

***ANALISI DEI FABBISOGNI
FORMATIVI
TERRITORIALI***
Regione Toscana

Settore ICT

Estensore – Simone Tiezzi
Dicembre 2021

Indice

| | |
|--|---------------|
| 1. <i>Premessa</i> | <i>pag. 3</i> |
| 2. <i>Quadro generale del settore</i> | <i>pag. 3</i> |
| 2.1 <i>Panoramica Generale</i> | <i>pag. 3</i> |
| 3. <i>Proiezione 2022</i> | <i>pag. 5</i> |
| 4. <i>Condivisione dell'analisi con gli stakeholder territoriali</i> | <i>pag. 6</i> |
| 5. <i>Localizzazione della proposta</i> | <i>pag. 7</i> |
| 6. <i>Risultati attesi</i> | <i>pag. 8</i> |
| 7. <i>Riferimenti Bibliografici</i> | <i>pag. 9</i> |

1. Premessa

La seguente analisi delinea il quadro generale e territoriale delle professioni del settore del ICT. Finalità della presente analisi è la valutazione del quadro delle opportunità di impiego nel settore di riferimento, nonché l'individuazione di possibili figure professionali per la predisposizione di un progetto in risposta all'avviso Green – Digital per la Formazione di Regione Toscana.

2. Quadro generale del settore

2.1 Panoramica Generale

“Negli ultimi mesi del 2019 e nei primi del 2020 nel mercato ICT i segnali positivi hanno prevalso sul rallentamento congiunturale in particolare dovuto all'emergenza epidemiologica. Le componenti più innovative, che già avevano permesso l'anno precedente di invertire un ciclo negativo, confermano la loro vitalità e conferiscono al mercato ICT una resilienza spiegabile solo con la crescente attenzione alle potenzialità del digitale per innovare prodotti, servizi e processi dando slancio all'economia. Il ritardo da recuperare è però ancora importante. L'accelerazione sui tanti fronti dell'Agenda Digitale e il varo dei programmi Industria 4.0 diventano essenziali per riportarsi al passo, e anche per stimolare un'evoluzione del settore ICT che consenta al Paese di contare stabilmente sul know how necessario”.

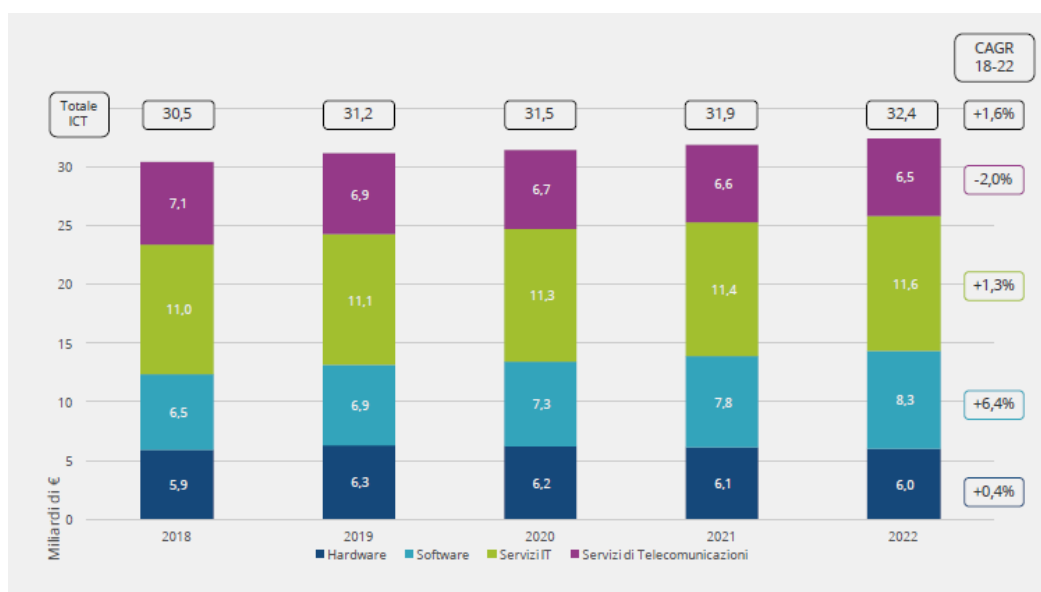
Questa è la premessa dello studio condotto per la stesura di “Assintel Report 2020”, ricerca elaborata da IDC Italia con CFMT (Centro di Formazione Management del Terziario) che espone l'andamento del mercato ICT e digitale nel 2020 e le previsioni di spesa 2021-2022 delle imprese italiane per classe dimensionale, settore e area geografica.

