

Andrea Liviotti, lo studente che esiste solo su LinkedIn. E che in due settimane riceve offerte di lavoro



Andrea Liviotti non esiste, è solo uno scherzo che nasce per fini seri, tutt'al più un anagramma di Adriano Olivetti, messo su LinkedIn per attirare le sirene di imprenditori in cerca di forza lavoro. E sul web si è scatenato un putiferio. Nel giro di due settimane, il suo profilo ha registrato circa 200 contatti, il video di YouTube nel quale il sedicente studente raccontava la sua storia e le proprie innovazioni, è stato visitato da oltre 2mila contatti in due settimane.

Un vero e proprio boom, se si pensa che molte di queste persone, a capo di aziende importanti, chiedevano di conoscere Andrea e valutarne le attitudini.

Si tratta in realtà di un esperimento di comunicazione e marketing pensato dall'Istao (Istituto Adriano Olivetti) di Ancona, con la collaborazione di Radio Incredibile di Grottammare (Ascoli Piceno): insieme hanno ideato un personaggio (ora il profilo di Liviotti è stato cancellato) che portava con sé un sogno. E hanno ricordato che lo studente era nato solo per rendere il più attuale possibile la figura di Adriano Olivetti e dimostrare che forse i sogni si possono realizzare.

Andrea Liviotti era un afigura costruita ad hoc, un ingegnere meccanico con alle spalle una laurea triennale ad Ancona, poi studi alla Sapienza e quindi al Mit di Boston. Nel portafoglio due aspirazioni importanti: la prima di essere un sognatore, la seconda di poter mettere a disposizione della società un brevetto per dialogare con il pensiero sulle informazioni inserite in una collanina per il computer. Buona ultima, ma solo cronologicamente, la fortuna di essere anche un lavoratore stagionale, un bagnino pronto agli usi dei turisti delle spiagge marchigiane. In sintesi, le qualità di Adriano Olivetti unite a innovazione, internazionalizzazione, capacità di adattarsi a mille lavori, sotto le più svariate latitudini e un'elasticità mentale da «winner».

Testata: *Il Sole 24 Ore*

Pag: -

Diffusione: *np*

Data: *23/06/2014*

Periodicità: *quotidiano*



Informazione individuata su richiesta del fruitore per suo uso esclusivo. Riproduzione vietata.

Poteva un campione di siffatte caratteristiche sfuggire all'interesse di aziende italiane desiderose di tornare competitive sui mercati? «È la dimostrazione che chi ha i numeri può raggiungere obiettivi importanti - sostiene Giuliano Calza, direttore dell'Istao di Ancona». Ma «il popolo della Rete» non ha reagito bene, quando ha saputo che Andrea Liviotti era frutto della mente olivettiana di Calza e non un giovane in carne e ossa. Ed è partita alla riscossa con una reazione veemente. Quasi contemporaneamente alla dichiarazione di scuse del direttore dell'Istao, sono arrivate le accuse di chi non ha apprezzato lo scherzo, sostenendo che LinkedIn non può essere strumentalizzato in questo modo e che non è corretto creare trappole per fini personali. «Noi - spiega Calza - abbiamo voluto solo ricordare una grande persona, non ci abbiamo guadagnato un euro e in un mondo così piatto abbiamo dimostrato che la qualità e l'inventiva pagano con gli interessi».