



Adecco Swiss Job Market Index

Domande e risposte

Come si è giunti alla collaborazione tra il servizio di monitoraggio del mercato del lavoro svizzero presso l'Istituto di sociologia dell'Università di Zurigo e Gruppo Adecco Svizzera, su cui si basa lo sviluppo e la pubblicazione dell'Adecco Swiss Job Market Index (ASJMI)?

Gruppo Adecco Svizzera, forte della sua esperienza nel mercato del lavoro, è lieta di aver trovato nel servizio di monitoraggio del mercato del lavoro svizzero dell'Istituto di sociologia dell'Università di Zurigo il partner ideale per uno scambio di conoscenze accademiche e pratiche. Desideriamo far confluire la nostra esperienza più che cinquantennale nel settore delle risorse umane e le apprezzate ricerche del servizio di monitoraggio. Dal lancio dell'ASJMI nel 2008, questo strumento di osservazione del mercato del lavoro si è ampiamente affermato tra il pubblico

Perché c'è bisogno dell'Adecco Swiss Job Market Index?

In Svizzera non esisteva nessuna unità di misura chiara che consentisse di registrare lo sviluppo delle offerte e delle domande di lavoro. Era una spiacevole lacuna che siamo riusciti a colmare con il nostro indice. L'ASJMI rappresenta fedelmente e in modo completo il fabbisogno di personale nelle aziende, rilevando i posti di lavoro disponibili nelle aziende di tutte le dimensioni, di tutti i

settori economici e in tutte le regioni, indipendentemente dal canale utilizzato per la presentazione delle offerte. L'ASJMI fornisce un quadro rappresentativo basato su criteri scientifici di tutti i posti di lavoro vacanti in Svizzera. In questo modo è possibile disporre di dati significativi sullo sviluppo della domanda e dell'offerta di lavoro, che sono due importanti entità economiche di interesse anche per il più ampio pubblico.

Quali benefici pratici presenta l'Adecco Swiss Job Market Index?

C'è un grande interesse verso qualsiasi informazione avvalorata sull'andamento del mercato del lavoro: questi dati sono importanti sia come opportunità occupazionali dei singoli lavoratori, sia ai fini della pianificazione del personale delle singole aziende. L'Adecco Swiss Job Market Index fornisce in questo senso un contributo per una migliore trasparenza del mercato del lavoro. Anche la politica ha bisogno di dati affidabili sull'andamento del mercato del lavoro. I dati registrati forniscono inoltre una base per un'indagine scientifica del mercato dei posti di lavoro.



Come si comporta l'ASJMI in relazione alla disoccupazione e alla situazione occupazionale?

In linea generale le due grandezze sono speculari, sebbene la disoccupazione a parità di offerta di lavoro negli ultimi decenni sia diminuita. Ciò può essere dovuto anche al fatto che per molti lavori vengono richiesti standard costantemente in crescita. L'offerta di lavoro reagisce inoltre di solito prima a una crisi congiunturale, ovvero prima che aumenti la disoccupazione. L'andamento dell'offerta di lavoro consente anche di capire in che direzione andrà la situazione occupazionale nel prossimo futuro.

Com'è possibile che i siti web aziendali siano diventati il più importante canale di presentazione delle offerte?

Uno dei motivi sono l'assenza di spese di inserzione e in generale i costi limitati di questo tipo di pubblicazione delle offerte. La pubblicazione di offerte di lavoro sui propri siti web è inoltre positiva per l'immagine di un'azienda. Mediante le pagine web le aziende si rivolgono direttamente alla rete di clienti, partner, fornitori e precedenti collaboratori, che schiude un

potenziale di collaboratori esperti del settore e qualificati oltre la media. A ciò si aggiunge il fatto che le aziende possono pubblicare e rimuovere le offerte quando vogliono e senza alcuna perdita di tempo.

Vengono pubblicati ancora tanti annunci di lavoro sui giornali?

Von Il Servizio di monitoraggio rileva sulla base di inchieste regolari e rappresentative svolte presso le imprese i principali canali di

pubblicazione dei posti vacanti. Negli ultimi anni si è così riscontrato, tra l'altro, che i siti web delle imprese e i portali di lavoro hanno fortemente penalizzato il ruolo dei giornali. Il sottoindice della stampa, che all'inizio dei rilevamenti del primo trimestre 2008 era di 15,3 punti, è da allora continuamente sceso e dal secondo trimestre 2017 è sistematicamente inferiore a 3 punti. Le nostre inchieste indicano che la percentuale di annunci pubblicati sulla stampa è fortemente scesa dal 2008, passando dal 25% a meno del 10% dal 2016. Inoltre, da alcuni anni gli annunci non vengono più pubblicati esclusivamente sui giornali, bensì compaiono quasi sempre contemporaneamente sui siti delle imprese o sui portali di lavoro. La probabilità che gli annunci editi unicamente sulla stampa siano superiori al 2% di tutti gli annunci di lavoro era nel 2017 e nel 2018 inferiore al 5%. L'importanza della stampa, pur tenendo conto delle incertezze statistiche, è calata quindi a tal punto da situarsi, secondo le nostre inchieste, al di sotto della soglia critica per poter essere inserita nei rilevamenti del secondo trimestre 2018. Di conseguenza il numero degli annunci di lavoro pubblicati sulla stampa non viene più preso in considerazione a partire dal secondo trimestre 2018 nel calcolo dell'ASJMI.