I dati raccolti disegnano un quadro di crescita della spesa in innovazione nel nostro paese, che però non sembra ancora riuscire a stare al passo con i leader del progresso tecnologico europeo.

Punti critici rimangono la carenza delle competenze, la persistenza di un gap tecnologico e di investimenti tra le Regioni del Nord e del Centro rispetto a quelle del Sud e il divario di utilizzo delle tecnologie digitali in base alle dimensioni aziendali, probabilmente per problematiche di fattibilità e costi.

L'indagine è stata condotta nell'estate 2021 intervistando un campione di oltre mille imprese con sede in Italia. La ricerca ha compreso tutte le classi dimensionali di imprese nei cinque settori produttivi (PA, Finanza, Commercio, Industria e Servizi).

Nel suo insieme il mercato dell'Information Technology cresce del 3,8%, per una spesa complessiva superiore ai 24,2 miliardi di euro. Un trend che, secondo le previsioni, si manterrà costante anche negli anni a venire: per il quinquennio 2018-2022 si prevede una contrazione per le Tlc, con una decrescita media annua del -2% che porterà il mercato ad atterrare su un valore complessivo di circa 6,5 miliardi di euro, e una crescita degli investimenti in IT del 2.6%.



Il mercato ICT in Italia 2018-2022

La trasformazione digitale è un processo che interessa tanto le aziende private quanto la Pubblica Amministrazione, accomunate dall'attenzione rivolta al miglioramento del rapporto in termini rispettivamente di customer experience e citizen experience. Infatti, sul fronte della Pubblica Amministrazione Italiana la trasformazione digitale è diventata una priorità, soprattutto per migliorare il rapporto tra PA e i cittadini. Nello specifico, si stima che per il settore pubblico la spesa in Information Technology possa raggiungere i 4,2 miliardi di euro, contribuendo per il 13% al totale della spesa ICT italiana.

Il report mostra che il 40% delle aziende italiane ha attuato una strategia di digital transformation, ma soltanto il 20% di esse (composta soprattutto da aziende di grandi dimensioni) si trova in uno stato avanzato di digitalizzazione.

Per quanto riguarda le motivazioni e gli ambiti prevalenti che spingono le aziende verso la digitalizzazione dei loro processi, le priorità principali sono di ridisegnare il modello di business, seguito da valorizzare e monetizzare i dati, governare i talenti e le risorse umane, introdurre automazione nelle operation e, infine, gestire i canali digitali in modo integrato.

Dal report emergono, inoltre, i principali ostacoli e le maggiori sfide da affrontare nella trasformazione digitale. Tra questi spiccano la mancanza di interesse e di cultura aziendale e organizzativa rivolta al cambiamento continuo, a cui si aggiungono la carenza di risorse economiche e budget limitati da dedicare all'innovazione, nonché la mancanza di competenze digitali adeguate e la difficoltà a reperirle.

In particolare, il tema delle competenze, e quindi la carenza di professionisti ICT, è da anni al centro del dibattito sulla complessità di realizzazione delle iniziative di trasformazione digitale sia per quanto riguarda lo skill gap, evidenziato da diverse grandi imprese, in particolare nel Sud e nelle Isole, come uno dei principali ostacoli all'implementazione delle iniziative di trasformazione digitale, sia, in generale, per quanto riguarda la difficoltà nel reperire competenze digitali adeguate, una problematica per più della metà delle realtà italiane prese in esame (60%) e che affligge la quasi totalità degli Enti della Pubblica Amministrazione (96%) in particolare su aree prioritarie per la PA quali la Cyber Security, il Cloud Computing e la Data Analytics.

