

In Fiera Il 9 e 10 febbraio torna la kermesse Alma Orienta: «in vetrina» 23 facoltà. L'anno scorso parteciparono 14 mila persone

I laureati che faranno l'impresa. Riecco il Career Day

Terzo anno per il giorno di incontro tra studenti e imprese: dai leader locali alle grandi corporation

L'Università cerca le nuove matricole. E al tempo stesso mette in contatto i suoi laureandi e laureati con il mondo del lavoro. Per il terzo anno torna Alma Orienta, l'evento organizzato dall'Ateneo con il supporto di Emblema che propone da un lato i percorsi formativi offerti e dall'altro gli inserimenti lavorativi messi in campo dalle aziende. Due le giornate dell'orientamento in Fiera, il 9 e 10 febbraio, in cui le ventitré facoltà si presentano negli spazi ai padiglioni 31, 32 e 33. Una soltanto, il 10 febbraio, quella del Career Day al padiglione 35, a cui partecipano oltre cinquanta aziende, il 20 per cento delle quali partecipano per la prima volta. Non solo importanti realtà locali come Gruppo Hera, Bonfiglioli, Amadori, Gruppo Maccaferri, ma anche aziende nazionali e internazionali come KPMG, L'Oréal, Yoox, Procter&Gamble, Ansaldo, Abercrombie&Fitch.

«In un momento in cui le aziende riducono o azzerrano il budget per eventi di questo tipo Alma Orienta, evento unico a livello nazionale, non conosce crisi», assicura Tommaso Aiello di Emblema e coordinatore della manifestazione. «Con questo evento — dichiara il prorettore agli studenti Roberto Nicoletti — l'Ateneo esce dall'autoreferenzialità e ottiene segnali importanti per il proprio lavoro formativo, sia dalle richieste degli studenti che dalle esigenze manifestate dal mondo del lavoro».

Partiamo dall'orientamento per gli studenti delle superiori che desiderano iscriversi all'università. L'anno scorso hanno partecipato quasi 14 mila maturandi, più del 43 per cento di loro si è successivamente immatricolato all'Ateneo. Erano soprattutto donne (il 61,3 per cento), provenienti non solo dalla nostra regione (il 67,4). Quasi il 70 degli studenti proveniva dai licei, il 21,6 dagli istituti tecnici, il 4,1 dai professionali. Al primo posto degli interessi (e delle richieste)

la facoltà di Economia. «Le ricadute di questa attività sono importanti — sottolinea Nicoletti —, una quota parte degli abbandoni al primo anno sono infatti dovuti a una scarsa informazione e a un orientamento deficitario». Ragazzi, insomma, che si iscrivono a una facoltà non sapendo bene a cosa andranno incontro.

Per il Career Day i ragazzi non solo lasciano il proprio curriculum e assistono alle presentazioni aziendali, ma possono anche essere invitati per un colloquio a tutti gli effetti, nei career box messi a disposizione di dodici imprese. «L'anno scorso abbiamo raccolto più di 500 curriculum — ammette Alessandro Camilleri, responsabile sviluppo, formazione ed organizzazione del Gruppo Hera —, dal 2004 abbiamo un percorso di inserimento di giovani laureati in azienda». Le aziende che partecipano quest'anno hanno espresso grande interesse per i laureandi e laureati nelle materie giuridiche, politiche ed economiche, in ingegneria e architettura e in ambito scientifico e tecnologico. Ateneo ed Emblema stanno pensando di realizzare anche un Recruiting Day, un ulteriore contatto tra imprese e studenti da tenersi contemporaneamente in tutte le facoltà, a sei mesi di distanza dal Career Day.

Solo per Career Day l'ingresso è riservato ai laureandi e laureati dell'Alma Mater negli ultimi dieci anni. Per partecipare alla manifestazione è però necessaria la registrazione on line al sito www.almaorienta.unibo.it.

Marina Amaduzzi

marina.amaduzzi@rcs.it

La curiosità

E Lingue si promuove con uno spot



E Lingue si promuove con gli spot. La preside della facoltà, Daniela Galligani, ha affidato il compito di realizzare un progetto di comunicazione alla giovane società di produzione Articulture. L'idea è un filmato in sette episodi che racconta di un ragazzo sempliciotto e presuntuoso che si rende conto di essere l'unico in città a non parlare le lingue straniere. Il titolo della serie è infatti *A Bologna le lingue le san tutti...* L'esordio degli spot è ad Alma Orienta, poi saranno sui social network (sopra un fotogramma).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nicoletti
L'orientamento serve ad evitare molti abbandoni

