

Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda

Comunicazione. Dal digital analyst all'editorial content specialist: ecco le 6 professioni più ricercate nei prossimi 5 anni

Bonomi: "Dobbiamo colmare il gap tra profili richiesti dalle aziende e competenze. Oggi il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile a questa divergenza"

Delogu: "Rafforzare la collaborazione con le università per aumentare l'occupabilità dei laureati"

Milano, 23 ottobre 2017 – ‘Digital analyst’, ‘Digital account sales’, ‘Digital marketer’, ‘Data visualization e dashboard designer’, ‘Social media manager’ ed ‘Editorial content specialist’: sono queste le sei professioni che da qui ai prossimi cinque anni saranno più ricercate nel settore della comunicazione. È quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda, che ad oggi conta più di 360 imprese tra le più importanti realtà produttive operanti sul territorio lombardo e nazionale per un totale di quasi 16mila dipendenti.

L'indagine, presentata oggi in Assolombarda durante l'evento “*Tecniche, mestieri e digital art*”, nasce con l'idea di offrire agli studenti delle facoltà di comunicazione, che hanno da poco intrapreso il loro percorso di studi universitari, uno strumento concreto di orientamento sulle figure più ricercate dalle aziende rispetto al loro ambito di studi.

“I giovani sono una risorsa indispensabile per le imprese e per il Paese perché sono il nostro futuro. Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze. Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008 – ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda -. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove ‘skills’ richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità”.

“L'incontro di oggi rappresenta un'importante occasione di dialogo con gli studenti e con le università per capire cosa aspettarsi dal mondo della comunicazione nei prossimi anni – ha dichiarato Andrea Delogu, Presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda e Vicedirettore Generale in seno alla Direzione Informazione del Gruppo Mediaset -. Crediamo, infatti, che orientare i giovani verso scelte più coerenti possa accrescere la loro occupabilità e, al contempo, che sollecitare le università sul valore della collaborazione tra mondo accademico e imprese rappresenti un fattore determinante per il placement dei laureati”.

Il mercato Entertainment & Media (E&M) sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi, crescendo con un CAGR del 3,9%.

Unità Media

Luca Bolzoni 02.58370.264 luca.bolzoni@assolombarda.it
Sabrina Perez 02.58370.296 sabrina.perez@assolombarda.it
Gigliola Santin 039 3638213 gigliola.santin@assolombarda.it
www.assolombarda.it - www.assolombardanews.it



Scheda – “Le professioni del futuro. Tecniche mestieri e digital art”

Sezione **entertainment**:

- Il **Digital analyst** ha il compito di realizzare analisi e proiezioni dei dati di vendita, dei risultati delle campagne marketing, delle abitudini di consumo e delle tendenze. Tiene sempre aggiornati i reparti artistici dell’azienda con report settimanali ed è responsabile delle analisi e dei KPI collegati ad artisti, campagne e streaming con focus sulle playlist di contenuti (musica, video, ecc.). Cura e aiuta a sviluppare le performance delle playlist e, inoltre, fornisce raccomandazioni strategiche in considerazione delle tendenze.
- Il **Digital account sales** si occupa di compiere analisi di mercato e dell’andamento delle vendite digitali dell’azienda. Deve anche realizzare analisi e previsioni sull’andamento di prodotti e di playlist sui vari partner streaming/download.

Sezione **comunicazione d’impresa**:

- Il **Digital marketer** è un esperto in comunicazione digitale a tutto tondo. In collaborazione con Social media manager, esperti SEO e SEM, sviluppatori e diversi specialisti del web, amministra e dirige le dinamiche più importanti che sottendono un progetto di web marketing.
- Il **Data visualization e dashboard designer** ha il compito di trovare le modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili dati di marketing, finanziari, amministrativi, di produzione, delle piattaforme digitali dell’impresa.

Sezione **editoria e comunicazione**:

- Il **Social media manager, community manager, digital media editor** gestisce i social media di un brand o di un’azienda, curandone il piano editoriale e proponendo iniziative rivolte alla community dei fan per stimolarne l’interazione e l’engagement. Pubblica contenuti di vario genere e gestisce di fatto il dialogo tra brand/azienda e community, alimentando e moderando le conversazioni sui social network.
- L’**Editorial content specialist** è una figura crossmediale in grado di utilizzare, nelle proprie specificità, i diversi media/piattaforme e strumenti tecnologici digitali (video editing, blog editing, social network, SEO writing) al fine di produrre contenuti multimediali, partendo dalla fase ideativa fino alla post-produzione e alla pubblicazione finale.