3. Proiezioni 2022

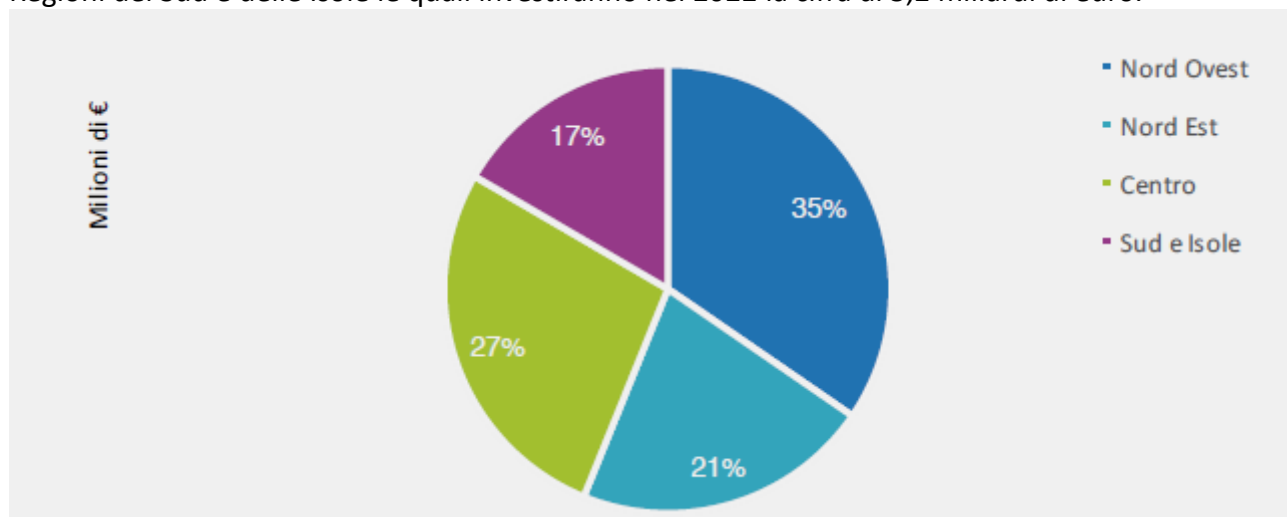
Osservando i risultati del mercato ICT diviso per macro-area geografica i dati sono meno positivi per quanto riguarda la nostra Regione. Infatti, persiste ancora un divario marcato tra le Regioni del Nord e del Centro e quelle del Sud.

Il report prevede che il Nord Ovest nel 2022 consoliderà la sua leadership in termini di contribuzione al totale della spesa in Information and Communication Technology italiana con investimenti in prodotti e servizi ICT di quasi 11 miliardi di euro, corrispondenti al circa il 35% del totale.

Il Centro si conferma la seconda macro-area geografica in termini di peso percentuale con poco meno di 8,6 miliardi di euro di spesa previsti per il 2022, il 27% sul totale italiano.

Saranno, invece, di circa 6,8 i miliardi di euro di investimenti del Nord Est (il 22% degli investimenti complessivi).

Ultime nella percentuale di spesa complessiva ICT delle aziende italiane (pari a circa il 17%) sono le Regioni del Sud e delle Isole le quali investiranno nel 2022 la cifra di 5,2 miliardi di euro.



Mercato ICT per macro-area geografica in Italia, 2022

Il quadro dipinge le potenzialità di ripresa della digitalizzazione del Paese. Nei primi sei mesi del 2019, il mercato digitale italiano (informatica, telecomunicazioni e contenuti) era cresciuto dell'1,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (cfr. schema seguente)

Per recuperare i ritardi accumulati negli scorsi anni servirebbero dinamiche più sostenute. ma i segnali sono comunque buoni, sia per il segno più che per il secondo anno accompagna i trend complessivi, sia e soprattutto perché è sempre più evidente un mutamento della domanda che spinge le componenti più legate all'innovazione di processi, servizi, prodotti.

