



geoJOB
RECRUITMENT

PRIMA INDAGINE SUL LAVORO EDILE

LA FLESSIBILITÀ AL TEMPO DEI SOCIAL NETWORKS

PRIMA INDAGINE SUL LAVORO NEL SETTORE DELLE COSTRUZIONI

Analisi del sentiment e delle aspettative dei lavoratori nel settore edile. Un comparto sempre più flessibile e “smart” che ha di fronte a sé nuove importanti sfide culturali.

Milano 15 gennaio 2019

I risultati della “**Prima indagine sul lavoro nel settore delle costruzioni**” condotta dall’agenzia **Kickthecan** per **geoJOB** ha fatto emergere importanti spunti di riflessione per le aziende che si affacciano al mondo del recruiting.

La ricerca mette in luce l’elevato 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.

Uso delle tecnologie e ricerca del lavoro

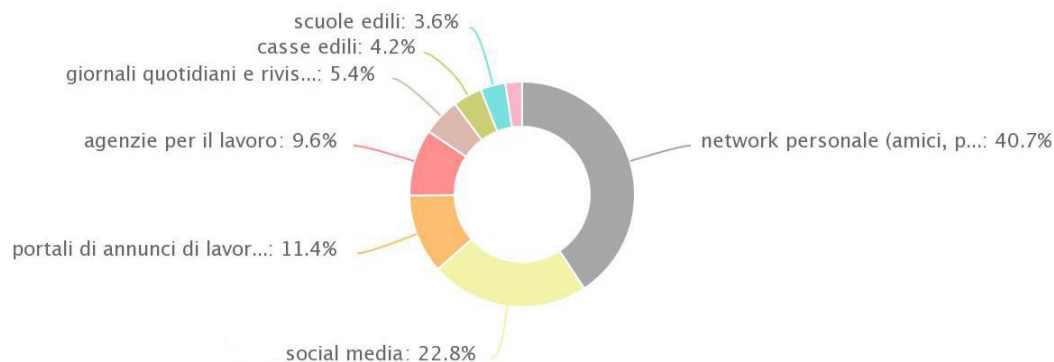
I risultati mostrano una certa prontezza nell’acquisizione di competenze digitali da parte di questi lavoratori, i quali si percepiscono come piuttosto **abili nell’impiego di cellulari e smartphone (41% del totale)**, nell’utilizzo dei **social network (31,6%)** e hanno buona

dimestichezza con computer e informatica (20,7%). La stragrande maggioranza degli interpellati (76%) non possiede un profilo LinkedIn, mentre su **Facebook** questi utenti si mostrano piuttosto abili a “fare rete”. E spesso riescono anche a **trovare occupazione** proprio grazie a questo social network (**28,2%**).

Per quanto riguarda la ricerca del lavoro, il canale privilegiato resta comunque il **passaparola**, utilizzato dal **40,7%** del campione.

Seguono a distanza poi i **social media (22,8%)** e, in misura sorprendentemente piccola, i portali di offerte di lavoro come Monster, Infojobs e gli altri operatori online (11,4%).

Qual è il canale principale che utilizzi per trovare nuove opportunità di lavoro?



Molto interessante è il dato relativo alle **agenzie per il lavoro generaliste** (Adecco, Randstad ecc.), che vengono scelte come canale per la ricerca di occupazione **soltanto dal 9,6%** del totale. Mentre è ancora più limitato il ricorso ai giornali cartacei per gli annunci di lavoro (5,4%), quello alle Casse Edili (4,2%), alle scuole edili (3,6%) e ai giornali online (2,4%). Inaspettatamente gli utenti che hanno provato le agenzie per il lavoro sono solo il 34% del totale. E, di questi, 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. In ogni caso il dato più rilevante è che ben il 76,1% del campione non ha mai fatto l’esperienza delle agenzie per il lavoro.

Altra nota interessante è che ben il **96%** dei rispondenti ha svolto il **questionario direttamente dallo smartphone**, a testimonianza di quanto proattivo e perennemente in movimento sia il “popolo” dei lavoratori edili. Un’indicazione molto utile rispetto alle iniziative di comunicazione e di marketing rivolte a questo particolare target.

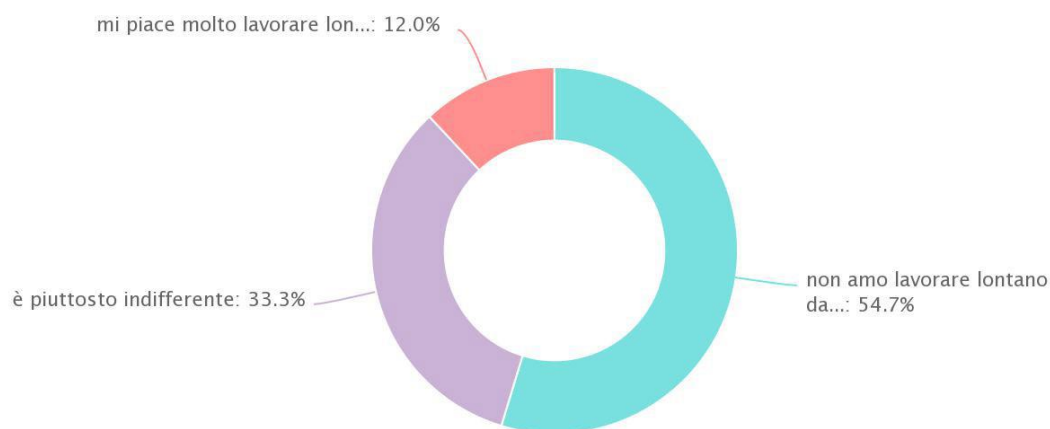
La socialità e la famiglia

Per la maggior parte dei lavoratori interpellati dal questionario (73,5%) è molto importante l’appoggio dei famigliari (moglie e figli) nell’esercizio della propria attività lavorativa. L’aver una famiglia **non sembra però essere un grosso freno nella ricerca di lavoro lontano da casa** (il **29,1%**), mentre rappresenta un vincolo soltanto per il 12,8% del totale. Il calore della famiglia rimane comunque

un valore irrinunciabile un po’ per tutti, dal momento che la si preferisce (64,1%) a qualsiasi altra compagnia. È invece il **bar** (**24,8%**) il momento di incontro preferito per socializzare con i colleghi fuori dal lavoro, seguito dallo shopping in giro per la città (6%) e dal ristorante (3,4%).

La **vicinanza con gli altri operai** sul luogo di lavoro è in ogni caso giudicata come fonte di soddisfazione dall’**81,2%** del campione (“mi piace tantissimo” 29,9% + “mi soddisfa abbastanza” 51,3%), a dimostrazione della natura eminentemente collaborativa e grupपालe del lavoro in edilizia. Mentre coloro che non sono così entusiasti del lavoro grupपालe e in squadra rappresentano il 10,2% (“non mi piace per niente” 3,4% + “mi piace poco” 6,8%).

Ti piace viaggiare per lavoro o preferisci lavorare sul tuo territorio?



La soddisfazione lavorativa

Viaggiare per lavoro non piace proprio a tutti. Gli utenti interpellati dal questionario **non amano essere occupati lontano da casa** per il **54,7%**, mentre quelli che si sentono interessati al lavoro fuori sede rappresentano soltanto il 12%.

Un dato, questo, molto interessante nell'ottica delle grandi aziende che decidono di optare per la ricerca di personale in loco, cioè proprio laddove sorgono i cantieri, evitando costose spese di trasferta e il mantenimento dei propri organici lontano da casa.

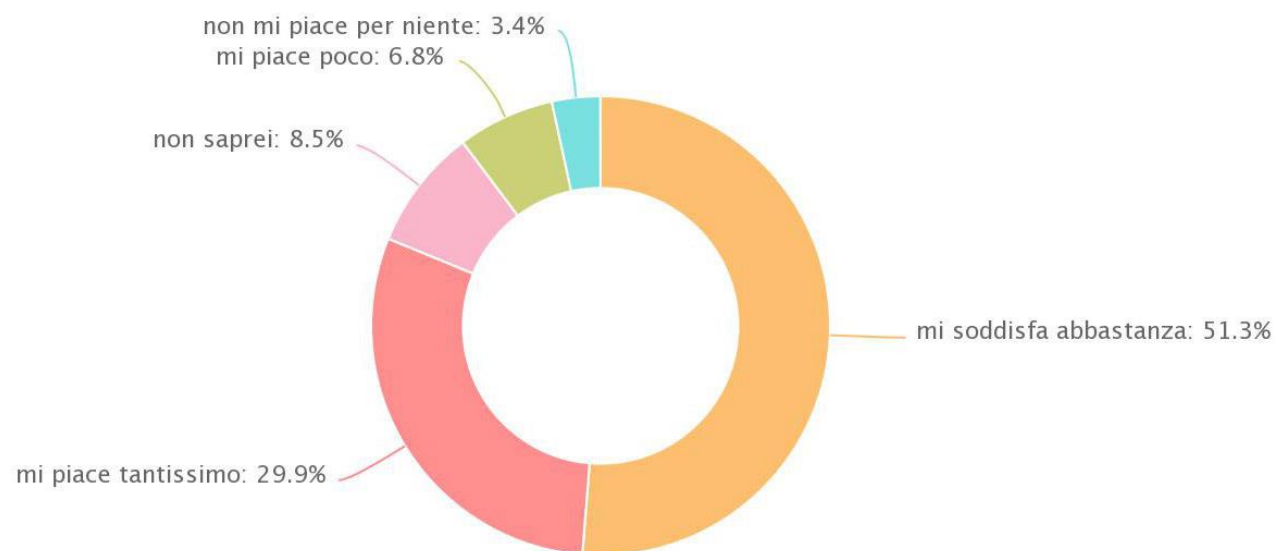
Un altro aspetto interessante che emerge dall'indagine è la soddisfazione per il lavoro: ben l'**80,3%** del campione pensa che il

