

CASO STUDIO

# De Nora: comunicare l'impresa come valido luogo di lavoro



**Industrie De Nora S.p.a.** è una **multinazionale italiana leader nelle tecnologie sostenibili** per la green economy, fondata nel 1923 da Oronzio De Nora. De Nora è **leader di mercato e settore** per la produzione di elettrodi destinati ad applicazioni che si estendono **su tre principali business: industriale, trattamento delle acque e transizione energetica**, con un particolare focus sulla produzione di idrogeno verde.

Con **25 società operative in 10 Paesi**, 5 centri di ricerca e oltre **281 famiglie di brevetti** con 3.000 estensioni territoriali attive, serve clienti in 140 Paesi con **più di 2.000 dipendenti**.

La missione aziendale è centrata sull'agilità e sulle tecnologie verdi per generare valore, mantenendo una costante adattabilità ad un ambiente che è in continuo cambiamento.

“

*Un progetto importante e strategico ci sta portando a definire la nostra Employee Value Proposition: un team di persone di diversa seniority e background di De Nora si sono generosamente prestate in quest'avventura e sono state guidate dal formidabile Andrea Cioffi e dal dream team di DD.*

**GRAZIANO MARCUCCIO**

Chief Officer People Organization Social Communication and Happiness

4

---

## **Obiettivi e sfide di un'impresa alla ricerca di nuovi candidati**

5

---

## **Il target**

5

---

## **Il progetto**

6

---

## **La fase di analisi**

6

---

## **L'attuazione**

9

---

## **La fase strategica**

10

---

## **I risultati**

## Obiettivi e sfide di un'impresa alla ricerca di nuovi candidati

In un **mondo del lavoro in profonda evoluzione**, in cui i professionisti, soprattutto i giovani, sono sempre più esigenti nelle aspettative che nutrono nei confronti delle imprese, riuscire ad **attrarre nuovi candidati** diventa un **massimo imperativo per le realtà** che vogliono mantenere alta la propria competitività sul mercato.

In questo contesto, **per De Nora è emersa la necessità di aumentare la propria visibilità su Indeed e Glassdoor** - due piattaforme digitali utilizzate per la ricerca del lavoro e per la valutazione delle imprese - con l'obiettivo di **potenziare l'attrattività di De Nora come valido luogo di lavoro** su entrambe le piattaforme e coinvolgere così potenziali nuovi candidati.

*Come comunicare, quindi, la strategia di Employer Branding adottata da De Nora sulle due piattaforme? Come attrarre nuovi talenti?*

Per rispondere a queste necessità si è reso necessario **definire il posizionamento comunicativo di De Nora su Indeed e Glassdoor**, comprensiva di un'analisi delle best practice da adottare sulle piattaforme.

**Potenziare l'attrattività di De Nora come valido luogo di lavoro**

**Definire il posizionamento comunicativo di De Nora su Indeed e Glassdoor**

The screenshot displays the Glassdoor profile for De Nora. At the top, there are navigation tabs for 'Offerte di lavoro', 'Aziende', and 'Stipendi', along with search and notification icons. The main header features a colorful illustration of people working. Below this, the company name 'De Nora' is shown with a 'Segui' button and an 'Aggiungi foto' button. A statistics bar indicates 155 reviews, 37 jobs, 235 salaries, 30 interviews, 61 benefits, 24 photos, and 81 diversities. The 'Foto' tab is active, showing a grid of office photos and a 'Aggiungi foto' button. To the right, a section titled 'Percorsi professionali presso De Nora' includes a small illustration and the text 'Con 100 anni di storia e una'.

## Il target

Il progetto si è rivolto a **potenziali candidati da assumere** in impresa, concentrandosi su tre specifici profili professionali: laureati in discipline STEM, laureati in ambito economico e infine Industrial Technicians.

## Il progetto

Il progetto ha visto il **coinvolgimento** fin dalla fase iniziale **del team POR-SCH (People Organization Social Communication and Happiness) di De Nora**, fondamentale per **fornire informazioni rilevanti sulla realtà aziendale**, come le attività chiave, i servizi offerti, la cultura e la visione strategica, **nonché sull'Employee Value Proposition dell'impresa**, in termini di opportunità di formazione e sviluppo offerte, politiche di gestione dell'orario di lavoro e di welfare, iniziative di Diversity&Inclusion.

**La metodologia adottata ha previsto una prima fase di analisi delle best practice utilizzate dai competitor**

Per proporre De Nora come valido datore di lavoro, la metodologia adottata ha previsto una prima fase di **analisi delle best practice utilizzate dai competitor**, seguita da una **fase di creazione dei contenuti da condividere sulle piattaforme** e di **strutturazione delle linee guida per la gestione delle stesse**.

