

IL SETTORE



IL LIBRO BIANCO

Tutte le specializzazioni della comunicazione

Francesca Barbieri > pagina 10

Comunicazione, 85 «specializzazioni» in cerca di candidati

Francesca Barbieri

Dal corporate communication manager al film festival programmer, sono ben 85 le professioni della comunicazione distribuite tra undici aree, dalla comunicazione d'impresa alla produzione audiovisiva, passando per agenzie di comunicazione e web agencies, uffici stampa e pr, produzione per l'advertising, sales per l'advertising e le aziende, eventi culturali, testate giornalistiche, editoria musicale, editoria libreria ed editoria radio-tv.

Il censimento è stato realizzato nel «Libro bianco delle professioni della comunicazione 2017», edito da **Franco Angeli** e curato da Ruggiero Eugeni e Nicoletta Vittadini, docenti rispettivamente di semiotica dei media e di sociologia della comunicazione e di web e social media all'Università Cattolica di Milano.

Il libro, frutto di numerose ricerche e interventi di professionisti, aziende e associa-

zioni del settore, punta a offrire una bussola efficace e aggiornata per studenti, professionisti e formatori impegnati in questo ambito.

L'universo dei media digitali è articolato e complesso, in continua trasformazione: l'evoluzione tecnologica da una parte e un nuovo paradigma relazionale e interattivo con i consumatori dall'altra, hanno avuto un fortissimo impatto su formati, contenuti e linguaggi, ma anche rispetto alla professionalità che il mercato dei media richiede.

Passando in rassegna le diverse specializzazioni e restringendo l'obiettivo sulla comunicazione d'impresa, emerge che l'avvento del digitale ha «creato» nuovi profili, come digital strategist, Sem specialist, Seo specialist, content writer/editor, social media manager e community manager, e-commerce e online store manager, programmatic buying specialist, reputation manager.

«Aziende e agenzie cercano

figure specializzate nell'ambito della comunicazione digitale - si legge nel volume -, ma si scontrano con un ridotto numero di figure professionali presenti sul mercato altamente

specializzate. Sono parallelamente, però, aumentati i canali di contatto con le aziende (sito web, LinkedIn), aumentando così la ricezione di curricula».

Specie per i neolaureati che si affacciano sul mercato del lavoro ci sono opportunità crescenti. «La sinergia tra formazione e mondo delle imprese - si legge nel libro - diventa essenziale per offrire agli studenti una solida preparazione sui fondamenti della comunicazione e sulle diverse aree specialistiche e come occasione di confronto con il mondo del lavoro e delle sue richieste».

Ma quali sono le specializzazioni del futuro? A emergere sono Social media manager, digital strategic planner e digital Pr in base ai risultati di un'indagine condotta nel mese di lu-

glio 2016 su un database qualificato di 2.175 agenzie, in collaborazione tra Almed (Alta scuola in media, comunicazione e spettacolo dell'Università Cattolica), il master in digital communications specialist e Asso-com (Associazione aziende di comunicazione).

Le tre professioni citate in precedenza sono quelle ritenute maggiormente significative nel comparto nei prossimi cinque anni, rispettivamente con oltre il 40% di preferenze (massimo 5 risposte).

Due sono i punti chiave toccati da queste professioni: relazione (con gli utenti, i consumatori, gli stake holder e la stampa) e strategia, cioè la capacità di orientare in modo coerente le scelte aziendali.

Accanto a figure più tecniche, come l'e-commerce specialist (33,7% di preferenze) e il Seo specialist (30,7%), appare rilevante anche la figura del web analyst (29,2%), in grado di analizzare la gran quantità di dati che i media digitali producono.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL LIBRO BIANCO

Secondo la pubblicazione dell'Università Cattolica le figure più richieste sono social media manager e digital strategic planner

