



Media Literacy 45+

Building advanced media literacy competences and digital skills of low-skilled adults 45+ through social media

I01: Development of digital skills building framework through social media for low-skilled/low-qualified unemployed persons over 45

GRANT AGREEMENT No.:
2017-1-RO01-KA204-037220

Outputs	IO1: Development of digital skills building framework through social media for low-skilled/low-qualified unemployed persons over 45
Deliverable	Development of digital skills building framework through social media for low-skilled/low-qualified unemployed persons over 45
Partner Leader	KMOP
Autori	Theofilos Pouliopoulos (KMOP-Grecia) Fausto Amico (PRISM-Italia) Maria Jose Freitas (SPEL-Portogallo) Madalina Ostafe (ANDCTR-Romania) Dalia Puente (MAGENTA-Spagna)
Livello di Divulgazione	Pubblico
Status	Finale

Indice

Sommario	4
1. Introduzione	6
2. Competenze Digitali	6
Competenze Digitali e gap generazionale	8
Social Media e pratiche di selezione lavorativa	9
3. Breve panoramica dei programmi selezionati	10
DigEuLit	10
ECDL	11
Eshet Alkalai's Digital Literacy Framework	12
IC3 Digital Literacy Certification	12
iSkills	13
DigComp 2.1: Il quadro delle Competenze digitali per i Cittadini	14
Aree di competenza	15
4. Obiettivi, Domande di ricerca e Metodologia	17
5. Analisi Transnazionale	19
5.1 Risultati principali delle Ricerche documentali	19
5.2 Ricerca sul campo–Demografia	20
5.3 Risultati principali dalla ricerca sul campo	21
5.4 Risultati della valutazione e adattamento del quadro operativo	22
6. Conclusioni e Prossimi passi	24
Bibliografia	25
7. Allegato 2: Italia	28

Sommario

La presente relazione è sviluppata nel contesto del primo Intellectual Output del progetto "MedLit45 +", Development of digital skills building framework through social media for low-skilled/low-qualified unemployed persons over 45". L'obiettivo principale del progetto è di aiutare i disoccupati scarsamente qualificati sopra i 45 anni a tornare sul mercato del lavoro sviluppando e migliorando le loro competenze digitali. Il risultato di questo studio sarà lo sviluppo del quadro delle competenze digitali su cui si baserà la creazione di una piattaforma di risorse online e sarà un risultato tangibile di questo progetto, insieme al manuale per professionisti che sosterrà anche i disoccupati.

Poiché la competenza digitale è una delle competenze chiave dell'apprendimento permanente e della vita moderna in generale, le persone in età avanzata che non hanno avuto l'opportunità di crescere nell'attuale era dei progressi tecnologici, affrontano delle difficoltà nell'utilizzare gli strumenti digitali. Di conseguenza, coloro che non hanno familiarità con la tecnologia digitale hanno maggiori probabilità di essere esclusi dal mercato del lavoro, dall'economia digitale e persino dalla società digitale. In questo contesto, è di estrema importanza per i disoccupati sopra i 45 anni di età, aumentare le loro possibilità di tornare sul mercato del lavoro sviluppando le loro competenze digitali. Un passo essenziale verso tale competenza è che le persone acquisiscano maggiore familiarità con i social media, al fine di sviluppare la loro identità digitale, la loro impronta digitale e aumentare le loro possibilità nel processo di selezione lavorativa attraverso l'ambiente digitale.

La presente relazione comprende cinque rapporti nazionali / case studies dei cinque Stati membri dell'UE (Grecia, Italia, Portogallo, Romania e Spagna), che hanno descritto il contesto nazionale delle competenze digitali dei cittadini, le politiche e le pratiche pertinenti e il ruolo dei social media nel processo di selezione lavorativa. Inoltre, sono state condotte dieci (10) interviste con responsabili delle risorse umane in ogni paese (50 in totale), al fine di identificare le esigenze delle organizzazioni in merito alla competenza digitale dei loro dipendenti, l'utilizzo dei social media e le loro percezioni riguardo i dipendenti più anziani.

Il risultato principale di questo studio è che tre paesi su cinque (Grecia, Italia e Romania) sono molto indietro rispetto alla media dell'UE a 28 per quanto riguarda il livello delle competenze digitali, mentre Portogallo e Spagna hanno prestazioni migliori, soprattutto nelle fasce di età più giovani. Tuttavia, in tutti i paesi, il livello delle competenze digitali dei gruppi di età più avanzata (45+) è basso e vi è la necessità di sostenere le persone in età avanzata, al fine di evitare la loro esclusione dal mercato del lavoro. In questo senso, le opportunità di formazione sono di grande importanza a livello nazionale, locale e organizzativo, al fine di consentire alle persone in età avanzata di tenere il passo con i rapidi progressi tecnologici e colmare il divario tra le generazioni.

Nell'intervista, che ha costituito il campo di ricerca dello studio, i partecipanti hanno sottolineato l'importanza della competenza digitale nel mondo del lavoro moderno, benché il divario sia maggiore tra i dipendenti più giovani e quelli più anziani, riguardo lo sfruttamento delle competenze digitali. Per quanto riguarda i social media, la maggior parte delle organizzazioni del nostro campione utilizza piattaforme di social media per scopi pubblicitari o di comunicazione e in misura minore per il processo di selezione lavorativa e assunzione. Inoltre, i professionisti delle risorse umane hanno contribuito all'identificazione delle competenze digitali più significative che

un dipendente dovrebbe avere, al fine di essere più efficiente sul posto di lavoro. Dal framework delle competenze digitali che abbiamo scelto come metodologia (DigComp 2.1), le risposte dei responsabili delle risorse umane ci hanno permesso di formare gli elementi di base per la piattaforma di risorse online. Questo sarà il secondo Output del nostro progetto e verrà utilizzato come strumento di formazione di base per i disoccupati scarsamente qualificati sopra i 45 anni.

In conclusione, l'aspirazione principale di questo studio è di contribuire in maniera generale al processo europeo di sviluppo delle competenze digitali dei cittadini e, più specificamente, di coloro che sono disoccupati o che hanno meno opportunità di stare al passo con i progressi tecnologici. Poiché il processo di digitalizzazione è in fase di attuazione in tutte le società europee, le persone con un livello inferiore di competenze digitali hanno maggiori probabilità di essere escluse dal mercato del lavoro e generalmente hanno minori opportunità di partecipare equamente alla società digitale. Iniziative come questa del progetto MedLit45 + contribuiranno in modo significativo allo sforzo di creare una società europea aperta, inclusiva ed equa.



1. Introduzione

Al giorno d'oggi, l'Europa è in un processo di trasformazione, a causa di grandi cambiamenti in termini politici, sociali ed economici. Più specificamente, le recessioni economiche, le società che invecchiano, la riforma del sistema sociale e previdenziale e la crisi dei rifugiati sono alcune delle sfide principali che l'UE deve affrontare. In questo contesto, un altro fattore vitale che colpisce la società globale in generale e l'Europa in particolare, sono i progressi tecnologici e la continua trasformazione digitale delle moderne economie e società. Come sottolinea l'Agenda per le nuove competenze per l'Europa (Commissione europea, 2016):

“La trasformazione digitale dell'economia sta ridisegnando il modo in cui le persone lavorano e fanno affari. Nuovi modi di lavorare influiscono sui tipi di competenze necessarie, tra cui l'innovazione e l'imprenditorialità. Molti settori sono sottoposti a rapidi cambiamenti tecnologici e le competenze digitali sono necessarie per tutti i lavori, dal più semplice al più complesso”.
(pg. 2)

Tuttavia, considerando che per funzionare efficacemente in una società digitale sono necessarie competenze superiori al livello medio, circa il 45% della popolazione dell'UE può essere considerata non sufficientemente digitalizzata (con competenze digitali basse o di base). In Romania, il 74% della popolazione non ha le competenze necessarie per funzionare efficacemente nel mondo digitale, mentre la quota supera il 50% in Grecia, Portogallo e Italia e oltre il 40% in Spagna. (Commissione europea, 2017)

Le tecnologie digitali sono motori fondamentali per l'innovazione, la crescita e la creazione di posti di lavoro, pertanto la competenza digitale è sempre più legata alla partecipazione al mercato del lavoro. La competenza digitale non riguarda solo la familiarità con le tecnologie digitali, ma anche il modo in cui vengono utilizzate le nuove tecnologie e i media online e per quale scopo.

La presente relazione comprende una breve rassegna della letteratura sui modelli e le strutture disponibili per l'alfabetizzazione digitale. Il suo scopo è quello di rivedere gli attuali modelli di alfabetizzazione digitale e identificare il modello più appropriato per sviluppare competenze di alfabetizzazione digitale che possano promuovere l'accesso all'occupazione in persone scarsamente qualificate sopra i 45 anni e più specificamente andare a costruire il quadro su cui il progetto MedLit45 + sarà basato.



2. Competenza Digitale

La competenza digitale è una delle otto competenze chiave per l'apprendimento permanente (Comunità europea, 2007). Tuttavia, definire cosa significhi competenza digitale in termini pratici è un compito arduo. Revisioni sistematiche dei quadri delle competenze digitali evidenziano le disparità tra le definizioni generali di tali competenze (Ala-Mutka, 2011, Ferrari et al., 2012).

La Commissione europea nel tentativo di stabilire un terreno comune riguardante le conoscenze, le abilità e le attitudini che costituiscono competenza digitale emesse da uno studio di "Delphi1" che ha riunito 95 esperti in materia di competenza digitale (Janssen et al., 2013). Le loro scoperte indicano che gli esperti vedono le competenze digitali come un conglomerato di conoscenze, abilità e attitudini connesse a vari scopi (comunicazione, espressione creativa, gestione delle informazioni, sviluppo personale, ecc.), Domini (vita quotidiana, lavoro, privacy e sicurezza, aspetti legali) e livelli. La competenza digitale coinvolge più della mera conoscenza delle TIC e delle capacità di gestione delle informazioni. Al contrario, richiede la comprensione del ruolo delle TIC nella società, una comprensione degli aspetti legali ed etici coinvolti nell'uso delle TIC e una capacità di sviluppo permanente delle competenze digitali.

In un'analisi completa dei quadri del Centro comune di ricerca (CCR) (Ferrari, 2012) è stata proposta una singola definizione onnicomprensiva di competenza digitale:

“ La competenza digitale è l'insieme di conoscenze, abilità, attitudini (quindi includendo abilità, strategie e consapevolezza) che sono richieste quando si utilizzano le TIC e i media digitali per svolgere compiti; risolvere problemi; comunicare; gestire le informazioni; collaborare; creare e condividere contenuti; e costruire conoscenze in modo efficace, efficiente, appropriato, critico, creativo, autonomo, flessibile, etico, riflessivo per il lavoro, il tempo libero, la partecipazione, l'apprendimento, la socializzazione, il consumo e l'empowerment ”.

Questa definizione di competenza digitale evidenzia che la competenza digitale si riferisce a molti aspetti della vita (lavoro, tempo libero, empowerment ecc.) E si estende al di là del semplice know-how e delle competenze tecniche, in quanto fa riferimento all'utilizzo etico e ad un atteggiamento critico. È supportato dalle competenze di base nelle TIC: l'uso del computer per recuperare, valutare, archiviare, produrre, presentare e scambiare informazioni e comunicare e partecipare a reti collaborative tramite Internet. Anche se questa definizione è stata proposta prima dello studio Delphi, è forse quella che riflette più da vicino le conclusioni chiave tratte dallo studio.

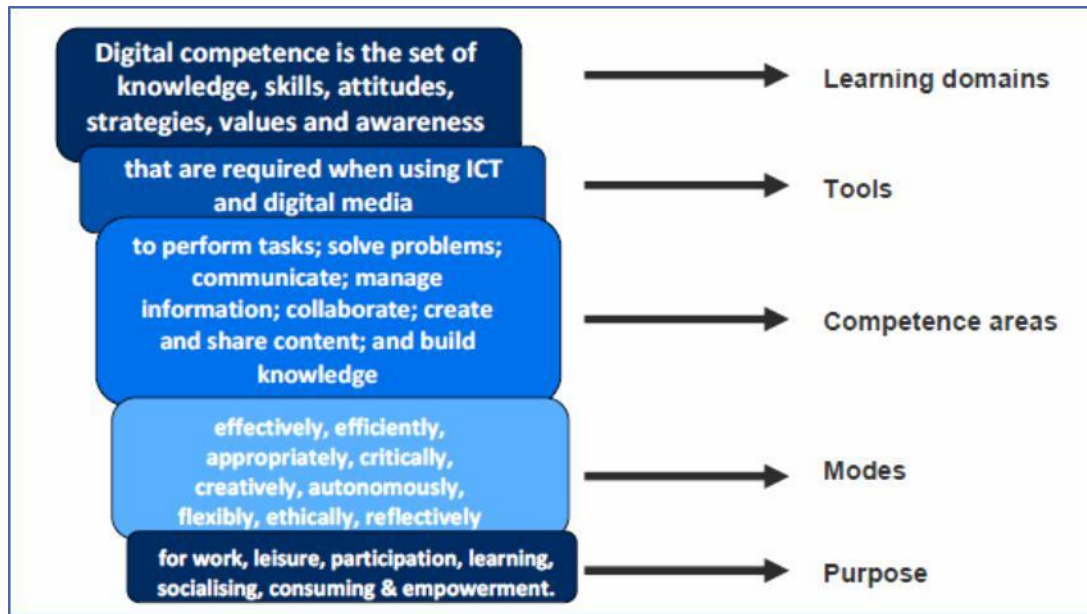
La definizione può essere suddivisa in diverse parti (Figura 1). I domini di apprendimento (cioè conoscenza, abilità, attitudini ecc.); gli strumenti necessari per la competenza digitale (ad es. ICT e media digitali); le aree di competenza (gestisci le informazioni, crea e condividi contenuti, ecc.); le modalità di competenza (ad esempio uso efficace, uso etico, ecc.); e infine gli scopi in cui la competenza digitale è destinata a servire.