The screenshot shows the De Nora company profile on a job platform. At the top, there is a green header with the De Nora logo, a 3.9 star rating from 83 reviews, and buttons for 'Segui' and 'Scrivi una recensione'. Below the header, there is a navigation bar with tabs for 'Panoramica', 'Chi siamo', '83 Recensioni', 'Stipendi', '10 Lavori', '14 Domande', 'Colloqui', and '23 Foto'. A search bar is present with the text 'Altre informazioni su...'. The main content area features a video player titled 'De Nora centennial celebration' and a section titled 'Our History' with the following text: 'With 100 years of history and well-established international expertise, we are technological leaders in three business segments, each with its specific portfolio of products and services: Electrode Technologies, Energy Transition, and Water Technologies. We care deeply about the planet and understand that no one can address global challenges alone. At De Nora, we bring passion and values to collaborate with all those who aim to safeguard the environment, ensure clean water, and provide green energy for all as much as we do.'

## La fase di analisi

Il progetto ha preso avvio con una prima fase di **analisi benchmark** delle pagine di Indeed e Glassdoor **di competitor diretti e indiretti e comparable di De Nora**, con l'obiettivo di valutare le azioni comunicative intraprese e identificare le best practice da implementare sulle piattaforme.

In particolare, sono stati analizzati i seguenti elementi:

- la **strategia comunicativa** relativa alle pagine di “panoramica” e “chi siamo”;
- la proattività dei competitor e comparable nella **gestione delle piattaforme**, anche in riferimento alla sezione relativa alle “domande”;
- eventuali **criticità emergenti dalle recensioni** fornite dai professionisti e le **modalità di gestione delle stesse** da parte dei player analizzati.

Successivamente, a partire dai risultati emersi dall'analisi benchmark, è stata definita la **struttura da dare alle pagine** di De Nora, dei **testi** e delle **immagini e video da inserire al loro interno**.

---

**La fase di  
analisi ha visto  
l'ideazione di un  
concept per la  
creazione di un  
video corporate**

Infine, la fase di analisi ha visto l'**ideazione di un concept per la creazione di un video** corporate da veicolare nelle pagine di Indeed e Glassdoor. Nello specifico, il concept scelto ha previsto la **creazione di due sezioni**:

- una **prima parte di carattere più formale**, in cui raccontare la storia e la realtà di De Nora attraverso i dati che più la caratterizzano e distinguono;
- una **seconda parte, più emozionale**, con un racconto delle opportunità che De Nora offre in quanto posto di lavoro e del contributo che ciascun candidato può dare all'interno della realtà aziendale. Il video, infatti, si chiude con una call to action rivolta all'utente “Join us ... and discover more”. Un vero e proprio invito ad entrare a far parte del team e scoprire l'offerta di De Nora per i futuri membri dell'impresa.

## L'attuazione

La fase di analisi è stata preliminare alla fase attuativa del progetto, che ha visto la realizzazione delle seguenti attività:

- **Aggiornamento delle pagine di Indeed e Glassdoor** – Sono state innanzitutto **popolate le pagine “chi siamo” e “panoramica”** di Indeed e Glassdoor, arricchite da **nuovi testi e immagini** che raccontano la realtà aziendale e la sua cultura interna, con un focus rivolto alle **persone**. Questi contenuti sono stati realizzati in sei lingue (italiano, inglese, tedesco, giapponese, brasiliano, cinese) per le diverse pagine, al fine di raggiungere un pubblico internazionale, ovunque De Nora abbia una sede.

- **Creazione del video** – La **creazione del video istituzionale** ha previsto, a seguito dell'ideazione del concept, una **fase di riprese girate nella sede di De Nora**, in particolare nell'headquarter e negli stabilimenti produttivi di Milano e Cologno Monzese. A seguito del **montaggio**, il video è stato **veicolato esternamente attraverso il suo inserimento su Indeed e Glassdoor e sui diversi canali social**. Il contenuto è stato, inoltre, **tradotto in sei lingue** (italiano, inglese, tedesco, giapponese, brasiliano, cinese) per renderlo fruibile a un ampio pubblico.
- **Definizione delle linee guida** – Parallelamente, il progetto ha visto la **definizione di linee guida e best practice per la gestione delle recensioni** da veicolare internamente a De Nora con un duplice obiettivo: da un lato, coinvolgere i dipendenti e incentivarli a recensire l'impresa su Indeed e Glassdoor; dall'altro, definire le best practice da seguire, da parte del team HR, per gestire e rispondere adeguatamente a tali recensioni.

---

***Parallelamente,  
il progetto  
ha visto la  
definizione  
di linee guida  
e best practice  
per la gestione  
delle recensioni***



25 operating companies

*Il video corporate realizzato*

## La fase strategica

---

**Posizionare De Nora, nella mente dei possibili candidati, come luogo di lavoro desiderabile**

Il progetto si è successivamente evoluto con l'obiettivo di **posizionare De Nora**, nella mente dei possibili candidati, **come luogo di lavoro desiderabile**.

