Ferrero è la prima azienda in cui gli italiani vorrebbero lavorare

nutella-a4c41d5f

E' **Ferrero** la prima azienda in cui gli italiani sognano di lavorare, davanti ad **Apple e Maserati**. Sono queste, infatti, le aziende vincitrici della sesta edizione del **Randstad Award**, il riconoscimento assegnato a Milano nella prestigiosa sede di Palazzo Mezzanotte da Randstad, secondo player al mondo nei servizi per le risorse umane, alle aziende più attrattive come potenziale datore di lavoro sulla base della più grande indagine globale sull'employer branding.

Lo studio, commissionato da Randstad all'Istituto belga ICMA e condotto su oltre 200mila persone in 25 Paesi in modo indipendente (nessuna azienda si può iscrivere volontariamente per partecipare), ha **misurato il livello di attrattività percepita da parte dei possibili dipendenti**, ovvero quanto e per quali fattori le aziende sono capaci di attirare chi cerca lavoro o chi vuole cambiarlo. In Italia sono state intervistate tra settembre e dicembre 2015 oltre 7mila persone di età compresa tra 18 e 65 anni, un campione comprensivo di occupati, studenti e non occupati, a cui è stato chiesto “dove vorresti lavorare?” tra 150 aziende con oltre 1000 dipendenti con sede in Italia attive in 14 settori diversi.

La ricerca ha indagato anche la disponibilità alla flessibilità del posto di lavoro, riscontrando il **grande interesse degli italiani verso lo "smart working"**: se i dipendenti dichiarano di lavorare in media 42 ore a settimana per il tempo pieno e 31 ore per il part time, il 45% sarebbe disposto ad aumentare l'orario per uno stipendio più alto. Il 67% dei lavoratori però preferirebbe un orario di lavoro più flessibile e il 68%, se potesse, sceglierebbe di lavorare da casa almeno occasionalmente.

[caption id="attachment_99387" align="alignleft" width="300"]Marco Ceresa, a.d. di Randstad Italia Marco Ceresa, a.d. di Randstad Italia[/caption]

“Il successo di un’azienda dipende ormai in gran parte dalle persone, dai talenti che riesce ad attirare e a trattenere - commenta **Marco Ceresa, CEO di Randstad Italia** -. Dall’indagine emerge che l’84% degli intervistati lascerebbe l'impiego attuale per lavorare in un'azienda con una reputazione migliore,

per questo motivo è di fondamentale importanza per le aziende sviluppare una strategia di Employer Branding che differenzi e renda unica l'immagine trasmessa all'esterno e che mantenga coerenza e credibilità con i valori promossi all'interno. Si richiede, quindi, ai datori di lavoro una maggiore flessibilità e la capacità di plasmare le politiche interne di Employer Branding sui dipendenti e sui candidati. E il Randstad Award, giunto alla sesta edizione in Italia, indaga proprio questo aspetto: la flessibilità del posto di lavoro, un messaggio importante per le imprese e per i lavoratori di come la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro possano sostenere ulteriormente la cultura della performance".

I vincitori del Randstad Award - Dai risultati dell'indagine, Ferrero risulta l'azienda italiana più attrattiva come datore di lavoro da parte dei potenziali dipendenti, con il 76,5% delle preferenze (tra tutti coloro che conoscono il brand), una percentuale che vale il primo posto al Randstad Award 2016. La multinazionale nata ad Alba, in particolare, è la preferita in quattro dei dieci fattori oggetto di indagine, risultando al primo posto per **sicurezza del posto di lavoro, atmosfera di lavoro piacevole, buon equilibrio tra vita professionale e privata, responsabilità sociale d'impresa**.

Al secondo posto si posiziona Apple con il 75,4% di preferenze dei lavoratori italiani. L'azienda di Cupertino è la più attrattiva in particolare per buone condizioni economiche della società, formazione di qualità, opportunità di carriera, forte gruppo manageriale, contenuto di lavoro interessate, stipendio competitivo e benefit. Maserati è la terza azienda più ambita dai potenziali dipendenti italiani, scelta dal 72,3% di lavoratori: sebbene non si posizioni al primo posto in nessuno dei fattori, la casa automobilistica di Modena ottiene buoni risultati generali in tutti gli elementi di employer branding.

Analizzando l'area geografica, Ferrero primeggia nel nord e nel sud del Paese, Apple nel centro, Maserati nelle isole. Scomponendo il campione per genere, l'azienda della Nutella è il datore di lavoro più ambito dalle donne, mentre la casa del tridente dagli uomini. Ferrero primeggia anche tra i lavoratori di quasi tutte le età e livelli di istruzione.

