

## Startup Biomed Forum, 3° edizione Meno costi, più benefici per la salute

Ordine, metodo e cellule grigie: l'infalibile ricetta di Hercule Poirot, il detective creato dalla penna di Agatha Christie, può essere applicata anche altrove. Ad esempio per scovare soluzioni biomedicali migliori a minor costo per la comunità. Creare maggiore

efficacia ed efficienza: lavorare così, con ordine, metodo e cellule grigie i partecipanti dello Startup Biomed Forum, che si è tenuto a Torino dall'11 al 13 ottobre. Il tema di questa edizione è l'accesso al mercato. L'incontro è rivolto alle startup in ambito medical

device, per confrontarsi su problematiche comuni, scambiarsi esperienze e best practice, creare collegamenti e fare rete per future sinergie e collaborazioni. Un fermento tutto italiano di concretezza, tecnologia e sguardo al bene comune. Ne



parliamo con Paul Muller, uno dei coordinatori scientifici del Forum, amministratore delegato di Niso Biomed, startup pluripremiata all'estero e in

Italia dalla Presidenza della Repubblica. «Lo Startup Biomed Forum è un network informale» spiega il dottor Muller, «ma coordinato da enti importanti. Con la terza edizione si è consolidato. Quest'anno abbiamo identificato sinergie utili da proporre alle istituzioni di tutto il settore. Lavoriamo facendo rete e ci aiutiamo reciprocamente. Le startup biomedicali costituiscono un potenziale altissimo di miglioramento nel livello diagnostico (più risultati e minori rischi per

i pazienti) e organizzativo; e di forte risparmio economico per tutto il settore sanitario pubblico». La forza degli imprenditori e degli enti che si sono incontrati al Forum sembra risiedere nell'essere portatori di una cultura d'impresa dinamica e saggia; dove l'obiettivo è integrato all'intera comunità: migliorare tutti, peggiorare nessuno. A ciascuno di loro, buon lavoro fino allo Startup Biomed Forum dell'anno prossimo.

**Marco FIOCCARDO**

# LA PAGINA DEI SAPERI

## Atenei Territorio Comunità

LE «SOFT SKILLS» E IL SUCCESSO ACCADEMICO – UN PROGRAMMA RIVOLTO AGLI STUDENTI

## Progetto «Passport» per dare il meglio di sé

Vita universitaria e mondo del lavoro pongono ai giovani numerose sfide che, per essere affrontate, richiedono lo sviluppo, accanto a conoscenze e competenze tecniche, di quelle «soft skills» di cui oggi molto si parla. Gli studi scientifici hanno confermato l'importanza delle «soft skills» per il successo accademico e la riuscita nel lavoro. Ma che cosa sono le «soft skills» e che cosa si può fare per riconoscerle e svilupparle? Tradizionalmente veniva attribuita molta importanza a competenze tecniche, squisitamente disciplinari, definite anche «hard skills». Hanno però acquisito progressivamente rilevanza, anche a fronte della complessità del mondo del lavoro, le «soft skills», altrimenti definite come competenze trasversali. Eccone alcune: saper prendere decisioni, collaborare con le persone per raggiungere un obiettivo comune, dare il meglio di sé per raggiungere gli obiettivi, comunicare efficacemente, adottare strategie adeguate di fronte a un compito, affrontare eventi stressanti o difficili in maniera positiva, riconoscere e comprendere le proprie e altrui emozioni, gestire le situazioni conflittuali, saper collaborare

in un gruppo di lavoro. Provate a pensare alla vostra vita: avete occasioni di mettere alla prova queste competenze? In quali momenti? Con quali risultati? Come valutate le vostre «soft skills»? Ci sono aspetti da migliorare? Questo semplice esercizio è un primo passo per diventare consapevoli delle proprie «soft skills» e anche

di -



mirate e focalizzate per far crescere giovani consapevoli, creativi, critici e responsabili. Le «soft skills» possono essere sviluppate in diversi contesti di vita, sia attraverso esperienze quotidiane, sia attraverso attività appositamente sviluppate per farle «crescere». Un esempio di quest'ultimo tipo di iniziativa è il progetto «Passport.Unito» dell'Università di Torino (coordinamento prof. E. Barberis, E. Desana; coordinamento scientifico: Chiara Ghislieri; Paola Ricchiardi; realizzato con il sostegno della Compagnia di San Paolo). Si tratta di un articolato programma di potenziamento delle «soft skills», rivolto agli studenti universitari in ingresso (con maggior focalizzazione sulle strategie volte al potenziamento del successo accademico, come le strategie per studiare efficacemente e la capacità di organizzare il proprio tempo di studio) e in uscita (con maggior attenzione alle competenze utili in ambito lavorativo, come il decision-making e il problem-solving in contesto lavorativo). «Passport.Unito» si propone in particolare di stimolare «soft skills» collocate in quattro macro aree: area del sé (valorizzazione di sé, comunicazione, autonomia, autoregolazione, flessibilità), area del compito (problem-solving, decision making), area motivazionale (orientamento all'obiettivo, pianificazione, attribuzione causale), area delle relazioni interpersonali (lavoro in gruppo, gestione del conflitto...). Per promuoverle tra studen-

