



**Great
Place
To
Work®**

Report **Smartworking** 2024

Una ricerca Great Place To Work sul rapporto tra smart-working, soddisfazione lavorativa e produttività aziendale.

Il mercato del lavoro multigenerazionale: valori, aspettative e sfide delle quattro generazioni

Lo smart working, in forme come il telelavoro o il lavoro flessibile, esisteva già in Italia prima della pandemia, ma era raro e limitato a specifiche categorie. La pandemia di Covid-19 ha accelerato drasticamente l'adozione di queste modalità, spesso senza dare alle organizzazioni il tempo di sviluppare buone pratiche.

Non tutte le aziende hanno potuto implementare lo smart working, creando divergenze negli approcci che sono ancora evidenti. **A quattro anni dall'emergenza, le aziende affrontano lo smart working in modi diversi, da soluzioni permanenti a un ritorno completo in ufficio, generando una varietà di accordi e compromessi.**

Great Place to Work ha condotto un'analisi basata sui dati raccolti nel 2023 per supportare la creazione di politiche che integrino la flessibilità con le culture aziendali specifiche, puntando a migliorare la soddisfazione e a creare eccellenti luoghi di lavoro. Il principio centrale di questa analisi rimane l'ascolto dei dipendenti, basando le decisioni su dati concreti.

Una delle principali critiche allo smart working è che possa compromettere la coesione e l'efficienza operativa, limitando il contatto diretto e le interazioni spontanee. Alcune aziende credono che il lavoro in presenza rafforzi il legame dei collaboratori con l'azienda e aumenti il senso di realizzazione.

Questo documento sottolinea che **la scelta di adottare o meno lo smart working riflette una visione specifica del "lavorare" e deve essere una decisione consapevole riguardo agli impatti sull'esperienza lavorativa.**

Come dimostra la nostra ricerca, lo smartworking non è (più) fenomeno d'élite, ma è una modalità di lavoro che interessa settori diversi, con modalità specifiche.

La decisione di adottare o meno il lavoro ibrido deve essere consapevole degli effetti sull'esperienza lavorativa.

«Nel 2023 i lavoratori da remoto nel nostro paese si assestano a 3,585 milioni, in leggera crescita rispetto ai 3,570 milioni del 2022, ma ben il 541% in più rispetto al pre-Covid. Nel 2024 si stima saranno 3,65 milioni gli smart worker in Italia.»

La pandemia ha accelerato l'adozione dello smart working, spesso senza una adeguata riflessione e preparazione.

Great Place to Work basa le sue raccomandazioni sull'ascolto dei dipendenti e su dati concreti, evitando decisioni arbitrarie.

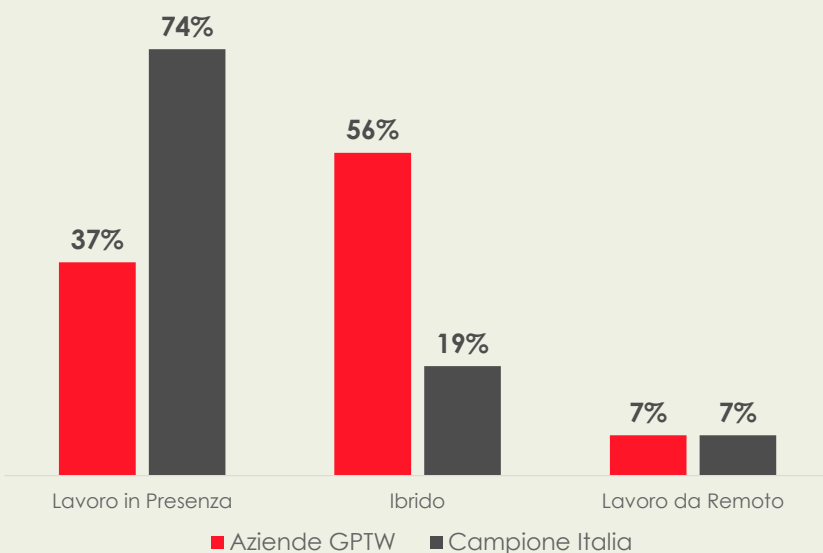
Un'indagine lunga un anno: profilo e perimetro della ricerca

Il dataset analizzato comprende un totale di **20.791 risposte raccolte da collaboratori di 33 aziende, appartenenti a 10 settori diversi**. Questo insieme di dati offre una panoramica dettagliata e rappresentativa delle esperienze e delle percezioni dei lavoratori all'interno di un ampio spettro di contesti aziendali.

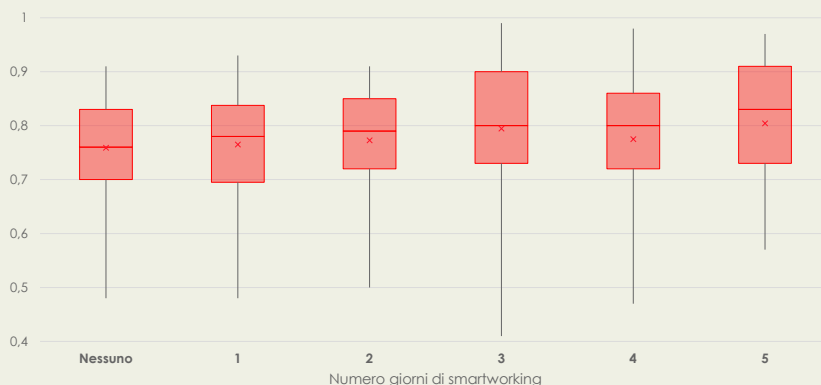
Le aziende coinvolte in questo studio sono aziende che nel corso del 2023 hanno effettuato la Survey Great Place to Work e pur variando per dimensione, settore e struttura organizzativa, permettendo così un'analisi comparativa e approfondita delle pratiche di gestione delle risorse umane e dell'ambiente lavorativo, non rappresentano di fatto un campione statistico. Tuttavia, la robustezza del campione qui utilizzato, costituito da un numero significativo di risposte, garantisce l'affidabilità e la validità delle conclusioni che possono essere tratte dall'analisi.

