

Al lavoro
nelle
professioni
creative:
i dati IED

Maggio 2020

Il tasso di collocamento, ad un anno dal diploma, dei creativi e progettisti che IED forma nelle aree del Design, della Moda, delle Arti Visive e della Comunicazione, si è attestato nel 2019 all'86% (dato Kantar 2019 relativo ai circa 10.000 studenti diplomati dell'intero gruppo IED). Questa percentuale non suggerisce solo un'ottima performance a livello di qualità della formazione offerta e di efficacia dei Career Service: vista infatti l'ampiezza del campione a cui si riferisce, l'analisi specifica dei dati di occupazione della sede più grande del network IED

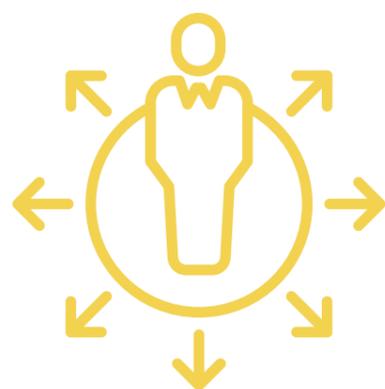
(quella di Milano) può aiutare a mettere in evidenza alcune tendenze attive nel mercato del lavoro nei settori creativi e nel rapporto che questo comparto instaura con i giovani professionisti.

Ma non solo dati: direzioni e tendenze in atto vengono delineate direttamente anche dai responsabili HR di grandi aziende e dai titolari di studi professionali che compongono l'ampio network produttivo che collabora con IED e che hanno deciso di contribuire a questa analisi offrendo il loro sguardo.

Albostreet



Lifelong Learning



**Soft Skill:
creatività, flessibilità
e reazione**



Digital Reputation



Personal Branding

I brand riconoscono qualità come **agilità e flessibilità** come prioritarie nella valutazione del candidato rispetto alle competenze legate alla posizione lavorativa che restano importanti, ma vengono date per scontate e ritenute “normali”. Oggi, sulle competenze specifiche della professione si sta affermando sempre di più la capacità di apprendere, ossia l'**attitudine**. Questa caratteristica è importantissima nel mondo del lavoro, significa essere audaci e creativi nell'affrontare nuove sfide, avere la capacità di esplorazione, tutti fattori essenziali all'interno delle nuove economie anche a fronte della recente emergenza sanitaria, che ha cambiato in poco tempo - e continuerà a cambiare - le abitudini di vita e di lavoro delle persone.

Andranno riviste le strategie aziendali a partire dal comparto HR, per dirigersi verso una modalità di lavoro sempre più delocalizzata e digitale.

Un'altra evidenza all'interno delle dinamiche di recruiting è quella della presenza online del candidato ovvero la possibilità che gli uffici HR hanno di indagare la rete e i profili social oltre ai mezzi tradizionali quali cv, portfolio e lettera di presentazione.

La **Digital Reputation** è uno degli argomenti caldi, già ormai da qualche tempo, su cui i player di settore continuano ad indagare. Secondo Adecco*** il 44,1% dei recruiter ammette di aver scartato un profilo CV sulla base di una digital reputation non idonea. Il **Personal Branding** dei candidati traspare in primo luogo dai canali “pubblici” e questo offre agli uffici HR un primo metro di giudizio per riconoscere la persona ideale per una determinata posizione in una specifica azienda che richiede determinati standard di riferimento.

Anche questo aspetto verrà accentuato dalla mancanza di possibilità di un colloquio vis-à-vis e quindi sarà sempre più importante tenerne conto quando si risponderà ad un job post.

La situazione IED

Dati placement

A partire da un'analisi dei dati dell'Ufficio Career andremo a delireare quali sono state le aree e le tipologie di professioni creative più richieste nel 2019 con un particolare focus sulla sede di Milano.

Gli studenti, nella fase conclusiva del loro percorso didattico, possono usufruire del servizio Career interno e presente in ognuna delle sedi IED e vengono accompagnati tanto nella preparazione del loro profilo personale e nella presentazione, quanto nella ricerca di posizioni di stage e/o lavorative post-diploma.

Le aree didattiche che IED copre con la sua offerta formativa sono quelle legate a Design, Moda, Comunicazione e Arti Visive.

Il servizio Career IED Italia vanta l'86% di collocamento ad un anno dal diploma (dati Kantar 2019) che si riferisce ai circa 10.000 studenti che l'intero gruppo forma ogni anno.