E nello specifico:

- contenuti e pubblicità digitale (+ 9%)
- servizi di rete (-2,2%),
- servizi ICT (+2%, spinti dal Cloud)
- software e soluzioni (4,8%, grazie anche all'IOT).

Le componenti più innovate rilevate nell'indagine sono:

- il Cloud con crescita attorno al 20%,
- l'IoT al 15%;
- il mobile business al 13/14%;
- le soluzioni per la sicurezza al 5%.

In questo contesto attenzione particolare meritano l' IoT e il Cloud. L' IoT è quanto di più potente ci possa essere per innestare le potenzialità del digitale in quelle degli altri settori chiave del made in Italy, innovandone prodotti, servizi e filiere, e offrendo spazi molto promettenti ai progetti di digitalizzazione diffusa in chiave Industria 4.0. E questo mentre i servizi di Data Center e del Cloud Computing danno conto di mutazioni importanti, sia sul fronte della domanda, per la facilità di accesso a capacità ICT senza investire in immobilizzazioni, che su quello dell' offerta.

Nei dati che emergono è evidente come il cambiamento è già in atto e le priorità attengono alla diffusione delle infrastrutture digitali in banda larga, all' attuazione della Strategia Digitale, ai nuovi programmi Industria 4.0, alla creazione di competenze digitali, da intendersi anche come capacità di interpretare i vantaggi del digitale.

Il report e l' analisi generale condotta confermano come in questo scenario va tenuto in conto anche il valore del patrimonio di conoscenze e di capacità ICT che il Paese può esprimere. Per estendere la digitalizzazione nel territorio serve infatti un sistema articolato, che comprende sia entità guida, sia entità agili e capaci di interloquire nel territorio con le pmi. È importante far convergere i programmi di digitalizzazione con gli stimoli all' evoluzione sul fronte dell' offerta, definendo con maggior chiarezza gli ambiti d' intervento di Industria 4.0 di più diretto interesse per chi investe nel settore in Italia, stimolando le aggregazioni in chiave di crescita dimensionale, avviando nuove iniziative sui fronti della creazione delle competenze digitali e della riqualificazione degli addetti. L' evoluzione delle imprese del settore ICT va incoraggiata, **per creare occupazione qualificata e per dare al Paese la possibilità di non perdere il controllo del know how che è alla base degli stessi programmi nazionali per l' innovazione**

4. Condivisione dell' analisi con gli stakeholder territoriali

Condivisione dell' analisi con gli stakeholder territoriali

I dati sopra riportati delineano un quadro conoscitivo del mercato nazionale in cui emergono le seguenti priorità per favorire la competitività aziendale:

- a) innovare i processi interni in funzione dell' introduzione di nuove soluzioni digitali;
- b) ricorrere a competenze tecniche altamente specializzate per l' innovazione del prodotto;
- c) revisionare le strategie di vendita.

Le tre priorità presentano un comune denominatore. Ossia il fabbisogno di nuove competenze tecniche e trasversali per la crescita aziendale.

Le competenze afferenti al settore sono ormai un fattore strategico per la competitività del nostro sistema socio-economico, ma la consapevolezza della loro importanza è ancora troppo poco diffusa così come poco diffusi sono gli skill nelle imprese, nelle pubbliche amministrazioni, nei cittadini.

Queste le prime indicazioni definite assieme ai principali attori locali (area senese e fiorentina) che sono stati coinvolti nell' elaborazione di un' analisi settoriale, nonché nella definizione di una proposta che in parte risponda alle esigenze rilevate.

Il team di progettazione assieme al Gruppo Readytec di Chiusi (SI), partner di progetto, realtà produttiva e commerciale del settore IT che conta ormai 8 sedi in Italia, con oltre 400 risorse umane operative, ha mosso dai dati sopra riportati (la stessa azienda ha partecipato alla rilevazione attivamente), per l' approfondimento di un' analisi territoriale, nonché per definire una proposta progettuale che sia in grado di rispondere ad alcune evidenze rilevate.