20.791 risposte raccolte 33 organizzazioni coinvolte 10 settori diversi

SETTORI RAPPRESENTATI	
Information Technology	25%
Financial Services & Insurance	19%
Manufacturing & Production	19%
Biotechnology & Pharmaceuticals	9%
Professional Services	9%
Retail	6%
Media	3%
Hospitality	3%
Education & Training	3%
Telecommunications	3%
Other	0%



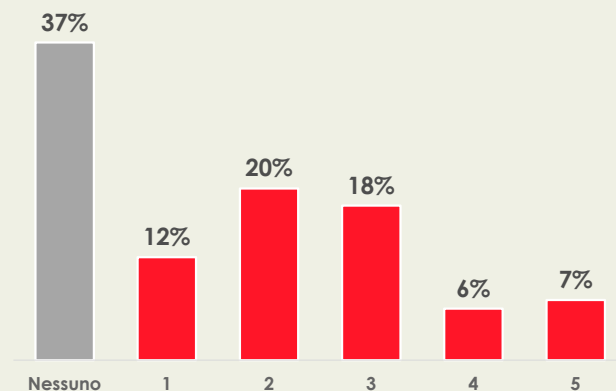
I numeri del Campione Italia sono stati ottenuti da un'indagine europea (Europe Workforce Survey, 2024).



In questo grafico (aggiustato in base alla possibile dispersione dei dati, rappresentata dai rettangoli rossi) vediamo una tendenza che ritroveremo, con pochissime eccezioni, **in tutte le dimensioni analizzate dal nostro report: l'esperienza di lavoro tende a migliorare, senza differenze troppo significative, all'aumentare dei giorni di smart working settimanali**, con un curioso calo per le organizzazioni che ne prevedono 4 su 5.

Quanti giorni alla settimana?

Il grafico a destra mostra che la maggioranza dei partecipanti all'indagine ha dichiarato di non beneficiare dello smart working. Seguentemente, le categorie più rappresentate sono chi lavora 2 o 3 giorni da remoto, seguite da chi lavora 1, 4 o 5 giorni.

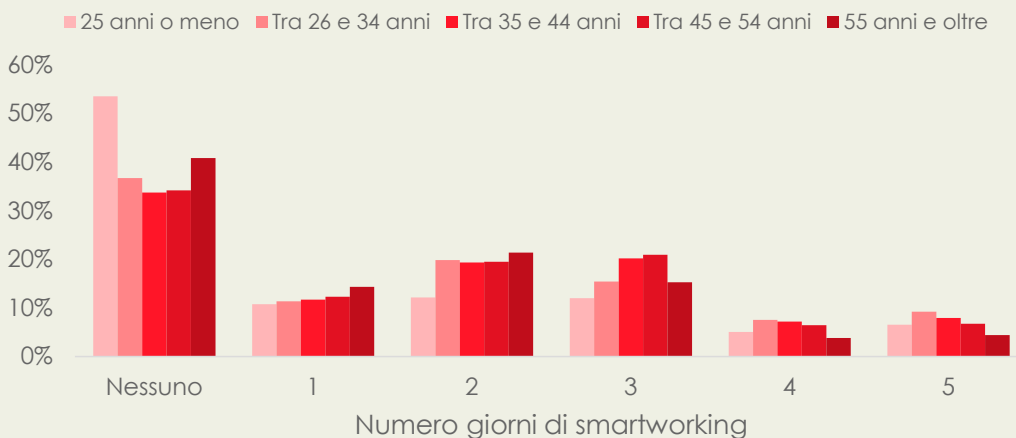


Generazioni a confronto

Le generazioni attualmente nel mondo del lavoro, dai Baby Boomers alla Gen Z, hanno diverse aspettative riguardo al benessere lavorativo e allo smart working. Mentre Millennials e Gen Z sono più a loro agio con la tecnologia, anche i Baby Boomers hanno migliorato le loro competenze grazie al lavoro a distanza.

Tuttavia, la Generazione X e i Baby Boomers preferiscono la collaborazione in presenza, percependo isolamento e ridotta efficacia nel lavoro completamente da remoto. Al contrario, i più giovani gestiscono meglio la collaborazione a distanza ma soffrono la mancanza di socializzazione in ufficio, un aspetto importante per i programmi di inserimento della Gen Z.

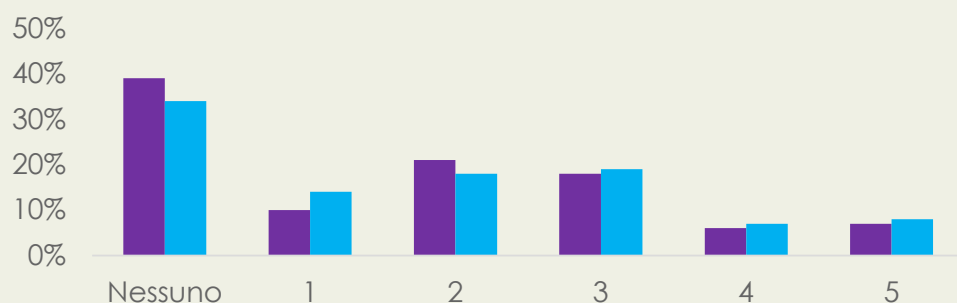
La resistenza al cambiamento verso il lavoro ibrido può essere maggiore tra Baby Boomers, Gen X e Millennials, rendendo **fondamentale l'implementazione di una cultura aziendale solida che supporti lo smart working.**



Smartworking e differenze di genere

Uomini e donne adottano lo smart working in modo simile, senza significative differenze di genere. Circa il 50% del campione non lavora da remoto, ma la percentuale cresce tra i collaboratori che lavorano 2 o 3 giorni in smart working, con un calo significativo per 4 o 5 giorni.

Il modello più comune è lavorare 2 o 3 giorni da remoto e il resto in ufficio.



Differenze per livello organizzativo e per tipo di contratto

I manager di primo livello seguono una dinamica simile ai collaboratori, ma i manager di medio livello tendono a lavorare di più in presenza, con una minore frequenza di smart working. Nei C-level, lo smart working diminuisce notevolmente con il livello di responsabilità.

