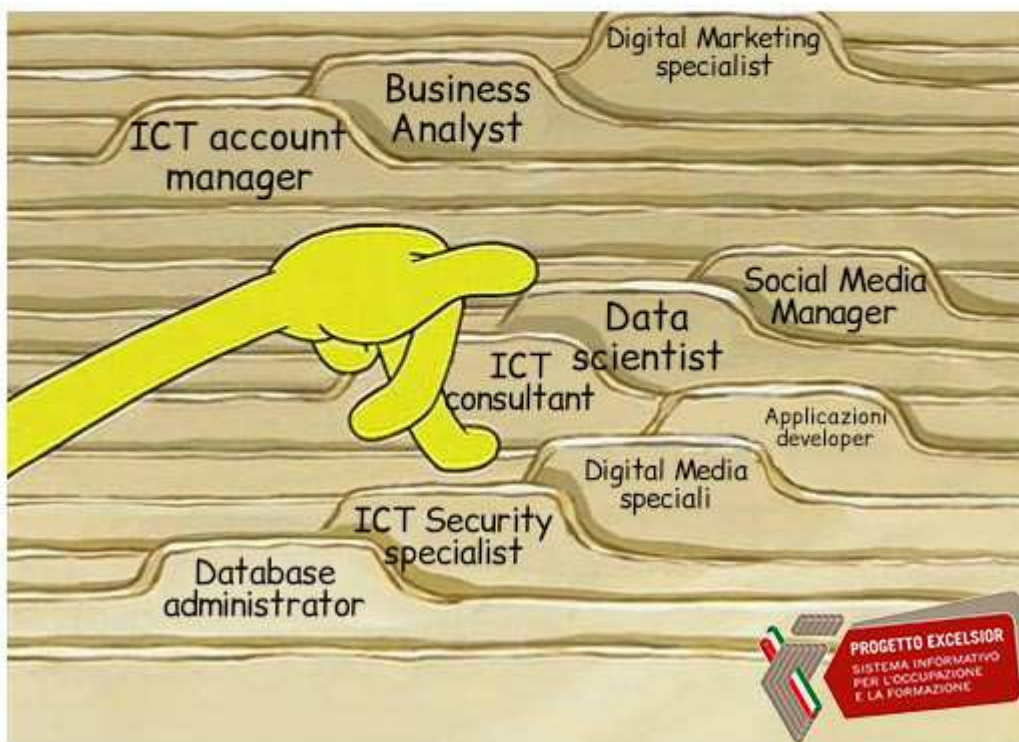




Quando selezioni le figure professionali per implementare la trasformazione digitale in azienda

