Smarter Hiring: risolvere le 7 incongruenze che rendono il recruiting più difficile



indeed

Informazioni su Indeed

Indeed è il sito numero uno al mondo per la ricerca di lavoro[1] grazie a oltre 615 milioni di profili di utenti di lavoro[2] e a 345 milioni di profili reperibili.[2] Indeed mette al primo posto chi cerca lavoro e, al contempo, offre velocemente candidati idonei alle aziende per soddisfarne le esigenze di recruiting. Ogni giorno mettiamo in contatto milioni di persone con opportunità di lavoro migliori per creare vite migliori, coniugando la tecnologia di IA più recente con la capacità di giudizio umana e le relazioni.

[1]Comscore, visite totali, marzo 2025
[2]Dati di Indeed (globali), account Candidati con indirizzo email univoco e verificato.
[3]Dati di Indeed (globali), utenti in cerca di lavoro con account pubblico e un indirizzo email univoco e verificato.

Sommario

Introduzione: il recruiting è sempre più complesso. Perché? 3

Le aziende vogliono competenze di leadership. Gli utenti in cerca di lavoro non lo sanno 5

Le aziende desiderano potenziale, mentre gli utenti in cerca di lavoro si affidano all'esperienza diretta 6

Le aziende utilizzano annunci di lavoro standard, che secondo gli utenti in cerca di lavoro sono troppo vaghi 7

Le aziende stanno perdendo candidati in favore della concorrenza, forse perché i loro processi sono troppo lenti 8

Le aziende e gli utenti in cerca di lavoro hanno opinioni diverse sull'importanza dei benefit principali 9

Sia le aziende che gli utenti in cerca di lavoro utilizzano l'intelligenza artificiale, ma non concordano su ciò che è accettabile 10

Nuove competenze: di chi è la responsabilità? Entrambe le parti sono in una situazione di stallo 11

Cosa possono fare i datori di lavoro nell'immediato 12

Metodologia 13

Riepiloghi per Paese 14

Introduzione

Il recruiting è sempre più complesso. Perché?

Le aziende e i candidati condividono lo stesso obiettivo: entrambi desiderano trovare la soluzione ideale per le loro esigenze, che si tratti della persona o del ruolo giusto. Tuttavia, le due parti hanno una visione del processo di recruiting profondamente diversa.

Entrambi pensano che **il recruiting stia diventando sempre più difficile.**[4] Tuttavia, le loro opinioni sul *perché* ciò sia complicato sono spesso in conflitto. In base alle ricerche di Indeed, le organizzazioni affermano che il problema principale è che troppi pochi candidati hanno le competenze richieste. Gli utenti in cerca di lavoro, invece, ritengono che l'ostacolo principale sia l'elevato numero di candidati.

Come possono essere vere entrambe le cose?

Un nuovo sondaggio globale di Indeed dedicato alle aziende e ai candidati rivela che tutto ciò è dovuto in gran parte a fraintendimenti ed errori in termini di comunicazione in merito a ciò che le organizzazioni desiderano.

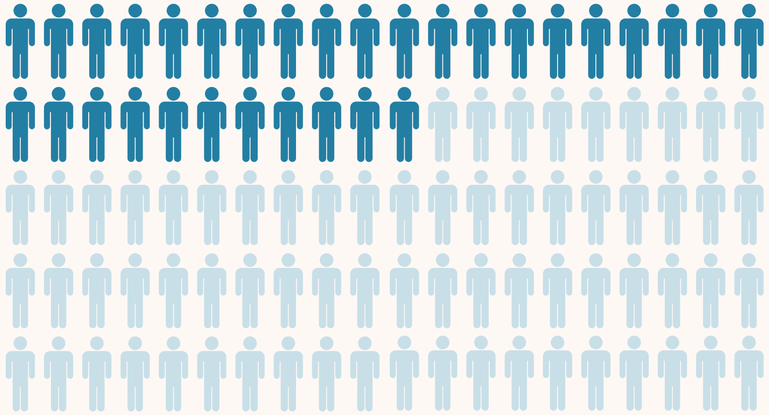
Questo porta a incomprensioni tra i due gruppi a ogni livello del processo di recruiting, dalla ricerca di lavoro alla fase di candidatura, fino alla presentazione di un'offerta allettante per i candidati di oggi.

In questo report analizzeremo sette ostacoli chiave emersi dal sondaggio "Smarter Hiring Survey" di Indeed, un'indagine online condotta a livello mondiale su oltre 9.300 datori di lavoro e utenti in cerca di lavoro in 12 Paesi. Il sondaggio, realizzato in collaborazione con YouGov[5], esplora le numerose incomprensioni tra le due parti. Questo report offre consigli da parte di esperti su come colmare queste lacune per favorire candidature più idonee, più velocemente.

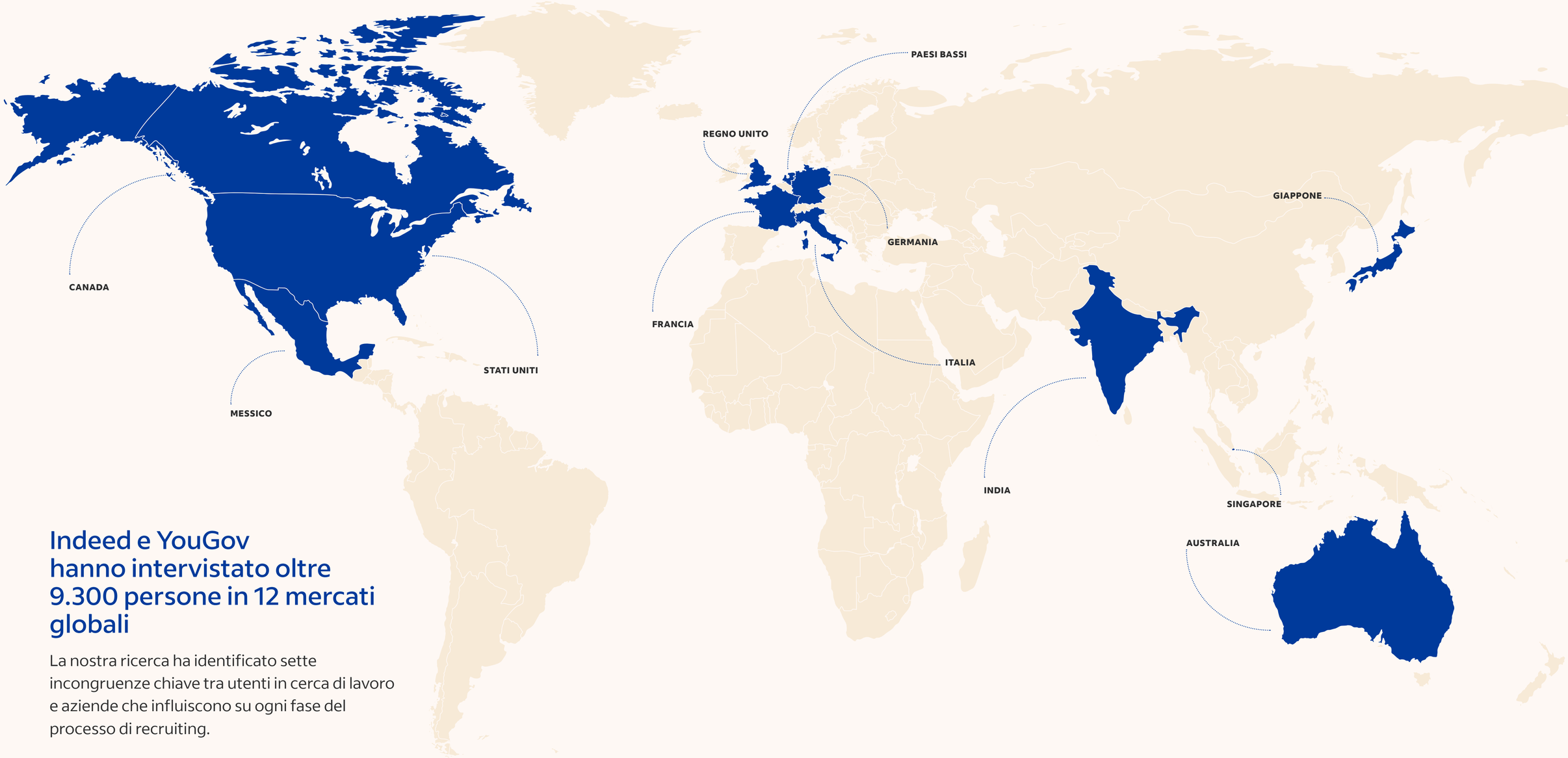
[4] Un recruiting più mirato e data-driven: edizione dedicata alla qualità e alle competenze
[5] Metodologia p. 13



29 %
Le aziende che affermano che il problema principale è la carenza di candidati con le competenze richieste.



31 %
Gli utenti in cerca di lavoro che affermano che il problema principale è l'elevato numero di candidati.



Indeed e YouGov hanno intervistato oltre 9.300 persone in 12 mercati globali

La nostra ricerca ha identificato sette incongruenze chiave tra utenti in cerca di lavoro e aziende che influiscono su ogni fase del processo di recruiting.

Sondaggio di Indeed e YouGov 2025. 6.837 utenti in cerca di lavoro e 2.481 aziende in totale. Consulta la metodologia completa a pagina 13.

Incongruenza n. 1

Le aziende vogliono competenze di leadership. Gli utenti in cerca di lavoro non lo sanno

Le aziende cercano candidati con competenze di leadership, ma non riescono a trovarli. Il 40% afferma che queste competenze, insieme a quelle manageriali, ad esempio la capacità di gestire i cambiamenti e guidare team ibridi e da remoto, sono le lacune più critiche che riscontrano. Queste sono le seconde competenze più importanti che i datori di lavoro valutano in un candidato, dopo quelle trasferibili, come il pensiero critico e la comunicazione.

