AbruzzoWeb
Tutte le notizie d'Abruzzo a portata di click

COME CERCARE LAVORO IN ITALIA NEL 2026: COSA VOGLIONO DAVVERO I RECRUITER DA TE

22 Maggio 2026



C’è una scena che si ripete in migliaia di case italiane in questo momento. Qualcuno apre il laptop, va su un portale di annunci, scorre quaranta o cinquanta offerte e clicca “Candidati” su una decina di posizioni in mezz’ora. Stesso CV, stessa lettera di presentazione, magari nemmeno quella. Poi chiude tutto, soddisfatto di “aver fatto qualcosa”. Tre settimane dopo, nessuna risposta. La conclusione, naturalmente, è che “il mercato è morto” o che “ormai non rispondono più nessuno”.

Il problema è che questa scena, nel 2026, non funziona più. Forse non ha mai funzionato benissimo, ma oggi è proprio il modo sbagliato di cercare lavoro in Italia. I recruiter hanno cambiato il modo di selezionare, le aziende hanno cambiato il modo di valutare, e l’intelligenza artificiale ha cambiato le regole prima ancora che molti candidati se ne accorgessero. Vale la pena fermarsi un attimo, analizzare i migliori esempi di cv professionali, e capire cosa sta succedendo davvero dietro le quinte di un processo di selezione, perché chi lo capisce parte con un vantaggio enorme.

Il mercato è polarizzato, non chiuso

La prima cosa da mettere a fuoco è che il mercato del lavoro italiano nel 2026 non è bloccato: è polarizzato. Le opportunità ci sono, e sono parecchie, ma si concentrano in settori specifici e richiedono competenze precise. Il mismatch tra domanda e offerta resta intorno al 45-50%, con punte ancora più alte nei profili tecnici e digitali. Tradotto: le aziende vogliono assumere, ma non trovano persone con il mix giusto di competenze. Chi quel mix lo costruisce — o impara a comunicarlo bene — ha la coda di recruiter che lo cercano. Chi invece si presenta come “generalista che si adatta a tutto”, oggi rischia di non passare nemmeno il primo filtro.

Questo è il primo cambio di paradigma. Non si cerca lavoro come dieci anni fa, quando bastava avere un CV decente e abbastanza fortuna. Oggi si cerca lavoro come un piccolo progetto di marketing: bisogna sapere chi sei, cosa offri, a chi ti rivolgi e come comunicarlo.

Il CV nel 2026: prima lo legge una macchina, poi un essere umano

Partiamo dal CV, perché è da lì che inizia tutto. La verità che pochi candidati conoscono è che il CV oggi viene letto due volte: una prima volta da un software, e solo dopo — se supera il primo esame — da un recruiter in carne e ossa. Si chiamano ATS, Applicant Tracking System, e nelle aziende strutturate filtrano oltre il 70% dei curriculum prima che qualcuno li veda davvero. Significa che il tuo CV può essere brillantissimo, ma se non parla la lingua giusta, finisce in un cestino digitale senza che nessun umano l'abbia mai aperto.

Cosa significa "parlare la lingua giusta"? Significa usare le parole chiave dell'annuncio, scritte come sono scritte nell'annuncio. Se l'offerta cerca un "Junior Business Analyst" con esperienza in "SQL e Power BI", e tu nel CV hai scritto "ho lavorato con database e dashboard", la macchina non lo capisce. Devi scrivere SQL e Power BI, esattamente così. Non è disonestà, è traduzione: stai aiutando un algoritmo a capire che tu sei davvero la persona giusta.

L'altro errore tipico è il CV-elenco-mansioni. Frasi come "responsabile della gestione clienti" o "addetto al controllo qualità" non dicono niente a nessuno. Quello che funziona davvero, sia per gli ATS che per i recruiter umani, è il CV orientato ai risultati. "Ho ridotto del 15% i tempi di risposta del customer care implementando un nuovo flusso di ticket" è una frase che vale dieci volte più di "mi sono occupato di customer care". Il primo dice cosa hai prodotto, il secondo dice solo cosa hai presenziato.