Questo suggerisce che la visibilità in ufficio potrebbe giocare un ruolo negli avanzamenti di carriera. Infine, le persone con contratti part-time utilizzano meno lo smart working rispetto a chi ha un contratto full-time.



Le dimensioni dello smart working e la survey GPTW

Politiche organizzative

Sono soprattutto le politiche organizzative a doversi adattare allo Smart Working.

Dirigenti, leader e responsabili devono passare ad una gestione basata sulla fiducia e sulla delega, concentrandosi sul coaching e sul supporto ai propri team, garantendo un clima favorevole alla collaborazione.

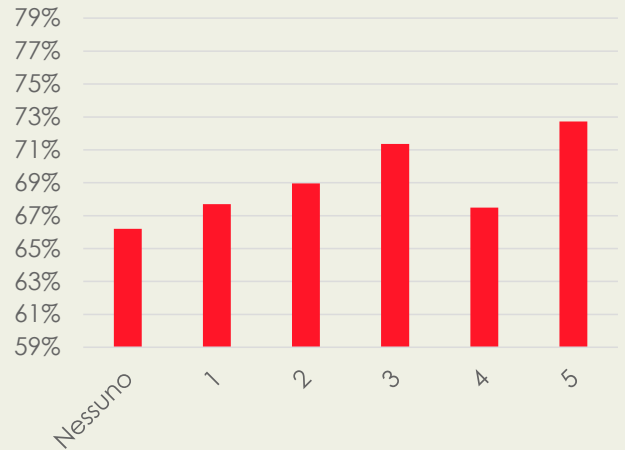
Devono quindi essere in grado di motivare e guidare i dipendenti a distanza, mantenendo alta la produttività e il coinvolgimento.

Le persone maggiormente positive, anche in questo caso, sono le persone in full remote, ovvero che lavorano in smart working 5 giorni a settimana. In seconda battuta, anche chi lavora in smart 3 giorni a settimana riporta percezioni molto elevate.

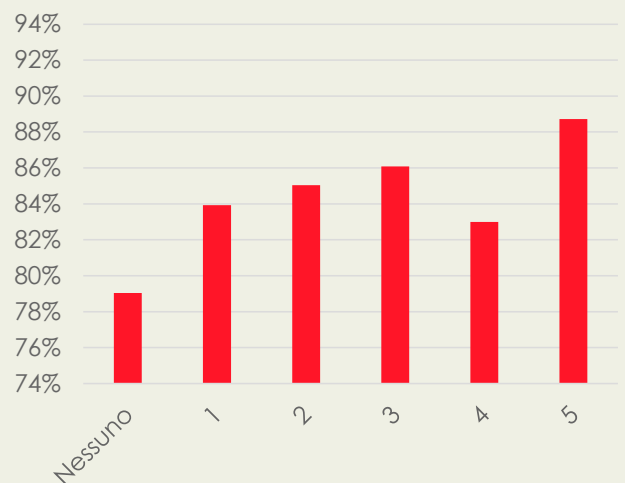
Osserviamo in questo caso come in quelli precedenti, un drop nelle percezioni di chi lavora in smart working 4 giorni a settimana, quasi a significare che nel passaggio tra lavoro ibrido e "quasi full remote" i bisogni e le percezioni delle persone rispetto al proprio lavoro cambino radicalmente, fino ad essere completamente soddisfatti nel full remote.



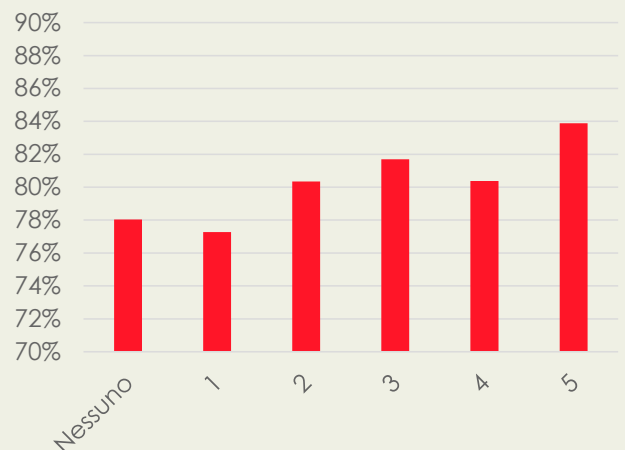
Coordinamento efficace e assegnazione compiti.



Fiducia e capacità di delega.



Affidabilità delle persone nello svolgimento delle loro mansioni.



Tecnologie

L'uso delle tecnologie e degli spazi di lavoro rappresenta un'incidenza non poco sull'esperienza lavorativa.

Piattaforme collaborative e infrastrutture IT sicure permettono di lavorare ovunque, mentre gli uffici ripensati in tre aree: postazioni di lavoro individuale, sale per riunioni a distanza e spazi condivisi ad accesso pianificato.

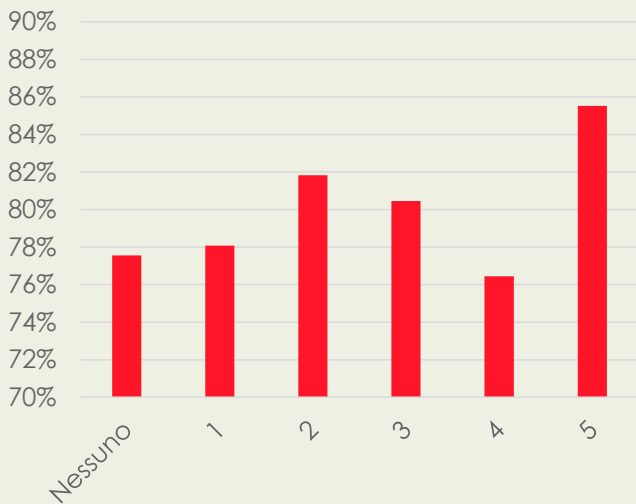
Per molti lavoratori la pandemia ha rappresentato una

«prima volta» del loro utilizzo, rendendo la formazione e l'adattamento fondamentali.