Allora perché le aziende faticano a trovare candidati con competenze di leadership? Perché gli utenti in cerca di lavoro non sono a conoscenza di questa necessità.

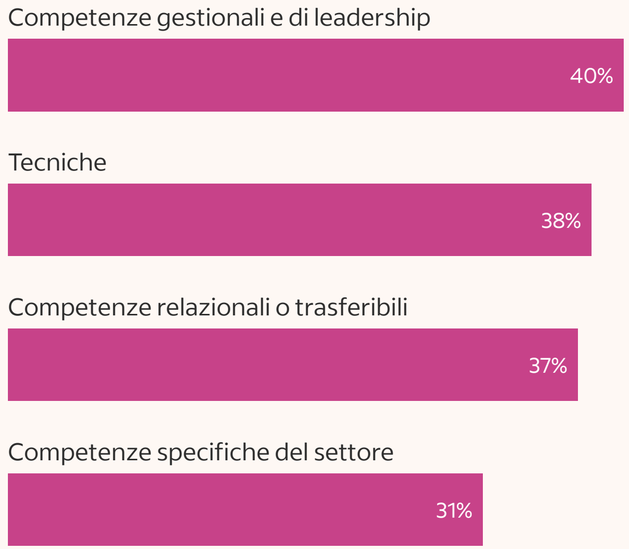
Secondo il sondaggio, gli utenti in cerca di lavoro ritengono che le competenze di leadership siano meno importanti rispetto a quanto credono le aziende. A loro volta, pensano che sia più importante mettere in evidenza, nelle proprie candidature, le abilità specifiche del settore.

"I candidati presumono che le aziende già sappiano che possiedono competenze relazionali o trasferibili", afferma Michelle Slater, Senior Marketing Director, Americas Region and Global Partnerships di Indeed. Le aziende, dal canto loro, presumono che gli utenti in cerca di lavoro sappiano quanto siano interessate a persone capaci di lavorare in team e con buone capacità di pensiero critico. Queste supposizioni si traducono in opportunità mancate per entrambe le parti, dice Slater.

Punto da ricordare: se le aziende cercano competenze di leadership, devono essere quanto più chiare possibile, suggerisce Slater. Devono spiegarlo chiaramente nell'annuncio di lavoro e chiedere ai candidati esempi concreti durante i colloqui. Devono fare domande sui momenti difficili che i candidati hanno affrontato all'interno del team e chiedere dei risultati che hanno ottenuto.

Competenze più richieste

Le aziende affermano che le competenze in ambito gestionale e di leadership sono in cima alla lista delle lacune critiche all'interno delle loro organizzazioni.



Domanda posta alle aziende: quali sono oggi le competenze che mancano maggiormente all'interno della tua organizzazione? (Seleziona tutte le risposte pertinenti)

Incongruenza n. 2

Le aziende desiderano potenziale, mentre gli utenti in cerca di lavoro si affidano all'esperienza diretta

Molti utenti in cerca di lavoro si sottovalutano non solo in termini di competenze di leadership, ma anche di potenziale di crescita.

Sta prendendo piede un recruiting basato sulle competenze[6], e ciò significa che i datori di lavoro danno meno importanza alle aziende in cui i candidati hanno lavorato o alla scuola che hanno frequentato, puntando di più, invece, sulle competenze specifiche che hanno sviluppato. Infatti, in base al sondaggio di Indeed, più della metà dei datori di lavoro (62%) preferisce assumere una persona che abbia in egual misura competenze, esperienza e potenziale. Dal canto loro, gli utenti in cerca di lavoro si sentono più sicuri a candidarsi per posizioni che rispecchiano la loro esperienza diretta.

"C'è un divario di percezione", afferma Aidan McLaughlin, Director of Thought Leadership di Indeed. "Le aziende cercano candidati con potenziale, ma gli utenti in cerca di lavoro si escludono dal processo."

Questo divario potrebbe crescere nell'era dell'intelligenza artificiale (IA), avverte McLaughlin. Poiché la tecnologia eseguirà sempre più compiti fra quelli che le persone svolgono al giorno d'oggi, l'esperienza sarà molto meno rilevante della capacità di evolversi. "Bisogna trovare persone che siano pronte a soddisfare le esigenze di un futuro che ancora non conosciamo e comprendiamo", afferma McLaughlin.

La metà dei datori di lavoro preferisce assumere persone che dimostrano adattabilità e competenze trasferibili, come il pensiero critico e la comunicazione. Tuttavia, non fanno abbastanza per far sì che ciò sia chiaro per gli utenti in cerca di lavoro.

Punto da ricordare: per colmare il divario, McLaughlin esorta le aziende a comunicare in modo molto più esplicito agli utenti che sono alla ricerca di potenziale, e che le esperienza pregresse per loro contano fino a un certo punto. "È semplice", dice. "Bisogna spiegarlo chiaramente, senza girarci intorno."

Competenze che indicano potenziale

Un modo per individuare i candidati desiderosi di fare carriera: osservare come investono su se stessi. Indeed e Udemy, una piattaforma di apprendimento online, hanno recentemente avviato una partnership per permettere agli utenti in cerca di lavoro di accedere gratuitamente ai corsi di Udemy sulle competenze tecniche, aziendali e relazionali. Completando un corso, gli utenti possono facilmente aggiungere competenze specifiche al proprio CV. Per i datori di lavoro, vedere che i candidati trovano il tempo per questi e altri corsi di sviluppo delle competenze "è un segnale positivo", afferma Hugo Sarrazin, AD di Udemy. "Questa è una persona curiosa, che ha grinta e che può assumersi la responsabilità del proprio futuro".

La metà delle aziende afferma di sentirsi più sicura nell'assumere persone che dimostrano adattabilità e competenze trasferibili.



[6]Report annuale di Indeed del 2024

Dati di Indeed del 2025

Incongruenza n. 3

Le aziende utilizzano annunci di lavoro standard, che secondo gli utenti in cerca di lavoro sono troppo vaghi

Gli annunci di lavoro causano molta confusione durante il processo di recruiting. Un quarto degli utenti afferma che descrizioni vaghe delle posizioni rappresentano l'ostacolo principale.

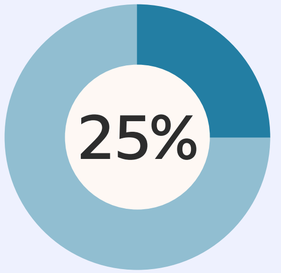
Gli annunci di lavoro spesso hanno uno stile obsoleto e sono pieni di gergo standard e requisiti datati che non fanno altro che confondere. "È un mare di monotonia", dice McLaughlin.

Per trovare candidati idonei, è importante che i datori di lavoro comunichino chiaramente quali sono le competenze che cercano e ripensino completamente il modo in cui scrivono le descrizioni delle posizioni.

Per cominciare, McLaughlin esorta le aziende a smettere di dare un'importanza secondaria alle descrizioni delle posizioni. Sono la prima cosa che vede chi cerca lavoro e fanno la differenza quando un utente decide di candidarsi. Se i datori di lavoro desiderano candidati con le competenze giuste, scrivere un annuncio di lavoro chiaro e convincente è una parte cruciale del processo.

McLaughlin consiglia di evitare il "linguaggio aziendale". "Si è diffusa purtroppo l'abitudine di usare termini vaghi come "dinamico" o "rock star", dice. Queste ambiguità spesso inducono i candidati a pensare che non siano sufficientemente qualificati. "Questo modo di fare esclude persone potenzialmente adatte al ruolo", afferma McLaughlin.

Punto da ricordare: McLaughlin consiglia alle aziende di iniziare a vedere le descrizioni delle posizioni come un esercizio narrativo per aiutare gli utenti in cerca di lavoro a immaginarsi in un determinato ruolo. Se sono davvero disponibili ad assumere candidati provenienti da percorsi di carriera diversi, dovrebbero indicarlo nell'annuncio di lavoro. Inoltre, possono rimandare a risorse come i social media e la pagina Lavora con noi del loro sito web per condividere le testimonianze dei dipendenti, per mettere in risalto i candidati con competenze trasferibili che hanno avuto successo nella loro organizzazione. "Le aziende dovrebbero cercare di raccontare una storia migliore per gli utenti in cerca di lavoro", afferma McLaughlin. "Bisogna insegnare a entrambi i lati del mercato a capire quali elementi dimostrano potenziale."



Gli utenti in cerca di lavoro che affermano che le descrizioni delle posizioni troppo vaghe rappresentano il principale ostacolo che devono affrontare.

Incongruenza n. 4

Le aziende stanno perdendo candidati in favore della concorrenza , forse perché i loro processi sono troppo lenti

Trovare le persone giuste per un lavoro è solo un lato della medaglia. La sfida successiva per i datori di lavoro consiste nel guidare i candidati attraverso il processo di recruiting senza perderli lungo il percorso. Un'azienda su cinque dichiara che il problema più diffuso nell'ambito del recruiting consiste nel perdere candidati in favore della concorrenza.

Una potenziale causa: il tempo impiegato per presentare un'offerta.

Quasi il 20% degli utenti in cerca di lavoro afferma che le assunzioni sono più lente rispetto a un anno fa, ma solo il 13% delle aziende pensa che sia così. Sebbene entrambe le parti concordino sul fatto che un lasso di tempo ragionevole per passare dalla candidatura all'offerta sia tra le due e le quattro settimane, circa un quarto degli utenti afferma che inizierà a cercare altrove qualora ce ne volessero più di due. In tal modo, questi ultimi non devono aspettare che siano le organizzazioni a prendere una decisione. E questo penalizza entrambe le parti.

