

Next | Forbes ITALIA

Leaders

28 Gennaio 2025

N°003



L'innovazione italiana che rivoluziona
il futuro del lavoro: Michela Andreolli
e la sua startup Made in Italy

Option pool: la strategia delle startup
per attrarre e valorizzare i talenti
delle nuove generazioni

SOMMARIO

ACADEMY VOICE

05 START-UP MADE IN ITALY

06 OPTION POOL

08 WDA: IL VENTURE BUILDER ITALIANO

09 BOOTSTRAPPING O VENTURE CAPITAL?

FUTURE OF WORK

11 L'IA, L'UOMO E LE DOMANDE GIUSTE

12 QUALE FUTURO PER L'AGRICOLTURA ITALIANA?

CORPORATE TO CAMPUS

14 CHI CERCA TROVA?

- 03 EDITORIALE
- 04 CANDIDATURA UNDER 30
- 10 I PODCAST DI FORBES ITALIA
- 17 I SONDAGGI DI FORBES
- 18 UNDER 30 - WEBBOH

ISCRIVITI QUI PER RICEVERE
LA NEWSLETTER



CLICCA O SCANSIONA IL
QR CODE NELLE VARIE
PAGINE PER LEGGERE
L'ARTICOLO COMPLETO



Coordinatore sezione Academy Voice: Giorgio Midulla
Coordinatore sezione Future of work: Federico Lobo
Coordinatore sezione Corporate to Campus: Enzo Argante

EDITORIALE

QUANTE ESPERIENZE DA RACCONTARE

Poco prima delle fine dell'anno scorso a **Pozzuoli** si è tenuto **Forbes Italian Excellences**, uno dei tanti appuntamenti, organizzati dalla nostra casa editrice, sul tema delle start up. Venti società neonate sono state presentate da altrettanti founder con un breve speech di circa due minuti ciascuno. Era uno spettacolo affascinante vedere così tanti giovani che presentavano, in una maniera così sintetica, rapida ed efficace, le loro idee in parte realizzate in parte in fase di progettazione o di realizzazione, con soddisfazione,

competenza, passione. Alla fine sul palco è salito **Amedeo Giurazza**, **ceo di Vertis**, un private equity italiano che investe proprio in start up, mostrando interesse per alcune di loro e confermando che davanti a idee innovative l'interesse degli investitori c'è, eccome. L'esperienza verrà ripetuta altre volte, in altre città italiane, anche nel 2025 nel quadro, appunto, del tour Forbes Italian Excellences. Il fatto che lega l'evento Forbes di Pozzuoli con questa newsletter è che le start up presentate erano state selezionate dalle università



Le università sono le culle delle start up e gli studenti sono i principali attori di questo processo di nuova economia

Il confronto di esperienze diventa fondamentale per chi vuole cimentarsi in una start up



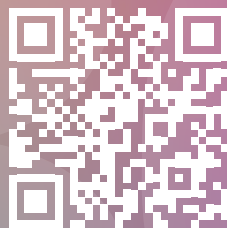
dove avevano trovato un tetto per svilupparsi. Le **università** sono le **culle delle start up** e gli studenti sono i principali attori di questo processo di nuova economia. Il motivo è semplice: l'innovazione nasce dalla cultura e nelle aule si produce e si diffonde la cultura. È una specie di liquido amniotico dove le idee diventano progetti e i progetti si trasformano in prodotti e servizi. Però c'è bisogno di tanta conoscenza non solo della materia della start up ma anche dei meccanismi che possono portare a vantaggi fiscali, finanziamenti, intercettazione di esperienze similari, ispirazionali. C'è insomma da

costruire un'azienda. Non basta l'intuizione. Quindi il confronto di esperienze diventa fondamentale per chi vuole cimentarsi in una start up. E anche noi, con il nostro network di **Next Leaders**, possiamo dare una mano alla condivisione delle idee e delle esperienze ma soprattutto alla loro diffusione. Una start up per avere successo deve contenere non solo un'idea originale ma deve poi farsi conoscere altrimenti resta un esperimento di laboratorio. E noi siamo qui proprio per questo, per raccogliere e raccontare esperienze.

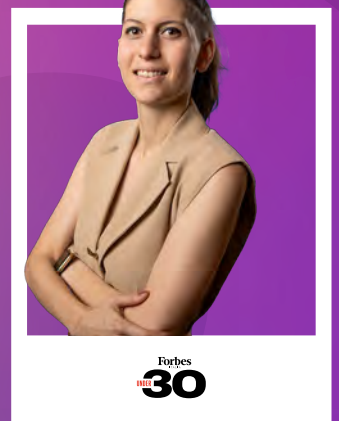
Alessandro Mauro Rossi, direttore Forbes Italia



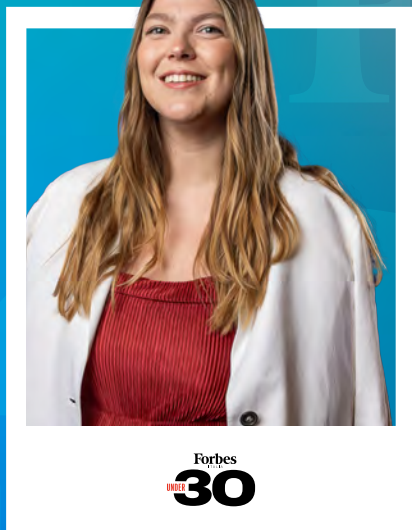
QUESTA È LA TUA OCCASIONE



CANDIDATI QUI



Candidati ora per entrare
nei Forbes Italia Under 30



START-UP MADE IN ITALY



Michela Andreolli e l'innovazione che trasforma il futuro del lavoro

In un'epoca in cui i cambiamenti corrono più veloci che mai, anche il mondo del lavoro sta vivendo una trasformazione significativa. Uno dei principali motori di questa rivoluzione è il fenomeno delle start-up. Negli ultimi anni, abbiamo assistito a una crescita esponenziale sia nel numero di tali imprese innovative sia negli investimenti ad esse destinati. I numeri parlano chiaro: al 2022, le start-up innovative in Italia hanno raggiunto le 14.000 unità, rispetto alle sole 1.500 del 2013. Sul fronte degli investimenti in venture capital, si è passati da 152 milioni di euro nel 2013 a 1,1 miliardi nel 2023.

