

Risorse umane Trend

L'indagine Il sondaggio in collaborazione con Mediajobs e Cfi Group

Sette professionisti su 10: nella comunicazione il lavoro crescerà online

Le nuove assunzioni secondo Iab Italia

Buone notizie per i lavoratori della comunicazione. Il settore tradizionale ne assume pochi, invece quello online li cerca in continuazione. Se oggi chiedi agli esperti di marketing: dove c'è più possibilità d'impiego? La risposta è nel Web. Lo conferma un sondaggio di Iab Italia (Associazione dedicata all'advertising interattivo) in collaborazione con il portale Mediajobs e l'istituto CFI Group su campione di 4000 addetti ai lavori. I risultati parlano chiaro: l'espansione di Internet si sta velocizzando e per il 70% degli intervistati le nuove posizioni si aprono nel marketing e nella comunicazione digitale. Più defilati i profili tecnici: per il 43% del campione l'occupazione è nello sviluppo di siti e per il 32% nell'area del commerciale. Parlando in generale servizi (62%) ed e-commerce (55%) sono i canali delle «new chance» lavorative.

«Si tratta di dati realistici - spiega Roberto Leonelli, presidente e amministratore delegato

di dell'agenzia di stampa digitale Nurun Italia -, lo verifico nella mia società che occupa 1000 persone nel mondo. In Italia stiamo crescendo in fretta: adesso abbiamo sessanta dipendenti, di cui 20 entrati da poco, e pensiamo di assumere ancora 20 persone nei prossimi sei mesi per le sedi di Milano e Torino.

Effetto rete

Secondo l'88% degli intervistati il networking è fondamentale nella ricerca del lavoro

Gli skills più gettonati? Le lauree scientifiche, soprattutto ingegneria e informatica, per le posizioni tecniche e quelle umanistiche per i ruoli creativi». E' vero: i posti esistono, mancano i candidati qualificati. «I percorsi di studio non sono adeguati alla domanda - continua Leonelli -. E' difficile trovare persone con il know-how che cerchia-

mo, di conseguenza dobbiamo investire nella formazione interna, assumendo il doppio ruolo di accademia e datore di lavoro».

Dello stesso parere Salvatore Ippolito, vicepresidente di Iab Italia e direttore commerciale BU Portal e VAS di Wind: «La richiesta è così alta che bisogna pescare fuori dal settore dei nativi digitali - dice - e qui è complicato trovare persone competenti. Per ovviare a questo problema Iab Italia ha promosso il master in comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva in partnership con l'Almed dell'università Cattolica e quest'anno è alla seconda edizione».

Secondo il sondaggio il networking è fondamentale nella ricerca del lavoro (lo afferma l'88% degli intervistati). «L'ambiente è piccolo - commenta Ippolito -. Formiamo una sorta di distretto digitale dove tutti si conoscono e questo potrebbe essere un limite». La particolarità dell'impiegato digitale è che

Al via
a gennaio

Per formare profes
di Firenze (partirà

L'Oréal



Cinque borse da 15 mila euro

(i.co.) Cinque borse di studio da 15 mila euro ciascuna per sostenere la ricerca di 5 giovani studiose under 35 con titolo di studio in scienze della vita e della materia. A promuovere il premio «L'Oréal Italia per le donne e per la scienza» è la multinazionale della cosmetica francese in collaborazione con la Commissione Nazionale italiana per l'Unesco. Tra i giudici il professor Umberto Veronesi. Nel maggio 2011 l'assegnazione (nella foto alcune borsiste durante una passata cerimonia) mentre la domanda va presentata entro il 14 gennaio dell'anno prossimo.

4 mila

gli addetti ai lavori che hanno fatto parte del campione dell'indagine sulle nuove posizioni nella comunicazione

non ha problemi a cambiare spesso lavoro, almeno una volta ogni tre anni (37%). Unico neo è lo stipendio: spesso la busta paga diventa più leggera con il trasloco di scrivania. Effetto della crisi. Passerà.

Paola Caruso