

# 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