Di fronte a una tendenza ormai consolidata, è fondamentale comprendere cosa significhi realmente fare start-up in Italia e sfatare alcuni falsi miti che riguardano tale mondo. Ne abbiamo parlato con **Michela Andreolli**, fondatrice di **Arke**, una start-up tech che mira a rivoluzionare il modo di fare impresa. Contrariamente a ciò che si potrebbe pensare, l'aumento delle start-up in Italia non può essere attribuito semplicemente a una crescente insoddisfazione verso le opportunità offerte dal mercato del lavoro tradizionale. Questo ragionamento, infatti, nasce da una confusione tra il concetto di start-up e quello di impresa tradizionale. **Una start-up non si limita a replicare un modello di business già esistente**, ma si distingue per la sua capacità di innovare e per il suo potenziale di crescita scalabile. Di conseguenza, chi decide di mettersi in proprio riproducendo ciò che faceva come dipendente, spinto solo dall'insoddisfazione, non rientra nella definizione di **startupper**. Per questo motivo, il legame diretto tra malcontento lavorativo e crescita delle start-up non risulta fondato. Come spiegare, quindi, questa crescita? **"È un fenomeno culturale"**, afferma Michela. La CEO di Arke è convinta che anche in Italia stia emergendo una mentalità più aperta verso il mondo delle start-up, grazie alla crescente consapevolezza che **è possibile avviare un'attività con il supporto di capitali esterni**. Inoltre, esempi virtuosi e storie di successo fungono da incentivo per chi si avvicina a questo mondo. Quante volte ci siamo sentiti dire che fare start-up in Italia è quasi impossibile? Burocrazia, normative poco favorevoli, difficoltà nell'accesso ai finanziamenti: questi sono solo alcuni dei **problemi sistemici** spesso citati.

Alessandro Sottanelli, studente Università di Trento



Il legame diretto tra malcontento lavorativo e crescita delle start-up non risulta fondato



**LEGGI L'ARTICOLO
COMPLETO**

OPTION POOL

Come le Start-up stanno attraendo e valorizzando i talenti delle **nuove generazioni**



Sempre più comunemente il settore imprenditoriale è invaso da **giovani talenti determinati a lasciare il segno** e pronti a mettersi in gioco, attratti dalle infinite possibilità di innovare e crescere. Sono particolarmente gettonate le start-up: **imprese agili e visionarie**, capaci di affrontare sfide complesse e di trasformare idee ambiziose in soluzioni concrete per la risoluzione di problemi ancora irrisolti. Li possiamo definire ecosistemi: oltre ad offrire un terreno fertile per menti brillanti e creative, propongono un modo di lavorare tecnologico, flessibile ed informale, in linea con le nuove generazioni. Ed è proprio tutto questo a rendere i giovani i protagonisti ideali per una vera e propria **"rivoluzione imprenditoriale"**.

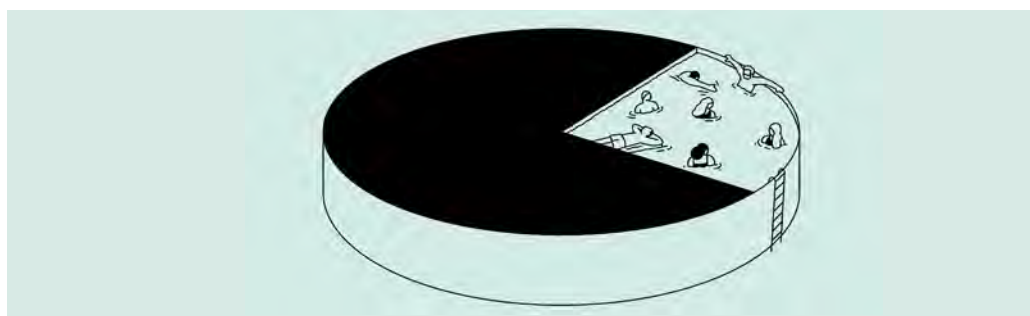


Le aspettative delle nuove generazioni nel lavoro

Le nuove generazioni stanno ridefinendo il **concetto di lavoro**, portando con sé valori e aspettative profondamente diversi rispetto al passato. Uno stipendio competitivo non è più un parametro sufficiente per scegliere un'occupazione, ma va di pari passo con **flessibilità, sostenibilità e senso di appartenenza**. I giovani sono alla ricerca di ambienti che rispecchino i loro valori personali e vogliono sentirsi parte integrante di un progetto più grande, in cui il lavoro possa avere concretamente un impatto positivo sulla società e sul pianeta. Preferiscono lavorare in un ambiente flessibile, collaborativo e informale, dove vengano valorizzate la creatività e l'innovazione, e dove sia possibile bilanciare carriera e vita privata. Una delle caratteristiche distintive di queste generazioni è proprio il **desiderio di essere protagonisti del successo dell'azienda**, e non solo meri esecutori; questa aspirazione si concretizza in una mentalità di ownership, in cui si è coinvolti direttamente e attivamente nella crescita dell'azienda. A permettere tutto questo troviamo l'**option pool**, strumento innovativo e strategico che, soprattutto nelle start-up, consente di attrarre e trattenere talenti offrendo loro la **possibilità di diventare nel tempo soci dell'azienda** e di partecipare direttamente al suo **successo economico**.