¹ Il metodo Delphi è una tecnica di comunicazione strutturata o un metodo, originariamente sviluppato come un metodo di previsione interattivo sistematico che si basa su un gruppo di esperti. Gli esperti rispondono a questionari in due o più round. Dopo ogni round, un facilitatore o un agente di cambio fornisce un riepilogo anonimo delle previsioni degli esperti del round precedente e i motivi per cui hanno fornito i loro giudizi. Pertanto, gli esperti sono incoraggiati a rivedere le loro risposte precedenti alla luce delle risposte degli altri membri del loro gruppo (Linstone e Turoff, 1975).



FIGURA 1: DEFINIZIONE SCOMPOSTA



Fonte: Ferrari, 2012

Competenza digitale e gap generazionali

Poiché la competenza digitale è così importante al giorno d'oggi, uno dei problemi principali è la familiarità delle persone in età avanzata con le nuove tecnologie. Il divario delle generazioni tradizionali è più ovvio nel campo della tecnologia, in quanto i giovani sono considerati "nativi digitali" e i vecchi "immigrati digitali" (VanSlyke, 2003), dato che i primi sono nati e cresciuti nell'era dei progressi tecnologici, mentre i secondi non ha avuto questa opportunità. In questo senso, l'alfabetizzazione / competenza digitale era un problema per i lavoratori più anziani quando si trattava di comprendere e utilizzare le nuove tecnologie. Ci sono ricerche che indicano che i datori di lavoro erano più scettici nel selezionare le persone anziane, a causa della presunta mancanza di competenza e flessibilità e dell'insicurezza con le nuove tecnologie (Kadefors e Hanse, 2012).

Tuttavia, le cose non sono così negative per le persone in età avanzata. Dipende dal contesto, se qualcuno avrà uno svantaggio di competenze digitali o no e inoltre ci sono aspetti positivi e vantaggi competitivi delle persone in età avanzata, rispetto ai più giovani. Ad esempio, ci sono studi che dimostrano che le organizzazioni con una forza lavoro altamente istruita tendono a essere più positive per i dipendenti più anziani (Henkens, 2005). Inoltre, un altro studio ha dimostrato che i dipendenti più anziani erano più attenti e disposti a supportare i dipendenti più giovani e le nuove assunzioni, adottando metodi di tutorato per l'organizzazione (Nilsson, 2011).

Per riassumere, sembra essere un "gap di generazioni" in cui gli anziani hanno uno svantaggio competitivo nel mercato del lavoro, rispetto ai più giovani, sia che questo risulti vero o solo uno stereotipo con un impatto reale. Kadefors e Hanse (2012) hanno rilevato che uno dei principali ostacoli che impediscono alle persone anziane di entrare dal mondo del lavoro è il fattore delle competenze, mentre c'è una tendenza dei datori di lavoro a essere scettici riguardo alle capacità e all'adattabilità delle persone anziane. In altre parole, ci sono fattori



situazionali che ostacolano i disoccupati più anziani al ritorno nel mercato del lavoro. Uno di questi fattori è la competenza digitale e lo scopo di questo studio è quello di promuovere la competenza digitale delle persone anziane e più specificamente i disoccupati, al fine di renderli più facili per loro, il ritorno alla vita lavorativa.

Social Media e pratiche di selezione lavorativa

I social media sono uno degli strumenti più popolari per la comunicazione, l'informazione e l'interazione nel mondo digitale in cui viviamo. I social media si basano su due concetti principali, il Web 2.0 e il contenuto generato dall'utente. Il Web 2.0 è una piattaforma in cui "i contenuti e le applicazioni non vengono più creati e pubblicati dagli individui, ma vengono continuamente modificati da tutti gli utenti in modo partecipativo e collaborativo" (El Ouiridi et al., 2015, pagina 61), mentre per Contenuti Generati dall'Utente si riferisce alle varie forme di contenuti multimediali creati dagli utenti finali e disponibili per il pubblico. Basandosi su queste due basi, i social media sono diventati il contesto dominante in cui informazioni, idee e affari sono condivisi da persone di tutto il mondo, "trasformando Internet da una piattaforma per informazioni, a una piattaforma per l'influenza" (Hanna, Rohm & Crittenden, 2011, pg.8).

Un recente rapporto preparato da Statista fornisce un'immagine chiara sull'utilizzo dei social media, con Facebook che ha oltre 1.870 milioni di utenti attivi, il 22% della popolazione totale del mondo. LinkedIn vanta oltre 450 milioni di profili utente. Oltre 50 milioni di aziende utilizzano le Pagine commerciali di Facebook, mentre l'88% delle aziende con più di 100 dipendenti utilizza Twitter a fini di marketing. (Social media - Statistics & Facts, n.d)

Nel contesto del mercato del lavoro, oltre il 50% dei candidati utilizza i social media per ricercare le aziende a cui sono interessati a candidarsi. Da loro, il 67% dei social media in cerca di lavoro utilizza Facebook e il 35% utilizza Twitter. D'altra parte, l'87% dei reclutatori usa LinkedIn ma solo il 55% usa Facebook (Jobvite, 2016). In ogni caso, i social media al giorno d'oggi sono uno strumento significativo per il processo di reclutamento e selezione per molte aziende e individui che sono alla ricerca di un lavoro. Più in particolare, i social media possono essere utilizzati per vari scopi professionali, come personal branding, auto-promozione e gestione delle impressioni (Chen, 2013, Zhao et al., 2013). I cercatori di lavoro stanno mostrando il loro background educativo, esperienza lavorativa, competenze, abilità, risultati, hobby, connessioni ecc. Attraverso i vari canali dei social media.

In questo contesto, i reclutatori cercano di filtrare tutte queste informazioni e identificare le caratteristiche generali della personalità, attraverso il profilo del richiedente sui social media (El Ouiridi et al., 2015) al fine di fare la scelta giusta per la loro azienda. I social media non sostituiscono completamente altri strumenti di e-recruitment, ma in realtà considerati strumenti più dinamici e interattivi per il reclutamento (Girard, Fallery e Rodhain, 2014). Inoltre, le previsioni del mercato del lavoro nel prossimo futuro affermano che i dipendenti saranno selezionati e promossi, in base alla loro immagine online e al capitale sociale sui social media, rendendo la gestione delle impressioni e l'auto-presentazione sui social media una necessità per ogni candidato (El Ouiridi et al., 2015).



Per tutti questi motivi, gli utenti devono essere in grado di creare un ottimo profilo online al fine di aumentare le loro possibilità nel processo di selezione e, al fine di raggiungere questo obiettivo, devono avere almeno un livello sufficiente di competenza digitale. Per riassumere, Internet al giorno d'oggi è un ambiente digitale interattivo, continuamente modificato e in continua evoluzione, in cui gli utenti di tutto il mondo creano e condividono contenuti principalmente tramite piattaforme di social media. In questo senso, una parte significativa del mercato del lavoro è anche digitale, rendendo la competenza digitale una necessità per chiunque voglia aumentare il proprio potenziale nell'occupabilità. Per questo motivo, lo scopo principale di questo progetto è di aiutare i disoccupati di 45 anni e oltre, al fine di aumentare le loro possibilità di tornare nel mercato del lavoro sviluppando le loro competenze digitali.

3. Breve panoramica dei Programmi selezionati

Questa sezione fornisce una breve panoramica di sei Programmi selezionati basati sulla rilevanza per lo sviluppo dell'alfabetizzazione digitale degli adulti. Fornisce una breve sintesi dei principali obiettivi e finalità di ciascun framework, insieme alle sue caratteristiche chiave. L'ultimo framework presentato (DigComp 2.1) è quello che abbiamo scelto come metodologia nella nostra ricerca sul campo e come metodologia per lo sviluppo della piattaforma online, che è il secondo Output del progetto. La ragione per la selezione di DigComp 2.1 è spiegata nella parte metodologica dello studio.

DigEuLit

DigEuLit è stata un'iniziativa congiunta del 2005-2006 della Commissione europea e dell'Università di Glasgow, con lo scopo di sviluppare un quadro generale per l'alfabetizzazione digitale per i cittadini europei. Lo sviluppo di un quadro così generico e di una serie di strumenti consentirebbe agli educatori e agli studenti di comprendere e applicare l'alfabetizzazione digitale nella pratica educativa e nella vita quotidiana (Martin e Grudziecki, 2006). L'output del progetto è stato una serie di pubblicazioni, che hanno evidenziato la necessità per l'individuo di apprendere e utilizzare correttamente gli strumenti digitali (Ferrari, 2012).

Il DigEuLit ha proposto un modello a tre livelli:

Livello 1: "Competenza digitale" comprende abilità, concetti, approcci e atteggiamenti che aiutano l'individuo ad applicare gli strumenti digitali nella loro situazione di vita reale, attraverso un metodo critico, valutativo e concettuale.

Livello 2: "Uso digitale" si riferisce all'applicazione della competenza digitale in contesti specifici, come l'ambiente di lavoro o altri domini della vita. In questo livello, l'utente è in grado di riconoscere i bisogni e utilizzare le competenze e gli strumenti digitali appropriati, al fine di soddisfare il compito o il problema.

Livello 3: "Digital Transformation" è il livello più alto e consente all'utente di contribuire e persino trasformare il dominio della conoscenza attraverso le innovazioni. Tuttavia, questo livello non è della massima importanza per l'utente medio e si riferisce di solito ai professionisti dell'ICT. (Martin & Grudziecki, 2006)

ECDL

ECDL (European Computer Driving License), noto anche come ICDL (International Computer Driving License) al di fuori dell'Europa, è un'organizzazione no-profit e tra le principali autorità in materia di competenze informatiche e programmi di certificazione in tutto il mondo. ECDL ha una rete globale di operatori nazionali e offre una gamma di programmi di certificazione, dal livello



base a quello professionale. Il programma più comune e diffuso di ECDL include moduli di sviluppo delle competenze e delle conoscenze, al fine di utilizzare applicazioni quali elaborazione di testi, database, sicurezza IT, fogli di calcolo, presentazioni, editing di immagini e web editing.

Ci sono tre profili ECDL - Base, Standard e Avanzato - ognuno rappresenta un diverso livello di competenza digitale e una prova del livello di abilità. Il profilo di base certifica le competenze essenziali e copre le aree di conoscenza di base, mentre il profilo standard è il più flessibile dei profili consigliati e garantisce che l'utente possa certificare le competenze ICT essenziali e quindi dimostrare la propria competenza anche in altri moduli. Infine, il profilo avanzato ECDL consente all'utente di diventare un "power user" nelle applicazioni informatiche comunemente usate e rivolgersi a professionisti che desiderano essere riconosciuti come esperti in queste applicazioni.

Più in particolare, i tre profili e i 21 moduli specifici sono i seguenti:

Moduli Base

- Computer Essentials
- Online Essentials
- Word Processing
- Spreadsheets

Moduli Intermedi

- Presentation
- Using Databases
- IT Security
- Online Collaboration
- Image Editing
- Web Editing
- Project Planning
- 2D ComputerAided Design
- Health Information SystemsUsage
- ICT in Education
- Digital Marketing
- Computing
- Information Literacy

Moduli Avanzati

- Advanced WordProcessing
- Advanced Spreadsheets
- Advanced Database
- Advanced Presentation (ECDL Profile, n.d)

Eshet Alkalai's Programma di alfabetizzazione digitale

Il quadro concettuale di Eshet Alkalai è stato sviluppato in una serie di articoli che descrivono i diversi aspetti dell'alfabetizzazione digitale e le varie alfabetizzazioni necessarie nell'era digitale. Propone un quadro concettuale con le competenze appropriate per essere digitalmente istruiti (Ferrari, 2012). Eshet Alkalai sostiene che l'alfabetizzazione digitale è una cornice concettuale integrativa che funziona oggi come abilità di sopravvivenza, consentendo agli utenti di affrontare una varietà di ostacoli e barriere che si frappongono al modo di affrontare la tecnologia moderna e gli strumenti digitali (Eshet-Alkalai, 2004) .

In particolare, il quadro concettuale delle competenze digitali di Eshet Alkalai introdotto nel 2004 (Eshet-Alkalai, 2004) e aggiornato nel 2012 (Eshet, 2012) comprende sei tipi di competenze digitali:

1. Abilità digitali visive (comprensione dei messaggi da display grafici)
2. Abilità di riproduzione (utilizzando la riproduzione digitale per creare materiali nuovi e significativi da quelli preesistenti)
3. Branching skills digitali (costruzione di conoscenze da navigazione ipertestuale non lineare)
4. Competenze digitali informative (valutazione critica della qualità e validità delle informazioni)
5. Abilità digitali socio-emotive (comprensione delle "regole" che prevalgono nel cyberspazio e applicazione di questa comprensione nella comunicazione virtuale)
6. Abilità digitali in tempo reale (la capacità di elaborare grandi volumi di stimoli contemporaneamente, come nei videogiochi o nell'insegnamento online) (Eshet, 2012).

Lo scopo principale e l'applicazione di questo quadro concettuale delle competenze digitali è quello di migliorare la comunicazione tra studenti e sviluppatori, fornendo uno strumento di valutazione e valutazione per lo sviluppo di prodotti digitali user-friendly. In questo contesto, gli studi empirici che hanno testato questo modello di alfabetizzazione digitale, hanno identificato un divario generazionale, in quanto gli utenti più giovani hanno ottenuto risultati migliori rispetto agli utenti senior in competenze che richiedono usabilità, come le abilità fotografiche. D'altra parte, gli utenti più anziani hanno ottenuto risultati migliori in quelle parti dell'alfabetizzazione digitale, che richiedevano pensiero critico e creatività, come la riproduzione dei contenuti. (Eshet, 2012)

IC3 Certificazione di alfabetizzazione digitale

La certificazione di alfabetizzazione digitale Internet and Computing Core (IC3) è un programma gestito, tra gli altri, da Certiport, un'azienda di Pearson VUE, costituita nel 1997 ed è uno dei principali fornitori di servizi di certificazione. Gli esami Certiport vengono erogati attraverso una rete di oltre 14.000 centri di test Certiport in tutto il mondo. Certiport consegna oltre tre milioni di esami all'anno in 148 paesi e in 26 lingue diverse.

