

Le tecnologie digitali oramai hanno cambiato il modo di vivere, lavorare e produrre (processi e mercato) a tutti i livelli, con la necessità di promuovere una indispensabile cultura aziendale volta alla transizione digitale e di attuare un processo di cambiamento che innovi il modello di business e ridisegni l'organizzazione e le competenze, le relazioni con i clienti, i fornitori ed i consumatori.

Un vero e proprio nuovo progetto di governo d'impresa dove le tecnologie digitali aiutano le varie aree a generare valore. Oggi digitale è sinonimo di business; pertanto, le organizzazioni dovranno trasformare i loro business model sempre più frequentemente.

Nel quadro della Digital Transformation, oggi è fondamentale per un'azienda tutelare la business continuity e, al contempo, sviluppare una visione di lungo termine, secondo percorsi di reazione, riorganizzazione e rinnovo del business. Prioritaria diventa anche una customer care adeguata, per mantenere il rapporto con i clienti ed evitare ripercussioni durante la riorganizzazione dei modelli operativi. L'obiettivo finale è una customer experience personalizzata, con la costruzione di un'infrastruttura omnicanale e l'uso di piattaforme innovative, CRM ottimizzati e applicazioni mobili per la gestione delle interazioni e dei servizi di assistenza.

Le opportunità da cogliere sono ancora tante e c'è un grande bisogno di crescere in cultura digitale, soprattutto nelle PMI che, nella maggior parte dei casi, sono quelle che necessitano maggiormente di essere accompagnate in un percorso di consapevolezza verso i benefici che un approccio digitale potrebbe apportare al proprio business.

Come riportato dall'Indagine su Fabbisogni formativi inevasi e sulle nuove competenze richieste dalla transizione digitale ed ecologica dalle nuove modalità di lavoro, 2021 – Consiglio nazionale dei giovani, siamo di fronte a un grande sfida in cui l'obiettivo è cogliere gli elementi di innovazione tecnologica, per declinare adeguatamente le figure da formare e le competenze da acquisire, affinché siano spendibili nel mercato del lavoro. I processi di digitalizzazione stanno, infatti, rapidamente trasformando il mondo del lavoro con il superamento della tradizionale classificazione delle professioni e l'introduzione di nuove competenze, da un lato, e di nuove forme di impiego dall'altra. In questa trasformazione, oltre un terzo dei lavoratori rischia di perdere il lavoro e un decimo dovrà comunque svolgere nuove mansioni.

Le risorse umane sono oggi chiamate a realizzare trasformazioni e a trasformarsi esse stesse per attivare le potenzialità di tali innovazioni.

In questa fase di transizione digitale, il ruolo della formazione è divenuto pertanto centrale per la crescita del capitale umano e rappresenta un asset strategico per affrontare il percorso di sviluppo verso la Digital Transformation, con interventi integrati che dovranno caratterizzarsi sempre più per il connubio di hard e soft skills, quale risultato di alleanze stabili tra imprese, Università, istituzioni scolastiche e organismi formativi, soggetti del trasferimento tecnologico, per l'accrescimento della cultura digitale nel sistema socio-economico.

Avere disponibile su un territorio un ecosistema di soggetti e competenze, in cui la digitalizzazione, l'innovazione e l'integrazione con il territorio pervadono i sistemi istruzione e formazione, significa offrire a quel territorio opportunità straordinarie di sviluppo, facilitando il trasferimento della conoscenza e della contaminazione delle competenze che è un connubio imprescindibile per accelerare le opportunità di crescita, creare vantaggio competitivo e stimolare un percorso di sviluppo sostenibile nel tempo.

Oggi più che mai, la tecnologia è presente nelle nostre vite e nel mondo del lavoro e se le aziende vogliono stare al passo con i trend di mercato per garantire una crescita di competitività nel medio termine, devono assumere nuove professionalità o collaborare con gli esperti del settore.

Pertanto, in questo scenario, sempre in evoluzione, le risorse umane ed il re-design delle modalità lavorative dovranno rappresentare il punto di partenza delle imprese che vogliono vincere la partita della Digital transition.