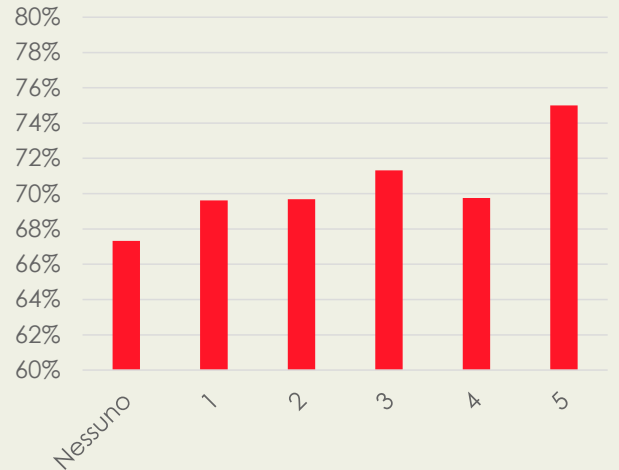
Anche in questo caso la soddisfazione è proporzionale ai giorni di SW.

Chi lavora 4 giorni a settimana, invece, è più negativo riguardo alla disponibilità di strumenti, trovandosi in una «zona grigia» tra lavoro ibrido e full remote.

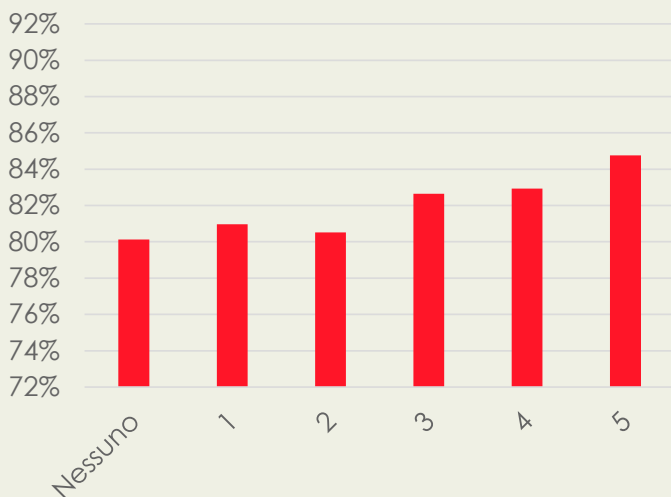
Strumenti e risorse



Opportunità di sviluppo e formazione



Adeguatezza delle sedi di lavoro in presenza.



Stili di leadership

Una leadership efficace nello smart working deve promuovere dialogo, comunicazione strategica e chiarezza nelle aspettative per garantire autonomia e produttività.

La survey GPTW mostra che chi lavora 4 giorni in smart working percepisce più negativamente la leadership rispetto ad altri gruppi, suggerendo che la transizione da ibrido a full remote comporta sfide comunicative e di gestione.

Questo "limbo" tra ibrido e full remote impatta negativamente la leadership, poiché i responsabili, spesso meno abituati allo smart working, faticano ad adattarsi. **Lo smart working richiede una leadership flessibile e capace di gestire team distribuiti, mantenendo coesione e chiarezza.**

L'osservatorio POLIMI riporta che solo il 22% di 800 lavoratori white collar riteneva di avere un capo smart.

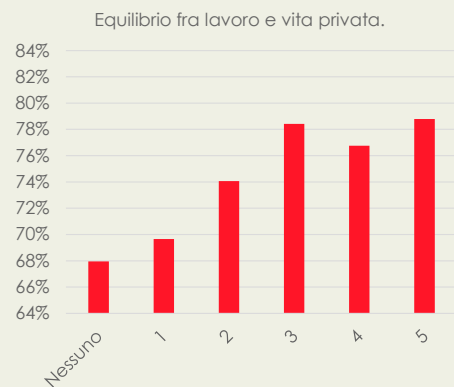
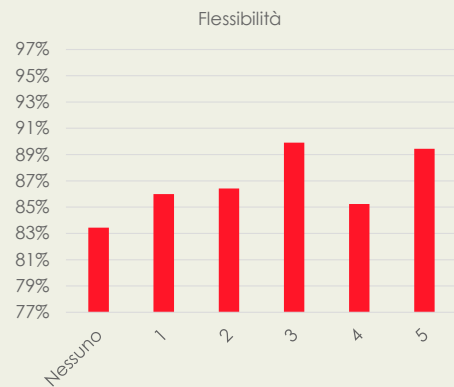
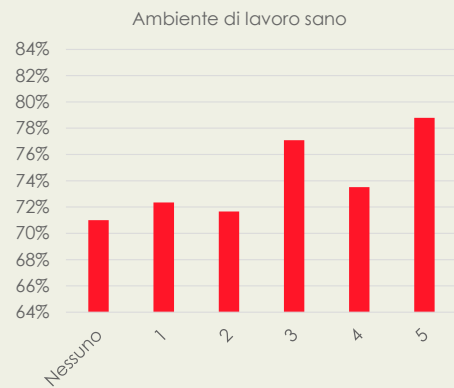
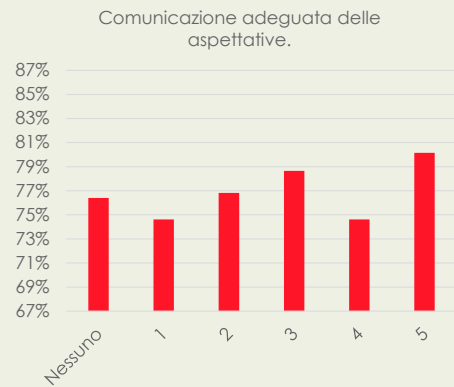
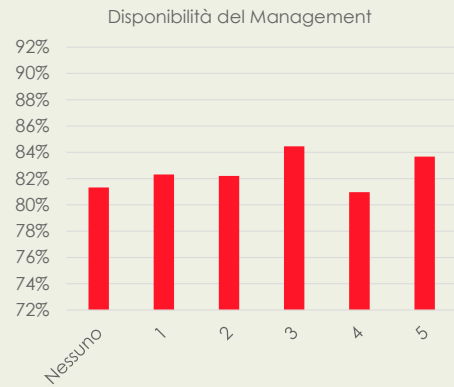
LA QUINTA DIMENSIONE: Comunicazione e cultura aziendale

Le analisi di GPTW evidenziano una quinta dimensione cruciale: la comunicazione e la cultura aziendale.