mestiere edile sia molto più **gratificante** rispetto a un ipotetico lavoro in fabbrica o in magazzino.

Le motivazioni principali a questa risposta consistono nel **"vedere l'opera finita e generata dalle proprie mani"** (26%), che rappresenta la prima scelta a parimerito con **"stare all'aperto, a contatto con gli elementi della natura"** (25,9%).

Seguono poi altre motivazioni meno importanti come "fare operazioni sempre diverse, mai ripetitive" (21,3%), "stare insieme ai colleghi, e collaborare con loro" (16,6%), e infine "si può guadagnare di più" (10,2%).

Fare il muratore o il carpentiere significa stare in mezzo ad altri colleghi per molte ore durante la giornata. Come giudichi questa vicinanza con gli altri, la trovi stimolante?



Il bisogno formativo

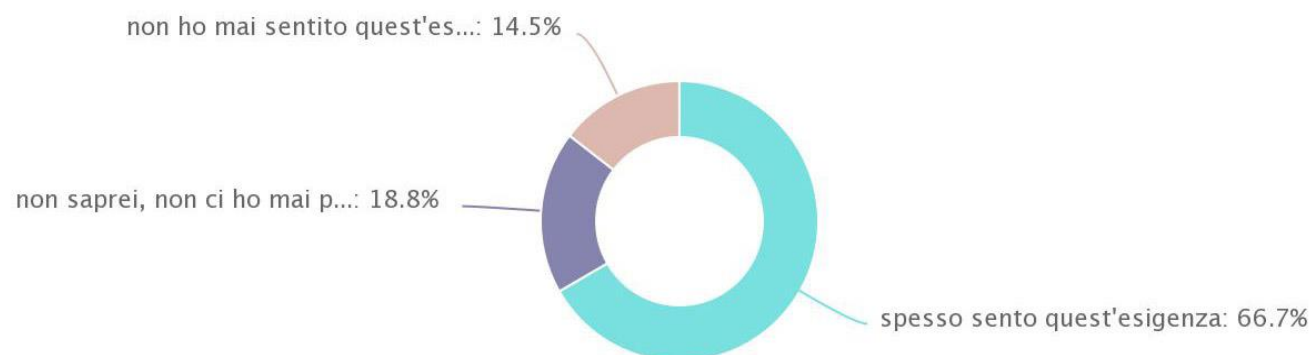
Nel giudicare i fattori che agevolano il reperimento del lavoro non esiste grande differenza tra l'essere operai specialisti o generalisti. Il 48,7% del campione pensa sia più facile trovare occupazione come lavoratore specializzato contro il 51,3% di coloro che invece pensano sia più facile essere assunti come operai generici.

Cionondimeno i lavoratori ammettono di venire **ingaggiati frequentemente per mansioni** di un certo tipo per poi essere impiegati in operazioni differenti da quanto inizialmente pattuito. Ciò accade **“a volte”** per il **41%** del campione e **“spesso”** per il **35%**, a testimonianza di una costante richiesta di lavoro polivalente e flessibile su tutti i luoghi di lavoro, cantieri grandi o piccoli che siano. Interpellati poi sulla necessità di aggiornarsi rispetto alle pratiche di lavoro, ben il **66,7%** dei partecipanti afferma di sentire spesso l'**esigenza di una riqualificazione**, contro un esile 14,5% che risponde negando questo bisogno, e un 18,8% che non sa proprio che cosa rispondere. È questo un cluster di risposte piuttosto interessante per i recruiter poiché viene messo in evidenza il doppio binario sul quale viaggia oggi il difficile mestiere di lavoratore edile: da un lato viene premiato un profilo flessibile e polivalente, dall'altro è invece richiesta una **specializzazione maggiore**, ma sempre **multiruolo**. Vale a dire che viene spesso cercata la buona capacità di

svolgere mansioni “verticali” e qualificate per le quali occorrerebbe altrimenti trovare un operaio specializzato.