Le aziende potrebbero perdere candidati adatti, ma ci sono anche altri svantaggi. Quasi il 30% degli utenti in cerca di lavoro afferma che un processo di recruiting lento dà loro una visione negativa dell'azienda. E questa può diffondersi, avverte Slater. "Se i candidati hanno esperienze di recruiting insoddisfacenti, se ci vuole troppo tempo o se si sentono semplicemente dimenticati e ignorati, ciò influirà in modo significativo sulla reputazione di un brand", afferma.

Punto da ricordare: c'è ancora speranza. Circa la metà delle aziende afferma che il processo di recruiting può essere velocizzato semplificando i colloqui, verificando le referenze più rapidamente e utilizzando l'intelligenza artificiale. Se non si può procedere più velocemente, bisogna almeno tenere informati i candidati con aggiornamenti regolari. "L'intervallo di tempo tra le fasi del processo di recruiting è importante quanto le fasi stesse", afferma McLaughlin.

Un recruiting lento può essere causa di burnout

Quando le aziende non coprono le posizioni aperte abbastanza rapidamente, sono i dipendenti esistenti a doversi occupare dei compiti extra. Ciò può contribuire al burnout, che è già diffuso sul posto di lavoro. In base alle ricerche di Indeed, solo la metà dei datori di lavoro ritiene che la maggior parte del proprio team stia attualmente prosperando.

Questo non solo va a discapito del benessere dei dipendenti, ma può anche compromettere le attività di recruiting. Slater afferma che, al giorno d'oggi, molti utenti in cerca di lavoro si affidano alle recensioni dei dipendenti per saperne di più sulla cultura aziendale. Aggiunge: "Se i tuoi dipendenti non sono soddisfatti e ritengono che la tua azienda non sia un buon posto in cui lavorare, il recruiting diventerà molto più difficile."

Circa un quarto degli utenti in cerca di lavoro afferma che inizierà a cercare altrove nel caso in cui non dovesse ricevere un'offerta entro due settimane.



Incongruenza n. 5

Le aziende e gli utenti in cerca di lavoro hanno opinioni diverse sull'importanza dei benefit principali

L'offerta di lavoro rappresenta l'ultimo passaggio del processo di recruiting, ma il disallineamento con le aspettative dei candidati può comunque compromettere l'intera procedura.

Le aziende, ad esempio, comprendono quanto l'equilibrio tra lavoro e vita privata sia importante per i candidati, ma potrebbero sottovalutare *quanto* è fondamentale. Per oltre un terzo degli utenti in cerca di lavoro, la flessibilità, compreso l'equilibrio tra lavoro e vita privata, è il fattore principale durante la valutazione di un'offerta. Tuttavia, meno di un quarto dei datori di lavoro ritiene che questo sia l'aspetto più rilevante.

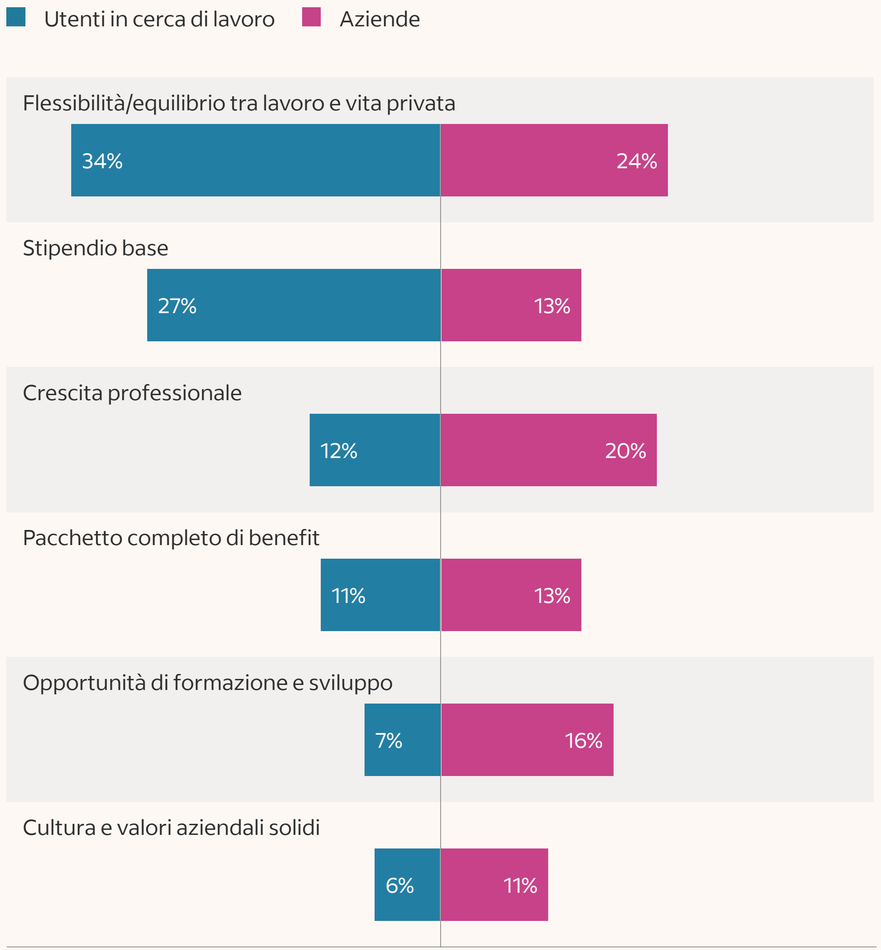
Lo stipendio base è la seconda priorità per chi cerca lavoro, ma si colloca al quarto posto per le aziende.

Naturalmente, non tutte le aziende possono offrire retribuzioni elevate oppure opzioni di lavoro da remoto. Tuttavia, piccoli cambiamenti possono aiutare a colmare il divario.

Punto da ricordare: innanzitutto, chiarisci cosa intendi per "flessibilità" e "lavoro ibrido". Per le posizioni da svolgere in presenza, spiega come i dipendenti possono modificare il proprio orario di lavoro se necessario. Offri esempi di come la tua azienda dedica del tempo alle realtà della vita familiare. Troppo spesso, i datori di lavoro sorvolano su questi dettagli, il che secondo McLaughlin porta a una discrepanza di aspettative. "Gli utenti in cerca di lavoro desiderano flessibilità, ma hanno paura di farne richiesta perché non vogliono dare un'impressione sbagliata", afferma McLaughlin. "Le aziende devono offrirla per aprire la strada".

Quali sono, secondo gli utenti in cerca di lavoro e le aziende, gli elementi più interessanti di un'offerta di lavoro?

La flessibilità è più importante di quanto la maggior parte dei datori di lavoro possa immaginare.



Domanda posta agli utenti in cerca di lavoro: qual è il fattore decisivo più importante per te nella scelta tra le diverse offerte di lavoro?
Domanda posta alle aziende: quale dei seguenti elementi della tua offerta di lavoro ritieni sia quello più interessante per i candidati?

Dati di Indeed del 2025

Incongruenza n. 6

Sia le aziende che gli utenti in cerca di lavoro utilizzano l'intelligenza artificiale, ma non concordano su ciò che è accettabile

Tra queste discrepanze, l'IA sta creando nuova confusione. Sia gli utenti in cerca di lavoro che le aziende la utilizzano nel processo di recruiting, eppure le due parti si giudicano a vicenda per l'uso che ne fanno.

Il 70% degli utenti in cerca di lavoro afferma che l'IA funziona meglio per scrivere e modificare CV e lettere di presentazione. Tuttavia, solo un terzo delle aziende ritiene che questo sia un modo accettabile in cui i candidati possono utilizzarla. Al contempo, circa tre quarti delle aziende afferma che l'IA aiuta a velocizzare il recruiting quando viene utilizzata per selezionare i candidati, riassumere le esperienze e automatizzare le attività di pianificazione, ma solo un quarto degli utenti approva questo modo di fare. Il 18% di questi ultimi, infatti, ritiene che le aziende non dovrebbero utilizzare l'IA per il recruiting.

Entrambe le parti temono che l'IA possa rendere il recruiting meno equo alimentando pregiudizi storici, scartando i candidati in base a parole chiave arbitrarie o dando un vantaggio a coloro che capiscono come aggirare il sistema. Questo potrebbe aiutare a spiegare perché quasi un quinto (19%) delle aziende non utilizza affatto l'IA nel recruiting. E non lo fa neanche circa il 40% degli utenti in cerca di lavoro.

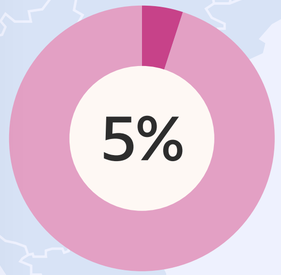
La tecnologia può ridurre il carico di lavoro, ma Slater afferma che gli utenti in cerca di lavoro devono sempre sapere che c'è una persona dall'altra parte del processo decisionale, per garantire una comunicazione cordiale, un feedback costruttivo e interazioni ponderate. "Le persone hanno paura di essere valutate da un bot" dice Slater. "C'è un elemento umano del recruiting che non può essere dimenticato."

Punto da ricordare: Slater afferma che la trasparenza può aiutare ad attenuare i dubbi in merito all'intelligenza artificiale. Consiglia alle aziende di spiegare non solo come utilizzano l'IA, ma anche *perché* lo fanno, a comunicare in che modo gli strumenti di IA possono effettivamente contribuire a rendere il recruiting più equo e a come utilizzarli per accelerare il processo. Ma soprattutto: suggerisce di non far fare tutto all'IA.

