

Mercoledì 07 Giugno 2017

Abbonamenti | Newsletter | Rss | Carattere | Segui su

prima ONLINE
ComunicazioneCerca HOME MUY PRIMA PAGINA MERCATO DATI E CIFRE DOCUMENTI NOTIZIE DI AGENZIA MANAGER VIDEO AGENDA LAVORO IN EDICOLA
EDITORIA TELEVISIONE TLC CINEMA NEW MEDIA COMUNICAZIONE PUBBLICITÀ RADIO SPORT

CREA PDF STAMPA SEGNALA AD UN AMICO

06 giugno 2017 | 16:22

L'economia digitale offre 85mila posti di lavoro ma mancano le competenze per occuparli. Programmatori e specialisti in sicurezza informatica tra le professioni più richieste. E c'è domanda di innovazione

Dall'economia digitale 85 mila nuovi posti di lavoro nel triennio 2016-2018. Ma mancano i professionisti per riempirli. È quanto emerge dalla terza edizione dell'Osservatorio delle Competenze Digitali, condotto dalle associazioni Ict Aica, Assinform, Assintel e Assinter Italia, promosso da Miur e Agid.

Le associazioni denunciano la mancanza di una "strategia di lungo periodo che coinvolga aziende e sistema formativo", di una "visione d'insieme" e di "risorse per rendere la pubblica amministrazione adeguata al cambiamento".

[#competenzedigitali](#) [#PremioScuola2017@AssinterItalia](#) [@Assintel](#) [@assinform](#) [@MiurSocial](#) [@cini_ong](#) [@AgidGov](#) [pic.twitter.com/1QjeVqHAVF](#)

— AICA (@AICA_1961) [June 6, 2017](#)

Tutto ciò nonostante la domanda di professioni dell'Ict sia in costante aumento, così come emerge dai 175 mila annunci di lavoro su web analizzati nell'ultimo triennio, 60 mila nel 2016. Ogni anno la richiesta di professioni Ict cresce mediamente del 26%, con picchi del 90% per le nuove professioni legate alla trasformazione digitale.

Tra le professioni richieste: business analyst e specialisti di big data; ma anche specialisti in cloud, cyber security, internet delle cose, service development, service strategy, robotics, cognitive & artificial intelligence.

C'è decisamente più richiesta nel Nord ovest, in cui si concentra il 48% della Domanda.

Rispetto invece alle professioni "classiche" dell'Ict, tiene la richiesta di analisti programmatori, in costante crescita (+24% lo scorso anno): stiamo parlando di ben 80 mila annunci di lavoro nel triennio 2013-2016. Sono 27mila gli annunci relativi a posizioni di system analyst (+30% nell'ultimo anno) e 13 mila quelli per il digital media specialist, con un picco del +60% per il web developer.

E sul fronte dello stipendio l'Ict paga: nelle aziende del settore, le retribuzioni nel 2016 sono cresciute con picchi del +5,7% per i livelli impiegatizi e del +4,9% per i dirigenti. Un analista programmatore, per citare la figura più diffusa, in media guadagna l'anno 31.357 euro lordi (se impiegato), 48.509 euro se quadro.

Min.Fedeli: [@MiurSocial](#) la scuola è tornata al centro delle scelte politiche del paese con il [#digitale](#) [pic.twitter.com/KJNMA7Dbba](#)

— Assinform (@assinform) [June 6, 2017](#)

Competenze digitali. Il lavoro c'è ma ma molte posizioni restano scoperte. La stima è che nel triennio 2016-2018 si potrebbero creare 85 mila nuovi posti di lavoro che richiedono specializzazione in Ict, a fronte di un'occupazione complessiva che potrebbe salire da qui al 2018 del 3,5% annuo e raggiungere le 624mila unità. Di questi 85 mila nuovi posti di lavoro creati, fino a circa 28 mila sono riferibili al 2016, come riscontrato nelle web vacancies per le posizioni fino a due anni di esperienza. Per queste posizioni il mercato richiede il 62% di laureati e il 38% di diplomati, ma il nostro sistema formativo propone troppi diplomati (8.400 in eccesso) e troppo pochi laureati in percorsi Ict (deficit di 4.400).

