

JUNIOR ENTERPRISE ■ Più di duecento associazioni in tredici Paesi europei con la partecipazione di 20mila ragazzi

Universitari a prova d'impresa

L'obiettivo è costruire un ponte verso il mondo del lavoro

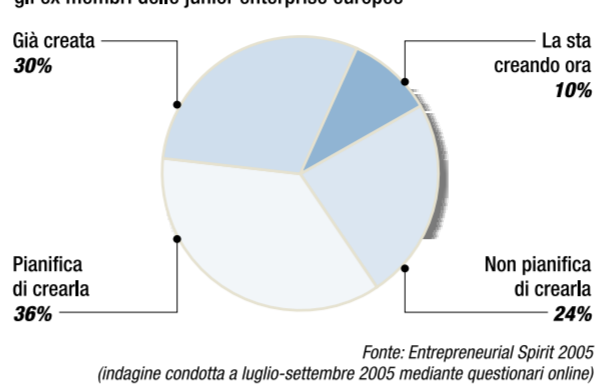
Hanno la partita Iva e uno statuto. Fanno il bilancio e concludono contratti. Sono imprese a tutti gli effetti, le Junior Enterprise (Je), associazioni non profit gestite da studenti che puntano a costruire un ponte tra università e mondo del lavoro attraverso progetti di consulenza. I settori di intervento sono economia e ingegneria, ma anche giurisprudenza e design. La prima Je nasce in Francia nel 1967: oggi ce ne sono 239 in 13 Paesi europei (con 20mila iscritti), cinque in Africa, sei in Asia e oltre 600 (di piccole dimensioni) in Sudamerica. In Italia, la prima è la Jeme Bocconi, nata nell'88, che ha oggi 30 soci e 200 ex studenti. Ne esistono altre nove (Padova, Parma, Pisa, Verona, Vicenza, Liuc, Politecnici di Bari, Milano e Torino), tutte fanno capo a Jade Italia, la Confederazione nazionale che è membro di Jade Europa.

La Jeia (ingegneria e architettura) di Milano, per esempio, ha realizzato diversi incubatori d'impresa come "Jobadvisor", società di consulenza al recruiting. Altre attività sono l'ideazione di siti web, le ricerche di mercato e il design industriale. Fiore all'occhiello è "Synesius Forum", il precursore di tutti gli eventi di recruiting in Italia. Dal 1992 Jeia ha patrocinato 14 edizioni con 15mila giovani, 95 aziende e 400 manager. Iniziativa simile è "Junior excel-

lence" di Jeme Bocconi, che da sette anni coinvolge studenti, accademici e responsabili di reclutamento in una due giorni dedicata alla risoluzione di casi aziendali e business game. E Jetop del Politecnico di Torino organizza "Carriera+Future", salone del lavoro giunto all'undicesima edizione, con oltre 8mila visitatori. Tra le Je storiche, anche Jest di Vicenza, che presiede ogni anno un business game internazionale; Jeparma, nata nel 1996 alla facoltà di Economia dell'ateneo emiliano, che ha visto alternarsi un centinaio di studenti in progetti per importanti aziende,

Giovani in carriera

Cosa hanno risposto alla domanda: «Vuoi fondare una tua impresa?» gli ex membri delle junior enterprise europee



Il reclutamento è simile a quello delle grandi imprese: bisogna elaborare una case study, sostenere un colloquio e a volte anche un periodo di prova. I vertici sono rappresentati da presidente, vice, tesoriere e segretario. Per lo sviluppo dei progetti viene costituito un gruppo di lavoro guidato da uno o più responsabili. L'appel delle Je per le imprese è fatto anche dai prezzi competitivi che gli studenti applicano alle consulenze. «Le Je possono fatturare da poche migliaia di euro — racconta Luca Sottini di Jel — a un centinaio di migliaia, ma i guada-

gni non sono importanti. Gli associati lavorano per imparare e quei pochi soldi che prendono servono a formare le spese». Molti gli ex membri di una Je che poi diventano imprenditori: secondo una ricerca pilota, il 30% degli interpellati ha già creato un'azienda, il 10% sta per farlo, mentre il 36% è in fase di pianificazione. ■ **Il futuro.** Tra gli obiettivi di Jade Italia c'è «l'apertura di nuove associazioni al Sud — racconta Benini —: a ottobre è nata la Je del Politecnico di Bari e in arrivo c'è quella di Napoli». Un progetto in corso è, poi, "Junior angel": fino a giugno, 200 giovani potranno presentare la propria idea imprenditoriale alla società di consulenza Innex e competere per avere 50mila euro. «A livello internazionale — puntualizza Gerosa — dobbiamo concentrarci sulla qualità per migliorare sempre più gli studenti». È importante è stato il riconoscimento della Commissione Ue che ha definito le Je uno dei metodi «migliori e più efficaci» per promuovere lo spirito imprenditoriale. FRANCESCA BARBIERI