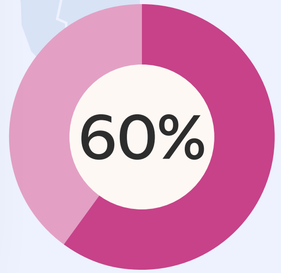
L'esempio dell'India

Quando l'intelligenza artificiale entra a far parte del team di recruiting, le cose possono muoversi più velocemente: basta chiedere alle aziende in India. Non si tratta solo di uno dei mercati più veloci in termini di recruiting tra i 12 Paesi presi in esame, ma è anche quello principale in quanto ad adozione dell'IA da parte delle aziende.

Tuttavia, le aziende in India non utilizzano l'intelligenza artificiale solo per velocizzare il processo di recruiting, ma sono anche aperte al modo in cui viene utilizzata dagli utenti in cerca di lavoro. Questo suggerisce che più le aziende utilizzano l'IA, più ne comprendono i vantaggi per chi cerca lavoro.



Le aziende indiane che affermano di non utilizzare strumenti di IA nell'ambito del recruiting, rispetto al 19% a livello globale.



Le aziende in India che presentano offerte di lavoro in meno di quattro settimane.

Dati di Indeed del 2025

Incongruenza n. 7

Nuove competenze: di chi è la responsabilità? Entrambe le parti sono in una situazione di stallo

L'IA non sta solo cambiando il recruiting, ma sta anche rimodellando la forza lavoro. Tuttavia, le aziende e gli utenti in cerca di lavoro non sono d'accordo sulla rapidità di questo cambiamento.

In entrambi i gruppi, la maggior parte afferma che le competenze dei lavoratori dovranno evolversi entro 3-5 anni, con l'IA come fattore più citato. Tuttavia, mentre l'82% delle aziende prevede la necessità di aggiornare le competenze dei dipendenti, solo il 67% degli utenti in cerca di lavoro lo fa. Questo divario è ancora più ampio nei Paesi Bassi, dove solo il 38% degli utenti in cerca di lavoro prevede un cambiamento in termini di competenze, rispetto al 69% delle aziende.

Quindi, chi ha il compito di preparare i lavoratori? Dipende dai soggetti a cui si pone la domanda. Le aziende affermano che è responsabilità dei manager di qualsiasi livello, mentre gli utenti in cerca di lavoro dicono che dipende da loro e dai loro manager diretti.

Hanno entrambi ragione, afferma Sarrazin di Udemy: "Questo è un cambiamento piuttosto trasformativo. Tutti devono partecipare". Per gli utenti in cerca di lavoro, Udemy offre corsi che coprono ogni aspetto, dai fondamenti dell'intelligenza artificiale all'utilizzo di questo strumento per i lavoratori in prima linea, fino alla leadership nell'era dell'intelligenza artificiale. "I dipendenti hanno un'enorme opportunità di assumersi la responsabilità dei loro percorsi di apprendimento", afferma Sarrazin.

Punto da ricordare: nessuno dovrebbe starsene con le mani in mano. Gli strumenti di IA sono potenti, ma devono essere usati in modo responsabile. Sarrazin afferma che i lavoratori possono prendere l'iniziativa per sviluppare le proprie capacità, mentre i manager possono assicurarsi che i team esplorino i nuovi strumenti in modo responsabile.

I tre pilastri delle nuove competenze di IA

In qualità di Global Director of Brand Planning, Strategy and Operations di Indeed, Megan Myers dirige le iniziative di formazione e adozione dell'IA per il team di marketing. Afferma che qualsiasi programma relativo alle nuove competenze di IA dovrebbe concentrarsi su tre aspetti:

Consapevolezza: assicurati che i dipendenti comprendano gli strumenti a loro disposizione e come accedervi in un modo adatto per la tua azienda.

Formazione: inizia chiedendo alle persone cosa sanno già sull'IA e cosa sono più desiderose di imparare. Dopodiché, organizza sessioni di formazione con esempi pratici di come i dipendenti possono utilizzare l'IA per il loro lavoro e offri opzioni che consentano loro di "scegliere la propria avventura" mentre imparano.

Adozione: misura l'andamento delle tue iniziative in termini di adozione. Ad esempio, puoi semplicemente chiedere ai dipendenti come hanno utilizzato l'IA al lavoro o, per ruoli più tecnici, analizzare i contributi al codice. I dati interni di Indeed mostrano che oltre il 33% del nuovo codice è scritto mediante l'IA: puntiamo a superare il 50% entro la fine dell'anno fiscale 2025.[9]

[9]Dati interni di Indeed, basati sulla percentuale di codice scritto (Percent Code Written, PCW). Questa percentuale rispecchia, in modo proporzionale, i contributi forniti dall'IA per la scrittura del codice in termini di numero di caratteri in tutta l'azienda.

Soluzioni

Cosa possono fare i datori di lavoro nell'immediato

Le aziende e gli utenti in cerca di lavoro fanno sostanzialmente parte dello stesso team, solo che utilizzano manuali diversi. Ecco come le organizzazioni possono mettere in pratica i risultati di questa ricerca ed entrare in sintonia con le persone che desiderano assumere.

- **Rinnova le descrizioni delle posizioni tenendo conto delle competenze necessarie**
  Concentrati sulla narrazione: descrivi le competenze desiderate, come misuri il successo nel ruolo e fai esempi di persone che hanno avuto successo in posizioni simili.

- **Fai domande sulle competenze di leadership durante i colloqui**
  Rendi la leadership una priorità chiara e concreta, chiedendo ai candidati esempi reali. Non dare per scontato che questi decideranno autonomamente di parlarne.

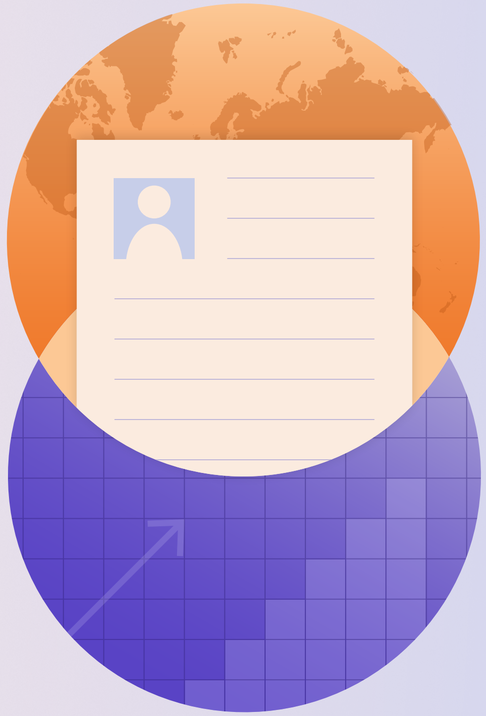
- **Semplifica e comunica durante il processo di recruiting**
  Riduci le fasi dei colloqui non necessarie e automatizza i processi che non richiedono l'intervento umano, come la pianificazione. Tieni informati i candidati in ogni fase. Il silenzio rende il processo più lento e indebolisce il tuo brand.

- **Offri flessibilità nelle offerte di lavoro**
  Parla fin dall'inizio dell'equilibrio tra lavoro e vita privata, sia nelle descrizioni delle posizioni che durante i colloqui. Se non puoi offrire la massima flessibilità, fornisci informazioni specifiche sulle opzioni disponibili. Inoltre, non aspettare che siano gli utenti in cerca di lavoro a farti queste domande.

- **Sii trasparente in merito all'IA e offri il tuo supporto per l'aggiornamento delle competenze**
  Per aumentare la fiducia degli utenti in cerca di lavoro, spiega come (e perché) utilizzi l'IA nel recruiting. Al contempo, investi nell'aggiornamento delle competenze del personale attraverso la formazione sul posto di lavoro e opportunità di apprendimento che i dipendenti possono perseguire in autonomia.

Nonostante tutte le loro differenze, gli utenti e le aziende condividono molti punti in comune sul valore delle competenze relazionali e dell'equilibrio tra lavoro e vita privata, con un reciproco cauto ottimismo nei confronti dell'IA. La sfida ora è trasformare quel terreno comune in un'azione comune. Ciò implica una comunicazione più chiara e la volontà di evolversi.

Il futuro del recruiting non riguarda solo i nuovi strumenti, bensì un migliore allineamento, la condivisione delle responsabilità e la creazione di un mercato del lavoro che funzioni per tutti.



Metodologia

Il report annuale di Indeed per un recruiting più efficace si basa su un sondaggio online condotto dal 30 aprile al 19 maggio 2025.

Hanno partecipato:

- 6.837 utenti in cerca di lavoro, definiti come individui occupati a tempo pieno o part-time oppure alla ricerca di un impiego.
- 2.481 aziende, rappresentate da persone con ruoli manageriali all'interno dell'organizzazione.

Questo sondaggio include 12 dei mercati principali di Indeed. I partecipanti per Paese sono stati distribuiti come segue:

- Utenti in cerca di lavoro: Stati Uniti (1.014), Canada (505), Regno Unito (1.012), Germania (503), Francia (504), Paesi Bassi (255), Italia (508), India (1.010), Singapore (506), Giappone (520), Australia (249), Messico (251)
- Aziende: Stati Uniti (511), Canada (100), Regno Unito (504), Germania (256), Francia (100), Paesi Bassi (100), Italia (102), India (251), Singapore (103), Giappone (253), Australia (100), Messico (101)

Per fare riferimento a questa ricerca, usa la seguente citazione:

Sondaggio di Indeed e YouGov, 2025
Totale: 6.837 utenti in cerca di lavoro e 2.481 aziende

A causa delle differenze nelle dimensioni dei campioni per Paese, alcune percentuali che rappresentano i totali in tutti i 12 mercati principali potrebbero non corrispondere al 100%.