I nuovi scenari competitivi stanno richiedendo cambiamenti repentini nei sistemi di produzione e nei modelli di business ed una centralità sulle competenze strategiche per adattarsi alla transizione:

- dalla tecnologia ai modelli organizzativi, ai modelli di business, alle soft skills;
- up ed il reskilling di professionalità già inserite nel mondo del lavoro: aggiornamento, rafforzamento, adeguamento;
- formazione di skills adeguate nei più giovani;
- approccio personalizzato, multidisciplinare, interattivo ed esperienziale che coinvolge persone, processi e tecnologie, per accompagnare la transizione tecnologica.

La carenza di competenze adeguate alle richieste del mercato e il conseguente mismatch tra domanda e offerta di lavoro impattano negativamente sulle prospettive di crescita dell'economia e sulla capacità di innovazione legate alle nuove sfide della transizione green e digitale. La disponibilità di risorse umane adeguatamente formate è un fattore competitivo fondamentale per tutti i territori.

Molte PMI hanno deciso di affrontare il tema innovazione in modo strutturato e sistematico e sono alla ricerca di una "bussola", in modo da orientarsi ed affrontare adeguatamente le nuove sfide digitali, che avrà forte impatto anche sul modo di lavorare e sulle professionalità del futuro.

A livello nazionale (dati Instat), le piccole e medie imprese sono ancora penalizzate in attività specialistiche di digitalizzazione.

Nel 2023 il 60,7% delle PMI adotta almeno 4 attività digitali sulle 12 utilizzate per comporre il Digital Intensity Index (57,7% nell'Ue27). Tra le imprese con almeno 10 addetti si confermano indicatori di punta rispetto alle imprese Ue il cloud computing (61,4%, 45,2% media Ue27) e la fatturazione elettronica, prevista in Italia da obblighi di legge per un'ampia platea di operatori economici (97,5%, 38,6% Ue27).

Il 47,9% delle PMI (48,7% quelle europee) utilizza almeno un software gestionale, ma solo il 13,6% condivide i dati elettronicamente con i fornitori o i clienti all'interno della catena di approvvigionamento (23,5% la media Ue). La mancanza di competenze frena l'adozione delle tecnologie di intelligenza artificiale (IA): è un ostacolo per il 55,1% delle imprese che hanno preso in considerazione l'utilizzo delle tecnologie IA senza poi adottarle.

Dai dati si osservano alcuni miglioramenti nell'utilizzo delle risorse digitali soprattutto per quanto concerne la connettività, l'adozione del lavoro da remoto e le misure più elementari di cybersicurezza; delle imprese analizzate emerge che viene utilizzata una connettività basata su banda larga fissa di 30 Mb/s, mentre la fibra ottica si attesta solo al 13% del campione; permane una carenza di personale specializzato, di piattaforme per la condivisione delle informazioni e per

la collaborazione nonché il ricorso a formazione e sistemi di vendita online. Il maggiore ricorso al lavoro da remoto che nel 2022 ha coinvolto 7 imprese su 10 ha influito sull'aumento della quota di imprese con almeno 10 addetti che dispongono di documenti su misure, pratiche o procedure di sicurezza informatica (48%, era il 34,4% nel 2019; 37% la quota in Ue27). La cybersecurity preoccupa il 45% delle imprese più grandi, che per difendersi hanno stipulato un'assicurazione contro gli incidenti informatici; tra le imprese di minore dimensione la quota è del 14% (44% e 22% in Ue27).

Sempre a livello nazionale, l'indagine dell'Osservatorio sulle Competenze Digitali 2023, realizzato dalle maggiori Associazioni ICT in Italia (AICA, Anitec-Assinform e Assintel, in collaborazione con Talents Venture) riporta in particolare quanto segue.

Negli ultimi anni, la domanda di professionisti ICT esercitata dalle imprese tramite annunci web in Europa ha registrato una crescita notevole, passando dai 453mila annunci presenti online di gennaio 2019 fino al picco di oltre 1,3 milioni registrato a febbraio 2023.