Il quale, evidentemente, costerebbe di più e saprebbe svolgere soltanto quella o poche altre attività. Dalla prospettiva del lavoratore, è ovvio che specializzarsi in maniera verticale ma in più mansioni significa anche aumentare sensibilmente le proprie opportunità di ingaggio.

Senti mai la necessità di aggiornarti su alcune pratiche che riguardano il tuo lavoro e le sue mansioni?



Considerazioni conclusive

Scopo della ricerca era cogliere le esigenze più stringenti dei lavoratori edili all'interno di cinque ambiti individuati come strategici per un'agenzia per il lavoro: la ricerca occupazionale, l'impiego delle nuove tecnologie, la motivazione al lavoro, il bisogno formativo e la socialità in senso esteso. L'indagine aveva l'obiettivo indiretto di verificare il **ruolo dei social media** nella ricerca di occupazione, monitorando quindi l'uso di un insieme di strumenti che si possono rivelare molto utili nel recruiting di personale qualificato da parte di tutte le aziende del settore. 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. Soprattutto quelle che non comprendono ancora l'opportunità di **abbattere i costi gestionali** e le **barriere della distanza fisica** semplificando la ricerca di personale.

Note metodologiche

La survey è stata condotta su un campione di 117 lavoratori, intercettati online tra gli utenti iscritti a 7 gruppi professionali di Facebook relativi alla stessa industry. Gruppi chiusi e omogenei, quindi, che hanno permesso fin da subito di raggiungere un pubblico mirato e qualificato, quello dei professionisti che lavorano nel mondo dell'edilizia. Il sondaggio aveva una natura prevalentemente esplorativa. Si tratta infatti di una pre-ricerca che non può avvalersi di una dotazione statistica di tipo accademico, ma che ha permesso di definire alcuni spunti importanti per una ricerca futura più approfondita e correlata. I gruppi di Facebook coinvolti sono tutti afferenti al comparto delle costruzioni (muratori, carpentieri, posatori, intonachisti, gessisti, gruisti, escavatoristi, piastrellisti ecc.), e dotati di un numero di iscritti che varia, per ogni gruppo, tra i 900 e i 14mila membri. Un ottimo bacino di raccolta che ha permesso di contattare in soli otto giorni (da domenica 11 a domenica 18 novembre) ben 514 visitatori spontanei tra i lavoratori edili, coinvolgendo 117 partecipanti rispondenti, con una redemption del 23%. La componente maggiore del campione è rappresentata da lavoratori con età compresa tra i 36 e i 45 anni (32,5%), seguiti dalla fascia 26-35 anni (25,6%), 46-55 anni (24,8%) e 56-65 anni (10,3%). Gli appartenenti alla fascia d'età 20-25 anni rappresentano soltanto il 5,1% del campione.

A proposito di geoJOB

Agenzia per il Lavoro maturata all'interno dell'incubatore di impresa Speed MI Up dell'Università Bocconi, **geoJOB Recruitment** 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

Chi è Kickthecan

Kickthecan è una web agency milanese specializzata nella creazione di strategie di comunicazione e branding basate su misurazioni online e ascolto attento dell'utenza. Opera principalmente sull'analisi della domanda e dell'offerta attraverso la creazione autonoma di fonti primarie, quali surveys, questionari, focus group e interviste.

www.kickthecan.it

Media Contact:
Giulia Di Cio
+39 349 6543987
g.dicio@geojob.it

Geojob Recruitment Srl – Sede Legale: Corso Italia, 22 - 20122 Milano – Sede Operativa Via Imperia, 25 20142 Milano (MI).
Tel +39 02 84800210 – Fax 02 89545300 – info@geojob.it – C.F. e P.I. : IT 10399030963 - C.C.I.A.A. Milano n° 2528638
Capitale Sociale euro 27.500,00 i.v.. Iscritta nell'apposita sezione speciale in qualità di START-UP INNOVATIVA. Autorizzazione Provvisoria Albo Informatico per la ricerca e selezione del personale R.0121 del 18-10-2018.