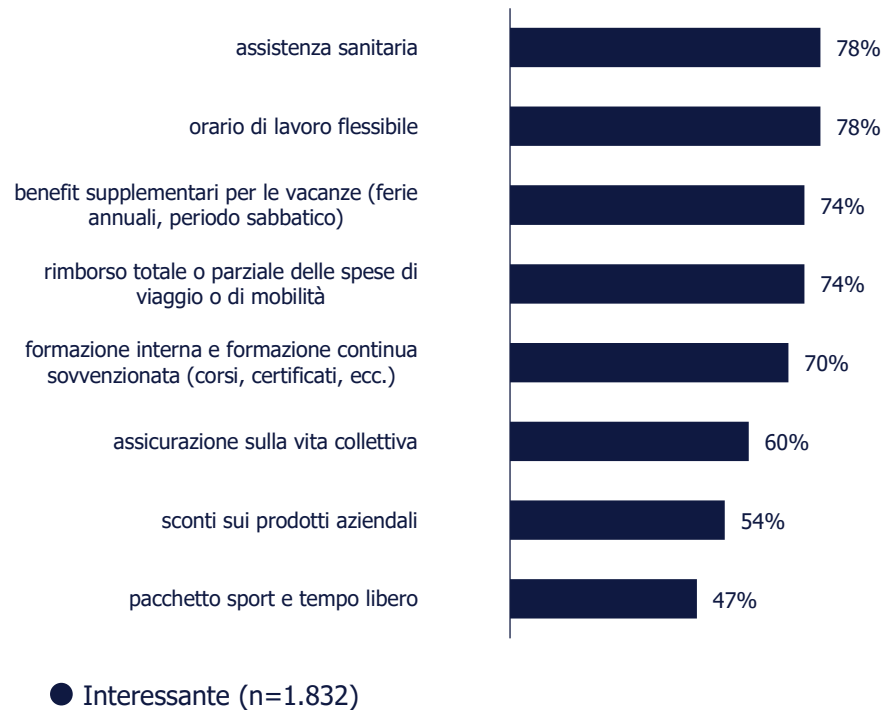


● interessante ● interessante & ricevuto



benefit per i dipendenti che gli italiani trovano interessanti.

benefit interessanti



*i 15 benefit sono stati mostrati in modo casuale in due serie di 8 e 7 benefit, rispettivamente, ciascuna serie mostrata al 50% del campione. Per ogni grafico a barre, la base è costituita dai rispondenti che sono occupati e che hanno ricevuto quel particolare set sullo schermo.



i benefit più interessanti per profilo.

gen z (18-24 anni)

il 63%

dei "gen z" trova interessante **l'assicurazione viaggi** come benefit lavorativo. Questo risultato è significativamente più alto se confrontato con i millennials, la gen x e i boomers (51%, 49% e 47%, rispettivamente).

gen x (35-54 anni)

il 71%

dei "gen x" trova che **i pasti sovvenzionati e un piano mensa** siano un interessante benefit lavorativo. Questo risultato è più alto se paragonato ai boomers (61%).

millennials (25-34 anni)

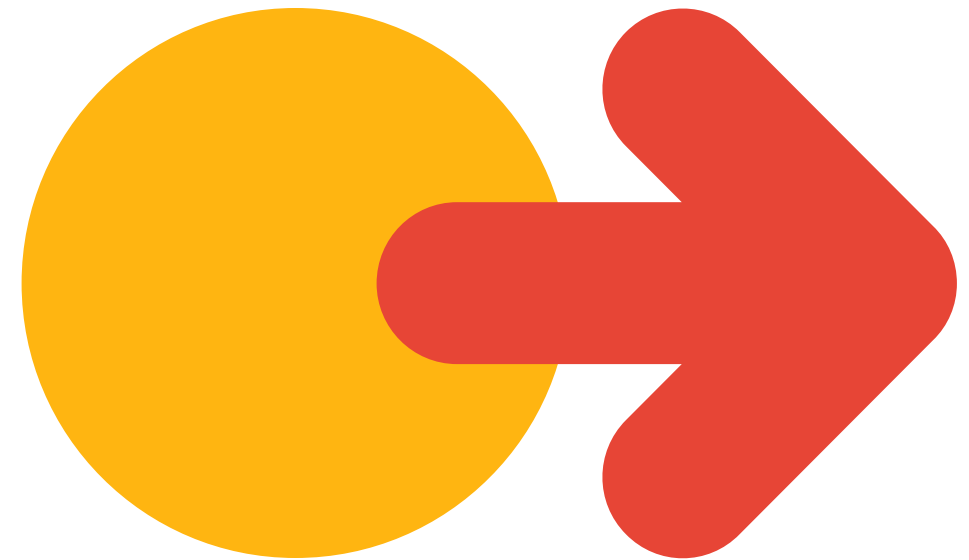
il 73%

dei millennials trova che una **vacanza aggiuntiva** sia un interessante benefit lavorativo. Questo risultato è più alto se paragonato ai "gen z" (63%).

boomers (55-64 anni)

l'86%

dei boomers trova interessante **l'assistenza sanitaria** come benefit lavorativo. Questo risultato è più alto se confrontato con i "gen z", millennials e "gen x" (rispettivamente 75%, 76% e 77%).