IL SOLE-24 ORE FORMAZIONE

Catturare talenti e valorizzare le proprie qualità

Un corso di due giorni, il 20 e 21 febbraio a Milano, organizzato dal Sole-24 Ore Formazione rivolto ai direttori del personale, responsabili sviluppo delle risorse umane e hr specialist, per approfondire strategie e strumenti per la definizione dei piani di sviluppo. Strumenti che, partendo dal modello delle competenze, integrino le attività di gestione dei dipendenti e siano funzionali al raggiungimento degli obiettivi strategici per l'azienda. Particolare attenzione sarà rivolta, nella seconda giornata, alle strategie e metodologie di attraction, identificazione e valorizzazione dei "talenti". Previste numerose testimonianze aziendali (Air Liquide, San Paolo Imi, Techint Italmipianti, Università Statale di Milano, Unilever Italia). Il costo è di 1390 euro più Iva con sconto del 10% ai lettori che presenteranno il coupon qui a fianco. ■ **Valorizzare se stessi.** Il 10 marzo, sempre a Milano, sarà la volta di «Marketing di se stessi: comunicare e valorizzare la propria immagine professionale». L'obiettivo del corso, che costa 690 euro più Iva (previsto lo sconto del 10% a chi presenta il coupon), è di permettere ai manager di sviluppare in modo interattivo le proprie qualità, facendo leva sul modello delle "5V": verbalità, vestibilità, visibilità, vivibilità e vitalità. Partendo dall'analisi del proprio "valore" è importante sapersi promuovere e imporre sul mercato prendendo in prestito dal marketing alcuni concetti e metodologie, diventando in tal modo "attraenti" e "appetibili". Per maggiori informazioni contattare Elena Isacchini, telefono, 02-3022.3205; indirizzo e-mail: elena.isacchini@ilssole24ore.com; sito web: www.formazione.ilssole24ore.com. S.L.



STMICROELECTRONICS

Investimento in Fisica della materia

Nasce da un esempio di proficua collaborazione tra ricerca pubblica e industriale la nuova cattedra di Fisica della materia che sarà attivata all'Università di Milano-Bicocca (Unimib), grazie a un finanziamento di circa un milione di euro per 10 anni da parte di STMicroelectronics. «L'obiettivo è di consolidare all'interno dell'università milanese la ricerca nella nanoelettronica, una delle pochissime aree ad alta tecnologia in cui

l'Italia ha una posizione di tutto rispetto grazie a Stm, che è al quinto posto nella classifica mondiale 2005 dei produttori di semiconduttori, con un portafoglio brevetti tra i più vasti del settore», spiega Paolo Cappelletti, vicepresidente di Stm. La collaborazione con l'Unimib, che si innesta nel solco di un rapporto iniziato oltre 20 anni fa tra i gruppi di fisica e chimica dell'Università Statale di Milano e l'azienda di microelettronica, si sviluppa su tre livelli. Il primo, quello della formazione universitaria mediante seminari e tesi di laurea, rappresenta un "ritorno dell'investimento" importante sia per l'azienda, che diversamente avrebbe difficol-

tà a reperire persone già formate e già selezionate da un rapporto iniziato con la tesi, sia per l'università, che vede così i propri laureati assunti nel settore ricerca e sviluppo. Infatti, dei 100-150 laureati all'anno assunti da Stm negli ultimi 10 anni, il 25-30% proviene dalle facoltà scientifiche (fisica, chimica, scienza dei materiali). Il secondo livello è quello della formazione post-universitaria, cui la multinazionale contribuisce finanziando due borse di studio per il dottorato in Scienza dei materiali. Il terzo, infine, è quello dei programmi comuni di ricerca, che attiva l'interazione tra ricercatori pubblici e privati. ROSANNA MAMELI

UNIVERSITÀ CA' FOSCARI

Un master aiuta a riscoprire i vecchi sapori

«La cucina esprime la cultura di un popolo, e quella italiana è caratterizzata da grande varietà e creatività. Oggi bisogna recuperare la nostra tradizione agroalimentare e culinaria, che si sta lentamente perdendo. Per questo abbiamo inventato un percorso accademico che tenti di recuperare quel sapere che una volta veniva trasmesso in casa, di generazione in generazione». Gianni Moriani, direttore

del master in «Cultura del cibo», spiega così la filosofia celata nell'idea dell'Università Ca' Foscari di Venezia: proporre un corso di alta formazione, in collaborazione con Venezi@Opportunità, per creare «esperti in valorizzazione e promozione del patrimonio alimentare ed enogastronomico». Una figura professionale nuova, con competenze del settore agroalimentare unite a conoscenze interdisciplinari che spaziano dalla chimica alla biologia, dalle arti figurative alla letteratura. «L'industria agroalimentare italiana è ancora in espansione — continua Moriani —. I nostri prodotti sono apprezzati all'estero e rappre-