Risorse

Esplora altri dati di settore ottenuti dalla ricerca globale di Indeed.

Un recruiting più mirato e data-driven: edizione dedicata alla qualità e alle competenze

Guida al recruiting basato sulle competenze per i datori di lavoro: perché assumere in base alle competenze è vantaggioso per le persone e per le aziende

Report globale di Indeed sulla talent acquisition: insight sulla forza lavoro multigenerazionale

In sintesi: i punti salienti per Paese

Australia: un eccesso di candidati
Un quinto dei datori di lavoro australiani, più che in qualsiasi altro paese, afferma di ricevere troppe candidature.

Canada: cambiamenti delle competenze a causa dell'IA
Circa tre quarti delle aziende e degli utenti in cerca di lavoro prevedono che le competenze dei dipendenti dovranno cambiare nei prossimi 3-5 anni. Circa la metà delle aziende e un terzo degli utenti pensano che ciò sarà dovuto all'IA.

Francia: incongruenze durante il processo di recruiting
Più di un quarto degli utenti in cerca di lavoro in Francia cita l'elevata concorrenza e la scarsa comunicazione da parte delle aziende come ostacoli principali. Tuttavia, quasi un terzo dei datori di lavoro in questo Paese afferma che i candidati si aspettano troppo e non dispongono delle competenze richieste.

Germania: disaccordo su ciò che conta nelle offerte di lavoro
Più del 40% degli utenti in cerca di lavoro in Germania ritiene che lo stipendio base sia il fattore più importante in un'offerta, la percentuale più alta di qualsiasi altro Paese. Eppure, solo il 16% delle aziende è della stessa opinione.

India: un'adozione diffusa dell'IA
L'India è leader mondiale nell'adozione dell'IA per il recruiting. Solo il 5% delle aziende e l'8% degli utenti in cerca di lavoro affermano di non utilizzarla nel processo di recruiting. Questi sono tra i meno propensi a ritenere che l'utilizzo dell'IA sia inaccettabile in questo ambito.

Italia: incomprensioni sull'equilibrio tra lavoro e vita privata
Circa il 40% degli utenti in cerca di lavoro in Italia afferma che l'equilibrio tra lavoro e vita privata è l'aspetto più importante nelle offerte di lavoro, ma solo il 17% delle aziende la pensa allo stesso modo. Si tratta del dato più basso fra tutti i Paesi presi in esame.

Giappone: opinioni divise sull'IA
Quasi la metà degli utenti in cerca di lavoro giapponesi non utilizza l'IA per candidarsi. Ciò significa che l'IA viene utilizzata meno rispetto alla media globale e molto meno di quanto i datori di lavoro giapponesi pensino sia necessario. Solo il 7% delle aziende ritiene che gli utenti non dovrebbero utilizzare l'intelligenza artificiale nel processo di recruiting.

Messico: enfasi sulle competenze di leadership
Il Messico è in testa alla classifica a livello globale per l'importanza che i datori di lavoro attribuiscono alle competenze in ambito gestionale e di leadership, con il 42% degli intervistati che le considerano come gli aspetti più importanti nella valutazione dei candidati.

Paesi Bassi: insolito allineamento sulla necessità di esperienza nel settore
A differenza di tutti gli altri Paesi presi in esame, le aziende nei Paesi Bassi affermano di sentirsi più sicure nell'assumere candidati con esperienza diretta nel settore. Sono quindi in linea con il 65% degli utenti in cerca di lavoro nel Paese, i quali affermano di sentirsi maggiormente a proprio agio nel candidarsi se hanno esperienza nel settore.

Singapore: rallentamento dei processi di recruiting?
Gli utenti in cerca di lavoro a Singapore sono i più inclini di tutti i mercati intervistati ad affermare che il processo di recruiting sta diventando molto più lento: il 32% è di questa opinione, rispetto al 19% a livello globale.

Regno Unito: riluttanza nei confronti dell'IA
Il Regno Unito è il Paese più restio ad adottare l'IA. Quasi due terzi degli utenti in cerca di lavoro e un terzo delle aziende affermano di non utilizzare strumenti di IA per il recruiting. Inoltre, il 21% delle aziende del Regno Unito sostiene che gli utenti non dovrebbero farne uso: ciò rappresenta più del doppio rispetto alla media globale (9%).

Stati Uniti: diverse percezioni sulla rapidità del recruiting
Il 24% degli utenti in cerca di lavoro afferma che il processo di recruiting sta rallentando, rispetto al 19% degli utenti in tutto il mondo. Le aziende, dal canto loro, pensano il contrario: circa un quarto afferma che il recruiting sta accelerando.

Riepiloghi per Paese

Australia: un eccesso di candidati

Panoramica

Il mercato del lavoro australiano è diviso tra aziende che cercano competenze in ambito gestionale e di leadership e utenti in cerca di lavoro che si concentrano su competenze specifiche del settore. Entrambe le parti apprezzano l'equilibrio tra lavoro e vita privata, ma vedono la velocità di assunzione, l'importanza degli stipendi e i cambiamenti dovuti all'IA in modo molto diverso.

Competenze dei candidati

Il 45% delle aziende in Australia afferma che le competenze in ambito gestionale e di leadership sono le più carenti nelle loro organizzazioni, e queste sono le più ricercate nei candidati. Gli utenti in cerca di lavoro, tuttavia, ritengono che siano le competenze specifiche del settore quelle più importanti. Entrambe le parti concordano sul fatto che le competenze tecniche contano meno. Anche i fattori che rafforzano la fiducia di entrambi i gruppi sono diversi: più della metà delle aziende si sente più sicura nell'assumere candidati con un mix di esperienza, competenze e potenziale, mentre più di due terzi degli utenti in cerca di lavoro si sentono sicuri a candidarsi se hanno già esperienza nel settore.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Più di un terzo degli utenti in cerca di lavoro afferma che la concorrenza è la sfida più grande, e i dati delle aziende lo confermano. **Un quinto dei datori di lavoro australiani, più che in qualsiasi altro Paese, afferma di ricevere troppe candidature.** Tuttavia, è leggermente più probabile che le aziende citino le elevate aspettative dei candidati come l'ostacolo principale. Come nella maggior parte dei Paesi, le aziende (19%) sono più propense rispetto a chi cerca un impiego (10%) ad affermare che il recruiting sta accelerando, mentre il 19% di questi ultimi afferma il contrario. Per quanto riguarda le offerte di lavoro, entrambi i gruppi concordano sul fatto che l'equilibrio tra lavoro e vita privata è l'aspetto più importante. Tuttavia, circa un quarto degli utenti ritiene più importante lo stipendio base, rispetto ad appena il 10% dei datori di lavoro.

Uso dell'IA

Le aziende utilizzano maggiormente l'IA rispetto agli utenti in cerca lavoro: il 38% di questi ultimi in Australia non utilizza l'intelligenza artificiale per candidarsi, rispetto ad appena il 13% delle aziende che non la utilizzano nel recruiting. Anche i datori di lavoro prevedono cambiamenti in futuro: l'81% afferma che le competenze dovranno evolversi entro cinque anni, mentre solo il 66% degli utenti in cerca di lavoro è della stessa opinione. Tuttavia, entrambi i gruppi indicano l'intelligenza artificiale come uno dei principali fattori alla base di questo cambiamento (43% delle aziende e 37% di chi cerca lavoro).



Riepiloghi per Paese

Canada: cambiamenti delle competenze dovuti all'IA



Panoramica

Le aziende canadesi stanno faticando a trovare candidati con le competenze giuste, mentre gli utenti in cerca di lavoro affermano che l'elevata concorrenza è il loro principale ostacolo. Entrambi concordano sul fatto che le competenze devono evolversi nell'era dell'IA, ma non sono d'accordo per quanto riguarda la velocità dei processi di recruiting, gli aspetti che vengono considerati prioritari e il modo in cui i candidati dovrebbero utilizzare l'IA durante la ricerca di lavoro.

Competenze dei candidati

Più della metà (55%) delle aziende canadesi afferma che nelle loro organizzazioni mancano competenze in ambito gestionale e di leadership. Si tratta della percentuale più alta tra tutti i Paesi esaminati. Sono inoltre leader a livello globale tra i Paesi che danno importanza al pensiero critico: il 73% lo definisce la più importante competenza non legata all'IA, a fronte del 54% a livello mondiale. Le aziende in Canada sono anche più propense a dare priorità ai candidati che combinano competenze, esperienza e potenziale (80%). Tuttavia, il 62% ritiene che l'esperienza diretta nel settore o nel ruolo sia essenziale. Questo dato è molto in linea con gli utenti in cerca di lavoro, il 64% dei quali cita tale esperienza come il principale fattore di fiducia in se stessi.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Un terzo degli utenti canadesi in cerca di lavoro considera l'elevata concorrenza di altri candidati la sfida più grande, ma quasi la stessa percentuale di aziende fatica a trovare candidati con le competenze richieste. Anche le percezioni in termini di velocità di assunzione sono discordanti: oltre un terzo delle aziende afferma che i processi stanno diventando più veloci, ma solo il 17% degli utenti in cerca di lavoro è d'accordo. Allo stesso tempo, il 22% di questi ultimi ritiene che i processi stiano rallentando, rispetto al 16% delle aziende. Per quanto riguarda gli aspetti considerati prioritari in un'offerta di lavoro, gli utenti attribuiscono maggiore importanza all'equilibrio tra lavoro e vita privata (33% contro 22%) e allo stipendio base (25% contro 14%) rispetto alle aziende.

