

Venerdì 28 marzo 2014
Il Mattino

Studiare l'impresa



49

L'iniziativa promossa dall'Unione industriali
Un confronto che avvicina i ragazzi alle aziende

Manager della Msc Crociere incontrano gli studenti dell'Istituto nautico «Bixio» di Piano di Sorrento

Un gruppo che viaggia a gonfie vele verso il futuro

Scuola e lavoro

Passeggeri in costante crescita nel 2003 erano solo 127mila oggi oltre 1 milione e 600mila

Enrica Buongiorno

Dal Mediterraneo ai Caraibi, dal Sud Africa all'Australia: Msc Crociere "approda" all'istituto "Bixio" di Piano di Sorrento, nell'ambito del progetto "Studiare l'impresa, l'impresa di studiare" dell'Unione industriali di Napoli. Il terzo gruppo crocieristico al mondo fa capo a Msc (Mediterranean Shipping Company) la società fondata dal sorrentino Gianluigi Aponte nel 1970. «Msc, che ha il suo quartier generale a Ginevra, ha un legame molto forte col territorio della penisola sorrentina tanto che l'azienda ha le due principali sedi italiane a Napoli e Piano di Sorrento - spiega Maurizio Salvi, direttore relazioni esterne di Msc Crociere, ai ragazzi del nautico "Bixio" - lo stesso Aponte si è seduto tra i banchi di questo istituto».

I numeri di questo colosso dello shipping (che lavora nel trasporto cargo, nel turismo crocieristico e nei traghetti) sono impressionanti: 450 navi da carico, 200 rote, 361 porti toccati nel mondo. Il gruppo Msc

Il restyling
Fincantieri allungherà le navi Armonia Lirica Sinfonia e Opera

impiega, in totale, 50mila persone in 162 Paesi del mondo e lavora con 482 agenzie. Per quanto riguarda il settore crocieristico, in particolare, Msc è presente in 45 nazioni con 16.300 dipendenti e una flotta di 12 navi, suddivisa in 3 classi: Lirica (2mila passeggeri), Musica (3mila passeggeri) e Fantasia (4mila passeggeri). «Abbiamo chiuso il 2013 con 1.640.000 passeggeri mentre nel 2003 ne contavamo solo 127.000. Non c'è nessun'altra compagnia nel settore crocieristico con questo trend di crescita», sottolinea Salvi, che aggiunge: «Alcune settimane fa poi, è stato siglato un accordo a Parigi tra Gianluigi Aponte, presidente del Gruppo Msc, Laurent Castaing, general manager di Stx France e Pierre Moscovici, ministro dell'Economia e delle finanze del governo francese per costruire due nuove navi con un'opzione per altre due unità in futuro».

I due giganti del mare, realizzati dal cantiere navale di Stx di Saint-Nazaire, saranno consegnati a Msc Crociere rispettivamente nel 2017 e nel 2019. Avranno una stazza di 167.600 tonnellate, una lunghezza di 315 metri e una larghezza di 43. Le nuove dimensioni consentiranno a questi nuovi gioielli del mare di entrare in quasi tutti i



La formazione
Quelli destinati all'imbarco studiano dal funzionamento di una nave fino alla sicurezza allo smaltimento rifiuti e all'ambiente

porti del mondo. Ogni nave avrà 2.250 cabine e potrà ospitare 5.700 viaggiatori, mentre altre 820 cabine saranno riservate ai 1.536 membri dell'equipaggio. «Rafforzare la struttura, ammodernare la flotta, crescere continuamente e diversificare la programmazione. Questi i principali obiettivi dell'azienda che ha, oltretutto, firmato a dicembre scorso con Fincantieri un contratto da 200 milioni di euro per il progetto Rinascimento che coinvolge tutta la classe Lirica ovvero Armonia, Lirica, Sinfonia e Opera», conclude Salvi. Queste navi saranno allungate di circa 25 metri, avranno una stazza di 65.000 tonnellate e saranno in grado di ospitare 2.680 viaggiatori grazie all'inserimento di 193 nuove cabine-passeggeri per nave e 59 cabine per i membri dell'equipaggio. Il piano sarà completato entro il 2015.