Cos'è l'option pool e perché è perfetto per le nuove generazioni

Che cos'è l'option pool? Consiste in una riserva di azioni che una società trattiene per assegnarle a dipendenti, consulenti o collaboratori sotto forma di **stock option**. In pratica, l'azienda decide di indirizzare una percentuale delle proprie azioni (generalmente dal 10% al 20%) per creare questo cuscinetto. Le azioni incluse nell'option pool sono **trattenute direttamente dal capitale dell'azienda** e non sono immediatamente fruibili. Ai beneficiari vengono poi offerte **opzioni di acquisto ad un prezzo prestabilito** (detto strike price) e, una volta raggiunte determinate condizioni (ad esempio un periodo minimo di permanenza in azienda), i beneficiari potranno "esercitare" le loro opzioni acquistando le azioni a con-



dizioni vantaggiose. I motivi per adottare questo tipo di sistema sono molteplici e particolarmente vantaggiosi: in primis un vero e proprio coinvolgimento emotivo nell'attività aziendale che aumenta il **senso di appartenenza e responsabilità**; da non trascurare le opportunità economiche legate alla crescita economica della start-up che possono trasformarsi in un significativo guadagno per chi possiede le stock options.



LEGGI
L'ARTICOLO
COMPLETO

Forbes

ITALIA

Raccontiamo storie di successo

Unisciti alla nostra community!

9K 38K 800K



SEGUICI SUI
NOSTRI SOCIAL



WDA

Il Venture Builder Italiano che ridefinisce l'Ecosistema delle Start-up



Innovare non significa solo creare qualcosa di nuovo, ma saper costruire un sistema che valorizzi le idee, offrendo alle start-up strumenti concreti per affrontare le sfide del mercato. Questo è il cuore della visione di Roberto Macina, fondatore di WDA, un venture builder italiano che sta ridefinendo il concetto di incubazione. Grazie a un approccio unico e collaborazioni strategiche, WDA si propone di trasformare l'ecosistema delle start-up in Italia, puntando su un modello che combina innovazione, operatività e sostenibilità finanziaria.

Da Incubatore a Venture Builder: L'Unicità di WDA

WDA nasce con l'obiettivo di andare oltre l'idea tradizionale di incubatore. Invece di limitarsi a fornire spazi fisici e programmi di mentorship, WDA interviene direttamente nel **processo di costruzione delle start-up**, affiancandole nella definizione e implementazione del modello di business. **Roberto Macina** spiega così la filosofia del progetto: "Volevamo fare di più che offrire una scrivania e qualche consiglio. Ci siamo chiesti: come possiamo diventare parte attiva nel successo delle start-up? La risposta è stata chiara: **fornire competenze concrete** e un **approccio strategico** per costruire business scalabili." L'idea di WDA come venture builder ha permesso di creare un ecosistema collaborativo che favorisce la crescita delle imprese nascenti. Tuttavia, il percorso non è stato privo di ostacoli. Uno dei principali limiti iniziali era l'assenza di un fondo dedicato. "Il nostro modello iniziale era zoppo. Abbiamo visto tante idee promettenti arenarsi per mancanza di accesso ai fondi. Questo ci ha spinti a ripensare la nostra struttura," riflette Macina.

Il Modello Dual Entity: Un Salto di Qualità

Per rispondere alle esigenze delle start-up, WDA ha introdotto il **modello dual entity**, che prevede un fondo di investimento strettamente legato al venture builder. Questa soluzione, ispirata ai mercati internazionali, consente di finanziare direttamente le start-up sviluppate internamente, superando i limiti finanziari che avevano caratterizzato la fase iniziale del progetto. "Con il modello dual entity, abbiamo la possibilità di sostenere direttamente le start-up che sviluppiamo, evitando di perdere opportunità per mancanza di risorse," afferma Macina. Il nuovo modello non solo ha migliorato l'efficacia di WDA, ma ha anche posto le basi per una maggiore scalabilità e sostenibilità nel lungo termine. "Siamo passati da un modello zoppo, in cui molte idee restavano sulla carta, a una struttura che ci permette di dare **concretezza alle ambizioni delle start-up**," sottolinea Macina.

Gabriele Malloggi, studente Luiss Guido Carli



Il nostro modello iniziale era zoppo. Abbiamo visto tante idee promettenti arenarsi per mancanza di accesso ai fondi. Questo ci ha spinti a ripensare la nostra struttura



LEGGI L'ARTICOLO
COMPLETO

BOOTSTRAPPING O VENTURE CAPITAL?