Uso dell'IA

Le aziende sono d'accordo con l'uso dell'IA, ma gli utenti in cerca di lavoro non lo sanno: il 40% di questi ultimi in Canada non utilizza l'intelligenza artificiale per candidarsi per gli annunci di lavoro, nonostante solo il 12% delle aziende affermi di ritenere che ciò sarebbe inaccettabile. Circa la metà dei datori di lavoro accetterebbe che i candidati utilizzassero l'IA per prepararsi ai colloqui o per fare ricerche sull'azienda, ad esempio. Al contrario, solo il 18% delle aziende in Canada afferma di non utilizzare l'IA per il recruiting. **Nonostante queste differenze, circa tre quarti di entrambi i gruppi prevedono che le competenze dei dipendenti dovranno cambiare nei prossimi 3-5 anni: circa la metà delle aziende e un terzo degli utenti in cerca di lavoro ritengono che ciò sarà dovuto all'IA.**

Riepiloghi per Paese

Francia: incongruenze durante il processo di recruiting

Panoramica

In Francia, le aziende e gli utenti in cerca di lavoro sono in disaccordo quasi su tutti gli aspetti, dalle loro prospettive sulla velocità dei processi all'adozione dell'IA. Sebbene i datori di lavoro percepiscano l'urgente necessità per i candidati di aggiornare le proprie competenze per il futuro, molti utenti in cerca di lavoro sono impreparati in tal senso.

Competenze dei candidati

Il 40% dei datori di lavoro in Francia segnala una mancanza di competenze trasferibili all'interno delle proprie organizzazioni, seguite da quelle in ambito gestionale e di leadership. Non sorprende che anche le competenze trasferibili come la comunicazione siano ciò che cercano di più nei candidati. Sebbene anche gli utenti in cerca di lavoro siano d'accordo sulle prime, solo il 13% ritiene che le competenze gestionali e di leadership siano fondamentali.

Il 36% dei datori di lavoro francesi afferma che le proprie aziende presentano una lacuna critica in termini di competenze tecniche, ma solo il 14% ne fa una priorità durante il processo di recruiting. Come si è visto in altri mercati, gli utenti in cerca di lavoro in Francia ritengono che l'esperienza nel settore sia più importante, rispetto all'opinione delle loro aziende (32% contro 24%).

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Più di un quarto degli utenti in cerca di lavoro in Francia cita l'elevata concorrenza e la scarsa comunicazione da parte delle aziende come ostacoli principali. Tuttavia, quasi un terzo dei datori di lavoro in questo Paese afferma che i candidati si aspettano troppo e non dispongono delle competenze richieste. Gli utenti in Francia inoltre sono sempre più impazienti per quanto riguarda le tempistiche del recruiting: il 18% infatti afferma che il processo ha rallentato, il doppio rispetto all'opinione delle aziende al riguardo (9%).

Quando si tratta degli aspetti ritenuti come più importanti in un'offerta di lavoro, le priorità divergono nettamente. Mentre il 24% delle aziende considera la crescita professionale l'aspetto più interessante, meno del 10% degli utenti è d'accordo. Al contrario, i candidati attribuiscono molta più importanza all'equilibrio tra lavoro e vita privata, considerando questo aspetto doppiamente significativo rispetto alle aziende.

Uso dell'IA

Le aziende francesi stanno accogliendo la rivoluzione dell'IA: solo l'11% non la utilizza nel recruiting e appena il 6% disapprova che i candidati la usino. Gli utenti in cerca di lavoro, invece, sono più timidi. Quasi la metà afferma di non utilizzare strumenti di IA per candidarsi per gli annunci di lavoro e un quarto non approva il fatto che le aziende la utilizzino nell'ambito del recruiting.

I datori di lavoro in Francia sono anche i più propensi a livello globale a prevedere i cambiamenti dovuti all'intelligenza artificiale: oltre il 90% afferma che le competenze dei dipendenti dovranno evolversi entro 3-5 anni. Solo il 68% degli utenti in cerca di lavoro in questo Paese riconosce tale cambiamento.



Riepiloghi per Paese

Germania: disaccordo su ciò che conta nelle offerte di lavoro



Panoramica

In Germania, le aziende e gli utenti in cerca di lavoro sono per lo più d'accordo sui tipi di competenze che ritengono importanti, ma si scontrano su ciò che conta di più in un'offerta di lavoro. Sono inoltre allineati sulla necessità di aggiornare le proprie competenze per un futuro basato sull'intelligenza artificiale, ma non su come utilizzare l'IA nel recruiting.

Competenze dei candidati

Sia le aziende che gli utenti in cerca di lavoro considerano competenze trasferibili come la comunicazione e l'adattabilità come priorità assolute. Eppure solo il 17% delle prime dà priorità alle competenze in ambito gestionale e di leadership nelle valutazioni (la percentuale più bassa fra i mercati esaminati), anche se il 34% afferma che queste competenze mancano nelle loro organizzazioni.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Gli utenti in cerca di lavoro in Germania devono affrontare ostacoli unici: sono i più propensi a livello globale ad affermare che la loro sfida più grande consiste nel comprendere la cultura aziendale prima di candidarsi per un lavoro. In questo Paese, anche le aziende si differenziano da quelle a livello globale per quanto riguarda le sfide relative al recruiting. Sono le più propense ad affermare che i processi di recruiting stiano rallentando (29%), rispetto al 13% a livello mondiale. Quando i datori di lavoro in Germania presentano un'offerta ai candidati, sottovalutano quanto lo stipendio sia importante per loro. **Oltre il 40% degli utenti in cerca di lavoro indica lo stipendio base come il fattore più importante in un'offerta, una percentuale più alta rispetto alla media globale. Eppure solo il 16% dei datori di lavoro nel Paese la pensa allo stesso modo.**

Uso dell'IA

Gli utenti in cerca di lavoro in Germania sono cauti nei confronti dell'IA: più della metà non la utilizza per candidarsi. Le aziende, tuttavia, non condividono questa reticenza: solo il 13% è contrario all'utilizzo dell'IA da parte dei candidati e il 32% ne è effettivamente favorevole per redigere lettere di presentazione, una percentuale superiore alla media globale. Il 75% delle aziende in Germania e il 60% degli utenti in cerca di lavoro concordano sul fatto che le competenze dovranno evolversi nei prossimi 3-5 anni, principalmente a causa dell'intelligenza artificiale e dell'automazione, ed entrambi i gruppi affermano che i manager hanno la responsabilità di guidare questo cambiamento.

Riepiloghi per Paese

India: un'adozione diffusa dell'IA

Panoramica

In India, le aziende e gli utenti in cerca di lavoro sono sorprendentemente allineati su ogni aspetto, dalle lacune in termini di competenze a ciò che rende interessante un'offerta di lavoro, fino ai cambiamenti nella forza lavoro dovuti all'IA.

Competenze dei candidati

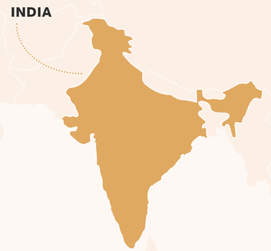
Più della metà delle aziende in India afferma che le maggiori lacune in termini di competenze nelle loro organizzazioni sono in ambito tecnico, gestionale e di leadership. Queste sono anche le competenze che apprezzano di più durante la valutazione dei candidati. Gli utenti in cerca di lavoro sembrano capirlo: un terzo di loro le indica come le più importanti da dimostrare. Entrambe le parti (68% delle aziende contro il 61% candidati) concordano inoltre sul fatto che un equilibrio tra esperienza, competenze e potenziale aumenta la loro fiducia nel processo di recruiting.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Il 42% degli utenti in cerca di lavoro in India afferma che la sfida più grande è rappresentata dalla concorrenza da parte degli altri candidati. Le aziende, dal canto loro, ritengono che per loro il più grande ostacolo è la resistenza interna al recruiting basato sulle competenze. Il 31% delle organizzazioni in India ha indicato questo come il principale problema, e il 27% ha dichiarato di avere difficoltà a valutare le competenze dei candidati e che questi ultimi hanno aspettative troppo elevate. Entrambi i gruppi, rispetto alla media globale, sono più propensi ad affermare che il processo di recruiting sta accelerando, soprattutto le aziende (46% contro il 36% degli utenti). Le organizzazioni e gli utenti in cerca di lavoro in India danno anche priorità all'equilibrio tra lavoro e vita privata e alla crescita professionale rispetto allo stipendio base. In effetti, sono i meno propensi rispetto a qualsiasi mercato a dare assoluta importanza alla retribuzione.

Uso dell'IA

L'India è leader mondiale nell'adozione dell'IA per il recruiting. Solo il 5% delle aziende e l'8% candidati affermano di non utilizzarla nel processo di recruiting: sono quindi tra i meno propensi a ritenere che l'utilizzo dell'IA sia inaccettabile in questo campo. L'89% delle aziende e degli utenti in cerca di lavoro ritiene che le competenze dovranno cambiare entro cinque anni, con l'IA come fattore principale. Entrambi i gruppi, inoltre, concordano sul fatto che preparare i dipendenti ai futuri cambiamenti dovrebbe essere responsabilità dei massimi dirigenti.



Riepiloghi per Paese

Italia: incomprensioni sull'equilibrio tra lavoro e vita privata

Panoramica

In Italia, le aziende sono uniche a livello globale in termini di tipologie di competenze a cui danno la priorità. Il divario tra queste e candidati su quali competenze siano più importanti, tuttavia, è simile a quello che osserviamo in tutto il mondo, così come i malintesi su ciò che rende attraente un'offerta di lavoro.