86%

**collocamento
ad un anno
dal diploma**

La sede di Milano a sei mesi dalla conclusione dell'anno accademico e dal diploma (luglio 2019 - dicembre 2019) ha analizzato la situazione degli studenti richiedenti il servizio Career e l'ha messa a confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente:

**dati percentuale inserimenti
in stage su richiedenti a**

**gennaio
2019** > **68%**

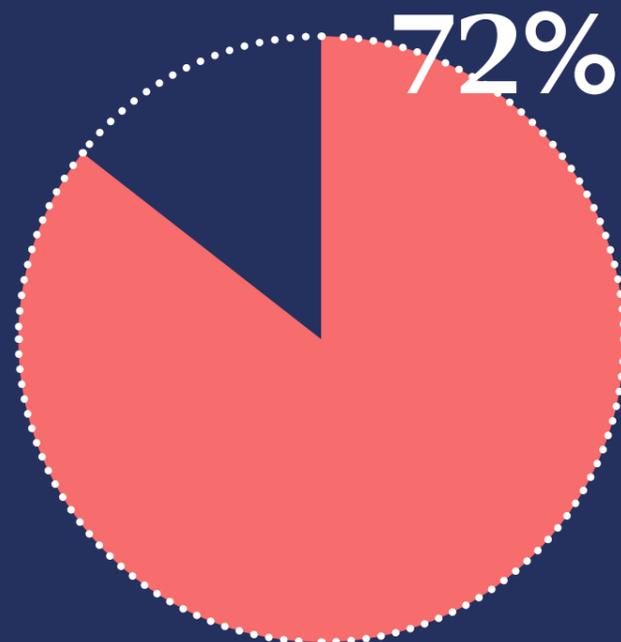
**dati percentuale inserimenti
in stage su richiedenti a**

**gennaio
2020** > **79%**

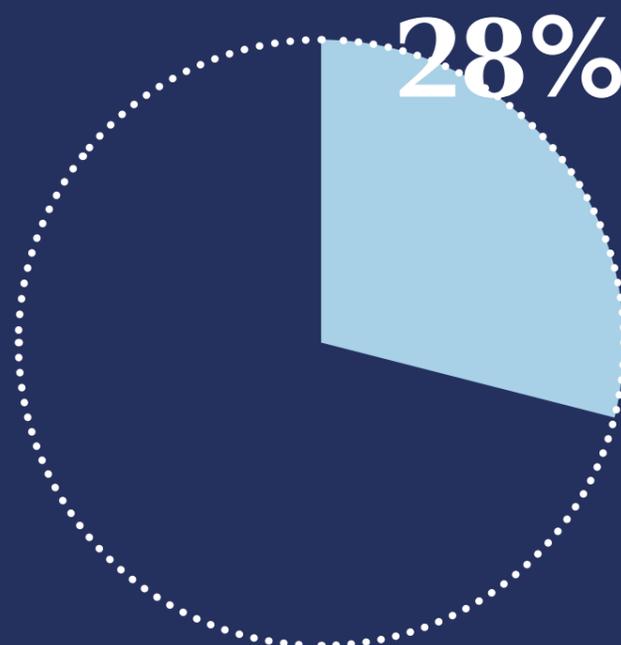
Questi dati si riferiscono ad un parziale del dato totale degli inserimenti che verrà aggiornato a giugno 2020 e restituirà il dato finale.

Possiamo comunque osservare come in sei mesi si sia già provveduto ad accompagnare umanamente e burocraticamente il 79% degli studenti che si sono rivolti all'Ufficio Career di tutte le tipologie di corso (triennale, master).

È possibile constatare inoltre un **incremento dei risultati dell'11%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.



Il 72% delle esperienze attivate (stage curriculare e extracurriculare, impiego) è attivato direttamente dal Career Service ovvero dalla richiesta diretta del servizio da parte dello studente.

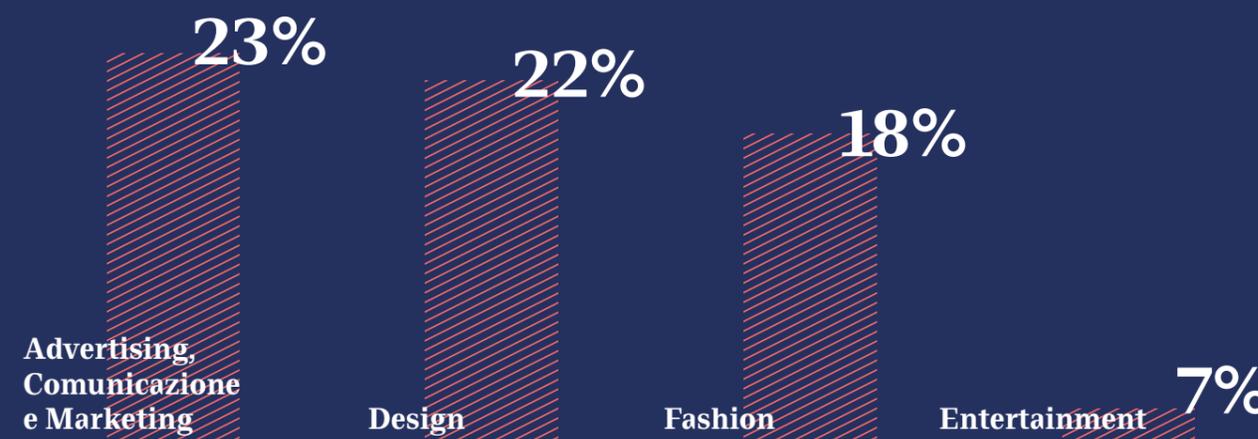


Il restante 28% delle esperienze post-diploma proviene da contatti diretti dello studente con i brand oppure da proposte dirette della faculty, che chiede ai giovani che ha formato, di entrare a bordo dei propri studi e attività.