La scelta che può **cambiare** il destino di una Start-up



Hai mai pensato a cosa rende una start-up un successo globale? È il genio dell'idea iniziale, il team affiatato o, forse, il capitale che alimenta la sua crescita? Ogni grande azienda nasce da una scintilla, ma è il percorso scelto per finanziare quella scintilla che spesso decide il suo destino. La decisione tra bootstrapping e venture capital non è soltanto una questione di denaro: è una scelta strategica che plasma la direzione di una start-up, il suo ritmo di crescita e il livello di controllo dei suoi fondatori. In un mondo in cui gli Stati Uniti dominano la scena del venture capital, l'Asia emerge come nuovo hub tecnologico, e l'Europa punta su modelli più sostenibili, come può un giovane imprenditore prendere la decisione giusta? Questo articolo esplora due strade opposte ma complementari: il bootstrapping e il venture capital, portando alla luce esempi concreti e lezioni globali che ogni aspirante innovatore dovrebbe conoscere.



Il bootstrapping, ovvero finanziare la propria start-up con risorse personali e ricavi iniziali, è spesso visto come un atto di coraggio e resilienza. Tale approccio è particolarmente diffuso in Europa, dove molte start-up scelgono di crescere lentamente, mantenendo il controllo totale del business. Prendiamo l'esempio di TransferWise (oggi Wise), fondata da due estoni, Taavet Hinrikus e Kristo Käärmann. Con un modello di bootstrapping, Wise ha scalato il mercato dei trasferimenti di denaro internazionale, rivoluzionando il settore senza affidarsi inizialmente a grandi investitori. I fondatori hanno sfruttato il proprio network, affinato il prodotto in base alle necessità dei primi clienti e costruito un modello di business sostenibile. Negli Stati Uniti, aziende come Mailchimp hanno seguito un percorso simile. I fondatori Ben Chestnut e Dan Kurzius hanno costruito uno dei più grandi strumenti di e-mail marketing del mondo senza mai accettare finanziamenti esterni. Il risultato? Nel 2021, Mailchimp è stata acquisita da Intuit per 12 miliardi di dollari, dimostrando che il bootstrapping non solo è possibile, ma può anche portare a enormi ricompense. In Asia, start-up come Zoho in India rappresentano un'ulteriore prova del potenziale del bootstrapping. Zoho, specializzata in software aziendali, si è affermata come un gigante globale mantenendo un forte focus sull'autosufficienza finanziaria e l'innovazione. Tale approccio ha permesso all'azienda di espandersi senza l'onere di rispondere a investitori esterni, concentrandosi invece sulla creazione di valore per i clienti. Il vantaggio principale del bootstrapping è la libertà. I fondatori mantengono il controllo totale della propria azienda, possono sperimentare senza pressioni esterne e costruire un business che rispecchi appieno la loro visione. Tuttavia, questa strada comporta sfide significative: la crescita può essere lenta, l'accesso a risorse limitato e le opportunità di espansione potrebbero essere sacrificate a favore della sostenibilità.

Venture Capital:

la chiave per una crescita esplosiva

Dall'altra parte dello spettro troviamo il venture capital, un modello che domina la scena negli Stati Uniti e sta crescendo rapidamente in Asia. Silicon Valley è l'epicentro globale del venture capital, con aziende come Uber e Airbnb che devono il loro successo all'iniezione massiccia di capitali. Questi investimenti non solo forniscono le risorse necessarie per una rapida espansione, ma offrono anche accesso a una rete di contatti, competenze e opportunità di partnership. Non

si tratta solo di un fenomeno americano. In Cina, start-up come Didi Chuxing hanno raccolto miliardi di dollari per sfidare giganti globali come Uber, dimostrando che il venture capital può alimentare non solo la crescita, ma anche la competizione internazionale. Grazie a investitori strategici, Didi ha potuto espandersi rapidamente, acquisire aziende concorrenti e migliorare la propria tecnologia. Anche in Europa, seppur con approcci più cauti, il venture capital sta alimentando nuove storie di successo.



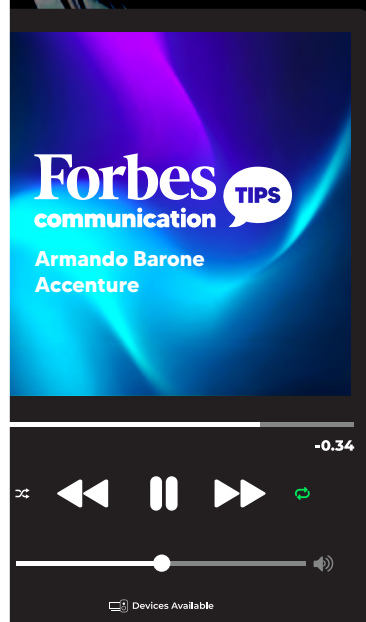
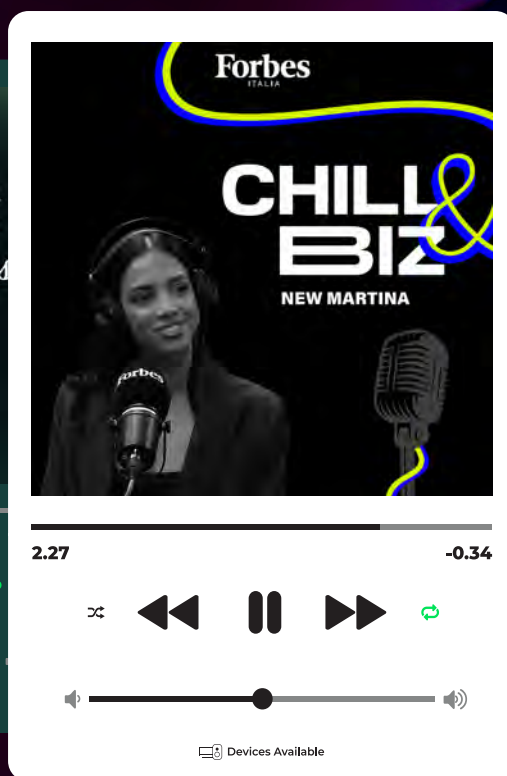
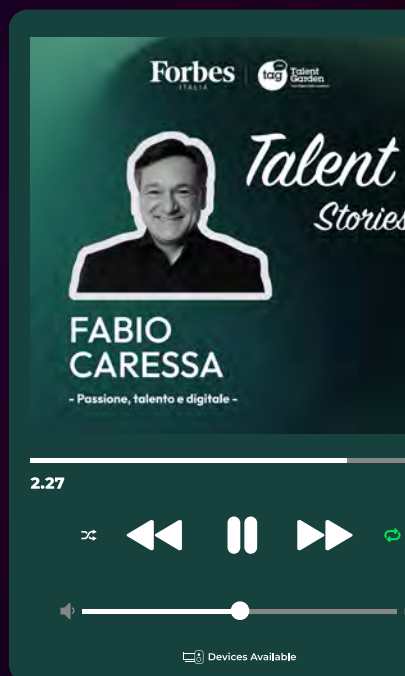
**LEGGI L'ARTICOLO
COMPLETO**

