

Al dipartimento di Scienze Geologiche dell'Università di Catania una "due giorni" che ha coinvolto circa 200 studenti, formatori ed aziende

Mercato del lavoro *post laurea*, istruzioni per l'uso

Pasquino, l'esperto di *marketing*: "Per scoprire il proprio talento un giovane deve sapere ciò che vuole"

Due giorni di contatto ed interazione tra chi si affaccia sul mondo del lavoro e chi invece vi è già dentro ai massimi livelli: presso il dipartimento di Scienze Geologiche dell'Università di Catania si è svolto, il 15 ed il 16 novembre 2009, il congresso nazionale The One organizzato dall'Aiesec (Association Internazionale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales), l'associazione studentesca più diffusa al mondo, con oltre 35.000 membri in 107 diversi Paesi.

"Catania - ha spiegato ai nostri microfoni Gianluca Nigro, vicepresidente di Aiesec Italia - è una delle migliori sedi che abbiamo e, tramite un bando interno, è riuscita ad aggiudicarsi l'organizzazione dell'evento. L'obiettivo è creare un ponte tra l'Università ed il mondo del lavoro al fine di far comprendere agli studenti come poter divenire essi stessi protagonisti del panorama imprenditoriale italiano ed internazionale: imprenditoria che sia sempre più responsabile".

L'evento ha coinvolto circa duecento studenti e si è caratterizzato per l'agenda ricca d'impegni: ad inaugurare la due

giorni di incontri è stato il *Grand Opening* di presentazione, svoltosi alle ore 10:00 del mattino di martedì 15 Novembre presso l'aula Ovest, nel quale le linee guida dell'evento sono state illustrate da manager e delegati delle principali aziende partner dell'Aiesec: Vodafone Italia, L'Oréal, PricewaterhouseCoopers e Sam Headhunting. A seguire e per i due

L'evento è stato promosso dall'Aiesec, associazione studentesca più diffusa al mondo

giorni successivi, gli studenti hanno potuto scegliere tra i vari *workshops*, *panel discussions* e *working groups* tematici proposti dalle aziende: gestione e ricerca dei talenti, addestramento e sviluppo dello staff, ricerca della diversità sul mercato e potenzialità del lavoro di gruppo sono stati i principali temi di di-



Orecchini, Ricotti, Agnello, Pasquino, Nigro, Ghirardi, Orestano (ap)

scussione. "Per scoprire il proprio talento - ha spiegato Mario Pasquino, A. D. dell'Istituto Superiore di marketing a Roma - un giovane deve avere tanta voglia, deve studiare molto, ma soprattutto deve sapere esattamente ciò che vuole". Non è mancato il dibattito teorico sul tema dello sviluppo sostenibile, grazie alle originali dimostrazioni proposte da Paolo Ricotti, della Placet Life Economy Foundation. Alle lezioni frontali è stata preferita in generale la forma seminariale e del lavoro di gruppo: la L'Oréal e la PricewaterhouseCoopers in particolare hanno presentato dei veri e propri casi aziendali, sfidando gli studenti nella risoluzione degli stessi e nella ricerca di idee innovative.

Hanno sollevato particolare interesse anche i *panel discussions*, vere e proprie tavole rotonde tra studenti ed imprenditori locali, ai quali hanno partecipato tra gli altri Federalbergatori, Sifi ed Aligrup: la valorizzazione del prodotto, materiale ed immateriale, del luogo di appartenenza è stato infatti uno dei temi conduttori della due giorni di incontri che si è conclusa alle ore 19.00 di mercoledì 16.

L'evento tenutosi a Catania ha rappresentato una vera e propria prima nazionale costituendo l'apertura di un percorso lungo, che toccherà altri venti capoluoghi italiani e che culminerà nel mese di Maggio con le giornate conclusive che si terranno a Roma.

Alessandro Petralia

Workshop PLEF: quale sviluppo sostenibile?

Uno degli Workshop più interessanti è stato quello tenuto da Paolo Ricotti, responsabile della Onlus Placet Life Economy Foundation, che dal 2003 si occupa della promozione dei principi della sostenibilità nella gestione d'impresa. Proprio di sviluppo sostenibile si è parlato nell'aula B del dipartimento di Scienze Geologiche. Punto di partenza l'analisi del "Diagramma del Collasso", il modello di declino della società attuale elaborato da scienziati del MIT di Boston nel 1972 che ha collocato, in base all'odierno regime di sfruttamento delle risorse naturali, di alimentazione, di incremento della popolazione, di produzione industriale e di inquinamento, il crollo della popolazione mondiale nell'anno 2050: punto di approdo la previsione di un nuovo modello economico prefigurabile già a partire dal 2020.

Un modello che, prescindendo sia dalla logica della crescita, che della decrescita (contrapposta alla prima), punti ad uno sviluppo per trasformazione dei bisogni della società mondiale con decremento dei consumi materiali ed aumento di quei consumi immateriali portatori di immenso valore aggiunto. Evoluzione parallela a quella individuale, che vede l'uomo emanciparsi dai bisogni materiali per approdare a quelli spirituali: un modello di sviluppo sostenibile nel quale il concetto di profitto non va in declino ma evolve in quello di creazione del valore, divenendo una normale sottocategoria del valore aggiunto.