Questo dipende dalle numerose opportunità di network professionale create dalla didattica e dalle progettazioni reali in collaborazione con le aziende; il Career Service in questi casi supporta comunque lo studente nel processo burocratico.

Già nel primo semestre dopo il diploma (luglio 2019 - dicembre 2019) il 18% degli studenti ha un vero e proprio contratto di lavoro (non stage).

Le tipologie di aziende di maggiore destinazione dei diplomati IED Milano, per ogni tipologia di corso (triennali, master) e area, appartengono ai seguenti settori:



Per quanto riguarda i diplomati in uscita da **corsi triennali**, le tipologie aziendali in cui vengono attivati maggiormente stage sono così ripartite:

- **design** → 25%
- **fashion & luxury** → 24,3%
- **advertising, comunicazione e marketing** → 19,9%
- **entertainment** → 7,7%
- **new media** → 2,8%
- **pharma & healthcare** → 2,1%

Con numeri minori compare nell'elenco dei settori aziendali di destinazione anche la categoria **Pharma & Healthcare** (2,1%). Un dato che potrebbe stupire, se abbinato all'idea di professione creativa a cui siamo abituati, ma che racconta di come le aziende abbiano bisogno di maggiore contaminazione a livello di processo progettuale per inserirsi in un mondo sempre più fluido con una metodologia di "pensiero creativo".

I maggiori settori aziendali in cui si collocano gli studenti in uscita da un **corso Master** sono invece:

- **advertising, comunicazione e marketing** → 33,2%
- **fashion & luxury** → 18,4%
- **design** → 12,2%
- **ICT (Information and Communications Technology)** → 11,6%
- **publishing** → 4,5%
- **società di consulenza** → 2%

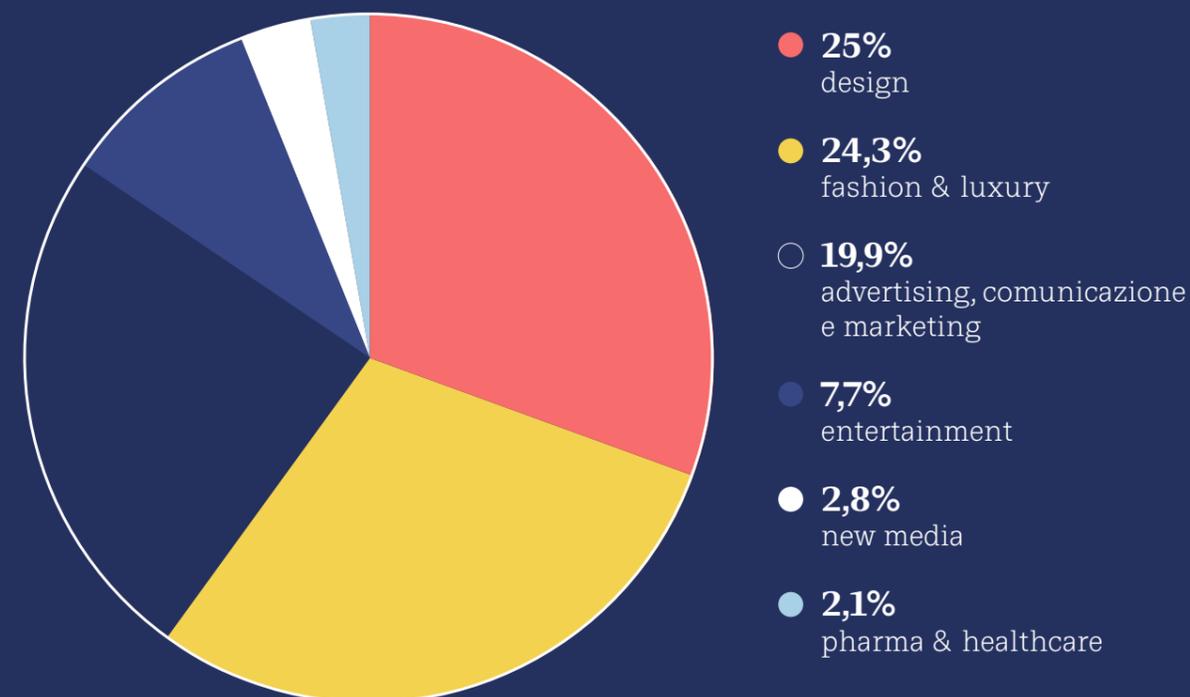
Il dato più sorprendente è quello legato all'aumento della richiesta nel comparto **ICT - Information and Communication Technology**, settore molto tecnico che indaga la trasmissione ed elaborazione di dati e informazioni. Segno che la metodologia didattica IED si adatta perfettamente anche all'approccio di materie più tecniche e analitiche. **La "creatività" oggi si estende in tutti i settori aziendali insieme alla sua metodologia, il Design Thinking.**

Altro dato interessante è quello legato alle società di consulenza in cui circa il 2% degli studenti in uscita da un corso Master si colloca agli inizi del suo percorso professionale. Le società di consulenze manageriali dimostrano sempre più interesse nell'acquisizione di profili creativi; anche in questo caso la creatività si inserisce in un contesto a cui non viene abitualmente associata a seguito del riconoscimento del valore aggiunto della metodologia di pensiero e quindi per una conseguente crescita e aumento della profittabilità.