Cos'è un canale di inserzioni?

È una piattaforma su cui vengono pubblicate le offerte di lavoro: per esempio la stampa, i portali lavoro online e i siti web aziendali.

8. Su quanti mezzi di comunicazione si contano gli annunci di lavoro?

L'ASJMI si basa su un conteggio dei posti di lavoro pubblicizzati in circa 90 testate



giornalistiche (quotidiani e annunci), 12 portali di lavoro online e quasi 1500 siti web aziendali.

Quali offerte di lavoro vengono considerate?

Vengono considerate tutte le offerte pubblicate sui media selezionati relative a posti di lavoro retribuiti, qualora si riferiscano a un posto vacante concreto. Ciò indipendentemente dal tipo e dal grado di occupazione. Rientrano quindi anche i posti di lavoro a tempo parziale o supplementare, nonché i rapporti di lavoro a tempo determinato.

Quanti posti di lavoro vengono assegnati «sottobanco» e non vengono mai pubblicati?

La percentuale di posti di lavoro che non viene assegnata mediante pubblicazione, in base ai risultati del servizio di monitoraggio del mercato del lavoro, è sorprendentemente bassa. Comprendendo Internet e la stampa, circa l'80 per cento dei posti di lavoro viene assegnato mediante offerta pubblica. L'ASJMI rileva quindi la stragrande maggioranza dei posti vacanti. Se si fa riferimento alla misurazione del fabbisogno di personale delle aziende, è un vantaggio che siano rilevati esclusivamente i posti di lavoro offerti pubblicamente. Un'offerta pubblica è una chiara prova che l'azienda vuole o deve fare un certo sforzo per poter occupare un determinato posto di lavoro in modo adeguato.

L'ASJMI rileva anche il reclutamento del personale che avviene attraverso le reti online come Facebook, Xing e LinkedIn?

Online- Le reti online hanno acquisito negli ultimi anni in parte una notevole importanza. Le relative reti vengono pertanto considerate nella prova a campione dei portali lavoro online.

Come viene calcolato l'ASJMI?

L'elemento centrale del calcolo dell'indice è l'estrapolazione trimestrale delle inserzioni per posti di lavoro pubblicate su stampa e Internet. Sostanzialmente, da questi dati vengono estratte le pubblicazioni multiple e alla fine vengono fatte le somme. Informazioni dettagliate sulla base metodologica dell'ASJMI sono riportate sul sito dell'SMM. (www.stellenmarktmonitor.uzh.ch/indices).

In che modo si considera il fatto che molte offerte di lavoro vengono pubblicate più volte?

Weil Poiché la percentuale di posti di lavoro offerti in più di un mezzo di comunicazione non è costante nel corso degli anni, un indice del mercato del lavoro che si affida esclusivamente al numero dei posti messi a concorso trasmetterebbe un'immagine distorta dell'andamento del mercato del lavoro. Di conseguenza le offerte di lavoro ripetute su più media devono essere opportunamente prese in considerazione nel calcolo dell'indice. Va fatta una distinzione tra le offerte multiple in diversi canali e le offerte multiple nell'ambito dello stesso canale.



La sovrapposizione tra i canali viene considerata mediante un fattore di correzione all'interno del calcolo dell'indice. Questo fattore si basa sui regolari sondaggi aziendali condotti dall'SMM. In questo caso, la percentuale di posti che viene offerta contemporaneamente in due o tre canali viene assegnata a ciascun canale per la metà o per un terzo. L'indice viene inoltre ripulito dalle offerte multiple in diversi media all'interno dello stesso canale. Gli annunci che compaiono più volte nei portali lavoro vengono filtrati nell'ambito dei conteggi delle inserzioni su Internet mediante un'apposita procedura. Nella stampa, la percentuale delle inserzioni attivate più volte viene valutata e quindi corretta sulla base di rilevazioni a campione. Nell'ambito del canale più importante, ovvero i siti web aziendali, gli annunci multipli non rivestono pressoché alcuna importanza, poiché un'azienda non pubblica mai più volte le offerte di posti di lavoro sul proprio sito.

Per quale motivo l'ASJMI non presenta dati assoluti?

La base dei dati dell'Adecco Swiss Job Market Index è ottimizzata per rilevare in modo possibilmente preciso le variazioni delle offerte di posti di lavoro. Queste variazioni vengono rappresentate al meglio sotto forma di indici. Inoltre, i conteggi trimestrali delle inserzioni sono effettuati in una determinata settimana di riferimento; pertanto il livello assoluto su cui fanno riferimento; vale solo per queste settimane

Come vengono illustrate queste variazioni e come vanno interpretati i dati?