I PODCAST DI FORBES

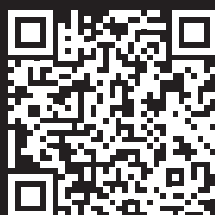
Talent Stories il podcast di Forbes Italia e Talent Garden per scoprire il talento, raccontato da chi lo vive ogni giorno.

Chill&Biz ti portiamo dietro le quinte dell'imprenditorialità, tra idee di successo e il potere dei social.

Communication Tips strategie pratiche per comunicare al meglio.



GUARDA I VODCAST



ASCOLTA I PODCAST

L'IA

L'uomo e le domande giuste

Una cosa è ormai fuor di ogni dubbio: l'IA **stravolgerà nel futuro prossimo il mondo del lavoro**. Non ci troviamo di fronte ad una semplice innovazione, ma al principio di una rivoluzione. Questo ci spaventa terribilmente: abbiamo intuito la portata di questo cambiamento ma non sappiamo ancora bene dove mettere le mani. Per questo in molti oggi, impauriti, si chiedono: come resistere all'intelligenza artificiale? Non c'è domanda più sbagliata. Dobbiamo, liberi da pregiudizi, mettere bene a fuoco i **ribaltamenti di prospettiva** e le opportunità che abbiamo di fronte per capire come sfruttare al meglio questo **cambiamento radicale** ed ormai inevitabile che ci troveremo ad affrontare.



L'IA, grazie ad una serie di algoritmi che replicano l'intelligenza umana, riesce, con gli input corretti, a dare risposte migliori di un essere umano



Da sempre abbiamo funzionalizzato le nostre competenze in maniera tale da essere in grado di dare risposte, degli **output** insomma. Chi è in grado di rispondere meglio ai quesiti che gli vengono posti sul lavoro è colui che produce i risultati migliori, e presumibilmente **avanza di posizione**. Sommarariamente, così ha sempre funzionato. L'IA, grazie ad una serie di algoritmi che replicano l'intelligenza umana, riesce, con gli input corretti, a dare risposte migliori di un essere umano, essendo **molto più efficiente e veloce** a migliorarsi in base ai **feedback** che riceve, soprattutto quando si tratta di operazioni intellettuali meccaniche o iterative, che sono poi la gran parte delle mansioni assegnate alla maggioranza dei **lavoratori da ufficio**. Dunque, quando gli strumenti di Intelligenza Artificiale saranno integrati nella quotidianità degli uffici, per ottenere i risultati migliori non sarà richiesto al lavoratore di saper dare la risposta migliore, ma, individuato il problema, di **fare la domanda giusta**, dare l'**input migliore**, per ottenere la risposta corretta, ovvero l'output desiderato. Per la prima volta, dunque, una tecnologia non serve

solo a facilitarci nel produrre la risposta migliore, ma è in grado di produrla essa stessa autonomamente, grazie ad un nostro impulso corretto. Questo porterà a due conseguenze. La prima è immediata ed evidente: per contribuire nel lavoro in maniera efficace dovremo assolutamente **rifunzionalizzare le nostre competenze**, con la prospettiva di creare non output ma **input complessi**, adeguati ad ottenere il risultato desiderato. Una prima volta nella storia del lavoro.

Giuseppe Lavitola, studente Università di Roma Tre



**LEGGI
L'ARTICOLO
COMPLETO**

QUALE FUTURO

Per l'agricoltura italiana?

Il cambiamento climatico è ormai realtà conclamata: le temperature medie sono in aumento e gli eventi atmosferici estremi sono sempre più frequenti.



I primi cittadini a prendere coscienza che il clima sia in evoluzione sono gli agricoltori, vittime di questo quadro drammatico e **al lavoro per rendere più resiliente il loro settore**, ma come spesso accade si tratta di un insieme di misure. L'**attivazione di polizze assicurative** è la chiave per tutelare la sostenibilità economica del settore, tuttavia, il governo ha deciso di ridurre gli incentivi a chi si assicura contro gli agenti atmosferici. Oltre a ciò, dobbiamo ricordare che la **sostenibilità dell'agricoltura** è possibile soltanto mantenendo elevati i livelli produttivi, le strade per non intaccare le **performance quali-quantitative sono numerose**.