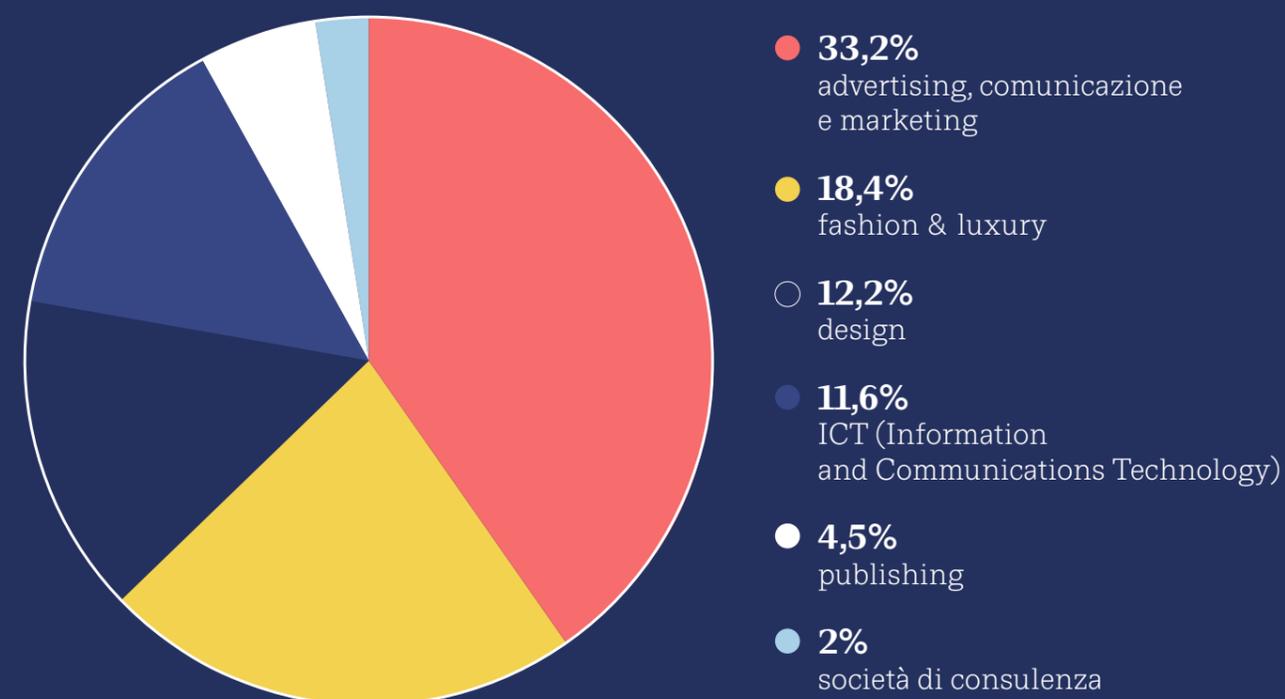
Questa tendenza viene confermata anche dalla letteratura di settore e soprattutto delle grandi società di consulenza manageriali come Bain e McKinsey**** che si interrogano sul valore di business del design, rivalutando questo mondo. Un tempo infatti, queste società, facevano solo consulenza strategica ai propri clienti che poi si rivolgevano ad agenzie creative per lo sviluppo del progetto.

Accenture è stata la prima società di consulenza ad avviare una business unit nel marketing digitale, Accenture Interactive, nata come start-up nel 2001 e formalmente lanciata sul mercato nel 2009 che, secondo l'Agency Report 2020 di AdAge, è oggi la più grande digital agency al mondo. Nel corso degli ultimi anni ha arricchito il suo team di competenze eterogenee, sia tramite acquisizioni (oltre 15 quelle messe a segno negli ultimi due anni), sia tramite la crescita del proprio team. Alla base dell'affermazione di Interactive sul mercato mondiale c'è la consapevolezza che **non è possibile oggi una separazione tra creatività, business e tecnologia**: la creatività infatti permea tutto ciò di cui l'agenzia si occupa, dalla progettazione di un prodotto, all'interfaccia di un'applicazione, per arrivare fino al marketing e alla comunicazione.

Triennali



Master



Alcuni degli ex studenti decidono anche, di intraprendere la **libera professione** collaborando con le aziende. I brand sempre di più si affidano a consulenti appartenenti alle professioni creative per progetti specifici, questo conferma il bisogno di un approccio progettuale nuovo ed esterno che contribuisca alla buona riuscita delle attività. Si ripresenta la situazione riscontrata per il settore Pharma & Healthcare con la differenza che i nostri neo-diplomati in alcuni casi non vengono inseriti direttamente in organico dai brand ma decidono di lavorare su singole progettazioni come liberi professionisti e consulenti.

Alcuni dei brand in cui gli studenti iniziano il loro percorso dopo il diploma, sono gli stessi che partecipano alle progettazioni didattiche offrendo l'opportunità agli studenti di immergersi e "allenarsi" su progetti reali con obiettivi di crescita aziendale ma allo stesso tempo questo tipo di brief offre alle aziende stesse la possibilità di testare la validità della metodologia didattica IED per poi valutare possibilità di stage.

Tra queste aziende possiamo elencare alcuni nomi come:

Accenture, ADD, ADI, AGM Arredi, AKQA, Alexander McQueen, Ariston Thermo Group, Armando testa, BCUBE, Berhardt & Vella, Brunello Cucinelli, Calzedonia, Cari & Ubertis, Circular Agency, Colombo Yacht, D1 Milano, Deloitte, Doing, EDI (effetti digitali), Etro, Fandango, FCB Milano, Ferrari Group, Gabriele Colangelo, Generli, Giorgio Armani, Gucci, Haier, Havas Group, Hugo Boss, I AM A BEAN, Ikea, Kasanova, Kemistry of Style, Kering, L'Officiel Italia, Luxottica, LVMH - Acqua di Parma, M&C Saatchi, Milestone, Missoni, Moncler, Mondadori, Moschino, Movigrup CST, Movimenti Production, NGG Group, Piaggio Spa, Pinko, Racoon Studio, RBA; RCS, RDS, Sant'AMBrogio Milano, Scarpa Spa, SKY, Slam Jam, Studio Fabio Verdelli, Studio Patricia Urquiola, TBWA Roma, The Big Now.





Il Career Service IED

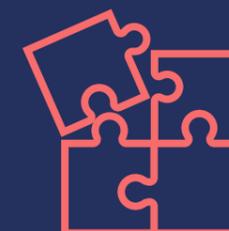
Lo stretto rapporto con aziende, agenzie, organizzazioni e associazioni è parte integrante del percorso formativo. Al fine di favorire l'ingresso di ogni studente e neo-diplomato nel mondo del lavoro, IED favorisce la relazione e lo scambio con le realtà professionali organizzando occasioni di incontro e affiancando tutti gli interessati nella preparazione di CV e portfolio e nella ricerca di stage e collaborazioni, fornendo inoltre tutto il supporto necessario per l'attivazione di tirocini. Il Career Service ha l'obiettivo di agevolare gli studenti nei contatti con il mondo del lavoro attraverso un'attività personalizzata di consulenza e monitoraggio. Già durante il percorso di studi, gli studenti hanno la possibilità di incontrare società esterne e partecipare a colloqui di selezione.

Il Career Service IED ogni anno rivede e integra i servizi allo studente modulandoli sui **trend del mercato del lavoro**, grazie al suo continuo scambio e confronto con le aziende e i loro dipartimenti HR.

A fronte delle considerazioni di scenario e delle diverse occasioni di confronto emerse durante le tavole rotonde tematiche dell'evento **Job Future Days**, per l'anno accademico 20/21, i temi chiave delle attività proposte agli studenti avranno due focus principali:

- **digital reputation:** come permettere allo studente di comunicare la propria professionalità attraverso i suoi profili social, oggi uno dei primi punti di ricerca informazione da parte delle Risorse Umane
- **public speaking:** comunicare efficacemente se stessi e il proprio lavoro.

I servizi del Career Service:



Job Future Days

giornate formative in cui noti brand di Design, Moda, Comunicazione e Arti Visive incontrano gli studenti. Tavole rotonde e presentazioni sui temi chiave del loro lavoro e sul futuro delle professioni creative. L'occasione per i futuri professionisti di confrontarsi anticipatamente con quello che sarà l'ambiente lavorativo che li aspetta al termine del loro percorso in IED.

Challenge Days

alcuni brand "sfidano" gli studenti IED mettendoli alla prova con brief estemporanei. Un'occasione per misurarsi con la realtà lavorativa permettendo alle aziende di notare alcuni dei nostri talenti e sperimentare la qualità della metodologia IED.

Recruiting Session

vere e proprie sessioni di colloqui organizzati con specifici brand a seconda delle loro necessità. Gli studenti che partecipano sono selezionati dallo staff dell'Ufficio Career per affinità di competenze con la posizione ricercata dall'azienda.

Career Talk with Career Round Table

meeting con HR manager e specifiche figure che incontrano lo studente restituendo loro la propria testimonianza. Una serie di incontri ispirazionali che aiutano i giovani talenti IED a trovare la propria strada attraverso esempi e case di successo per approfondire trend del settore e il futuro del mercato del lavoro.

Prescreening, Profile Matching, Application

il Career Service segue in ogni fase tutto il processo di "accompagnamento" al colloquio indicando innanzitutto all'azienda solo profili compatibili con la sua ricerca, preparando al meglio il candidato e successivamente seguendolo nella fase di attivazione stage comprensiva della sua gestione burocratica.



Durante il percorso accademico lo studente IED ha modo di confrontarsi con professionisti del settore, acquisire e sviluppare le competenze tecniche.

Questo approccio formativo contribuirà a costruire la sua professionalità ma non è sufficiente se non accompagnato dallo sviluppo di altre competenze e da una strategia su come affrontare il primo approccio con il mondo del lavoro: qui entra in gioco l'Ufficio Career Service e tutto il suo staff.

