

Il recruiting nell'era dell'AI: così InMatch prova a ridurre il mismatch tra aziende e candidati

2026-05-14 11:00:40 di Enzo Argante

URL:<https://forbes.it/2026/05/14/cosi-inmatch-prova-ridurre-mismatch-tra-aziende-candidati/>

Richieste a soggetti non pertinenti, incoerenti anche sul piano delle competenze. Domanda e offerta di lavoro in Italia sembrano mondi separati. Secondo l'Istituto nazionale per l'analisi delle politiche pubbliche un lavoratore su cinque non ha le competenze richieste per il ruolo che ricopre. Rincarare la dose Istat, secondo cui il livello di formazione non sempre si traduce in un'occupazione coerente, segnalando un disallineamento tra competenze disponibili e profili richiesti dalle imprese.

Il problema è anche l'uso dei canali attraverso cui aziende e candidati si incontrano: piattaforme digitali che hanno semplificato l'accesso al lavoro, ma che hanno anche moltiplicato le candidature, rendendo più difficile orientarsi tra i profili davvero rilevanti. Il risultato è che il tempo dedicato allo screening diventa critico quanto la capacità di individuare i profili davvero adatti.

Il recruiting data-driven che punta sulla qualità

A provare a fare un po' d'ordine è **InMatch**, piattaforma HR Tech italo-svizzera sviluppata per intervenire su uno dei nodi più concreti del recruiting digitale: il rumore generato dalle candidature non in linea. Nei portali di recruiting tradizionali, infatti, una quota molto elevata di candidature può rivelarsi poco pertinente rispetto ai requisiti richiesti fino al 90% in alcuni casi, secondo i dati raccolti dalla società nelle prime fasi di attività. Per le aziende, questo si traduce in tempo sottratto alla selezione e in costi difficili da controllare. Per i candidati, significa spesso entrare in processi poco trasparenti, senza feedback o con una limitata corrispondenza tra profilo e opportunità. "In molti processi di selezione", spiega Gabriele Borga, founder InMatch, "il problema non è la scarsità di candidature, ma il tempo necessario per distinguere quelle realmente pertinenti. È lì che oggi si concentra una parte rilevante dell'inefficienza".

Il modello InMatch si basa su un principio diverso rispetto a quello delle job board tradizionali: l'azienda non paga per pubblicare un annuncio né per generare traffico, ma solo per le candidature ritenute pertinenti rispetto alla posizione aperta. Alla base c'è un'infrastruttura di AI supervisionata: dieci agenti virtuali, progettati per simulare approcci di valutazione differenti, analizzano ogni candidatura in relazione al ruolo e restituiscono un esito condiviso. Se il livello di corrispondenza è alto, il profilo viene inoltrato all'azienda; nei casi intermedi è previsto un controllo umano; se la candidatura non viene ritenuta coerente, il candidato riceve una notifica con la possibilità di chiedere una revisione.

Quando il salary matching diventa strategico

Un altro elemento osservato riguarda il tema della trasparenza salariale. Secondo i dati interni, il 40% degli utenti iscritti inserisce volontariamente il livello di retribuzione desiderato al momento della candidatura. Un'informazione che può aiutare a evitare colloqui destinati a interrompersi solo nella fase finale, quando emergono aspettative economiche incompatibili. Il dato che evidenzia come una parte significativa dei candidati è oggi disponibile a rendere esplicite fin da subito le proprie richieste, mentre il processo di recruiting continua spesso a rimandare questo confronto alle fasi finali. Nei fatti, il confronto sulla

retribuzione arriva spesso troppo tardi, quando il processo è già avanzato e le aspettative tra azienda e candidato emergono solo dopo diversi passaggi. Eventuali divergenze diventano così più difficili da gestire: la selezione si interrompe quando è già stata avviata, con la necessità di riaprire la ricerca e ricominciare il processo.

Oltre all'attività di matching, InMatch prevede di sviluppare nei prossimi mesi un filone di data journalism proprietario a partire dai dati raccolti dalle indicazioni retributive alle priorità dei candidati, fino ai ruoli più richiesti e alle posizioni più difficili da coprire. L'obiettivo è costruire nel tempo un osservatorio utile a leggere alcuni cambiamenti in corso nel mercato del lavoro italiano, a partire dall'area milanese per poi estendere progressivamente l'analisi su scala più ampia. Il progetto nasce dall'esperienza imprenditoriale di Gabriele Borga, attivo nel settore HR da oltre un decennio. In precedenza ha fondato Jobtome, piattaforma di recruiting internazionale attiva in oltre 30 Paesi e successivamente acquisita dal gruppo Gi Group, maturando un'esperienza diretta nelle dinamiche del mercato del lavoro digitale e nei modelli di matching tra candidati e aziende. Lanciata a inizio 2026, la piattaforma conta oggi quasi 100.000 candidati iscritti e una pipeline B2B attiva principalmente sul nord Italia.