Anche in Italia gli annunci di lavoro pubblicati hanno registrato una crescita importante. Solo dalla primavera 2023 la domanda delle imprese per questi profili ha registrato una stabilizzazione, con tutta probabilità legata all'assestamento delle economie dopo il boom post-covid, alle incertezze geopolitiche e agli elevati livelli inflattivi.

Al centro delle richieste delle imprese, prevalentemente sviluppatori software ed esperti dell'ingegneria delle reti e dei sistemi, richiesti in particolare dalle grandi aziende Tech e dal tessuto di PMI.

Tra le professioni più richieste nel mercato italiano, spiccano quelle legate allo sviluppo software, che rappresentano il 40% del segmento, e tra cui si annoverano figure come l'application developer, il front-end developer e il java developer. Seguono poi le figure dell'ingegneria delle reti e dei sistemi, che valgono il 20% del segmento.

A questi profili sono richieste prevalentemente competenze relative a linguaggi di programmazione e cloud, e dall'analisi dati emergono tre evidenze d'interesse:

- Il primo posto tra le competenze richieste ai profili ICT in Italia è occupato da una skill trasversale: il project management, quali capacità manageriali necessarie a occuparsi delle varie fasi di un progetto e capacità di inserimento con autonomia nei processi aziendali.
- Analizzando le competenze crescentemente richieste dalle imprese ai profili ICT, emerge una crescita repentina della domanda di competenze in Intelligenza Artificiale Generativa. Il recente boom degli strumenti legati a questa tecnologia, infatti, a partire da novembre 2022, ha generato un'esplosione della domanda negli Stati Uniti e nell'Unione Europea che inizia a manifestarsi, seppur con ritardo, anche nel mercato italiano.
- Oltre le competenze avanzate richieste ai professionisti ICT, analizzando il mercato del lavoro trasversalmente emerge la forte richiesta di competenze di base da parte di imprese di ogni settore a tutti i profili professionali. Infatti, l'11% degli annunci di lavoro in Italia oggi richiede un utilizzo di base della suite Office, con particolare enfasi sulle competenze relative ai fogli di calcolo.

Dal report Digital 2023 – I Dati Globali, redatto da We Are Social, che ha tracciato i trend sullo scenario digital e social e i cambiamenti nell'utilizzo di Internet in tutto il mondo. emerge quanto segue:

-sebbene il numero degli utenti attivi abbia registrato una crescita nell'ultimo anno, lo stesso non si può dire del tempo che le persone hanno speso in rete: meno tempo speso online, ma più di qualità;

-il totale degli utenti presenti sui social media è aumentato di quasi il 30% dall'inizio della pandemia: oltre 1 miliardo di nuovi utenti negli ultimi 3 anni: i social media, una seconda "casa"; tra le app di social media più usate al mondo, TikTok ha registrato il più alto utilizzo medio mensile per utente nel corso del 2022 (23,5 ore al mese)

-cresce del 9% la spesa per la pubblicità digitale, inclusiva di search e social; crescita che porta lo share sulla spesa pubblicitaria totale quasi al 60%, un aumento di quasi il 5% rispetto all'anno scorso, spinto anche dalle attività svolte in collaborazione con influencer (+15%).

A livello toscano, dal Rapporto 2022 sulle ICT nelle imprese toscane con almeno 10 addetti - Ufficio regionale di Statistica della Regione Toscana - emerge quanto segue.

Le imprese in Toscana presentano punti di forza ed elementi di debolezza nel vivere la trasformazione digitale: continuano ad acquisire le connessioni più veloci (fig. 1), ad accrescere la loro presenza sui canali social e ad usare i servizi cloud, ma il livello di digitalizzazione, misurato con il Digital Intensity Index, un indicatore che sintetizza 12 diversi parametri, presenta margini di miglioramento: solo il 20% delle imprese ha un livello alto o molto alto, utilizzando tra le 7 e le 12 tecnologie.

