

Osservatorio

61

FORMAZIONE

Volete bene al lavoro? Ridateci l'incentivo 4.0

L'appello di Aidp al governo che non ha rifinanziato lo sconto del Piano Industria: «senza competenze tech meno occupazione»

di **Barbara Millucci**

Non possiamo fare a meno della tecnologia, anche se torna a spaventarci perché fa sparire (o trasforma in modo irreversibile) molte occupazioni. Karl Marx parlava delle macchine come «l'arma più potente per sopprimere gli scioperi», mentre John Maynard Keynes nel 1930 già metteva in guardia contro la disoccupazione diffusa derivante dalla tecnologia.

Oggi, nell'era dei robot, la formazione 4.0 diventa l'unica soluzione per affrontare con successo i rischi e le opportunità di lavoro legate allo sviluppo delle nuove tecnologie. Per affrontare tutte le sfide (robot, IA, machine learning) le aziende fino ad oggi potevano beneficiare degli incentivi previsti dal Piano Industria 4.0, un credito d'imposta del 40% per la formazione del personale dipendente. Adesso si ritrovano a doverne fare a meno, visto che l'incentivo non è stato

rifinanziato dalla legge di bilancio 2019. «La cancellazione dell'incentivo fiscale sulla formazione è un atto contro il futuro del lavoro — spiega Isabella Covili Faggioli, presidente Aidp (Associazione italiana per la direzione del personale) —. Senza le nuove competenze strategiche, che il nuovo mercato del lavoro richiederà sempre di più, si rischia di rimanere ai margini. L'occupabilità passa infatti dalla formazione 4.0 e dal suo potenziamento. Per questo cancellare il credito d'imposta per la formazione 4.0 non aiuta il lavoratore che necessita di

Gli effetti del credito d'imposta (40%) per corsi tecnologici al personale

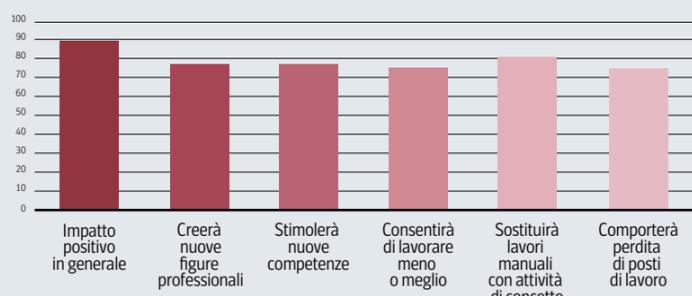
competenze nuove per aumentare le opportunità di occupazione e le imprese che le richiedono. E la nostra ricerca lo dimostra».

L'analisi

Dalla ricerca Aidp-LabLaw 2018 su Robot, Intelligenza artificiale e lavoro, a cura di Doxa, emerge il valore strategico della formazione non solo per cogliere le tante occasioni di nuove professioni ed occupazione che le tecnologie creano, ma anche per ridimensionare l'impatto che queste avranno sui lavori meno qualificati. «La formazione 4.0 sarà il capitolo principale sui cui investire per vincere la sfida della robotica e dell'IA sul terreno dell'economia e del mercato del lavoro», si legge. Le aziende e i manager sono convinti a stragrande maggioranza (89%) che robot ed IA non potranno mai sostituire del tutto il la-

Il sondaggio

L'impatto dei robot e dell'intelligenza artificiale sulle aziende secondo i manager italiani (dati in %)



Fonte: Primo rapporto 2018 su robot, intelligenza artificiale e Lavoro in Italia promosso da Aidp e Lablaw e curato da Doxa

voro delle persone, e che avranno un impatto positivo sul mondo del lavoro e delle aziende: permetterà di creare ruoli, funzioni, e posizioni lavorative che prima non c'erano (77%) e stimolerà lo sviluppo di nuove competenze e professionalità (77%); consentirà alle persone di lavorare meno e meglio (76%). Avrà un impatto molto forte nei lavori a più basso contenuto professionale: favorirà, infatti, la sostituzione dei lavori manuali con attività di concetto (per l'81% del campione).

