

Giovedì, 26 Luglio 2018 14:27

# Le competenze del futuro? Leadership e digitali

Scritto da **Redazione**

**"Skill digitali, soft skill, e-leadership sono i tre cardini del lavoro futuro". A dirlo Marco Gay, presidente Anitec Assinform ed esperto del settore. "Quando si parla di trasformazione digitale delle imprese -afferma- il focus è quasi sempre sull'impatto sui modelli di business. Inevitabilmente, perché tutto parte da lì: le tecnologie digitali cambiano i modi di produrre, creare prodotti e servizi, far filiera, relazionarsi con la clientela, sino a rivoluzionare i fondamenti di mercati che sino a pochi anni fa si ritenevano relativamente stabili.**

Basti pensare ai servizi finanziari, alle assicurazioni ai viaggi, all'entertainment e alla stessa editoria". "Ma se è giusto guardare all'impatto dei digital enabler, le tecnologie che rendono possibile quello che prima pareva inimmaginabile, come il cloud, l'IoT o il mobile, gli analytics, che anche in Italia crescono a tassi di due cifre, non bisogna dimenticare che, come sempre avviene, i soli mezzi non fanno il cambiamento", avverte. "Tutte le evidenze -spiega- portano a vedere il **digitale** come componente chiave in tutti i mestieri, nuovi e di sempre. E' dunque importante che tutti possano adeguare di conseguenza il portafoglio di competenze, così come anche è importante che le aziende possano reperire profili sempre più aggiornati in chiave **digitale**. Su questo fronte, essenziale, gioca un ruolo chiave la capacità, a livello di sistema, di rinnovare i percorsi di formazione in ottica **digitale**, a tutti i livelli, dalla scuola secondaria all'università, a ancor di più quella di incentivare più di quanto si faccia oggi una formazione permanente in ottica **digitale**".

"Quale che sia il contesto, infatti, servono persone -sottolinea Marco Gay- che sappiano capire a fondo le potenzialità innovative del **digitale**, e che, vedendo più in là degli specialisti e conoscendo il business, ne sappiano evidenziare i vantaggi tattici e strategici ai vertici aziendali. E poi le persone che quelle tecnologie le sanno usare nel quotidiano, in tutti i contesti funzionali in cui esse sono applicabili. Il binomio tecnologia e competenza **digitale** è la chiave dell'innovazione praticata, e mai come oggi si può parlare così a pieno titolo della centralità delle risorse umane e delle competenze che le caratterizzano". "A questo riguardo -continua- assumono rilievo i risultati emersi nella 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. L'Osservatorio ha, infatti, esteso quest'anno l'osservazione alle professioni non informatiche, quelle in cui si colloca il grosso degli occupati, e ha dato ancora maggiore evidenza al fatto che non basta più guardare al gap di specialisti Ict. Ora bisogna anche guardare alla capacità di rispondere alla crescente domanda di skill digitali nelle professioni di sempre". "Non per creare applicazioni o gestire sistemi -puntualizza- ma per servirsene con efficacia: per comunicare, vendere, produrre, amministrare, gestire il personale o anche per gestire un magazzino. Andando ad analizzare circa 600 mila ricerche del

personale via web con tecniche big data, si è visto che il peso degli skill digitali sull'intero bagaglio di competenze nei più diversi mestieri continua a crescere e che è oramai una componente imprescindibile delle professioni non informatiche, sia per le attività caratteristiche dell'azienda (core), sia per quelle di supporto e management".

"Nell'industria -chiarisce- il fenomeno è più evidente. Lì il peso delle competenze digitali sull'insieme delle competenze 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 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, ove il peso medio delle competenze digitali va dal 14% per le figure di supporto e management al 13% per le figure professionali core, ove è cresciuto del 3% dal 2014 al 2017. Nel commercio, l'indicatore ha valori appena più bassi", osserva. Per Gay, "non è poco". "Perché - illustra - questi sono dati aggregati, che mettono assieme tutti i mestieri, anche operai, e tutte le dimensioni di impresa, e anche competenze digitali di base (uso dei più comuni strumenti It) e avanzate (uso di applicazioni per analisi e decisioni o per scambiare dati e informazioni, capacità di applicare piattaforme tecnologiche). E infatti, se si vanno a vedere le funzioni di profilo impiegatizio più elevato, si rileva che per talune attività più tipiche dell'azienda (core), la rilevanza media delle competenze digitali avanzate per le figure non informatiche, sale al 63% nell'industria e al 41% nei servizi".

"Altra cosa significativa -dice- è la forte correlazione emersa tra skill digitali e soft skill, e cioè quelle abilità trasversali un po' a tutti mestieri che connotano comunque una più evoluta professionalità, e che vanno dall'apertura al cambiamento alla conoscenza dell'inglese, sino al problem solving al team working". "La presenza di soft skill è infatti uguale o maggiore - sostiene- rispetto alla media di settore nelle professioni in cui contano gli skill digitali, con rispettivamente 35% nel commercio, 36% nei servizi e 35% nell'industria. Ma c'è un aspetto po' troppo sottaciuto, che prima o poi bisogna affrontare con determinazione: quello della e-leadership". "Aumentare la consapevolezza -suggerisce- delle potenzialità del digitale nei ruoli dirigenziali e in tutte le imprese è essenziale. Perché è il management che deve stimolare l'innovazione. Perché è da una domanda di competenze digitali sempre più strutturate e qualificata che nascono gli stimoli per meglio orientare il sistema formativo. E perché comunque a quella consapevolezza prima o poi ci si arriva, volenti o nolenti per effetto del mercato, e l'importante è non arrivarci da follower, con tutta la fatica che questo comporta".