

Competenze digitali, boom per le richieste di specialisti

Lavoro

L'Osservatorio di Unimib: sulle ricerche di personale: caccia a 90.100 profili nel 2021

Marco Gay: «La crescita prevista per il settore sarà del 4% nel triennio»

Cristina Casadei

Nel 2021 sul web sono comparse 90.100 richieste di professionisti in ambito Information and communication technology (Ict) da parte di aziende di tutti i settori. Stiamo parlando di 3 punti percentuali in più del 2020. Solo nel primo semestre le ricerche sono state 51.700, secondo quanto emerso da una ricerca dell'Osservatorio competenze digitali dell'Università Bicocca di Milano, presentata ieri dal professor Mario Mezzanzanica e realizzata con le maggiori associazioni dell'Ict, Aica, Anitec-Assinform, Assintel e Assinter Italia. La spinta digitale ha riportato le ricerche sui livelli pre Covid, con segnali di forte dinamismo, sia quantitativo sia qualitativo, come evidenzia l'indice di novità delle professioni che l'ateneo ha ideato «tenendo conto di diverse variabili -

spiega Mezzanzanica - come il vacancy trend, le novità nello skill-set e la variazione della rilevanza nel core-set dal 2015 a oggi. L'indice raggiunge il massimo grado, ossia 100, per le professioni legate al cloud computing, a seguire i data specialist, i solution designer, i data scientist, gli information security manager». La crescita di competenze digitali richieste è però trasversale a tutte le professioni, persino per quelle più manuali, con un indice di cambiamento delle skill in molti casi superiore al 75%. Un ulteriore traino arriverà dal Pnrr, ma non solo, visto che, come dice il presidente di Anitec-Assinform, Marco Gay, al netto del Piano il mercato digitale è in crescita del 4% nel prossimo triennio, con punte del 12% per la componente "Digital Enabler", e «il tema delle competenze è trasversale a tutti i settori oltre che centrale per lo sviluppo del Paese - osserva Gay -. Dobbiamo affrontare contemporaneamente la sfida educativa rivolta ai giovani e la sfida del reskilling e upskilling che interessa i lavoratori attivi, tenendo conto anche dell'esigenza di migliorare la parità di genere».

L'evoluzione sarà forte nel privato, ma ancor più nel pubblico. Mauro Minenna che guida il Dipartimento per la trasformazione digitale, presso la Presidenza del CdM, osserva che «in questo momento abbiamo bisogno di persone che pensino digitale. Dobbiamo preoccuparci dell'alfabetizzazio-

Le professioni con il tasso d'innovazione più alto

Dati basati sull'indice (*) di novità



Nota: (*) L'indice è costruito tenendo conto delle variabili: vacancy trend; novità nello skill-set e variazione della rilevanza nel core-set. Il valore dell'indice è normalizzato tra 0 e 100; Fonte: Osservatorio Competenze Digitali (Università Bicocca)

ne su due fronti: la Pubblica amministrazione e i cittadini. Un primo tema importante è indirizzare i giovani verso le discipline Stem e superare il gap di genere in questo ambito. Dovremo lavorare in modo congiunto coinvolgendo il mondo dell'istruzione, dove è necessario introdurre un syllabus di cultura e competenze digitali a diversi livelli, e i ministeri della funzione pubblica». Diego Antonini, presidente Assinter Italia, che da tempo si è dotata di un'academy per il management pubblico, aggiunge che «la pandemia ha rimesso al centro il ruolo fondamentale del pubblico, dando finalmente centralità a temi quali salute, cura delle persone e trasformazione digitale. Le competenze rappresentano base e motore imprescindibile».

A guidare l'innovazione delle professioni, come ha spiegato Mezzan-

zanica, ci sono tre driver e cioè «la capacità di processare i dati, l'uso di tecnologie innovative e poi lo sviluppo di competenze per la gestione delle relazioni». Giovanni Adorni, past president di Aica, osserva che «la rapida evoluzione delle competenze richieste evidenzia però la necessità di un continuo monitoraggio della domanda e di rapidi interventi nei programmi di formazione per far sì che le aziende possano individuare le figure professionali di cui hanno bisogno». Certamente la presidente di Assintel, Paola Generali, aggiunge che «se le big tech hanno risorse e notorietà per attrarre i talenti, dobbiamo trovare un modo per sostenere anche le micro, piccole e medie imprese del Made in Italy Digitale, che costituiscono la vera struttura del tessuto imprenditoriale sul territorio. Chiediamo un piano di incentivi che consentano alle MPMI di investire sui talenti e dar loro prospettive di remunerazione e crescita competitive. E di cambiare profondamente la scuola, obsoleta rispetto alla domanda di mercato, a partire da primarie e secondarie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MAURO MINENNA
«Oggi abbiamo bisogno di persone che pensino digitale nella pubblica amministrazione e tra i cittadini»



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato