

# Laureati nell'era di Facebook

**Educazione** A dieci anni dai primi diplomi anche l'Università della Svizzera italiana vara la sua associazione Alumni

**Matilde Fontana**

In una galassia accademica in cui l'iter formativo è potenzialmente infinito e la mobilità è in crescita, la rete acquista un valore impagabile: informazione, orientamento, collocamento e, perché no, anche svago. E la qualità è il valore aggiunto.

L'Università della Svizzera italiana è un ateneo giovane, nato nell'era di Internet e maturato nell'era dei *social network*, eppure, allo scadere del decimo anniversario dal conferimento della prima laurea, non ha saputo resistere alla tentazione di fondare, nella tradizione delle più antiche istituzioni accademiche, la sua associazione Alumni, aperta a tutti coloro che nelle quattro facoltà di Lugano e Mendrisio hanno conseguito una laurea, un dottorato o un master.

Ma come?, ci si potrebbe chiedere, con una facoltà di comunicazione al suo interno e fior di collaudati servizi post-diploma, non basterebbe trovarsi nel web, organizzarsi in Facebook?

**L'associazione è aperta a chi ha conseguito nelle facoltà di Lugano e Mendrisio una laurea, un master o dottorato**

«No, no, no, non scherziamo – risponde Elena Lidonnici, coordinatrice della nascente associazione Alumni dell'Usi – Facebook è una rete "fai da te", simpatica e divertente, ma ha i suoi limiti. Certo che l'abbiamo sfruttata, così come altri *social network*, ma un'associazione Alumni non può delegare il suo lavoro a Facebook e neppure può limitarsi agli incontri in rete. Del resto lo hanno dimostrato gli oltre 360 ex studenti che, dopo un pomeriggio denso di *workshop* sulle più svariate tematiche, si sono ritrovati attorno ai tavoli imbanditi nell'aula magna

gremita, per una cena di gala con finale in discoteca».

L'occasione per l'allegria rimpatriata l'ha offerta «USIrefresh», la prima «Alumni reunion» organizzata dal Servizio Alumni dell'Usi in concomitanza con il Dies Academicus 2010.

E di Alumni, Elena ne sa qualcosa: laureata bocconiana e rianimatrice della ultracentenaria associazione dei diplomati del Politecnico di Milano, l'economista aziendale, specializzata in marketing e relazioni pubbliche, è anche lei una ex dell'Usi, con in tasca un *executive master in management* della comunicazione conseguito a Lugano alla fine del 2008.

Con il curriculum che si ritrova, Elena Lidonnici non poteva che incapere nella rete di Silvia Invrea, responsabile dei servizi *Stage & placement* dell'Usi, alla ricerca del profilo giusto per avviare l'organizzazione della sua associazione Alumni.

«Quando Silvia mi ha contattato dall'Usi – racconta la giovane organizzatrice – non ho dovuto pensarci molto per decidere di accettare la nuova sfida. È vero, avrei lasciato un'occupazione a tempo pieno per una a tempo parziale, ma in compenso conoscevo e apprezzavo l'istituto: sapevo che si trattava di lavorare in una struttura piccola, giovane, agile, ben organizzata e con una qualità accademica davvero molto elevata».

Così, nella primavera dell'anno scorso, la manager della comunicazione ha abbandonato la riorganizzazione dell'associazione Alumni del Politecnico di Milano (qualcosa come 120mila laureati in oltre cento anni di storia e 1200 iscritti al «club») per trasferire le sue competenze al progetto in scala minore dell'Usi (3000 i diplomati dal 2000 ad oggi).

«Forte dell'esperienza milanese e in accordo con i vertici dell'Usi – spiega – mi sono posta immediatamente un obiettivo strategico prioritario: l'aggiornamento della banca dati e l'inchiesta



L'Università della Svizzera italiana è un ateneo giovane nato nell'era di Internet. (Manuela Mazzi)

su un campione di laureati per verificare i bisogni che l'associazione avrebbe dovuto soddisfare. Al Politecnico di Milano avevo trovato una situazione completamente diversa, con una struttura legata alle tradizioni di soci in età avanzata, molto affezionati all'ateneo, interessati all'annuale cerimonia di consegna delle medaglie in ricordo dei 50, 60 e persino 70 anni trascorsi dalla loro laurea, ma meno coinvolti dall'attivazione di nuovi servizi. Allora, per rianimare l'associazione di architetti e ingegneri, mi ero rimboccata le maniche ispirandomi all'organizzazione della mia università d'origine, la Bocconi, azienda privata e quindi particolarmente attenta al valore aggiunto di una dinamica rete di ex studenti».

«All'Usi – prosegue Elena Lidonnici – semmai il contesto di partenza era esattamente l'opposto: laureati giovani (in media tra i 25 e i 35 anni), già abituati

a eccellenti servizi post-diploma, ma ancora privi di un tradizionale e organizzato attaccamento formale alla "loro" università».

In realtà, la formazione accademica e post-accademica del Terzo Millennio, in generale, non fa più riferimento a una sola università e i curricula sfoggiano ormai bachelor, master, dottorati e ulteriori specializzazioni sparse in diversi atenei. In questo carosello di studi, l'alunno assume quindi sempre più il ruolo di *testimonial*, prezioso garante dell'eccellenza dell'una piuttosto che dell'altra università. E le associazioni Alumni, di conseguenza, guadagnano progressivamente importanza come potenti strumenti di marketing.

«Effettivamente – annuisce l'economista della comunicazione – un'associazione Alumni ricettiva delle esigenze dei suoi soci, integrata nei servizi post-diploma e sempre aggiornata

nell'offerta, non può che essere un vero e proprio fiore all'occhiello al quale nessun ateneo può sottrarsi, anche e soprattutto nell'era di Internet e di Facebook. È questione di garanzia di qualità, di professionalità, di fiducia. I *social network* più popolari vanno bene per ritrovare i compagni delle elementari, quelli professionali sono "freddi" o "di categoria". Un'associazione Alumni ben organizzata – sfruttando tutti i vantaggi del web, ma evitandone le trappole – diventa un sicuro punto di riferimento per una comunità esigente. Una specie di sportello unico per le diverse richieste emerse nelle interviste esplorative che hanno preceduto l'organizzazione della prima Alumni reunion: dal *counseling* al *placement* all'informazione, dalle occasioni di svago agli incontri professionali, fino ai servizi di aggiornamento scientifico offerti dalla biblioteca».