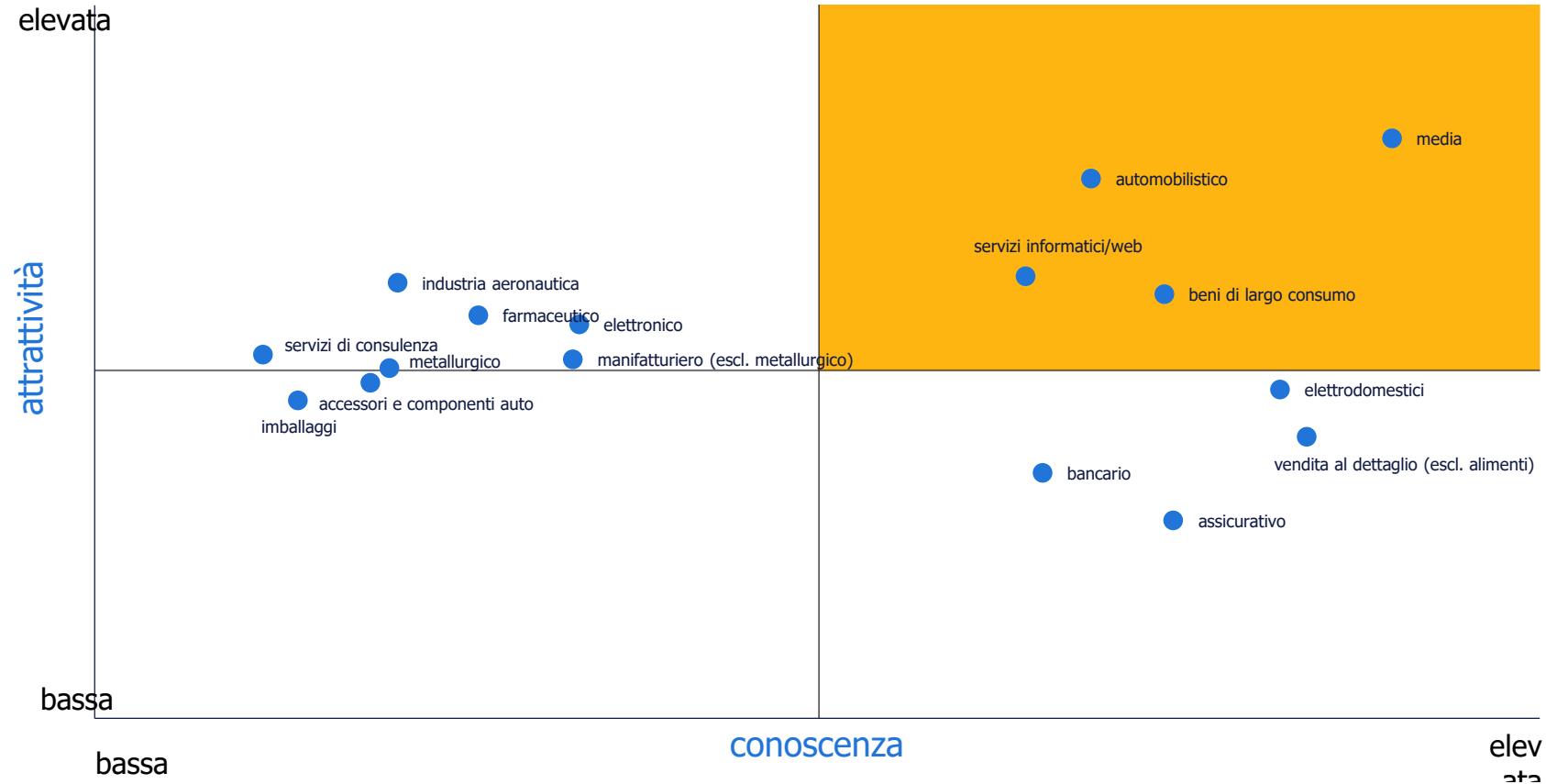


i settori:



approfondimenti.

i settori con le migliori performance in Italia per conoscenza e attrattività.



