

Zurigo, febbraio 2015

Eurofound dà il via alla sesta edizione dell'indagine che valuta le condizioni di lavoro in Europa

In Febbraio 2015, Eurofound a dato il via alla rilevazione per la 6^a Indagine Europea sulle Condizioni Lavorative (6EWCS). Sulla base di interviste con più di 43,000 lavoratori, questa fondamentale e tempestiva indagine da un quadro delle attuali condizioni lavorative in Europa, evidenzia la qualità del lavoro e dell'impiego, e monitora le tendenze in evoluzione. I primi risultati della 6EWCS saranno presentati alla fine del 2015. In Svizzera l'istituto di ricerca gfs-zurigo e stato incaricato di realizzare interviste con 1.000 persone in tutte le 3 regioni linguistiche. Le interviste saranno effettuate tra Marzo a Giugno 2015.

Le Indagini Europee sulle Condizioni Lavorative (EWCS) forniranno delle preziose e valide informazioni a carattere comparativo sulle condizioni lavorative, comprese problematiche come orari di lavoro, salute e sicurezza sul posto di lavoro, organizzazione, equilibrio tra lavoro e vita privata, formazione e soddisfazione generale riguardo alle condizioni di lavoro. Lo scopo sotteso è di aiutare i legislatori a migliorare le condizioni generali di vita e di lavoro.

A oggi, Eurofound ha condotto cinque Indagini Europee sulle condizioni Lavorative (1991, 1995, 2000, 2005, and 2010). Questa sesta edizione sarà basata sulle indicazioni apprese dalle cinque indagini precedenti e fornirà un ricco ritratto delle tendenze dei luoghi di lavoro negli ultimi 25 anni.

L'indagine offre un'opportunità ai lavoratori di far sentire la propria voce riguardo allo stato delle proprie condizioni lavorative e il modo in cui condizioni e qualità del lavoro influiscono sulla propria vita.

In collaborazione con Ipsos, Eurofound intervisterà circa 43,000 lavoratori in 35 paesi Europei tra Marzo e Giugno 2015. Le interviste saranno effettuate personalmente a casa dei rispondenti. Le informazioni raccolte saranno trattate con la massima riservatezza, garantendo l'anonimato degli intervistati. L'indagine è rivolta ad un campione casuale di persone e varia da 1,000 a 3,300 per ogni paese.

Ulteriori informazioni:

- Panoramica sulle [Indagini Europee sulle Condizioni Lavorative](#)
- La [6^o Indagine Europea sulle Condizioni Lavorative](#) (6EWCS)
- Ipsos, <http://www.ipsos.com>

INFO SU EUROFOUND E PARTNER

La Fondazione europea per il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro (Eurofound) è un'agenzia tripartita dell'Unione europea, il cui ruolo è di fornire conoscenze nel settore delle politiche sociali e relative al lavoro. Eurofound è stata istituita nel 1975 dal Regolamento (CEE) N. 1365/75 del Consiglio.

Per maggiori informazioni su Eurofound e il suo operato, e per avere libero accesso a tutti i nostri dati e risultati, visita il nostro sito internet e seguici sui canali social: Twitter, LinkedIn, Facebook, Google+, YouTube, o Flickr.

--

Maggiori informazioni riguardo a Ipsos

Ipsos è un'azienda leader nel settore delle ricerche che conta 16,000 collaboratori in 87 paesi, con capacità operative a livello globale. Fondata nel 1975, conduce indagini qualitative e quantitative in un'ampia gamma di settori per conto di Clienti che includono anche le Istituzioni dell'Unione Europea, istituzioni finanziarie internazionali, le Nazioni Unite e le sue agenzie, Organizzazioni Non Governative, governi nazionali e un ampio ventaglio di aziende del settore privato.

Per maggiori informazioni riguardo ad Ipsos, visita il nostro sito internet.

--

Maggiori informazioni riguardo a gfs-zurigo

L'istituto di ricerca gfs-zurigo può contare su oltre 50 anni di esperienza nella ricerca di mercato e sociale. Grazie al suo know-how e la sua rete con la comunità scientifica e l'industria gfs-Zurigo gode in Svizzera di una reputazione eccellente come un istituto di ricerca di mercato di alta qualità. Oltre ai progetti su tematiche sociali di attualità formano i sondaggi su misura relativi ai clienti quantitativa e qualitativa l'enfasi del lavoro. Le indagini tra i clienti e i dipendenti, l'immagine e la posizione di analisi e motivazionale e la ricerca di pubblicità sono considerati punti di forza metodologici stabili. Il contenuto di gfs-zurigo è posizionato tra l'altro in materia di economia, finanza, media, educazione, salute, l'età e il mercato non-profit.

Per ulteriori informazioni su gfs-zurigo, visitare il sito web