



> 4 ottobre 2026 alle ore 0:00

CICLONE «Z» IN AZIENDA

Ecco dove l'azienda perde i giovani: te lo dice il «Delta Navigator» gratuito

Capitale Umano. Nasce uno strumento di autoanalisi dell'Osservatorio. Una scala a quattro livelli e un report finale che confronta la priorità dichiarata con il punto più fragile del rapporto tra impresa e Gen Z

Un'azienda meccanica compila il questionario convinta di sapere già dove sta il problema: la formazione dei giovani. È la priorità che indica, senza esitare. Il risultato la spiazzata. Il pilastro più fragile è selezionare. I ragazzi entrano scelti quasi solo per le competenze tecniche, senza che nessuno abbia guardato al loro potenziale o alle soft skills richieste dal ruolo. Forse il problema non è insegnare di più, ma scegliere meglio. È il tipo di scarico che il Delta Navigator fa emergere.

Il nuovo strumento dell'Osservatorio Delta Index è una versione semplificata dell'assessment che l'Osservatorio utilizza con le imprese: un'autoanalisi online e gratuita che in circa dieci minuti restituisce la prima fotografia del rapporto tra un'azienda e i giovani talenti.

«Abbiamo voluto aprire la porta a tutte le imprese, anche a quelle che non hanno mai misurato la propria attrattività – spiega Paolo Maria Ferrari, fondatore di Delta Index –. Molti imprenditori vedono ragazzi che arrivano e ripartono dopo pochi mesi, ma pochi sanno dire dove il rapporto si spezza. Il Navigator serve a

questo: trasformare una sensazione in una domanda precisa. Da lì può partire una riorganizzazione vera».

Come richiederlo

Il Navigator è gratuito. Per riceverlo basta scrivere a info@deltaindex.it oppure inviare una richiesta dalla pagina Contattaci del sito, all'indirizzo www.deltaindex.it/contattaci. L'azienda riceve così il questionario e, una volta completato, il report con i risultati. Il consiglio è di compilarlo in due: l'imprenditore o il responsabile delle risorse umane insieme a chi, ogni giorno, affianca i ragazzi in reparto o in ufficio.

Quattro verbi, una scala

Il questionario segue l'architettura del Delta Index: quattro pilastri, cioè attrarre, selezionare, formare e trattenere. Per ciascuno l'azienda risponde a poche domande, scegliendo tra più opzioni quella che descrive la situazione reale. Alla fine si indica anche quale dei quattro processi si considera prioritario.

Il report, in otto schede, colloca l'azienda su una scala a quattro livelli: da avviare, iniziale, in svi-



> 4 ottobre 2026 alle ore 0:00

luppo, consolidato. Per ogni pilastro c'è una sintesi, un dato che spiega perché il tema conta oggi e un primo spunto operativo. L'ultima scheda mette a confronto la priorità dichiarata con il pilastro più fragile. Spesso non coincidono.

Attrarre: farsi trovare

Le prime domande riguardano la visibilità: l'orientamento nelle scuole (visite aziendali, career day, percorsi di Formazione scuola lavoro, stage) e i canali digitali, dal sito a LinkedIn fino a Instagram e TikTok. L'ultimo Rapporto Delta Index indica che quasi una azienda su due (48,9%) considera l'attrazione l'urgenza principale, ma solo il 7,1% ha sviluppato strategie avanzate di employer branding e appena il 22,4% organizza percorsi strutturati con le scuole.

Selezionare: oltre il curriculum

Qui il Navigator chiede se le job description per i profili junior sono pensate per loro o identiche a qualsiasi altro annuncio, e se la selezione prevede prove pratiche o simulazioni. Secondo il Rapporto 2024, solo un'azienda su quattro (25,5%) costruisce job description che includono le competenze trasversali, e la maggior parte si ferma al colloquio tradizionale. Un giovane alla prima esperienza ha poco da scrivere nel curriculum: se l'azienda guarda solo quello, rischia di scartare il candidato giusto. Il Decalogo Delta Index è chiaro: nelle soft skills non vince chi ne ha di più, ma chi ha quella che serve al ruolo.

