

Formazione. Il settore alla ricerca dei professionisti emergenti, dal data scientist al lean specialist
Di Raimondo (Asstel): servono più politiche attive e strumenti come il contratto di espansione

Nelle tlc oltre un'azienda su due ri-forma i lavoratori sul digitale

Cristina Casadei



I piani. Il 54% delle imprese Asstel è impegnato in progetti di upskilling e digital reskilling. La grande maggioranza ha confermato i piani formativi anche in fase post Covid adobestock

Se il cambiamento organizzativo nelle telecomunicazioni è la realtà che si trovano di fronte tre aziende su quattro, la risposta del settore che più di altri determinerà la digitalizzazione del paese è molto articolata e intreccia piani diversi. A tenerli insieme sono sempre due parole: formazione, un tema che vede impegnate oltre la metà delle organizzazioni, e competenze. Su quest'ultimo capitolo va detto che c'è un lungo elenco di nuovi mestieri emergenti, destinati a diventare cruciali nei prossimi anni. Il digital marketing manager, o l'eCommerce manager o l'ePayment specialist non sono che alcune delle figure emerse al Forum di Asstel (l'associazione di Confindustria che rappresenta la filiera delle tlc) e dei sindacati. Ma chi sono i professionisti più ricercati? Secondo quanto emerge in un'analisi dell'osservatorio hr innovation practice del Politecnico di Milano, condotta su 28 aziende associate Asstel (98% degli addetti complessivi: 120mila diretti, 200mila con l'indotto) in un'azienda su tre sono i data scientist (29%), mentre in un'azienda su quattro i super-ricercati sono gli Iot solutions-software engineer. E infine in una su cinque i lean-agile specialist.

Se questi sono i nuovi mestieri e le nuove competenze che servono, la formazione diventa cruciale. Non a caso più del 43% delle aziende associate ad Asstel ha già definito una strategia di sviluppo del capitale umano, in termini di competenze, professionalità, stili di leadership per i prossimi anni, mentre il 46% lo ritiene un tema da affrontare quest'anno, secondo l'analisi del Polimi. «La formazione è un capitolo portante nelle telecomunicazioni. Se guardiamo l'indice Desi che misura la

digitalizzazione delle competenze l'Italia è in fondo alla classifica europea. Il contesto italiano è in grande ritardo. Il lockdown ci ha proiettati in una velocizzazione delle competenze, portandoci a trovare soluzioni a cui saremmo arrivati in una decina di anni», osserva il direttore generale di Asstel, Laura Di Raimondo. In generale, bisogna osservare che i fabbisogni delle imprese non vanno di pari passo con le offerte del sistema scolastico. «Le professionalità che vengono cercate spesso non si trovano sul mercato e si rende quindi necessario fare accordi con le scuole e le università per formarne. Il nostro è un paese dove è necessario un investimento colossale per raccordare i fabbisogni delle aziende e l'offerta formativa di scuole e università. L'alfabetizzazione digitale è un capitolo sul quale dobbiamo correre sia nel sistema di istruzione sia all'interno delle aziende per avere le persone che sapranno poi muoversi sulle autostrade digitali che dovremo costruire. Ma servono strumenti adatti. Per questo da anni ci spendiamo sulle politiche attive, sul contratto di espansione e sulla formazione continua certificata, così come sul fondo di solidarietà».

Nonostante le sfide economiche affrontate, le tlc in questi anni hanno posto al centro lo sviluppo del capitale umano, la formazione per le competenze digitali e la trasformazione professionale, realizzando collaborazioni con le università, come ha fatto il 57% delle imprese Asstel e programmi di upskilling e digital reskilling come ha fatto il 54%. Il nostro, interpreta Di Raimondo, è stato il settore che più di altri ha messo al centro «in maniera strutturata e sul lungo periodo la formazione e la riqualificazione delle persone. Oggi avere una strumentazione di lungo periodo per gestire momenti diversi di trasformazione è fondamentale perché consente di accelerare la soluzione di eventuali criticità», ricorda Di Raimondo. Il Fondo nuove competenze potrebbe essere uno di questi strumenti? Si può considerare «uno strumento che va in questa direzione – spiega Di Raimondo – in un momento in cui bisogna investire sul sapere delle persone. Però, se è vero che ha una forte dotazione economica, lo è anche il fatto che ha una durata breve. Bisognerebbe invece privilegiare strumenti strutturali».

Su questo, osserva Vito Vitale, della Fistel Cisl, «è necessario fare un lavoro preventivo, creando le competenze che serviranno in futuro. In questi mesi sono stati introdotti tecnologie e metodi di lavoro diversi e questo ha portato con sé il bisogno di fare molta formazione, a 360°. I primi a dover rivedere gli aspetti operativi del lavoro, sia chiaro, sono i manager». Fabrizio Solari, della Slc Cgil, dice che «questi mesi hanno fatto emergere chiaramente come quello della connessione sia oramai un vero e proprio diritto di cittadinanza. Un diritto che per essere esigibile da tutti ha bisogno di investimenti, tecnologici e infrastrutturali e di uno sforzo formativo straordinario che porti le competenze del “capitale umano” a livelli europei», mentre per Salvo Uglierolo della Uilcom, «è di primaria importanza, la costituzione di un “Fondo di solidarietà di settore” che risponda all'evoluzione del mondo del lavoro. Confidiamo nel riconoscimento di una tutela omogenea e diffusa per i customer care, che da sempre subiscono le incongruenze di un sistema distorto che non tiene conto dell'importanza anche di questa parte della filiera».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cristina Casadei