conoscenza elevata

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

attrattività elevata

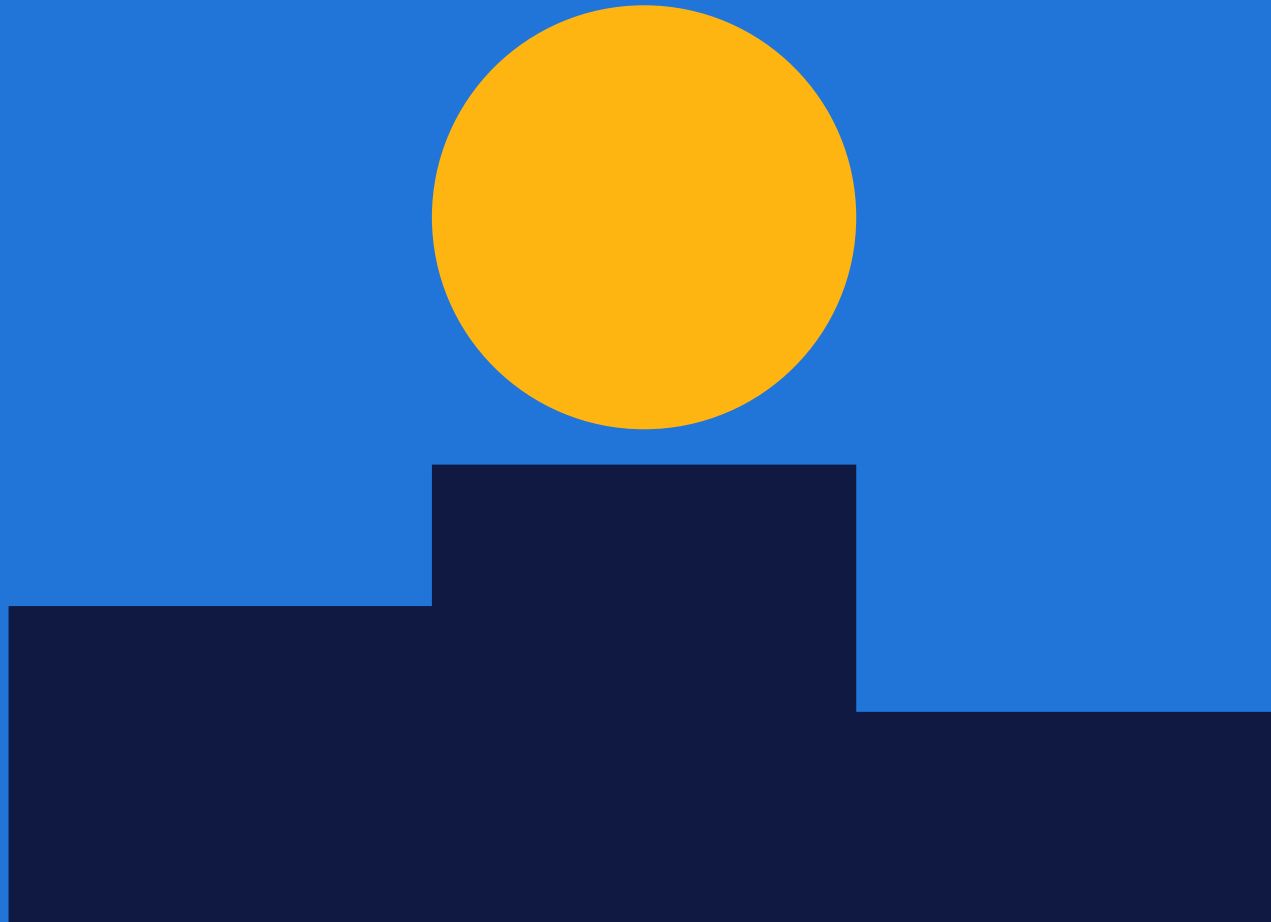
Un settore con attrattività elevata contiene più aziende attrattive rispetto ad altri settori.



Le aziende italiane con le migliori performance per settore.

settore	azienda più interessante	settore	azienda più interessante
01 media	Feltrinelli	11 accessori e componenti auto	Freni Brembo
02 automobilistico	Lamborghini	12 elettrodomestici	Bosch
03 servizi informatici/web	IBM	13 imballaggi	Smurfit Kappa
04 industria aeronautica	Leonardo	14 vendita al dettaglio (escl. alimenti)	IKEA
05 beni di largo consumo	Ferrero	15 bancario	BNP Paribas
06 farmaceutico	Chiesi Farmaceutici	16 assicurativo	Unipol Sai
07 elettronico	STMicroelectronics	17 vendita al dettaglio, alimenti	Conad
08 servizi di consulenza	KPMG	18 telecomunicazioni	Vodafone Omnitel
09 manifatturiero (escl. metallurgico)	Thales Alenia Space italia	19 servizi	Italo
10 metallurgico	IMA (Industria Macchine Automatiche)	20 servizi di ristorazione	Dussmann

top



employers.

top employers per cui lavorare in Italia.

top 10 employers 2020

- 01 **Ferrero**
- 02 Feltrinelli
- 03 Lamborghini
- 04 Thales Alenia Space italia
- 05 Mondadori
- 06 Maserati
- 07 Avio Aero (GE Aviation business)
- 08 STMicroelectronics
- 09 ABB
- 10 Mediaset

top 10 employers 2019

- 01 Ferrero
- 02 BMW
- 03 Lamborghini
- 04 Thales Alenia Space italia
- 05 Feltrinelli
- 06 Maserati
- 07 Mondadori
- 08 Rai
- 09 Avio Aero (GE Aviation business)
- 10 Coca Cola

i top employers in Italia in base agli EVP drivers.