IC3 Digital Literacy Certification verifica le competenze informatiche di base e la comprensione di Internet nella scuola, nell'ambiente di lavoro e nella vita in generale. Assicura che gli studenti sviluppino le abilità di base necessarie per utilizzare le ultime tecnologie digitali. L'ultima versione, IC3 Global Standard 5 (GS5) comprende tre esami: Computing Fundamentals, Living Online e Key Applications.

Più in particolare, Computing Fundamentals copre una comprensione fondamentale dell'informatica



(hardware / software, mobile, sicurezza, ecc.), Living Online copre le competenze per lavorare in un ambiente Internet o in rete (navigazione, email, social media, comunicazioni ecc.) E applicazioni chiave copre le più diffuse applicazioni di elaborazione testi, fogli di calcolo e presentazioni e le caratteristiche comuni di tutte le applicazioni. (IC3 Digital Literacy Certification, n.d)

iSkills

Educational Testing Service (ETS) è un'organizzazione di test e valutazione educativa senza scopo di lucro, fondata nel 1947 negli Stati Uniti. ETS sviluppa test ed esami in vari campi educativi negli Stati Uniti e in altri 180 paesi. Uno dei test sviluppati da ETS, ma che non esiste più, era "iSkills", uno strumento di valutazione online volto a stabilire i criteri di alfabetizzazione per un test basato sugli esiti in relazione alle TIC. Il quadro è rivolto a studenti e adulti, fornendo le competenze necessarie per completare l'istruzione, prendere decisioni sulla carriera e assistere le transizioni della vita (International ICT Literacy Panel, 2007).

La valutazione misura l'alfabetizzazione informatica attraverso le sette aree di performance, che rappresentano importanti aspetti di problem-solving e di pensiero critico delle competenze di alfabetizzazione ICT. Più in particolare, le sette aree di prestazione sono le seguenti:

- 1) Definisci - Comprendi e articola il problema dell'informazione nell'ambiente digitale
- 2) Accesso: raccogliere e / o recuperare informazioni da varie fonti, come pagine Web, database, ecc.
- 3) Valuta: valuta il valore delle informazioni da più punti di vista
- 4) Gestisci: organizza e memorizza le informazioni
- 5) Integrare - Interpretare le informazioni utilizzando strumenti digitali per sintetizzare, sintetizzare e contrastare le informazioni da più fonti
- 6) Crea: adatta, progetta o costruisci informazioni in ambienti digitali
- 7) Comunicare - Diffondere informazioni su misura per un particolare pubblico in un formato digitale efficace (Katz, 2007, pg.5)

La valutazione di iSkills è stata offerta a due livelli: principale e avanzato. Il livello principale rivolto agli studenti delle scuole superiori e agli studenti universitari del primo anno. Il livello avanzato mirava a valutare l'alfabetizzazione informatica nella fase di transizione dal liceo all'università. (Katz, 2007, pg.6)



DigComp 2.1: Il quadro delle competenze digitali per i cittadini

Il Quadro europeo delle competenze digitali per i cittadini (DigComp) è stato sviluppato dal JRC (Centro comune di ricerca) e pubblicato nel 2013 dalla Commissione europea. In particolare, è:

“ uno strumento per migliorare la competenza digitale dei cittadini, per aiutare i responsabili politici a formulare politiche che sostengano la creazione di competenze digitali e per pianificare iniziative di istruzione e formazione per migliorare le competenze digitali di specifici gruppi target. DigComp ha anche fornito un linguaggio comune su come identificare e descrivere le aree chiave della competenza digitale e quindi ha offerto un riferimento comune a livello europeo ”. (Vuorikari et al., 2016, pg.3)

Sin dalla prima versione nel 2013, DigComp è stata affermata come riferimento per lo sviluppo delle competenze digitali in tutta Europa. L'ultima versione è DigComp 2.1 pubblicata a giugno 2017 e si propone di espandere i livelli delle versioni iniziali, fornendo anche esempi di utilizzo e implicazioni pratiche. (Carretero, Vuorikari & Punie, 2017)

Il primo DigComp Framework aveva tre livelli di competenza, mentre il nuovo (2.1) ne ha otto. Questi otto livelli consistono in un ampio e dettagliato modello di valutazione e formazione, con l'obiettivo di sviluppare per i cittadini europei queste competenze digitali necessarie alla loro carriera e alla vita in generale. Questi otto livelli di competenza sono stati identificati attraverso i risultati dell'apprendimento e un sondaggio di convalida online. Nella tabella 1 possiamo vedere che i livelli formano una scala in cui ogni livello è un passo verso un livello più avanzato di competenza digitale. Inoltre, la tabella analizza quali compiti un utente può gestire in un livello specifico, la sua autonomia e quale dominio cognitivo si applica a ciascun livello. (Carretero, Vuorikari & Punie, 2017)



TABELLA 1: DigComp 2.1 LIVELLI DI COMPETENZA

Levels in DigComp 1.0	Levels in DigComp 2.1	Complexity of tasks	Autonomy	Cognitive domain
Foundation	1	Simple tasks	With guidance	Remembering
	2	Simple tasks	Autonomy and with guidance where needed	Remembering
Intermediate	3	Well-defined and routine tasks, and straightforward problems	On my own	Understanding
	4	Tasks, and well-defined and non-routine problems	Independent and according to my needs	Understanding
Advanced	5	Different tasks and problems	Guiding others	Applying
	6	Most appropriate tasks	Able to adapt to others in a complex context	Evaluating
Highly specialised	7	Resolve complex problems with limited solutions	Integrate to contribute to the professional practice and to guide others	Creating
	8	Resolve complex problems with many interacting factors	Propose new ideas and processes to the field	Creating

Fonte: Carretero, Vuorikari & Punie, 2017



Aree di Competenza

Il nucleo del framework DigComp 2.1 sono le cinque competenze generali che compongono le aree generali in cui viene sviluppato il materiale formativo del framework, al fine di creare il contesto delle competenze digitali. Più in particolare, le cinque aree di competenza e le dimensioni pertinenti sono le seguenti:

Area di competenza 1: informazione e alfabetizzazione dei dati

1.1 Navigare, cercare, filtrare dati, informazioni e contenuti digitali

1.2 Valutazione di dati, informazioni e contenuti digitali

1.3 Gestione di dati, informazioni e contenuti digitali Area di competenza 2: comunicazione e collaborazione

2.1 Interagire attraverso le tecnologie digitali

2.2 Condivisione tramite tecnologie digitali

2.3 Coinvolgimento nella cittadinanza attraverso le tecnologie digitali

2.4 Collaborare attraverso le tecnologie digitali

2.5 Netiquette

2.6 Gestione dell'identità digitale Area di competenza 3: creazione di contenuti digitali

3.1 Sviluppo di contenuti digitali

3.2 Integrazione e rielaborazione del contenuto digitale

3.3 Copyright e licenze

3.4 Programmazione Area di competenza 4: Sicurezza

4.1 Protezione dei dispositivi

4.2 Protezione dei dati personali e privacy

4.3 Protezione della salute e del benessere

4.4 Protezione dell'ambiente Area di competenza 5: risoluzione dei problemi

5.1 Risoluzione dei problemi tecnici

5.2 Identificazione delle esigenze e delle risposte tecnologiche

5.3 Usare creativamente le tecnologie digitali

5.4 Identificare le lacune nelle competenze digitali (Carretero, Vuorikari & Punie, 2017)

Le aree di competenza e le dimensioni di ciascuno, formano un quadro dettagliato, che copre l'ampia gamma di competenze digitali, consentendo all'utente di sviluppare le competenze necessarie, al fine di gestire le nuove tecnologie e sopravvivere in un ambiente digitale in continua evoluzione.



4. Obiettivi, domande di ricerca e metodologia

Lo scopo di base del progetto MedLit45 + è quello di sviluppare le competenze digitali e sui media di adulti disoccupati scarsamente qualificati sopra i 45 anni, attraverso strumenti innovativi, in modo che siano motivati e in grado di costruire un solida identità professionale online per rafforzare il loro accesso all'occupazione, portando così all'inclusione sociale e all'occupabilità.

Lo scopo della ricerca in questo rapporto, che è la prima produzione intellettuale del progetto, è sviluppare un quadro metodologico per costruire competenze digitali, principalmente attraverso i social media. Questo quadro costituirà la base teorica della piattaforma di risorse online, che è la seconda uscita del progetto e mira a formare disoccupati con scarse qualifiche / scarse qualifiche di età superiore a 45 anni, in modo da migliorare il loro accesso alle opportunità di lavoro.

Poiché la competenza digitale è una delle competenze chiave nell'ambiente di lavoro di oggi e i social media stanno diventando sempre più importanti per il processo di reclutamento e selezione, le domande di ricerca del nostro studio sono le seguenti:

- a) Qual è il livello delle competenze digitali dei cittadini in cinque paesi europei di MedLit45 + (Grecia, Italia, Portogallo, Romania, Spagna) e quali politiche e opportunità di formazione sono disponibili in quei paesi?
- b) Quali competenze digitali sono essenziali per il moderno ambiente di lavoro?
- c) Che ruolo giocano i social media nel processo di reclutamento e selezione?
- d) Quale quadro delle competenze digitali dovrebbe essere utilizzato per una piattaforma di risorse online indirizzata a disoccupati scarsamente qualificati sopra i 45 anni?

Per identificare le risposte a queste domande usiamo un approccio di ricerca sia quantitativo che qualitativo. Nella ricerca di ciascun rapporto nazionale, analizziamo i dati delle competenze digitali nella popolazione generale in varie fasce d'età, al fine di identificare il divario di una possibile generazione nell'alfabetizzazione digitale. Inoltre, abbiamo analizzato i dati rilevanti al fine di identificare una possibile correlazione tra disoccupazione e competenza digitale. Inoltre, con il metodo del case study identificato nei cinque paesi europei (Grecia, Italia, Portogallo, Romania e Spagna), opportunità di formazione e politiche relative allo sviluppo delle competenze digitali.

Nella seconda parte di ogni rapporto, abbiamo condotto interviste con 10 responsabili delle risorse umane in ogni paese (50 in totale), al fine di identificare le loro percezioni e le esigenze della competenza digitale dei dipendenti, a patto che l'utilizzo dei social media nella loro organizzazione. Lo strumento di ricerca utilizzato era una guida all'intervista strutturata, basata sul framework digitale delle competenze DigComp 2.1. Più in particolare, la guida all'intervista è stata divisa in 11 sezioni; le prime due sezioni consistono in domande standard riguardanti le informazioni demografiche, mentre la sezione 11 forniva una serie di domande aperte. Le sezioni intermedie (cioè le sezioni da 3 a 10) consistevano in domande a scelta multipla. In questa parte, abbiamo utilizzato le cinque aree di competenza del framework DigComp 2.1, in cinque sezioni diverse con domande, in modo da identificare in dettaglio le competenze digitali più significative che le organizzazioni si aspettano dai loro dipendenti. La selezione di DigComp 2.1 come quadro teorico del nostro studio si basava sull'idea che DigComp fosse l'attuale quadro "ufficiale" della Competenza digitale dell'Unione europea e inoltre uno strumento didattico e valutativo dettagliato e testato.



Da tutte e cinque le relazioni nazionali, abbiamo proceduto a un'analisi transnazionale, al fine di identificare i temi principali, i problemi comuni e le differenze tra i paesi e abbiamo convalidato i risultati dell'intervista attraverso un'analisi statistica, al fine di selezionare e verificare il contenuto del piattaforma di risorse. Il campione della nostra analisi transnazionale (50 partecipanti) è un numero affidabile di manager e professionisti delle risorse umane, che rappresenta un valore aggiunto nel processo comune europeo per migliorare l'alfabetizzazione digitale dei cittadini e in particolare degli anziani. Contribuisce anche a identificare i bisogni di alfabetizzazione digitale delle organizzazioni moderne. Per l'analisi transnazionale, la metodologia di ricerca che abbiamo seguito era composta da quattro parti:

- a) Definizione della competenza digitale, quadri delle competenze digitali e dei social media e pratiche di assunzione;
- b) Rapporti nazionali / studi di casi relativi a 5 Stati membri dell'UE (Grecia, Italia, Portogallo, Romania e Spagna) relativi a dati sulle competenze digitali, opportunità di formazione, politiche e mezzi di comunicazione sociale nel processo di assunzi
- c) analisi transnazionale delle cinque relazioni nazionali; Risultati da ricerche online e ricerca sul campo;
- d) Analisi statistica e validazione delle aree di competenza DigComp 2.1



5.1 Analisi transnazionale

5.2 Risultati principali dalle Ricerche documentali

Dalla ricerca del cinque reportage nazionale del report di cui lo studio è consistito, è stato possibile identificare alcuni temi comuni relativi all'alfabetizzazione digitale. Poiché la competenza digitale è una delle otto competenze chiave per l'apprendimento permanente dell'Unione europea (Comunità europea, 2007), in tutti i paesi del nostro studio esistono politiche pubbliche e partenariati con più parti interessate che mirano a sviluppare e aumentare l'alfabetizzazione digitale nella popolazione generale o in specifici gruppi target. Queste politiche e pratiche sono state avviate da alcuni anni, ma sfortunatamente il livello di alfabetizzazione digitale rimane basso per la maggioranza dei cittadini nei paesi del nostro campione.