Ed in particolare alle esigenze di rafforzamento del know-how disponibile.

Da subito è emerso che affianco alle competenze tecniche per la produzione si posizionano anche

quelle commerciali. Le imprese ICT necessitano oltre che competenze digitali pure, anche risorse che affiancate al comparto tecnico, possano contribuire a ridurre il gap tra domanda ed offerta, che conoscano il mercato di riferimento, i trend ed i posizionamenti, che garantiscano un collegamento continuo con il potenziale cliente, assicurando il supporto post-vendita, che rilevino gli emergenti fabbisogni ed inducano in nuovi bisogni i potenziali clienti.

La sintesi dello scenario territoriale può quindi essere la seguente:

- il mercato della digitalizzazione e delle soluzioni ICT sta vivendo una fase di crescita;
- la crescita del settore è di stimolo a nuove forme di occupazione;
- il comparto necessita di nuove competenze professionali sia per la produzione che per la commercializzazione e la relazione col cliente.

Favorire l'accesso alla formazione di giovani in uscita da percorsi di studio dotandoli di competenze utili al collocamento in uno scenario che sta cambiando e che richiede alti livelli di specializzazione è quindi la priorità che sta alla base dello sviluppo di un intero comparto e trasversalmente all'intero sistema produttivo nazionale.

Questa finalità si pone la presente proposta progettuale, intervenendo nella formazione di soggetti che potranno trovare collocazione nel settore di riferimento, ma le cui competenze risulteranno spendibili in altri contesti e settori anche non propriamente collegati con il mondo ICT.

5. Localizzazione della proposta

L'intervento formativo peraltro ricadrà nel territorio sud senese e fiorentino in cui è presente, tra gli altri, il partner Readytec che annovera oltre 400 occupati tra la sede centrale di Chiusi, e le filiali produttive e commerciali sparse per l'Italia (Roma, Firenze, Arezzo, Colle Val d'Elsa, Catania, Milano, Monza - Brianza, etc.). **Il Gruppo Readytec** vanta oltre 30 anni di esperienza nella progettazione di soluzioni d'avanguardia nelle aree e-business, software gestionale, hardware e sistemi.

L'azienda è in continua evoluzione, sviluppa e migliora costantemente la propria organizzazione e i propri servizi al cliente. Readytec è specialista in più aree: si occupa di realizzazione siti web e siti e-commerce, soluzioni software, email marketing e fatturazione elettronica.

E il Gruppo Readytec ha partecipato attivamente alla definizione del progetto, intervenendo nell'individuazione della figura professionale, delle competenze strategiche per lo sviluppo della propria attività, nonché del settore di riferimento. L'analisi condotta in linea con quanto già riportato ha posto l'accento sulle necessità di sviluppo delle competenze commerciali affianco a quelle tecniche. La ricerca di figure capaci di relazionarsi col cliente, di comprendere i bisogni e valutare le soluzioni più efficaci, collaborare con lo staff tecnico al fine di proporre soluzioni personalizzate, coordinare il rapporto cliente/fornitore, è prerogativa del Gruppo aziendale, in un mercato sempre più competitivo e soggetto a rapide evoluzioni ed innovazioni di processo e di prodotto.

A tal proposito il Gruppo Readytec srl, oltre che partecipare attivamente al partenariato prevede di:

- fornire docenti senior con comprovate esperienze nella direzione commerciale;
- fornire docenti con competenze tecniche per lo sviluppo e l'assistenza;
- rendersi disponibile per incontri con i partecipanti sia in aula che in azienda;
- rendersi disponibile per stage ed assunzioni.

6. Risultati attesi

A fronte di quanto esposto, una eventuale proposta formativa dovrà esser impostata in modo tale da portare tutti i partecipanti all'inserimento in azienda grazie allo sviluppo della propria autonomia lavorativa. Ovviamente, non tutte le variabili possono essere controllate, pertanto, nonostante il risultato atteso sia quello di riuscire ad inserire il 100% dei partecipanti lo stesso potrebbe risultare leggermente inferiore.

L'eventuale proposta progettuale dovrebbe puntare comunque a favorire la piena occupabilità in quanto i partecipanti, oltre che ad acquisire competenze specifiche della competenze tecnico professionali, nell'ambito dell'esperienza di stage entreranno in contatto con le stesse aziende che hanno già manifestato l'interesse e la disponibilità all'assunzione.

Dall'analisi condotta segnalò due ambiti di ricaduta: Firenze e Siena.

In particolare, anche per la portata dell'azienda che ha partecipato alla presente analisi (Gruppo Readytec di Chiusi) è proposto il seguente input per la costruzione del percorso formativo per l'area Valdichiana Senese. I partecipanti dovrebbero acquisire competenze di tipo commerciale abbinate alla possibilità di ottenere un titolo obbligatorio per svolgere un'attività autonoma.

L'idea nasce da una riflessione condotta con le aziende del Gruppo Readytec di Chiusi (SI), che parteciperebbero al progetto a vari livelli (partenariato, disponibilità per stage ed assunzioni). L'indicazione ricevuta nella fase di analisi indica come le competenze commerciali possano fare da volano per il settore IT, in continua crescita e sviluppo, e dove la pluralità di offerte rende il mercato particolarmente competitivo. Da tale considerazione lo staff di progettazione dovrebbe partire per la costruzione del progetto.

Tale mix di opportunità inoltre può favorire i partecipanti anche in ragione di ulteriori considerazioni. Affianco all'opportunità di inserimento professionale garantito dall'interesse mostrato dalle aziende aderenti (attraverso un primo step di ambientamento concesso dalla disponibilità all'effettuazione di stage affianco a risorse senior), per i partecipanti si apre anche una ulteriore opportunità di posizionamento nel mercato del lavoro anche come soggetti autonomi (grazie al percorso di formazione obbligatoria), magari nel medio periodo.

Ulteriori elementi da rimandare all'eventuale stesura progettuale:

- definizione percorso da realizzare in impresa, coerente con le competenze, abilità e conoscenze da acquisire;
- preparazione all'attività di apprendimento in situazione attraverso quelle conoscenze necessarie per orientarsi, comprendere, e trarre il massimo beneficio dal nuovo ambiente di apprendimento;
- sensibilizzazione e orientamento dei partecipanti a riflettere sulle loro attese relative all'esperienza lavorativa;
- stimolazione degli studenti all'osservazione di dinamiche organizzative e di rapporti tra soggetti nell'impresa;
- condivisione e rielaborazione in aula quanto sperimentato fuori dall'aula;
- disseminazione dei risultati dell'esperienza attraverso i canali istituzionali dei partner coinvolti.

7. Riferimenti bibliografici

Riferimenti bibliografici generali

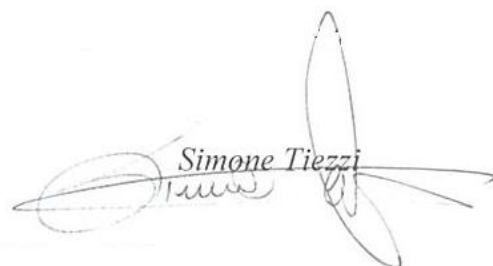
- **ISTAT** – Il mercato del lavoro III trimestre 2020
- **ISTAT** – Il mercato del lavoro II trimestre 2021
- **ISFOL**, Atlante delle Professioni e delle qualificazioni

Riferimenti bibliografici settoriali

- **AA.VV., IRPET** - L'Economia della Toscana, Anno 2021;
- **Chiara Agnoletti e Valentina Patacchini (IRPET), con la collaborazione di Kles Informatica S.r.l.** - Il Commercio in Toscana, Anno 2020;
- **Giulio Spalletta (CdE)** - Terziario motore dell'economia, Anno 2020;
- **Cisl Siena** - Uno sguardo sul Territorio, Anno 2021.

Alcune informazioni sono state reperite online in articoli non firmati e pubblicati a scopo divulgativo.

Release redatta in data 23.11.2021


Simone Tiezzi