Imprese con almeno 10 addetti che rispondono ai 12 indicatori del Digital Intensity Index. Toscana e Italia. Anno 2021 (valori % sul totale delle imprese con almeno 10 addetti)

| Indicatori | Toscana | Italia |
|--|---------|--------|
| 1. Imprese che hanno la percentuale di addetti connessi superiore al 50% | 39,2 | 43,4 |
| 2. Imprese che utilizzano ERP per condividere informazioni tra diverse funzioni aziendali | 29,5 | 32,3 |
| 3. Imprese che si connettono a Internet in banda larga fissa a velocità di download >= 30 Mbit/s | 75,6 | 78,3 |
| 4. Imprese che hanno vendite via web maggiori dell'1% dei ricavi e vendite via web verso consumi | 10,2 | 8,6 |
| 5. Imprese che utilizzano almeno un IoT | 26,1 | 32,3 |
| 6. Imprese che hanno almeno un social media | 54,2 | 56,2 |
| 7. Imprese che utilizzano CRM | 22,3 | 27,1 |
| 8. Imprese che acquistano servizi cloud di livello intermedio o sofisticato | 47,6 | 51,9 |
| 9. Imprese che utilizzano almeno una tecnologia IA | 5,3 | 6,2 |
| 10. Imprese che acquistano servizi cloud computing | 57,4 | 60,5 |
| 11. Imprese con il valore delle vendite online >=1% dei ricavi totali | 12,2 | 13,1 |
| 12. Imprese che utilizzano almeno due social media | 27,7 | 27,3 |

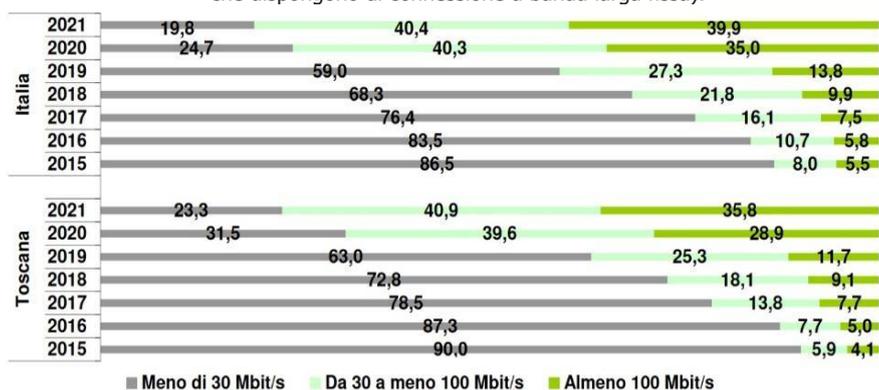
Fonte: Istat, Rilevazione sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese, 2021

(1): informativi sui prodotti offerti o tracciamento degli ordini o personalizzazione di contenuti o personalizzazione di prodotti

Solo l'1,8% delle imprese toscane con almeno 10 addetti e il 2,3% di quelle nazionali ha raggiunto un livello molto alto di digitalizzazione, mentre poco più del 17% sia in Italia che in Toscana ha raggiunto un livello alto. La maggior parte delle imprese ha registrato livelli bassi (Italia: 40,8%; Toscana: 35,4%) o molto bassi (Italia: 39,2%; Toscana: 45,5%) (fig. 2).

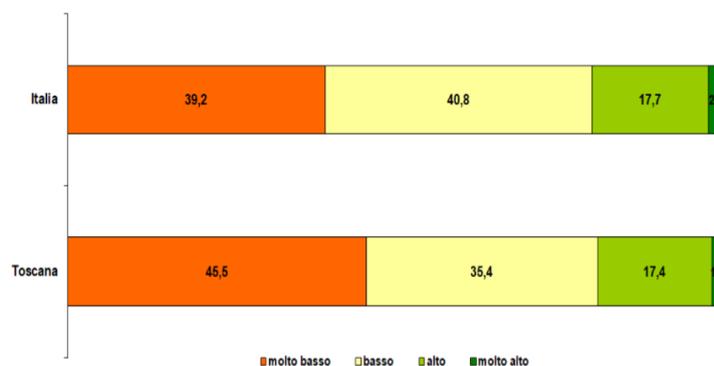
Importante è anche il percorso di digitalizzazione della pubblica amministrazione, poiché il rapporto digitale fluido ed efficiente tra PA ed impresa rappresenta un elemento essenziale per la competitività del tessuto economico locale.