*Francesco Goracci,
studente Statale di Milano*



La prima via può essere quella di una gestione più accurata degli **input idrici**, che, ormai, grazie a nuove tecnologie, possono essere apportati nelle **quantità strettamente necessarie a soddisfare i fabbisogni delle piante**, senza eccessi che andrebbero persi, il PNRR ha destinato numerose risorse a questo tipo di interventi. Le perdite idriche devono essere limitate non solo a livello di campo, ma anche a livello macroscopico, attualmente l'acqua delle piogge arriva molto velocemente in mare, per rallentare il suo decorso sarebbe **necessario realizzare numerose dighe** lungo i fiumi, a partire dal nostro Po. Non potendomi soffermare su tutte le misure da portare avanti, vorrei esporvene un'ultima, che ritengo essere la più potente, e che è rappresentata dalla possibilità di **scegliere varietà che meglio si adattano ai nostri climi**, come sta accadendo in Sicilia dove è in forte crescita la produzione di avocado.



Dobbiamo abituarci al fatto che **i paesaggi potranno cambiare nei prossimi anni, perché a cambiare saranno le colture**. Probabilmente in Valtellina coltiveremo sempre più ulivi e in pianura avremo dei foraggi più resistenti alla siccità, come il sorgo. Le soluzioni sono varie, c'è la **possibilità di introdurre varietà OGM/TEA resistenti alla siccità** o magari si può valutare di introdurre foraggi provenienti da altre parti del mondo, che possono adattarsi ai nostri climi. L'impatto non sarà soltanto ambientale ed economico, ma riguarderà anche i flussi commerciali, i beni che esportiamo e quelli che importiamo **cambieranno in quantità e tipologia**, sarà necessario assicurarsi che questi cambiamenti non penalizzino né i consumatori né gli i redditi degli agricoltori, che non possono essere lasciati soli in questa **repentina mutazione**.



**LEGGI L'ARTICOLO
COMPLETO**



ForbesITALIA

IL BRAND LEADER DELLA BUSINESS COMMUNITY



NOTIZIE

BUSINESS

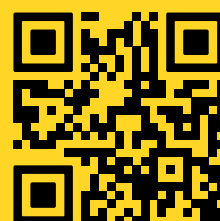
CONSIGLI

CLASSIFICHE



**ISCRIVITI AL CANALE WHATSAPP
DI FORBES ITALIA**

qrco.de/be1tOD



CHI CERCA TROVA?

Nel 2025, più di 2 professionisti su 5 in Italia cercheranno un nuovo lavoro. Ma a fronte di un'alta domanda, solo pochi ricevono riscontro

- Capofila nella ricerca di nuove opportunità nel 2025, in Italia, è la **GenZ con oltre il 63% di giovani intenzionati a cambiare**
- **Il 27% dei professionisti nel nostro Paese ha usato l'AI** a supporto delle proprie application mentre il 30% è preoccupato di come questa tecnologia stia cambiando il processo di ricerca e selezione
- Quasi la metà (**48%**) **dei lavoratori in Italia afferma che è diventato più difficile ricevere feedback dai recruiter**, con quasi 2 persone su 5 (36%) che dichiarano di candidarsi più di quanto mai fatto in precedenza, ma di ricevere comunque meno risposte
- A delineare questo scenario è **una nuova indagine condotta a livello globale, e in Italia, da LinkedIn**, che aiuta i professionisti ad adattarsi ai cambiamenti nel mercato del lavoro con nuovi strumenti e la nuova lista annuale "Jobs on the Rise" con i lavori in più rapida crescita

Milano, 16 gennaio 2025 – Lavoratori e lavoratrici in Italia sono, in maggioranza, attivi nella ricerca di nuove opportunità professionali per l'anno appena iniziato, con oltre 2 persone su 5 (44%) aperte a nuove sfide professionali. A fronte di questo dinamismo, il mercato del lavoro continua a cambiare e in molti ritengono che la ricerca sia diventata più complessa e difficoltosa rispetto all'anno scorso. **Le posizioni aperte e le candidature sono più numerose che mai**, ma in pochi ricevono riscontro: lo testimonia il fatto che oltre il 45% dei professionisti dichiara di aver ben presente cosa significhi essere "ghostati" a seguito dell'invio di un application, con 3 persone su 10 (30%) che dicono di aver già vissuto questa esperienza. A mostrare questo spaccato sulle principali tendenze del 2025 è **una nuova indagine condotta su scala internazionale da LinkedIn**, il network professionale più grande al mondo, che offre ogni anno nuovi spunti e dati a supporto di chi vuole affrontare al meglio la ricerca di nuove opportunità lavorative.

Lo scenario italiano trova riscontro nei dati globali della ricerca, da cui emerge che quasi **3 persone su 5 (58%) su scala internazionale intendono cercare un nuovo lavoro quest'anno**, con la metà degli intervistati che, però, sostiene che la ricerca sia diventata più difficile rispetto al 2024.



Marcello Albergoni

Country Manager
@LinkedIn Italy



Olga Ferreras Casado

Talent Solutions & Career Expert
@LinkedIn Italy



**LEGGI L'ARTICOLO
COMPLETO**

Cosa (e come) cercano i professionisti italiani. Il ruolo dell'AI

A fare da capofila tra chi cerca nuove opportunità professionali è la GenZ, con oltre il 63% dei giovani intenzionati a cambiare, a fronte del 55% dei millennial. Interessante anche la **minore differenza di genere**, con le professioniste più attive nella ricerca: il 46% delle donne sta infatti sondando il mercato, con invece il 41% degli uomini che dichiara di non essere, al momento, intenzionato a cambiare. Tra chi sta valutando **nuove opportunità professionali, la principale motivazione alla base della spinta al cambiamento è sicuramente la possibilità di un aumento di retribuzione**, come dichiarato dal 41% degli intervistati in Italia, seguita dalla ricerca di una migliore work-life balance (27%), dalla voglia di trovare un nuovo contesto in cui poter crescere professionalmente (22%) e da una maggior consapevolezza e volontà di mettere a frutto le proprie competenze (20%).

