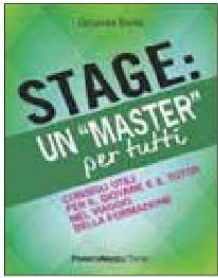




## Strumenti di lavoro



**Autore** - Giovanni Baroni  
**Titolo** - *STAGE: UN "MASTER" PER TUTTI* - Consigli utili per il giovane e il tutor nel viaggio della formazione  
**Casa editrice** - FrancoAngeli Editore, 2016, pagg. 126  
**Prezzo** - Euro 16  
**Argomento** - L'autore trasferisce nel libro l'esperienza di tutor aziendale condivisa con tanti giovani in numerosi

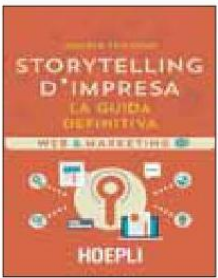
anni di attività formativa. Si tratta di una guida semplice, organica e discorsiva, che indica un processo ed un metodo di apprendimento e di progettualità utile sia al tutor che al giovane stagista, ambedue chiamati a un impegno di collaborazione comune. Tanto più il dialogo e l'incontro tra mentore ed allievo è produttivo di risultati concreti, tanto più riesce a compiersi il previsto disegno di formazione e di crescita, sino al punto da considerare il periodo di tirocinio come un breve ma intenso Master. Se questo presupposto si realizza, aumentano le probabilità di un successivo possibile contratto di assunzione, visto che lo stage è ormai il passaggio obbligato che ogni giovane deve attraversare per ottenere un rapporto di lavoro retribuito. I sei capitoli del testo analizzano le fasi, che vanno dal momento di ricerca dell'offerta di stage su web fino al termine del viaggio formativo in azienda, e sono tutti corredati da una scheda finale che riassume i compiti, le avvertenze e i suggerimenti da rivolgere al tutor e al giovane tirocinante. Inoltre, ogni capitolo contiene una storia finale di poche pagine che racconta, in forma divertente, una lezione del piano di formazione vissuta dal vero. Chiude il libro il risultato di un'indagine effettuata su un campione di decine di stagisti sulla qualità del metodo di formazione illustrato dal libro, da cui risulta il valore del lavoro come un'importante opportunità di incontro fra le persone, impegnate collettivamente per raggiungere obiettivi condivisi.



**Autori** - a cura di Stefano Micelli e Silvia Oliva  
**Titolo** - *NORD EST 2016*  
**Casa editrice** - Marsilio Editori, 2016, pagg. 267  
**Prezzo** - Euro 24  
**Argomento** - Nella redazione del rapporto 2016 della Fondazione Nord Est, che comprende le tre regioni Veneto, Friuli Venezia Giulia e

Trentino Alto Adige, si sostiene che il 2015 abbia segnato una svolta per questo territorio. Dopo otto anni caratterizzati da una crisi finanziaria ancora in parte irrisolta, l'economia del Nordest è cresciuta sul fronte dei consumi (+1,3%), degli investimenti (+1%) e, soprattutto, dell'export (+5,8%), mantenendo però tanti aspetti in chiaro-scuro. I grandi cambiamenti hanno confermato alcune potenzialità, legate principalmente a un modello manifatturiero di qualità, originale e innovativo, ma hanno anche evidenziato la grave fragilità del sistema bancario e la carenza di classe dirigente capace e qualificata. Nel 2015, grazie ai nuovi incentivi legislativi, il volume complessivo delle assunzioni ha registrato un incremento del 15% rispetto al 2014; sul piano demografico il saldo naturale tra nati e morti è nettamente negativo, cui si accompagna con sorpresa una riduzione dei flussi migratori. In Friuli Venezia Giulia a ogni giovane sotto i 15 anni corrispondono più di due anziani sopra i 65 anni; inoltre aumenta l'emigrazione di giovani formati con titoli di studio qualificanti. Pesano negativamente il ritardo dell'Alta Velocità Milano-Venezia, i rischi della mancata banda ultra larga necessaria sia per le imprese per sviluppare la digital transformation sia per il cambiamento del sistema sanitario e di quello scolastico. La pubblicazione costituisce un interessante «spaccato» di un territorio avanzato dell'economia e della cultura italiana, la cui lettura è ricca di significati.

a cura di Pietro Scardillo



**Autore** - Andrea Fontana  
**Titolo** - *STORYTELLING D'IMPRESA* - La guida definitiva  
**Casa editrice** - Ulrico Hoepli Editore, 2016, pagg. 276  
**Prezzo** - Euro 24,90  
**Argomento** - Comunicare attraverso racconti non vuol dire raccontare storie: è questa la tesi dell'autore, animato dalla determina-

zione di fare giustizia sui tanti significati ed usi attribuiti allo storytelling. Le aziende devono sapersi raccontare, ma devono farlo attraverso specialisti di elevata professionalità che abbiano un'esperienza narrativa, applicando regole precise, prassi e strumenti adeguati. Il testo è organizzato in quattro parti propedeutiche allo storytelling d'impresa: il perché, il cosa, il dove, il come. La prima parte del testo analizza motivazioni e condizioni essenziali, necessarie per applicare questa metodologia; la seconda definisce termini e processi fondamentali per fare narrazione d'impresa nei contesti organizzativi. La terza parte prende in considerazione quali sono gli ambiti di applicazione; l'ultima si focalizza sulle diverse modalità operative con cui fare narrazione dentro e fuori l'organizzazione. Nel libro ci sono diversi casi ed esempi, oltre a esercitazioni pratiche e schede di lavoro al termine di ogni capitolo. L'ampia trattazione della materia rende il volume una guida complessa con uno stile di comunicazione diretto e didascalico. Secondo l'autore i tempi sono maturi perché le strutture organizzative aziendali debbano comprendere una precisa e specifica funzione dedicata allo storytelling, di cui nella parte finale elenca e definisce i relativi compiti. Tuttavia, sembrerebbe eccessiva la pretesa di considerare questa pubblicazione come «la guida definitiva» su questa materia, sia per la soggettività delle valutazioni, sia per l'inevitabile dinamica della disciplina.