Questo ufficio, presente in ognuna delle sedi IED, offre allo studente un servizio personalizzato e la possibilità di partecipare a diverse attività durante l'anno propedeutiche alla costruzione della sua "professionalità". Ogni studente, quando richiede il servizio, viene affiancato da una persona dello staff che lo supporta nella preparazione del proprio curriculum vitae, attraverso incontri individuali, con lo scopo di mettere in luce non solo le competenze tecniche ma anche le caratteristiche personali, contribuendo a creare consapevolezza anche nel candidato stesso.

Vengono organizzati periodicamente momenti di formazione in aula con esperti del settore che aiutano gli studenti a prepararsi ad affrontare un colloquio di selezione ed eventi in collaborazione con le aziende come i Job Future Days, i Career Talk, CV Check e veri e propri colloqui di selezione.

La responsabilità del nostro ufficio è duplice: accompagnare gli studenti per entrare al meglio nel mondo del lavoro e garantire alle aziende e le realtà che operano nel mondo di Design, Moda, Comunicazione e Arti Visive a livello nazionale e internazionale, un servizio di scouting. Anche quest'anno gli alti numeri confermano l'efficacia del servizio e possiamo vantare un tasso di occupazione pari all'86% ad un anno dal conseguimento del diploma. Siamo convinti che il forte legame con il mondo del lavoro e la preparazione che offriamo ai nostri studenti per diventare i professionisti del domani, siano il punto di forza del Career Service IED."

*Clelia Bergna - Responsabile Career Service
e Coordinamento Career IED Italia*



IED Alumni

Il **Network IED Alumni** è stato creato per connettere gli ex-alunni IED, presenti e futuri, per rimanere in contatto con il mondo della creatività e tenersi aggiornati nei settori di Moda, Design, Arti Visive e Comunicazione.

Sulla piattaforma IED Alumni gli ex studenti possono trovare compagni di classe, opportunità di lavoro, molti programmi di apprendimento continuo, nonché i contatti necessari per fare network, avviare un'attività, farla crescere, diversificare le esperienze lavorative o semplicemente trovare ispirazione, mentre le aziende possono trovare promettenti talenti, coinvolgerli e persino metterli alla prova con progetti stimolanti o collaborazioni.

