

Indagine di Kelly Services in 12 Paesi

# Lavoro, gli europei lo cercano su internet gli italiani invece in agenzia

Gli europei utilizzano soprattutto internet per ricercare lavoro (68%). Seguono le Agenzie per il Lavoro (54%), l'approccio diretto con i potenziali datori di lavoro (43%), gli annunci sui giornali (40%), i contatti professionali (28%) e le indicazioni di familiari e amici (24%). È quanto emerge da un sondaggio condotto da Kelly Services, multinazionale americana leader mondiale nei servizi per le risorse umane, su un campione di 19 mila europei in rappresentanza di 12 Paesi, tra cui 1.900 italiani.

Esaminando i dati provenienti da ciascun paese europeo, si delinea uno scenario in cui internet appare uno strumento profondamente radicato e indispensabile nella ricerca di lavoro, con l'eccezione dell'Italia, in cui si preferisce ricorrere alle Agenzie per il Lavoro. A fare da capofila sono alcuni paesi del nord Europa quali Danimarca, dove il 93% degli intervistati utilizza internet, Belgio (90%) e Olanda (89%). Anche paesi più affini all'Italia nello stile di vita, come Spagna e Francia, registrano un'alta diffusione dell'utilizzo di internet per cercare lavoro, con percentuali del 72% e del 70%.

In Italia, invece, pur avendo registrato un incremento negli ultimi anni, non si spinge oltre il 47%. Le Agenzie per il La-

voro costituiscono infatti il mezzo preferito dai lavoratori italiani (48%). Seguono l'approccio diretto con i potenziali datori di lavoro (40%), i contatti professionali (35%), gli annunci sui giornali (31%), ed infine le indicazioni di familiari e amici (23%).

L'incremento del ruolo di internet come strumento per la ricerca di lavoro ha coinvolto tutti i lavoratori italiani ma soprattutto la fascia dei lavoratori con età compresa tra i 25 ed i 44 anni. Infatti il 51% dei lavoratori compresi in questo gruppo utilizza internet nella ricerca di un'attività professionale. Il gruppo di lavoratori con un'età superiore ai 45 anni mostra invece una propensione ad un uso più selettivo dei mezzi per cercare lavoro, prestando un'attenzione particolare ai contatti professionali (34%).

Relativamente alle distinzioni tra uomini e donne nella ricerca di lavoro, dal sondaggio è emerso che in Italia gli uomini preferiscono affidarsi ad Internet (51%), alle Agenzie per il Lavoro (44%) oppure all'approccio diretto con i possibili datori di lavoro (44%); le donne al contrario si rivolgono preferibilmente alle Agenzie per il Lavoro (50%) e in secondo luogo alle offerte disponibili su internet (46%), mentre l'approccio diretto con i potenziali datori di lavoro si ferma al 38%.