Per lo Smart Working e il lavoro ibrido, è essenziale mantenere una comunicazione efficace e una cultura coesa.

Questo richiede strategie che coinvolgano tutti i collaboratori, indipendentemente dalla loro posizione, e la creazione di metodi condivisi per lavorare insieme. Inoltre, la possibilità di assentarsi e prendersi del tempo quando necessario favorisce la sicurezza psicologica.

I dati mostrano che chi lavora 4 giorni in smart working percepisce meno la possibilità di assentarsi rispetto a chi lavora 1 o 5 giorni. Anche il bilanciamento tra lavoro e vita privata è percepito meno positivamente, ma le differenze sono minori.



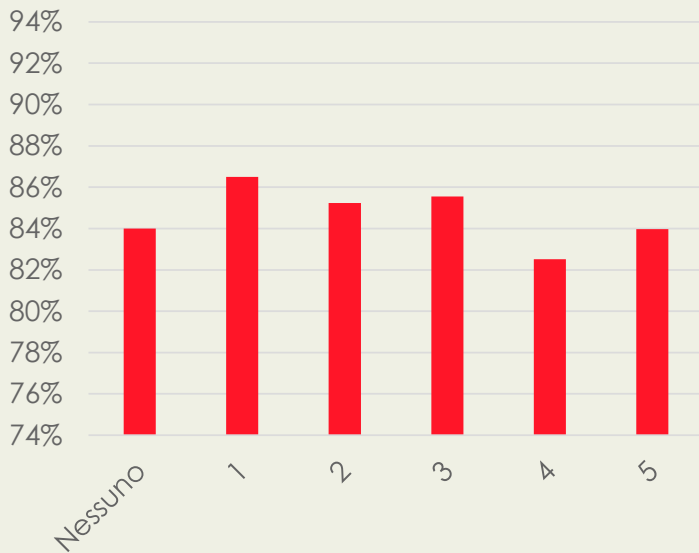
Dimensioni GPTW e smart-working: focus sulla dimensione dell'orgoglio

Come mostrato dai grafici sottostanti, **l'Orgoglio è l'area tematica meno influenzata dal numero di giorni medi in lavoro ibrido.**

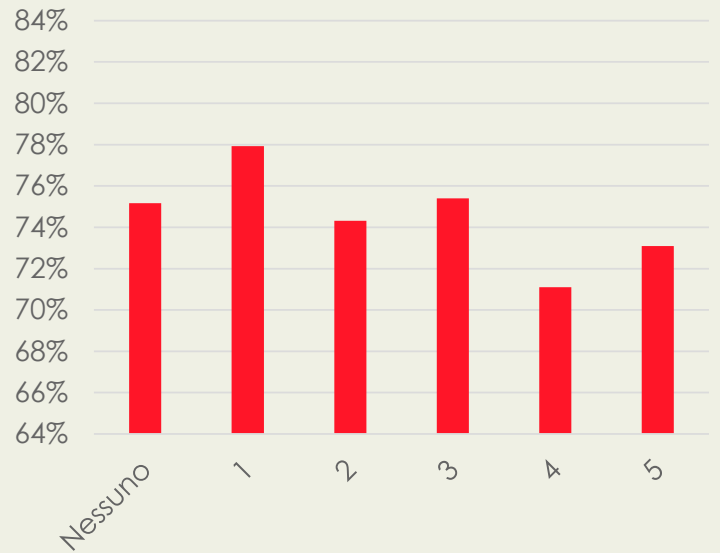
L'analisi suggerisce che il numero di giorni di smart working non ha impatto sulla percezione dell'orgoglio verso il proprio lavoro, i risultati ottenuti insieme o l'intenzione di restare in azienda a lungo termine.

Questo è significativo, poiché sfida l'idea che maggiore distanza dall'azienda riduca l'orgoglio lavorativo. Inoltre, non vi è impatto sulla retention, suggerendo che la volontà di rimanere in azienda dipende più da dinamiche come relazioni, fiducia e leadership, piuttosto che dal numero di giorni di lavoro in smart working.

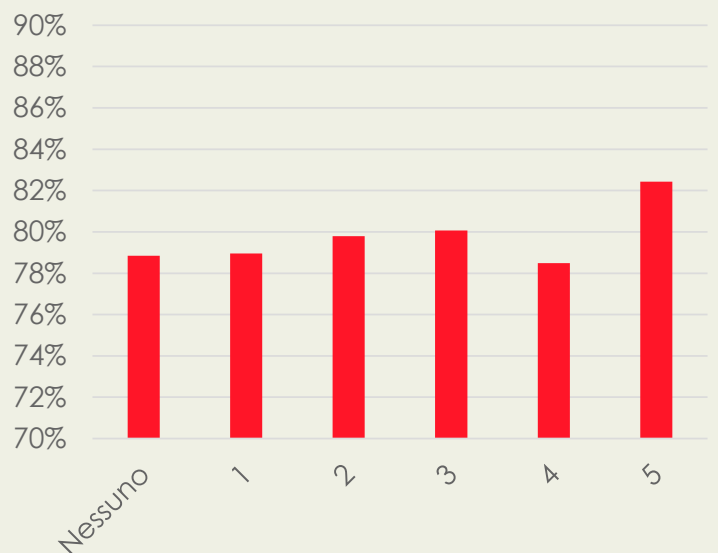
Senso di orgoglio.



Purpose



Retention



Dimensioni GPTW e smart-working: focus su Innovazione

Le nostre analisi mostrano che all'aumentare dei giorni di smartworking aumenta anche la percezione delle possibilità di innovazione, con una leggera flessione al 4° giorno.

Questo può essere legato alla libertà di sperimentare nuovi modi di gestire il tempo e i processi fuori dall'ambiente d'ufficio.

La fase emergenziale ha accelerato questa consapevolezza.

Tuttavia, il 4° giorno sembra indicare insoddisfazione, suggerendo che sia il modello ibrido (3 giorni in presenza) che il full remote favoriscano più innovazione rispetto al lavoro 4 giorni in smart working, che appare come una via di mezzo meno vantaggiosa.