Sul fronte grafico, vale la regola opposta a quella che molti pensano: meno è meglio. Niente template colorati pescati su Canva con tabelle complesse, icone decorative, barre di "livello di competenza" che gli ATS non sanno interpretare. Un layout pulito, una o al massimo due pagine, font leggibile, sezioni chiare. Il CV elegante e sobrio nel 2026 batte quello creativo nove volte su dieci, perché passa i filtri e perché il recruiter, che ne legge centocinquanta al giorno, lo trova in due secondi.

LinkedIn non è una vetrina, è un canale di selezione

Se il CV è la porta d'ingresso, LinkedIn è ormai la stanza dove i recruiter abitano. In Italia la piattaforma è esplosa negli ultimi anni e oggi una quota crescente delle assunzioni passa da lì, spesso prima ancora che l'offerta venga pubblicata altrove. Eppure moltissimi candidati hanno un profilo fermo a tre anni fa, con la foto del matrimonio del cugino e una headline che dice solo "Studente" o "In cerca di nuove opportunità".

Il problema è che i recruiter cercano per parole chiave anche su LinkedIn. Se tu sei un controller finanziario con esperienza in IFRS e consolidato di gruppo, e nella tua headline scrivi solo "Professionista del settore finanziario", non ti trova nessuno. La headline va trattata come uno spazio strategico: ruolo + specializzazione + strumenti chiave. Qualcosa tipo "Controller di gestione | Reporting IFRS, SAP, Power BI | Manifatturiero e Automotive". È meno elegante di "Aspiro a portare valore in contesti dinamici", ma fa una cosa fondamentale: ti rende trovabile.

Stesso discorso per la sezione "Informazioni" e per le esperienze. Va scritto tutto in prima persona, in modo umano, ma con le parole giuste dentro. E va aggiornato. Un profilo che mostra l'ultima attività due anni fa segnala disinteresse, mentre un profilo che pubblica o commenta con costanza nel proprio settore segnala presenza, competenza, partecipazione.

C'è poi un aspetto più sottile: i recruiter prima di chiamarti ti cercano su Google. Sempre. Se il tuo nome non porta da nessuna parte, non è un problema. Se invece porta a post tossici, foto poco professionali o vecchie polemiche social, è un problema serio. La presenza online oggi è un'estensione del CV, anche quando non vorremmo che lo fosse.

L'errore più comune: la candidatura fotocopia

Veniamo all'errore più grave, quello che fa la differenza tra chi riceve colloqui e chi non ne riceve mai. È la candidatura non personalizzata, inviata in massa, identica per ogni posizione. Ne arrivano a centinaia per ogni offerta, e i recruiter le riconoscono al primo sguardo. La lettera di presentazione che inizia con "Spettabile azienda" e parla solo di quanto sei motivato, senza mai nominare cosa fa l'azienda né perché proprio loro, comunica una cosa sola: ti sei candidato anche a venti altre posizioni nella stessa ora.

Funziona invece l'opposto. Candidarsi a meno offerte, ma con attenzione vera. Leggere l'annuncio per quello che è, capire cosa cerca davvero l'azienda, guardare il sito, capire il tono di voce, e poi scrivere due paragrafi che colleghino in modo specifico la tua esperienza al loro bisogno. Non serve essere lunghi: servono essere mirati. Una candidatura ben fatta richiede venti minuti; ne basterebbero cinque al giorno per cambiare i risultati nel giro di un paio di mesi.

L’intelligenza artificiale è dentro la stanza

Qui entra in gioco l’elemento più nuovo del 2026: l’intelligenza artificiale, da entrambi i lati. I recruiter la usano per filtrare i CV, per pre-screening automatici, per analisi semantica delle candidature. Ma anche i candidati ormai la usano, per generare CV e lettere di presentazione. Il risultato paradossale è che oggi i selezionatori si trovano davanti decine di candidature scritte tutte un po’ allo stesso modo, con lo stesso lessico, gli stessi giri di frase, lo stesso tono troppo levigato. E hanno imparato a riconoscerle.

