



CONSOLIDARE LE COMPETENZE DIGITALI

Giù 7, 2018 | Comunicazione, Comunicazione sociale



**COMPETENZE DIGITALI IN
CRESCITA ANCHE NELLE
PROFESSIONI TRADIZIONALI: LE
CHIEDONO LE AZIENDE, MILIONI I
LAVORATORI INTERESSATI. ORA
LA SFIDA È CREARLE E
CONSOLIDARLE**

**Gli effetti della digitalizzazione vanno ben oltre la
creazione di nuove professioni: il peso delle**

ULTIMO
NUMERO
MAGAZINE



PER
INDIMENTIC
ABILI
EVENTI
SULLA
COSTA DI
PORTOFINO



TRASFORMA
ZIONE
DOCUMENT
ALE

compart

SEGUICI SU

competenze digitali cresce in tutte le aree aziendali di tutti i settori con un'incidenza media del 13,8% ma con punte che sfiorano il 63% per le competenze digitali specialistiche nelle aree "core" di Industria e il 41% nei Servizi.

Ma la sfida è soddisfarne la domanda che arriva dal mercato, sia rinnovando i percorsi scolastici ed universitari, sia riconvertendo gli skill di chi già lavora a tutti i livelli.

Non basta più guardare al gap di specialisti ICT, ora bisogna anche guardare alla capacità di rispondere alla crescente domanda di abilità (skill) digitali nelle professioni tradizionali. In tutti i settori e in tutte le funzioni aziendali, posizioni più avanzate richiedono competenze digitali, non per creare applicazioni o gestire sistemi, ma per servirsene con efficacia: per comunicare, vendere, produrre, amministrare, gestire il personale, e così via. Alla sfida di investire nelle competenze specialistiche, si aggiungono così quelle di adeguare i percorsi formativi e sostenere l'aggiornamento digitale di milioni di lavoratori attraverso la formazione continua. Sono queste le conclusioni della quarta edizione dell'**Osservatorio delle Competenze Digitali** – condotto dalle principali associazioni ICT in Italia AICA, Anitec-Assinform, Assintel e Assinter Italia con il supporto di CFMT, Confcommercio, Confindustria e in collaborazione con MIUR e AGID – che ha esteso l'osservazione alle professioni non informatiche, quelle in cui si colloca il grosso degli occupati e dei candidati all'assunzione.

L'osservazione si è avvalsa di "elaborazioni big data" di informazioni contenute in 540 mila ricerche di personale via Web per 239 figure professionali avvenute nel 2017, e di ulteriori rilevazioni e focus group per i settori dell'Industria, del Commercio e dei Servizi, con particolare riferimento alla manifattura della meccanica e del fashion, al piccolo commercio al dettaglio della moda, all'hospitality (alberghi-ristorazione) e al settore pubblico.

Skill digitali: oramai irrinunciabili in tutti i mestieri



EDITORE



PRIVACY

Informativa
sulla privacy

MOST
VIEWED
POSTS

L'ALBERO
DELLA VITA SI
ILLUMINA DI
ROSSO

I Top Social
Influencer
italiani del
mondo Food

Far del bene
agli animali

Marketing della
memoria

Fiabe per adulti

Il peso degli skill digitali (*DSR-Digital Skill Rate*) nei più diversi mestieri continua a crescere e una componente imprescindibile delle professioni non informatiche, sia per le attività caratteristiche dell'azienda (Core) che per quelle di Supporto e Management.

È nell'Industria che il fenomeno è più evidente: il DSR va dal 20% medio per le professioni di Supporto e Management al 17% medio per le figure Core, con punte più elevate nella produzione, progettazione, ricerca e sviluppo, nel marketing e nella gestione delle risorse umane. Rispetto al 2014, nel 2017 si è riscontrato un incremento del DSR del 4% per le professioni dell'area di Supporto e Management e del 2% per quelle dell'area Core.

Un andamento simile, seppure meno marcato, è nei settori dei Servizi e del Commercio. Nei Servizi, il DSR medio va dal 14% per le figure di Supporto e Management al 13% per le figure professionali Core, ove il DSR è cresciuto del 3% dal 2014 al 2017. Nel Commercio, l'indicatore presenta valori medi del 13% per le figure di Supporto a Management e del 12% per quelle Core.

Cresce la richiesta di competenze digitali più avanzate

L'osservazione si è estesa anche ai diversi tipi di competenze digitali richieste: *Applicate* (capacità di usare strumenti e software nei processi operativi e decisionali), *Tecniche ICT* (vicine alle specialistiche, su soluzioni e piattaforme tecnologiche), *di Base* (per l'uso quotidiano di strumenti informatici) e *di Brokering Informativo* (utilizzo di strumenti informatici per lo scambio di informazioni e la comunicazione). Significative le differenze riscontrate nei diversi settori.

Più competenze digitali, più competenze soft

Si è riscontrata una forte correlazione tra skill digitali e soft skill, e cioè quelle abilità trasversali un po' a tutti mestieri che connotano comunque una più

evoluta professionalità: apertura al cambiamento, conoscenza dell'inglese, problem solving, team working, pensiero creativo, capacità di parlare in pubblico, di gestire il tempo e di comunicare con i clienti. La presenza di soft skill è infatti uguale o maggiore rispetto alla media di settore nelle professioni con DSR più elevato, con rispettivamente 35% nel Commercio, 36% nei Servizi e 35% nell'Industria.

e-Leadership in crescita ma non ancora pervasiva

Il percorso verso una maggiore consapevolezza dell'impatto del digitale sul valore del business non è ancora completato in diversi ambienti del management italiano, per motivi di ordine anagrafico, legislativo o semplicemente culturale. Ne risulta che è ancora troppo elevata la quota di aziende ed enti in cui la transizione al digitale è ancora a un livello troppo basso nella scala delle priorità strategiche rispetto all'effettiva urgenza, malgrado la quota crescente di competenze digitali richieste nelle funzioni direttive e manageriali.

Ambiti prioritari di intervento

Tutte le evidenze dello studio portano a vedere il digitale come componente indispensabile e sempre più importante in tutti i mestieri, nuovi e di sempre. È dunque importante che tutti possano adeguare e arricchire il portafoglio di conoscenze e competenze, così come anche è importante che le aziende possano reperire profili sempre più aggiornati in chiave digitale. A questo riguardo, L'Osservatorio ha identificato almeno quattro ambiti su cui impostare nuove iniziative e rafforzare quelle già esistenti:

- rinnovare i percorsi di formazione in ottica digitale a tutti i livelli: dalla scuola secondaria all'università, dalla riconversione professionale alla formazione del management;
- ridurre l'eterogeneità nella domanda di competenze digitali nelle professioni, a livello settoriale, funzionale o territoriale;

- sostenere la piena *valorizzazione* delle opportunità di lavoro legate a competenze digitali non specialistiche, anche nei settori non tecnologici;
- spingere le capacità di *e-Leadership* e change management nei ruoli dirigenziali e in tutte le imprese, perché è il management che deve stimolare l'innovazione.

Ufficio stampa Assintel

Email: comunicazione@assintel.it

SHARE:



< PREVIOUS

Vacanze con bambini – (Uff. stampa Alessandro Maola)

NEXT >

SIAE CONTRO LA FALSA PROGRAMMAZIONE NEI BORDERÒ – (Uff. stampa Image Building)

LEAVE A REPLY

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

COMMENT

NOME *

EMAIL *

SITO WEB

Do il mio consenso affinché un cookie salvi i miei dati (nome, email, sito web) per il prossimo commento.

POST COMMENT