Sentirsi autonomi e percepire fiducia aumenta la motivazione, favorendo una cultura dell'innovazione positiva.

Salario

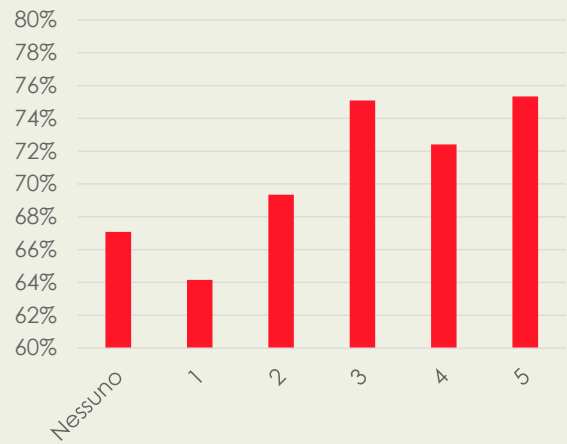
I dati mostrano una tendenza: **con l'aumento dei giorni in smart working, cresce anche la percezione positiva del compenso.**

I grafici indicano che la flessibilità dello smart working migliora la soddisfazione economica e il senso di equità nella distribuzione della ricchezza aziendale.

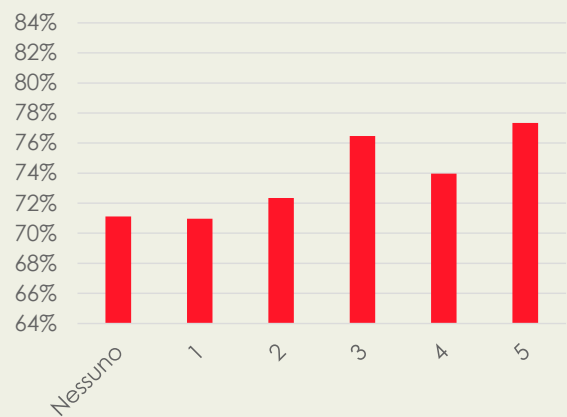
I collaboratori in smart working percepiscono il loro compenso come più equo, grazie a un migliore equilibrio vita-lavoro, riduzione dei costi di spostamento e maggiore autonomia.

In sintesi, l'introduzione dello smart working migliora in modo lineare la percezione del salario.

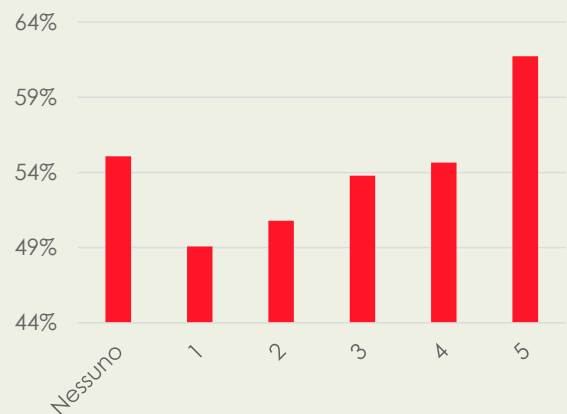
Nuove modalità di lavoro



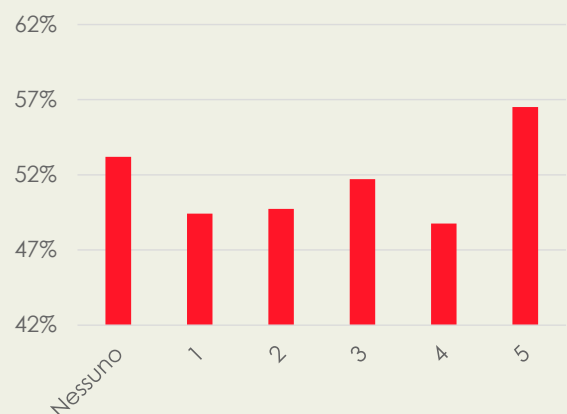
Rapidità di adattamento al cambiamento



Percezione di equità del salario in base al lavoro svolto



Percezione di equità del salario in base alla ricchezza generata dall'azienda.



Riepilogo e confronto sulle 3 diverse modalità di lavoro

Per le aziende, e per i professionisti delle politiche Hr, **la scelta tra lo Smart Working e il Lavoro Ibrido rappresenta una decisione che può influenzare profondamente la produttività, la soddisfazione dei collaboratori e la cultura aziendale.**

La tabella fornisce un'analisi dettagliata dei diversi approcci, confrontandoli attraverso vari aspetti chiave e collegandoli alle dimensioni fondamentali che ne determinano il successo, e che abbiamo ampiamente

descritto in precedenza: politiche organizzative, tecnologie, riorganizzazione degli spazi e dei comportamenti, stili di leadership e cultura aziendale.

Questo confronto è pensato per aiutare a scegliere consapevolmente il modello più adatto in base non solo in base alle esigenze, ma anche alle caratteristiche già presenti all'interno dell'azienda.