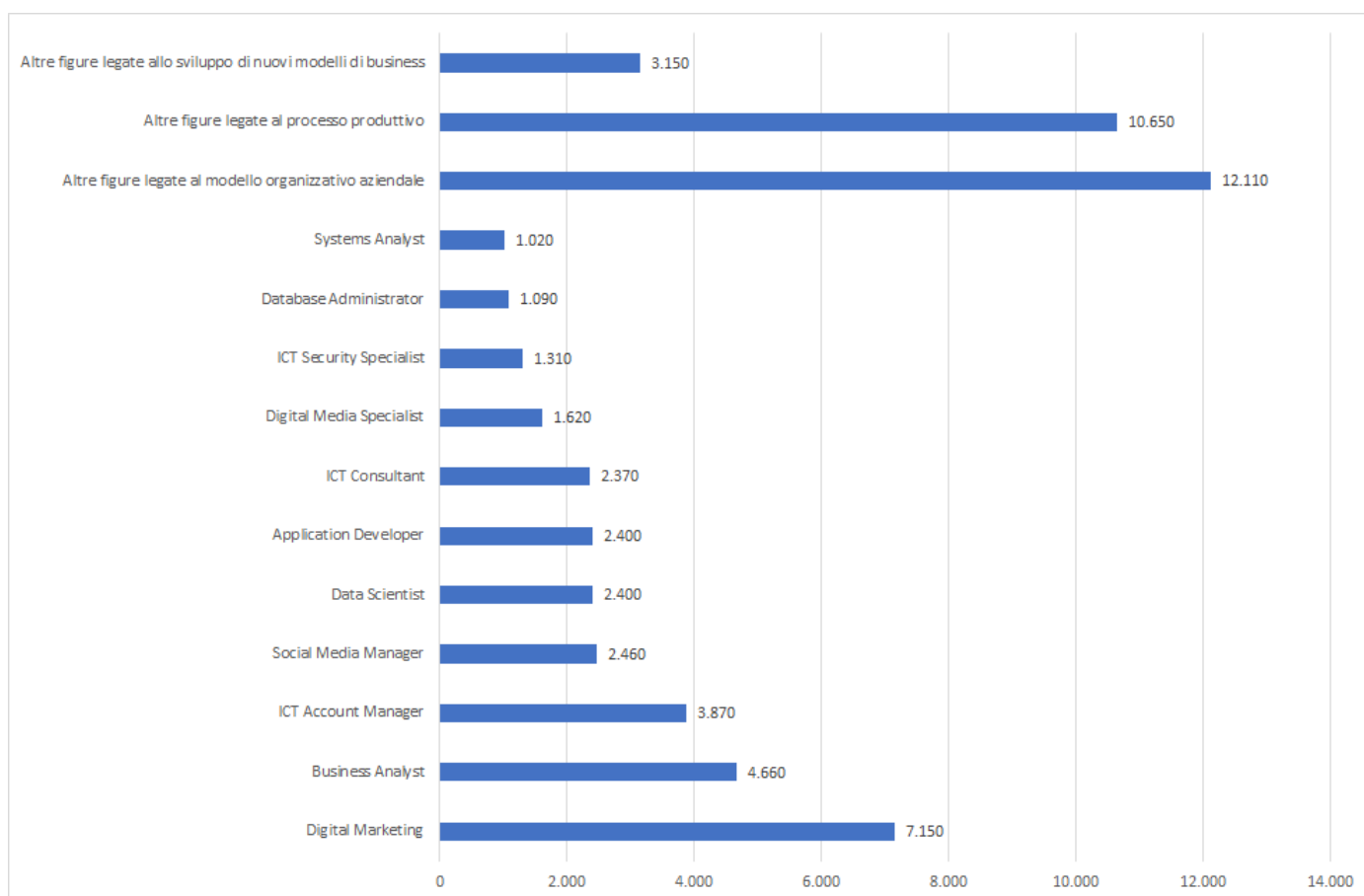




Quali sono i profili professionali assunti a seguito di investimenti in trasformazione digitale?

Una volta analizzati gli investimenti in risorse umane a seguito dei processi di digital transformation, occorre anche capire quali siano stati i profili professionali assunti per l'implementazione degli investimenti in trasformazione digitale, per meglio comprendere il mondo del lavoro che cambia.

In valori assoluti, 59.920 imprese hanno dichiarato di aver assunto personale in seguito agli investimenti in trasformazione digitale, per cui i valori presi in esame non si riferiscono al numero di entrate programmate, ma rappresentano solo il conteggio delle aziende che hanno effettuato assunzioni a seguito di investimenti in campo digitale. L'analisi di questo cluster, serve a comprendere meglio quali siano le dinamiche innovative dell'evoluzione della ricerca di profili professionali digitali.



Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema Informativo Excelsior, 2020 *sono state escluse dal grafico le figure con <1000 imprese che assumono.

Le imprese che hanno assunto personale a seguito di investimenti in innovazione digitale si suddividono in settori di attività secondo una dinamica che vede avanti senza alcun dubbio i servizi rispetto all'industria.



In valori assoluti le imprese che hanno assunto una figura in seguito a investimenti in trasformazione digitale sono:

8.490 nel commercio al dettaglio,

6.310 nel commercio all'ingrosso,

5.310 nei servizi avanzati.

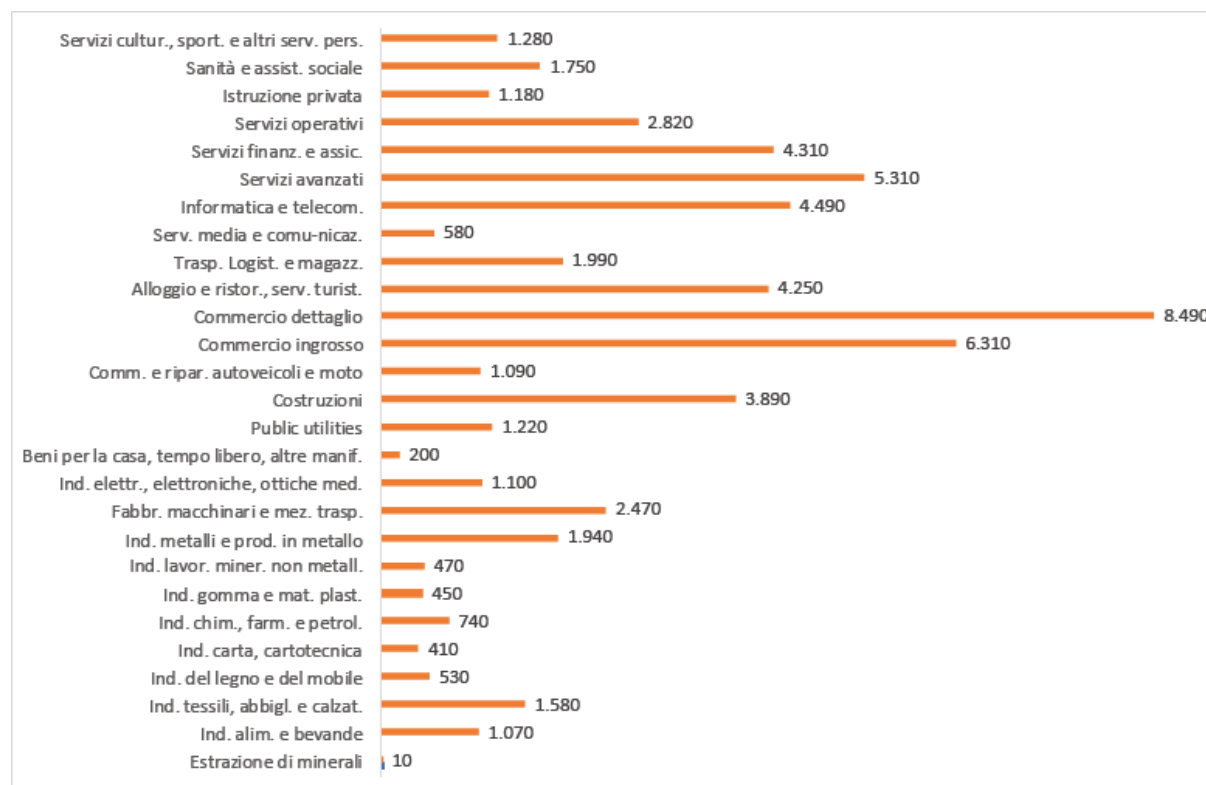
Buono anche il dato delle costruzioni con 3.890 imprese che hanno assunto nuovi profili lavorativi digitali, nelle industrie si notano 2.470 assunzioni in fabbricazione macchinari e mezzi di trasporto e industrie metallurgiche con 1.940 assunzioni.

