

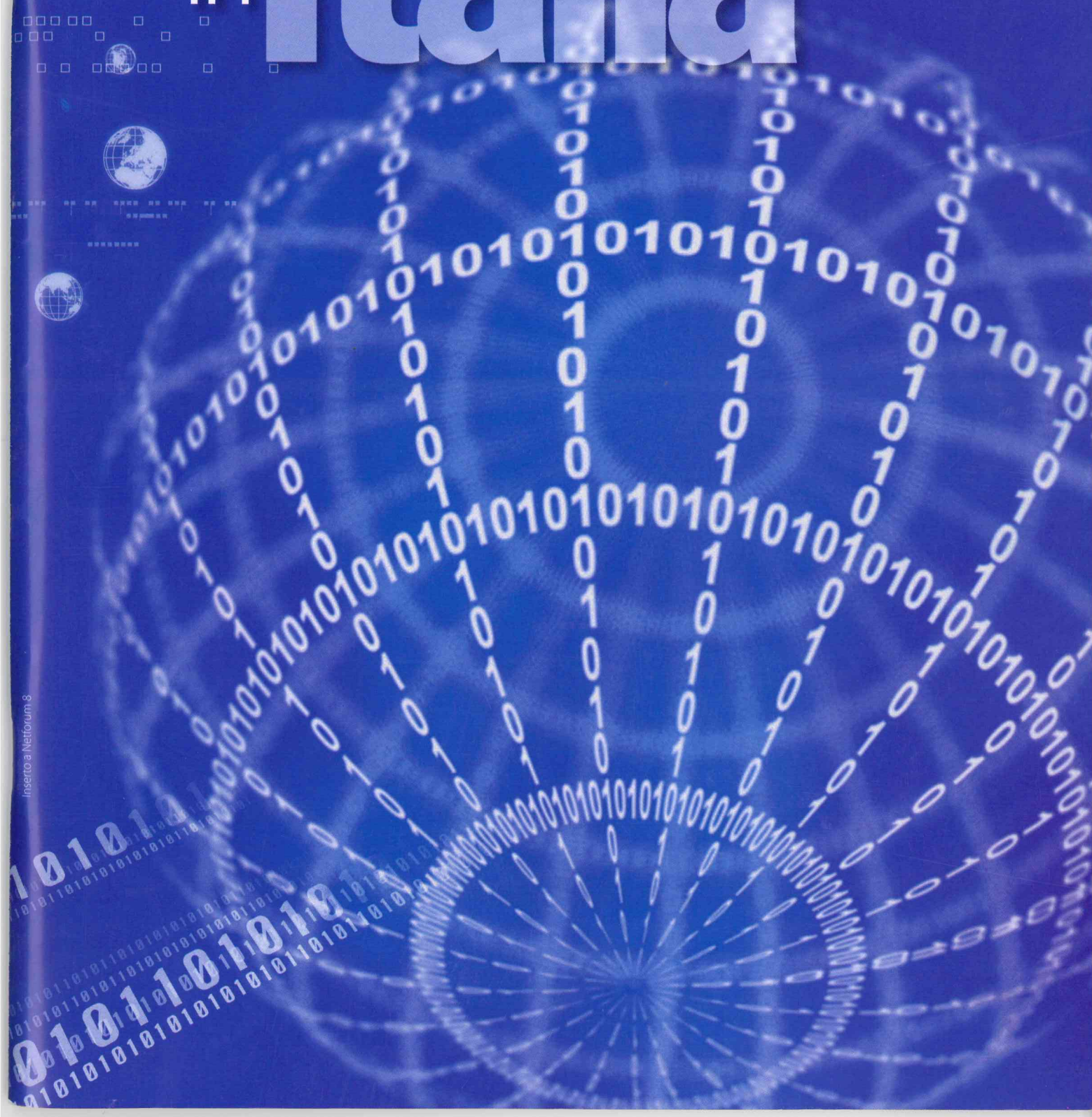
**iab.**italia

undicesima edizione

# La pubblicità interattiva in Italia



Inserto a Netforum 8





# IL MERCATO DEL LAVORO NEL SETTORE DIGITALE

**I** AB Italia in collaborazione con Medijobs.it, portale di annunci di lavoro specializzato nel marketing, media & entertainment, e CFI Group, istituto internazionale di ricerche di marketing, ha realizzato una ricerca con l'obiettivo di comprendere la mutazione del mercato del lavoro nel settore digitale a seguito della crisi. L'indagine è stata rivolta alle aziende associate IAB ed è stata svolta attraverso la compilazione di un questionario online.

## Avanza il mondo online, forte crisi per l'editoria tradizionale

Secondo gli intervistati il mondo del web rappresenta oggi il settore più attivo e a maggiore potenziale di espansione, in particolare i servizi online e l'e-commerce. All'estremo opposto gli intervistati indicano l'editoria tradizionale come il settore che sta vivendo la più grande fase di ridimensionamento, a eccezione dell'editoria online vista, invece, in forte espansione.

## Sempre più professionisti del web e figure commerciali

Tra le figure professionali con un potenziale di mercato più elevato nel mondo del lavoro spiccano quelle legate al marketing & comunicazione, in particolare per l'area web. Anche il settore commerciale si conferma un'area professionale che non teme crisi ed è in grado di offrire sempre opportunità professionali stimolanti. Come conseguenza della crisi dell'editoria ai primi posti tra le figure professionali che, secondo gli intervistati, saranno sempre meno richieste si trovano giornalisti, direttori editoriali e redattori. Anche il mondo universitario viene

visto come un mercato chiuso e in forte ridimensionamento.

