

Competenze digitali in crescita anche nelle professioni tradizionali: le chiedono le aziende, milioni i lavoratori interessati. Ora la sfida è crearle e consolidarle

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 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

IL GIORNALE DELLE PMI

Una redazione di oltre 50 collaboratori, esperti delle tematiche che stanno a cuore alle imprese

CRESCIMPRESA INFOIMPRESA INNOVAZIONE EXPORT IN DIGITALE INTERNAZIONALIZZAZIONE
INTERVISTE TECNOLOGIA

Competenze digitali in crescita anche nelle professioni tradizionali: le chiedono le aziende, milioni i lavoratori interessati. Ora la sfida è crearle e consolidarle

Redazione - # FORMAZIONE # La rassegna dell'una - 6 giugno 2018



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

NEWS B2B

Su RAI economia si parla di Export Digitale, guarda il video.

IMPARA A VALUTARE E DEFINIRE LA TUA STRATEGIA DI WEB MARKETING

Scopri il primo percorso di formazione e consulenza sul Visual Communication Planner. [Clicca qui.](#)

IL PRIMO LIBRO SULLE EXPORT DIGITALE 4.0

«Sia le piccole medie imprese che le grandi aziende dovrebbero sfruttare i vantaggi del web marketing, e dovrebbero leggere questo libro per comprendere il potenziale dell'export digitale». Philip Kotler



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 Brokeraggio Informativo (utilizzo di strumenti informatici per lo scambio di informazioni e la comunicazione). Significative le differenze riscontrate nei diversi settori. Gli skill digitali di Base pesano per il 41% nell' Industria, il 49% nei Servizi e il 54% nel Commercio; gli Applicativi per il 40% nell' Industria, il 25% nei Servizi e il 21% nel Commercio; quelli di Brokeraggio per il 12% nell' Industria, il 16% nei Servizi e il 20% nel Commercio; quelli Tecnici ICT per il 7% nell' industria, il 10% nei Servizi e il 4% del Commercio. Separando gli skill di Base dagli altri, definiti come skill avanzati, si nota come la domanda di skill di base prevalga solo nel Commercio, mentre nell' Industria e nei Servizi prevalgono gli skill avanzati, visti come fattori di una più evoluta professionalità. E questo si accentua per le attività più tipiche dell' azienda (Core) ove la rilevanza media degli skill avanzati sale al 63% nell' industria e al 41% nei Servizi. 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. Ricerca e fidelizzazione dei talenti e riconversione al **digitale** variano da settore a settore Un ulteriore zoom ha riguardato cinque settori, molto specifici - Industria Meccanica, Industria della Moda, Dettaglio Moda, Hospitality (alberghi e ristorazione), Settore Pubblico - a riguardo delle necessità e delle tendenze a reperire o formare competenze digitali. Molte le differenze: nell' Industria Meccanica , ove l' indice medio di pervasività del **digitale** (DSR) nelle professioni è del 26%, cresce la necessità di competenze digitali nelle Direzioni. La funzione del Personale, anche in ottica Industria 4.0, è sfidata a sostenere la ricerca e la formazione di competenze in linea con l' innovazione **digitale**, a diffondere la cultura **digitale** in tutte le aree e modernizzare l' approccio alla ricerca e ritenzione dei talenti anche puntando sui canali Web e sull' immagine; nell' Industria della Moda , ove l' indice DSR è mediamente più basso, si chiedono competenze digitali per le figure a più elevata professionalizzazione (nel 59% dei casi). Il reperimento, il mantenimento e la conversione al **digitale** avviene nei modi più diversi, dalla formazione strutturata al training on the job, ma per un numero limitato di figure, poiché il problema del settore oggi è quello della forte carenza di figure base per le attività di fabbrica; nel Piccolo Dettaglio Moda (meno di 10 addetti) prevale la ricerca di competenze digitali attraverso contratti part-time e, soprattutto, consulenze esterne. Tuttavia, nelle realtà più avanzate, che spesso fanno capo a manager giovani, l' attitudine al **digitale** è una marcia in più per contribuire al successo dell' impresa, e si creano posizioni e percorsi per le risorse da avviare all' attività di gestione del sito web del negozio, dei social, della vendita on-line; nell' Hospitality, e soprattutto nel settore alberghiero, **digitale** è percepito come una necessità irrinunciabile, discriminante fondamentale nella selezione naturale del settore, che opera sempre più su piattaforme on-line. Anche in questo caso, le competenze digitali evolute sono spesso incluse in servizi esterni o consulenze. Tuttavia, le competenze legate all' uso e alla comprensione delle potenzialità del

digitale sono richieste per più della metà delle figure manageriali, che sono anche quelle su cui si concentrano formazione e politiche di ritenzione; nel Settore Pubblico si è guardato sia agli Enti che alle Società IT in House (di Regioni, Province Autonome ed Enti Locali). L'evoluzione **digitale** attuata sta sollecitando sia gli Enti che le Società IT in House ad adeguare gli skill tecnologici e manageriali già presenti e a curare i meccanismi di attrazione e ritenzione dei talenti. La dirigenza è l'ambito professionale in cui è più richiesta la disponibilità di competenze digitali. Il reperimento di competenze poggia principalmente sulla riconversione al **digitale** degli addetti già attivi nelle strutture. La criticità maggiore è il blocco del turn-over all'interno del settore pubblico e l'impossibilità, stanti gli attuali vincoli normativi, ad offrire condizioni retributive ai giovani talenti digital che siano competitive con quelle di mercato. 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.