Aspetto	Dimensione	Smart Working	Dimensione	Lavoro Ibrido	Dimensione	In presenza
Definizione e Approccio	Politiche organizzative	Modello di lavoro che enfatizza flessibilità e autonomia; i collaboratori scelgono quando, dove e come lavorare, con un approccio orientato ai risultati.	Politiche organizzative	Combinazione di lavoro in ufficio e remoto; i collaboratori alternano tra sede aziendale e altri luoghi, unendo i benefici del lavoro in presenza e a distanza.	Cultura aziendale	Modello tradizionale basato sulla presenza fisica in ufficio e ad orari fissi. Può favorire una gestione più diretta delle risorse e dei processi aziendali.
Flessibilità e Autonomia	Stili di leadership	Maggiore autonomia, permettendo ai lavoratori di gestire orari e spazi di lavoro autonomamente, massimizzando efficienza e soddisfazione.	Stili di leadership	Flessibilità presente ma limitata da un quadro più strutturato; giorni predefiniti per lavoro in ufficio e remoto, basati su accordi prestabiliti.	Politiche organizzative	Prevedibilità e stabilità dei ritmi di lavoro, con spazi e orari definiti. Può garantire una netta separazione tra lavoro e vita privata e la maggior comunicazione diretta.
Struttura e Strumenti	Tecnologie	Meno rigido, variabile da collaboratore a collaboratore; la tecnologia e la comunicazione digitale giocano un ruolo chiave.	Riorganizzazione e degli spazi e comportamenti	Richiede pianificazione dettagliata per coordinare la presenza fisica in ufficio, solitamente con una struttura settimanale o mensile definita.	Tecnologie	Struttura organizzativa con processi consolidati e chiara divisione dei compiti. Gli strumenti tecnologici e le risorse sono ottimizzati per il lavoro in sede.
Obiettivi e Misurazione del Successo	Cultura aziendale	Basato su obiettivi e risultati, con misurazione del successo legata al raggiungimento degli obiettivi aziendali piuttosto che alla presenza fisica.	Cultura aziendale	Combina una valutazione basata sui risultati con la necessità di presenza fisica per attività collaborative e team building, gestione del tempo e presenza importanti.	Stili di leadership	Valutazione spesso legata alla presenza fisica e al rispetto degli orari, con un maggiore focus sul controllo diretto e immediato del lavoro svolto. Questo approccio può facilitare il feedback tempestivo.
Valori e norme aziendali	Comunicazione e cultura aziendale	Richiede cambiamento culturale verso fiducia e autonomia dei collaboratori, con enfasi sulla responsabilità individuale e gestione autonoma del lavoro.	Comunicazione e cultura aziendale	Supporta una cultura che valorizza l'interazione faccia a faccia e l'autonomia del lavoro remoto, mantenendo un legame con il lavoro in ufficio.	Comunicazione e cultura aziendale	Cultura aziendale con un forte senso di comunità e interazione continua tra i dipendenti, visto come mezzo per rafforzando il senso di appartenenza e l'identità aziendale.

Great Place to Work®

Great Place To Work®

Siamo una società di ricerca, tecnologia e consulenza organizzativa che analizza gli ambienti di lavoro misurando le opinioni dei collaboratori e la employee experience.

Attraverso la nostra Survey Platform e con attività di consulenza mirata supportiamo le aziende nel percorso di crescita e di trasformazione organizzativa, fino a riconoscere e premiare le migliori organizzazioni per cui lavorare in Italia, Europa e nel mondo.

Durante il percorso di miglioramento le organizzazioni hanno la possibilità di prendere ispirazione dalle best practice, confrontarsi con benchmark e con le altre aziende nel più vasto database organizzativo mondiale.

Lo strumento Great Place to Work® e la nostra expertise al servizio della vostra azienda



Il network mondiale Great Place to Work®

Ad oggi, Great Place to Work® conta a livello globale 44 Affiliati che operano in 63 Paesi principali. L'estensione delle nostre indagini di clima arriva a coprire oltre 150 Paesi nel mondo.

Nel periodo 2020-2021, il network Great Place to Work® ha svolto indagini di clima in oltre 10.000 organizzazioni nel mondo, ascoltando più di 5 milioni di persone.

L'approccio e gli strumenti di analisi del clima lavorativo e della work-experience

La metodologia di Great Place to Work® si basa su oltre 30 anni di ricerche e studi scientifici a livello mondiale, incentrati sull'esperienza delle persone vissuta all'interno delle organizzazioni.

I dati raccolti, ascoltando le opinioni di milioni di collaboratori in tutto il mondo, costituiscono il più grande database a disposizione della ricerca per la costruzione dei migliori ambienti di lavoro.

Il nostro modello di riferimento mette al centro di ogni processo la persona e deriva dalla definizione di "great place to work" come **"un ambiente in cui i dipendenti credono nelle persone per cui lavorano, sono orgogliosi di quello che fanno, e stanno bene con le persone con cui lavorano"**.

Questa definizione chiarisce bene come ciò che contraddistingue gli ambienti di lavoro eccellenti è la qualità dei rapporti vissuti al suo interno e identifica **3 relazioni fondamentali**:

- **tra dipendenti e manager** (Credibilità, Rispetto, Equità)
- **nei confronti del proprio lavoro e dell'azienda** (Orgoglio)
- **tra colleghi** (Coesione)

La fiducia è il fattore chiave comune a queste relazioni.

Gli strumenti per l'analisi delle aziende:

1. L'indagine Trust Index™

Il questionario misura l'esperienza dei collaboratori rispetto all'ambiente di lavoro attraverso:



2. Le politiche di gestione HR: il Culture Audit™ e il Culture Brief™

Alla Direzione HR (o al management) viene chiesto di compilare questi documenti allo scopo di raccogliere informazioni generali sull'azienda, le pratiche e le politiche di gestione organizzativa.

Il **Culture Brief** è un documento che raccoglie informazioni generali e socio-demografiche sull'azienda.

Il **Culture Audit**, invece, è un documento attraverso il quale viene chiesto alla direzione aziendale di raccontare come ha creato, mantenuto e alimentato la cultura organizzativa sulla quale i collaboratori si sono espressi tramite il questionario. Attraverso 5 domande le aziende sono invitate a raccontare ciò che le rende un great place to work e quali politiche esprimono al meglio la loro cultura.

La Employee Survey Platform di Great Place to Work

Emprising™ di Great Place to Work® è la piattaforma per misurare l'opinione dei collaboratori rispetto al clima organizzativo.

La piattaforma permette alle aziende di gestire e amministrare facilmente la survey basata sul questionario Trust Index®, ricavando in tempo reale i risultati, l'analisi e le informazioni dell'organizzazione.

Uno strumento avanzato e affidabile per la misurazione della **Employee Experience**, che permette di conoscere a fondo l'azienda e

- fornire al management i dati e le informazioni necessarie per prendere decisioni aziendali strategiche e mirate
- migliorare l'esperienza lavorativa delle persone
- agevolare la creazione di un great place to work.



Un'azienda per tutti: il metodo Great Place to Work® For All™

Per entrare nella Classifica Best Workplaces™ Italia la metodologia, utilizzata a livello internazionale, è saldamente ancorata al concetto di great place to work For All™, che prende elementi quantitativi e qualitativi dai due strumenti di analisi (Culture Audit© e Trust Index©).