Competenze dei candidati

Più del 40% delle aziende in Italia afferma che il gap di competenze più grande nella propria organizzazione è costituito da quelle tecniche. Forse è proprio per questo che sono più propense rispetto alla maggior parte delle altre aziende a livello globale a dare priorità a queste competenze durante la valutazione dei candidati. Eppure, gli utenti in cerca di lavoro in Italia sembrano non esserne consapevoli: solo il 13% dichiara che le competenze tecniche sono tra le più importanti da mettere in evidenza, una percentuale inferiore alla media globale.

Come nel resto del mondo, più della metà degli utenti in cerca di lavoro in Italia si sente più sicura a candidarsi per una posizione se ha esperienza diretta in un settore o in un ruolo simile. Le aziende, d'altro canto, affermano di avere più fiducia nei dipendenti che riescono ad adattarsi facilmente.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Secondo le aziende italiane, la sfida più grande nell'ambito del recruiting sono le elevate aspettative di chi cerca lavoro. Al contempo, un utente su quattro afferma che l'aumento della concorrenza rappresenta il principale ostacolo, anche se solo il 5% delle aziende segnala di aver ricevuto troppe candidature.

C'è anche una discrepanza nella percezione della velocità di assunzione: il 16% degli utenti in cerca di lavoro afferma che il processo sta rallentando, rispetto al 9% delle aziende. Per quanto riguarda gli aspetti più importanti di un'offerta, il divario è ancora maggiore. **Circa il 40% degli utenti in Italia dichiara che l'equilibrio tra lavoro e vita privata è la priorità assoluta, ma solo il 17% delle aziende è della stessa opinione. Si tratta del dato più basso rispetto agli altri Paesi esaminati.**

Uso dell'IA

Circa tre quarti delle aziende e dei candidati in Italia ritengono che le competenze dei dipendenti dovranno evolversi nei prossimi 3-5 anni, principalmente per via dell'intelligenza artificiale e dell'automazione. Tuttavia, i candidati sembrano ancora esitanti: sebbene solo il 9% delle aziende disapprovi l'uso di strumenti di intelligenza artificiale nelle candidature, quasi il 40% dei candidati non li utilizza.



Riepiloghi per Paese

Giappone: opinioni divise sull'IA

Panoramica

In Giappone, le aziende cercano con uguale interesse competenze tecniche, di leadership e settoriali, mentre gli utenti in cerca di lavoro si concentrano sul mettere in risalto la propria esperienza diretta. Entrambe le parti concordano sul fatto che l'adattabilità è essenziale, ma le loro opinioni divergono sulla velocità del recruiting e dei cambiamenti introdotti dall'IA.

Competenze dei candidati

Circa due aziende su cinque in Giappone affermano che le competenze tecniche, così come quelle in ambito gestionale e di leadership, sono le più carenti nelle loro organizzazioni. Quando valutano i candidati, cercano una grande varietà di competenze: nel sondaggio, hanno dato importanza a ciascuna di esse più o meno nella stessa misura. Un quarto degli utenti in cerca di lavoro, nel frattempo, afferma che le competenze specifiche del settore sono le più importanti da dimostrare. Entrambi i gruppi, inoltre, affermano che se i candidati mostrano adattabilità e competenze trasferibili, sono più sicuri di sé durante il processo di recruiting.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Per il 25% degli utenti in cerca di lavoro in Giappone, la sfida più grande è assicurarsi che la propria esperienza soddisfi i requisiti della posizione per cui si candidano. Per le aziende, invece, il problema principale è la carenza di candidati con le competenze richieste, citata da quasi il 30%. Nonostante queste sfide, entrambi i gruppi danno priorità agli stessi fattori nelle offerte di lavoro: l'equilibrio tra lavoro e vita privata (35% delle aziende contro il 44% di utenti in cerca di lavoro) seguito dallo stipendio base (18% contro 28%). Una differenza fondamentale è la percezione della velocità del processo di recruiting: il 21% delle aziende ritiene che si stia velocizzando, rispetto al 12% candidati.

Uso dell'IA

Quasi la metà degli utenti in cerca di lavoro giapponesi non utilizza l'IA per candidarsi. Ciò significa che l'intelligenza artificiale viene utilizzata in una percentuale inferiore rispetto alla media a livello globale, e molto meno di quanto i datori di lavoro giapponesi ritengano appropriato: solo il 7% di loro afferma che gli utenti non dovrebbero usarla nel processo di recruiting. Le aziende, a loro volta, sono più propense rispetto a chi cerca lavoro ad anticipare i cambiamenti futuri per quanto riguarda le competenze: l'80% ritiene che quelle dei dipendenti dovranno cambiare entro cinque anni, contro il 63% degli utenti in cerca di lavoro.



Riepiloghi per Paese

Messico: enfasi sulle competenze di leadership

Panoramica

In Messico, sia le aziende che gli utenti in cerca di lavoro danno priorità alle competenze in ambito gestionale e di leadership, ritenendo molto importante la crescita professionale. Inoltre, utilizzano l'IA nel processo di recruiting e prevedono importanti cambiamenti nei prossimi cinque anni in merito alle competenze richieste.

Competenze dei candidati

Il Messico è in testa alla classifica a livello globale per l'importanza che le aziende attribuiscono alle competenze in ambito gestionale e di leadership: il 42%, infatti, le mette al primo posto durante la valutazione dei candidati. Queste sono anche le competenze più carenti all'interno delle organizzazioni. Gli utenti in cerca di lavoro sembrano esserne consapevoli, considerato che il 32% ne condivide l'importanza. I due gruppi sono anche d'accordo sugli aspetti che garantiscono una maggiore sicurezza nel processo di recruiting, ossia un mix equo tra esperienza, competenze e potenziale.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Per gli utenti in cerca di lavoro, la concorrenza è l'ostacolo più grande, con il 40% che la considera la sfida principale. Allo stesso tempo, quasi un terzo delle aziende sottolinea le elevate aspettative dei candidati e solo il 9% afferma di ricevere troppe candidature. Le opinioni divergono anche sui tempi di assunzione: il 34% delle aziende ritiene che il recruiting si stia velocizzando, rispetto al 18% degli utenti in cerca di lavoro. In Messico, questi ultimi sono più inclini a cambiare obiettivo se non ricevono un'offerta di lavoro entro due settimane. Quando valutano le offerte, l'equilibrio tra lavoro e vita privata e la retribuzione sono gli aspetti più significativi per gli utenti in cerca di lavoro, ma il 21% di loro dà anche importanza alla crescita professionale. Si tratta di una percentuale superiore alla media globale (12%). Le aziende concordano, dato che ritengono che l'aspetto più interessante delle loro offerte sia proprio la crescita professionale.

Uso dell'IA

Il Messico si distingue anche nell'adozione dell'IA. Solo il 25% degli utenti in cerca di lavoro e il 9% delle aziende dichiarano di non utilizzarla. Ciò significa che entrambi i gruppi sono meno restii rispetto ai loro omologhi a livello globale. In Messico, gli utenti sono più propensi rispetto agli altri Paesi al fatto che le aziende utilizzino l'IA per il processo di recruiting. Ha senso, quindi, che l'89% delle aziende e l'83% degli utenti in questo Paese ritengano che le competenze dovranno cambiare nei prossimi cinque anni, un tasso tra i più alti al mondo.



Riepiloghi per Paese

Paesi Bassi: insolito allineamento sulla necessità di esperienza nel settore



Panoramica

I Paesi Bassi rappresentano un caso anomalo nel nostro sondaggio per via dell'allineamento tra candidati e aziende in merito a quali competenze sono importanti e all'utilizzo dell'IA nel recruiting. Per quanto riguarda gli aspetti chiave delle offerte di lavoro, tuttavia, non la pensano allo stesso modo.

Competenze dei candidati

A differenza di tutti gli altri Paesi presi in esame, le aziende nei Paesi Bassi affermano di sentirsi più sicure nell'assumere candidati con esperienza diretta nel settore. Sono quindi in linea con il 65% degli utenti in cerca di lavoro nel Paese, i quali affermano di sentirsi più sicuri a candidarsi se hanno esperienza nel settore. Le due parti concordano anche sul fatto che le competenze trasferibili come la comunicazione siano quelle più importanti da valutare (e dimostrare) durante il processo di recruiting.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

La forte enfasi sull'esperienza diretta può contribuire alla sfida principale in termini di recruiting per gli utenti in cerca di lavoro: il 25% dichiara che soddisfare i requisiti per la posizione in base al proprio background è l'ostacolo più grande, seguito dalla difficoltà a orientarsi tra annunci di lavoro vaghi.

Per quanto riguarda le aziende, le sfide principali sono la mancanza di candidati con le competenze giuste e le aspettative eccessivamente elevate da parte di questi ultimi. I due gruppi differiscono anche per quanto riguarda la percezione della velocità del processo di recruiting: solo il 2% delle aziende nei Paesi Bassi afferma che sta rallentando, rispetto all'8% degli utenti in cerca di lavoro. Analogamente a quanto affermato da altri Paesi, l'equilibrio tra lavoro e vita privata rimane una priorità assoluta per il 41% degli olandesi in cerca di lavoro, ma solo il 22% delle aziende lo considera l'aspetto più importante.

Uso dell'IA

Le aziende nei Paesi Bassi sono tra le più lente ad adottare l'IA nel recruiting: il 32% afferma di non utilizzare strumenti di intelligenza artificiale. Quasi la metà degli utenti in cerca di lavoro è della stessa opinione. Le aziende olandesi sono anche le meno propense a credere che le competenze dovranno cambiare nei prossimi 3-5 anni: solo il 69% prevede un cambiamento, a fronte dell'81% a livello globale. Gli utenti in cerca di lavoro sono ancora più scettici: solo il 38% si aspetta che le competenze cambino in questo arco di tempo, il che rende i Paesi Bassi l'unica nazione in cui la maggior parte delle persone in cerca di lavoro si aspetta che le competenze necessarie per avere successo rimangano per lo più invariate.