Più specificamente, l'Italia è molto indietro rispetto alla media dell'UE per coloro che hanno al di sopra delle competenze digitali di base, anche nelle fasce di età più giovane (16-24, 25-34). Inoltre, tra gli ultimi due anni consecutivi ci sono stati cambiamenti minimi o nulli rispetto ai dati per l'Italia (2015 e 2016), relativi alle competenze digitali in tutte le fasce d'età. Un'altra caratteristica unica dell'Italia è il divario territoriale, in quanto le regioni settentrionali hanno prestazioni migliori rispetto a quelle meridionali, per quanto riguarda le competenze digitali. Tuttavia, ci sono iniziative pubbliche per aumentare il livello delle competenze digitali, in quanto diversi enti pubblici partecipano all'attuazione dell'agenda digitale italiana, che mira a promuovere le competenze digitali nell'istruzione, nell'identità digitale e nelle transazioni elettroniche. Nel settore del mercato del lavoro, l'alfabetizzazione digitale è associata a una minore disoccupazione in Italia, simile al più ampio contesto dell'UE. L'Italia è nel complesso caratterizzata da una cultura digitale inadeguata, accompagnata da una cultura dell'innovazione molto bassa.

La Romania, essendo uno dei più giovani Stati membri dell'UE e proveniente da un diverso background sociale ed economico, ha un basso livello di economia digitale e indicatori della società digitale. La percentuale di rumeni con competenze digitali di base superiori è quasi tre volte inferiore alla media UE 28, mentre la digitalizzazione aziendale è anch'essa a un livello basso. Tuttavia, la Romania sperimenta un aumento delle TIC nella vita generale delle persone e nel dominio della connettività, qualcosa che crea un potenziale per la competenza digitale dei cittadini rumeni.

L'alfabetizzazione digitale in Grecia è al di sotto della media UE in tutte le categorie di età e, complessivamente, mentre nel 2017 l'annuale "Indice digitale dell'economia e della società" della Commissione europea, la Grecia occupa il 26 ° posto e appartiene al gruppo dei paesi a basso rendimento. Nonostante la Grecia sia un vecchio Stato membro dell'UE, sembra che alcune questioni strutturali e l'attuale recessione economica abbiano influito sul processo di digitalizzazione. È interessante notare che il tasso di disoccupati con competenze digitali di base superiori a 10 unità percentuali è inferiore alla media UE, probabilmente a causa dell'elevata disoccupazione generale in Grecia, che esclude dal mercato del lavoro anche quelli con un alto livello di competenza.

D'altro canto, il Portogallo si comporta molto bene nelle competenze digitali, specialmente nelle fasce di età più giovani. Più specificamente, nella fascia di età 16-24, i portoghesi che hanno superato le competenze digitali complessive di base sono 15 unità percentuali superiori alla media UE e nella fascia di età 35-44, il Portogallo è di 7 unità percentuali sopra. Tuttavia, nelle fasce di età più anziane (45+) il Portogallo è al di sotto della media UE, qualcosa che verifica anche il divario delle generazioni tradizionali in Portogallo. Per quanto riguarda l'economia digitale, il



potenziale del Portogallo è elevato, in base alle stime, il Portogallo aumenterà la creazione di posti di lavoro nell'area digitale, raggiungendo un tasso di crescita del 21-30% (Costa, 2017).

Analogamente, la Spagna si avvicina alla media UE nella maggior parte delle categorie di età per quanto riguarda le competenze digitali e nella categoria delle competenze "al di sopra delle competenze digitali di base" nella fascia di età 16-24, è di 6 punti percentuali sopra la media UE. Inoltre, nel triennio più recente (2015-2017), il livello delle competenze digitali degli spagnoli è leggermente migliorato nel complesso e in ciascuna categoria di età. Nel mercato, la Spagna è uno dei mercati ICT più importanti per volume in Europa, mentre nell'indice Digital Economy and Society (DESI) del 2017, la Spagna è al 14 ° posto tra i 28 Stati membri dell'UE.

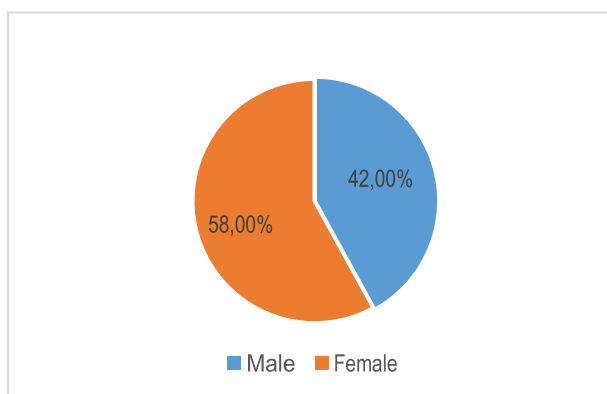
Infine, per quanto riguarda le opportunità di formazione, ci sono politiche e iniziative per lo sviluppo di competenze digitali per i cittadini, in tutti i paesi del nostro studio. Poiché tutti i paesi sono Stati membri dell'UE, hanno attuato l'agenda digitale della strategia di crescita Europa 2020, al fine di aumentare l'alfabetizzazione digitale dei cittadini e la digitalizzazione dell'economia e del mercato. In questo contesto, i governi hanno lanciato programmi e strategie nazionali, con le istituzioni pubbliche che hanno aperto la strada alla creazione di programmi di formazione sull'alfabetizzazione digitale. Inoltre, i partenariati multi-stakeholder tra istituzioni pubbliche (università, comuni) e imprese private hanno offerto varie opportunità di formazione alla popolazione generale e specifici gruppi target (studenti, disoccupati, anziani, ecc.) In tutti i paesi del nostro studio.



5.3 Ricerca sul campo - Demografia

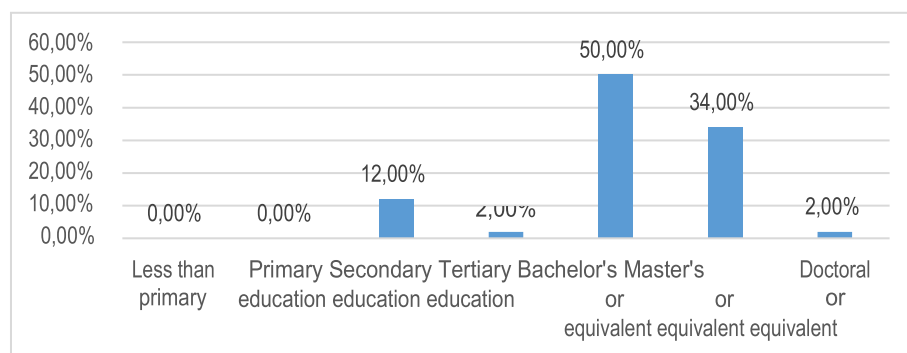
Il campione del nostro studio era composto da 50 partecipanti in totale (10 per paese) che erano responsabili delle risorse umane o direttori generali responsabili anche per il reclutamento e altri processi di risorse umane. Questi manager lavorano in organizzazioni di vari settori dell'economia, ma la maggior parte proviene dal settore dei servizi. L'età media di tutti i partecipanti è di 44,9 anni, mentre è interessante notare che la maggior parte dei responsabili delle risorse umane del nostro campione sono donne. Più specificamente, 29 partecipanti erano di sesso femminile e 21 di sesso maschile.

Figura 2: Genere dei Partecipanti



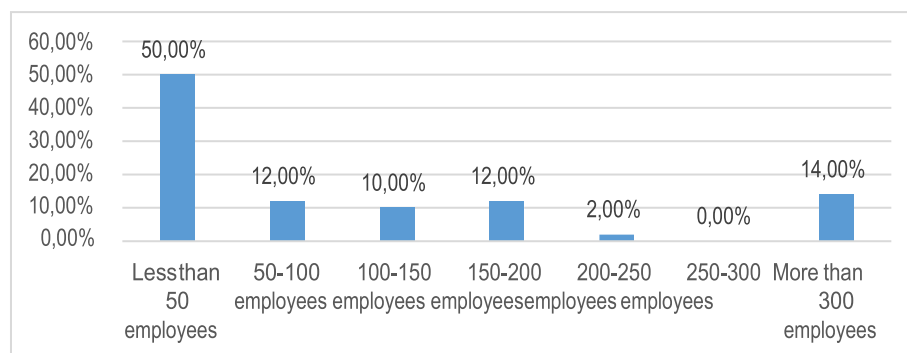
Per quanto riguarda il loro background formativo, la maggior parte dei partecipanti ha una laurea, mentre 17 di loro hanno anche conseguito un master. Nella figura 3, possiamo vedere il background dell'istruzione dei partecipanti in percentuale.

Figura 3: Livello Educativo degli HR Managers



La maggior parte delle organizzazioni dei partecipanti appartiene alla categoria delle piccole e medie imprese (PMI), in quanto la metà di esse (25) ha meno di 50 dipendenti e in realtà appartiene alle piccole imprese secondo la classificazione UE, mentre solo sette hanno più di 300 dipendenti. Nella figura 3, vediamo in percentuale la dimensione dell'organizzazione del nostro campione, in base al numero di dipendenti.

Figura 4: Grandezza delle Organizzazioni



Per quanto riguarda l'esperienza dei responsabili delle risorse umane che abbiamo intervistato, il numero medio di anni di esperienza nella loro attuale organizzazione è di 11,67, mentre il numero medio di anni di esperienza nel campo della gestione delle risorse umane è di 14,16. Di conseguenza, possiamo considerare affidabile il nostro campione per il fatto che hanno una lunga esperienza nel campo della gestione delle risorse umane e aziendali.

5.4 Risultati principali della Ricerca sul campo

Dai risultati delle interviste, abbiamo potuto trovare alcuni temi principali interessanti in tutti i paesi del nostro studio. Il numero di 50 responsabili delle risorse umane di cinque Stati membri dell'UE è un campione affidabile, al fine di lavorare come punto di forza della nostra ricerca. Tuttavia, ci sono differenze tra paesi, poiché ogni caso è un contesto unico con specifiche caratteristiche sociali ed economiche. Ad esempio, in Portogallo non esistono dipartimenti di risorse umane nella maggior parte delle piccole e medie imprese portoghesi. Di solito, i dirigenti o i direttori di queste imprese svolgono il compito di gestione delle risorse umane e reclutamento. Questo fenomeno è più o meno tipico per la maggior parte dei paesi dell'Europa meridionale. Tuttavia, la presenza di un dipartimento delle risorse umane dipende anche dalle dimensioni dell'organizzazione, poiché per le grandi organizzazioni è più comune disporre di un tale dipartimento.



La maggior parte dei responsabili delle risorse umane in tutti i paesi ha evidenziato l'importanza della competenza digitale nel moderno ambiente di lavoro. Tuttavia, molti di loro hanno anche sostenuto che il livello di competenza digitale necessario per la propria organizzazione, dipende dalla posizione lavorativa e quindi non hanno le stesse aspettative in termini di competenze digitali di tutti i dipendenti. Tuttavia, per quanto riguarda il fattore età, un risultato principale della maggior parte delle relazioni è che i giovani dovrebbero essere più abili nelle tecnologie digitali, mentre una conclusione essenziale di tutte le relazioni è la necessità per i dipendenti di età superiore ai 45 anni di aggiornare le loro competenze digitali e abilità per accedere al mercato del lavoro. In generale, la maggioranza dei partecipanti ha verificato il "gap delle generazioni" rispetto alle competenze digitali, sostenendo che i giovani hanno più familiarità con le tecnologie digitali, rispetto a quelle più vecchie.

Per quanto riguarda l'utilizzo dei social media, c'è un fatto comune in tutti i paesi, che i social media non sono ancora ampiamente utilizzati dalle organizzazioni nel processo di reclutamento o selezione, ma il potenziale per il prossimo futuro è alto. La maggior parte delle organizzazioni utilizza i social media per la pubblicità e le comunicazioni interne o esterne, come Facebook e Skype. In alcuni casi, le piattaforme di social media vengono utilizzate dai responsabili delle risorse umane per valutare o selezionare candidati per il lavoro. Da coloro che utilizzano i social media nel processo di selezione e reclutamento, la maggior parte di essi tende a preferire LinkedIn come piattaforma più professionale e orientata alla carriera, invece di Facebook o Twitter.

Risultati della valutazione e adattamento del quadro operativo

Come accennato in precedenza, lo strumento di ricerca della nostra ricerca sul campo era un questionario di intervista. La prima parte del questionario includeva i dati demografici e la seconda parte si basava sul framework delle competenze digitali DigComp 2.1, che mirava a identificare il livello di dipendenti e il tipo di competenze digitali necessarie alle organizzazioni. Le domande di questa sezione erano basate sulle cinque aree di competenza del framework DigComp 2.1 (informazione e alfabetizzazione dei dati, comunicazione e collaborazione, creazione di contenuti digitali, sicurezza e risoluzione dei problemi) e le loro varie dimensioni (vedere pagina 16). In questo contesto, è stato importante verificare le dimensioni specifiche delle competenze digitali che sono essenziali per le organizzazioni e che, di conseguenza, possono costituire il contenuto della piattaforma di risorse online. Per valutare l'importanza di ogni dimensione abbiamo usato una scala Likert da 1 a 7 (dove i partecipanti potevano scegliere 1 come "non importante" e 7 come "molto importante"). Abbiamo quindi valutato le risposte dei partecipanti per condurre un'analisi statistica quantitativa al fine di identificare le dimensioni più importanti che saranno incluse nella piattaforma.