La Classifica, infatti, non vuole solo premiare le organizzazioni eccellenti, nelle quali il livello di Fiducia è alto, ma le **aziende che sono eccellenti secondo il parere di tutti, indipendentemente da qualunque caratteristica personale.**

Questo fattore For All™ esprime la misura in cui ogni gruppo che fa parte dell'organizzazione, ogni persona, indipendentemente da genere, età, ruolo, anzianità aziendale, vive l'esperienza lavorativa come positiva. Questo riguarda la capacità dell'organizzazione di individuare, stimolare, coltivare e fare leva sulle abilità, le aspirazioni, le inclinazioni, le unicità delle proprie persone affinché **tutti siano messe in condizione di vivere appieno e in modo positivo l'esperienza lavorativa**, esprimendo il proprio massimo potenziale.

In termini metodologici, più è simile l'esperienza positiva tra i vari gruppi demografici che fanno parte dell'organizzazione, più il punteggio sarà alto.

Prendendo come esempio la demografia del Genere, più è simile la media Trust Index© tra uomo e donna, più alto sarà il punteggio del fattore For All™ per la demografia Genere. Questo ragionamento vale per tutte le 5 demografie del nostro questionario: Genere, Età, Anzianità aziendale, Livello organizzativo, Condizione contrattuale.

Dalla Certificazione alla pubblicazione nelle Classifiche

Come fare per essere inseriti nelle Classifiche di Great Place to Work®?

Tutte le aziende con più di 10 collaboratori hanno la possibilità di misurare attraverso il nostro questionario di clima aziendale, la percezione dei propri collaboratori rispetto all'ambiente di lavoro.

Analizzeremo i risultati della survey e completeremo l'analisi sull'organizzazione e le sue politiche di gestione HR, se i risultati saranno buoni la vostra azienda potrà ottenere uno o più riconoscimenti: il primo step sarà quello di diventare **Azienda Great Place to Work-Certified™**

Poi, le organizzazioni che avranno raggiunto i migliori risultati rispetto alle diverse tematiche, saranno pubblicate all'interno di una o più Classifiche Best Workplaces™ nel corso dell'anno.

- la Classifica Best Workplaces™ Italia
- le Classifiche Europa e Mondo
- le 6 Classifiche Speciali



Le date di pubblicazione 2024 delle Classifiche Great Place to Work®

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	June	Jul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec
Best Workplaces Italia			21									
for Women					15							
for GenZ						12						
for Diversity, Equity & Inclusion							10					
in Europe (medium & small companies)									27			
in Europe FORTUNE 100 (large companies)										10		
for Blue Collar										16		
for Millennials											6	
World's Best Workplaces											14	
in South Italy												11

Prima della pubblicazione nelle classifiche: Diventare una azienda Certificata Great Place to Work®

La Certificazione **Great Place to Work®** è il riconoscimento che le aziende possono ricevere al termine delle analisi sul clima aziendale, testimoniando **la qualità del proprio ambiente lavorativo**.



Qualunque azienda, con un numero di collaboratori superiore a 10 persone, può diventare Great Place to Work-Certified™

Il requisito per l'ottenimento della certificazione è il raggiungimento della soglia di Trust Index™ uguale o superiore al 60%, a seguito dell'analisi di clima.

La Certificazione ha durata un anno e validità immediata.

Tutte le aziende certificate, possono poi concorrere per essere incluse nelle pubblicazioni delle **Classifiche** prodotte nel corso dell'anno.

La Certificazione permette alle aziende di **essere riconosciute dai propri stakeholder come organizzazioni di primo piano all'interno del mercato del lavoro**,

Come funziona?

 <p>EBOOK</p> <p>Ascolta le opinioni dei tuoi collaboratori</p> <p>Attraverso il nostro questionario di clima aziendale</p>	 <p>EBOOK</p> <p>Ottieni la certificazione</p>	 <p>VIDEO</p> <p>Concorri per le Classifiche Best Workplaces</p>	 <p>DEMO</p> <p>Ottieni informazioni importanti per migliorare la tua azienda</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Per certificare e candidare anche la vostra azienda per le prossime Classifiche cliccare il link:

www.greatplacetowork.it/contatti



**Great
Place
To
Work®**

Great Place to Work®

è una società globale di consulenza e "people analytics" che aiuta qualunque organizzazione a ottenere migliori risultati di business focalizzandosi sull'esperienza dell'ambiente di lavoro dei suoi collaboratori.

Le nostre ricerche mostrano come ci sia una chiara e diretta relazione tra l'engagement delle persone e le prestazioni finanziarie.

Nel corso degli ultimi 30 anni abbiamo raccolto il punto di vista di più di 100 milioni di lavoratori in tutto il mondo, aiutando aziende di diverse dimensioni, settori e provenienze a definire e costruire culture organizzative ad elevata-fiducia ed elevata-performance.

Basati su decenni di ricerche, i nostri strumenti e la nostra metodologia permettono alle aziende di mettersi in gioco, essere analizzate, confrontarsi con le medie di settore e con i top-performer, e identificare attività e iniziative che abbiano un impatto significativo sul loro business, sulle loro persone e sulla cultura.

Grazie ai nostri programmi di **Certificazione e riconoscimento** diamo visibilità alle aziende eccellenti, dal punto di vista della "people experience" dei propri collaboratori o su temi specifici, come l'innovazione, l'inclusione al femminile, la gestione di diverse generazioni al lavoro, ecc.

Pubblichiamo annualmente classifiche di aziende eccellenti su Il Sole 24 Ore in Italia e su media partner di riferimento in più di 60 paesi in tutto il mondo.

Tutto quello che facciamo è guidato dalla nostra **Missione**:

**costruire un mondo
del lavoro migliore,
aiutando ogni organizzazione
a diventare un great place to work**

**Contattaci per scoprire
come la nostra consulenza può sostenere
la crescita della tua azienda**

Great Place to Work® Institute Italia srl

Viale Andrea Doria, 3 - 20124 Milano
Telefono: +39 02.36768650
IT_Info@greatplacetowork.com

www.greatplacetowork.it