Formare: i primi giorni decidono

La terza area misura come l'azienda accoglie: se l'onboarding è strutturato, con tutor, corsi e momenti di verifica, oppure affidato alla buona volontà del collega più esperto. E se la for-

mazione riguarda anche le soft skills. È il processo più critico: nel Rapporto Delta Index ha il punteggio medio più basso, 57,5 su 100, e solo il 9,1% delle imprese offre percorsi di onboarding completi. Federica Romagna, career coach e Top Voice di LinkedIn che collabora con l'Osservatorio, lo ha spiegato su queste pagine: «L'onboarding non è metterlo vicino al senior per cinque telefonate e poi lasciarlo da solo». E ancora: «I primi giorni sono la fase dell'innamoramento: se non funziona lì, difficilmente funzionerà dopo».

Trattenere: dare una direzione

L'ultima area chiede se esistono percorsi di crescita, con obiettivi e scadenze, e se l'azienda investe in momenti che costruiscono appartenenza, come il team building. Per la Generazione Z il tempo è una misura concreta: già nel 2019 un giovane tra i 15 e i 29 anni restava nello stesso impiego in media due anni e cinque mesi. «Ancora in troppi mi dicono: faccio le stesse cose da mesi», racconta Romagna. Senza feedback il rischio cresce: «Capita che un giovane creda di aver raggiunto gli obiettivi, poi scopre dopo 12 mesi che non era così».

Il punto di attenzione

Il valore del Navigator sta nell'ultima scheda. Capita spesso che un'impresa indichi come urgente ciò che vede, mentre la fragilità sta un passo prima. Succede anche a chi è avanti: un'azienda del digitale, consolidata su attrarre e trattenere, ha scoperto che il salto di qualità passa dalle soft skills dei junior. L'Osservatorio lo ritrova anche nell'assessment completo: molte imprese partono convinte che il problema sia attrarre e finiscono per capire che senza formare non si trattiene.

Dalla superficie alla profondità

Per capire da cosa dipendono davvero le fragilità, e da dove cominciare, serve la sessione Delta Index: mezza giornata di lavoro con un formatore, sul modello scientifico sviluppato con il centro di ricerca Adapt.

Ogni settimana una domanda

Il Navigator avrà anche una guida. Federica Romagna ha scelto di accompagnarne il lancio con un appuntamento fisso per Delta Index: ogni settimana, sul profilo Instagram dell'Osservatorio, un video da un minuto. Una domanda del questionario alla volta, raccontata da chi conosce entrambi i lati del tavolo, perché lavora ogni giorno con imprenditori e responsabili del personale e, insieme, con i ragazzi che cercano la loro strada. Romagna spiega il senso di ogni passaggio e, soprattutto, come conviene comportarsi oggi: quale canale usare per parlare ai giovani, cosa osservare in un colloquio, come accogliere un neoassunto, come rendere credibile un percorso di crescita. Una serie utile anche a chi il test non lo compila, ma segue da vicino un mercato del lavoro in cui a scegliere sono sempre più spesso i giovani.

■ ■ L'onboarding non è metterlo vicino al senior per cinque telefonate e poi lasciarlo da solo»

■ ■ Il Navigator serve a questo: trasformare una sensazione in una domanda precisa»

> 4 ottobre 2026 alle ore 0:00

DELTA NAVIGATOR IL NUOVO STRUMENTO GRATUITO

COS'È

Un'autoanalisi gratuita che aiuta l'azienda a capire dove si incepta il rapporto con la GenZ

4 PILASTRI

ATTRARRE

SELEZIONARE

FORMARE

TRATTENERE

COME FUNZIONA

RICHIEDILO

scrivi a
info@deltaindex.it
o vai su
[deltaindex.it/
contattaci](https://deltaindex.it/contattaci)

COMPILALO

circa **10 minuti**,
poche domande

LEGGI IL REPORT

- otto schede con **il tuo livello**
- un **dato**
- il **primo spunto**
- il **tuo punto di attenzione**

4 LIVELLI DI VALUTAZIONE

DA AVVIARE



INIZIALE



IN SVILUPPO



CONSOLIDATO

VE LO RACCONTIAMO SU INSTAGRAM: OGNI SETTIMANA UNA DOMANDA



Federica Romagna,
career coach e Top Voice
di LinkedIn, spiega **in un
minuto come conviene
comportarsi oggi
con i giovani candidati**

Seguici su IG
[@deltaindex.osservatorio](https://www.instagram.com/deltaindex.osservatorio)