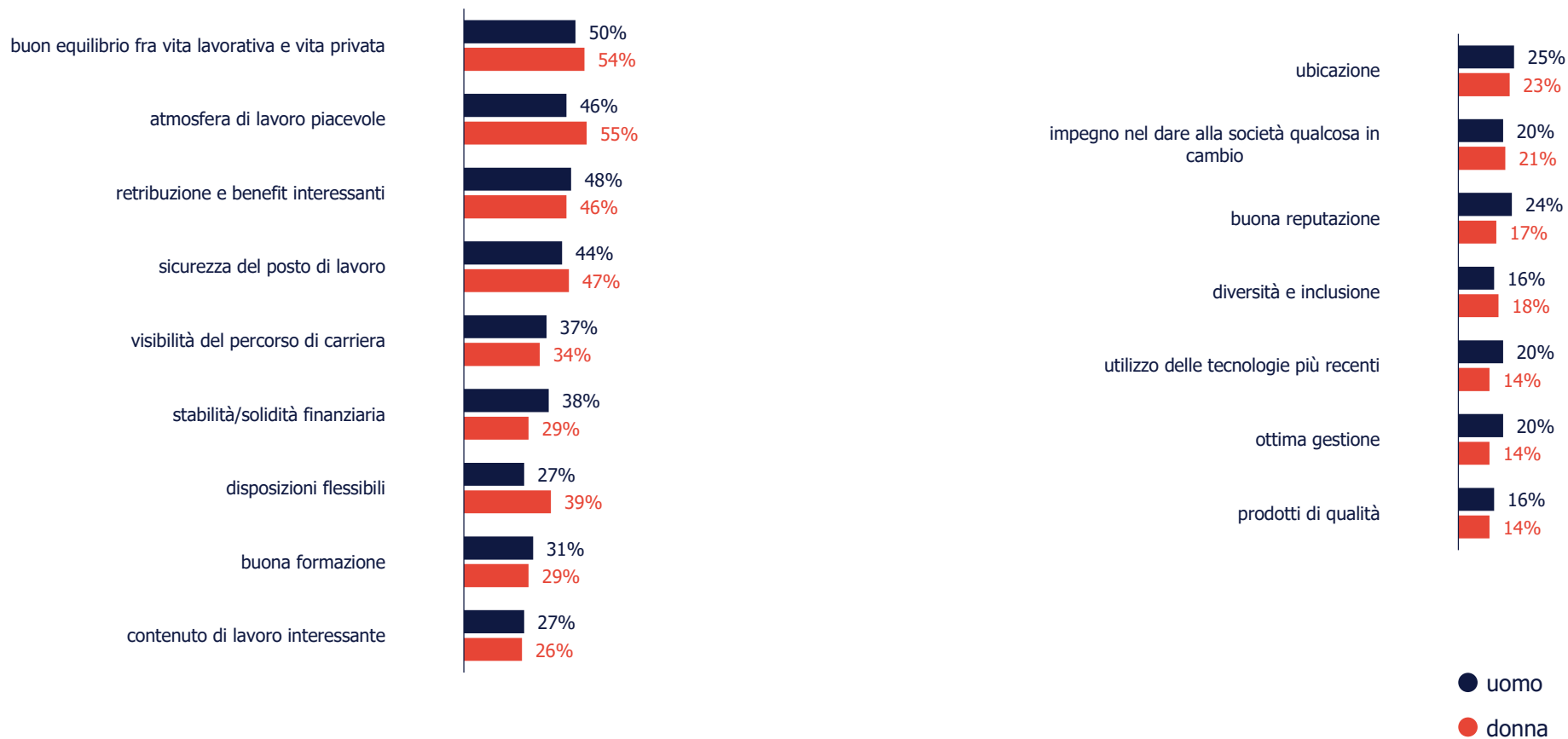
EVP drivers	1	2	3
retribuzione e benefit interessanti	Maserati	Thales Alenia Space italia	Ferrero
visibilità del percorso di carriera	GlaxoSmithKline	KPMG	Ferrero
stabilità/solidità finanziaria	Amazon	Coca Cola	Ferrero
impegno nel dare alla società qualcosa in cambio	IKEA	Ferrero	Eli Lilly
contenuto di lavoro interessante	Thales Alenia Space italia	Lamborghini	Ferrero
sicurezza del posto di lavoro	Ferrero	Aziende Chimiche Riunite Angelini	Avio Aero (GE Aviation business)
atmosfera di lavoro piacevole	Ferrero	Ducati	Maserati
utilizzo delle tecnologie più recenti	Thales Alenia Space italia	Maserati	STMicroelectronics
ottima reputazione	Ferrero	Lamborghini	Maserati
buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata	Ferrero	Chiesi Farmaceutici	Marazzi Group