La domanda di nuovi profili digitali dal punto di vista di imprese e pubblica amministrazione è stata analizzata con un panel qualitativo e ha evidenziato la domanda crescente di nuovi profili legati all'innovazione dei processi, dei prodotti e delle strategie in ottica digitale. Quelli più critici per la filiera Ict sono il business analyst, il project manager e il security analyst.

Per trovare lavoro, ciò che oggi è determinante è lo skill digital rate, ovvero il grado di pervasività

Video



Il primo consiglio di Carlo Mazzone al giovane Totti sulle interviste: "ragazzino, vatte a fa na doccia che a questi qui ce penso io"

[TUTTI I VIDEO](#)

Annunci di lavoro

- Milano – Stage Curriculare Web Content Editor [»](#)
- Milano – Corporate Communication Specialist [»](#)
- Milano – Addetta/o Formazione e Progettazione [»](#)
- Milano – Casa editrice cerca redattore/giornalista/pubblicista [»](#)
- Monza – Stage in redazione di casa editrice [»](#)
- Monza – Ragioniere contabile per ufficio amministrativo [»](#)
- Milano – Casa editrice cerca esperto di programmazione [»](#)
- Roma – Giornalista pubblicista o senior su argomenti di Economia [»](#)

[TUTTI GLI ANNUNCI](#)

Dati e cifre

[Ads](#), [Audiweb](#), [Audiweb](#), [Audiweb](#), [Audiweb](#), [Radiomonitor](#), [Nielsen](#), [Fcp](#), [Vivaki...](#)

La pubblicità out of home tv vola nel mese di aprile (+10%), ma cala nel quadrimestre (-2.4%). Sajeve, Fcp-Assogotv: recuperiamo un difficile inizio d'anno [»](#)

Continua il calo della pubblicità sulla stampa. Nel primo quadrimestre -10%. Osservatorio Stampa Fcp: quotidiani -11%, periodici -8% (TABELLA) [»](#)

Scende a 43 milioni il numero di italiani che negli ultimi 30 giorni si è informato sulla stampa cartacea o digitale. I dati Audiweb: 1 su 3 legge quotidiani, mentre più di 1 su 4 legge mensili e settimanali (INFOGRAFICHE E TABELLE) [»](#)

Investimenti pubblicitari online in crescita dell'1,8% ad aprile. In positivo mobile (+68,6%), tablet (+163,8%) e smart tv (+345,7%); male web (-6,8%). I dati Fcp-Assointernet (TABELLA) [»](#)

La raccolta della radio cresce del 3,5% ad aprile 2017. I dati Fcp-Assoradio. Il presidente Amoresse: un mezzo in salute e amato [»](#)

Due ore e 24 minuti online nel giorno medio a marzo per il 42,9% degli italiani. Le percentuali più alte al nord. I dati Audiweb (INFOGRAFICHE) [»](#)

Investimenti pubblicitari così così a marzo e in calo (-1,6%) nel primo trimestre dell'anno. I dati Nielsen (TABELLE) [»](#)

La classifica e trend dei quotidiani più diffusi (carta+web) a marzo – INFOGRAFICA [»](#)

delle competenze digitali all'interno di una singola professione richiesta dal mercato: secondo l'analisi delle web vacancies nel 2016 nelle professioni ICT queste incidono in media per il 68%, con picchi dell'80% per le nuove figure legate agli ambiti IoT, mobile, Cloud; mentre nelle altre professioni l'incidenza è crescente, legata sia ai cambiamenti sulle aree di automazione nei processi stimolati di Industria 4.0 (63,6%) sia nella relazione digitale con il cliente dei settori Servizi e Commercio (54,6%).

