

# QUANDO I MONDI ENTRANO IN COLLISIONE

L'ASCESA DEI SOCIAL MEDIA AD USO  
PROFESSIONALE & PERSONALE



TWITTER



LINKED IN



FLICKR



FOURSQUARE



FACEBOOK



AROUND THE  
OFFICE

# BUSINESS O PIACERE?

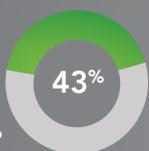
## I SOCIAL MEDIA SUL POSTO DI LAVORO

47% ↔

temono che mischiare contatti personali e professionali possa comportare loro problemi sul lavoro

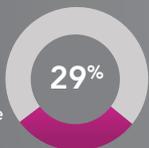
### EFFETTI NEGATIVI SUL LAVORO

Più di 4 persone su 10 concordano sul fatto che l'uso dei social media sul lavoro influisca negativamente sulla produttività. I Baby Boomer sono i più scettici: quasi la metà di essi (49%) manifesta preoccupazione.



### ESSERE PRESENTI

Le aziende sono sempre più pressate dall'esigenza di adeguare le proprie attività sui social media, per attrarre potenziali talenti. Più di 1/4 dei lavoratori ritiene importante che il proprio datore di lavoro sia presente sui social media.



48%

profili qualificati e specializzati

36%

profili senza particolari specializzazioni

### UTILIZZARE IL PROPRIO NETWORK

Quando si tratta di prendere decisioni che riguardano la sfera professionale, sono notevolmente di più i lavoratori qualificati e specializzati che utilizzano il proprio network di amici e colleghi, rispetto a quelli che non hanno particolari specializzazioni.

30% RITIENE ACCETTABILE FARE UN USO PERSONALE DEI SOCIAL NETWORK SUL LAVORO

### SOCIAL MEDIA SUL LAVORO (PER REGION)

AMERICHE



EUROPA



ASIA-PACIFICO



● % di chi ritiene accettabile fare un uso personale dei social media sul lavoro  
● % di coloro ai quali è stato chiesto di smettere di utilizzare i social media sul lavoro

36%

30%

19%

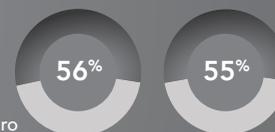
### GEN Y

sono quelli che considerano maggiormente accettabile l'utilizzo personale dei social media sul lavoro.

○ Gen Y  
○ Gen X  
○ Baby Boomers

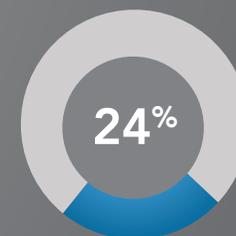
### POLLICE VERSO

Più della metà delle persone non crede che i datori di lavoro abbiano il diritto di guardare i loro profili personali sui social media (56%). E non approvano neanche che potenziali datori di lavoro considerino il fatto di guardare i loro profili personali uno strumento da utilizzare nel processo di assunzione (55%).



### CONDIVIDERE OPINIONI

Circa 1/4 degli intervistati ritiene accettabile condividere opinioni riguardanti il lavoro sui social media. Questo dato è più rilevante nell'Asia-Pacifico (36%).



KELLY®

## INDICE

### Sezione 1:

- 4 Introduzione
- 5 Uso Personale dei Social Media sul Lavoro (per Gruppo Generazionale)
- 6 Uso Personale dei Social Media sul Lavoro (per Area Geografica)

### Sezione 2:

- 7 Introduzione
- 8 Impatto dei Social Media sulla Produttività (per Gruppo Generazionale)
- 9 Impatto dei Social Media sulla Produttività (per Area Geografica)
- 10 Mischiare Contatti Personali e Professionali (per Gruppo Generazionale)
- 11 Mischiare Contatti Personali e Professionali (per Area Geografica)
- 12 Condividere Opinioni sul Lavoro sui Social Media (per Gruppo Generazionale)
- 13 Condividere Opinioni sul Lavoro sui Social Media (per Area Geografica)
- 14 Bandire l'Uso dei Social Media sul Lavoro (per Area Geografica e Gruppo Generazionale)

### Sezione 3:

- 15 Introduzione
- 16 I Diritti del Datore di Lavoro Attuale (per Gruppo Generazionale)
- 17 I Diritti del Datore di Lavoro Attuale (per Area Geografica)
- 18 I Diritti del Datore di Lavoro Potenziale (per Area Geografica)
- 19 L'inclinazione a Cercare Lavoro attraverso i Social Media (per Gruppo Generazionale)
- 20 L'inclinazione a Cercare Lavoro attraverso i Social Media (per Area Geografica)
- 21 L'inclinazione a Cercare Lavoro attraverso i Social Media (per Settore)
- 22 Utilizzare i Social Network per Prendere Decisioni di Carattere Professionale (per Area Geografica)
- 23 L'importanza della Presenza del Datore di Lavoro sui Social Media (per Area Geografica)
- 24 Conclusioni

## IL KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX 2012

Il *Kelly Global Workforce Index 2012 (KGWI)* mette insieme le risposte di circa 170.000 persone di 30 paesi. Esso mostra i risultati dei diversi fattori che impattano sui lavoratori di oggi, tra i quali la diversità generazionale e geografica, tecnologia, crescita dei dipendenti e utilizzo diffuso dei social media. I risultati della seconda puntata del KGWI

2012 mostrano le enormi sfide ed opportunità che il mondo del lavoro deve fronteggiare per effetto della proliferazione dei social media –forum via Internet, blog, Facebook, Twitter, LinkedIn e centinaia di altri siti più di nicchia che riuniscono utenti. Le opinioni degli intervistati dimostrano l'enormità del compito che spetta ai business

executive nell'adottare strategie ottimali per l'utilizzo dei social media e nel ricomporre le tensioni legate a questioni quali la tutela della privacy, il monitoraggio e l'utilizzo dei social media in fase di recruitment. Come nell'anno precedente, anche nel 2012 il KGWI ha dedicato particolare attenzione alla visione del luogo di lavoro propria

dei vari gruppi generazionali, ponendo l'enfasi sui tre principali cui appartengono i lavoratori – Gen Y (19-30 anni), Gen X (31-48 anni) e Baby Boomer (49-66 anni). L'indagine raccoglie le opinioni di lavoratori di America, APAC ed EMEA.

## SOCIAL MEDIA—PER BUSINESS O PER PIACERE?

L'esplosione dei social media a livello globale ha trasformato la comunicazione tra le persone e aperto una miriade di opportunità d'interazione tra comunità, aree geografiche e gruppi di pari. Di pari passo con le opportunità ci sono le sfide, in nessun ambito come sul lavoro. Il carattere spontaneo e libero dei social media può non inserirsi facilmente nel contest lavorativo.

Quella legata alla necessità di comprendere e gestire le problematiche lavorative associate ai social media è una consapevolezza in costante evoluzione. Comunque, è chiaro che gli atteggiamenti verso i social media sono ben lungi dall'essere uniformi. Differenze di carattere generazionale, occupazionale e geografico condizionano il modo in cui le persone si avvicinano a queste piattaforme.

In questo processo, lavoratori e datori di lavoro stanno facendo i conti con una serie di questioni spinose legate a libertà d'espressione, privacy e diffusione d'informazioni sensibili, che mettono ulteriormente alla prova il tradizionale divario tra vita professionale e privata.

Una domanda fondamentale è se ci sia un posto che i social media possono, o potrebbero, occupare per le singole persone nel luogo di lavoro di oggi. Le opinioni in proposito sono discordanti.

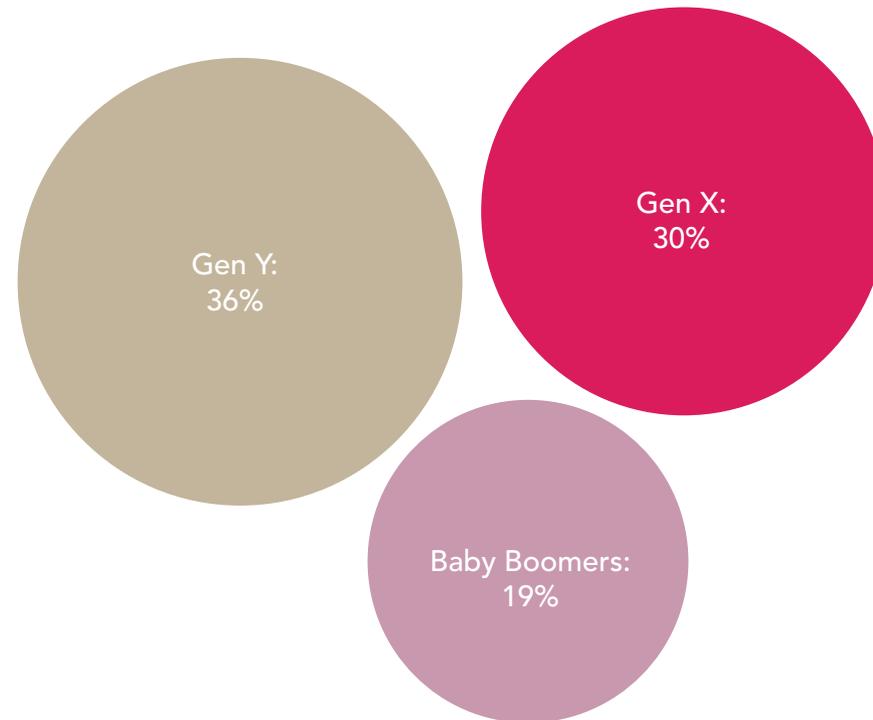
# USO PERSONALE DEI SOCIAL MEDIA SUL LAVORO (PER GRUPPO GENERAZIONALE)

- È anche una questione generazionale. La Gen Y (36%) e la Gen X (30%) sono significativamente più disponibili a considerare accettabile l'uso personale dei social media sul lavoro rispetto ai Baby Boomer (19%).

