

# Lo tsunami dei mestieri digitali

## Cresce la richiesta di professionalità, ma l'Italia non è pronta

### L'analisi

**I giovani italiani occupati nel settore digitale sono il 12% contro il 16% della media europea. Deficit di formazione universitaria rispetto alla domanda del mondo del lavoro. Tra le nuove competenze più richieste: data analyst, user experience director e chief technology officer**

**MASSIMO LONDINI**

MILANO

Come uno tsunami. L'importante, quindi, è non farsi completamente travolgere e spazzare via. È l'ondata digitale che, come il dio Cronos, divora i suoi figli. Così le specifiche professionali mutano tanto in fretta da richiedere continuamente nuove competenze, destinate a loro volta a durare lo spazio di una nuova "rivoluzione" digitale. Persino nella meno digitalizzata Italia (rispetto a Stati Uniti e Nordeuropa) nei primi sei mesi del 2016, rileva un'analisi di [Assinform](#) in collaborazione con NetConsulting, il mercato digitale (informatica, Itc e contenuti) è cresciuto dell'1,2% rispetto allo stesso periodo del 2015, a 31.953 milioni di euro, lasciando intravedere una crescita per l'intero 2016 dell'1,3% a 65.759 milioni, a fronte di una crescita dell'1% nel 2015 e addirittura di cali continui negli anni precedenti. Nello specifico, emerge una crescita a due cifre nel settore del Cloud (+20%), dell'IoT (Internet of Things, ovvero l'estensione della connessione agli oggetti: manufacturing, energy management, automotive, ecc.), che registra un +15%, e del mobile business, tra il 13 e il 14%. Per le app la crescita è del 7,1%.

«Bisogna creare nuove competenze digitali per la crescita e l'occupazione nel Paese» dice il presidente di [Assinform](#), [Agostino Santoni](#). Il mercato digitale «comincia a non seguire più le onde cicliche dell'economia, esce dalla negatività, reagisce e cresce» aggiunge il presidente di NetConsulting, Giancarlo Capitani. «L'Italia si sta digitalizzando a macchia di leopardo, occorre connettere e integrare, serve una regia e bisogna fare presto. È questo quello che ci aspettiamo da Diego Piacentini», il nuovo commissario straordinario per il digitale nominato dal governo.

Cresce dunque la richiesta di nuove professionalità in ambito digi-

tale, ma il Belpaese non è ancora pronto a soddisfare la domanda anche per via di una formazione universitaria non al passo coi tempi. Questo perché le professioni cambiano almeno ogni dieci anni mentre la formazione universitaria è ancora in larga parte tarata su cicli di lavoro anche centenari. La tecnologia sta rivoluzionando il modello lavorativo e anche chi non si occupa di high tech viene coinvolto da questo processo. Per le aziende tradizionali è diventato necessario abbracciare una cultura dell'innovazione per allargare il proprio business ed evitare di sparire dal mercato.

Ma quali sono in questo momento le professioni digitali più richieste dal mercato? Ci sono, per esempio, lo user experience director che gestisce l'esperienza-utente all'interno di spazi complessi (virtuali e fisici), il director of analytics e data analyst, esperti nella lettura e analisi dei dati oppure lo chief technology officer, che seleziona le tecnologie da applicare a prodotti e servizi offerti dall'impresa. In ascesa, secondo Talent Garden (la più grande comunità fisica in Europa per talenti del digitale), sono anche lo sviluppatore mobile, che si occupa di applicazioni per smartphone e tablet, il big data architect, che gestisce l'analisi dell'architettura del sistema dei dati e il web analyst, che interpreta i dati e fornisce analisi dettagliate sulle attività sul web. Sempre più ricercati anche il digital copywriter, che gestisce contenuti pubblicitari su piattaforme digitali (siti web, piattaforme e-commerce, ecc.), il community manager, addetto alla gestione di una comunità virtuale con i compiti di progettare la struttura e di coordinarne le attività e il digital Pr, che si occupa delle pubbliche relazioni attraverso i canali online.

Le aziende cercano anche digital advertiser, per la gestione di campagne pubblicitarie sul web, e-reputation manager per gestire la reputazione online, e Seo e Sem specialist, esperti di tecniche che aiutano le aziende a ottimizzare il posizionamento sui motori di ricerca. Purtroppo però sono ancora pochi in Italia i giovani occupati nel settore digitale: per mancanza di competenze, appena il 12% rispetto al 16% della media europea. E la Commissione europea calcola che entro il 2020 ci saranno 900mila posti di lavoro non occupati per mancanza di competenze digitali, più del triplo rispetto ai 275mila del 2012.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

