

Profili. Studio dell' Osservatorio delle competenze digitali 2018 su 544mila ricerche: cresce la domanda di e-skill

Il candidato si seleziona con il rating digitale

Aiuta a leggere i profili dei candidati, migliora le selezioni dei talenti, agevola i processi finora standardizzati, rende più efficaci le valutazioni sulle performance.

Il **digitale** irrompe oggi come alleato nella gestione delle risorse umane. Un valore aggiunto per l' azienda contemporanea che punta all' eccellenza. Perché di fatto "traduce" i dati abbattendo i tempi di analisi. E consente di competere in un ecosistema dinamico e connesso.

L' impatto si registra su competenze, processi, linguaggi. E di riflesso su profili e organigrammi. Gli effetti vanno ben oltre la creazione di nuove professioni coerenti col mercato ed efficaci nel business. Lo certifica la quarta edizione dell' Osservatorio delle Competenze Digitali 2018 condotto da Aica, Anitec-Assinform, **Assintel** e Assinter Italia, realizzato in collaborazione con MIUR e AGID. Si tratta di una fotografia scattata nel corso del 2017 e che coinvolge tutte le funzioni delle organizzazioni, realizzata con l' analisi di big data presenti in 544mila ricerche di personale online per 239 figure professionali. Ad essere messi sotto analisi i settori dell' industria, del commercio, dei servizi, con un focus sulla manifattura della meccanica e del fashion.

«Oggi si parla molto di **digitale** per le professioni del futuro, ma non è sempre chiaro come questo possa entrare in contatto. Così abbiamo deciso di mappare gli ambiti dove è maggiormente richiesto. E lo abbiamo fatto con tecniche di intelligenza artificiale, riuscendo a cogliere i differenti elementi», afferma Mario Mezzanzanica, docente dei sistemi informativi dell' Università di Milano-Bicocca e curatore della ricerca.

Il **digitale** per le funzioni hr La ricerca evidenzia il Digital Skill Rate, ossia la percentuale di competenze digitali rispetto a quelle che sono richieste nei diversi lavori: si parte dal 20% per le professioni di supporto e management, con punte più elevate nella produzione, progettazione, ricerca e sviluppo, marketing e gestione delle risorse umane. Di fatto la componente **digitale** cresce in tutti gli ambiti con un' incidenza media del 13,8%.

Le risorse umane sono tra le funzioni più coinvolte. «Oggi ogni elemento del lavoro hr viene declinato col **digitale**: dal recruiting ai percorsi di formazione tagliati su misura e disegnati in una logica di apprendimento continuo nelle varie fasi del percorso di crescita del dipendente», precisa Mezzanzanica. Secondo gli analisti dell' Università Bicocca lo spettro del **digitale** si declina in competenze di base, che sono di fatto quelle imprescindibili. Ci sono poi quelle applicative con programmi specifici. E ancora quelle di brokeraggio, che afferiscono alla sfera relazionale dei social



media.

E infine quelle tecniche, con l' uso del linguaggio di programmazione.

È un tema che riguarda l' indirizzo dell' impresa e coinvolge le decisioni del top-management. «Peraltro è una partita che si giocano tutti, dalle multinazionali alle realtà più piccole». Ecco allora che anche il tessuto produttivo delle Pmi viene coinvolto in questa trasformazione. Una riscossa per i cosiddetti global microbrand, secondo la definizione coniata da Hugh MacLeod. «Le aziende dovranno ripensare il modo di lavorare e di trasformarsi e puntare alle competenze che passano dal **digitale**», ha dichiarato poche settimane fa al Financial Times Matthew Meacham di Bain & Company.

L' umanizzazione del **digitale** «Per le funzioni di risorse umane sono evidenti due classi di competenze: quelle di base e quelle legate al brokeraggio. Nello specifico gli skill di brokeraggio rivestono una particolare importanza per il recruiting e la gestione delle persone», afferma Mezzanzanica. Di fatto si tratta di acquisire dati, analizzarli e prendere decisioni. Ma attenzione. Non si tratta di operazioni meramente meccaniche. «La componente scientifica è connessa a quella relazionale. E quindi entrano in campo le soft skill». Le risorse umane si ripensano così col **digitale**. «Oggi stiamo rinascendo grazie alle nuove tecnologie», dice Paolo Tolle, vice-presidente HR per Costa Crociere. In Eataly poi si scelgono i social per intercettare talenti.

E addirittura ci si spinge fino all' intelligenza artificiale. Accade in Microsoft: «Ma non c' è solo l' algoritmo, l' integrazione col recruiter è imprescindibile», precisa Pino Mercuri, direttore HR di Microsoft Italia.

D' altronde poche settimane fa persino il Guardian ha suggerito di scommettere sulla componente umana, inserendo filosofi negli organici e mettendoli a confronto con top manager e dipendenti per migliorare le relazioni e il business. C' è di più. Per il Guardian le aziende dovrebbero dotarsi di una nuova figura professionale, il Chief Philosopher Officer. Anche così il **digitale** si innesta in un nuovo umanesimo dell' impresa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Pagina a cura di Giampaolo Colletti