



Capgemini contacts:

Raffaella Poggio

Marketing & Communication Director

Tel.: +39 347 4271901

E-mail: raffaella.poggio@capgemini.com

Michela Cotich

Marketing & Communication

Tel.: +39 347 3620244

E-mail: michela.cotich@capgemini.com

Community Group:

Michele Bon

Tel.: +39 338 6933868

E-mail: michele.bon@communitygroup.it

Carlo Carboni

Tel.: +39 348 9412226

E-mail: carlo.carboni@communitygroup.it

***The Digital Talent Gap* di Capgemini e LinkedIn rivela che i dipendenti investono risorse proprie per rimanere competitivi**

I lavoratori manifestano la volontà di cambiare azienda se le loro competenze digitali non evolvono

Milano, 26 ottobre 2017 – [Capgemini](#) in collaborazione con LinkedIn, il network professionale più grande al mondo, ha pubblicato oggi il report "[The Digital Talent Gap—Are Companies Doing Enough?](#)", che analizza la domanda e l'offerta di lavoro relativa a esperti con specifiche competenze in ambito digital e la disponibilità di posizioni digital all'interno di diversi settori e paesi. Il report svela le preoccupazioni dei lavoratori nella valutazione delle proprie competenze digitali¹, oltre alla mancanza di risorse per la formazione messe a loro disposizione sul posto di lavoro. Tra gli aspetti più salienti, il report evidenzia il fatto che quasi il 50% dei lavoratori (percentuale che raggiunge il 60% per quei dipendenti con competenze digitali²) sta investendo sia denaro che tempo libero per acquisire competenze digitali.

Il gap in ambito digitale si sta ampliando

Tra le società intervistate, una su due riconosce che il gap sulle competenze digitali si sta espandendo. Infatti, più della metà (54%) delle aziende è d'accordo sul fatto che questo divario stia ostacolando i loro programmi per la digital transformation e di aver perso il loro vantaggio competitivo proprio a causa della carenza di talenti digitali.

¹ Ai fini di questa ricerca, LinkedIn ha ampliato la definizione di "digital" in modo da poter includere una lunga lista di soft e hard skill in ambito digitale e quei titoli professionali che secondo Capgemini e LinkedIn rappresentano (quasi) tutte le attività legate all'innovazione tecnologica.

² Un lavoratore dotato di talento in ambito digitale è una persona specializzata in almeno 1 delle 24 hard skill digitali e in almeno 4 delle 8 soft skill digitali comprese nel sondaggio.

Sebbene la forchetta in termini di competenze digitali si fa più ampia, i budget per la formazione digitale sono rimasti invariati o hanno addirittura subito un calo in oltre la metà (52%) delle aziende. Il 50% degli intervistati afferma inoltre che il gap digitale è uno dei temi più discussi ma che, allo stesso tempo, non vengono intraprese delle azioni per colmarlo.

Le preoccupazioni sulla ridondanza delle competenze potrebbero creare frizioni

Molti degli attuali dipendenti sono preoccupati dal fatto che le proprie competenze siano ormai superate o che lo stiano per diventare. Complessivamente, il 29% dei lavoratori ritiene che siano già superate o che lo diventeranno entro due anni, mentre per oltre un terzo di loro questo succederà tra 4-5 anni. Nello specifico, sono quasi la metà (47%) dei dipendenti appartenenti alle generazioni Y e Z³ a ritenere che le proprie competenze digitali diventeranno obsolete entro i prossimi 4-5 anni.

Da un punto di vista di settore, dal report si evince che il 48% dei lavoratori del comparto automobilistico pensano che le loro competenze diventeranno superflue nei prossimi 4-5 anni, seguiti da quelli dei settori bancario (44%), delle utility (42%), delle telecomunicazioni e assicurativo (entrambi al 39%).

Inoltre, i dipendenti credono che i programmi di formazione messi in atto dalle aziende non siano molto efficaci. Infatti oltre la metà degli attuali talenti in ambito digitale afferma che questi programmi non sono utili o che spesso non gli viene concesso il tempo necessario per potervi partecipare. Quasi la metà degli intervistati (45%) descrive i programmi formativi della propria azienda come "inutili e noiosi".

Le preoccupazioni in merito alle skill digitali che divengono superflue e la mancanza di fiducia nei confronti degli sforzi messi in atto dal datore di lavoro per incrementare queste competenze potrebbero creare delle frizioni. Più della metà dei dipendenti con competenze digitali (55%) afferma di essere disposto a trasferirsi in un'altra azienda nel caso in cui dovesse avvertire che le proprie capacità digitali siano in una fase di stallo presso l'attuale datore di lavoro. Allo stesso tempo, è probabile che quasi la metà dei dipendenti (47%) si indirizzi verso quelle aziende che offrono migliori possibilità di sviluppo di queste competenze. Tuttavia, anche i datori di lavoro affermano di essere preoccupati per le possibili frizioni con il personale dotato di maggiori competenze, tanto che più della metà di essi (51%) ritiene che i propri dipendenti abbandoneranno l'azienda dopo aver ricevuto una formazione e la metà di loro (50%) afferma di non registrare molta affluenza durante le sessioni di training sulle competenze digitali.