Con la "guerra dei talenti" in pieno svolgimento, è importante notare come siano decisamente di più i lavoratori in possesso delle competenze più qualificanti e professionalizzanti che ritengono accettabile tale utilizzo dei social media sul lavoro (35%, rispetto al 24% degli altri). Questo dato è fondamentale per datori di lavoro che cercano di mantenere le policy occupazionali in linea con le aspettative delle fasce di lavoratori più critiche per l'azienda.

Il risultato è che l'atteggiamento verso i social media sul luogo di lavoro è strettamente legato ad età e area geografica. Forse non sorprende che i lavoratori più giovani siano più a proprio agio con i social media in un ambiente lavorativo. Risultano più illuminanti le differenze culturali.

Ritieni accettabile fare un uso personale dei social media sul lavoro? (% di "Sì" per gruppo generazionale)



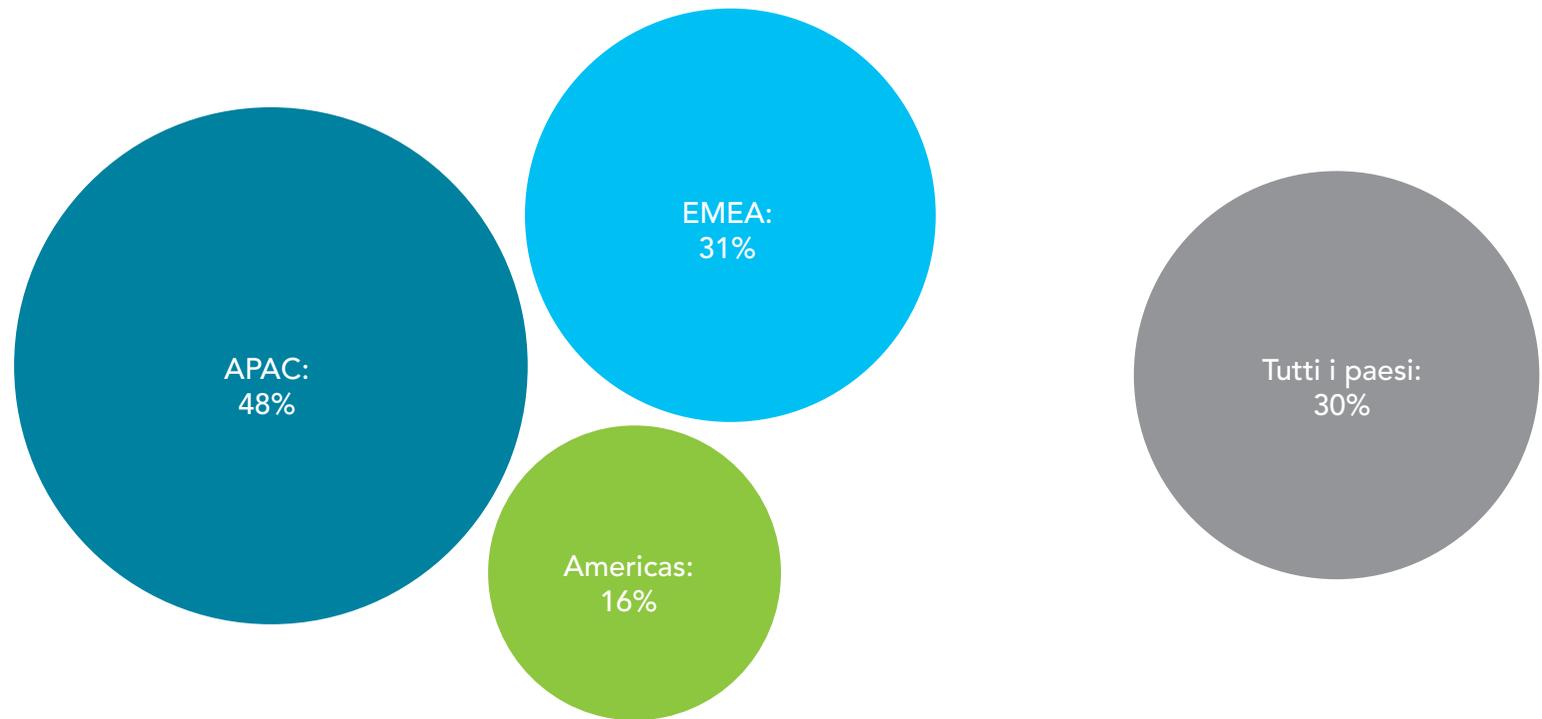
# USO PERSONALE DEI SOCIAL MEDIA SUL LAVORO (PER AREA GEOGRAFICA)

- Gli intervistati dell'area APAC sono tre volte più disposti rispetto a quelli delle Americhe ad approvare l'uso personale dei social media durante l'orario di lavoro.

Questo dovrebbe rappresentare un segnale per aziende di respiro globale, che le spinga a pensare attentamente alle implicazioni di regole uniformi sull'utilizzo dei social media.

Più di ¼ degli intervistati (30%) ritiene accettabile fare un uso personale dei social media durante l'orario lavorativo. Questa percentuale è più alta nell'area APAC, dove circa la metà (48%) ha risposto affermativamente, rispetto al 31% dell'area EMEA e allo sparuto 16% delle Americhe.

Ritieni accettabile fare un uso personale dei social media sul lavoro? (% di "Sì" per area geografica)



*Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.*

## AFFRONTARE IL LATO NEGATIVO DEI SOCIAL MEDIA

Nonostante i social media siano sempre più diffuse nei luoghi di lavoro, si sono guadagnati una reputazione, per così dire, "mista". Ci sono serie riserve tra molte persone, connesse al loro impatto su produttività, morale dello staff e privacy personale.

Alla luce dell'utilizzo diffuso dei social media in contesti lavorativi, un numero sorprendente d'intervistati ne riconosce l'effetto disturbante. L'idea di mischiare contatti personali e professionali sui social media apre la strada ad una serie di questioni di difficile soluzione, così come la pratica sempre più diffusa di

condividere opinioni su questioni legate al lavoro con i colleghi sui social media.

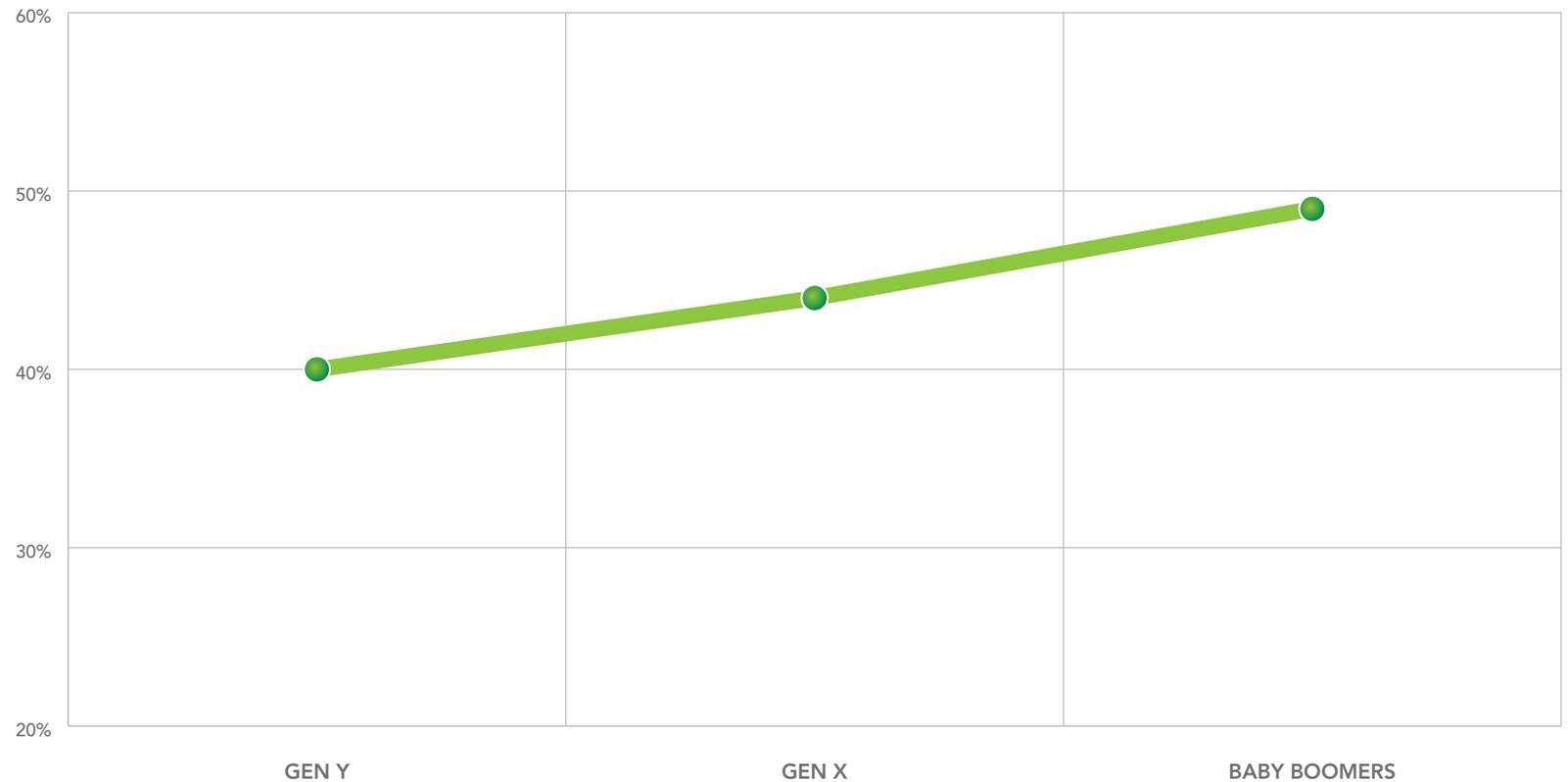
Tuttavia, sono molto pochi quelli che dicono che gli è stato effettivamente richiesto di smettere di utilizzare i social media nell'ambiente di lavoro.