I manager e gli imprenditori ritengono che, al di là dei benefici in termini organizzativi, l'introduzione di queste tecnologie, potrà avere effetti negativi sull'occupazione, nel senso che verrà escluso dal mercato del lavoro chi è meno scolarizzato e qualificato (75%). «Il piano della formazione 4.0 investe anche i fondi interprofessionali — spiega Rossella Spada, direttore del Fondo Formazienda —. Regi-

striamo un incremento dei piani formativi finanziati dal fondo su temi riguardanti le nuove tecnologie e l'automazione dei processi produttivi, ma si tratta di soluzioni che le imprese hanno adottato come emergenziali. La vera scommessa è riformare l'intero sistema delle politiche attive del lavoro, con riferimento alla formazione continua, che rappresenta un asset strategico per lo sviluppo economico». Tutti concordi, dunque, nel chiedere al governo che la misura venga, non solo ripristinata, ma anche potenziata. «Siamo pronti a fare la nostra parte e rinnoviamo la disponibilità a dialogare con il governo per trovare insieme soluzioni che facciano crescere l'occupazione e aiutino le aziende nell'acquisire e mantenere le competenze necessarie per la crescita nel futuro», conclude il presidente Aidp.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Percorsi

Prepariamo gli scienziati dei video per lanciare i brand di domani

Partono a febbraio 2019 allo Ied, l'Istituto europeo di design, moda e arti visive, nuovi percorsi *executive* rivolti ai professionisti che già lavorano e desiderano specializzarsi nell'ambito della comunicazione, branding ed arti visive.

Tra i corsi, anche quello in «Data driven video storytelling» (dal 28 febbraio), che punta a formare professionisti in grado di utilizzare i dati per raccontare storie visuali di grande impatto. Secondo un'indagine Cisco, i video rappresenteranno l'82% del traffico internet

entro il 2021, e il video storytelling è uno degli strumenti più efficaci nella creazione di contenuti e nella trasmissione personalizzata dei valori di un'impresa.

Ma quando ci riferiamo ai video, di che dati parliamo?

«Certamente, i numeri, i testi raggruppati nei database, ma anche immagini, musica, video e tutto il materiale raccolto da un'azienda viene considerato dato — racconta il coordinatore del corso, Francesco Piccolomini Bandini —. Ma anche i gruppi di informazioni già collegate fra loro, news composte da testo e immagini, o sequenze statistiche di cose che accadono in tempo reale, come i risultati sportivi o il meteo, rappresentano dati utilizzabili. Ed è la capacità di comprendere il valore di questi dati all'interno di una sequenza narrativa il punto di forza di

chi li usa per creare storie *data driven* efficaci», aggiunge l'esperto. I video personalizzati sono generati «anche da nuove figure professionali che utilizzano piattaforme intelligenti in grado di generare potenzialmente milioni di video completamente diversi in modo istantaneo: i video scientist».

Sempre a febbraio parte il corso «Motion graphics for broadcasting», per apprendere metodologie utili a mantenere una identità visuale coerente quando vengono

postati i video su più piattaforme. La *motion graphics*, ovvero il graphic design in movimento, è diventata sempre più centrale nella comunicazione visiva, pensiamo alle sigle, alle scenografie e alle varie declinazioni on line.

A fine febbraio è infine previsto il corso in Brand Innovation. Un percorso che nasce per formare figure che sappiano gestire non solo il semplice brand, ma che siano anche in grado di far «parlare» una marca per ottenere ed evocare di più, in nuovi contesti. È risaputo che le persone non acquistano prodotti o servizi ma significati, mondi di appartenenza ed identità. Il corso in Brand Innovation è tenuto dalla coordinatrice Ied Giovanna Carucci.

Ba. Mill.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

axpo

Intraprendenza
31%

Determinazione
20%

Passione
49%

Sappiamo quanta energia ci metti. Per questo la alimentiamo con la nostra.

Ogni giorno dai il 100% per far raggiungere alla tua impresa piccoli e grandi traguardi. Ecco perché noi di Axpo siamo pronti ad alimentare la tua energia con un'offerta luce e gas dedicata alla tua azienda. Affidati a un nostro consulente su axpo.com
Full of energy