



Capgemini press contacts:

Laura Muratore

Marketing & Communication Director

laura.muratore@capgemini.com

Michela Cotich

Marketing & Communication

michela.cotich@capgemini.com

+39 347 3620244

Community Group:

Michele Bon

michele.bon@communitygroup.it

+39 338 6933868

Carlo Carboni

carlo.carboni@communitygroup.it

+39 348 9412226

L'incremento di IA e automazione fa crescere di sei volte la domanda di competenze in ambito emotional intelligence

Tuttavia, meno di un'azienda su 5 sta investendo in formazione mirata per i dipendenti che non ricoprono ruoli di supervisione

Milano, 17 ottobre 2019 – Con le nuove tecnologie in grado di automatizzare compiti più tradizionali e routinari, dirigenti e dipendenti riconoscono che le competenze legate all'emotional intelligence (EI) – come consapevolezza di sé, autogestione, consapevolezza sociale e gestione delle relazioni – saranno un requisito fondamentale per raggiungere il successo nei prossimi anni.

Se da un lato la domanda di competenze in materia di EI è destinata ad aumentare di sei volte nei prossimi 3-5 anni, dall'altro il recruiting e la formazione in questo settore non sono sostanzialmente riusciti a stare al passo. Questo farà sì che molte aziende non saranno in grado di cogliere i benefici che l'EI offre in termini di soddisfazione dei dipendenti, creazione di utili, minore attrition e riduzione dei costi. Il report del [Capgemini Research Institute](#), dal titolo "[Emotional intelligence – the essential skillset for the age of AI](#)", offre uno spaccato a livello globale sull'idea che le aziende hanno dell'EI e raccomanda loro di unire questa tecnologia con il talento, con l'obiettivo di sviluppare forti competenze tra i propri dipendenti.

Di seguito le principali evidenze:

Con l'accelerazione dell'IA e dell'automazione, l'emotional intelligence sta diventando una competenza necessaria

Man mano che i compiti più tradizionali e routinari vengono automatizzati, le aziende mettono in primo piano le competenze in materia di EI, dalla consapevolezza di sé alla gestione delle relazioni e della comunicazione. Secondo i manager intervistati, i dipendenti devono sviluppare le competenze di EI in modo da potersi adattare a ruoli più orientati verso l'attenzione al cliente e a contatto con il pubblico (76%) e intraprendere compiti che richiedono competenze di EI che non possono essere automatizzate (di nuovo il 76%) come empatia, capacità di influenzare le persone e teamwork. Il 61% dei dirigenti ha dichiarato che l'emotional intelligence si convertirà in un "must have" entro i prossimi 5 anni, affermazione che trova d'accordo il 41% dei dipendenti in ruoli non legati alla supervisione. Nel complesso, l'83% delle aziende ha affermato che avere una forza lavoro altamente intelligente dal punto di vista emotivo sarà un prerequisito per raggiungere il successo in futuro.

I dipendenti temono l'impatto di automazione e IA sulla rilevanza delle loro competenze

La quota di dipendenti che ritengono che le loro competenze siano o diventeranno obsolete per via dell'automazione e dell'IA è aumentata del 10% in due anni. In generale, la percentuale di dipendenti

che ritengono che le loro competenze siano o diventeranno obsolete nei prossimi due o tre anni è aumentata dal 30% al 39%. Inoltre, la percentuale di millennial che condividono questa affermazione è salita dal 40% al 50%. Evidentemente, i millennial sono consapevoli dell'impatto dell'automazione e dell'IA, e sono sempre più preoccupati, in quanto si rendono conto che saranno loro ad assorbire la maggior parte degli effetti dell'automazione.

Le aziende con una forza lavoro emotivamente intelligente stanno ottenendo benefici

Le aziende che hanno dipendenti con un'elevata intelligenza emotiva stanno raggiungendo benefici significativi. In media, il 60% delle aziende intervistate ha ottenuto un incremento dei benefici di oltre il 20% grazie a dipendenti con un'elevata EI. I principali benefici quantitativi includono una maggiore produttività, una maggiore soddisfazione dei dipendenti e una quota di mercato più elevata.

La ricerca stima che le aziende che effettuano ingenti investimenti in ambito di EI vedranno un ritorno sugli investimenti tra le 2,2 e le 4,4 volte maggiore se si tiene conto dell'impatto di questa tecnologia su entrate, produttività, costi e attrition.