# IMPATTO DEI SOCIAL MEDIA SULLA PRODUTTIVITÀ (PER GRUPPO GENERAZIONALE)

- Tra i gruppi generazionali presenti nei luoghi di lavoro, i Baby Boomer sono più scettici nei confronti dei social media, con circa la metà di essi (49%) convinti che influiscano negativamente sulla produttività. Ma anche tra i lavoratori più giovani permane un livello significativo di preoccupazione - 40% per la Gen Y e 44% per la Gen X.

C'è una chiara consapevolezza dei rischi che possono derivare dalla mancata distinzione tra utilizzo personale e professionale dei social media.

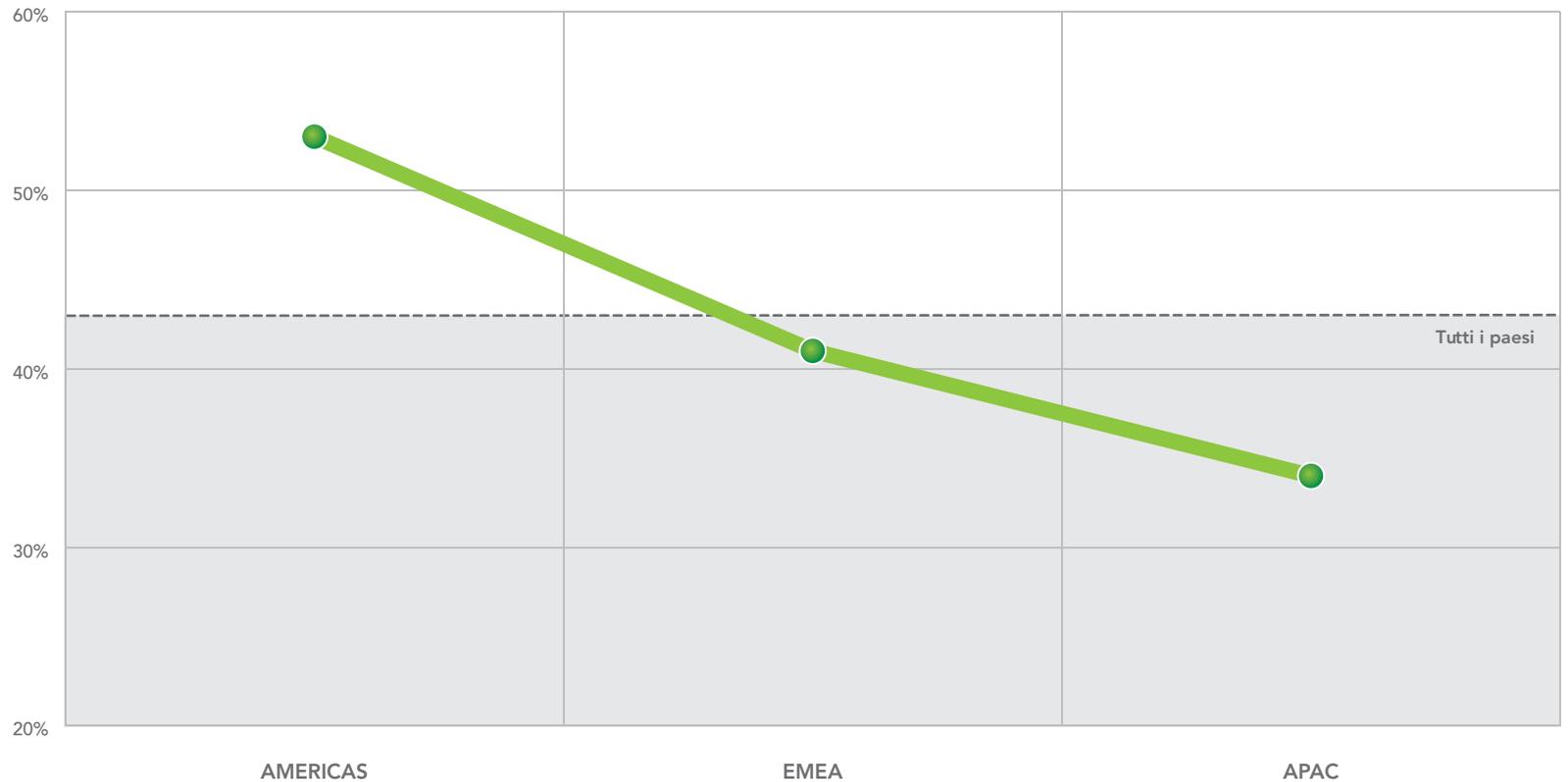
Quanto sei d'accordo o in disaccordo con l'affermazione secondo la quale l'utilizzo dei social media sul lavoro ha un impatto negativo sulla produttività? (% di "D'accordo" per gruppo generazionale)



# IMPATTO DEI SOCIAL MEDIA SULLA PRODUTTIVITÀ (PER AREA GEOGRAFICA)

- Più di 4 intervistati su 10 (43%) concordano sul fatto che utilizzare i social media sul lavoro abbia un impatto negativo sulla produttività. Tale percentuale è più alta nelle Americhe, dove il 53% dichiara che essi siano d'ostacolo al lavoro, rispetto al 41% dell'area EMEA e al 34% dell'area APAC.

Quanto sei d'accordo o in disaccordo con l'affermazione secondo la quale l'utilizzo dei social media sul lavoro ha un impatto negativo sulla produttività? (% di "D'accordo" per area geografica)



Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.

# MISCHIARE CONTATTI PERSONALI E PROFESSIONALI (PER GRUPPO GENERAZIONALE)

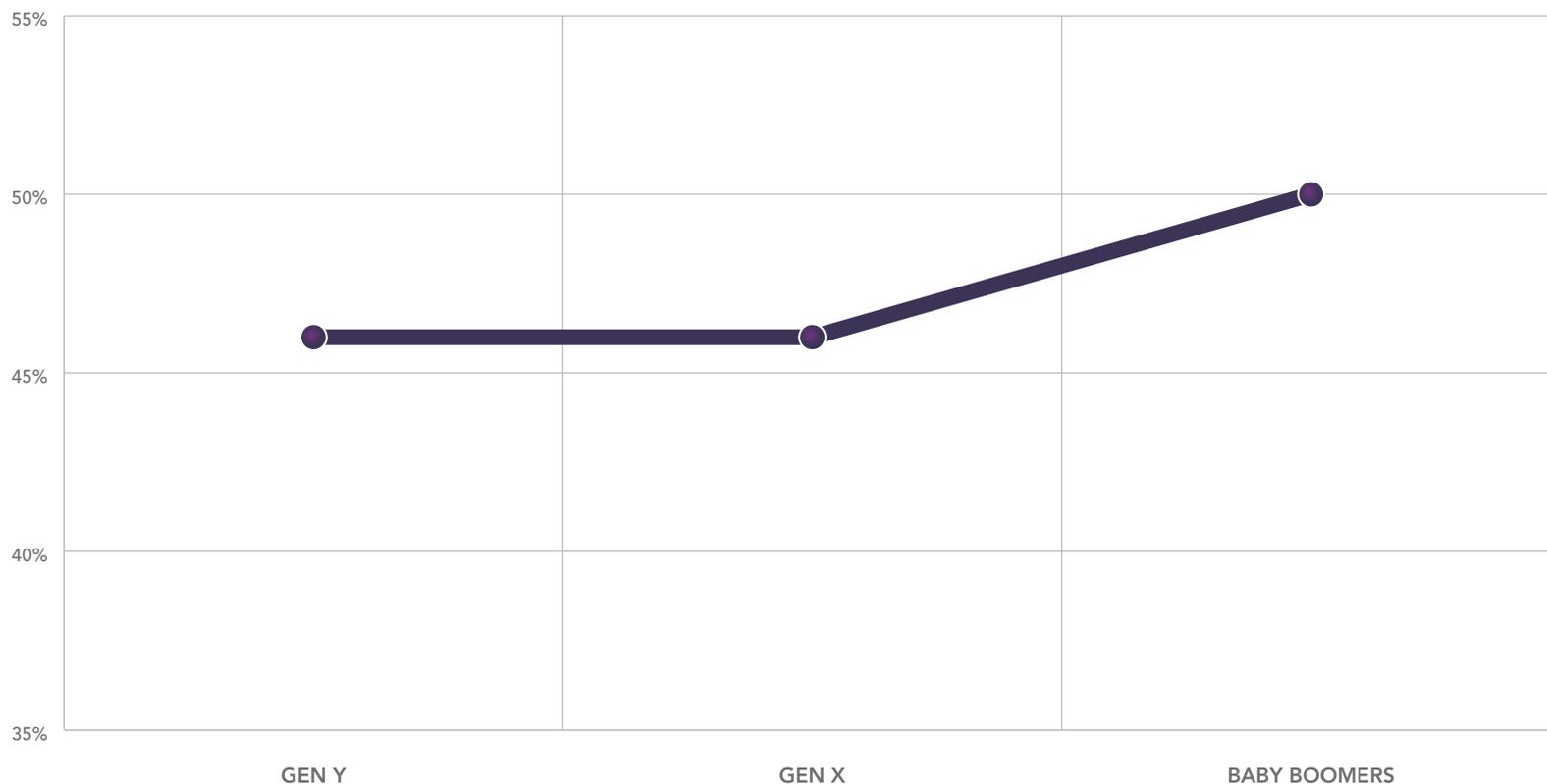
- I Baby Boomer sono più propensi ad avere tale preoccupazione (50%) rispetto alle generazioni più giovani (46%, sia per la Gen Y che per la Gen X).

