

Milano, novembre 2023

LAVORO: 55% ITALIANI VUOLE SETTIMANA CORTA ANCHE GUADAGNANDO MENO

Per la maggior parte degli italiani la retribuzione è importante, ma anche la soddisfazione personale e la possibilità di conciliare vita privata e lavorativa. Le richieste dei candidati non sono spesso allineate con le aziende che sentono la mancanza di competenze di base e disponibilità. IT, marketing e comunicazione i lavori più ambiti.

La fotografia del mercato del lavoro, realizzata da ASSIRM per Confindustria Intellect, verrà presentata a Milano il 21 novembre al 10° Market Research Forum

La possibilità di conciliare al meglio vita privata e lavorativa non ha prezzo: il 55% degli italiani è disposto a guadagnare meno pur di avere un giorno libero in più, e la percentuale sale addirittura al 62% nella fascia di età tra i 25 e i 34 anni. La cosiddetta "settimana corta", realtà ormai sdoganata in diversi Paesi e oggetto di proposta di legge anche in Italia, è insomma in cima ai desideri dei lavoratori di oggi. A mettere in luce questo dato è la ricerca "La nuova relazione con il mondo del lavoro" realizzata da ASSIRM (l'associazione che riunisce le maggiori aziende italiane che svolgono ricerche di mercato, sondaggi di opinione e ricerca sociale) per Confindustria Intellect e che verrà presentata il prossimo 21 novembre a Milano in occasione del 10° Market Research Forum.

Dallo studio emerge un contesto in profonda evoluzione negli ultimi anni, con un'accelerazione importante durante e dopo la pandemia: il 63% delle persone afferma infatti di avere nuove attese e aspettative nei confronti del lavoro, percentuale che sale al 70% nella fascia 25-34 e addirittura al 77% fra i neo-lavoratori (18-24).

*"Nel mondo del lavoro – afferma **Matteo Lucchi, presidente di ASSIRM** - confluiscono oggi, più che in passato, approcci differenti per attitudine e per senso ricercato. Questo rappresenta di per sé una complessità da gestire, ma anche un elemento di arricchimento, variabilità e quindi un'intrinseca risorsa, un elemento per differenziare e potenziare i contesti aziendali e istituzionali a fronte di acquisite nuove consapevolezze".*

Ma cosa cercano oggi le persone? Anzitutto una buona retribuzione (61%), elemento prioritario nelle fasce centrali 24-35 anni e 35-44 anni, ma anche un trattamento equo nei confronti dei dipendenti (58%) e un contesto di lavoro piacevole e stimolante (58%). La flessibilità e lo smartworking vengono dati quasi per assodati dai più giovani, mentre i più maturi li vivono come un benefit che diventa però fondamentale per gli occupati nel terziario. Questi elementi si ritrovano, quasi specularmente, nei motivi che rendono le persone più o meno soddisfatte della loro attuale occupazione: tra le motivazioni "incentivanti" sono a pari merito l'equilibrio con la vita privata e il crescita personale (55%), mentre tra i motivi di insoddisfazione spiccano la retribuzione non sempre all'altezza (38%) e lo stress (26%).

I lavori più desiderati. Il settore più ambito dagli italiani è l'IT/servizi digitali (38%), seguito dal marketing (34%) e dalla comunicazione (30%). Il podio resta invariato, ma le percentuali cambiano notevolmente a seconda delle fasce di età, con i giovanissimi più orientati al marketing e i più maturi interessati maggiormente a IT e digitale. In termini di posizioni lavorative desiderate vincono le vendite (29%), seguite dal Project manager (27%), dalla gestione risorse umane (26%), dal programmatore (25%) e infine dal responsabile marketing (24%).

Le richieste delle aziende. Le aspettative e le ambizioni dei lavoratori devono però per forza di cose fare i conti con le esigenze delle aziende, che non sempre riescono a soddisfarle. La forbice tra domanda e offerta di lavoro sembra infatti allargarsi soprattutto in termini di competenze di base e esperienza specifica nel campo, ma anche disponibilità a lavorare oltre gli orari, dare reperibilità e gestire livelli crescenti di stress.

L'Assirm Market Research Forum è realizzato con il supporto di **ADV Express ALES Market Research, Bilendi & Respondi, Blogmeter (Gruppo Shibumi), CFI Group, Cint, Circana, Corbascio Ricerche, Demetra, BVA-Doxa, Dynata, Eumetra, FFind, Fieldgood, G&G Associated, New Line, GfK, IZI, Nielsen Media, Purespectrum, Sita Ricerca, Statista, SWG, Teleperformace e Toluna.**

ASSIRM

ASSIRM è l'Associazione di categoria che ha tra i suoi obiettivi primari valorizzare il ruolo e la funzione delle ricerche di marketing e delle ricerche sociali, capaci di **tradurre gli insight** del presente e del futuro attraverso **Business Intelligence, Big Data, Data Analysis** e **servizi di Consulenza**. Sin dalla sua nascita nel 1991, contribuisce alla diffusione della cultura della ricerca, consentendo ad un numero sempre maggiore di Istituzioni, Imprese e Associazioni di disporre di informazioni accurate e affidabili, stimolando l'innovazione, creando i presupposti di scelte efficaci, generando valore nel sistema economico e sociale. Gli Associati sono società private e indipendenti. Nella sua attività istituzionale, Assirm collabora con Università e con diverse Associazioni di ricercatori e di studiosi -quali ad esempio Esomar- e ASA – Associazione per la Statistica Applicata. È socio promotore di Fondazione Pubblicità Progresso ed è parte di Confindustria Intellect.

www.assirm.it

UFFICIO STAMPA ASSIRM

Lead Communication

Anita Lissona – anita.lissona@leadcom.it – 335 498993

Federica Levi – federica.levi@leadcom.it – 338 1220693

Lorenzo Mazzoni – lorenzo.mazzoni@leadcom.it – 349 8450008