Figura 1 - Imprese connesse a Internet per velocità di banda larga utilizzata in download. Toscana e Italia. Anni 2015-2021 (valori % sul totale delle imprese con almeno 10 addetti che dispongono di connessione a banda larga fissa).



Fonte: Settore Servizi digitali e integrazione dati. Ufficio Regionale di Statistica. Elaborazioni su dati Istat, Rilevazione sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese, 2015-2021.

Figura 2 - Imprese con almeno 10 addetti per livello di digitalizzazione raggiunto. Toscana e Italia. Anno 2021 (valori % sul totale delle imprese con almeno 10 addetti).



Fonte: Settore Servizi digitali e integrazione dati. Ufficio Regionale di Statistica, elaborazioni su dati Istat, Rilevazione sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese, 2021

Confronto nazionale sulla diffusione delle principali tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) tra le imprese con almeno 10 addetti, per regione. Anno 2021 (valori % sul totale delle imprese con almeno 10 addetti, salvo diversa indicazione)

| REGIONI | Accesso ad Internet | Addetti che utilizzano computer connessi ad Internet (% sul totale addetti) | Connessione e fissa in banda larga e/o connessione mobile | Connessione Fissa in Banda larga | Velocità massima di download: | | Imprese che forniscono ai propri addetti dispositivi portatili che consentono connessioni mobili | Sito Web/home page o almeno una pagina su Internet | Imprese che utilizzano almeno un Social media | Imprese che hanno effettuato vendite elettroniche | Imprese che acquistano servizi di cloud computing | Utilizzo dell'e-government |
|-----------------------|---------------------|---|---|----------------------------------|---|--------------------------|--|--|---|---|---|----------------------------|
| | | | | | almeno pari a 30 Mbit/s % sul totale delle imprese con almeno 10 addetti che dispongono di connessione a banda larga fissa) | almeno pari a 100 Mbit/s | | | | | | |
| Piemonte | 95,7 | 52,9 | 95,7 | 94,6 | 78,3 | 39,3 | 65,9 | 75,3 | 49,7 | 14,6 | 65,1 | 85,9 |
| Valle d'Aosta | 100,0 | 56,0 | 100,0 | 100,0 | 72,8 | 32,8 | 65,8 | 81,3 | 60,3 | 34,8 | 44,0 | 82,2 |
| Liguria | 81,5 | 53,3 | 81,5 | 80,3 | 86,4 | 43,5 | 59,4 | 59,3 | 38,9 | 13,9 | 52,0 | 61,7 |
| Lombardia | 99,7 | 58,3 | 99,7 | 99,1 | 83,5 | 43,1 | 72,1 | 82,1 | 55,1 | 17,6 | 66,1 | 82,6 |
| Trentino Alto Adige | 100,0 | 56,6 | 100,0 | 99,4 | 90,1 | 39,0 | 66,4 | 84,6 | 75,9 | 34,8 | 46,6 | 83,3 |
| Veneto | 99,6 | 48,4 | 99,6 | 98,9 | 75,6 | 34,2 | 69,6 | 83,3 | 61,6 | 17,6 | 58,7 | 84,0 |
| Friuli Venezia Giulia | 97,9 | 47,5 | 97,9 | 97,0 | 71,6 | 38,3 | 59,3 | 78,2 | 53,7 | 13,8 | 59,9 | 82,1 |
| Emilia-Romagna | 99,3 | 50,5 | 99,3 | 98,8 | 77,8 | 38,5 | 67,5 | 77,9 | 61,6 | 21,6 | 59,6 | 79,5 |
| Toscana | 99,3 | 50,7 | 99,3 | 98,6 | 76,7 | 35,8 | 56,4 | 68,7 | 54,2 | 15,5 | 57,4 | 87,5 |
| Umbria | 98,6 | 48,3 | 98,6 | 98,6 | 75,5 | 48,0 | 58,3 | 82,4 | 56,7 | 13,0 | 59,3 | 79,8 |
| Marche | 99,1 | 51,5 | 99,1 | 95,0 | 76,7 | 38,6 | 68,1 | 77,2 | 55,8 | 20,8 | 60,6 | 83,3 |
| Lazio | 99,0 | 68,7 | 99,0 | 97,2 | 85,1 | 46,7 | 62,7 | 65,1 | 49,9 | 19,2 | 58,3 | 88,0 |
| Abruzzo | 99,3 | 44,8 | 99,3 | 96,5 | 77,9 | 31,7 | 59,6 | 73,7 | 53,2 | 11,7 | 57,6 | 86,0 |
| Molise | 99,3 | 44,4 | 99,3 | 90,7 | 73,5 | 30,2 | 59,4 | 59,8 | 43,6 | 16,2 | 55,8 | 84,1 |
| Campania | 99,2 | 43,8 | 99,2 | 97,7 | 81,2 | 42,1 | 50,9 | 64,5 | 50,7 | 17,7 | 58,0 | 80,9 |
| Puglia | 99,3 | 41,3 | 99,3 | 98,5 | 83,9 | 35,4 | 55,7 | 56,9 | 61,0 | 16,9 | 59,2 | 83,8 |
| Basilicata | 99,3 | 44,9 | 99,3 | 97,4 | 80,0 | 35,4 | 58,2 | 67,6 | 49,4 | 13,9 | 50,3 | 84,1 |
| Calabria | 100,0 | 42,8 | 100,0 | 99,0 | 70,4 | 34,2 | 53,8 | 55,3 | 46,0 | 20,3 | 48,5 | 83,6 |
| Sicilia | 98,5 | 44,4 | 98,5 | 97,8 | 82,3 | 43,2 | 56,8 | 78,4 | 71,7 | 26,2 | 70,6 | 87,6 |
| Sardegna | 97,2 | 45,4 | 97,2 | 96,8 | 75,8 | 39,9 | 57,3 | 58,2 | 49,5 | 20,7 | 53,0 | 88,1 |
| Italia | 98,7 | 54,0 | 98,7 | 97,7 | 80,2 | 39,9 | 64,3 | 74,8 | 56,2 | 18,4 | 60,5 | 83,4 |