Ciò che emerge è che, per molti, i social media sono diventati una sorta di “male necessario”: sono parte integrante degli strumenti di comunicazione contemporanei, ma molti lavoratori vedono potenziali rischi che potrebbero avere un impatto significativo sulla loro carriera.

Di conseguenza, diventa essenziale, tanto per le aziende quanto per i singoli, riconciliare i due mondi dei social media – pubblico e privato.

Tale tensione è centrale per definire il modo in cui i social media s’inseriscono nel contesto lavorativo.

Ti preoccupa l’eventualità che mischiare contatti personali e professionali sui social media possa causare problemi sul lavoro? (% di Sì per gruppo generazionale)

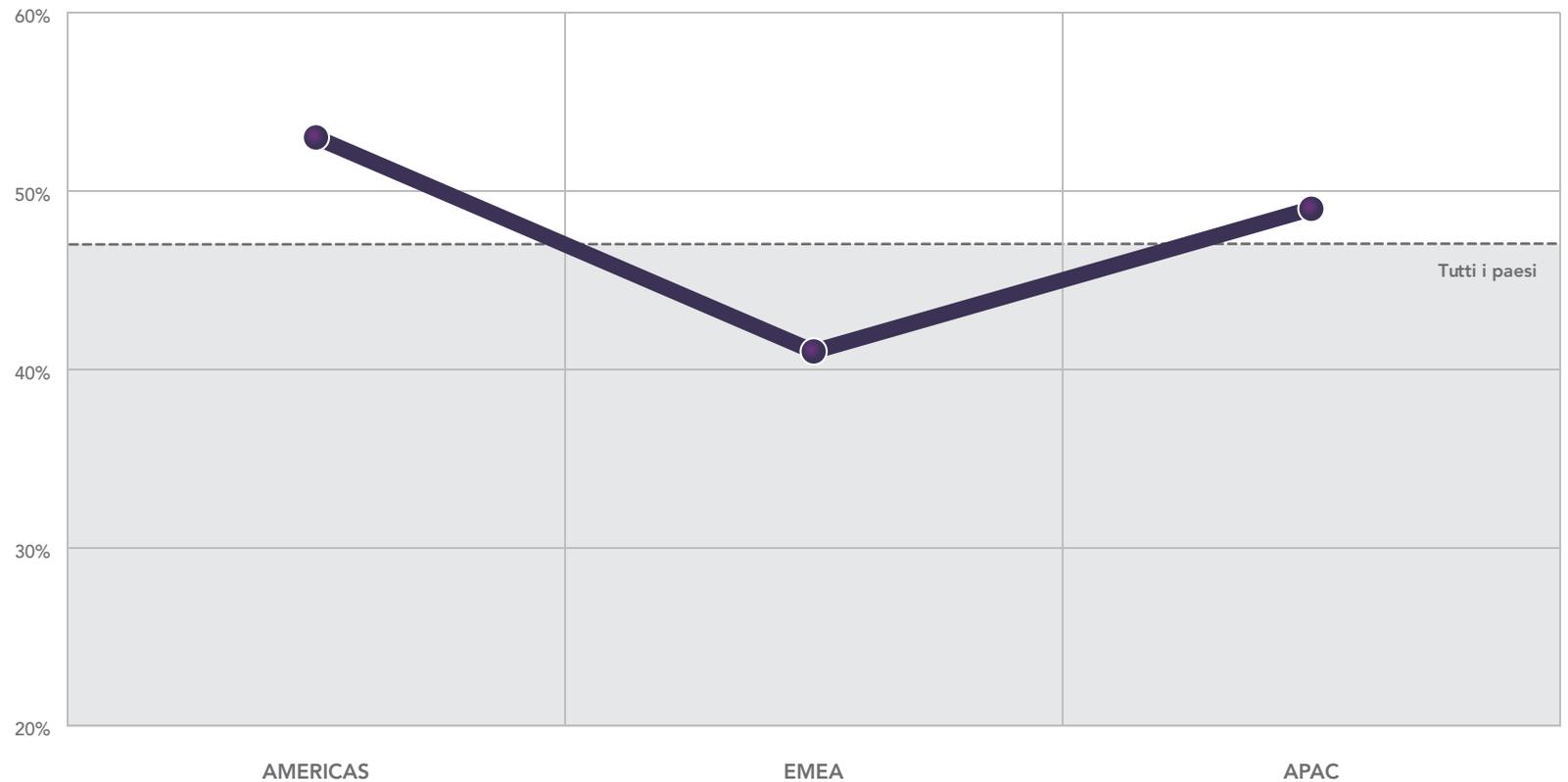


# MISCHIARE CONTATTI PERSONALI E PROFESSIONALI (PER AREA GEOGRAFICA)

- Circa la metà degli intervistati (47%) manifesta la preoccupazione che mischiare contatti personali e professionali sui social media possa determinare problemi sul lavoro.

Ancora una volta, gli utenti più cauti nell'utilizzo dei social media si trovano nelle Americhe, dove il 53% si dichiara convinto che possa effettivamente accadere.

Ti preoccupa l'eventualità che mischiare contatti personali e professionali sui social media possa causare problemi sul lavoro? (% di "Sì" per area geografica)

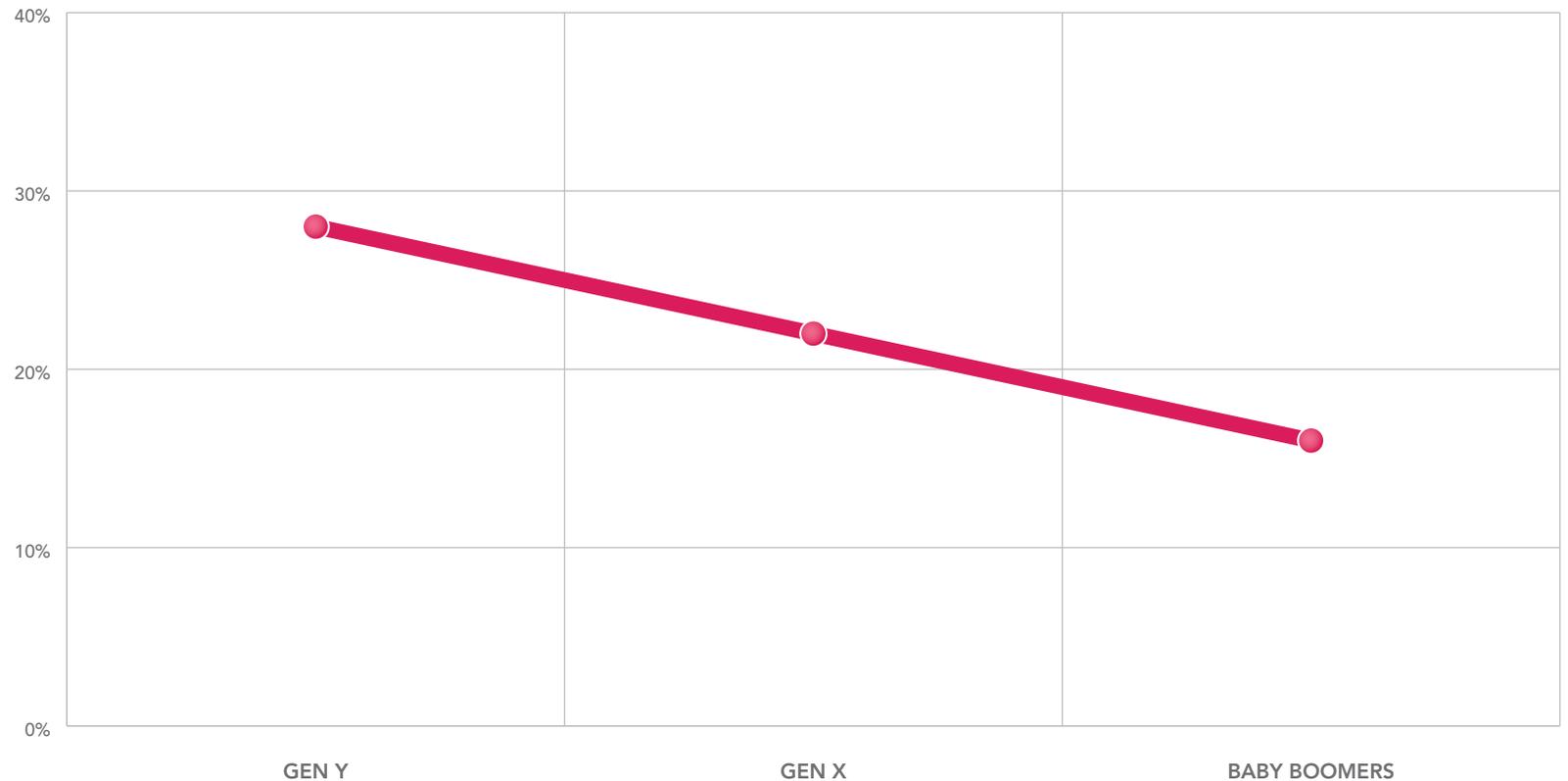


Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.

# CONDIVIDERE OPINIONI SUL LAVORO SUI SOCIAL MEDIA (PER GRUPPO GENERAZIONALE)

- I lavoratori più giovani, in particolare quella della Gen Y (28%) e della Gen X (22%) sono più propensi a ritenere accettabile questo tipo di comunicazione rispetto ai Baby Boomer (16%).