iedalumni.com

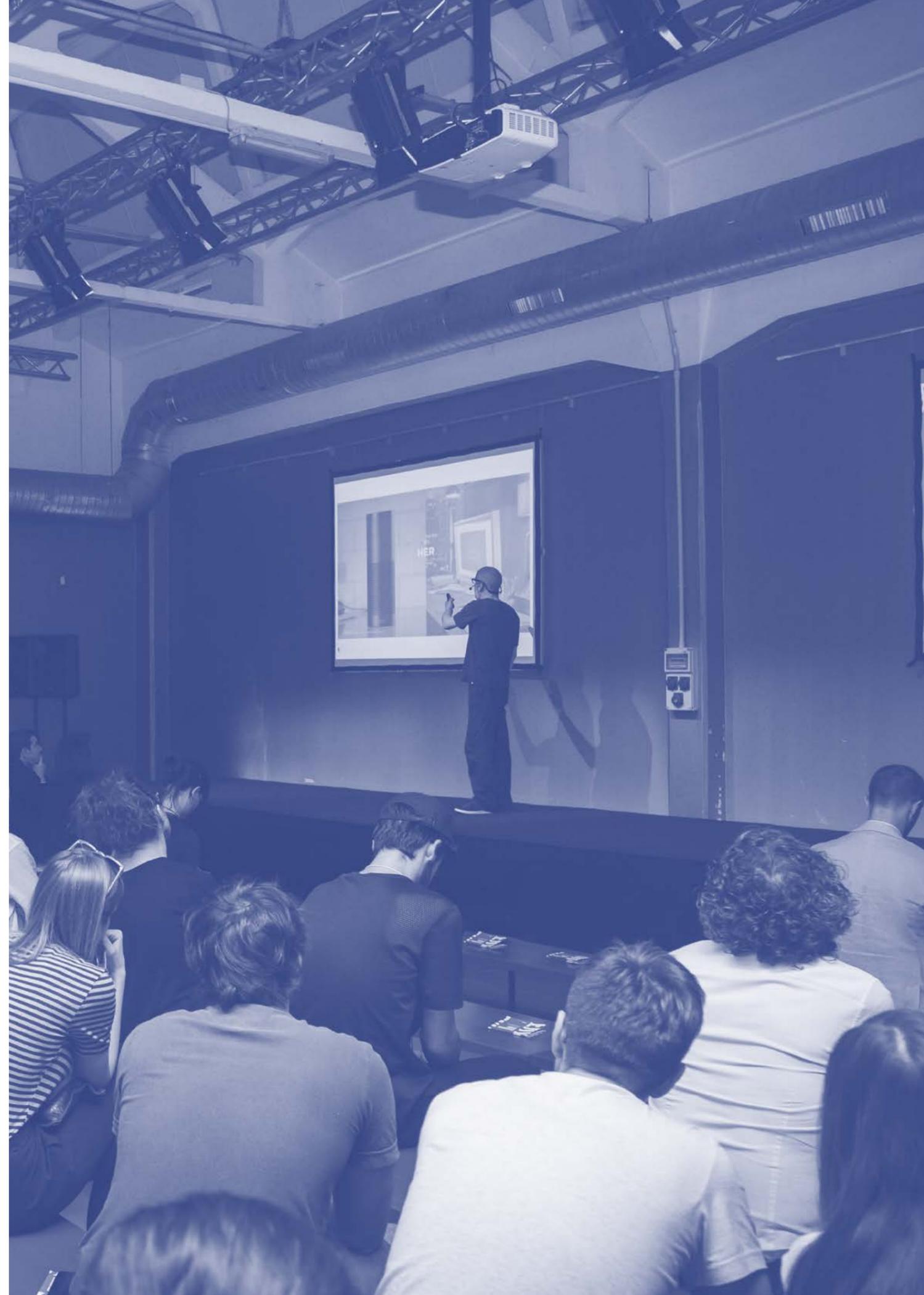


IED e le Aziende

La nostra rete di design italiana al 100% offre un'esperienza educativa contemporanea, creativa e innovativa nel campo della Moda, del Design, delle Arti Visive e della Comunicazione dal 1966. Grazie a un approccio di progettazione integrato in modo univoco in tutte le discipline, IED forma professionisti con un'autentica mentalità interculturale, promuove progetti reali in collaborazione con leader del settore, promuove un ambiente integrato peer-to-peer e colma il divario tra teoria e pratica, dando vita a studenti con carriere straordinarie. Ogni anno sono molte le realtà professionali che si interfacciano con IED e scelgono di condividere i propri valori ed expertise con gli studenti e i professionisti.

I brand collaborano alla progettazione della didattica di corsi Triennali e Master lanciando agli studenti progetti reali. Anche sui corsi di Formazione Avanzata e Specializzazione sono molte le aziende che collaborano mettendo in campo Borse di Studio e legandosi ai corsi come partner progettuali.

Questa continua contaminazione permette a IED di aggiornare in continuazione la propria offerta didattica basandosi sulle reali esigenze e cambiamenti del mercato del lavoro e nello specifico delle professioni creative.



Le possibilità di collaborazione tra IED e le aziende:



Progetti Didattici e Progetti di Tesi:

sviluppo di progetti a partire da un brief reale sia per i corsi Triennali sia per i corsi Master e dell'area Formazione Continua



Speech:

per condividere le conoscenze e promuovere il brand agli studenti e le altre aziende partner



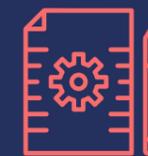
Scholarship:

un'opportunità per i brand di supportare studenti meritevoli



Continuing Education:

una formazione continua per approfondire e dare un boost alla carriera



Progetti Speciali:

i brand presentano sfide a gruppi multidisciplinari di studenti per ottenere soluzioni personalizzate dando loro l'opportunità di lavorare su progetti reali



Partnership:

creare e sponsorizzare un particolare corso costruito attorno al brand o al suo business



Tailor-made:

corsi e programmi creati su esigenze specifiche di business dei brand



Alumni Job Platform:

mettere in contatto i neodiplomati IED con brand e community di professionisti



Eventi:

dedicati ai brand per attività di recruiting e di employer branding con l'occasione di un'esperienza immersiva con rappresentanti della Gen Z



Internship:

mettere in contatto talenti IED con le aziende per collocazioni a breve termine, seguendo tutte le fasi del processo comprese le procedure burocratiche

Job Future Days

L'ufficio Career è uno dei dipartimenti IED che opera a stretto contatto con le realtà aziendali di settore e da questi scambi virtuosi nascono attività come i Job Future Days che, nell'edizione digitale di maggio 2020, hanno visto la partecipazione di brand come **3M, Accenture, Davines, Doucal's, Eurosearch Consultant, Integer, Ogilvy, Promotion Tag, TBWA, Trident Music** e alcuni studi professionali come **Antonio Facco Studio, Fabio Verdelli Studio e Francesco Cara Entrepreneur.**

Ai professionisti intervenuti abbiamo chiesto **come evolverà il mercato del lavoro** in base alla loro esperienza nel settore e come potrebbero cambiare le modalità di approccio ai talenti creativi in seguito alla situazione attuale di impossibilità di incontrarsi di persona, con la necessità di limitare i contatti. Le loro risposte hanno confermato e indagato alcune delle evidenze emerse in precedenza ovvero la necessità di interrogare il candidato per verificarne le **soft skill**: a riguardo, emergono in quasi tutte le risposte qualità come curiosità e capacità di adattamento ai cambiamenti. Per testare queste attitudini del candidato alcuni brand mettono in campo delle vere e proprie challenge sotto forma di Hackathon o utilizzando la gamification; anche la stessa opportunità di internship si rivela essere la perfetta occasione per rivelare le proprie specificità e garantirsi una permanenza in azienda.

