



Esterno di una sede Ikea FOTO AP

Miraggio Ikea: 28mila domande per 200 posti

● Al via le selezioni a Pisa. Il sindaco Filippeschi: «Conferma che il lavoro è il problema dei problemi»

SONIA RENZINI
srenzini@unita.it

Già la corsa tra i comuni della costa toscana per ospitare il megastore di Ikea lo avevano fatto presagire, lo sbarco della catena di arredamenti low cost svedese era un boccone troppo da ghiotti per lasciarselo sfuggire in tempi di magra come questi sul versante dell'occupazione. I fatti lo hanno confermato. Appena pochi mesi dopo dalla scelta finale dell'ubicazione, ai Navicelli di Pisa, il momento della verità è arrivato con il via libera alle selezioni per il personale il 15 luglio scorso, i curricula dovevano essere inviati rigorosamente on line entro la mezzanotte di domenica per 200 posti disponibili tra addetti ai servizi alla clientela, alla vendita, alla logistica e alla ristorazione. Il risultato ha superato qualsiasi previsione, un'esplosione di clic ha invaso il sito: 28.616 le candidature giunte.

«È la conferma che quello del lavoro per i giovani è il problema dei problemi, per il quale serve ogni impegno, ognuno secondo le proprie responsabi-

lità – commenta a caldo il sindaco di Pisa Marco Filippeschi – A Pisa abbiamo dimostrato con una convergenza politica molto larga e con un impegno efficace del Comune che si può cogliere un'occasione. Il dato, pur drammatico del numero di domande raccolte, dimostra che abbiamo fatto bene».

LA FAME DI LAVORO

Una bella mole di lavoro per l'ufficio risorse umane di Ikea che ieri ha fatto sapere di avere già iniziato lo screening dei profili e di apprestarsi a contattare le persone selezionate per un primo colloquio. Questa la prima fase, la seconda prevede un colloquio di gruppo a tutti i candidati ritenuti idonei alla presenza dei responsabili dei vari reparti (a partire dalla prima settimana di settembre), seguito da interviste individuali. «Ikea si impegna a dare una risposta a ogni candidato al termine del processo di selezione che continuerà fino a copertura di tutte le posizioni necessarie», si legge in una nota diffusa dallo store svedese che annuncia anche «importanti investimenti nella for-

mazione trasversale e specialistica dei neoassunti, relativamente alla cultura aziendale, ai prodotti in assortimento e al sistema di vendita». Ma più dei proclami vale la certezza del posto di lavoro a tempo indeterminato, sia pure parziale come, dicono fonti sindacali, sono spesso i contratti Ikea.

«La fame di lavoro è talmente tanta che si cerca di cogliere qualsiasi opportunità – dice il segretario della Cgil di Pisa Gianfranco Francese – sarà interessante vedere nei prossimi giorni più nel dettaglio i dati disaggregati, conoscere il titolo di studio dei candidati, capire quanti sono rispettivamente gli uomini e le donne, ma anche quanti quelli che sono fuori provincia». L'impressione è che il via alla selezione degli addetti dello store pisano abbia richiamato persone da tutto il paese, senza nessun limite territoriale, perché il posto fisso vale ormai quanto la vincita della lotteria e non importa se è lontano da casa. «Il numero è imponente – continua Francese – ricorda i grandi concorsi della pubblica amministrazione degli anni passati, ma è anche lo specchio della situazione drammatica che sta vivendo il mondo del lavoro nel nostro paese. Questo ci dice una volta di più quanto sia necessario che il tema del lavoro diventi il primo punto dell'agenda di ogni governo».

E pensare che il lieto fine tra Ikea e le istituzioni locali toscane non era affatto scontato, solo due anni fa il management svedese proclamò la cancellazione dai propri piani di espansione in Italia del punto vendita Ikea nel pisano, a causa dei tempi lunghi e della burocrazia che gravava sul progetto presentato sei anni prima. Se l'annuncio mirava a smuovere le acque ci riuscì, la Regione prese ben salde nelle mani il filo della matassa e portò i vertici di Ikea a ritornare sui propri passi e ad aprire un secondo punto vendita in Toscana, dopo quello di Sesto Fiorentino.