Ritieni accettabile condividere opinioni che riguardano il tuo lavoro con amici e colleghi sui social media? (% di "Sì" per gruppo generazionale)

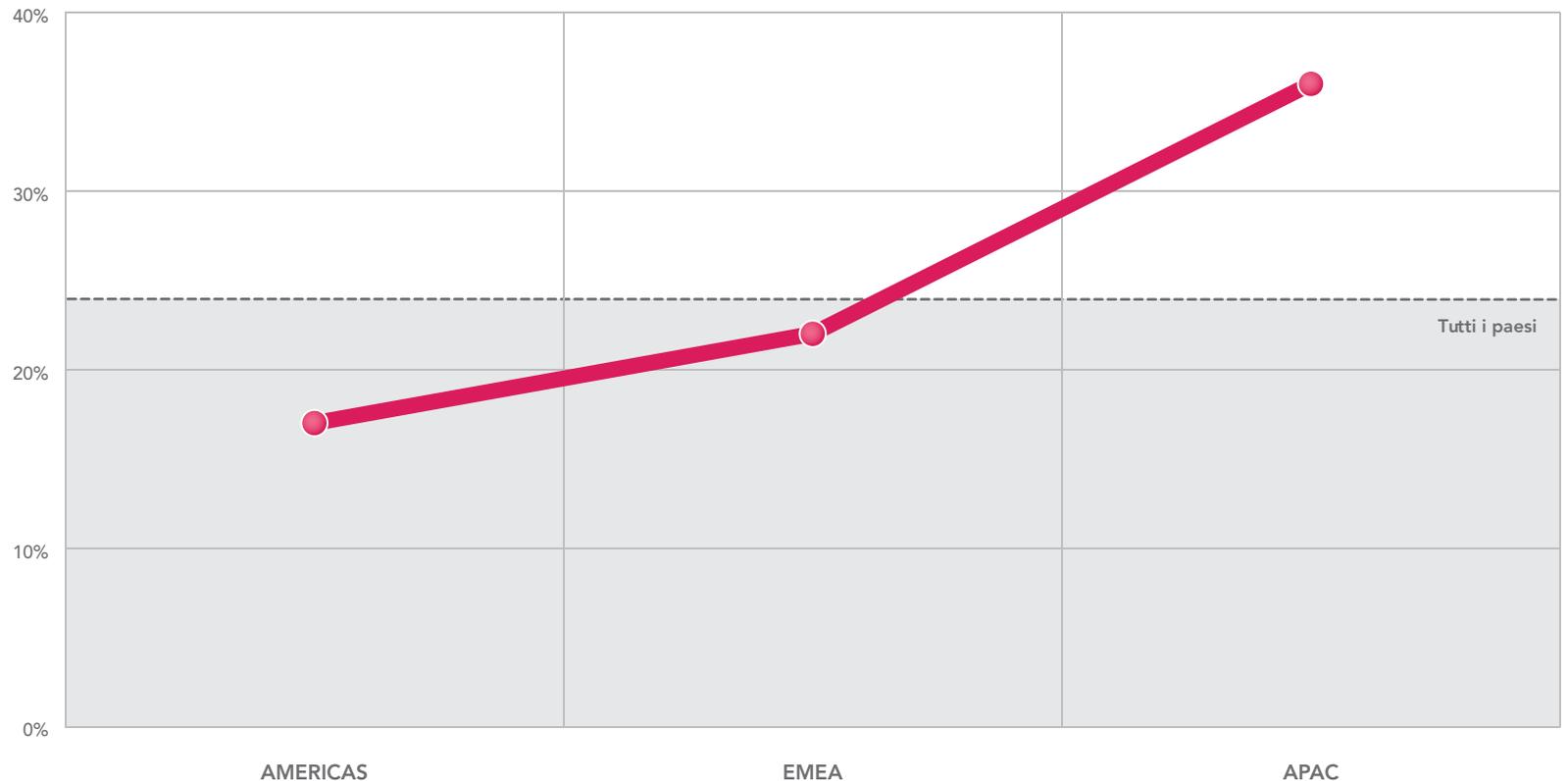


# CONDIVIDERE OPINIONI SUL LAVORO SUI SOCIAL MEDIA (PER AREA GEOGRAFICA)

- I confini sempre più sfumati tra lavoro e vita private sono evidenziati dal fatto che quasi ¼ (24%) degli intervistati ritiene accettabile condividere opinioni che riguardano il lavoro con amici e colleghi sui social media.

È evidente che la regione APAC ha un approccio decisamente più tollerante e liberale verso i social media e il modo di utilizzarli. Più di 1/3 (36%) degli intervistati in quest'area ritengono accettabile la condivisione di opinioni su questioni lavorative con amici e colleghi attraverso i social media. Questa percentuale è maggiore di più del doppio rispetto alle Americhe e di circa 1/3 rispetto ad EMEA.

Ritieni accettabile condividere opinioni che riguardano il tuo lavoro con amici e colleghi sui social media? (% di "Sì" per area geografica)



Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.

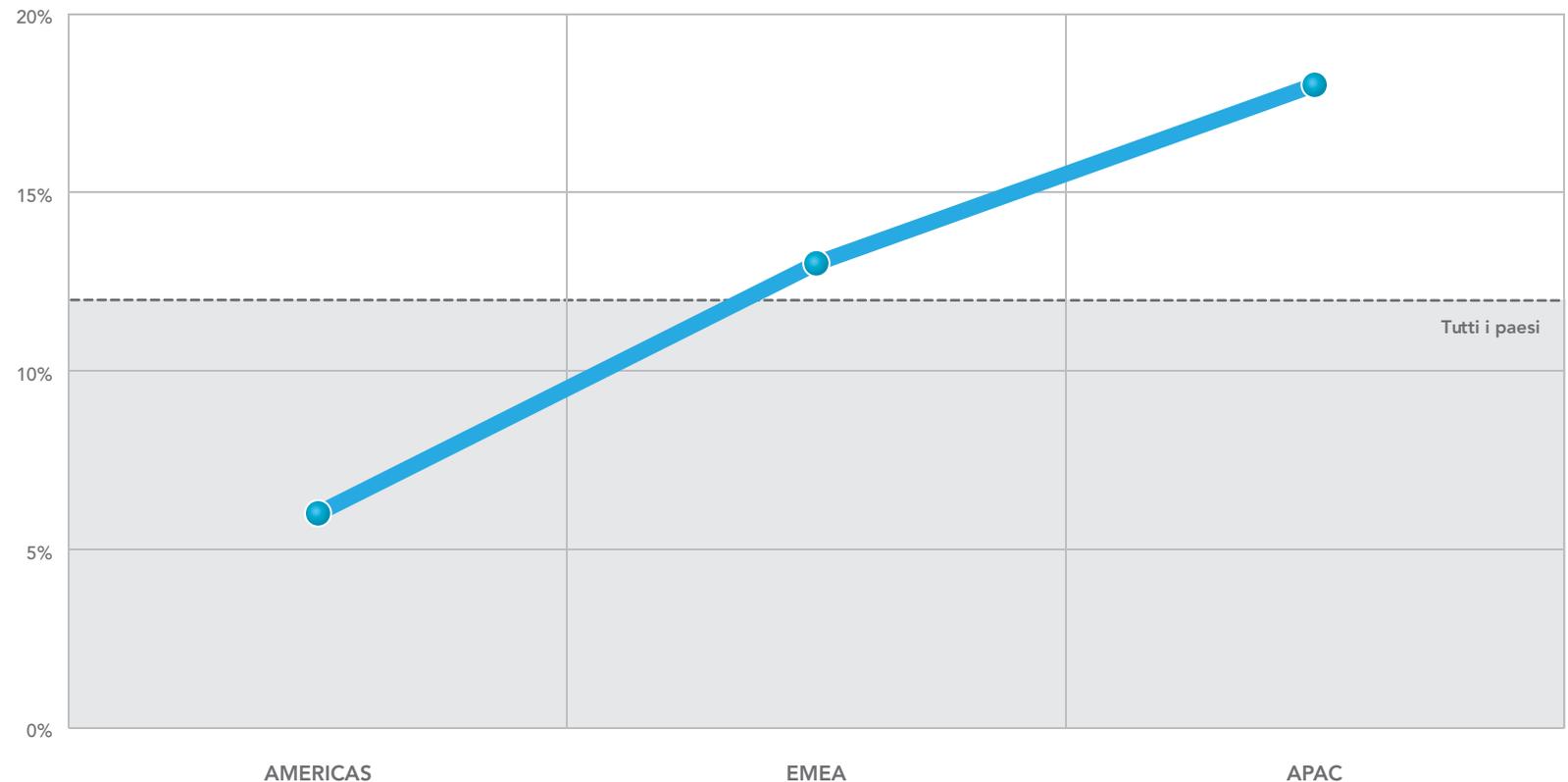
# BANDIRE L'USO DEI SOCIAL MEDIA SUL LAVORO (PER AREA GEOGRAFICA E GRUPPO GENERAZIONALE)

- Nonostante i social media occupino un posto sempre maggiore sia nella vita privata che in quella professionale, persiste una certa resistenza da parte di alcuni datori di lavoro. Il 12% dei lavoratori dichiara che gli è stato chiesto di smettere di utilizzare i social media durante l'orario di lavoro.

Nelle Americhe, ciò è accaduto solo al 6%, percentuale significativamente inferiore rispetto ad APAC (18%) ed EMEA (13%).

Sono molti di più i lavoratori più giovani (Gen Y 16%, Gen X 12%) ai quali è stato inibito l'uso dei social media sul lavoro, rispetto a quelli più anziani (5% dei Baby Boomer).

Ti hanno mai chiesto di smettere di utilizzare i social media al lavoro? (% di "Sì" per area geografica)



Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.