Riepiloghi per Paese

Singapore: rallentamento dei processi di recruiting?

Panoramica

A Singapore, sia le aziende che gli utenti in cerca di lavoro comprendono il valore delle competenze trasferibili nel processo di recruiting e l'importanza dell'equilibrio tra lavoro e vita privata in un'offerta di lavoro. Tuttavia, gli utenti sono sempre più impazienti a causa della lentezza dei tempi di assunzione.

Competenze dei candidati

La metà delle aziende a Singapore afferma che le competenze trasferibili o relazionali sono quelle che mancano di più nelle loro organizzazioni e, di conseguenza, quelle che maggiormente cercano quando valutano i candidati. Sono, inoltre, le competenze che gli utenti in cerca di lavoro a Singapore sono più desiderosi di dimostrare. Per quanto riguarda ciò che rende i datori di lavoro sicuri nei confronti di un candidato, il 78% afferma di cercare un equilibrio tra esperienza pertinente, competenze e potenziale. Sebbene due terzi la pensino allo stesso modo, gli utenti in cerca di lavoro a Singapore sono leggermente più propensi a dichiarare di sentirsi più sicuri di sé se hanno esperienza diretta nel settore.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Più della metà candidati a Singapore afferma che la concorrenza è per loro la sfida più grande durante il processo di recruiting. Quasi un terzo delle aziende, nel frattempo, afferma che la mancanza di candidati con le competenze richieste è il loro più grande ostacolo. **Gli utenti a Singapore sono anche i più propensi tra tutti i mercati intervistati ad affermare che il processo di recruiting sta diventando molto più lento: a essere di questa opinione è il 32% di loro, a fronte del 19% a livello globale.** Solo il 15% delle aziende a Singapore è d'accordo. Eppure le due parti concordano su ciò che conta in un'offerta di lavoro. Circa un quarto di entrambi i gruppi afferma che l'equilibrio tra lavoro e vita privata è l'aspetto più importante.

Uso dell'IA

Solo un quarto degli utenti in cerca di lavoro a Singapore afferma di non utilizzare attualmente l'IA per candidarsi. Inoltre, gli utenti sono meno inclini rispetto alla media globale a disapprovarne l'utilizzo da parte dei datori di lavoro (11% contro 18%). La maggior parte di entrambi i gruppi (89% delle aziende e 74% degli utenti in cerca di lavoro) prevede inoltre che le competenze cambieranno nei prossimi 3-5 anni, principalmente a causa dell'IA.



Riepiloghi per Paese

Regno Unito: riluttanza nei confronti dell'IA



Panoramica

Le discrepanze tra aziende e candidati nel Regno Unito rispecchiano molti dei divari osservati a livello globale. Tuttavia, entrambi i gruppi condividono un'avversione all'utilizzo dell'IA nei processi di recruiting.

Competenze dei candidati

Quasi tre quarti delle aziende del Regno Unito affermano di sentirsi più sicure se i candidati possiedono una combinazione di competenze, esperienza e potenziale. Tuttavia, gli utenti in cerca di lavoro in questo Paese non sembrano capire che le aziende apprezzano competenze e potenzialità variegate: il 74% afferma di sentirsi più sicuro a candidarsi se ha esperienza in un ruolo o in un settore simile.

Nonostante queste differenze, entrambi i gruppi concordano su un punto chiave: le competenze trasferibili, come l'adattabilità e la comunicazione, sono le caratteristiche più preziose che un candidato possa avere, seguite da vicino dalle competenze specifiche del settore.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Più di un terzo degli utenti in cerca di lavoro nel Regno Unito afferma che la concorrenza per le posizioni lavorative è troppo elevata. Tuttavia, le aziende britanniche menzionano problemi diversi in materia di recruiting: il 34% afferma che l'ostacolo più grande è la carenza di candidati con le competenze giuste, e la stessa percentuale ritiene, invece, che il problema siano le aspettative smisurate di chi cerca lavoro.

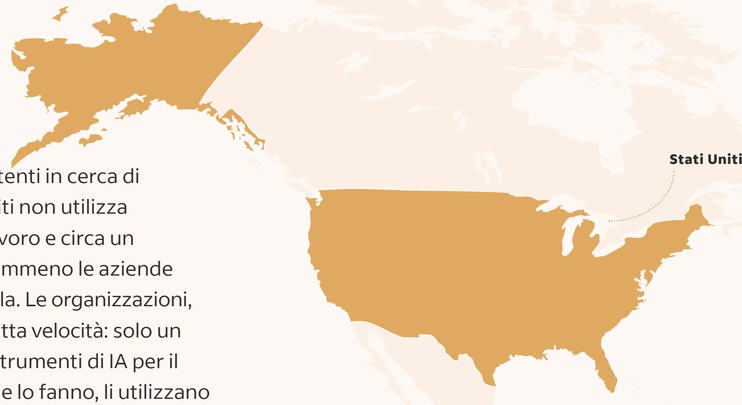
Le offerte di lavoro sono un altro punto di disaccordo. Il 35% degli utenti afferma che l'equilibrio tra lavoro e vita privata è un fattore decisivo, mentre il 34% dà più importanza allo stipendio base. Tra le aziende, tuttavia, solo il 22% dichiara che l'equilibrio tra lavoro e vita privata rende un'offerta allettante per i candidati, e il 13% indica lo stipendio base. Piuttosto che alla retribuzione, i datori di lavoro tendono ad attribuire più valore a un pacchetto completo di benefit (17%) e a una solida cultura aziendale (16%).

Uso dell'IA

Tra i mercati presi in esame, il Regno Unito è quello più restio ad adottare l'IA. Quasi due terzi dei candidati e un terzo delle aziende affermano di non utilizzare strumenti di IA per il recruiting. Inoltre, il 21% delle organizzazioni del Regno Unito sostiene che gli utenti non dovrebbero farne uso in questo ambito, più del doppio rispetto alla media globale (9%).

Riepiloghi per Paese

Stati Uniti: diverse percezioni sulla rapidità del recruiting



Panoramica

Le aziende e i candidati negli Stati Uniti concordano sul valore delle competenze trasferibili, e su ben poco altro. Non sono d'accordo sulle qualità più importanti di un candidato e sull'uso dell'IA nel recruiting, mentre le loro opinioni sulla rapidità del processo rivelano una profonda discrepanza.

Competenze dei candidati

Quasi il 40% delle aziende statunitensi afferma che nelle loro organizzazioni mancano competenze in ambito gestionale e di leadership. Tuttavia, i datori di lavoro mettono queste competenze all'ultimo posto in termini di importanza quando valutano i candidati. Invece, il 36% afferma che competenze trasferibili come la comunicazione sono le più importanti.

Gli utenti in cerca di lavoro, dal canto loro, si dividono quasi equamente tra coloro che mettono in evidenza le competenze trasferibili e coloro che privilegiano quelle specifiche del settore nelle proprie candidature: il 20% pensa che dovrebbe dimostrare competenze in ambito gestionale e di leadership.

Così come quelle a livello globale, la maggior parte delle aziende statunitensi (71%) afferma di sentirsi più sicura ad assumere candidati che mostrano un equilibrio tra esperienza, competenze e potenziale. In confronto, la maggior parte degli utenti in cerca di lavoro negli Stati Uniti (67%) si sente sicura nel candidarsi per una posizione quando ha esperienza diretta nel settore.

Processo di recruiting e offerte di lavoro

Come in altri Paesi, un terzo degli utenti in cerca di lavoro negli Stati Uniti afferma che c'è troppa concorrenza per le posizioni. **Tuttavia, si sentono leggermente più frustrati rispetto alla media globale, per via di processi di recruiting molto lunghi: il 24% afferma che questi stanno rallentando, rispetto al 19% dei candidati in tutto il mondo.**

Le aziende, dal canto loro, pensano il contrario: circa un quarto afferma che i processi di recruiting si stanno velocizzando. Tuttavia, il 26% delle aziende negli Stati Uniti dichiara di avere difficoltà a far fronte alle elevate aspettative dei candidati. Nonostante queste discrepanze, una percentuale simile di utenti in cerca di lavoro (26%) e aziende (24%) ritiene che l'equilibrio tra lavoro e vita privata sia l'aspetto principale di un'offerta di lavoro.

Uso dell'IA

Circa la metà degli utenti in cerca di lavoro negli Stati Uniti non utilizza l'IA nella ricerca di lavoro e circa un quarto pensa che nemmeno le aziende dovrebbero utilizzarla. Le organizzazioni, però, procedono a tutta velocità: solo un quarto non utilizza strumenti di IA per il recruiting. Coloro che lo fanno, li utilizzano principalmente per lo screening dei candidati e per individuare i profili idonei.

Circa tre quarti delle aziende ritengono che i dipendenti dovranno aggiornare le proprie competenze nei prossimi 3-5 anni, principalmente per via dell'intelligenza artificiale e dell'automazione, ma solo il 60% degli utenti in cerca di lavoro è d'accordo. Entrambi i gruppi però concordano sul fatto che chi dovrebbe occuparsi di tale formazione sono i dipendenti e i loro manager diretti.

Questo documento è soggetto a copyright di proprietà di Indeed, Inc. È espressamente vietato qualsiasi uso, alterazione, riproduzione, ritrasmissione, ripubblicazione, per intero o parziale, di tutto o parte del presente documento senza il consenso scritto di Indeed. Indeed declina qualsiasi responsabilità in relazione all'uso o all'applicazione delle informazioni contenute nel presente documento o alle relative interpretazioni.

Copyright © 2025 Indeed, Inc. Tutti i diritti riservati.