

Ultimo: Sergio Hicke Cluster President per il Sud Europa di Alfa Laval



# SPOT and WEB



Ecco quanto dovrebbe costare il tuo apparecchio acustico  
Hear Clear



Royal Wedding: ecco le immagini più belle!  
alfemminile.com

outbrain | ▶

HOME RUBRICHE ▾ AUDIOINTERVISTE SPECIALI ▾ REDAZIONE CORSI ARRETRATI ▾ ABBONATI 🔍

Primopiano Web

## Competenze digitali in crescita anche nelle professioni tradizionali

Questa notizia piace a 21 lettori

5 giugno 2018



GROUPOON		€6,90 €18,00 Ingressi parco acquatico saltafila		€49,90 €149,00 Abito sartoriale da uomo		€19,90 Lievità d Gamber
	COMPRA >	COMPRA >	COMPRA >	COMPRA >		

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



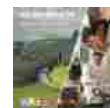
Materasso matrimoniale 7 cm di memory da 157,90. Spedizione e reso gratuiti.

sponsorisè par MiaSuite Materassi

outbrain | ▶



### I più letti nelle 24 ore



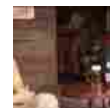
Estra on air con il nuovo spot



Italiaonline lancia il nuovo video-oroscopo di Antonio Capitani



Fruttolo in TV con un nuovo spot



Chi riuscirà a far ridere Buffon?



AB InBev, Thiago Zanettini è il nuovo Country Director Italy



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 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



Parte la campagna SNAITECH per i Mondiali



Isabella Lazzini, nuovo Marketing & Retail Director CBG Huawei Italia



Alessandra Sponchiado è il nuovo General Manager e COO di TWT



Chiara Moroni è il nuovo Responsabile Public Affairs di Noesis Comunicazione



Federico Fabretti entra in Comin & Partners

Pubb



**Lifting gratuito?**  
Una donna 53enne dimostra anni...Scopri il segreto!

[Leggi di più!](#)



**Snella in 3 settimane**  
Ha scoperto come smaltire il grasso senza diete.

[Scopri >>](#)



**Cambiamento al 100%**  
Da capelli sottili e rovinati a chioma folta e bella...

[Scopri come fare](#)

**I più letti della settimana**



Audiointervista: Giada Cipolletta ci parla di Customer Experience e del suo ultimo libro



Le radio italiane su Twitter



Fruttolo in TV con un nuovo spot



"Meditate, gente, meditate": Renzo Arbore, la birra e quel tormentone nato 35 anni fa

fa



Assegnati i Netcomm e-Commerce Award 2018

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



Il popolo dei social diviso su Mattarella: l'analisi di Reputation Manager



Nuovi ruoli in McCann Worldgroup



Netflix cresce con un aumento del 73% del valore del brand



Giovani Leoni 2018: premiati i creativi under 30



Esplode la "football fever" con il lancio della nuova campagna di Qatar Airways

### I più letti del mese



Audiointervista: Giada Cipolletta ci parla di Customer Experience e del suo ultimo libro



La conduzione radio nell'era del digitale






E' Francesca Romana Elisei del TG2 la telegiornalista più sexy

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.

**GROUPON**

 <p><b>€59,00</b> €170,00</p> <p>Monticelli Terme: fino a 3 notti con cena, piscine termali e Spa</p> <p><b>COMPRA &gt;</b></p>	 <p><b>€119,00</b> €119,00</p> <p>Lago di Como: 1 o 2 notti in camera Comfort con all-inclusive</p> <p><b>COMPRA &gt;</b></p>	 <p><b>€69,00</b> €105,00</p> <p>Lago Maggiore: 1 o 2 notti con colazione e Prosecco</p> <p><b>COMPRA &gt;</b></p>
---	---	--



**ALTROVE SUL WEB**



**Ecco come eliminare il grasso dalla pancia**  
 oggibenessere.com



**Vinci un'esperienza da VIP a Roma con Soudal**  
 La Gazzetta dello Sport



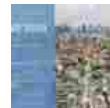
**La caccia al tesoro dedicata al patrimonio italiano**  
 Dove Viaggi



Vizi pubblicitari:  
 L'afrodisiaco maschile che inganna



Nuova campagna televisiva per Buffetti



Milano 2030: ma dove si trova la radio?



Seconda edizione del "Libro Bianco sulla comunicazione digitale"



Quick Story: la genesi del sistema Babbole



Alessandra Sponchiado è il nuovo General Manager e COO di TWT



Nintendo Switch lascia la casa del Grande Fratello 15

**Iscrizione Newsletter**

Iscriviti alla nostra newsletter per rimanere sempre informato

Email: \*

Nome: \*

Cognome: \*

iscriviti

Facebook