## LAVORO, PRIVACY E RECRUITMENT

Per un individuo, il dilemma associate all'utilizzo dei social media in ambito lavorativo include problematiche quali equilibrio tra lavoro e vita privata, accesso ad informazioni legate al business, sicurezza del business, reputazione dell'azienda.

Per un'azienda, possono esserci anche altre problematiche, legate, per esempio, all'utilizzo di contenuti tratti dai social media per accedere ad informazioni su partner professionali, competitor e dipendenti.

Da ciò sorgono interrogativi legittimi su quanto sia accettabile (e perfino legale) affidarsi a materiali di tale provenienza, soprattutto in fase di assunzione o

quando bisogna prendere decisioni che riguardano l'ambito occupazionale.

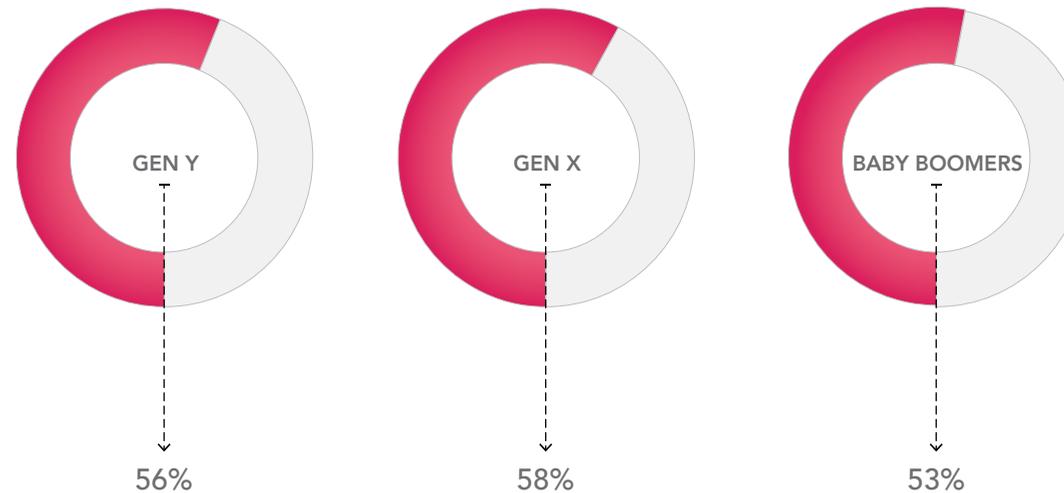
Ci sono, poi, altre questioni controverse che riguardano il modo in cui i social media interagiscono con gli strumenti di comunicazione tradizionali sul luogo di lavoro, e ciò si riflette nei diversi punti di vista in risposta ad alcune domande fondamentali.

# I DIRITTI DEL DATORE DI LAVORO ATTUALE (PER GRUPPO GENERAZIONALE)

- Alla domanda riguardante l'accesso del datore di lavoro alle pagine social di un dipendente, la maggioranza risponde che crede che tale contenuto dovrebbe restare privato.

Tra i gruppi generazionali, i più riluttanti a condividere i propri contenuti sono gli appartenenti alla Gen X, con il 58% di contrari alla possibilità, per il datore di lavoro, di avere accesso alle loro pagine sui social media. Per quanto riguarda la Gen Y, i contrari rappresentano il 56%; tra i Baby Boomer, invece, sono il 53%.

Credi che il tuo datore di lavoro abbia il diritto di vedere le tue pagine personali sui social network? (% di "No" per gruppo generazionale)

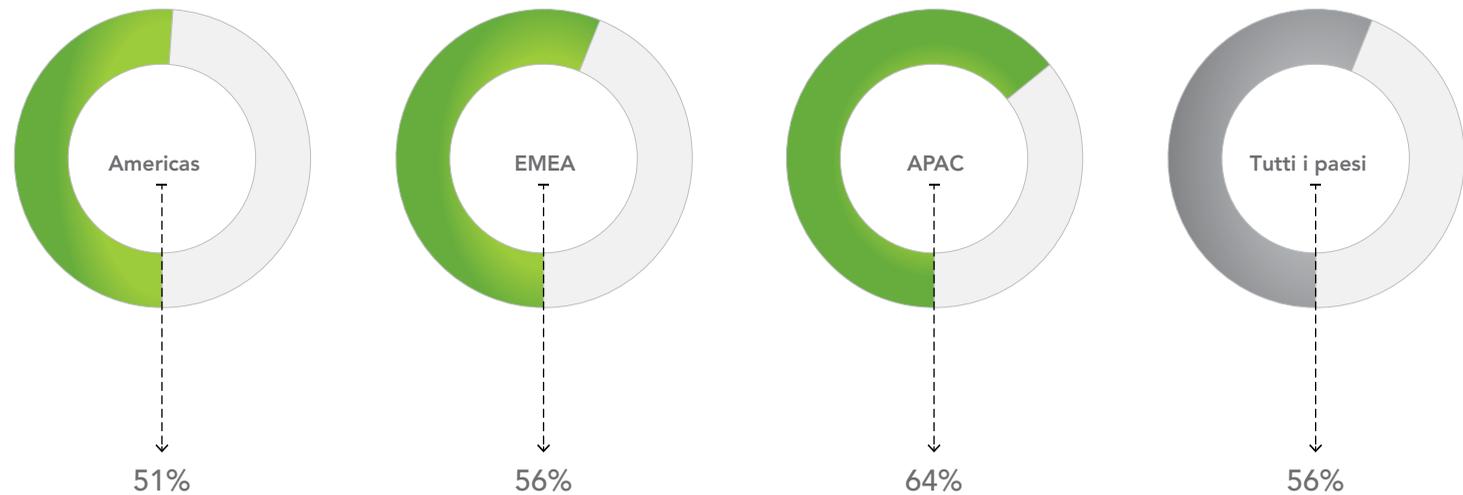


# I DIRITTI DEL DATORE DI LAVORO ATTUALE (PER AREA GEOGRAFICA)

- Più della metà del totale degli intervistati (56%) è convinta che il proprio datore di lavoro non abbia il diritto di vedere le pagine private dei dipendenti sui social network. La regione APAC, che ha la percentuale più alta di utilizzo dei social media, è anche la meno propensa a tollerare tale prassi, con il 64% di intervistati che dichiara apertamente la propria disapprovazione.

Tale percentuale tocca il 51% nelle Americhe e il 56% in EMEA.

Credi che il tuo datore di lavoro abbia il diritto di vedere le tue pagine personali sui social network? (% di "No" per area geografica)



*Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.*

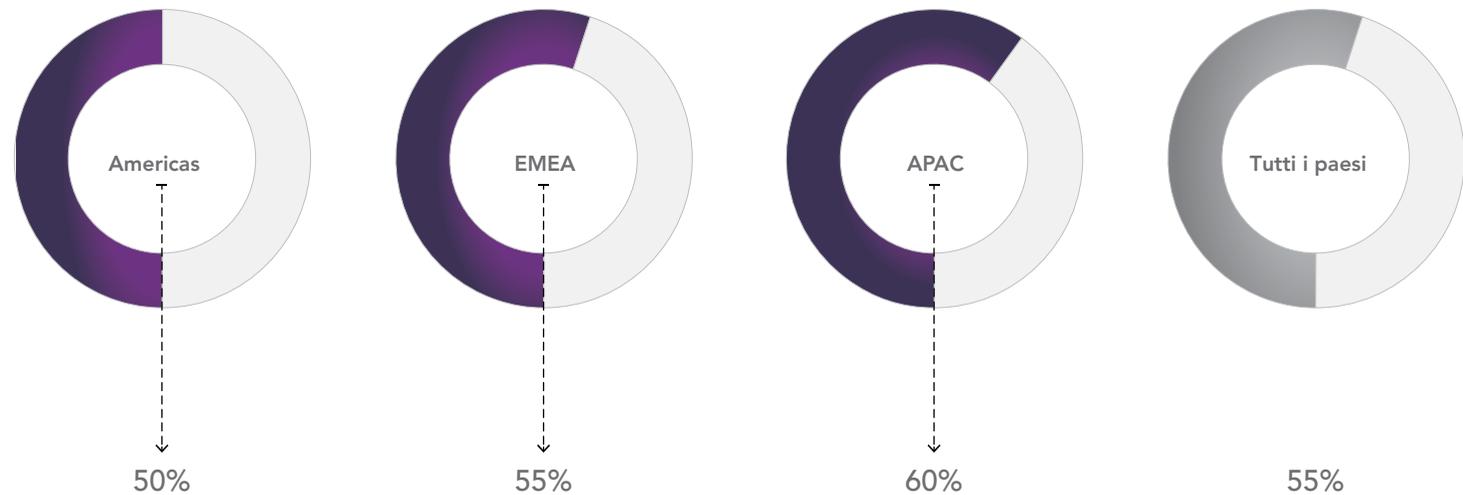
# I DIRITTI DEL DATORE DI LAVORO POTENZIALE (PER AREA GEOGRAFICA)

- E che dire dei potenziali datori di lavoro? Dovrebbero avere il diritto di guardare il profilo social di una persona mentre decidono se assumerla o meno?

I dipendenti non fanno alcuna distinzione significativa tra datori di lavoro attuali e potenziali quanto al diritto di accesso al contenuto personale sui social media. In entrambi i casi, poco più della metà dichiara che neanche i datori di lavoro potenziali hanno il diritto di visionare tale materiale.

Quelli dell'APAC (60%) disapprovano più aspramente rispetto a quelli di EMEA (55%) ed Americhe (50%).

