

## COMUNICATO STAMPA

*Analisi del sentiment dei lavoratori nel settore delle costruzioni*

### **Il lavoro nel settore edile: un'indagine preliminare**

*Un mondo sempre più "smart" che ha di fronte a sé nuove sfide*

Milano 15 gennaio 2019 - **GeoJob Recruitment** ha diffuso i risultati della "**Prima indagine sul lavoro nel settore delle costruzioni**" che mette in luce le attese, le attitudini e i timori dei lavoratori in uno dei comparti più importanti dell'economia italiana.

La survey, condotta online dalla struttura di ricerca **Kickthecan**, mostra l'alto livello di coinvolgimento degli addetti del comparto edile rispetto al tema del lavoro e indica quali canali vengono utilizzati per trovare impiego. L'analisi ha intercettato gli utenti iscritti a sette gruppi professionali di Facebook evidenziando alcuni tratti significativi del profilo di questi lavoratori, come l'**interesse per le nuove tecnologie**, che sono utilizzate con molta intelligenza, e il desiderio urgente di **aggiornamento specialistico**, inteso come elemento essenziale per aumentare le proprie opportunità di lavoro.

#### **I risultati in sintesi**

Piuttosto abili nell'**impiego di cellulari e smartphone** e nell'utilizzo dei social network, i lavoratori dell'edilizia riescono a "fare rete" e a scambiarsi informazioni strategiche per la ricerca del lavoro, soprattutto tramite Facebook (28,2%). Il canale privilegiato per la ricerca di occupazione resta comunque il passaparola tra amici e parenti, utilizzato dal 40,7% del campione, seguito dai social media (22,7%) e, in misura sorprendentemente piccola, dai portali di offerte di lavoro come Monster, Infojobs e gli altri operatori online (11,4%).

Interessante è il dato relativo alle **agenzie per il lavoro generaliste** (Adecco, Gi Group, Umana, Randstad ecc.), che vengono scelte come canale per la ricerca di occupazione soltanto dal 9,6% del totale. In ogni caso il dato più rilevante è che ben il 76,1% del campione non ha mai fatto l'esperienza di un'agenzia per il lavoro. E del restante 23,9%, coloro che non si sono trovati "per niente bene" rappresentano quasi la metà, il 46,4%, contro un magro 7,1% che esprime la piena soddisfazione.

Altra nota di rilievo è che ben il 96% dei rispondenti ha svolto il questionario direttamente dallo smartphone, a testimonianza di quanto mobile e dinamico sia il popolo dei lavoratori edili. Un'indicazione molto utile rispetto alle iniziative di comunicazione rivolte a questo pubblico. "È praticamente impossibile costringere questi lavoratori a scrivere il curriculum seduti a un tavolino", commenta **Vittorio Massimo Borgo**, amministratore unico di geoJOB. "Occorre trovare altri metodi per intercettare i loro bisogni, senza sottovalutarne mai l'intelligenza e la prontezza.



Si tratta di un popolo con una socialità acceleratissima e che sa suggerire spontaneamente gli strumenti più utili per un corretto percorso di recruiting”.

### **Digitalizzazione e recruiting**

Sullo sfondo di quest’indagine c’è dunque il grande tema della digitalizzazione e dell’alfabetizzazione informatica, un fattore che avvicina la domanda e l’offerta più di quanto si possa ipotizzare, e sul quale i lavoratori sono spesso più attenti rispetto alle aziende.

La mission di un operatore come geoJOB si basa appunto sulla constatazione che l’impiego delle piattaforme digitali e dei social network si presta ottimamente alla ricerca di lavoratori ben profilati.

Si tratta di strumenti digitali senza i quali il recruitment rimarrebbe un processo ancora lungo e soprattutto costoso. Per le agenzie per il lavoro diventa quindi cruciale abbracciare la grande opportunità offerta dall’evoluzione di queste tecnologie.

“Questi risultati confermano che gli operatori coinvolti nell’intermediazione del lavoro si trovano oggi di fronte a una grandissima sfida”, dice **Vittorio Borgo**. “Siamo tutti chiamati a rivestire un ruolo innovativo nel recruitment, e l’impiego delle nuove tecnologie ci aiuterà sempre di più a far incontrare rapidamente ed efficacemente la domanda e l’offerta di lavoro”.

**La ricerca è consultabile nella sua interezza su <https://www.geojob.it/wp-content/uploads/2019/01/Depliant-Ricerca.pdf>**

#### **A proposito di geoJOB**

Agenzia per il Lavoro maturata all’interno dell’incubatore di impresa Speed MI Up dell’Università Bocconi, geoJOB è una start up che si avvale di un network diffuso di operatori specializzati nel settore delle costruzioni e presenti su tutti i territori d’Italia, sfruttando le grandi possibilità offerte dalla geolocalizzazione. [www.geojob.it](http://www.geojob.it)

#### **Chi è Kickthecan**

Kickthecan è una web agency milanese specializzata nella creazione di strategie di comunicazione e di branding basate su misurazioni online. Opera principalmente sull’analisi della domanda e dell’offerta attraverso la creazione di fonti primarie quali surveys, questionari, focus group e interviste. [www.kickthecan.it](http://www.kickthecan.it)

#### **Media Contact:**

Giulia Di Cio  
+39 349 6543987  
[g.dicio@geojob.it](mailto:g.dicio@geojob.it)