"Riceviamo oggi un ulteriore prestigioso riconoscimento, accolto con orgoglio e accompagnato da un **sempre maggiore senso di responsabilità verso le 'Persone Ferrero'"**, fanno sapere dall'azienda piemontese; "Le persone al centro, questo è parte della nostra filosofia, una concezione del lavoro che mette in evidenza e valorizza anche gli aspetti sociali, non solo quelli economici e finanziari. Pochi giorni fa abbiamo raggiunto un nuovo importante traguardo: il Reputation Institute ha sancito che il Gruppo Ferrero è la società con la miglior reputazione al mondo tra le aziende del settore alimentare. Siamo inoltre la prima azienda italiana per reputazione nella classifica globale 2016. Questi importanti riconoscimenti, ricevuti a pochi giorni di distanza, hanno origine anche da un costante impegno in

iniziative di Responsabilità Sociale, sintetizzate nella strategia CSR di Gruppo. Quest'ultima è focalizzata su eccellenza, qualità e innovazione, sul supporto alle comunità locali anche attraverso l'opera della nostra Fondazione Ferrero e le nostre Imprese Sociali, ma anche su una comunicazione trasparente, sulla promozione di stili di vita attivi tra le giovani generazioni, così come sul forte impegno verso pratiche agricole sostenibili nel rispetto dell'ambiente. Ma soprattutto sulla cura per le persone che hanno fatto, e continuano a fare, la storia del nostro Gruppo, la storia di un successo globale, di una multinazionale italiana, i cui prodotti raggiungono ormai ogni angolo del mondo".

Cosa cercano gli italiani in un datore di lavoro - Il fattore più importante ricercato in un datore di lavoro tra i primi cinque segnalati dai potenziali dipendenti è rappresentato da retribuzione & benefit, indicato dal 55% degli intervistati, seguito dalla sicurezza del posto di lavoro (53%) e dall'atmosfera di lavoro piacevole (49%). Poi vengono un buon equilibrio tra vita professionale e privata (43%), buoni condizioni economiche dell'azienda (41%), crescita di opportunità di carriera (38%), contenuto di lavoro interessante (35%), un luogo di lavoro comodo da raggiungere (30%), formazione di qualità (29%) e lavoro flessibile (28%).

Tra i desiderata dei lavoratori sono evidenti le differenze di genere, con **le donne che ricercano maggiormente sicurezza del posto, atmosfera piacevole e equilibrio vita professionale-privata**, mentre **gli uomini sono più attenti alla solidità finanziaria, alle prospettive di carriera e alla formazione**. Ma anche differenze per età: i giovani sono più orientati alle opportunità di carriera, alla formazione di qualità e all'atmosfera di lavoro piacevole, mentre i più anziani guardano con attenzione alla stabilità finanziaria dell'azienda e alla sicurezza del posto di lavoro. Analizzando i livelli di istruzione, chi ha laurea o master appare più stimolato dal contenuto del lavoro e dalle prospettive di carriera, mentre chi ha un'istruzione inferiore ricerca maggiormente sicurezza del posto, buona atmosfera e accessibilità.

Rispetto a questi fattori, **le aziende italiane non performano adeguatamente**. Se, come detto, un potenziale talento ricerca soprattutto stipendio e, sicurezza del posto e atmosfera di lavoro, nella media le aziende mostrano i migliori risultati soprattutto in forte gruppo manageriale, condizione economica e contenuto di lavoro interessante, a conferma della necessità di investire nell'employer branding per capire i desideri dei lavoratori, rafforzare la propria immagine, presentare le caratteristiche distintive della propria organizzazione.

I settori in cui gli italiani vorrebbero lavorare sono soprattutto fashion & luxury (58,8%) media (58,4%) e elettronica (56,9%). Tra i diversi fattori, moda e lusso convince specialmente perché ritenuto il migliore per condizione economica delle aziende, gruppo manageriale, atmosfera di lavoro, stipendio, equilibrio vita professionale-privata. Per gli altri fattori, per la formazione di qualità e le opportunità di

carriera primeggia la consulenza, nella sicurezza del posto si pensa al farmaceutico, per contenuto di lavoro i media, per responsabilità sociale i beni di largo consumo. Se le donne sono decisamente più attratte da fashion & luxury, gli uomini preferiscono l'elettronica. I lavoratori con livello di istruzione oltre il master sono orientati verso i media.