Per l'analisi statistica, abbiamo utilizzato il "Test Wilcoxon" per misurare il valore critico di ogni domanda e testarne l'importanza. Poiché la scala era compresa tra 1 e 7, una mediana di 4 è servita come criterio di significatività statistica, con domande con una mediana inferiore a 4 rifiutate perché non importanti da includere nella piattaforma. In altre parole, queste dimensioni specifiche delle competenze digitali con una media inferiore a 4 sono state valutate dai partecipanti come non importanti per loro. Tutte le dimensioni considerate non importanti sarebbero escluse dal contenuto della piattaforma e tali abilità non sarebbero mirate. Di conseguenza, abbiamo dovuto rifiutare alcune delle competenze digitali dall'area della creazione di contenuti, in quanto la maggioranza dei partecipanti valutava le abilità digitali come il linguaggio di programmazione, i multimedia, lo sviluppo web e altre funzioni complesse, poiché non importanti. Pertanto, le competenze digitali più importanti per il dipendente medio nelle



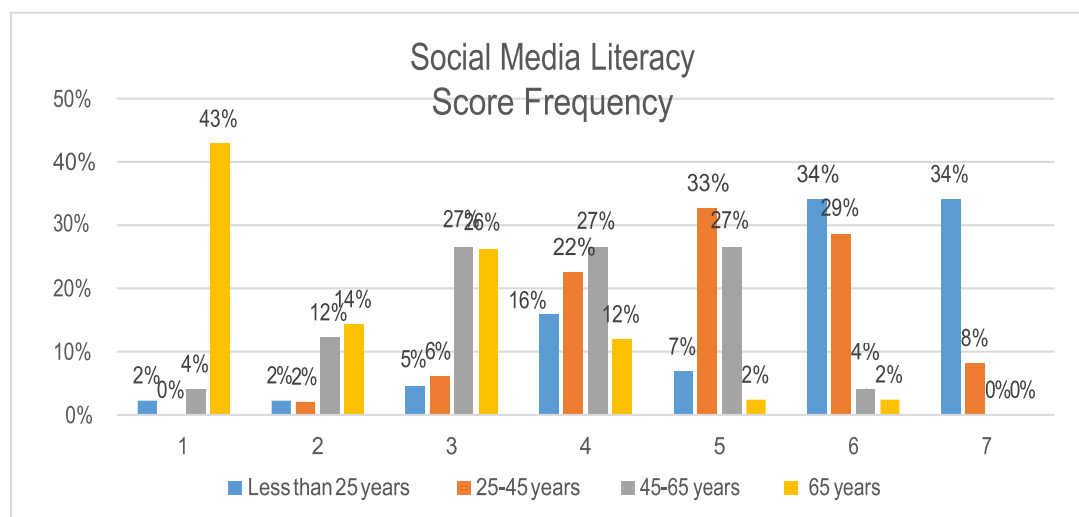
organizzazioni moderne, secondo le risposte dei partecipanti al nostro studio sono le seguenti:

- Elaborazione delle informazioni (utilizzo del motore di ricerca, salvataggio e archiviazione di file e contenuti)
- Comunicazione e interazione con altri utenti (e-mail, chat, social media, social network e condivisione di file)
- Creazione di contenuti di base (testo, tabelle, immagini e file audio)
- Risoluzione dei problemi (funzioni di base, come reinstallare / aggiornare il programma, verificare la connessione Internet e trovare il supporto).
- Sicurezza (misure di protezione di base, consapevolezza delle possibili minacce)

Questo sarà l'asse principale su cui baserà la seconda uscita del progetto, la piattaforma di risorse online, al fine di fornire una formazione mirata ai disoccupati scarsamente qualificati / oltre l'età di 45 anni. Le cinque aree di competenza e le dimensioni pertinenti saranno adattate in base alle esigenze del gruppo target, con un riferimento speciale all'utilizzo dei social media, che è l'elemento base della nostra metodologia di progetto.

È necessario sviluppare l'alfabetizzazione sui social media delle persone in età avanzata, dal momento che le percezioni dei partecipanti al nostro studio sul livello delle competenze nei social media sono più favorevoli per i più giovani. Più nello specifico, nella figura 4 possiamo vedere che in una scala da 1 a 7 (dove 1 è scarso e 7 è eccellente) il gruppo di età più giovane (meno di 25) è considerato il più abile nei social media, mentre il nostro obiettivo il gruppo (45+) è stato valutato per lo più da 3 a 5 nella scala di valutazione. La fascia di età più avanzata è quella con il più basso tasso di alfabetizzazione sui social media.

Figura 5: Alfabetizzazione sui Social Media a seconda dei gruppi di età



In questo contesto, la necessità per gli anziani di tenere il passo con i progressi dei social media è più grande che mai. I social media non servono solo come piattaforme di comunicazione, ma come la nostra revisione della letteratura e come indica il nostro studio, costituiscono in modo critico strumenti utili per il mercato del lavoro. Pertanto, è necessario sviluppare e migliorare l'alfabetizzazione dei social media nella popolazione generale e, più specificamente, in quelli con più di 45 anni, al fine di partecipare equamente alla società digitale e al mercato



digitale. In questa ottica, nel contenuto della piattaforma di risorse online forniremo un modulo speciale, riguardante i social media e la loro utilità nella ricerca di lavoro.

4. Conclusioni e prossimi passi

Il punto principale del nostro studio è il fatto che la competenza digitale è una delle competenze chiave necessarie per il posto di lavoro moderno e sarà ancora più significativa nel prossimo futuro. Le organizzazioni moderne richiedono una vasta gamma di competenze digitali dai propri dipendenti e coloro che non possono affrontare le tecnologie digitali affrontano la minaccia dell'emarginazione. Inoltre, i social media sono una colonna fondamentale per lo sviluppo della nuova società digitale, in cui la partecipazione richiede un livello sufficiente di competenze digitali. Inoltre, l'alfabetizzazione ai social media non sarà utile solo per la partecipazione alla società digitale, ma anche nel mercato del lavoro, dato che sempre più organizzazioni utilizzano i social media nel processo di selezione e assunzione.

Per questi motivi, ciò che evidenzia questo studio è la necessità di una società digitale più inclusiva e aperta. In tale ottica, il framework di sviluppo delle competenze digitali che abbiamo adottato (DigComp 2.1) e l'adattamento che abbiamo apportato per lo scopo del nostro progetto, mira a creare un framework più orientato al gruppo target nella piattaforma di risorse online che aspira ad essere un utile strumento di formazione per i disoccupati scarsamente qualificati oltre i 45 anni. Lo scopo di base di questo progetto è di aiutare queste persone a sviluppare competenze digitali e ritornare sul mercato del lavoro con un livello più elevato di competenze digitali e una maggiore autostima.

Il prossimo passo del nostro progetto è lo sviluppo della piattaforma di risorse online che sarà basata sul quadro delle competenze digitali di questo studio. Il contenuto della piattaforma sarà basato sul framework DigComp 2.1 e sulle relative modifiche che abbiamo apportato, al fine di adattarlo alle esigenze specifiche del nostro gruppo target. Infine, il terzo Output del progetto MedLit45 + sarà lo sviluppo e la diffusione del manuale per i professionisti, con l'obiettivo di sostenere i disoccupati oltre i 45 anni di età. Alla fine del progetto, i disoccupati e i professionisti delle risorse umane che trarranno beneficio dalle nostre attività potrebbero essere in grado di fare davvero la differenza nella loro carriera e, si spera, nel mercato del lavoro.



Bibliografia

Ala-Mutka, K. (2011). *Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding*. Seville: JRC - IPTS. Luxembourg: Publications Office of the European Union

Carretero, S., Vuorikari, R., and Punie, Y., (2017). *DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use*, Publications Office of the European Union, EUR - Scientific and Technical Research Reports. Seville: JRC - IPTS.

Chen, C.-P. (2013). Exploring personal branding on YouTube. *Journal of Internet Commerce*, 12(4), 332–347.

ECDL Profile, (n.d) ECDL Profile Programmes, Available at: <http://ecdl.org/about-ecdl/ecdl-profile>

El Ouiridi, M., Segers, J., El Ouiridi, A., & Pais, I. (2015). Predictors of job seekers' self-disclosure on social media. *Computers in Human Behavior*, 53, 1-12.

Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93.

Eshet-Alkalai & Amichai-Hamburger, Y. (2004). Experiments in digital literacy. *CyberPsychology & Behavior*, 7(4), 421-429.

Eshet, Y. (2012). Thinking in the digital era: A revised model for digital literacy. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 9(2), 267-276.

European Community. (2007). *Key Competences for Lifelong Learning - A European Framework*. Luxembourg.

European Commission (2016). COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS A NEW SKILLS AGENDA FOR EUROPE Working together to strengthen human capital, employability and competitiveness. Available at <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/EN/1-2016-381-EN-F1-1.PDF>

European Commission (2017). Digital Single Market - The Digital Skills Gap in Europe. Available at: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-skills-gap-europe>

Ferrari, A. (2012). *Digital Competence in Praxis: an Analysis of Frameworks*. Publications Office of the European Union, EUR - Scientific and Technical Research Reports. Seville: JRC - IPTS.

Girard, A., Fallery, B., & Rodhain, F. (2014). Integration of social media in recruitment: a delphi study. In *Social Media in Human Resources Management* (pp. 97-120). Emerald Group Publishing Limited.

Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business horizons*, 54(3), 265-273.

Henkens, K. (2005) 'Stereotyping older workers and retirement: the managers' point of view', *Canadian Journal of Aging* 24: 353–366.



IC3 Digital Literacy Certification (n.d). Available at:

<https://certiport.pearsonvue.com/Certifications/IC3/Digital-Literacy-Certification/Overview>

International ICT Literacy Panel (2007). Digital Transformation, A Framework for ICT Literacy, Available at:

https://www.ets.org/Media/Tests/Information_and_Communication_Technology_Literacy/ictreport.pdf

Janssen, J., Stoyanov, S., Ferrari, A., Punie, Y., Pannekeet, K., and Sloep, P. (2013). Experts' views on digital competence: Commonalities and differences. *Computers and Education*, 68, 473–481.

Jobvite (2016) Jobvite Recruiter Nation Report 2016, Available at:

<https://www.jobvite.com/wp-content/uploads/2016/09/RecruiterNation2016.pdf>

Kadefors, R., & Hanse, J. J. (2012). Employers' attitudes toward older workers and obstacles and opportunities for the older unemployed to reenter working life. *Nordic Journal of Working Life Studies*, 2(3), 1.

Katz, I. R. (2007). Testing information literacy in digital environments: ETS's iSkills assessment. *Information technology and Libraries*, 26(3), 3.

Linstone, H., and Turoff M. (1975). *The Delphi Method: Techniques and Applications*. Reading, Mass.: Addison-Wesley

Martin, A., & Grudziecki, J. (2006). DigEuLit: concepts and tools for digital literacy development. *Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences*, 5(4), 1-19.

Nilsson, K. (2011) 'Attitudes of managers and older employees to each other and the effects on the decision to extend working life', pp. 147–156, in: Ennals, R. Salomon, R. H. (eds), *Older Workers in a Sustainable Society*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Social media - Statistics & Facts, n.d, Available at:

<https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>

VanSlyke, T. (2003). Digital natives, digital immigrants: Some thoughts from the generation gap. *The technology source*, 7(3).

Vuorikari, R., Punie, Y., Gomez, S. C., & Van Den Brande, G. (2016). *DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: The Conceptual Reference Model*(No. JRC101254). Joint Research Centre (Seville site).

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816–1836.



Allegato 2: Italia

Introduzione

Dato che le TIC si sono diffuse nelle nostre società, toccando sempre più parti della nostra vita, la competenza digitale è diventata essenziale per ogni individuo. In linea con le tendenze dell'UE, in Italia la grande maggioranza dei posti di lavoro richiede ora competenze TIC diverse. Le competenze digitali sono una delle otto competenze chiave essenziali per tutti gli individui in una società basata sulla conoscenza. Riconoscendo il ruolo cruciale delle competenze digitali nella società odierna, l'Agenda digitale europea per l'Europa della Commissione europea 2010 ha dedicato un intero pilastro all'alfabetizzazione digitale, alle competenze e all'inclusione.

Lo scopo di questo studio è quello di analizzare l'alfabetizzazione digitale in Italia e sviluppare un quadro metodologico per la costruzione di competenze digitali attraverso i social media di disoccupati scrasamente qualificati oltre i 45 anni di età. I principali risultati sono tratti da fonti di dati esistenti nelle banche dati di Eurostat, compresi articoli accademici pertinenti, relazioni nazionali e altre pubblicazioni sulla competenza digitale e sull'alfabetizzazione dei social media sull'Italia.

Nel presente studio sono state svolte interviste strutturate con 10 reclutatori e / o responsabili delle risorse umane finalizzati a comprendere: come i responsabili delle risorse umane utilizzano i social media per valutare i potenziali dipendenti durante il processo di assunzione; quali sono le competenze digitali attese dai responsabili delle risorse umane per i dipendenti che hanno 45 anni o più.



Capitolo 1: Contesto Operativo: Alfabetizzazione digitale in Italia

Afabetizzazione digitale in Italia

Gli indicatori delle competenze digitali sono indicatori compositi che si basano su attività selezionate relative all'uso di Internet o del software eseguite da individui di età compresa tra 16 e 74 anni in quattro aree specifiche (informazioni, comunicazione, problem solving, competenze software). Si presume che le persone che hanno eseguito determinate attività abbiano le abilità corrispondenti. Pertanto, gli indicatori possono essere considerati come base di valutazione delle competenze digitali degli individui.

