ICMA

Documento completo relativo al sondaggio[1]

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

1.TITOLO DEL SONDAGGIO

Randstad Award

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

ICMA

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Randstad

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Randstad

5. DATA O PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

Ottobre-Dicembre 2013

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

ICMA

6. MEZZO/MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUL/SUI QUALE/QUALI È PUBBLICATO O DIFFUSO IL SONDAGGIO[2] (*pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)*

quotidiani (Sole 24ore, La Repubblica)
periodici
radio (AdnKronos)
tv (Sky, Mediaset, La7, AdnKronos)
siti web (campagna Adwords con Google Display Network, Linkedin, You Tube, AdnKronos)

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

15 aprile 2014

8. TEMI/FENOMENI OGGETTO DEL SONDAGGIO *(economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*)

mondo del lavoro: misurazione dell'attrattività delle aziende da parte di potenziali dipendenti

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Il campione (8000 rispondenti) è basato sui dati sociodemografici nazionali (età, genere, regione) con una leggera accentuazione sui rispondenti sotto i 40 anni, essendo i potenziali lavoratori il target audience della ricerca.
Ciascun campione è rappresentativo per età, genere, regione, scolarità e include anche studenti, disoccupati e impiegati di età compresa tra i 18 ed i 65 anni.

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

tutte le regioni italiane

[2] Fatti salvi i casi di esclusione di cui all'articolo 2 comma 3 del Regolamento.
[3] Nel definire l'estensione territoriale del sondaggio è possibile scegliere tra due opzioni, la prima con l'elenco dei comuni oggetto della rilevazione, la seconda con il numero dei comuni suddiviso per area geografica.

ICMA

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

Piemonte 7%
Valle d'Aosta 0%
Lombardia 16%
Trentino Alto Adige 2%
Veneto 8%
Friuli Venezia Giulia 2%
Liguria 3%
Emilia-Romagna 7%
Toscana 6%
Umbria 1%
Marche 3%
Lazio 9%
Abruzzo 2%
Molise 1%
Campania 10%
Puglia 7%
Basilicata 1%
Calabria 3%
Sicilia 8%
Sardegna 3%

[4] Inserire, nella casella di testo, l'elenco dei comuni in formato tabella.

ICMA

Opzione b). Numero di comuni[5]

Comuni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
fino a 5mila abitanti					
più di 5mila abitanti					
fino a 10mila abitanti					
tra 10mila e 100mila abitanti					
più di 100mila abitanti					
Totale	2.104	1.546	1.556	2.794	8.000

11. METODO DI CAMPIONAMENTO *(inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione)*

Nella prima parte della ricerca, agli intervistati viene chiesto di indicare da un elenco i 5 items che per loro rappresentano i fattori più importanti quando scelgono un datore di lavoro.
La lista mostra un numero di items in ordine random (ad es. atmosfera di lavoro piacevole, sicurezza del posto di lavoro, etc.).
Nella seconda parte della ricerca agli intervistati viene richiesto di selezionare le aziende che conoscono da una lista random che mostra 30 tra le aziende più grandi presenti in Italia. Ciascuna azienda appare all'incirca 1500 volte random durante l'intera ricerca. Poi, delle aziende conosciute, viene chiesto al

12. RAPPRESENTATIVITÀ DEL CAMPIONE INCLUSA L'INDICAZIONE DEL MARGINE DI ERRORE

Il margine di errore su un campione di 1500 è più o meno 1,245 punti percentuali, al 95% del livello di confidenza. Questo significa che c'è una probabilità del 95% che le risposte della popolazione target nel loro insieme potrebbero cadere tra l' 1,245% +/- delle risposte del campione.

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

Interviste online

[5] La suddivisione geografica delle Regioni segue la ripartizione dell' Istat:

- Nord Ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria
- Nord Est: Bolzano-Bozen, Trento, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna
- Centro: Toscana, Umbria, Marche, Lazio
- Sud e Isole: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna

ICMA

14. CONSISTENZA NUMERICA DEL CAMPIONE DI INTERVISTATI, NUMERO DEI NON RISPONDENTI E DELLE SOSTITUZIONI EFFETTUATE;

Non reperibili	cifra ……..	% ……
Rifiuti	cifra ……..	% ……
Sostituzioni	cifra ……	% .....
Totale interviste effettuate	cifra ……8.000	% ……

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

(*Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda)*

Per bloccare i contenuti cliccare sull'icona.

[6] Inserire, nella casella di testo, l'elenco di tutte le domande.