



Alcuni studenti del Master in Comunicazione e Marketing delle Energie Rinnovabili



Alcuni studenti del Master in Materiali per Energia e Ambiente



UNIVER, POLITECNICO DI TORINO E ATENEO DEL PIEMONTE ORIENTALE

Vercelli diventa capofila per i master universitari

Un percorso formativo concreto ed innovativo è una definizione appropriata per descrivere il Master in Comunicazione e Marketing delle Energie Rinnovabili, sperimentato con successo dal Consorzio Univer nella sede del Politecnico di Torino a Vercelli.

Cinquanta domande d'iscrizione, sedici laureati selezionati, motivatissimi, mossi dal desiderio di cimentarsi con materie eterogenee fra loro e rispetto alle proprie conoscenze pregresse: questa è la prima edizione del Master, giunto alla fase di stage, dopo lezioni frontali, testimonianze dirette e seminari, interessante esperimento a favore del territorio vercellese.

Incontriamo il professor Claudio Dongiovanni, docente del Dipartimento di Energetica del Politecnico di Torino e Direttore del Master, che illustra la genesi di un'idea «sperimentale», in grado di affrontare adeguatamente le nuove sfide del mercato del lavoro in ambito energetico. «Abbiamo semplicemente osservato la realtà: tutti parlano di energie rinnovabili; si è sviluppato un esteso mercato in materia; eppure le informazioni in materia sono spesso inesatte, confuse e difficilmente comprensibili».

Da queste osservazioni, si è sviluppata l'idea di costruire un percorso formativo in grado di far crescere risorse provenienti da facoltà umanistiche ed ingegneristiche, attraverso una formazione sia tecnica, in tema di energie rinnovabili, sia sulla comunicazione e il marketing. L'obiettivo è integrare il know-how degli studenti, fornendo loro gli strumenti più appropriati per operare nel contesto energetico all'interno della nostra realtà socio-economica.

È realistico attendersi una collocazione pro-



Rebecca Pera rappresenta l'anima umanistica del Master e spiega il valore della dimensione comunicativa

fessionale, al termine del master?

«Le aziende coinvolte da Univer per gli stage si sono mostrate curiose e disponibili, intuendo la preziosa opportunità di conoscere persone che possono contribuire in modo concreto al successo del loro business».

Approfondiamo alcuni aspetti con la dottoressa Rebecca Pera, che rappresenta l'anima «umanistica» del master e che c'illustra il valore che la dimensione comunicativa possiede in un contesto professionale molto legato alla specializzazione tecnica.

Accade d'incontrare tecnici che tendono a valorizzare le proprie competenze a discapito degli aspetti comunicativi del loro lavoro. Quanto questo approccio può condizionare l'efficacia di un progetto, in particolare se esso verte sulle energie rinnovabili?

«Concentrarsi prettamente sugli aspetti tecnici può precludere l'efficacia di un progetto, specialmente quando vi è una forte "asimmetria informativa" tra coloro che rappresentano il progetto e pubblici diversi (investitori, opinione pubblica e istituzioni) che non hanno le competenze di decodificare testi ad elevato contenuto tecnico. È necessario passare da un approccio di "disseminazione di informazioni tecnico-

scientifiche" ad un approccio di comunicazione tecnica in grado di generare non solo credibilità, ma anche coinvolgimento e interesse. L'obiettivo è essere in grado di progettare un dialogo in cui sia il mittente sia il destinatario possano riconoscersi e creare una relazione di lungo periodo».

Proporre idee e strumenti tecnici in materia di energie rinnovabili: quali attitudini occorrono per essere davvero incisivi?

«I professionisti in questo settore devono possedere ottime capacità di analisi e di comprensione dei pubblici diversi cui ci si rivolge: senza un'adeguata comprensione dei valori, dei rischi percepiti e degli immaginari dei destinatari, non è possibile progettare campagne di comunicazione e marketing efficaci».

A suo avviso come potrebbe essere definita la figura professionale «in uscita» dal Master?

«Includerei i futuri professionisti in questione in una nuova categoria professionale di "colletti verdi", coloro che potranno trovare un ruolo significativo all'interno di aziende pubblico/private nei settori del marketing e della comunicazione. A differenza di figure specializzate esclusivamente in queste discipline aziendali - prosegue la dott.ssa Pera - avremo persone con competenze tecniche ed una visione proattiva e sostenibile della società. Non parlerei infatti di marketing ma di una sua evoluzione, ovvero di un nuovo approccio chiamato "societing", laddove l'orientamento non è più esclusivo al mercato, quanto invece alla società e al benessere delle persone nel lungo periodo. Credo che questa visione rappresenti anche una grande opportunità per aziende aperte ed innovative, sia di grandi sia di medio-piccole dimensioni, che intendano cogliere per tempo un'occasione davvero preziosa».

PRIMO LIVELLO

Materiali per energia e ambiente

Entra nel vivo anche il Master Universitario di I livello in «Materiali per Energia e Ambiente» dell'Università del Piemonte Orientale «Avogadro», organizzato dal Consorzio UN.IVER. Inizieranno tra poche settimane le 650 ore di stage aziendale, che completano la formazione dei dodici studenti che dal marzo scorso frequentano l'edizione 2011 del corso.

Il contenuto fortemente innovativo dei programmi, la presenza di docenti dal profilo qualificato e il numero limitato di studenti da una rigorosa selezione garantiscono l'alto standard qualitativo del Master, in grado di formare laureati in materie tecnico-scientifiche capaci di applicare le conoscenze e lo sviluppo

dei materiali e delle nuove tecnologie al campo energetico. «Ci siamo accorti che affrontando tematiche come quelle dell'ambiente e dell'energia, c'era bisogno di maggiore interdisciplinarietà, cioè di collegare di più e meglio ambiti e materie come chimica e fisica o l'ingegneria e le scienze ambientali».

spiega Enrico Boccaleri, coordinatore didattico del Master e docente presso la Facoltà di Scienze matematiche fisiche e naturali dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale. «La parola chiave è "materiali" - afferma il dott. Boccaleri - Come possono essere progettati e studiati, quali sono le loro proprietà chimico-fisiche, quale impatto hanno dal punto di vista energetico-ambientale. Con una visione complessiva, prima attraverso lo studio teorico poi con l'applicazione pratica in laboratorio e con una formazione aziendale di quattro mesi attraverso lo stage».

Al termine della fase didattica - spiega il professor Leonardo Marchese dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale, e Direttore del Master - lo studente è in possesso di quelle conoscenze necessarie a comprendere problematiche, aspetti pratici e applicazioni dei materiali in campo energetico. Ciò consentirà loro di affrontare con fondamenti culturali e metodologici corretti le problematiche connesse al risparmio energetico, alla qualificazione energetica e all'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili».



Enrico Boccaleri



Leonardo Marchese