Se le motivazioni economiche sono cruciali per chi è alla ricerca di nuove opportunità, **la ragione principale per restare, tra chi non è intenzionato a cambiare lavoro, è il fatto di aver raggiunto un buon equilibrio tra vita privata e professionale** (30%), seguita da una valutazione positiva del clima di lavoro e del rapporto con i colleghi (24%), a testimonianza dell'importanza del "fattore umano". **L'impatto dell'Intelligenza Artificiale sulle dinamiche di ricerca di nuove opportunità lavorative è già evidente nel nostro Paese**: il 27% dei professionisti italiani già utilizza questa tecnologia a supporto dell'invio di nuove candidature, in primis la GenZ (43%). E, se quasi 2 persone su 5 (39%) dichiarano di non essere sicure di come l'AI possa essere d'aiuto, **il 37% è intenzionato e aperto a imparare a sfruttare al meglio il suo potenziale**.

Affrontare una crescente competizione

Tra chi è, sin dall'anno scorso, alla ricerca di un nuovo lavoro, **il 19% non ha ancora trovato l'opportunità giusta**. Non stupisce, perciò, che la metà dei professionisti dichiarati che cercare lavoro sia frustrante.

Ma quali le ragioni? Per 2 lavoratori su 5 (39%) **la difficoltà maggiore risiede nell'individuare un'offerta che risponda ai propri criteri di ricerca**: ostacolo considerato più rilevante, ad esempio, della negoziazione salariale, indicata dal 24% degli intervistati come motivo di criticità. A far crescere la frustrazione è anche **l'assenza di feedback da parte degli hiring manager**, con quasi la metà (48%) dei lavoratori in Italia che concorda sul fatto che sia diventato più difficile ricevere riscontro. Mentre 2 professionisti su 5 (36%) affermano di candidarsi a più lavori che mai, ma di ricevere comunque meno risposte. Ben il 20% degli intervistati ha indicato proprio l'assenza di riscontri come uno dei principali ostacoli nella ricerca.

E qual è la prospettiva di chi sta dall'altra parte, ovvero dei recruiter? In Italia, il 65% degli hiring manager intervistati da LinkedIn sostiene che, nel 2024, è diventato più difficile trovare candidati in grado di soddisfare i requisiti necessari per una posizione aperta. In particolare:

- oltre la metà (**51%**) sostiene che **il processo di ricerca e selezione sia diventato frustrante**
- il **48%** dichiara di ricevere svariate **candidature da parte di professionisti non adatti al ruolo**
- il **45%** lamenta la **difficoltà di trovare talenti con il giusto set di skill**, da un punto di vista tecnico

In generale, rispetto al 2024, il 62% dei recruiter dichiara di spendere più tempo nella ricerca di profili adatti. Tra chi si occupa di individuare e selezionare candidati, l'AI gode di alta considerazione, ed è già stata integrata da molti nel processo di ricerca: per il 64% permette di trovare più facilmente candidati e per il 63% rende l'iter più veloce.

ne, ed è già stata integrata da molti nel processo di ricerca: per il 64% permette di trovare più facilmente candidati e per il 63% rende l'iter più veloce.

Prospettive di carriera: le priorità secondo professionisti e professionisti italiani

La priorità per i lavoratori italiani quando si tratta di pianificare la propria carriera è data dall'opportunità di acquisire nuove competenze (20%). Chi desidera un cambiamento ha intenzione di dedicare più tempo alla ricerca di un lavoro in linea con i propri interessi e valori (17%), mentre tra chi non ha intenzione di cambiare prevale il bisogno di stabilità (15%) e l'alta considerazione dell'attuale flessibilità di tempi e modi di lavoro (14%).

"L'attuale panorama competitivo nella ricerca di lavoro dimostra che **i professionisti italiani riconoscono quanto sia cruciale che le loro competenze siano adatte ai ruoli richiesti**. Infatti, mentre il 23% delle persone che abbiamo intervistato considera l'acquisizione di nuove competenze una priorità per la propria crescita professionale, il 62% dei recruiter dichiara di dedicare più tempo alla ricerca di candidati idonei" commenta Marcello Albergoni, Country Manager di LinkedIn Italia. "In un mercato in rapida evoluzione, il continuo impegno di LinkedIn va in entrambe le direzioni: da un lato **fornire nuovi strumenti e risorse** per guidare strategicamente i professionisti nella ricerca di un nuovo lavoro, aiutandoli ad ampliare il proprio network, individuando nuovi percorsi di adattamento e apprendimento, dall'altro offrire strumenti e soluzioni innovative per **facilitare e velocizzare il lavoro dei recruiter**".

