

giornale: LA Provincia
DATA 24/10/2016
TITOLO: Young, che
SUCCESSO: VENTIMILA
PRESENTI E NUOVI
PROGETTI PER CRESCERE
ANCORA.

Caso mercato
«Firenze
è un cattivo
esempio»

Struttura inutilizzata
Il dirigente del Commercio
Giovanni Fazio
si difende e critica
il recupero nella città toscana

Young, che successo: ventimila presenze E nuovi progetti per crescere ancora

Lariofiere. Bilancio positivo per il Salone dell'orientamento e già si pensa al prossimo anno
L'obiettivo è allargarsi a Sondrio e Milano creando maggiori sinergie con il mondo delle imprese

SERGIO BACILIERI

Young ha sfondato il tetto delle 20mila presenze, il salone dell'orientamento scolastico per la prossima edizione cercherà di espandersi nel tempo e nello spazio. Verso Milano e Sondrio, con l'aiuto delle imprese, il pomeriggio e la domenica. Alla nona edizione di Young, orienta il tuo futuro a Lariofiere, i visitatori sono stati più di 20mila, il conteggio preciso è ancora da fare, ma la stima è certa viste le prenotazioni delle famiglie e degli studenti, delle classi seconde e terze medie, delle quarte e delle quinte superiori e quest'anno per la prima volta anche delle terze.

Primo evento in Lombardia

Non esistono momenti dedicati all'orientamento paragonabili in Lombardia, c'è sì un circuito di saloni organizzati da singoli istituti, l'unico vero concorrente resta Job Orienta, a Verona, a fine novembre. Young può cercare nuovi mar-

**L'ipotesi
di una sezione
dedicata
alla ricerca
del lavoro**

gini per crescere. «Abbiamo ancora qualche spazio espositivo da sfruttare nel padiglione C - spiega Silvio Oldani, il direttore di Lario Fiere - potremmo rivolgerci di più a territori come Sondrio e Milano, al monzese, dove non ci sono manifestazioni simili, già quest'anno abbiamo ricevuto richieste di partecipazione. Certo la capienza della nostra struttura ha un limite. Si può valutare di ampliare la fascia oraria, dando l'opportunità ai genitori di venire a Young anche nel pomeriggio in settimana, ma questo richiederebbe uno sforzo aggiuntivo per le scuole e i docenti. Oppure tornare ad aprire anche alla domenica, come facevamo nelle prime edizioni, anche in questo caso però impegneremmo i protagonisti della formazione. Forse la chiave è puntare anche sulle imprese».

Il mondo delle aziende è già molto attento alla tematica dell'orientamento, c'è bisogno di nuovi professionisti che conoscano il mestiere, in più di recente sono nati nuovi strumenti come l'alternanza scuola lavoro che avvicinano gli istituti alle imprese. Il modello del "career week" potrebbe impreziosire Young, dedicare una parte del salone alla ricerca del lavoro, sempre in connessione con l'età giovanile, da sommare ai

padiglioni dedicati all'università e agli istituti superiori. «Anche a me piacerebbe che Young aprisse al mondo delle imprese - suggerisce Andrea Camesasca, in rappresentanza della Camera di Commercio di Como - il salone potrebbe diventare un momento formativo per avvicinare gli studenti non solo alla scelta della scuola, ma anche alla scelta del lavoro, della futura professione, cosa che in parte già accade. Ma si potrebbero fare selezioni, colloqui, raccolta dei curriculum, con le aziende in primis. Siamo pronti a fare nuovi e interessanti esperimenti».

I numeri

Ricordiamo i numeri di Young. Erano 20mila visitatori stimati, tra alunni e famiglie, quest'anno con ogni probabilità arriveremo a 22mila, e scuole prenotate da tutta la regione erano 300, più di 2mila le giovani aspiranti matricole universitarie, per circa 140 realtà formative presenti con un proprio stand. Più precisamente 61 tra licei, centri di formazione e istituti tecnici, 9 atenei non solo italiani, ma anche danesi, inglesi e spagnoli, 7 professioni in divisa e 35 tra enti, associazioni datoriali e istituzioni impegnate nel volontariato, come nell'insegnamento delle lingue.



Ragazzi di terza media tra gli stand delle scuole superiori

Fa discutere lo stato dell'area ex grossisti del mercato coperto, totalmente riqualificata ma da quindici mesi inutilizzata (il bando per la concessione degli spazi commerciali è andato deserto). Sulla questione ieri è intervenuto, con un post su Facebook, il dirigente del Commercio Giovanni Fazio. Un post oggettivamente irrituale, rispetto al ruolo, nel tono e nel contenuto: «Gli spunti e gli stimoli devono essere compatibili con le norme - ha detto Fazio - andrebbe chiesto alla tanto decantata Firenze quanto hanno impiegato per assegnarla e alla fine chi l'ha preso è un finanziatore campagna di Renzi per quattro soldi, voglio credere che noi faremo una cosa un po' più chiara e trasparente».

Sulla vicenda è intervenuta anche Anna Veronelli, consigliere comunale e coordinatore cittadino di Forza Italia: «Ci passo davanti almeno 4 volte al giorno. E provo desolazione: uno spazio che avrebbe già dovuto essere vivo e pulsante, ancora vuoto e inutilizzato - ha detto - eppure già oltre un anno fa, sui social e nelle pagine di La Provincia, erano stati dati spunti e stimoli. Burocrazia lenta e scarsa incisività politica portano a questi sconfortanti risultati».