"Prendiamo ad esempio la propensione per la matematica. Ognuno di noi possiede alcune abilità matematiche che vanno migliorate a scuola attraverso lezioni di materie complementari come l'algebra, altrimenti avremmo scarse capacità di utilizzare variabili o risolvere equazioni. Lo stesso succede con l'emotional intelligence, in quanto questa capacità intrinseca deve essere accompagnata da training e tutoring per poter essere utile. L'incremento delle competenze in quest'area farà sì che le persone utilizzino la propria intelligenza in maniera più efficiente", ha affermato **John Mayer, Professore di Psicologia dell'Università del New Hampshire.**

I processi aziendali legati alle persone non sono adatti ad affrontare l'avvento delle macchine, specie per i dipendenti che non ricoprono ruoli di supervisione

Se da un lato il 75% delle aziende ha dichiarato di poter sviluppare le competenze in materia di EI nei propri dipendenti, dall'altro una percentuale decisamente inferiore offre alla propria forza lavoro un percorso di formazione per contribuire al raggiungimento di tale obiettivo. Solo il 42% delle imprese fornisce attività di training al senior e al top management, una percentuale che si riduce al 32% per il middle management e al 17% per i dipendenti che non ricoprono ruoli di supervisione. Nonostante questi dipendenti siano il gruppo maggiormente colpito dall'automazione, meno del 40% delle aziende si accerta che il potenziale candidato possenga le competenze necessarie in tema di EI durante i processi di selezione o verifica queste competenze nei dipendenti già assunti che non ricoprono ruoli di supervisione.

La ricerca termina affermando che le aziende devono integrare l'EI nelle varie attività svolte dai dipendenti e adottare approcci di tipo bottom-up e top-down al fine di costruire un organico che presenti alte competenze in tema di EI, modificando i processi già esistenti. Le organizzazioni dovranno anche creare una cultura aziendale che valorizzi l'EI e si impegni per il miglioramento continuo. Il report mette in luce quattro aree chiave su cui le imprese dovrebbero concentrarsi per costruire una forza lavoro più intelligente dal punto di vista emotivo:

- Personalizzare i programmi di apprendimento esistenti per integrare l'EI e renderli accessibili a tutti
- Modificare i processi di selezione per includere la valutazione dell'EI
- Promuovere e premiare i talenti in tenendo in considerazione l'EI
- Utilizzare la tecnologia e i dati per costruire un'elevata cultura in ambito di EI



*"Le aziende sono sempre più consapevoli della necessità di competenze di emotional intelligence, ma non si stanno muovendo abbastanza rapidamente per investire in tali skill", ha dichiarato **Andrea Falleni, Managing Director di Capgemini Business Unit Italy**. "Questa nuova ricerca dimostra che l'EI diventa sempre più necessaria man mano che le attività routinarie vengono automatizzate e che le aziende possono trarre benefici da un organico emotivamente intelligente. L'esperienza delle aziende che hanno avuto maggior successo in quest'area dimostra che le imprese devono dare priorità all'EI durante il processo di recruiting, nella formazione e nella cultura aziendale, al fine di costruire un team resiliente in un mondo in costante cambiamento".*

Per maggiori informazioni, è possibile consultare il report completo [qui](#).

Metodologia di ricerca

Alla ricerca hanno preso parte 750 dirigenti di grandi organizzazioni dei settori Consumer Product, Retail, Retail Banking, Insurance, Automotive e Utility. Inoltre, sono state condotte interviste approfondite con diversi esperti di settore e sono stati intervistati 1.500 dipendenti impiegati nei settori Consumer Product, Retail, Retail Banking, Insurance, Automotive e Utility. Entrambi gli studi sono stati condotti tra agosto e settembre 2019.

Capgemini

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia e in ambito di digital transformation, 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 2018 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 13,2 miliardi di euro.

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

Capgemini Research Institute

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi società tradizionali. Il team fa leva sul network mondiale di esperti Capgemini e lavora a stretto contatto con partner accademici e tecnologici. L'istituto possiede centri di ricerca dedicati in India, nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Recentemente, è stato nominato il miglior istituto di ricerca al mondo per la qualità dei suoi lavori da una giuria di analisti indipendenti.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>