sentano un punto di forza del made in Italy. Ma i nostri allievi non studieranno soltanto il cibo, inteso come risultato finale di una filiera produttiva. Impareranno a valorizzare anche tutto ciò che c'è dietro: il territorio, le tradizioni, le tecniche produttive, gli ingredienti». Il corso, che comincerà il 9 marzo, è suddiviso in 14 moduli, per studiare le tecnologie alimentari, le rappresentazioni artistiche e letterarie del cibo, la legislazione della sicurezza alimentare e la storia dell'alimentazione, senza dimenticare le tecniche di marketing. Parte delle lezioni si terranno nei luoghi tipici della tradizione conviviale ita-

liana: osterie, cantine, caffè e ristoranti storici. Al termine del percorso gli studenti saranno impegnati in stage di 375 ore. Gli sbocchi professionali sono la consulenza per aziende del settore, la registrazione di prodotti tipici, la promozione degli alimenti per conto di enti territoriali o agriturismo. Il master è a numero chiuso e c'è tempo fino al 24 febbraio per candidarsi. Il costo è di 2mila euro, ma ci sono 15 borse da 1.300 euro l'una. Per informazioni: Polo universitario di Portogruaro, via Seminario 34/a, Portogruaro (Ve). Telefono: 0421/280183. FLAVIA PAONE

Alla Bicocca di Milano una nuova cattedra per la nanoelettronica

«L'obiettivo è di consolidare all'interno dell'università milanese la ricerca nella nanoelettronica, una delle pochissime aree ad alta tecnologia in cui

In palio 15 borse da 1.300 euro: inizio il 9 marzo

mico che tenti di recuperare quel sapere che una volta veniva trasmesso in casa, di generazione in generazione». Gianni Moriani, direttore

Chi è il N.1?

Eletto due anni di seguito Best Equity Derivatives House? E' una banca red, black and rising

Société Générale è stata nominata "Equity Derivatives House of the Year" per due anni consecutivi, 2004 e 2005, da Risk, IFR e The Banker (Americas & Europe). Nel 2005, Société Générale ha anche ottenuto la maggior parte dei riconoscimenti "Equity Derivatives House of the Year" nel mondo, tra i quali Global Finance, Structured Products, Asia Risk e The Asset.

Contatti: eqditaly@sgcib.com - www.equityderivatives.com

Euro Capital Markets • Derivatives • Structured Finance

Red, black and rising.

ANAGINA

Caccia a 600 consulenti assicurativi

Per tutti coloro che vogliono entrare nel mondo assicurativo, la campagna di Anagina può rappresentare una reale opportunità. L'Associazione nazionale degli agenti generali di Ina e Assitalia, infatti, ha lanciato la sua campagna triennale di reclutamento. Fino al prossimo giugno, verranno selezionati e inseriti nelle 195 agenzie distribuite su tutto il territorio, 600 nuovi consulenti assicurativi. «Abbiamo messo a punto un piano di sviluppo produttivo a medio termine — afferma Gianclaudio Iannace, segretario generale Anagina — che prevede anche forti investimenti in formazione.

I consulenti selezionati potranno lavorare nelle nostre agenzie, mediamente molto più grandi delle altre, che rappresentano delle vere strutture imprenditoriali. Ognuno potrà fare esperienza e specializzarsi in una linea di prodotto o in un ramo dell'offerta assicurativa». I candidati devono avere un'età tra i 20 e i 40 anni, essere in possesso almeno del diploma di scuola media superiore, ed essere motivati, predisposti al contatto con il pubblico, dinamici e con buone capacità comunicative. L'ufficio reclutamento di Anagina sottoporrà i candidati a un colloquio telefonico conoscitivo e a due colloqui personali. Superata la selezione, per i nuovi consulenti inizierà il training, con lezioni teoriche ed esperienze sul campo. Inoltre, ogni giovane sarà affiancato da un manager esperto. Al termine di que-

sto periodo, i consulenti dovranno principalmente occuparsi di individuare nuovi clienti. «Per tutto il primo anno di lavoro — aggiunge Iannace — i giovani avranno un compenso fisso, indipendente dalle loro performance lavorative. L'ammontare può variare molto da agenzia ad agenzia, ma comunque non sarà inferiore a 500 euro al mese. A questo si sommerà una parte variabile». Il curriculum si può inviare a reclutamento@anagina.it, o al fax 06/233208876, o per posta ad Anagina, via del Tritone, 53, 00187 Roma. Per maggiori informazioni: www.anagina.it. FL.P.