Alessandra Miata, HR Director di Capgemini Italia ha dichiarato: «Oggi le società stanno affrontando una sfida di dimensioni enormi per quanto riguarda l'upgrade delle competenze digitali. Come evidenzia la ricerca che abbiamo realizzato in collaborazione con LinkedIn, si tratta infatti di un aggiornamento che non riguarda solo le conoscenze tecnologiche ma anche quelle di leadership e relazione, necessarie a cogliere appieno i benefici della digital transformation. Diventa quindi essenziale garantire un percorso di sviluppo delle competenze per riuscire a mantenere i propri dipendenti al passo con i tempi e con le loro stesse richieste. In futuro il divario delle competenze digitali continuerà ad ampliarsi e nessuna azienda potrà permettersi di ignorare il cambiamento in atto. Le imprese devono costantemente innovare e pianificare la crescita dei propri dipendenti».

Il gap nelle soft skill digitali è maggiore rispetto a quello nelle hard skill

Il report ha evidenziato un incremento della domanda per i professionisti con esperienza in hard skill digitali, in aree come advanced analytics, automazione, intelligenza artificiale e cybersecurity. Tuttavia, soft skill digitali

³ Le generazioni Y e Z raggruppano persone con un'età compresa tra i 18 e 36 anni

come la centralità del cliente e la passione per l'apprendimento, sono tra le più richieste dalle imprese e rappresentano una caratteristica sempre più importante per un professionista digitale a tutto tondo.

Dal report, inoltre, emerge che:

- Anche se il 51% dei dipendenti ritiene che nella propria azienda ci sia una mancanza di hard skill digitali, allo stesso tempo, il 59% degli intervistati sottolinea anche una carenza di soft skill
- Sette lavoratori su dieci con competenze digitali (72%) preferiscono lavorare per società che hanno una cultura imprenditoriale che promuova agilità e flessibilità, come quella della startup.
- È molto improbabile che le competenze digitali prosperino in un ambiente caratterizzato da mancanza di libertà di sperimentare e fallire. Qualora non dovesse esistere una cultura basata sulla sperimentazione ne risentirà anche l'innovazione.

I must-have per i ruoli in ambito digital

Sulla base dell'analisi dei dati di LinkedIn all'interno del report, negli ultimi anni i Data Scientist e i Full Stack Developers sono stati, in media, le figure professionali più richieste. Qui di seguito viene indicata in ordine di posizione la top 10 dei ruoli digital che nei prossimi 2-3 anni diventeranno i più significativi:

- Information Security/Privacy Consultant
- Chief Digital Officer/Chief Digital Information Officer
- Data Architect
- Digital Project Manager
- Data Engineer
- Chief Customer Officer
- Personal Web Manager
- Chief Internet of Things Officer
- Data Scientist
- Chief Analytics Officer/Chief Data Officer

Tuck Rickards, Managing Director di Russell Reynolds, società di ricerca di profili manageriali, ha dichiarato: *«Le aziende devono comprendere che i professionisti in ambito digitale sono un piccolo gruppo di persone che però fa gola a molti. Le imprese potrebbero anche non essere in grado di coinvolgere questi esperti allo stesso modo degli altri dipendenti; devono quindi utilizzare un approccio intelligente».*

Metodologia di ricerca

Capgemini e LinkedIn hanno stretto una collaborazione per analizzare la domanda e l'offerta di specifiche competenze e ruoli digitali all'interno di una serie di paesi e settori.

Capgemini ha intervistato 753 dipendenti e 501 dirigenti, con un livello senior o superiore, di società che nell'anno fiscale 2016 hanno riportato ricavi superiori a 500 milioni di dollari e che hanno un organico superiore a 1.000 dipendenti. Il sondaggio è stato condotto tra giugno e luglio 2017 e ha riguardato 9 paesi - Francia, Germania, India, Italia, Olanda, Spagna, Svezia, Regno Unito e Stati Uniti - e 7 settori industriali - automotive, bancario, prodotti di consumo, assicurativo, retail, telecomunicazioni e utility.

Basandosi sui dati di LinkedIn, Capgemini ha analizzato la domanda e l'offerta di specifiche competenze e ruoli digitali a livello globale, nei principali 9 paesi e nei 7 settori presi in esame. Per LinkedIn la domanda rappresenta il numero di volte che un membro del network con un determinato set di competenze o titolo professionale viene cercato dai recruiter. LinkedIn ha sviluppato un "indice di domanda" per identificare il talento digitale più richiesto. Questo indice rappresenta il rapporto tra il numero di InMails (ossia messaggi di posta dei recruiter tramite la

rete LinkedIn) inviato in media negli ultimi 12 mesi (domanda) a singoli membri del network in possesso di uno specifico titolo o abilità digitale.

Maggiori informazioni

È possibile scaricare una copia del report “The Digital Talent Gap—Are Companies Doing Enough?” alla pagina <https://goo.gl/6D4dxA>.

Capgemini

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2016 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 12,5 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.it.capgemini.com. *People matter, results count.*