È stata quindi condotta **una ricerca quali-quantitativa**, in collaborazione con docenti di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano per **definire le Candidate Personas** di riferimento per l'impresa. Parallelamente **si è studiato il contesto esterno a De Nora**, con un particolare focus sui **trend del mondo del lavoro**, così da comprenderne le dinamiche.

Parallelamente, sono stati condotti dei **workshop per la compilazione del Business Model Canvas Comunicativo (BMCC) per l'Employer Branding**, al fine di individuare i fattori critici di successo e i fattori di successo di De Nora, da utilizzare come driver per definire la strategia di employer branding aziendale.

L'analisi del contesto esterno, l'identificazione delle Candidate Personas e la compilazione del BMCC per l'Employer Branding sono stati funzionali alla realizzazione di due elementi fondamentali nella strategia comunicativa di De Nora:

- **l'Employee Value Proposition (EVP) Statement**: uno statement che racchiude in una frase il perché De Nora dovrebbe essere scelta come futuro datore di lavoro;
- **i Valori fondanti dello stare bene in impresa**: quei principi fondamentali per tutti coloro che lavorano in De Nora, e che diventeranno i pilastri della sua strategia di employer branding.

La definizione di tutti questi elementi ha permesso di realizzare la **matrice di posizionamento** di De Nora, così da delineare una **strategia tempificata e sostenibile nel tempo**, e **calibrare gli sforzi dell'impresa in termini di investimenti comunicativi sui canali online e offline**.

Infine, l'ultimo step ha visto la **realizzazione di una Content strategy**, ossia **la traduzione del potenziale comunicativo dell'impresa in meta-temi da veicolare nei diversi canali**, coerenti con i bisogni e le caratteristiche delle Candidate Personas individuate.

---

**Definire una strategia tempificata e sostenibile nel tempo**

## Perché lavorare con noi?

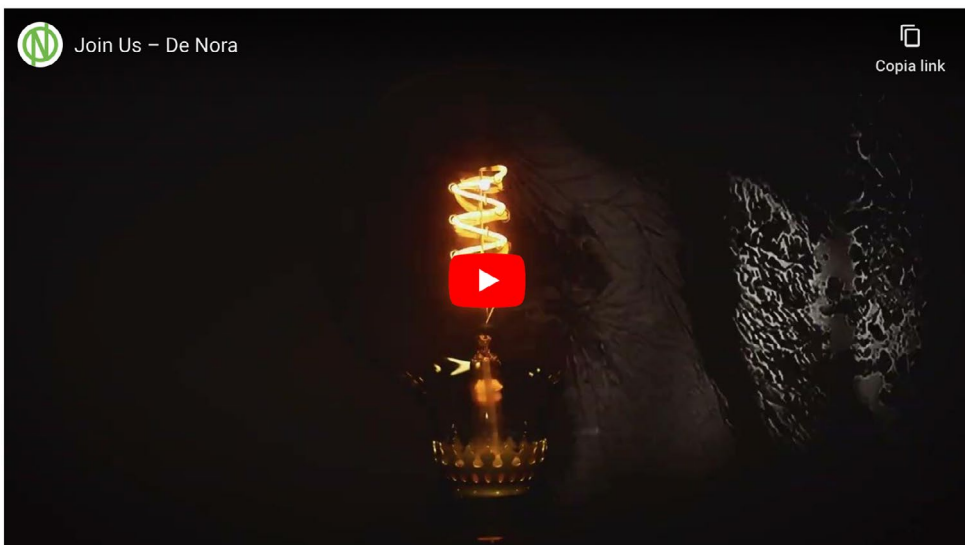


Benessere & Impegno sociale

Il nostro impegno per la sostenibilità

Ciò che offriamo

Perché lavorare con noi?



Nella storia di ogni grande azienda c'è una costante: un'idea visionaria. Ma questa idea da sola non basta... c'è bisogno di te. Unisciti a noi: **metti in gioco il tuo talento, la tua passione, la tua determinazione in De Nora.**

*Il video sulla pagina Glassdoor*



## I risultati

Grazie alle attività svolte, De Nora presenta ad oggi delle pagine complete e aggiornate su Indeed e Glassdoor, così da aumentare la sua visibilità e ottimizzare il suo posizionamento su questi canali come valido datore di lavoro.

Si riportano qui di seguito le performance ottenute nel periodo di riferimento (settembre 2023 - agosto 2024):

*Lingue in cui è stato tradotto il video corporate*

---

6

*Dipendenti coinvolti nella realizzazione del video*

---

28

*Impression su Glassdoor*

---

118.947

*Visualizzazioni sulla pagina di Glassdoor*

---

**10.164**

*Impression su Indeed*

---

**54.415**

*Visualizzazioni sulla pagina di Indeed*

---

**6.911**

# Scopri il cambiamento ordinato.

## CONTATTI

---

Viale Coni Zugna 5/a,  
Milano, Italia

02 87398458  
dd@dd-company.it  
dd-company.it



## PARTNER PER L'ITALIA DI

---



## CERTIFICATO ISO 9001

---



## RICONOSCIMENTI

---