deep dive
EVP drivers

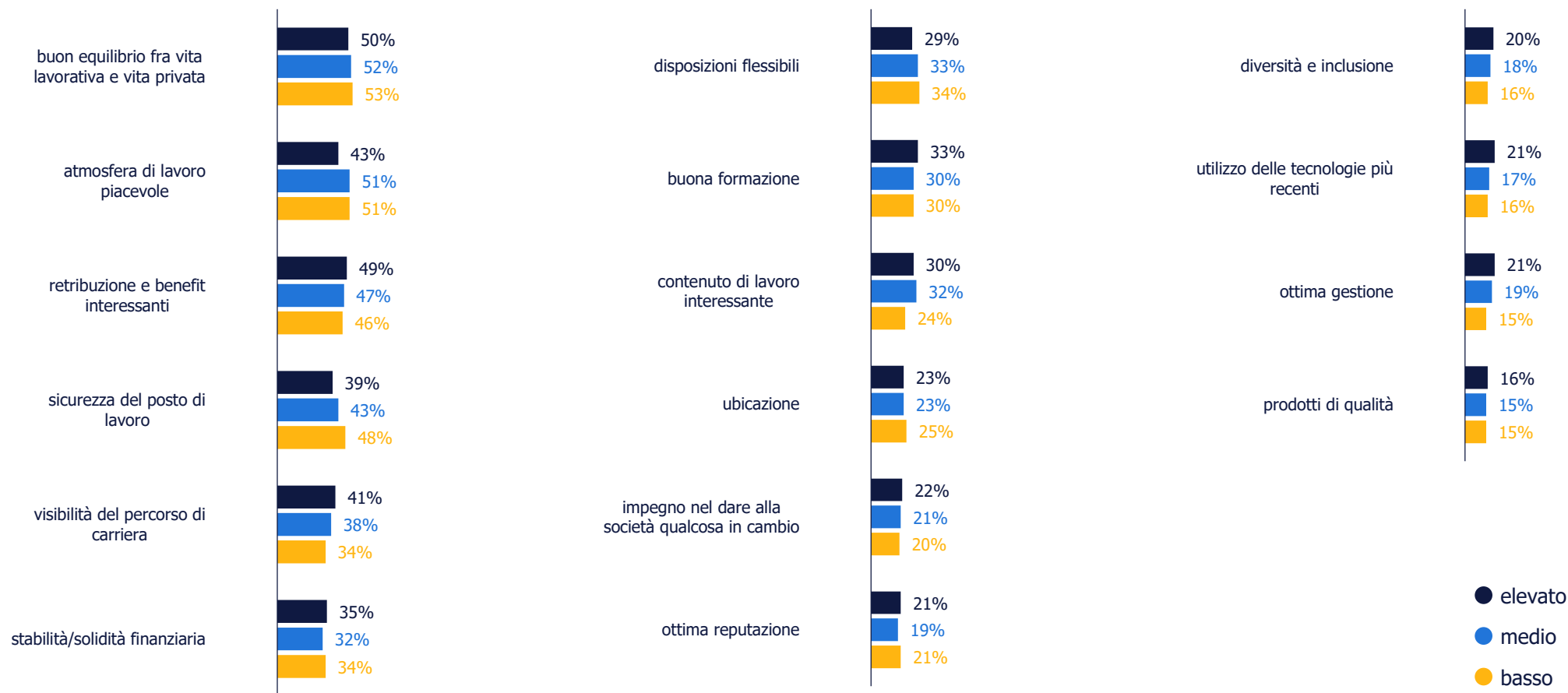
2020 employer
brand research.



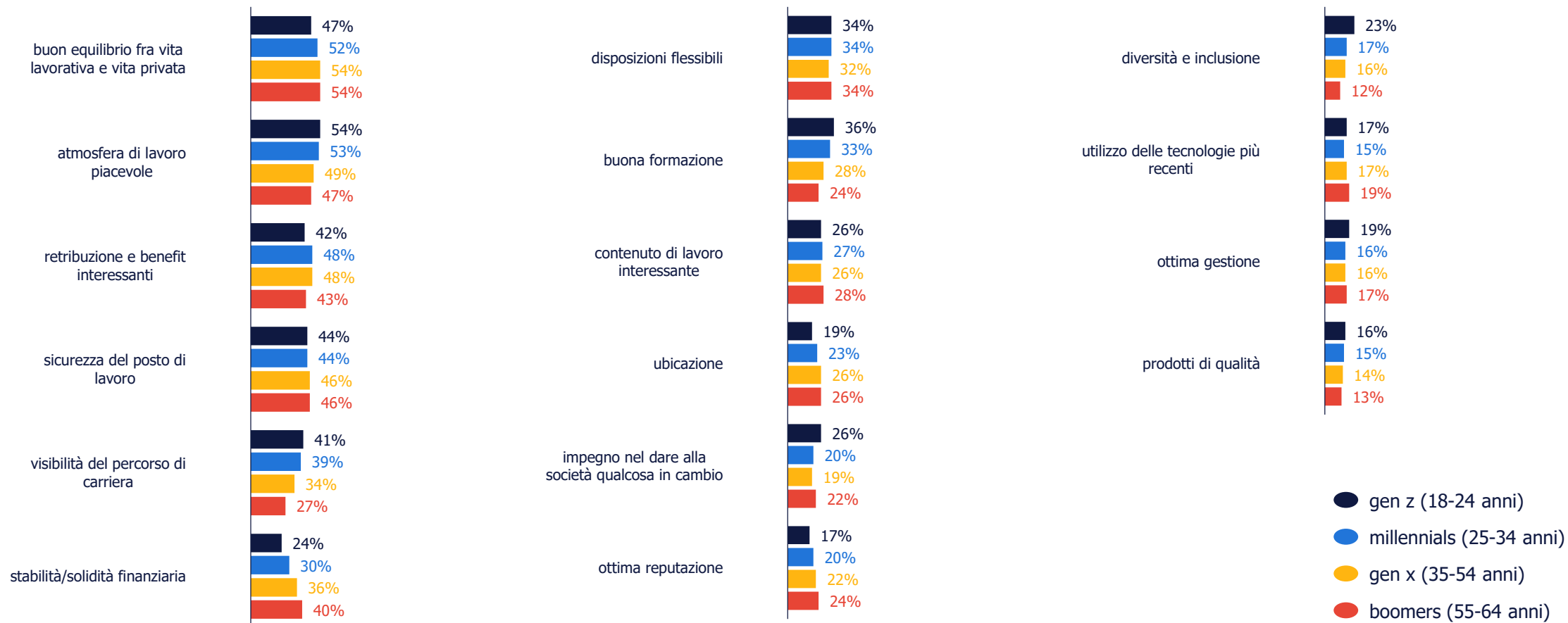
importanza dell'EVP driver in base al genere.