In arrivo due imbarcazioni giganti
Saranno costruite nei cantieri francesi di Stx: ospiteranno 5.700 crocieristi, più l'equipaggio

Msc Crociere, leader nei mercati crocieristici del Mediterraneo, Sud Africa e Brasile, destagionalizza la propria offerta proponendo una vasta scelta di viaggi per 365 giorni l'anno: 590 crociere, 163 itinerari e 189 porti toccati a livello globale nella stagione 2013/2014. In questo momento, con il nuovo piano di industrializzazione che prevede la costruzione di nuove navi e l'ampliamento e l'ammodernamento di altre, l'azienda è particolarmente attenta ai giovani, come sottolinea Marco Maresca, responsabile del personale di bordo di Msc Crociere:

«Abbiamo messo a punto un pacchetto di corsi di formazione per tutti gli studenti che sono destinati all'imbarco. Si studieranno materie, dalla familiarizzazione con la vita da crociera al funzionamento di una nave passeggeri, dalla sicurezza alla gestione dell'ambiente sino allo smaltimento dei rifiuti. Per entrare a far parte della famiglia Msc, infatti, è fondamentale la preparazione professionale, lo studio della lingua inglese e la motivazione. Essere italiani, poi, per noi, è un valore aggiunto».



La presentazione
Sopra i dirigenti di Msc Crociere Maurizio Salvi (di profilo) e Marco Maresca nell'incontro con gli studenti del "Bixio". A destra, l'entrata dell'istituto



L'istituto

Lauro e Aponte tra i banchi della culla della marineria

La storia della marineria italiana comincia in penisola sorrentina. A Piano di Sorrento, in via De Martino su un piccolo colle da dove è possibile vedere il mare, nell'ex convento dei padri camerlini scalzi, sorge l'antico istituto nautico "Nino Bixio" (ora, dopo la riforma, Istituto Tecnico del Trasporto e della Logistica). «Risale al lontano 1348 la costruzione di una prima scuola nautica a Piano, grazie alla donazione di 350 ducati di Francesco Vulcano, un nobile sorrentino che volle così omaggiare la tradizione orale dell'arte marinara», spiega la dirigente scolastica Giuseppina Ferriello. Ufficiali della marina italiana, armatori, imprenditori ma anche medici, avvocati e professori universitari hanno studiato sui banchi del "Bixio" a cominciare dall'armatore Achille Lauro, sino al presidente di Msc Gianluigi Aponte.

«Ospitiamo circa 800 studenti - aggiunge la dirigente scolastica - e le nostre iscrizioni sono sempre in aumento. La figura del marittimo continua ad essere molto richiesta dal mercato ed il nostro istituto viene preferito dai ragazzi. Siamo una scuola al passo con i tempi con un solido legame col territorio ma anche col mondo del lavoro». Dopo un biennio comune, gli studenti possono scegliere tra 3 indirizzi: «Condizione del mezzo navale» (aspirante al comando di navi mercantili - settore coperta), «Condizione di impianti e apparati marittimi» (aspirante alla direzione di navi mercantili - settore macchine) oppure «Logistica» (per impiegare in società di trasporto, porti e interporti, agenzie di import-export, immagazzinamento). Stage a bordo, corsi radar, attività velica e remiera ma anche laboratori di educazione ambientale, di teatro e competizioni sportive completano, poi, un'offerta formativa di qualità. Il "mestiere" del marittimo è storicamente maschile, ma non mancano al "Bixio" anche le donne. L'emittente francese France 3 nel programma televisivo "Thalassie" ha girato recentemente un documentario dal titolo "Quatre filles dans le vent" proprio sulla preparazione di quattro allieve dell'istituto di Piano (attualmente diplomate) alla carriera di comandanti e direttori di macchina.

en. buo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

C'È IN SPAGNA, IN FRANCIA, NEL REGNO UNITO, IN GERMANIA... E, PER FORTUNA, ANCHE IN ITALIA. È L'AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA.

Se vedete una pubblicità offensiva, volgare, falsa o violenta, potete segnalarla compilando il modulo sul sito www.iap.it. IAP è un organismo indipendente, i cui giudizi sono rispettati da aziende, agenzie e mass media. Esamina in pochi giorni le campagne segnalate e può bloccarne la diffusione. Organismi simili a IAP sono attivi

nei maggiori paesi d'Europa: applicano tutti norme analoghe perché tutti fanno capo allo stesso ente internazionale. L'organizzazione europea non profit dell'autodisciplina pubblicitaria si chiama EASA (European Advertising Standards Alliance). Non fanno parte tutte le componenti del mondo pubblicitario: aziende, agenzie, mass

media, insieme agli esponenti delle autodiscipline nazionali. Nel 2002 EASA ha promulgato i Principi Comuni che individuano gli standard di correttezza per la pubblicità, riconosciuti dalla Commissione Europea. Sono ventitré i paesi europei che aderiscono a EASA. A questi si aggiungono Svizzera e Turchia.

In Italia, come nella maggior parte degli altri paesi aderenti, il servizio di segnalazione e controllo è gratuito per i consumatori.

IAP
Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria
www.iap.it