TABELLA 5: ALFABETIZZAZIONE DIGITALE IN ITALIA E EU (28 Paesi) NEL 2016

Age Group	EU/Italy	Individuals who have low overall digital skills	Individuals who have basic overall digital skills	Individuals who have above basic overall digital skills	Individuals who have no overall digital skills
All Individuals	European Union (28)	25%	27%	29%	1%
	Italy	23%	24%	19%	2%
16 to 24 years old	European Union (28)	16%	28%	52%	0%
	Italy	20%	35%	34%	1%
25 to 34 years old	European Union (28)	21%	29%	44%	1%
	Italy	24%	28%	31%	2%
35 to 44 years old	European Union (28)	27%	30%	34%	1%
	Italy	27%	28%	25%	2%
45 to 54 years old	European Union (28)	29%	30%	24%	1%
	Italy	28%	25%	16%	3%
55 to 64 years old	European Union (28)	30%	24%	15%	1%
	Italy	22%	20%	10%	3%
65 to 74 years old	European Union (28)	24%	17%	7%	1%
	Italy	13%	9%	3%	2%

Fonte: Eurostat, 2017

Il grafico sopra mostra che il 23% della popolazione italiana ha scarse competenze digitali complessive, mentre il 24% ha competenze digitali complessive di base, il 19% ha competenze di base complessive digitali, solo il 2% non ha competenze digitali complessive. La percentuale di individui con competenze digitali di base di cui sopra diminuisce con l'età sia per l'Italia che per l'UE. Complessivamente, la percentuale di italiani con competenze digitali superiori alla media è generalmente inferiore alla media UE.



TABELLA 6: Alfabetizzazione Digitale in Italia per gruppi di età nel 2015 e 2016

ITALY					
Age Groups	Year	Individuals who have low overall digital skills	Individuals who have basic overall digital skills	Individuals who have above basic overall digital skills	Individuals who have no overall digital skills
All Individuals	2015	21%	24%	19%	2%
	2016	23%	24%	19%	2%
Individuals, 16 to 24 years old	2015	18%	35%	36%	1%
	2016	20%	35%	34%	1%
Individuals, 25 to 34 years old	2015	21%	29%	32%	1%
	2016	24%	28%	31%	2%
Individuals, 35 to 44 years old	2015	26%	27%	23%	2%
	2016	27%	28%	25%	2%
Individuals, 45 to 54 years old	2015	23%	26%	16%	2%
	2016	28%	25%	16%	3%
Individuals, 55 to 64 years old	2015	21%	19%	10%	2%
	2016	22%	20%	10%	3%
Individuals, 65 to 74 years old	2015	11%	8%	3%	1%
	2016	13%	9%	3%	2%

Fonte: Eurostat, 2017

Il grafico sopra mostra che la percentuale di italiani con competenze digitali complessive basse è aumentata dal 21% nel 2015 al 23% nel 2016, mentre altre categorie mantengono lo stesso valore. I risultati mostrano cambiamenti minimi tra i gruppi di giovani (16-24 e 25-34 anni) e quelli di età avanzata (cioè 45-54 e 55-64 anni).

TABELLA 7: Alfabetizzazione digitale e disoccupazione (2015)

Age Groups	European Union (28)		Italy	
	All Individuals	Unemployed	All Individuals	Unemployed
Individuals who have low overall digital skills	25%	31%	23%	28%
Individuals who have basic overall digital skills	27%	24%	26%	25%
Individuals who have above basic overall digital skills	29%	19%	19%	15%

Source: Eurostat, 2017

Il grafico sopra evidenzia come l'alta alfabetizzazione digitale sia associata a una minore disoccupazione sia nell'UE che in generale e in Italia. I risultati mostrano che la percentuale di persone disoccupate è generalmente inferiore per le persone che hanno al di sopra delle competenze digitali generali di base.



Valutazioni Generali

Secondo "e-Skills In Europe - Rapporto nazionale Italia" (DG Imprese e industria della Commissione europea, gennaio 2014), l'Italia affronta una serie di problemi nel campo delle competenze informatiche: un'inadeguata cultura digitale è la vera barriera contro le richieste del mercato. La maggior parte dei proprietari di PMI sono persone anziane che capiscono a malapena le sfide di Internet e di come il web implichino anche la propria attività, la comunicazione e il marketing. Per quanto riguarda l'offerta di competenze nel settore delle TIC, la facilità del boom iniziale senza regolamentazione e una scarsa cultura verso la qualità, ha portato alla creazione di molti consulenti e piccole imprese molto specializzate. Le loro competenze all'interno del panorama dell'ICT sono cambiate sia nella gestione del web che dello sviluppo sociale. Dal lato della domanda, una bassa cultura digitale è accompagnata da una cultura dell'innovazione molto bassa. In questo scenario, le competenze TIC e le competenze di e-leadership sono delegate al mercato del lavoro stesso e ai principali attori.

L'aumento del WEB e dei sistemi distribuiti, ha permesso agli operatori TIC di evolversi in termini di professionalità, le competenze TIC sono state sviluppate coerentemente con lo sviluppo del mondo TIC e la sua complessità; i profili rilevanti sono aumentati in termini di ruoli professionali e specializzazione. I grandi cambiamenti sulle TIC hanno determinato una selezione dei profili più flessibili e veramente qualificati. Le nuove tecnologie hanno portato anche a nuovi mercati. Coloro che hanno la capacità di trasformarsi nella terza generazione di professionisti TIC e seguire il mercato in evoluzione, hanno concentrato la loro attività su tre direzioni principali: consulenza marketing (web marketing, comunicazione digitale, social media marketing); personalizzazioni open source; migrazione di applicazioni, client proprietari di applicazioni social web. Un'offerta molto alta di corsi di formazione su questi argomenti può essere facilmente trovata all'interno dell'offerta di formazione italiana. Allo stesso modo, il social media marketing e sicurezza sono un altro insieme di competenze TIC e manageriali richieste dalle PMI, che sono per lo più pronte ora ad investire tempo e denaro per acquisire questo know-how.

L'immagine che emerge dal Quadro di valutazione digitale² riguardante lo sviluppo verso un'economia e società digitali, mette in evidenza una situazione di estremo ritardo per l'Italia, più di altri Stati membri dell'UE. Ma è necessario sottolineare che l'Italia soffre le sue differenze territoriali. Un'analisi condotta nel rapporto "Italia Connessa - Agende Digitali Regionali" mostra che tre Regioni sono all'avanguardia, con l'Emilia-Romagna, che raggiunge il punteggio più alto, vicino alla media europea, seguita da Lombardia e Lazio. Inoltre c'è un forte divario tra le regioni settentrionali e meridionali. Tutte le regioni settentrionali e una regione meridionale (Lazio) sono quelle che raggiungono valori superiori alla media nazionale; al contrario, le regioni meridionali, hanno prestazioni inferiori alla media.

La Guida allo stipendio di Hays Italia 2017, segnala che sempre più aziende (56%) utilizzano siti di social networking per finalità di reclutamento, selezione e selezione. I dati statistici indicano certamente come i social network stanno diventando una parte della realtà e una parte dei processi di reclutamento e selezione. I social media più utilizzati dalle aziende includono LinkedIn (99%), Facebook (60%) e Instagram (19%). I social media stanno diventando un modo innovativo e consolidato di reclutamento e selezione che può essere redditizio.

² Il quadro di valutazione digitale misura le prestazioni dell'Europa e degli Stati membri.



Approfondimento sul mercato digitale italiano

Nonostante il ritardo italiano nell'innovazione digitale, c'è una crescente consapevolezza nel promuovere la diffusione delle competenze digitali: la trasformazione digitale si basa sulla disponibilità di adeguate competenze digitali per tutti i cittadini, dai più giovani ai più anziani, considerando che l'acquisizione di tali competenze avrà un impatto positivo sulla ricerca di posti di lavoro, sulla riduzione della disoccupazione e sull'integrazione di tutti i cittadini nella vita.

Dopo anni di contrazione, il mercato digitale italiano è cresciuto dell'1,0% nel 2015, a 64,9 miliardi di euro. I dati del 2016 dovrebbero confermare un trend positivo, con un aumento dell'1,5%, seguito da una crescita dell'1,7% nel 2017 e del 2% nel 2018. Questa performance è stata guidata dal processo di digitalizzazione e dall'utilizzo delle TIC per innovare i modelli di business e aumentare la competitività. La domanda di Digital Enablers³ sta aumentando anche in Italia, soprattutto per quanto riguarda il Cloud Computing, i Big Data, IoT (Internet of Things), Social, Mobile Business e Security, che hanno registrato un tasso di crescita combinato del 14,6% nel 2015. Una crescita simile è dovrebbe continuare almeno fino al 2018. In assenza di questi segmenti, il mercato tradizionale delle TIC mostra tendenze di stagnazione molto diverse: è diminuito nel 2015 (-1,2%) e le previsioni per il 2016 e il 2017 sono negative (rispettivamente -0,6% e -0,3%). Il ritorno alla crescita è atteso solo nel 2018 con un lieve incremento (+0,1%).

Come misurato dall'OCSE Survey of Adult Skills (PIAAC) in Italia, c'è ancora un gran numero di adulti con competenze TIC molto limitate o senza esperienza con il computer: la percentuale di adulti con familiarità molto bassa con i dispositivi informatici è del 26,9%. In questa categoria vengono sommate persone senza esperienza nel computer (24,4%) e coloro che non hanno superato il test core ICT (2,5%), dimostrando così di non possedere le competenze di base delle TIC, come la capacità di usare un mouse o scorrere un web pagina (funzioni utili per eseguire la valutazione che misura le competenze di base, come l'alfabetizzazione e il calcolo, nella forma basata sul computer).

Dall'altra parte in Italia c'era il 14,6% degli adulti che, anche se riportavano qualche precedente esperienza con i computer, "decidevano" di prendere una valutazione basata sul computer. Ciò significa che tra coloro che dichiarano di avere esperienza nell'uso dei computer (75%), solo il 58% ha avuto accesso alla valutazione del PC. Mentre la media OCSE totale di coloro che hanno avuto accesso al test di valutazione su PC è del 77%.

Esiste una percentuale diversa di adulti con competenze TIC in base alle loro occupazioni: i lavoratori altamente qualificati (occupazioni qualificate) rappresentano il gruppo più numeroso di coloro che hanno preso il CBA con il 40% degli adulti. Mentre, dall'altra parte, gli adulti occupati nell'occupazione elementare rappresentano la categoria con la più alta percentuale di persone senza esperienza nell'uso dei computer (72,4%).

³ Funzionalità, forze e risorse che contribuiscono al successo di un'entità, un programma o un progetto.



Tendenze settoriali e penetrazione del servizio digitale in Italia

Secondo le "tendenze digitali in Italia" elaborate dal Politecnico di Milano, la spesa aziendale per le tecnologie digitali è prevista in crescita nel periodo 2015-2018, ma si possono osservare differenze tra i vari segmenti di utenti:

Nel settore bancario, la spesa ha raggiunto 6.583 milioni di euro nel 2015 e dovrebbe crescere ad un tasso medio annuo del 3,3% fino al 2018, nonostante le difficoltà incontrate da questo settore. Le strategie di digitalizzazione si concentrano principalmente sulla migrazione al digital banking, attraverso lo sviluppo di nuovi servizi, l'automazione delle filiali, una migliore gestione dei dati e aggiornamenti delle architetture IT per favorire l'evoluzione. Nel settore delle assicurazioni, dopo aver raggiunto 1.735 milioni di euro nel 2015, la spesa salirà di una media annuale del 3,8% fino al 2018. Nuovi paradigmi digitali supportano l'innovazione del servizio: l'IoT, ad esempio, consente di sviluppare nuovi tipi di polizze assicurative e modelli di pricing - e processo di innovazione. I canali mobili e social saranno sempre più utilizzati per la comunicazione interna ed esterna, compresa la comunicazione attraverso la rete di agenzie.

I progetti di ammodernamento delle applicazioni e i progetti nelle aree Big Data e Cloud sono fondamentali per consentire nuove strategie. La domanda digitale nell'industria è cresciuta tra il 2016 e il 2015 con un tasso di crescita medio annuo del 2,5% rispetto a 6.877 milioni di euro nel 2015. All'interno di uno scenario generale di ripresa moderata, gli investimenti in TIC mostrano diverse aree di crescita: dalle aree tradizionali (Enterprise Resource Planning ed estesa -ERP) a quelli innovativi: l'IoT (per supportare l'efficienza e la sicurezza degli impianti e nuovi modelli di business), Big Data, Cloud. La spesa per le TIC nel settore Distribuzione e servizi è stata pari a 3.856 milioni di euro nel 2015 e dovrebbe aumentare a un tasso medio annuo dell'1,6% fino al 2018. Gli obiettivi principali di questo settore sono: mantenere le quote di mercato, sviluppare strategie di vendita, rafforzare il marchio e una migliore conoscenza del cliente.

L'attenzione è rivolta a Mobile, Big Data / Business Analytics e Cloud computing 4. Nel settore delle telecomunicazioni e dei media, la spesa per le TIC ha raggiunto 8.124 milioni di euro nel 2015 e dovrebbe raggiungere una crescita annuale media dell'1,2% fino al 2018. Le aziende stanno lavorando per innovare la propria offerta per rispondere alle esigenze dei clienti in evoluzione e alla pressione competitiva. Gli investimenti si concentrano principalmente sul potenziamento delle infrastrutture di rete a banda larga, sull'adozione di soluzioni mobili per supportare nuovi modelli di utilizzo dei contenuti e sull'evoluzione dei servizi di customer care, migrazione al cloud computing, adozione di soluzioni Big Data per profilare i clienti e lanciare offerte personalizzate. Nel settore Utility, la domanda digitale ammontava a 1.522 milioni di euro nel 2015 e un tasso di crescita medio annuo del 4,3% è atteso fino al 2018. Gli investimenti nelle TIC sono guidati dalla necessità di ottimizzare i processi aziendali (forza lavoro mobile, business intelligence, realtà aumentata e virtuale), per ampliare obiettivi e mercati, concentrarsi sulla liberalizzazione del mercato (canali social, pubblicità, applicazioni mobili). Nel settore Travel & Transportation, la spesa ICT nel 2015 è stata pari a 2.155 milioni di euro e aumenterà a un tasso di crescita medio annuo del 3,7% fino al 2018. Le strategie mirano a sviluppare le attività aziendali utilizzando più strumenti BI / BA (conoscenza del cliente, nuove offerte, monitoraggio delle attività di vendita); App mobili (nuova prenotazione, pagamento e assistenza clienti). La spesa del governo nel 2015 è aumentata leggermente nel governo centrale, raggiungendo 2.893 milioni di euro e diminuendo nel governo locale a 1.217 milioni di euro; questa tendenza dovrebbe essere confermata nel periodo 2015-2018, con un calo medio annuo della spesa da parte dell'amministrazione locale dell'1,5% e un aumento medio annuo del 2% della spesa da parte del governo centrale, trainato dalla Strategia di crescita digitale 2014-2020 e i suoi principali progetti coordinati a livello nazionale.