Fonte: Regione Toscana, Elaborazioni dell'Ufficio regionale di statistica su dati Istat "Rilevazione sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese", 2021.

Dai dati del Sistema informativo Excelsior, indagine nazionale che fornisce dati su base provinciale realizzata da Unioncamere in collaborazione con ANPAL in collaborazione con la Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest e l'Istituto Studi e Ricerche – ISR su di un campione di quasi 7.500 imprese con dipendenti delle tre province, risulta quanto segue.

Nel 2023 è proseguito il processo di trasformazione digitale delle imprese pisane, con una decisa crescita delle imprese che hanno effettuato importanti investimenti per l'adozione di nuove tecnologie. In particolare, nell'ultimo anno le imprese hanno incrementato gli investimenti in tecnologie in grado di potenziare i propri modelli di business: la quota di aziende che ha investito nell'analisi dei comportamenti e dei bisogni dei clienti per la personalizzazione dei servizi offerti è salita al 37% nel 2023, 12 punti percentuali in più rispetto al periodo precedente, mentre le imprese che hanno investito in strumenti di digital marketing sono passate dal 20% al 31%. In aumento anche gli investimenti nell'utilizzo di Big data per analizzare i mercati, effettuati dal 24% delle imprese (+10 pp).

Dall'indagine sopra citata, si segnala la tendenza ad assumere personale dotato di sempre maggiori competenze 'trasversali', ovvero quelle che riguardano le capacità comportamentali e relazionali legate alla personalità dei candidati. Altre competenze che si confermano particolarmente richieste sono quelle legate alla tecnologia, alla sostenibilità ambientale e comunicative. Una tendenza che affianca anche la crescita degli investimenti per l'adozione di nuove tecnologie registrata da parte delle imprese. In particolare gli investimenti sono indirizzati a migliorare i propri modelli di business, ma anche l'aspetto tecnologico e l'organizzazione.