Ma se lanciamo lo sguardo alle professioni del futuro, lo scenario cambia. Le nuove professioni si chiameranno: change manager, agile coach, technology innovation manager, chief digital officer, IT process & tools architect e saranno costituite da un mix più articolato di competenze, per governare strategicamente i cambiamenti imposti dalle aree big data, cloud, mobile, social, IoT e security. Saranno soprattutto figure fatte da un impasto di skill tecnologiche, manageriali e soft skills quali leadership, intelligenza emotiva, pensiero creativo e gestione del cambiamento.

In occasione della presentazione dell'"Osservatorio delle Competenze Digitali 2017" è stato siglato da AICA, Assinform, Assintel, Assinter e CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per l'Informatica) un Accordo Quadro di Collaborazione in materia di formazione.

•È importante creare e alimentare percorsi di diffusione e generazione di competenze per una innovazione inclusiva• [#CompetenzeDigitali pic.twitter.com/N5ZSqwRVXl](https://twitter.com/N5ZSqwRVXl)

— AgID (@AgidGov) [June 6, 2017](#)

TUTTI GLI ARTICOLI »

Documenti

L'Italia ha festeggiato il tax freedom day. Dopo cinque mesi spesi a lavorare per il fisco anche i freelance hanno cominciato a guadagnare (TABELLA) »

I dati Audiweb sull'audience ad aprile dei contenuti editoriali fruiti attraverso l'app mobile di Facebook e Insant Articles »

Entro il 2019 il 26% del consumo dei media avverrà su smartphone e tablet. Zenith: sui media tradizionali spesi i due terzi del tempo totale. La tv resta il mezzo dominante, ma si riduce il gap con internet (INFOGRAFICA) »

Il satellite è la tecnologia più idonea per la tv del futuro, dice il rapporto Video Industry di Eutelsat. I canali in alta definizione aumentano anche sul satellitare free – INFOGRAFICA »

Come si sentono gli europei? Cosa pensano della situazione attuale e del futuro? L'analisi di Astarea e Interactive in 'Europa allo specchio' »

Espn perde ascoltatori tra i conservatori perché è diventata troppo liberal? Certo è che dal 2013 ai repubblicani la casa di SportsCenter piace sempre meno (INFOGRAFICA) »

In 5 anni cresciuto del 20% il numero di italiani connessi. L'analisi dell'Istituto Demopolis: 7 su 10 navigano da mobile. I più giovani connessi più di 10 ore al giorno, quasi integralmente da smartphone (INFOGRAFICHE) »

Crescono gli ascoltatori e il consumo della radio. Radiocompass 2017 fotografa i trend di un successo anche commerciale. Secondo la neuroscienza piace anche perché libera dopamina come droga e sesso – INFOGRAFICHE »

TUTTI I DOCUMENTI »

Manager

Tiziano Barbagallo, county manager di Pagomeno »

Tech Data annuncia il management italiano dopo l'acquisizione di Avnet Technology Solutions »

Clemente Perrone, chief human resources & organization office di Sirti »

Marco Gandini, chief financial officer di Sirti »

Massimo Macarti, amministratore delegato di Canon Italia »

Adrian Comaneci, chief financial officer di Mars Italia »

Nicola Lampugnani nominato direttore brand & creative di Discovery Italia. Arriva da TBWA e riporta a Laura Carafoli »

Olympia Pratesi, sales manager di Outbrain »

TUTTI LE SCHEDE »

Agenda

Sport Movies & Tv – 35th Milano International Ficts Fest »

Prix Italia Rai 2017 – Festival internazionale dedicato ai media in Europa »

Festival Giornalisti del Mediterraneo – Reporter a confronto sui temi del conflitto »

Eastwest Forum – Conferenza internazionale sulle sfide digitali organizzata da Eastwest »

DIG Awards – Premi internazionali dedicati al video-giornalismo d'inchiesta »

Slow Brand Festival – Dibattito sulla costante evoluzione del fenomeno Slow in Italia »

Corporate storytelling – Comunicare l'azienda attraverso idee, obiettivi e valori condivisi »

Appuntamento Anica – Dove va il cinema italiano? »