



# Innovazione: studenti

Un'app per mettere in contatto chi cerca e chi offre lavoro; un piano di azioni concrete su come usare i social per presidiare il proprio mercato. Ecco i due progetti premiati ieri nella sala consiglio del Dipartimento di Economia dell'Università dell'Insubria a conclusione del **Samsung Innovation Camp**, un'iniziativa che ha coinvolto più di 500 studenti dell'ateneo in un percorso iniziato a ottobre 2018 composto da digitalizzazione, innovazione e opportunità di collaborazione con le aziende del proprio territorio.

Scopo principale del progetto era fornire ai partecipanti competenze digitali complementari a quelle dei corsi accademici tradizionali da mettere in pratica nella fase finale del progetto. Dopo otto moduli di lezioni su digital marketing, cybersicurezza e altri temi legati al digitale i migliori 60 classificati nei test di verifica sono stati selezionati per collaborare con aziende locali. A **Varese** si sono offerte la filiale di Randstad, colosso olandese nella ricerca, selezione, formazione di risorse umane e somministrazione di lavoro, ed Enoplastic, azienda di Bodio Lomnago specializzata nella produzione di tappi per bottiglie e capsule.

I sessanta studenti dell'In-



Gli studenti premiati al camp sull'innovazione (foto Blitz)

subria che hanno superato tutte le fasi sono stati suddivisi in nove gruppi: 4 per Randstad e 5 per Enoplastic. Tra i primi quattro team i vincitori hanno sviluppato "Fabrion", un'applicazione che mette in contatto i

roni è stata giudicata innovativa, completa e verrà sviluppata dalla società olandese. "Project for enoplastic" è invece il nome del lavoro con cui Eliana Muccignato, neolaureata in scienze

Due i progetti vincitori del Camp promosso all'Insubria in collaborazione con **Samsung**: entrambi saranno sviluppati

candidati con l'azienda condividendo annunci e contenuti utili per la ricerca del lavoro. L'idea di Paolo Gandola, Alessandro Benedetto, Davide Castiglioni e Simone Lazza-

ambientali, è stata premiata da Enoplastic: l'azienda varesina voleva impostare una campagna di marketing che puntasse sui social media e il suo piano di azioni è stato il più chiaro.

Per l'Università dell'Insubria si trattava dell'esordio nel progetto: «È stata un'esperienza molto sfidante - ha commentato il professor Andrea Uselli, docente di Economia - Non pensavamo di raggiungere questi numeri, è stato un percorso molto utile perché abbiamo coinvolto studenti di diverse aree: Economia naturalmente aveva una nutrita comitiva ma molte facoltà sono state rappresentate dato che c'era gente di Informatica e pure di area scientifica. La cosa più importante però è essere riusciti a comprendere in modo più preciso e chiaro le loro esigenze e aspettative sul mondo del lavoro». Il Camp organizzato da **Samsung** è già alla seconda edizione e ha coinvolto a livello nazionale circa 10mila studenti in 18 università tra cui Bicocca, Roma Tre, Torino, Genova, Bari e tante altre. Il successo è stato la trasversalità delle competenze trasmesse. Per dimostrare, come se ce ne fosse ancora bisogno, l'importanza del digitale nel mondo del lavoro contemporaneo basta il dato di provenienza degli iscritti a livello nazionale: il 30% arriva da economia e finanza mentre il 13% da ingegneria, il 15% si suddivide tra chi studia materie umanistiche e comunicazione.

**Michele Nardi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

