



ECONOMIA

## Lavoro, la metà dei recruiter cambia idea sul candidato per le foto e i post sui social



05 apr 2024 - 14:31

*Vittorio Eboli*

Prima, per cercare lavoro, c'era il curriculum. Ora ci sono curriculum e social. Una parola arcaica, latina, e una moderna, inglese, per le ricerche dei selezionatori italiani. Secondo uno studio di **Adecco**, la maggior agenzia per il lavoro del nostro Paese, oltre la metà dei 'recruiter' non si accontenta più del curriculum vitae ma attinge informazioni dai profili personali dei candidati sul web: per l'esattezza, si fa influenzare negativamente da post, foto, commenti su internet. E colui che aspira al contratto rischia di perdere la chance.

Oggi il **51% dei selezionatori del personale** dichiara di aver cambiato idea in negativo dopo un controllo sui social: tendenza in netto aumento, tanto che la stessa ricerca tre anni fa dava un 31% scarso, e dieci anni fa aveva dato come risultato il 12%.

Se è abbastanza ovvio, infatti, che si cerchino informazioni professionali su LinkedIn, il social nato proprio per condividere dati ed esperienze di lavoro (il 96% dei recruiter lo utilizza), ora la ricerca si è ampliata, e soprattutto è il tipo di controllo che ha cambiato pelle: si prova a intuire la **personalità del candidato** da foto, post e commenti lasciati anche sugli altri social.

Ecco perché foto ritenute inappropriate (37%), o commenti dal sapore discriminatorio (17%) possono pesare, e ormai pesano, più di delle esperienze lavorative elencate in un curriculum. La realtà digitale, che siamo abituati a pensare virtuale, ha sempre più incidenza sulla vita reale, di cui è ormai parte integrante. E può costare opportunità di lavoro.

**Lidia Molinari**, people advisor director di Adecco Italia, ha spiegato al Sole24Ore che "l'utilizzo dei social media da parte dei candidati influenza sempre più le decisioni di reclutamento. I dati ci dimostrano che il social screening è uno strumento decisivo nel processo di selezione per oltre la metà dei recruiter, che sfruttano i social media non solo per la ricerca dei talenti, ma anche per la verifica dei candidati. Perciò consigliamo a chiunque sia alla ricerca di una opportunità lavorativa, lo sviluppo di un personal branding sui social che tenga conto della selezione dei contenuti prima che essi vengano pubblicati e di porre attenzione alle modalità di interazione in rete".

## Openjobmetis: l'importanza del 'personal branding'

"Nella nostra attività quotidiana di reclutamento - è l'analisi a Sky Tg24 di **Elisa Fagotto**, Candidate Manager di Openjobmetis - la ricerca attiva che svolgiamo sui social e nelle community group non ha l'obiettivo di giudicare i contenuti postati o i profili personali, ma quello di incontrare quel 'candidate personas' (il ritratto del candidato ideale per una determinata posizione lavorativa, ndr) che è in questo contesto, e comprendere come arrivare meglio a questo target nel proporre sempre nuove opportunità di lavoro".

"Per quanto concerne il Personal Branding - prosegue Fagotto - anche noi riteniamo sia importante e fondamentale; infatti, uno dei moduli del nostro **Futurando** (il format che abbiamo ideato per incontrare giovani che si stanno avvicinando al mondo del lavoro, in particolare studenti e studentesse degli Istituti superiori e degli atenei) è proprio incentrato sull'identità digitale, il **personal branding**, la web reputation, la costruzione di un profilo LinkedIn, oltre alla ricerca del lavoro online. Diamo loro anche degli alert specifici: in primis, la nostra presenza sul web (ovvero quello che postiamo, commentiamo, condividiamo) permane online ed è importante, quindi, prestare sempre attenzione, avendo l'accortezza di scegliere una modalità di profilo personale **privato** qualora non si vogliono condividere informazioni personali".

[Dichiarazione di Elisa Fagotto su Sky24 Economia](#)