Nell'ambito delle evoluzioni fin qui evidenziate, alcune professioni hanno acquisito una rilevanza sempre maggiore.

Le professioni tradizionali che si sono evolute grazie alla trasformazione digitale a ruoli emergenti nel campo delle tecnologie innovative rappresentano una combinazione di competenze specializzate, capacità tecniche avanzate e una forte adattabilità al cambiamento. In particolare:

Responsabile e-commerce

I consumatori si sono spostati in massa sul web. Per questo motivo, i responsabili delle vendite online svolgono un ruolo cruciale per lanciare il sito web della loro azienda. Utilizzando strumenti e strategie di marketing ad hoc, gli e-commerce manager plasmano tutti i contenuti e le promozioni dei beni e dei servizi di uno shop online. Grazie alla pianificazione e all'esecuzione di un piano ad hoc, sono direttamente responsabili per la gestione del commercio elettronico.

Specialista SEO

Per SEO (Search Engine Optimization) si intendono tutte le tecniche che consentono di ottimizzare il contenuto di un sito per i motori di ricerca. A causa di una concorrenza sempre più spietata, conquistare le prime posizioni sui motori di ricerca è un imperativo. I professionisti digitali che si occupano di SEO sono in grado di selezionare le keyword più performanti, gestire le campagne di link building e coordinare i content creator in un'ottica di ottimizzazione e ranking.

Data scientist

Esperti di analisi dei dati, i data scientist che hanno il compito di ottenere le informazioni più rilevanti per indirizzare i processi decisionali, identificare i trend del mercato e prevedere le tendenze future. Lavorano in team con altri professionisti digitali e tecnici, a cui vengono affidate le procedure per l'elaborazione e la preparazione dei dati per l'analisi. Le loro competenze comprendono il funzionamento dei DBMS (Database Management System), la gestione dei database, l'analisi statistica, l'organizzazione dei big data.

Social media manager

I social media manager si occupano di tutti gli aspetti riguardanti la comunicazione di un'azienda attraverso i social network. Sono direttamente responsabili per la pianificazione di strategie sulle varie piattaforme di riferimento, la creazione di contenuti, l'aumento del traffico in entrata verso i siti web e il monitoraggio dei dati. Questa professione digitale è ampiamente conosciuta, ma richiede un costante aggiornamento e un'ottima conoscenza dei nuovi trend.

Web developer, software developer o app developer

Tecnici incaricati di sviluppare siti, programmi, applicazioni, piattaforme e-commerce e altri strumenti online. Sono poi incaricati dell'implementazione o dell'aggiornamento dei vari prodotti durante l'uso. Le competenze degli sviluppatori di siti riguardano soprattutto i linguaggi utilizzati, tra cui HTML, CSS o JavaScript.

Specialista in cyber security

Un esperto di cyber security garantisce la sicurezza delle infrastrutture tecniche, dei dati e delle transazioni. Questi professionisti digitali devono possedere una varietà di competenze, inclusa la capacità di lavorare con architetture di rete, protocolli, sistemi di gestione delle vulnerabilità e linguaggi di automazione dei processi. Devono inoltre possedere le competenze fondamentali richieste per analizzare i processi aziendali e rispettare le procedure di trattamento dei dati secondo le normative vigenti.

Copywriter e content creator

I copywriter sono incaricati di ideare tutti i tipi di contenuti scritti per un sito, un e-commerce o per i social media. Tra i vari testi che devono redigere in modo originale e spesso già ottimizzato SEO ci sono articoli, slogan pubblicitari, e-mail marketing e altre forme di media. I content creator, invece, gestiscono anche tutti gli altri tipi di contenuti, come ad esempio video e foto. In alcuni casi, il loro successo li porta a diventare influencer, un'altra professione digital dei nostri anni.