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



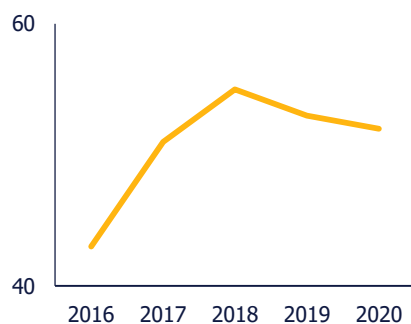
importanza dell'EVP driver in base all'età.



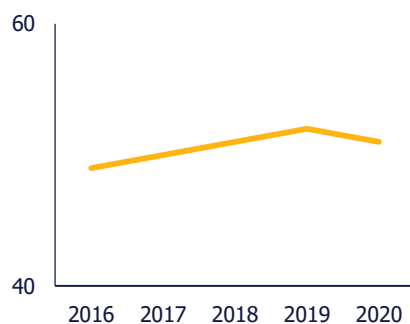
importanza dell'EVP driver trend, totale.

1/2

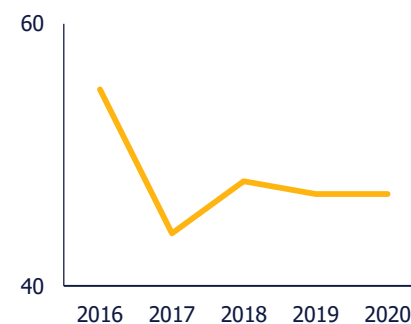
buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata



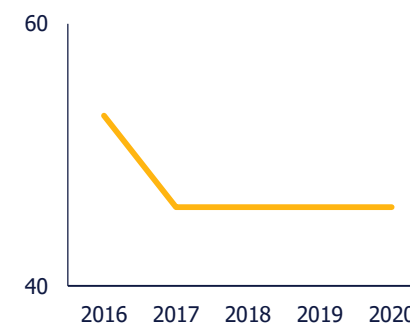
atmosfera di lavoro piacevole



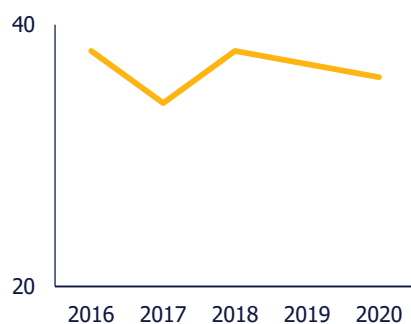
retribuzione e benefit interessanti



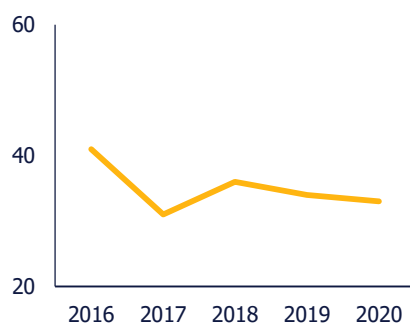
sicurezza del posto di lavoro



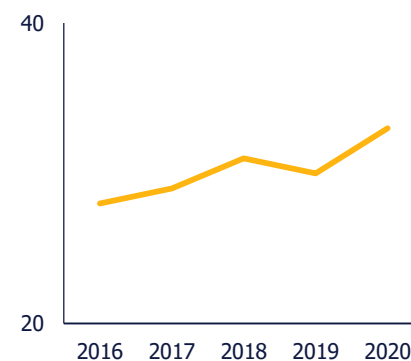
visibilità del percorso di carriera



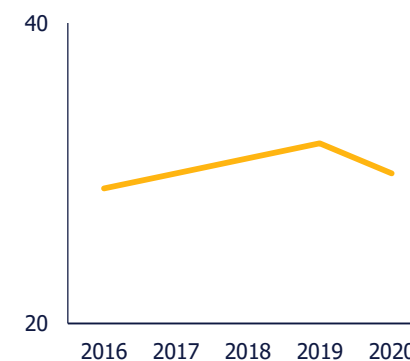
stabilità/solidità finanziaria



disposizioni flessibili



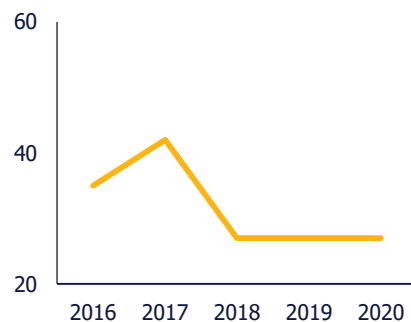
buona formazione



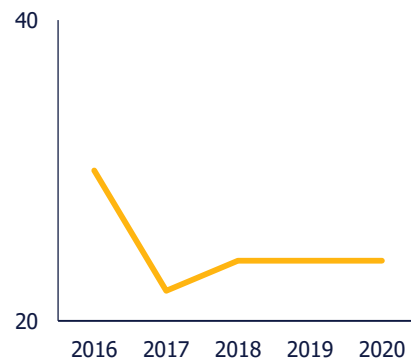
importanza dell'EVP driver trend, totale.

2/2

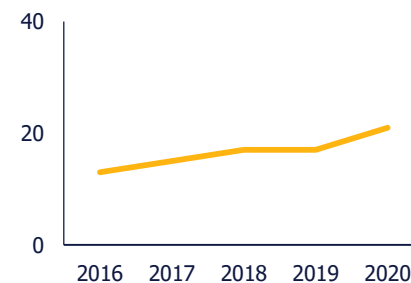
contenuto di lavoro
interessante*



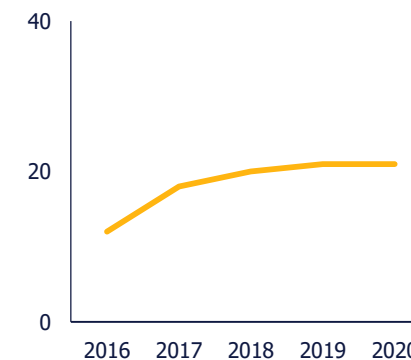
ubicazione



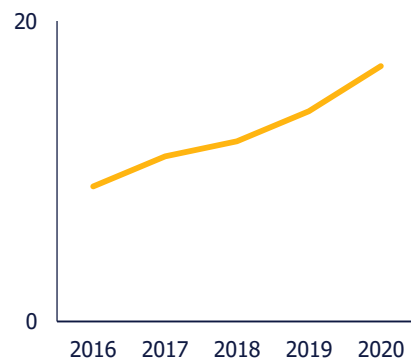
impegno nel dare alla
società qualcosa in
cambio



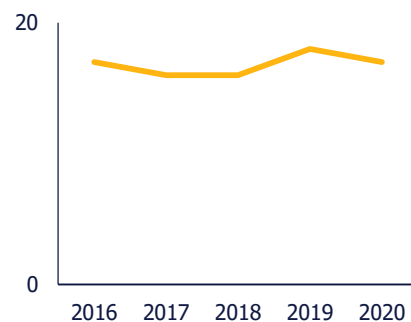
ottima reputazione**



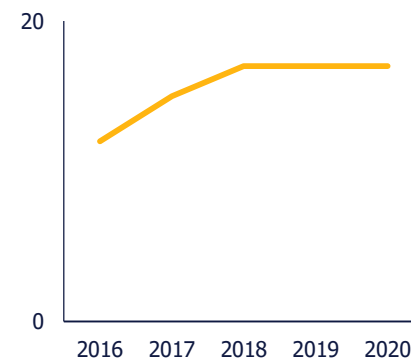
diversità e inclusione



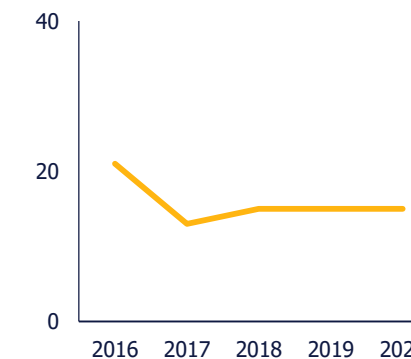
utilizzo delle tecnologie
più recenti



ottima gestione



prodotti di qualità



*2017: un lavoro stimolante e interessante
**precedente al 2017: immagine/valori forti