Tendenze per dimensione dell'utenza

Il mercato digitale italiano è trainato dagli investimenti delle grandi aziende, che dovrebbero aumentare a un tasso medio annuo del 3,1% tra il 2015 e il 2018 da 20,646 milioni di euro nel 2015. La spesa per le medie imprese è prevista in crescita a una media annuale tasso dell'1,9%, da 7,004 milioni di euro nel 2015. Gli investimenti delle piccole imprese mostrano un tasso di sviluppo molto più basso. Le piccole e medie imprese sembrano concentrarsi su obiettivi di efficienza a breve termine, mentre restano indietro rispetto agli investimenti nelle aree della Digital Transformation. L'attenzione a queste aree dovrebbe aumentare nei prossimi due anni, quando inizieranno a stabilire le priorità per comprendere meglio le esigenze dei clienti e la profilazione comportamentale, così da evolvere verso la digitalizzazione dei modelli di business e dell'esperienza del cliente.

Politica e principali iniziative degli Stakeholder

Politiche pubbliche e programmi volti ad aumentare le TIC e le competenze digitali.

Il 19 ottobre 2012 è stata varata la legge esecutiva nazionale per l'attuazione dell'agenda digitale italiana, in linea con la strategia Europa 2020 e l'agenda digitale per l'Europa. Il gruppo direttivo è composto dai sei ministeri coinvolti principalmente nella sua attuazione, compresi i rappresentanti nominati delle regioni, delle province e dei comuni italiani. L'agenda comprende azioni a breve e medio termine nei settori dell'identità digitale, PA digitale / dati aperti, scuola e università digitali, salute digitale, giustizia digitale, digital divide, pagamenti elettronici. (Empirica, 2014)

I dati del Global Information Technology Report (2016) mostrano che l'Italia è uno dei paesi che ha migliorato di più durante l'ultimo anno la sua capacità di sfruttare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione per migliorare la sua competitività e il benessere della sua popolazione. Oltre agli investimenti da un miliardo di euro nell'accesso alla banda larga, la nuova strategia per la connessione internet ultraveloce prevede di raccogliere 12 miliardi di euro per raggiungere gli obiettivi della banda larga UE 2020. I progressi dei diritti di internet e della larghezza di banda sono stati integrati dalla realizzazione della strategia italiana per la crescita digitale⁷, che include la costituzione di un

⁵ Fleet management software (FMS) è un software per computer che consente alle persone di svolgere una serie di compiti specifici nella gestione di uno o di tutti gli aspetti relativi a una flotta di veicoli gestiti da un'azienda, un governo o un'altra organizzazione.

⁶ La strategia di crescita digitale è stata elaborata a seguito di un processo di consultazione partecipativa, sia online che offline, che si è svolto dal 20 novembre 2014 al 20 dicembre 2014 e ha coinvolto tutte le parti interessate pubbliche e private, nonché numerosi cittadini e associazioni civiche.



coalizione di associazioni, aziende, istituzioni e fondazioni, che sosterranno progetti che sviluppino competenze digitali.

Nel complesso, il governo italiano ha focalizzato i suoi interventi legislativi sulle TIC su due priorità principali:

1. Colmare il divario digitale in termini di accesso alla rete, diritti digitali e sviluppo delle competenze digitali.
2. Sviluppo di infrastrutture normative e digitali per promuovere l'innovazione sia nella pubblica amministrazione che nell'industria.

Multi-stakeholder partnerships

Di seguito è riportato un elenco di partnership multi-stakeholder di grande rilevanza per la questione delle competenze informatiche:

- "RETE - Competenze per l'Economia Digitale" [selezionato come buona pratica]: la rete ha lo scopo di sensibilizzare sulle e-competenze e diffondere l'e-CF.
- La Coalizione italiana per le competenze digitali si propone di promuovere, sostenere e integrare progetti nazionali e regionali, collegandoli alle iniziative dell'Agenda digitale e promuovendo lo scambio e l'attuazione delle migliori pratiche.
- Job ICT: questa iniziativa delle organizzazioni sindacali del terziario italiano è un portale di incontro di lavoro per professionisti e PMI ICT, basato sullo standard nazionale italiano e-CF.
- " Futuri IT Leader ": l'obiettivo di questa iniziativa da parte del Chief Information Officer Forum dell'associazione industriale IT (CIO AICA Forum), è fornire un'immagine completa, molto concreta e basata sull'esperienza dei futuri leader IT, per promuovere la consapevolezza dell'IT professionisti e il loro ruolo crescente nell'economia italiana.
- Seminari e campagne di comunicazione sull'e-commerce: i seminari sono organizzati dalle Camere di commercio locali e dalle associazioni di imprese settoriali che si rivolgono alle PMI; mentre la campagna di comunicazione è principalmente gestita dalla RAI, la principale emittente italiana, sotto la direzione del Ministero dello Sviluppo Economico.
- "Adotta un'impresa" : il progetto mira a diffondere tra le micro imprese cultura digitale, comunicazioni, marketing di beni e / o servizi, miglioramento dei processi gestionali.
- Il Piano Nazionale Scuola Digitale — PNSD) è una politica lanciata dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per la definizione di una strategia globale di innovazione nel sistema scolastico italiano e per introdurla nell'era digitale (riforma scolastica "La Buona Scuola", legge 107/2015).
- Italian Innovation Innovation Hubs fa parte dell'iniziativa I4MS (Innovazione ICT per le PMI manifatturiere), coordinata dalla Federazione dei servizi innovativi e tecnologici del sistema di Confindustria e finalizzata ad orientare le imprese, in particolare le PMI, verso opportunità di innovazione digitale.



Successo delle politiche e delle attività di e-skills nel raggiungimento degli obiettivi dell'agenda europea per le competenze informatiche

Cooperazione a più lungo termine: le grandi aziende ICT, in particolare le telecomunicazioni, hanno collaborazioni con la PA per promuovere e supportare implementazioni digitali sperimentali, specialmente nel sistema scolastico. Negli ultimi anni, le PMI dal lato della domanda e dell'offerta hanno iniziato a comprendere sempre più l'importanza e la rilevanza strategica per creare sinergie tra loro e creare reti informali.

Attrattività dei posti di lavoro ICT: soprattutto grazie alle recenti iniziative della settimana di eSkills, sono state sviluppate nuove campagne ed eventi per i giovani. Occupabilità ed e-inclusione: i principali investimenti sulle TIC da parte del governo centrale negli ultimi dieci anni sono stati indirizzati a ridurre il divario digitale e si sono concentrati sull'alfabetizzazione digitale della popolazione: giovani, insegnanti, dipendenti delle PMI. I fondi interprofessionali sono stati piuttosto impegnati nel finanziamento della formazione informatica di base finalizzata a diffondere le competenze di base delle TIC degli utenti principalmente riferite all'ECDL.

Sinossi

L'efficacia delle politiche e delle attività di e-skills nel conseguire gli obiettivi dell'agenda europea per le competenze informatiche dipenderà da: la capacità del governo italiano e delle partnership multi-stakeholder di applicarle a breve termine; investimenti in ricerca e sviluppo, utilizzo delle TIC della popolazione (ad esempio utenti di Internet), ulteriore innovazione nel sistema di istruzione e formazione professionale. Da un lato, l'innovazione e la cultura digitale potrebbero essere promosse dai giovani professionisti ICT che escono dal sistema educativo. D'altro canto, le PMI TIC dovrebbero migliorare la loro cultura in termini di capacità di gestione e di marketing. Allo stesso modo, l'innovazione nel settore della pubblica amministrazione dovrebbe rappresentare un altro fattore chiave per la domanda e l'offerta di competenze ICT.

Per diventare digitali, i cittadini, le aziende e le istituzioni sono chiamati non solo per un cambiamento tecnologico, ma anche per uno culturale. Ma non è facile da raggiungere. Secondo un'indagine condotta dall'Osservatorio delle Competenze Digitali 2015, vari e coerenti motivi suscitano profonda preoccupazione in merito ai fornitori di competenze che soffrono di disallineamento tra domanda e offerta di competenze ICT; nelle aziende clienti, le restrizioni di bilancio stanno rallentando l'uso di risorse specializzate; nel governo, le normative sul controllo del debito pubblico hanno bloccato nuovi assunti. L'istruzione e la formazione dovrebbero svolgere un ruolo chiave, attraverso un'efficace pianificazione dei programmi di studio. Sfortunatamente, questo non è ancora il caso. Le aziende e le istituzioni affermano di avere stretti rapporti con le università, in particolare le società ICT, ma si concentrano principalmente sulle assunzioni di candidati già formati. Poche aziende cercano di dirigere programmi educativi. Non esiste una reale condivisione degli obiettivi e lo sviluppo congiunto di corsi di studi.

Questo è uno dei motivi per cui nelle università italiane è difficile trovare la motivazione per creare competenze nelle aree di competenza tecnologico / digitale, come accade negli altri paesi europei. Le iniziative di collaborazione tra aziende e scuole superiori sono ancora meno numerose e si limitano a periodi di stage brevi durante l'anno scolastico. L'istruzione tecnica superiore e gli istituti superiori di istruzione e formazione tecnica (ITS e IFTS) sono ancora poco conosciuti, sebbene creino competenze specialistiche accessibili anche alle piccole imprese. Per questo motivo è molto importante l'investimento rilevante che l'Italia sta facendo sulla sua



infrastruttura, anche al fine di ridurre le lacune, esistenti anche nel settore delle competenze digitali, tra le diverse aree del Paese.



Capitolo 2: Le Prospettive dei responsabili delle Risorse Umane

Obiettivi dello studio e domande di ricerca

a) Al fine di esplorare le esigenze di formazione di disoccupati poco qualificati / con basso livello di specializzazione oltre i 45 anni di età, sono state organizzate interviste con 10 reclutatori e / o responsabili delle risorse umane in Italia. L'obiettivo delle interviste di ricerca è duplice: Comprendere come i reclutatori e i responsabili delle risorse umane utilizzano i social media per valutare i potenziali dipendenti durante il processo di assunzione.

b) Comprendere quali sono le competenze digitali attese dai responsabili delle risorse umane per i dipendenti che hanno 45 anni o più.

Le interviste hanno catturato le prospettive dei reclutatori e hanno identificato idee, opinioni e questioni nell'area di indagine. Domande di ricerca incentrate sull'importanza della competenza digitale sul posto di lavoro per le persone di età superiore a 45 anni, quali competenze e competenze legate alla competenza digitale sono attese dai potenziali impiegati che hanno 45 anni, quali sono le piattaforme di social media più comuni utilizzate in pubblicità, selezione e processo di selezione.

Metodologia

Le interviste hanno coinvolto reclutatori e / o responsabili delle risorse umane e aziende di diverse città italiane per garantire una copertura nazionale: Caltanissetta, Palermo, San Cataldo, Milano, Bologna, Bari, Trabia. Le interviste sono state effettuate nella lingua nazionale di ciascun partner per garantire la comprensione dei partecipanti. Ogni intervista è stata condotta faccia a faccia in base a una serie di domande predefinite, tra cui: domande chiuse che forniscono alle persone una serie fissa di risposte al fine di raccogliere dati quantitativi e domande aperte che consentono alle persone di esprimere ciò che pensano con le proprie parole in ordine di raccogliere dati qualitativi. Ogni intervista ha impiegato circa 30 minuti per essere completata e registrata.