## Addio al posto fisso, si cerca sempre più la flessibilità

Per quanto riguarda le formule contrattuali il posto fisso (contratto a tempo indeterminato) si conferma un miraggio. Quasi il 70% degli intervistati indica i rapporti di lavoro flessibili e la partita iva come le forme contrattualistiche più comuni adottate nei prossimi 3 anni.

## Le donne e il tetto di cristallo

Si registra una percentuale molto più elevata di titolari di azienda uomini rispetto alle donne (18% vs 2%). Nonostante le donne risultino mediamente più istruite rispetto agli uomini (82% laureate vs 67% laureati), il 46% degli uomini ha avuto un aumento di retribuzione rispetto al 2008 contro solamente il 27% delle donne.

## Cambiare lavoro: contano le relazioni e il network di conoscenze

I canali a maggiore utilità per cerca-

re o cambiare lavoro sono i network di relazioni (88%) e le segnalazioni (86%). Molto considerate anche le società di head hunting (59%). Poco utili le inserzioni sui quotidiani e anche l'invio dei CV direttamente alle aziende, fatta eccezione per i giovani (18-24 anni) che invece mostrano ancora una certa fiducia nel canale. Tra gli strumenti per cercare lavoro LinkedIn è considerato il più utile (72%), a seguire Monster (54%) e Medijobs (51%).

## Chi ha cambiato lavoro?

Il 37% degli intervistati dichiara di aver cambiato lavoro almeno una volta negli ultimi tre anni. Il 28% lavora nel settore marketing & comunicazione, il 20% nelle vendite e il 12% nella consulenza. Sono principalmente giovani professionisti (50% fino a 34 anni), laureati e nel 46% dei casi sono stati costretti a cambiare lavoro a causa di decisioni prese da parte dell'azienda (licenziamento, mobilità, ecc.). Il 29% di coloro che hanno cambiato lavoro dichiara che la retribuzione percepita è rimasta invariata rispetto al 2008 e per il 22% è addirittura diminuita.

## Settori in crescita o in grado di offrire maggiori opportunità professionali rispetto al 2008

(totale rispondenti: 343 - Multipla, massimo 3 risposte - primi 6 settori per importanza)