Questo non significa che non si debba usare l’IA. Anzi, saperla usare è diventata una competenza richiesta esplicitamente da molti annunci: l’AI literacy è oggi tra le skill più cercate in quattro funzioni aziendali su cinque, secondo le analisi di LinkedIn. Significa però che l’IA va usata come strumento, non come ghostwriter. Si fa fare la prima bozza, poi si riscrive con la propria voce, si inseriscono dettagli specifici, si tolgono i giri di parole troppo perfetti. La frase “Vorrei contribuire al successo della Vostra prestigiosa realtà” è morta. La frase “Ho visto che state aprendo la sede di Milano e che cercate qualcuno per i mercati DACH: ho lavorato due anni in Germania e parlo tedesco a livello C1” è viva.

Il colloquio: meno performance, più verità

Anche il colloquio è cambiato. I recruiter hanno smesso di cercare il candidato perfetto sulla carta e cercano sempre più la persona reale, autentica, che si capisce cosa pensa e come ragiona. La domanda classica “qual è il suo difetto principale” funziona meno, sostituita da domande comportamentali: raccontami una volta in cui hai gestito un conflitto, raccontami un fallimento e cosa ne hai imparato, raccontami una decisione difficile che hai preso.

Funziona il metodo STAR — situazione, task, azione, risultato — ma applicato con naturalezza, non come una formula imparata a memoria. E funziona ammettere quello che non si sa. Un candidato che dice “questa parte non l’ho ancora mai fatta, ma ti racconto come l’ho affrontata in un caso simile” comunica onestà e capacità di apprendimento, due qualità che oggi pesano enormemente. Le aziende sanno che i ruoli cambiano in fretta: cercano persone che imparino in fretta, non persone che fingano di sapere tutto.

Le soft skills, in questo contesto, sono diventate il vero terreno di gara. Tutti dichiarano di averle, pochissimi sanno dimostrarle. La capacità di lavorare in team, la gestione dello stress, l’empatia, l’ascolto attivo, il pensiero critico: non si raccontano dicendo “ho ottime capacità relazionali”, si raccontano con episodi concreti. È la differenza tra dichiararsi affidabili e raccontare quella volta che hai chiuso il bilancio con il responsabile in ferie.

Distinguersi senza urlare

L’ultima domanda, la più difficile, è come distinguersi rispetto agli altri candidati senza cadere nel paradosso opposto, cioè quello del candidato troppo sopra le righe. La risposta più sincera è che ci si distingue per coerenza e precisione, non per originalità a tutti i costi. Un profilo coerente — CV, LinkedIn, modo di scrivere, modo di presentarsi al colloquio, esempi concreti — comunica solidità. Un profilo eccentrico ma scollegato comunica solo confusione.

Distinguersi significa avere una storia chiara: chi sei, dove sei stato, dove vuoi andare e perché proprio questa azienda è coerente con il tuo percorso. Significa avere qualche piccolo dettaglio che dimostri impegno reale — un corso recente, un certificato, un progetto personale, un settore in cui hai approfondito. Significa, soprattutto, essere ricordabili senza essere artefatti.

Cercare lavoro nel 2026 in Italia non è facile, ma non è nemmeno un’impresa impossibile. Richiede però di smettere di fare le cose come si facevano dieci anni fa. Meno candidature, ma più curate. Meno frasi fatte, più risultati concreti. Meno passività, più presenza online. Meno paura dell’intelligenza artificiale, più capacità di usarla con intelligenza. E soprattutto, una cosa che i recruiter ripetono da anni e che continua a essere il vero discriminante: trattare la propria ricerca di lavoro come un lavoro vero, fatto con metodo, costanza e un minimo di strategia. Chi lo fa, prima o poi viene chiamato.

© 2026 Abruzzo Web Enfasi srl - Quotidiano digitale registrato presso il Tribunale dell'Aquila con decreto n°501 del 2 settembre 2003
Iscrizione al ROC n. 26362 - P.IVA 01812420667
Direttore responsabile Berardo Santilli