Guardando al 2025: i consigli di Olga Ferreras Casado, LinkedIn Career Expert, per migliorare e distinguersi nella ricerca di lavoro:

- **Mettere al primo posto la capacità di adattarsi**

Affrontare un mercato del lavoro competitivo come quello attuale non è semplice: per questo è cruciale concentrarsi sulla capacità di adattarsi, per aprire nuove opportunità di crescita professionale. Durante il processo di selezione, è importante evidenziare le soft skill, come flessibilità e capacità di comunicazione, e dedicare del tempo a svilupparle. LinkedIn sostiene lavoratrici e lavoratori alla ricerca di nuove opportunità anche attraverso i LinkedIn Learning Courses, tra cui *Building Career Agility and Resilience in the Age of AI* e *Landing a Job as a Skills-First Candidate*, gratuiti fino al 31 marzo 2025.

- **Tenere aggiornato il profilo LinkedIn**

Mai come oggi è essenziale mantenere il profilo LinkedIn aggiornato, poiché è spesso il primo luogo dove i recruiter cercano nuovi talenti e reperiscono le informazioni sui candidati. Per distinguersi, è utile evidenziare le competenze nella sezione Esperienza. Chi inserisce cinque o più competenze nel proprio profilo riceve fino a 5,6 volte più visualizzazioni da parte dei reclutatori e 24 volte più messaggi InMail.

- **Trovare il giusto match**

Il nuovo strumento "job match" di LinkedIn aiuta i candidati a capire rapidamente se le proprie competenze e qualifiche corrispondono agli annunci di lavoro, così da identificare facilmente i ruoli più adatti e a concentrare meglio il tempo e gli sforzi.

- **Cercare in sicurezza**

Per offrire tranquillità e sicurezza nella ricerca di nuove opportunità, gli annunci verificati su LinkedIn ora mostrano un badge di avvenuta verifica. Questi rappresentano circa la metà delle offerte di lavoro sulla piattaforma.

- **Scoprire nuove opportunità**

Esplorare su LinkedIn i ruoli emergenti – come quelli nella lista Jobs on the Rise – permette di ottenere informazioni pratiche sulle posizioni emergenti, disponibilità di lavoro da remoto, competenze più richieste per ciascun ruolo, principali città dove avvengono le assunzioni e altro ancora, a sostegno della ricerca di impiego.

La lista dei Lavori in crescita 2025

Ogni anno, LinkedIn offre a lavoratrici e lavoratori l'opportunità di ampliare le proprie skill rendendo disponibili corsi di formazione gratuiti e aiuta chi è alla ricerca di un nuovo lavoro a orientarsi tra le diverse opportunità anche grazie alla lista dei "Lavori in crescita", ovvero le professioni che hanno visto un incremento maggiore negli ultimi 3 anni, pubblicata da LinkedIn Notizie. In Italia, nella top 10 figurano:

1. **Consulente di viaggio** (Può essere indicato anche come Travel consultant o Agente di viaggio)
2. **Ingegnere dell'intelligenza artificiale** (Può essere indicato anche come Artificial intelligence engineer o Machine learning engineer)
3. **HR administrator** (Può essere indicato anche come HR admin)
4. **Addetto prenotazioni** (Può essere indicato anche come Reservation agent)
5. **Liquidatore sinistri** (Può essere indicato anche come Claims specialist.)
6. **Cyber security engineer** (Può essere indicato anche come Ingegnere della cybersicurezza)
7. **Event specialist** (Può essere indicato anche come Event coordinator)
8. **Responsabile acquisti** (Può essere indicato anche come Procurement buyer o Procurement specialist)
9. **Technical sales specialist**
10. **Specialista marketing e comunicazione** (Può essere indicato anche come Marketing and communication specialist)

Quale aspetto ritieni più cruciale per il futuro della regione?

Protezione ambientale 37%

Risorse naturali 35%

Tensioni geopolitiche 20%

Nuove vie marittime 7%

Next | Forbes
Leaders

UNISCITI ALLA
COMMUNITY

Seguici sui social e partecipa
ai sondaggi settimanali sui
trend del momento



SETTORE **SOCIAL**

TARGET **UNDER 24**

La vendita a Mondadori Media nel 2022

A dicembre 2022, inoltre, è stata formalizzata la vendita del 100% delle quote a Mondadori Media. "Un passo fondamentale che ci ha permesso di valorizzare il nostro progetto. Grazie a questa operazione siamo cresciuti strutturalmente, evolvendoci senza perdere la nostra identità. Abbiamo arricchito la nostra offerta editoriale e consolidato la nostra presenza nel settore degli eventi e dei contenuti video. A due anni di distanza, possiamo dirci pienamente soddisfatti: Webboh è oggi la principale community Gen Z in Italia".

WEBBOH



Inseguono gli ultimi trend, cambiano continuamente gusti e abitudini di consumo. La **Gen Z** è la prima a essere cresciuta con internet, smartphone e social media. Ed è anche quella alla quale, con i suoi contenuti online, si rivolge la piattaforma **Webboh**, nata nel 2019 da un'idea di **Ivan Buratti, Giulio Pasqui e Diego Odello**.

L'idea iniziale "Eravamo un collettivo di amici e colleghi, già attivi nel mondo della comunicazione, ma senza alcuna esperienza nei social media", spiega Buratti. "Insieme ci siamo accorti che in Italia non esisteva una realtà dedicata a **raccontare il mondo dei content creator**. All'inizio ci siamo mossi seguendo un modello tradizionale: segnalavamo video virali, raccontavamo l'uscita di libri di influencer e costruivamo contenuti dedicati ai personaggi più in vista del momento. Era un approccio lineare, che puntava a raccontare fenomeni già noti". Tuttavia, per il primo anno non hanno ottenuto grandi risultati.

Roberta Maddalena, giornalista Forbes Italia



**LEGGI L'ARTICOLO
COMPLETO**