Pensi che un potenziale datore di lavoro abbia il diritto di visionare le tue pagine personali sui social network in fase di assunzione? (% di "No" per area geografica)



*Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.*

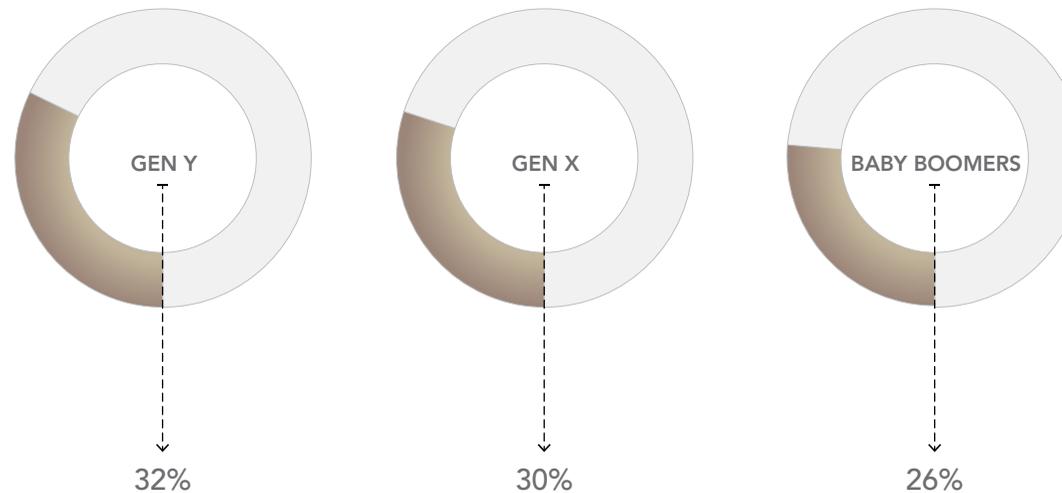
# L'INCLINAZIONE A CERCARE LAVORO ATTRAVERSO I SOCIAL MEDIA (PER GRUPPO GENERAZIONALE)

- Sempre più persone utilizzano le varie piattaforme dei social media nella ricerca di un nuovo lavoro.

Complessivamente, più di ¼ (30%) degli intervistati si dichiara più incline a cercare lavoro attraverso i social network piuttosto che tramite metodi tradizionali quali giornali, siti web e società di recruitment.

Le generazioni più giovani, Gen Y (32%) e Gen X (30%), sono più propense a farlo, rispetto a quelle più anziane (Baby Boomer, 26%).

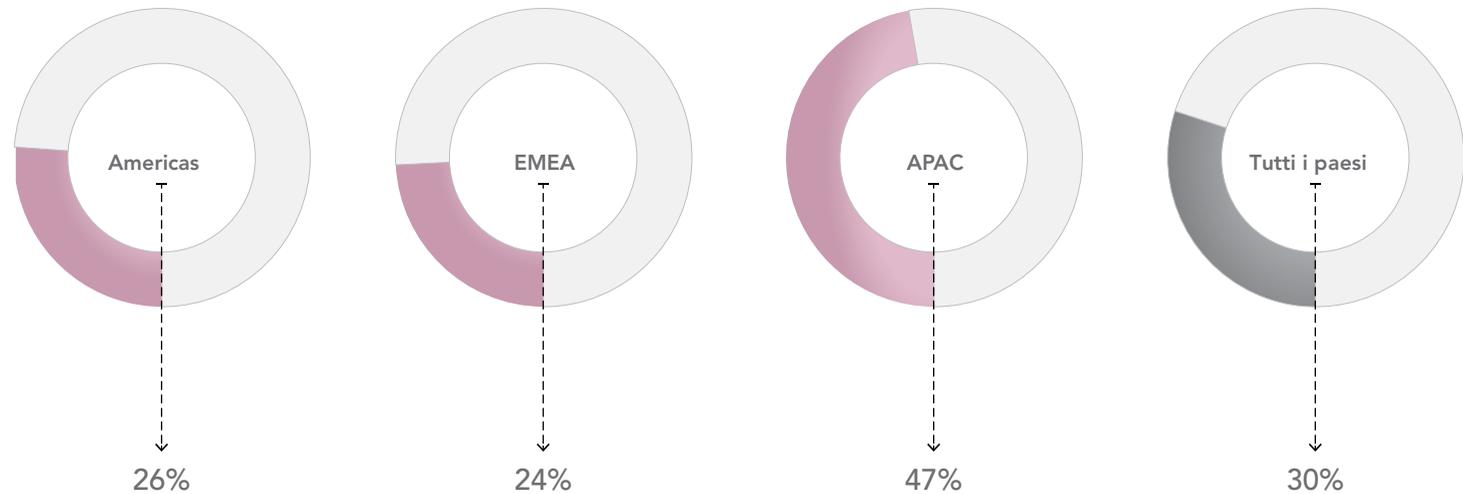
Saresti più propenso a cercare lavoro tramite i social media rispetto ai metodi tradizionali (per esempio, inserzioni su stampa, siti web o società di recruitment)? (% di "Sì" per gruppo generazionale)



# L'INCLINAZIONE A CERCARE LAVORO ATTRAVERSO I SOCIAL MEDIA (PER AREA GEOGRAFICA)

- Nella regione APAC, quasi la metà degli intervistati (47%) è incline a cercare lavoro tramite i social media a scapito dei metodi tradizionali. Dato, questo, che è significativamente più alto rispetto alle Americhe (26%) e ad EMEA (24%).

Saresti più propenso a cercare lavoro tramite i social media rispetto ai metodi tradizionali (per esempio, inserzioni su stampa, siti web o società di recruitment)? (% di "Sì" per area geografica)

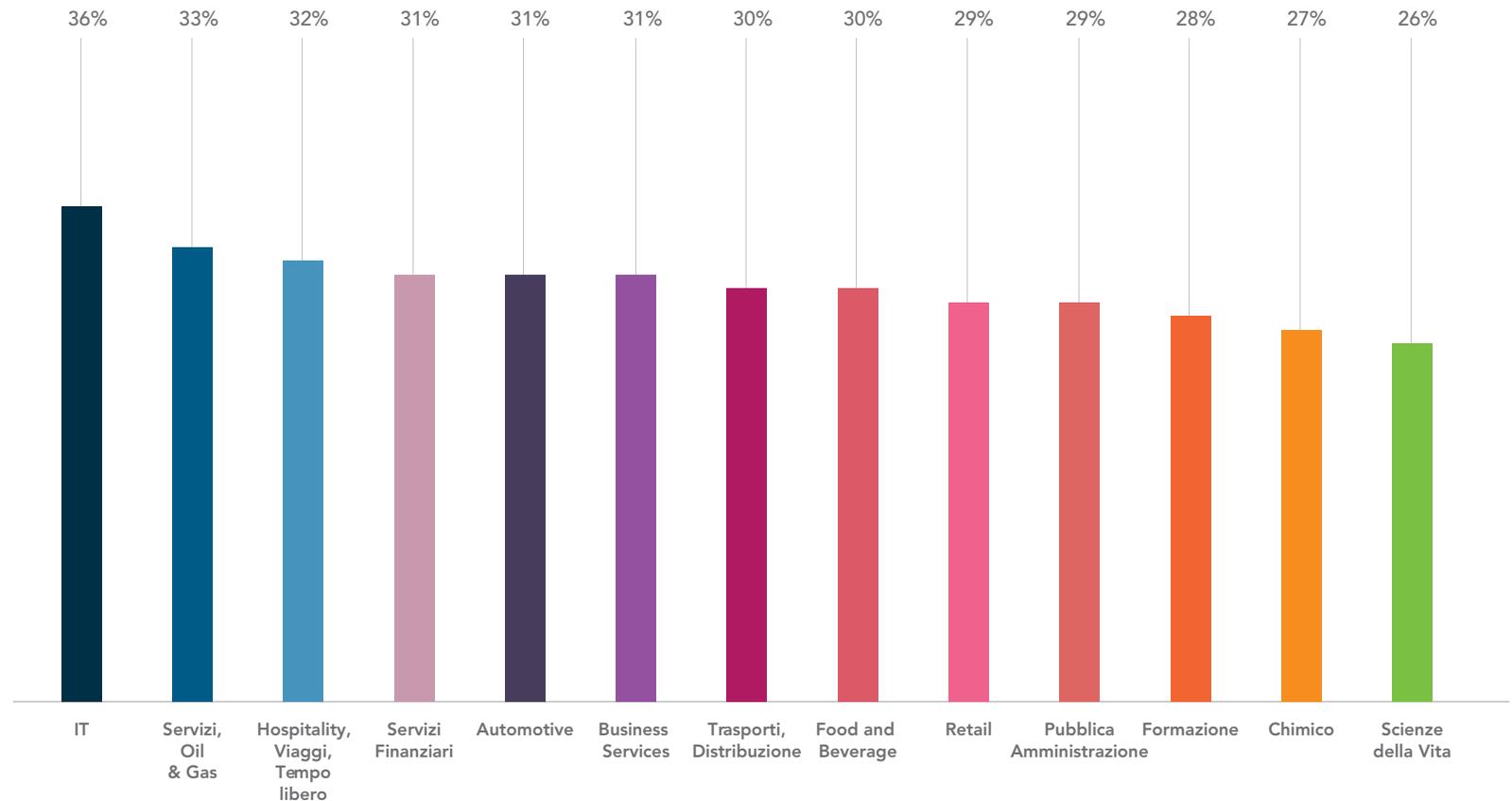


*Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.*

# L'INCLINAZIONE A CERCARE LAVORO ATTRAVERSO I SOCIAL MEDIA (PER SETTORE)

- Il settore nel quale è più alto l'utilizzo dei social media nella ricerca di un lavoro è quello dell'information technology, dove il 36% degli intervistati si affida a tali strumenti per trovare lavoro. Anche quanti lavorano in settori quali servizi ad oil & gas hanno evidenziato un tasso relativamente alto di fiducia nei social media durante la ricerca di un lavoro.