COME SEGNALARE
Le aziende, le agenzie e le associazioni che vogliono segnalare opportunità di lavoro possono inviare a: offertelavoro@ilssole24ore.com

PROMOD

Reclutamento nel «prêt-à-porter»

Il gruppo francese Promod, presente sul mercato internazionale del prêt-à-porter femminile con circa 450 negozi in 25 Paesi, continua a rafforzare la presenza sul territorio con l'apertura di sei nuovi punti vendita. È il Centro-Sud a beneficiare maggiormente di questa spinta: il gruppo si appresta ad aprire a Catania e Reggio Calabria e, all'interno di un centro commerciale, a Napoli, mentre al Nord a Como centro, Rimini e Massa-Carrara. Per ogni negozio, si ricerca il team completo: un responsabile, un vice-responsabile e sette addetti vendita. Il profilo per ogni posizione: sei responsabili di negozio (25-32 anni) con buona

esperienza commerciale, competenze manageriali e orientamento ai risultati. Dovranno curare gli aspetti amministrativi e gestionali, organizzando il lavoro della squadra, allo scopo di raggiungere gli obiettivi economici. Sei vice-responsabili (massimo 31 anni) con sensibilità per il prodotto e passione per il visual, 42 addetti vendita (19-28 anni), anche alla prima esperienza, con predisposizione ai rapporti interpersonali. Questi ultimi saranno inseriti con contratti a tempo parziale e turni variabili. Per quanto riguarda l'area milanese, Promod conta due megastores a Milano e negozi di dimensioni più piccole, a Monza, Vignate, Rescaldina, Carugate,

Cornate d'Adda e Assago: per questi punti vendita sono aperte selezioni soprattutto per le figure di addetti vendita, ma anche per le posizioni di maggiore responsabilità. La medesima ricerca vale anche per Roma, dove si trovano quattro negozi avviati. Ecco infine le ricerche in corso per due punti vendita già attivi: un responsabile di negozio per Modena, e un vice-responsabile per Venezia. Gli interessati dovranno inviare il curriculum, completo di fototessera, a: Promod Italia Srl, Direzione risorse umane, via Monfalcone, 39, 20092 Cinisello Balsamo (Milano); fax: 02/66071228; e-mail: dru@promod.fr. EMANUELA CAVALCA

CONCORSI

- **L'Azienda ospedaliera Santobono di Napoli** assume a tempo indeterminato 10 dirigenti medici di anestesia e rianimazione. Il bando è stato pubblicato sul Bur Campania 1/2006. Domande, entro il 16 febbraio 2006 all'Azienda Ospedaliera Santobono Pausilipon - Via della Croce Rossa, 8 - Napoli.
- **L'Azienda USL n. 2 di Lucca** assume a tempo determinato un dirigente medico di radiodiagnostica. Il bando è stato pubblicato sul Bur Toscana 52/2005. Domande, entro il 23 febbraio 2006, all'Azienda USL n. 2 - Via per S. Alessio - Monte S. Quirico - 55100 Lucca.
- **La Scuola Normale Superiore di Pisa** mette in palio una borsa di studio post-dottorato. Bando reperibile c/o l'ente. Domande entro il 23 febbraio 2006, alla Scuola Normale Superiore - Piazza del Castelletto, 11 - 56126 Pisa.
- **L'Azienda Ospedaliera Universitaria Senese** assume a tempo indeterminato un dirigente medico di neurochirurgia. Il bando è stato pubblicato sul Bur Toscana 45/2005. Domande, entro il 23 febbraio 2006, all'Azienda Ospedaliera Universitaria Senese - Strada delle Scotte, 14 - 53100 Siena.
- **L'Azienda ospedaliera Universitaria Senese** assume a tempo indeterminato un dirigente medico di radiodiagnostica. Il bando è stato pubblicato sul Bur Toscana 49/2005. Domande, entro il 27 febbraio 2006, all'Azienda Ospedaliera Universitaria Senese - Strada delle Scotte, 14 - 53100 Siena.
- **L'Agenzia regionale protezione ambientale della Toscana** assume a tempo indeterminato un analista di dati. Il bando è stato pubblicato sul Bur Toscana 37/2005. Domande, entro il 27 febbraio 2006, all'Agenzia regionale protezione ambientale Toscana (Arpat) - Via Nicola Porpora, 22 - 50144 Firenze.
- **L'Istituto universitario di studi superiori** assume a tempo indeterminato dieci diplomati. Il bando è stato pubblicato sulla «Gazzetta Ufficiale» Italia 7/2006. Domanda, entro il 27 febbraio 2006, all'Istituto Universitario di studi superiori (luss) - Via Luino, 4 - 27100 Pavia. A CURA DI GIAMBATTISTA PEPI