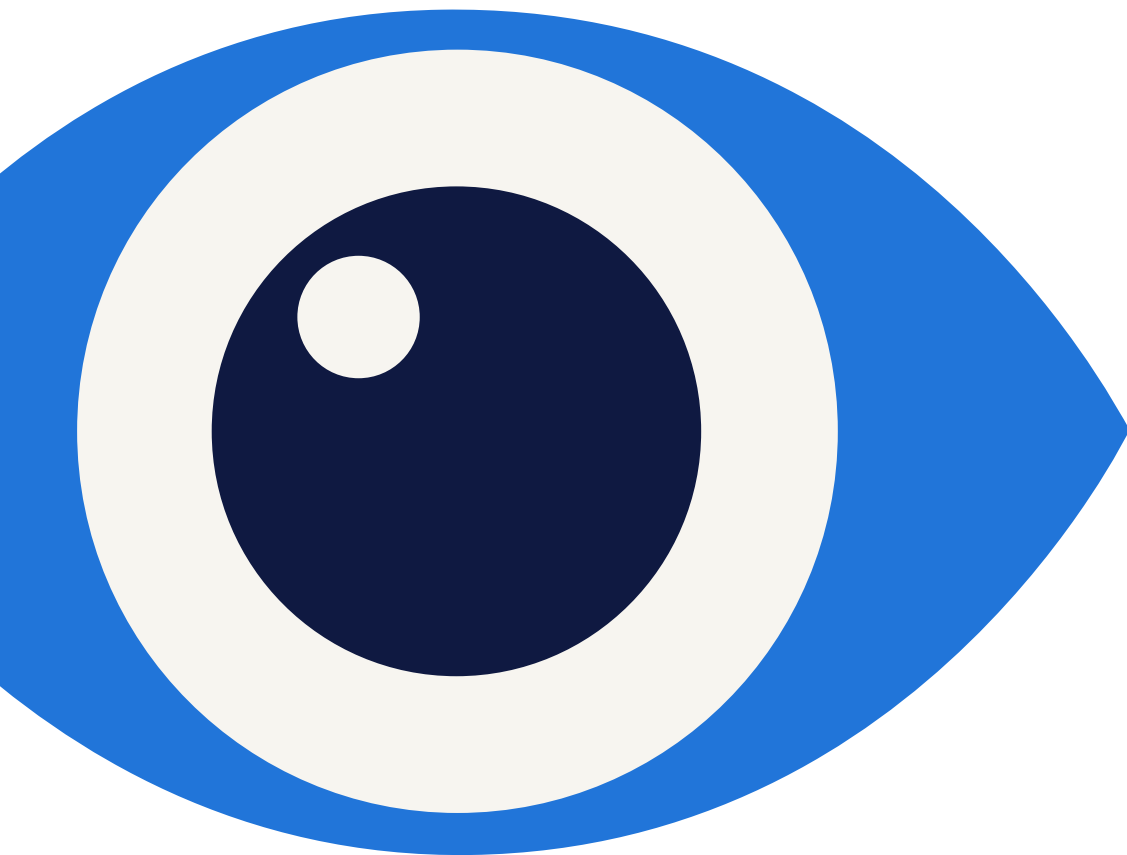


deep dive
datori di lavoro



2020 employer
brand research.

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



La comprensione della 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 stabilità/solidità finanziaria
- 2 ottima reputazione
- 3 utilizzo delle tecnologie più recenti
- 4 sicurezza del posto di lavoro
- 5 visibilità del percorso di carriera
- 6 retribuzione e benefit interessanti
- 7 contenuto di lavoro interessante
- 8 atmosfera di lavoro piacevole
- 9 buon equilibrio fra vita lavorativa e vita privata
- 10 impegno nel dare alla società qualcosa in cambio

in Europa si pensa che i datori di lavoro offrano:

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

settori con i risultati più elevati in Italia relativamente a questi 3 EVP drivers.

1/2

settore	3 principali EVP drivers		
	1	2	3
01 media	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione	contenuto di lavoro interessante
02 automobilistico	stabilità/solidità finanziaria	utilizzo delle tecnologie più recenti	ottima reputazione
03 servizi informatici/web	utilizzo delle tecnologie più recenti	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione
04 industria aeronautica	utilizzo delle tecnologie più recenti	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione
05 beni di largo consumo	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione	sicurezza del posto di lavoro
06 farmaceutico	stabilità/solidità finanziaria	utilizzo delle tecnologie più recenti	ottima reputazione
07 elettronico	utilizzo delle tecnologie più recenti	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione
08 servizi di consulenza	stabilità/solidità finanziaria	utilizzo delle tecnologie più recenti	ottima reputazione
09 manifatturiero (escl. metallurgico)	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione	utilizzo delle tecnologie più recenti
10 metallurgico	utilizzo delle tecnologie più recenti	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione

settori con i risultati più elevati in Italia relativamente a questi 3 EVP drivers.

2/2

settore	3 principali EVP drivers		
	1	2	3
11 accessori e componenti auto	stabilità/solidità finanziaria	utilizzo delle tecnologie più recenti	ottima reputazione
12 elettrodomestici	utilizzo delle tecnologie più recenti	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione
13 imballaggi	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione	utilizzo delle tecnologie più recenti
14 vendita al dettaglio (escl. alimenti)	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione	utilizzo delle tecnologie più recenti
15 bancario	stabilità/solidità finanziaria	visibilità del percorso di carriera	retribuzione e benefit interessanti
16 assicurativo	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione	sicurezza del posto di lavoro
17 vendita al dettaglio, alimenti	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione	sicurezza del posto di lavoro
18 telecomunicazioni	stabilità/solidità finanziaria	utilizzo delle tecnologie più recenti	ottima reputazione
19 servizi	stabilità/solidità finanziaria	utilizzo delle tecnologie più recenti	ottima reputazione
20 servizi di ristorazione	stabilità/solidità finanziaria	ottima reputazione	utilizzo delle tecnologie più recenti



randstad

human forward.