Saresti più propenso a cercare lavoro tramite i social media rispetto ai metodi tradizionali (per esempio, inserzioni su stampa, siti web o società di recruitment)? (% di "Sì" per settore)

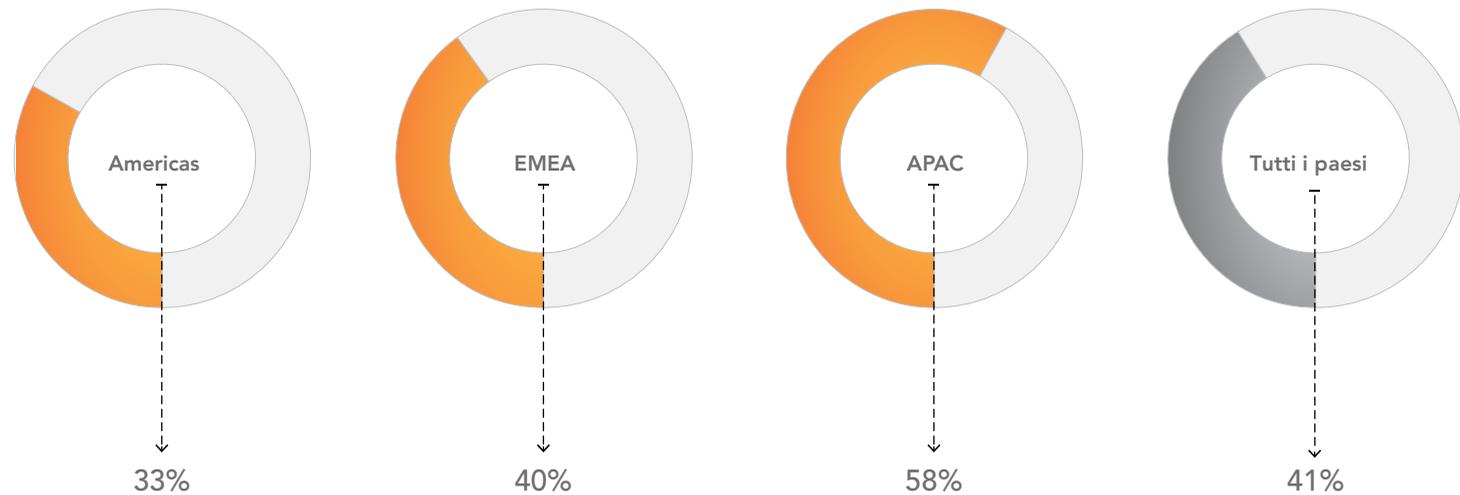


# UTILIZZARE I SOCIAL NETWORK PER PRENDERE DECISIONI DI CARATTERE PROFESSIONALE (PER AREA GEOGRAFICA)

• Circa 4 intervistati su 10 (41%) utilizzano il proprio network sui social media per prendere decisioni che riguardano la carriera o, comunque, la sfera professionale. Questa percentuale è più alta nell'APAC, dove più della metà degli intervistati (58%) utilizza il proprio network sui social media per prendere tali decisioni, rispetto al 33% delle Americhe e al 40% di EMEA.

Sui datori di lavoro grava l'esigenza sempre più pressante di adattare le proprie attività di comunicazione attraverso i social media a quelle forme che fanno maggiormente presa su una community più estesa. Per le aziende che cercano di attrarre candidati altamente qualificati e specializzati, vale la pena notare che proprio questa tipologia di lavoratori si dichiara più propensa (48%, contro il 36% dei lavoratori meno qualificati) ad utilizzare i network sui social media per prendere decisioni che impattano sulla carriera o, comunque, riguardano l'ambito professionale.

Utilizzi il tuo network di contatti sui social media per prendere decisioni di carattere professionale? (% di Sì per area geografica)

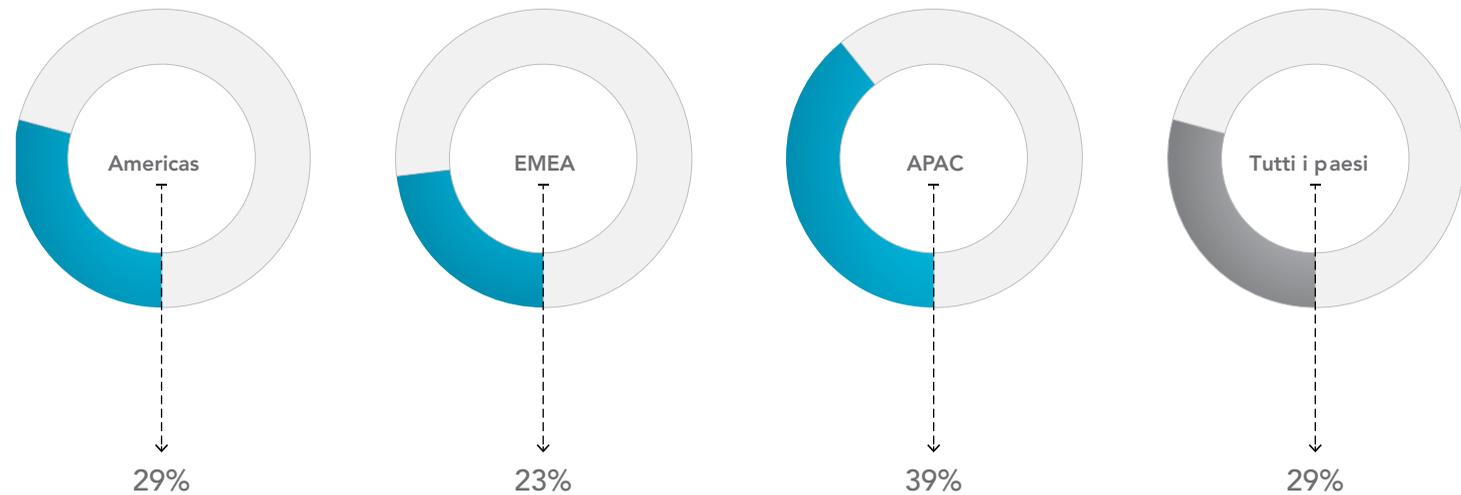


*Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.*

# L'IMPORTANZA DELLA PRESENZA DEL DATORE DI LAVORO SUI SOCIAL MEDIA (PER AREA GEOGRAFICA)

- Più di ¼ (29%) degli intervistati ritiene importante che il proprio datore di lavoro abbia una presenza sui social media. Nell'APAC (39%), questo dato è significativamente più alto rispetto ad Americhe (29%) ed EMEA (23%).

Quant'è importante per te che l'azienda per la quale lavori sia presente sui social media? (% di "Importante" per area geografica)



*Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.*

# QUANDO I MONDI ENTRANO IN COLLISIONE

Complessivamente, i lavoratori considerano i social media qualcosa di personale. In alcuni casi, li considerano una sorta di diritto personale. Molti utilizzano i propri network per prendere decisioni che riguardano la carriera e sono sempre di più quelli che se ne servono per cercare lavoro.

La maggior parte dei lavoratori concorda sul fatto che né il datore di lavoro attuale né quello potenziale debbano avere il diritto di avvicinarsi troppo a tale sfera privata. I dipendenti vedono potenziali insidie nella prospettiva che i loro due mondi si mescolino. Certamente, in alcuni Paesi, la legge non consente l'utilizzo di contenuti così personali e privati per scopi connessi all'occupazione.

È chiaro anche che la distribuzione geografica ha un peso notevole sul modo in cui i social media vengono utilizzati all'interno della cultura professionale. La regione dell'APAC è un territorio enormemente diverso rispetto all'EMEA e, in particolare, alle Americhe. Nell'APAC, c'è un alto livello di accettazione dei social media, ma i lavoratori hanno un'evidente avversione verso l'idea che il datore di lavoro possa avere accesso ai loro contenuti personali lì pubblicati.

È ugualmente importante il fatto che una fetta considerevole di persone riconosce l'impatto negativo che può derivare dall'utilizzo dei social media sul luogo di lavoro, cosa che mette in luce una sfida senza precedenti sia per i datori di lavoro che per i dipendenti: conciliare il mondo pubblico e quello privato sui social media.

## IL KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

Il *Kelly Global Workforce Index* è un'indagine condotta annualmente per portare alla luce le opinioni su temi che riguardano il lavoro o l'ambiente lavorativo. Più di 168.000 persone nelle Americhe, in EMEA e APAC hanno partecipato all'edizione 2012. L'indagine è stata condotta da RDA Group per conto di Kelly Services.

Nota - Le differenze di carattere regionale possono essere attribuite, in parte, alla composizione generazionale del campione oggetto dell'indagine: l'area APAC ha avuto una percentuale più alta di partecipanti appartenenti alla Gen Y.

## KELLY SERVICES®

Kelly Services, Inc. (NASDAQ: KELYA, KELYB) è leader mondiale nell'erogazione di servizi per le risorse umane e offre su scala globale servizi di outsourcing, consulenza HR, somministrazione di lavoro a tempo determinato e indeterminato, ricerca e selezione di personale altamente qualificato e specializzato. Presente su scala mondiale, Kelly Services trova un'occupazione a 550.000 i lavoratori ogni anno. Il fatturato della società per il 2011 è stato di 5.6 miliardi di dollari.

Per maggiori informazioni consulta il sito [www.kellyservices.it](http://www.kellyservices.it) e visita le pagine [Facebook](#), [LinkedIn](#) e [Twitter](#).

[Clicca qui](#) per scaricare *The Talent Project*, la nostra app gratuita per iPad.

An Equal Opportunity Employer © 2012 Kelly Services, Inc. X1038

[kellyservices.it](http://kellyservices.it)

**KELLY**®

EXIT