

# La rivoluzione digitale tiene in ansia i lavoratori

**IL 67% DEGLI OCCUPATI RITIENE DI DOVER MIGLIORARE LE COMPETENZE SPECIFICHE E IL 70% PENSA CHE LA SUA AZIENDA NON DISPONGA DI FIGURE CON ESPERIENZA IN QUESTO AMBITO. LA FOTOGRAFIA IN UNA RICERCA DI RANSTAD**

**Veronica Ulivieri**

*Milano*

È destinata a cambiare i modelli di business, la cultura, la stessa identità delle aziende. Ma come emerge da diverse ricerche, per cavalcare e non venire travolte dall'onda della trasformazione digitale, le imprese dovranno prima di tutto puntare sulle risorse umane.

Valorizzando il più possibile il capitale umano e superando il ritardo nella formazione, una zavorra che ancora oggi appesantisce molte società. Secondo una ricerca realizzata a fine 2016 da Ranstad, leader mondiale nella ricerca e formazione del personale, infatti, la maggioranza dei lavoratori italiani oggi si sente impreparata di fronte alla sfida digitale: il 67% ritiene di dover migliorare le proprie competenze in questo ambito.

Non solo: il 70% pensa che la

sua azienda non disponga di figure con le competenze adeguate ad avviare il percorso di digitalizzazione e solo il 57% dei lavoratori crede che la propria impresa abbia già adottato una strategia digitale, contro il 59% della media globale.

Una percezione che si ritrova anche nei manager delle risorse umane, secondo la fotografia scattata dalla ricerca "Il Futuro è oggi: sei pronto?" di University2Business, società del gruppo Digital360: l'81% evidenzia la necessità di inserire nuove risorse con competenze digitali, ma solo il 20% ha già delineato una mappa delle abilità di questo tipo in possesso di chi già lavora per l'azienda e appena un terzo ha messo a punto un piano formativo ad hoc per lo sviluppo di queste conoscenze.

Le direttrici su cui lavorare sono due: il reclutamento di nuove figure e la formazione dei dipendenti. I dati sulle competenze degli studenti universitari, la forza lavoro del prossimo futuro, mostrano come le lacune rimangano significative: ben il 53% è fermo ad una conoscenza da semplice utilizzatore di Internet e social media, mentre solo il 12% gestisce un proprio blog o un sito web e appena il 9% conosce tecniche di co-

municazione on line e sui social network.

«Molti di coloro che sono nati con internet non hanno compreso in pieno le opportunità del digitale, come passare da utilizzatori passivi della rete a inventori proattivi del futuro», spiega Andrea Rangone, docente di Business strategy al Politecnico di Milano e ceo di Digital360.

Allo stesso tempo, sottolinea Fabio Costantini, Chief Operations Officer di Ranstad Hr Solution, «le imprese non devono perdere il focus su una forza lavoro in continuo invecchiamento, di cui i dipendenti più maturi rappresenteranno sempre più la maggioranza. La formazione dovrà diventare un'attività permanente e anche di contaminazione delle diverse generazioni presenti in azienda».

Oggi la scarsa conoscenza del mondo digitale è alla base di un atteggiamento ambiguo da parte dei lavoratori, anche se prevale l'ottimismo. Secondo il Ranstad Workmonitor, se il 43% di loro è convinto che buona parte delle proprie mansioni potrebbero essere automatizzate, il 59% ritiene che l'automatizzazione consentirebbe di aumentare la creatività. Un buon punto di partenza per migliorare le atti-

vità di formazione digitale e renderle più efficaci.

«Le aziende hanno attivato corsi e aggiornamenti, ma quasi sempre mancano due elementi fondamentali. Da una parte va incentivata la cultura digitale dell'impresa, che non è fatta solo di abilità specifiche, ma di una nuova sensibilità verso la tecnologia.

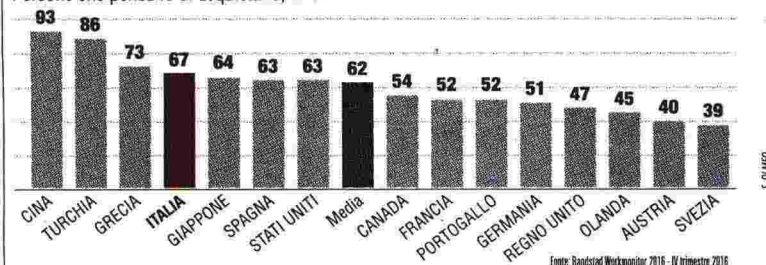
Per questo può essere utile, per esempio, individuare tra loro dei digital champion che possano farsi ambasciatori di questa trasformazione. Dall'altra parte c'è l'aspetto della creatività: oggi le aziende non hanno bisogno di manager tradizionali che sappiano già la strada da percorrere, ma di esploratori pronti a scoprire i nuovi percorsi aperti dall'innovazione digitale», aggiunge Rangone.

In questo quadro, la sfida digitale può rappresentare anche l'occasione per un riscatto della funzione Hr nei prossimi dieci anni. Se infatti negli ultimi dieci anni i manager delle Risorse umane sono stati impegnati soprattutto a traghettare le imprese fuori dalla crisi, occupandosi di riduzione degli organici e tagli alla formazione, secondo la ricerca di University2Business, il 91% dei responsabili Hr si aspetta oggi di dare un contributo crescente al cambiamento dell'azienda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## IL MERCATO POTENZIALE DELLE DIGITAL SKILLS

Persone che pensano di acquistarle, in %



«Molti di coloro che sono nati con Internet non hanno compreso le opportunità del digitale», dice Andrea Rangone, docente di Business strategy al Polimi e ceo di Digital360

