

“Mestieri” del web: c'è tanta richiesta ma manca personale

Sempre più spesso, nel momento in cui un'impresa intende incrementare il proprio organico, si trova di fronte a quello che è definito un “mismatch” tra domanda e offerta di lavoro. In diversi casi, questo si concretizza in un vero e proprio ostacolo allo sviluppo. Tra le imprese che negli ultimi 12 mesi non hanno incrementato i propri organici, il 50% dichiara di non averne avuto bisogno e il 24% di averne avuto bisogno, ma di essere stato costretto a rinunciarvi a causa di motivazioni spesso legate a fattori economici. Lo evidenzia l'indagine di Format Research nell'ambito dell'Osservatorio del commercio. Un dato significativo, commenta il presidente di Confcommercio Trieste Antonio Paoletti, «è che esiste un 26% di operatori del terziario del Friuli Venezia Giulia che dichiara di avere tentato di effettuare assunzioni, ma di aver dovuto abbandonare l'idea a causa della scarsa presenza di personale qualificato sul mercato». Le competenze mancanti? Tra coloro che si avvarranno di nuove professionalità nei prossimi due anni, ha fatto sapere il direttore scientifico di Format Research Pierluigi Ascani, «il 51% ritiene indispensabili le professioni legate al “web marketing”, il 30% quelle del “web analyst”, il 16% gli esperti di “Big Data”, l'11% gli esperti in processi di digitalizzazione e digital PR, l'8% tecnici programmatori (3D e sviluppatori), il 4% social media marketing ed esperti in comunicazione, il 2% esperti di grafica e web designer. Più in generale, quella del “marketing” (22%) e quella tecnica (19%) risulteranno essere le aree nelle quali, più delle altre, saranno allocate le nuove professionalità del futuro.