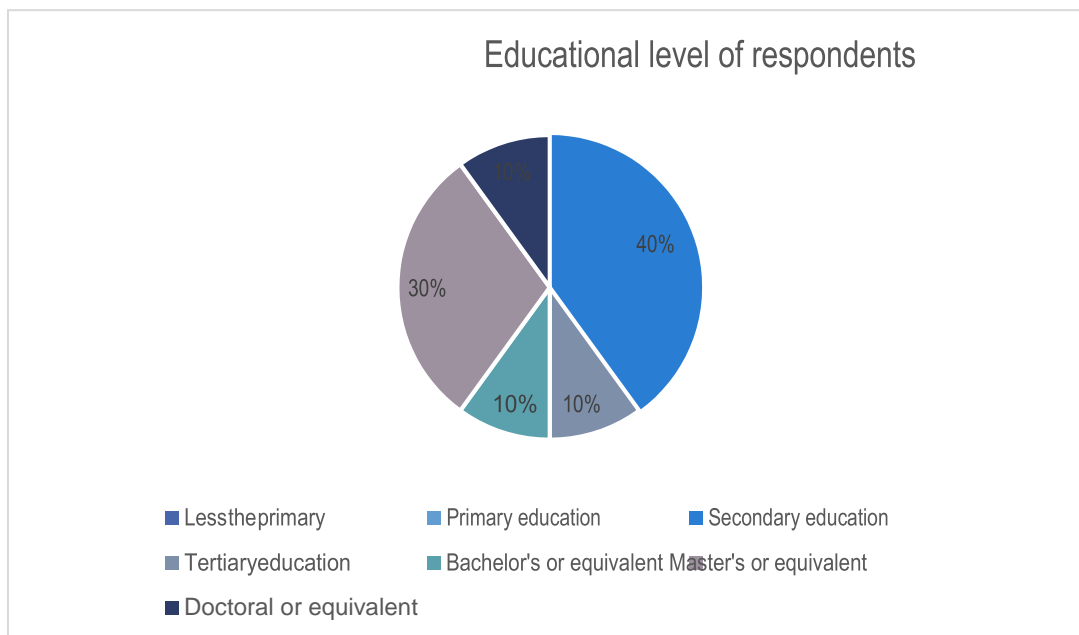
Risultati

Informazioni Demografiche

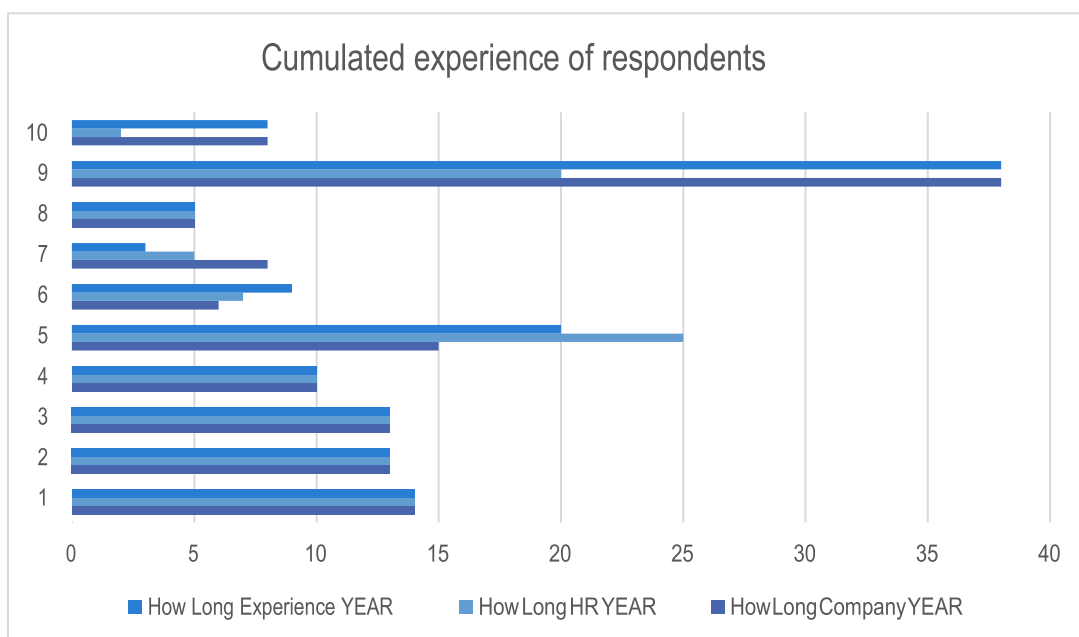
L'età media dei partecipanti è di 46,6 anni, mentre il 90% degli intervistati sono maschi e il 10% sono femmine.

Qui sotto un grafico a torta che riassume il livello di istruzione degli intervistati:

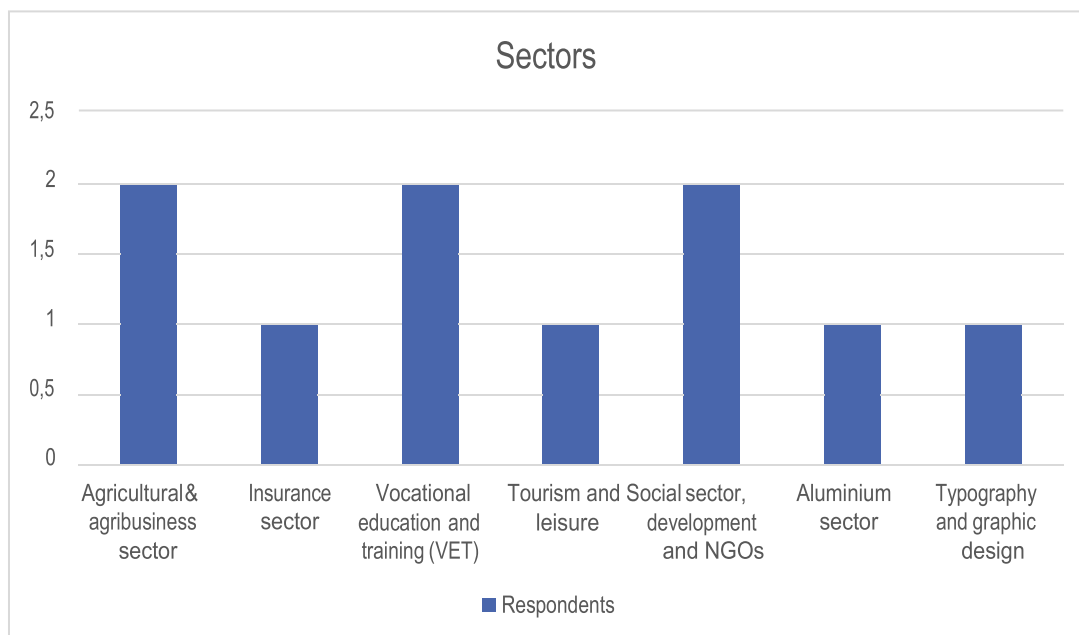




Di seguito un grafico a barre orizzontale che riassume gli anni di esperienza accumulata degli intervistati in relazione all'esperienza lavorativa in generale, nelle risorse umane (HR) e nella società attuale:



Di seguito un grafico a barre verticali che riassume le informazioni relative ai settori in cui gli intervistati lavorano:



Domande aperte

Alfabetizzazione digitale

La maggior parte degli intervistati dichiara che l'importanza dell'alfabetizzazione digitale dipende dal settore specifico, dalle attività commerciali e / o dalle responsabilità e attività specifiche all'interno della stessa impresa. Ad esempio, un'impresa rurale richiederebbe ai dipendenti dotati di competenze digitali in relazione all'area del marketing, delle vendite, della trasformazione e della produzione. L'alfabetizzazione digitale non è necessaria per i dipendenti che lavorano in piantagione, raccolta, ecc. La maggior parte degli intervistati dichiara che al giorno d'oggi, tutti i dipendenti dovrebbero essere in grado di utilizzare un computer, Internet o qualche altra tecnologia al lavoro e questo numero continuerà a crescere come lo scopo e la specificità della tecnologia. Ciò implica che i lavoratori, in particolare i lavoratori più anziani che potrebbero non essere stati aggiornati in tecnologia e alfabetizzazione digitale, dovranno impegnarsi in attività di formazione per rimanere competitivi nella forza lavoro.

Doveri dei dipendenti di età superiore ai 45 anni e loro legame con la competenza digitale

I dipendenti (45+) hanno più comunemente compiti di coordinamento in relazione a unità o reparti chiave specifici. Come nel paragrafo precedente, l'importanza delle competenze dipende dal settore specifico, dalle responsabilità e dalle attività specifiche. La maggior parte degli intervistati dichiara che i dipendenti (45+) più comunemente sono tenuti ad avere competenze digitali avanzate in relazione a lavoro amministrativo e finanziario, uso corrente di internet, e-mail, elaborazione di testi, inserimento dati, creazione di fogli di calcolo e presentazioni, uso di Word, Excel, Power Point, ecc. A livello generale, solo pochi rispondenti dichiarano di investire in programmi di formazione relativi alle competenze digitali per i propri dipendenti. I programmi di formazione sono offerti per aggiornare e dotare i dipendenti solo in specifiche aree chiave in cui le competenze digitali sono rilevanti.



Alfabetizzazione digitale e reclutamento

La maggior parte degli intervistati dichiara che la competenza digitale è sembrata una barriera nel reclutamento di dipendenti qualificati in relazione agli adulti con più di 45 anni e ai lavoratori più anziani, mentre i giovani hanno in generale competenze digitali più consolidate. Il 90% degli intervistati ha rifiutato candidati promettenti a causa della mancanza di competenze digitali nei posti vacanti e nei luoghi di lavoro in cui sono richieste competenze digitali.

Lacune dell'alfabetizzazione digitale

Secondo gli intervistati, i dipendenti dovrebbero aumentare la loro competenza in programmi specifici per l'amministrazione e la gestione (come Office), compresa la capacità di utilizzare i cloud, gli strumenti di gestione e la familiarità con i social media.

Ruolo delle piattaforme di social media nel processo di assunzione

Le piattaforme di social media più utilizzate durante il processo di assunzione di LinkedIn e Facebook. La maggior parte degli intervistati utilizza le piattaforme SM per ricercare profili di lavoro specifici / mirati o promuovere posti di lavoro vacanti. I potenziali dipendenti attivi nelle piattaforme di social media sarebbero più raggiungibili e visibili.

Ruolo delle piattaforme di social media nella promozione di nuove posizioni lavorative

Secondo la maggior parte degli intervistati, le piattaforme di social media più utilizzate nella promozione sono Facebook e LinkedIn. I responsabili delle risorse umane utilizzano le piattaforme SM per pubblicizzare offerte di lavoro e aperture, in particolare su Facebook. I potenziali dipendenti che sono in grado di utilizzare i social media al massimo delle loro potenzialità, saranno in grado di migliorare la loro ricerca di lavoro.

Importanza del profilo dei social media

Alcuni degli intervistati dichiarano che LinkedIn è un utile sito di networking professionale alla ricerca di candidati mirati basati su riferimenti. Facebook viene utilizzato per ottenere informazioni sul profilo privato del candidato in base alle informazioni disponibili. I potenziali dipendenti che sono in grado di utilizzare i social media, in particolare LinkedIn, al loro pieno potenziale, saranno candidati competitivi e quotati.

Social media e utilizzo interno

Secondo le interviste, solo il 30% delle aziende interessate utilizza la SM per i colloqui. Tutte le aziende utilizzano la SM per scopi interni, in particolare in termini di comunicazione interna, coordinamento e scambio di informazioni. Le piattaforme più comunemente utilizzate per scopi interni sono Skype, inclusi anche Whatsapp e Facebook. L'uso della SM per entrambe i colloqui e gli scopi interni varia a seconda delle dimensioni dell'azienda, del settore e dell'attività aziendale. Le imprese più strutturate utilizzano la SM sia per interviste che per scopi interni da circa 5 anni, mentre nelle piccole e medie imprese l'uso è più recente. L'uso di SM sembra essere molto limitato nel settore rurale. I dipendenti di tutte le età sono tenuti a utilizzare SM per poter condurre interviste e garantire la comunicazione interna all'interno del luogo di lavoro.



Osservazioni conclusive

Le interviste sono state considerate abbastanza strutturate e complete, così che non ci sono state ulteriori osservazioni fatte durante le interviste.

Sinossi

Lo sviluppo delle abilità e delle competenze digitali è fondamentale a tutti i livelli e fasi di apprendimento. Una conclusione essenziale è che è necessario che i dipendenti con più di 45 anni di età si aggiornino e si dotino di competenze e competenze digitali per accedere al mercato del lavoro. Ciò implica che i lavoratori più anziani avrebbero bisogno di impegnarsi in attività di formazione per rimanere competitivi e ottenere posti di lavoro qualificati.

Conclusioni

La ricerca mostra che la percentuale di italiani con competenze digitali superiori alla media è generalmente inferiore alla media UE. Secondo "e-Skills In Europe - Rapporto nazionale Italia" (empirica, 2014), l'Italia affronta una serie di problemi nel campo delle competenze informatiche: un'adeguata cultura digitale è la vera barriera contro una domanda chiara e conseguente. Una bassa cultura digitale è accompagnata da una cultura dell'innovazione molto bassa. In questo scenario, le competenze TIC e le competenze di e-leadership sono delegate al mercato del lavoro stesso e ai principali attori. Complessivamente, i principali risultati delle domande di studio e di ricerca confermano che la competenza digitale costituisce un ostacolo al reclutamento di dipendenti qualificati in relazione agli adulti con più di 45 anni e ai lavoratori più anziani in generale. Pertanto, gli adulti poco qualificati e con più di 45 anni dovrebbero essere supportati per acquisire e rafforzare le loro competenze digitali al fine di accedere al mercato del lavoro e ottenere posti di lavoro qualificati.

In linea con la nostra ricerca, suggeriamo le seguenti raccomandazioni politiche per aumentare le competenze digitali degli adulti oltre i 45 anni a livello nazionale ed europeo:

- Sia gli adulti che le imprese dovrebbero investire sempre di più in programmi di formazione per aggiornare e dotare i dipendenti delle competenze chiave necessarie per rimanere competitivi sul mercato del lavoro.
- Le normative vigenti e le politiche dovrebbero facilitare lo sviluppo e l'aggiornamento delle competenze digitali degli adulti oltre i 45 anni per garantire la loro piena partecipazione alla società.
- Le partnership multi-stakeholder dovrebbero essere fortemente promosse al fine di rafforzare e sviluppare le competenze digitali tra gli adulti oltre i 45 anni e altri gruppi target vulnerabili.
- L'innovazione e i maggiori investimenti nell'educazione degli adulti e nel sistema di istruzione e formazione professionale dovrebbero essere promossi e perseguiti.



Bibliografia

- DG Connect F4. (2014). *Measuring Digital Skills across the EU: EU wide indicators of Digital Competence*. Digital Economy and Skills (Unit F.4), EC.
- Empirica (2014). *e-SKILLS IN EUROPE, ITALY COUNTRY REPORT*, For the European Commission DG Enterprise and Industry, EC.
- Hays. (2017). *Salary Guide, Business and activity rebound, employer Cautious on Compensation*. Toronto, 9 November.
- OECD. (2016). *Survey of Adult Skills: The Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC)*.
- Politecnico di Milano. (2016). *Digital Trends in Italy” Executive Summary*. Promobit Srl – Milano.
- Presidenza del Consiglio dei Ministri. (2015). *Strategia per la crescita digitale 2014-2020*. Rome, 3 March.
- Telecom Italia. (2016). *Italia Connessa - Agende Digitali Regionali*. Annuario 2016.
- World Economic Forum. (2016). *Global Information Technology Report*. Davos, 6 July.