User Experience Designer sarà tra le professioni più ricercate dalle aziende nei prossimi anni. Lo UX Designer si occupa degli utenti, analizzando ed interpretando il loro comportamento in rete, in modo da costruire un'esperienza positiva (logica, intuitiva e piacevole) per l'utente finale. Il focus dello UI Designer è pertanto rappresentato dall'interazione dell'utente con gli elementi ed i riferimenti visivi del prodotto. Questa professionalità si occupa, in particolare, di progettare l'esperienza relativa all'uso di un prodotto digitale – sito web, app, software o altro, in relazione al quale i consumatori hanno aspettative

pratiche (raggiungere i loro obiettivi), ma anche estetico (che l'uso risulti piacevole), curandone così anche la grafica ed il layout del prodotto digitale, in modo da soddisfare chi lo visita/usa.

Nell'ambito della transizione digitale delle professioni in considerazione delle nuove capacità organizzative nella produzione di beni e servizi, dei nuovi modelli produttivi e di business, essenziali nelle strategie di mercato, nonché di nuove e diversificate competenze in ambito tecnologico si rende pertanto necessario sviluppare l'uso e la conoscenza delle nuove tecnologie digitali e di comunicazione, nonché della loro applicazione nei diversi contesti di lavoro, attraverso interventi di formazione volti al rafforzamento, ed in particolar modo alla capitalizzazione, delle competenze digitali nelle diverse funzioni aziendali e nei diversi settori delle attività produttive toscane.

A tale scopo, è di fondamentale importanza il grado partecipativo delle imprese, cosicché possano essere individuati, nel quadro degli standard del sistema regionale delle competenze, sia gli ambiti del sapere essenziali professionali, finalizzandoli ai singoli fabbisogni aziendali, sia i saperi ulteriori e latenti, così come le meta-competenze e il potenziale che un bagaglio esperienziale e vocazionale riveste in ogni singola attività lavorativa.

Il digitale, interagendo in modo trasversale con tutti i settori economici del territorio toscano, agisce da propulsore per l'innovazione e lo sviluppo delle imprese;

- investire in figure professionali che sappiano trasformare la conoscenza esistente in innovazioni, funzionali alla competitività delle imprese;
- favorire l'inserimento lavorativo dei partecipanti ai corsi finalizzati allo sviluppo di competenze che sono richieste dal sistema delle imprese e quindi immediatamente spendibili. Data la specificità delle figure professionali le tipologie dei rapporti di lavoro possono variare dal lavoro autonomo, alla collaborazione fino al rapporto di lavoro dipendente;
- stimolare l'adozione di modelli di management e di leadership, per gestire in modo contemporaneo ed efficace le organizzazioni e le imprese che hanno intrapreso la strada della digitalizzazione, che costringe le persone e le aziende a reinventarsi, ad adattarsi. Le aziende si trovano davanti a sfide importanti: devono essere flessibili, veloci, connesse. E devono comprendere l'interdipendenza che le lega ai contesti di riferimento, di mercato e ambientali, che sempre più spesso si mostrano incerti e difficilmente prevedibili. Servono nuovi strumenti, cognitivi e pratici, e nuove professionalità per far fronte al cambiamento in atto;
- potenziare il legame tra mondo dell'innovazione e del trasferimento tecnologico, della formazione, dell'istruzione e impresa per creare profili coerenti con ciò che il mercato chiede;
- favorire il trasferimento di conoscenze e di promozione della cultura d'impresa orientata all'innovazione, alla qualità e all'efficacia della comunicazione digitale, per la conoscenza del mercato e la valorizzazione del proprio know how;
- favorire il rinnovamento e la crescita del sistema produttivo del territorio in termini di competitività, di qualità dei servizi e dei processi, creando valore aggiunto per l'intero sistema.

Tutte sfide importanti, a cui questo documento intende contribuire, con un orientamento a specifici obiettivi e al sistema di relazioni che caratterizza l'ecosistema locale per evitare situazioni di qualification mismatch, ovvero il fatto che il mercato del lavoro presenti situazioni di carenza di offerta qualificata.

Elaborata 25/08/2023, aggiornata 15/12/2023

POLO NAVACCHIO S.p.A.
Via M. Giuntini, 13
50126 Firenze (Firenze) - suo delegato
Tel. 055 754140 - Fax 055 754140
Partita IVA 01482520507