L'indice complessivo è rappresentato insieme agli indici parziali (indici specifici del canale) come grafico lineare. L'indice complessivo corrisponde alla somma dei tre

indici parziali per siti web aziendali, portali lavoro online e stampa. Gli indici parziali relativi ai singoli canali raffigurano l'andamento dell'offerta di posti di lavoro specifici del canale senza le offerte pubblicate più volte (cfr. sopra sulla correzione delle offerte plurime). A causa della correzione, ciò non è coperto dal numero delle inserzioni pubblicate per ciascun canale.

Come si distribuiscono quantitativamente i posti di lavoro nei diversi gruppi professionali e nelle macroregioni?

Gli indici illustrano i cambiamenti della distribuzione quantitativa dei posti di lavoro nella segmentazione degli indici dettagliati, ma non forniscono informazioni sui rapporti percentuali. I dati attuali relativi alla distribuzione quantitativa proporzionale nei gruppi professionali e nelle macroregioni si trovano sul sito dell'SMM.

Come vengono classificate le grandi regioni per gli indici regionali?

Le categorie utilizzate per gli indici regionali corrispondono alla suddivisione dell'Ufficio federale di statistica in sette grandi regioni. L'unico scostamento (per motivi tecnici) è l'assegnazione del Canton Ticino alla regione Lémanique. Per riflettere questo cambiamento nella denominazione delle grandi regioni, la Région Lémanique è stata rinominata Svizzera sudoccidentale.



Espace Mittelland: Friburgo, Neuchâtel, Giura, Berna, Soletta.

Svizzera nordoccidentale: Basilea Città, Basilea Campagna, Argovia

Svizzera orientale: Turgovia, San Gallo, Appenzello Interno, Appenzello Esterno, Grigioni, Glarona, Sciaffusa

Svizzera sud-occidentale: Ginevra, Vaud, Vallese, Ticino

Svizzera centrale: Zugo, Svitto, Uri, Nidvaldo, Obvaldo, Lucerna

Zurigo: Zurigo

Come vengono differenziati i gruppi professionali per gli indici occupazionali??

I posti di lavoro pubblicizzati sono assegnati ai campi occupazionali in base ai livelli e alle categorie della nomenclatura professionale svizzera CH-ISCO-19. Per differenziare i campi occupazionali, le occupazioni CH-ISCO-19 sono state riclassificate e riassunte in singoli punti sulla base dei titoli delle mansioni e delle funzioni e delle corrispondenti descrizioni delle mansioni negli annunci. Per gli indici occupazionali, le occupazioni sono riassunte in 14 gruppi occupazionali:

Dirigenti

Professioni universitarie nelle scienze naturali

Professioni universitarie nel campo della salute

Professioni universitarie nel campo delle tecnologie dell'informazione

Professioni dell'istruzione superiore nel settore sociale

Professioni commerciali

Specialisti tecnici

Specialisti del commercio, dell'amministrazione e del commercio

Professionisti d'ufficio

Professionisti della ristorazione e delle vendite

Specialisti in servizi alla persona

Specialisti in costruzioni e finiture

Operatori qualificati e industria

Assemblaggio qualificato e manodopera non qualificata

Poiché gli indici occupazionali intendono riflettere lo sviluppo delle opportunità del mercato del lavoro per le persone in cerca di occupazione nei singoli settori professionali, non sono inclusi gli apprendistati e i tirocini, che sono rivolti a persone che non hanno ancora completato la formazione professionale. Il criterio principale per la categorizzazione in un gruppo occupazionale è il campo di attività più importante in cui si trova il rispettivo lavoro. In alcuni campi occupazionali, l'attività è definita in modo più specifico per il settore (ad esempio, specialisti di costruzione e finitura, specialisti della ristorazione e delle vendite), mentre in altri gruppi occupazionali l'attività è in gran parte non specifica per il settore (ad esempio, attività amministrative o gestione del personale e programmazione nei gruppi "specialisti d'ufficio" e "dirigenti").



Se si è interessati alle tendenze occupazionali nei singoli settori, i campi occupazionali specifici del settore possono fornire un'indicazione di massima. Informazioni più dettagliate sull'assegnazione delle singole professioni ai gruppi professionali ASJMI sono disponibili sul sito web del SMM. (www.stellenmarktmonitor.uzh.ch/indices).

Quali gruppi professionali sono differenziati negli indici occupazionali regionali?

L'ASJMI non viene compilato solo per la Svizzera nel suo complesso, ma anche per le singole grandi regioni. Per poter osservare gli sviluppi regionali, in ogni grande regione si distingue tra 7 gruppi occupazionali:

Dirigenti
Professioni universitarie in ambito STEM e sanitario
Professioni commerciali e sociali
Specialisti tecnici
Professionisti dell'ufficio e dell'amministrazione
Professionisti dei servizi e delle vendite
Artigiani e operai specializzati

La categorizzazione delle singole professioni in questi 7 gruppi occupazionali è disponibile sul sito web del SMM.