Emerge sempre più l'esigenza di affiancare alla selezione tradizionale fatta di colloqui **vis-à-vis** quella digitale: i brand si affidano sempre di più a piattaforme quali LinkedIn e ai profili

professionali del candidato come sito e portfolio online. Nel settore creativo resta comunque molto importante anche il passaparola e il contatto con le scuole che formano i professionisti del futuro perché permane l'esigenza di arricchire il proprio organico con nuove visioni e nuovi approcci che possono essere portati dai più giovani.

Le tendenze che le aziende stavano rilevando e che ritengono verranno accentuate dalla recente emergenza sanitaria sono sicuramente la rapida diffusione e implementazione delle attività da remoto e la crescita dell'importanza delle capacità umane per garantire la continua possibilità di sviluppo e adattamento, anche a fronte di cambiamenti drastici.

Conclusioni

A fronte di un efficace lavoro da parte del Career Service nel lavoro di collocamento dei neodiplomati IED (un servizio consulenziale molto articolato e in continuo “aggiustamento” in base alle evoluzioni dei mercati e delle necessità aziendali), i dati analizzati mostrano la forza dell’impiego diretto, dovuto all’estrema rilevanza della rete aziendale e professionale che ruota attorno a un Istituto come IED, una rete con cui gli studenti vengono a contatto durante il percorso di studi e partecipando a progetti speciali in extra-didattica. La presenza di professionisti e aziende nelle aule procede parallelamente con la possibilità da parte dei brand di testare in maniera diretta le competenze, il talento e la metodologia didattica IED, per poi valutare una possibilità di impiego. Si è visto come alcune delle aziende in cui gli studenti iniziano il loro percorso dopo il diploma sono le stesse che partecipano alle progettazioni didattiche, offrendo l’opportunità agli studenti di immergersi e “allenarsi” su progetti reali con obiettivi di crescita aziendale. La forza del network va però anche oltre, mantenendo connesso il mondo post formazione: ciò è consentito dalla nuova piattaforma IED Alumni, che connette oltre 6.000 neodiplomati e professionisti a livello internazionale usciti dall’Istituto Europeo di Design.

Ma di che tipo di impiego si parla per i neodiplomati nelle discipline creative? Già nel primo semestre dopo il diploma (luglio 2019 - dicembre 2019) il 18% degli ex-studenti ha un vero e proprio contratto di lavoro diverso dallo stage, che invece interessa la restante parte. Di fianco ai settori

di impiego più “attesi” per i diplomati in ambito creativo sia dei corsi Triennali sia Master (i più rappresentati sono design, fashion & luxury, advertising, comunicazione e marketing, entertainment, new media), abbiamo visto come a “stupire” sono le percentuali di impiego in settori meno consueti per un professionista della creatività. Un 2,1% dei diplomati Triennali lavora nell’area Pharma & Healthcare, dato che racconta di come le aziende abbiano bisogno di maggiore contaminazione a livello di processo progettuale, per inserirsi in un mondo sempre più fluido con una metodologia di “pensiero creativo”.

Per i diplomati Master sorprende invece un 11,6% impiegato nel comparto ICT - Information and Communication Technology, dato in crescita che sottolinea l’aumento della richiesta anche in un’area molto tecnica come quella della trasmissione ed elaborazione di dati e informazioni, segno che la metodologia didattica IED si adatta perfettamente anche all’approccio di materie più analitiche.

La “creatività”, dunque, oggi si estende e contamina tutti i settori aziendali insieme alla sua metodologia, dall’applicazione quanto mai trasversale: il Design Thinking.

Infine, dai pareri emersi dai responsabili HR delle aziende intervenute ai Job Future Days e dai titolari di importanti studi professionali, emerge la conferma - ora più che mai - dell’importanza delle soft skill, curiosità e capacità di adattamento ai cambiamenti in primis. Interessante notare come, per testare queste attitudini, alcuni brand mettano in campo delle vere e proprie challenge sotto forma di Hackathon o utilizzando la gamification, quando la stessa sola opportunità di internship non è sufficiente. Riguardo al prossimo futuro lavorativo, indirizzato e “deviato” dalla crisi Coronavirus, emerge invece per forza di cose l’implementazione delle attività da remoto che, se da un lato porta a una maggiore importanza delle capacità “umane” e dello spirito di adattamento, dall’altro profila all’orizzonte nuovi processi tecnologici come l’automazione nella selezione sfruttando l’intelligenza artificiale anche nell’ambito HR.

Sitografia

***MICHAEL PAGE**
“Che futuro si prospetta per il lavoro?”

****CEGOS**
“Barometro 2019: transformation, skills & learning”

*****Adecco**
“Work Trend Study 2019: il social recruiting”

******McKINSEY AND COMPANY**
“The Business Value of Design”

Adecco Report 2019



Progetto a cura di:

Clelia Bergna - *Responsabile Career Service & Coordinamento Career IED Italia*

Content Production e Ufficio stampa:

Angelica Bragheri - *Ufficio Marketing IED Milano*

Filippo Nardoza - *Ufficio Comunicazione e Progetti Speciali IED Milano*

Progetto grafico:

Carlo Amico - *Ufficio Comunicazione e Progetti Speciali IED Milano*