Analizzare i dati in valori assoluti risulta importante per dare un quadro migliore degli investimenti in digital transformation, in quanto si possono evidenziare alcuni aspetti oltre al mero calcolo delle percentuali.

Per esempio il "commercio al dettaglio" pur essendo uno dei settori di attività che ha investito percentualmente di meno in trasformazione digitale, ben il 40% delle imprese del commercio al dettaglio non ha investito in digital transformation, in termini di valori assoluti ha dato il maggior contributo per l'assunzione di profili digital.

Questo fenomeno dipende ovviamente dal fatto che le imprese del commercio al dettaglio rappresentano un numero elevato del campione di indagine, per cui si evidenzia una polarizzazione tra chi non ha investito e chi, oltre ad aver investito in trasformazione digitale, ha anche assunto profili professionali adatti a implementarla.

Tutto ciò dimostra un certo dinamismo da parte di una frazione delle imprese di questo settore che ha cercato di reagire al calo dei consumi anche con l'assunzione diretta di figure della trasformazione digitale.





Per le figure professionali legate alla trasformazione digitale, le aziende indicano di aver utilizzato modalità di reclutamento piuttosto differenti rispetto a quelle indicate per la totalità degli ingressi previsti. Premesso che la “Conoscenza/segnalazione” è lo strumento cui risponde la quota più significativa (circa 1/3) delle figure professionali di cui le aziende hanno bisogno, senza distinzione rispetto alla transizione digitale, occorre evidenziare che il ruolo delle Agenzie per il lavoro e delle Società di selezione diviene dirimente nel percorso di selezione dei profili attinenti la digitalizzazione delle imprese, essendo richieste competenze elevate su cui occorrono azioni di recruitment estremamente mirate. Altrettanto i canali web risultano di gran lunga più utilizzati.

Canale utilizzato dalle imprese per il reclutamento	Conoscenza/ segnalazione	Agenzie per il lavoro/ Società di selezione del personale	Avvisi e annunci su Internet (siti dedicati e social media)	CV inviati all'impresa
Figure prof.li inserite a seguito degli investimenti effettuati nella trasformazione digitale	32,0	25,4	25,4	15,8
Totale delle assunzioni	33,9	10,5	8,1	35,7

“Punto Impresa Digitale” (PID) - CCIAA Frosinone Latina

Presso la Camera di Commercio Frosinone Latina è attivo da anni lo sportello del Punto Impresa Digitale nato per assistere e supportare le micro, piccole e medie imprese delle province di Latina e Frosinone, espressione di tutti i settori economici, sui processi di digitalizzazione. I servizi erogati spaziano dall'attività formativa sulle opportunità derivanti dall'impiego di tecnologie 4.0 in contesti aziendali alle attività di assessment aziendale sul livello di maturità digitale e di assessment individuale per valutare le competenze digitali dei lavoratori. Il Punto Impresa Digitale supporta inoltre economicamente i progetti innovativi delle imprese provinciali attraverso l'erogazione di voucher digitali.

Per maggiori informazioni

Punto Impresa Digitale della Camera di Commercio di Frosinone Latina

lorena.esposito@frlt.camcom.it – tel. 0773 672305 (Digital Promoter)

francesca.vinciguerra@frlt.camcom.it – tel. 0775 275248 (Digital Promoter)

marco.cinelli@frlt.camcom.it – tel.0775 275262 (Digital Promoter)



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO F.L.
infomare
Internazionalizzazione formazione economia del mare