ti il programma prevede: un modulo online con obiettivi di sensibilizzazione e «allenamento», rivolto a tutti gli studenti; alcuni work-shop con laboratori di approfondimento guidati, che prevedono una contestualizzazione rispetto all'oggetto di studio; una «scuola» interamente dedicata alla promozione dell'eccellenza. Le soft skills utili per il successo accademico e lavorativo, nell'ottica di una realizzazione di sé e dell'altro in un quadro di valori solido, sono oggetto dell'incontro del 20 ottobre al Santo Volto con gli studenti delle scuole secondarie nell'ambito della Settimana della Scuola e dell'Università promossa dalla diocesi di Torino.

**Chiara GHISLIERI**  
**Paola RICCHIARDI**  
**Federica EMANUEL**

 e tesi

## Lo sport che svela il territorio

Lo sport è un «media» atipico: difonde messaggi, ma al tempo stesso è veicolato da altri media (televisione, radio, internet, etc.). Lo sport inoltre comunica valori propri (dinamicità, forza, gioventù, etc.) trasferendoli in modo diretto allo sponsor che veicola. Lo scopo della tesi «Come lo sport promuove il territorio», è quello di analizzare come lo sportmarketing può implementare la promozione del territorio attraverso le caratteristiche dell'evento sportivo (coinvolgimento emotivo, empatia, etc.).

Di grande importanza sono gli Ots (Opportunities To See): momenti speciali dell'evento come gli incidenti durante un Gran Premio di Formula o i festeggiamenti per un goal. In queste situazioni infatti gli sponsor appaiono allo spettatore in un'occasione non necessariamente legata alla prestazione sportiva. Ospitare un evento sportivo è un grande Ots per le città che fanno da sfondo alla manifestazione: attirano turismo e promuovono, attraverso i media, le bellezze del luogo. Le Olimpiadi sono definite «mega events» a causa degli investimenti che necessitano: offrono grandi opportunità, ma anche grandi rischi. La città ospitante ha come sfida quella di comunicare in modo universale a differenti culture un messaggio univoco attraverso i rituali propri dei Giochi. Le cerimonie trasmettono la cultura del luogo e servono a promuovere la nazione alla platea mondiale. Le gare sono il teatro naturale in cui mostrare le proprie bellezze paesaggistiche e architettoniche. Tutti gli sport sono in grado di «comunicare» un luogo o un'azienda: si pensi a cosa rappresentano in termini di immagine la maratona per New York o la coppa del mondo di sci per le stazioni sciistiche. Proprio analizzando le dinamiche dello sport, nella tesi viene formulata una matrice «come/quando» che permette di valutare al meglio gli investimenti per ospitare eventi sportivi o sponsorizzazioni.



  
**Le Olimpiadi  
sono «Mega  
events»  
anche per gli  
investimenti  
che richiedono**

Andrea ANNUNZIATA  
Laureato alla Facoltà di Economia Aziendale di Torino

Servire con Lode  
1500 proposte  
per tutti gli studenti

Dalla collaborazione tra atenei, terzo settore, Diocesi e Città Metropolitana nacque un anno fa il progetto «Servire con Lode». Dopo un anno in cui il menù degli enti si è significativamente arricchito, oggi sono a disposizione della comunità accademica e soprattutto degli studenti oltre 1.500 posizioni diverse in cui fare volontariato. Dai più piccoli agli anziani, in luoghi differenti in città e fuori, sette giorni su sette. Una occasione buona per far del bene e farsi del bene perché mettersi a servizio educa a quelle competenze trasversali sempre più richieste dal mercato del lavoro. Tutto su [www.servireconlode.it](http://www.servireconlode.it)

Ti è piaciuta  
questa  
pagina?  
Puoi avere  
l'abbonamento  
gratuito in pdf cliccando  
su abbonamenti in  
[www.vocetempo.it](http://www.vocetempo.it)  
o scansionando il Q code