Tamburi entra in Moncler

● La società dei piumini potrebbe essere quotata in Borsa ● La «caccia» ai marchi della moda

GIULIA PILLA
MILANO

Un pezzo di Moncler e dei suoi piumini cambiano. Tamburi Investment Partners (Tip), investment-merchant bank indipendente quotata al mercato Star di Borsa Italiana, tramite la propria controllata Clubsette ha acquisito il 14% di Ruffini Partecipazioni, società controllata da Remo Ruffini che detiene il 32% del gruppo Moncler. Proprio la scorsa settimana Tip aveva realizzato una importante plusvalenza vendendo la propria partecipazione dei grandi magazzini

francesi Printemps.

La notizia è stata diffusa ieri da un comunicato. L'investimento per Clubsette è di 103 milioni di euro oltre ad un possibile futuro guadagno che potrà rendersi applicabile in funzione di eventuali forme di valorizzazione nel corso dei prossimi tre anni.

Clubsette è una società neocostituita, di cui Tip detiene il 52,5%, mentre il rimanente fa capo ad altri soci, principalmente famiglie di imprenditori o family office soci di Tip. Tip ha assunto con Ruffini Partecipazioni un impegno di lock-up a sei anni mentre gli altri soci di Clubsette hanno assun-

to un analogo impegno limitato a tre anni circa. L'obiettivo dell'operazione è di «rafforzare ulteriormente l'assetto societario di Ruffini Partecipazioni quale socio rilevante di Moncler, in perfetta coerenza con la consolidata filosofia di investimento di Tip».

Moncler è una azienda tessile specializzata in abbigliamento invernale, fondata nel 1952, che nel 2012 ha fatturato 624 milioni di euro, tramite circa 100 negozi diretti in 16 paesi ed attraverso una rete di 2.700 operatori wholesale internazionali, con un margine operativo lordo di 170 milioni (+39% rispetto all'anno precedente). Moncler potrebbe entrare in Borsa nei prossimi mesi e l'investimento di Tip è finalizzato ad accompagnare questo progetto di valorizzazione.

PREMIO UNITÀ

Il business del suono: riprodurre la voce di amici e familiari

Ottava tappa del «viaggio» dell'Unità tra le start up nate in tempo di crisi. Il premio del nostro giornale vuole essere un riconoscimento a chi affronta le difficoltà, a chi combatte per reagire alle avversità, a chi usa la creatività anche per

creare nuove opportunità. Il lavoro è una delle componenti che varrà per guadagnare punti, ma anche la conoscenza, lo studio, la ricerca. Il premio sarà consegnato alla Festa democratica di Genova la prima settimana di settembre.

BIANCA DI GIOVANNI

● L'IDEA È NATA UN ANNO FA E LA COSTITUZIONE DELLA SOCIETÀ SI È CONCLUSA PROPRIO IN QUESTI GIORNI. Eppure il marchio Mivoq ha già vinto un premio indetto da Confindustria Padova sulle nuove imprese. Evidentemente il progetto cammina già con le sue gambe.

L'acronimo sta per «Mimic Voice Quest» e promette la creazione di voci sintetiche «personalizzate». Che vuol dire? Se si desidera un centralino o un assistente virtuale che abbia il proprio timbro di voce, o un audiolibro che riproduca il timbro della voce di un familiare, o magari un navigatore satellitare o un assistente virtuale che dia indicazioni con la voce del proprio bambino, Mivoq sa come fare. Basta una registrazione di una ventina di minuti per ottenere qualsiasi applicazione. Da un punto di vista sanitario è importante riprodurre la voce dei pazienti che si sottopongono a interventi chirurgici alla laringe. In sostanza è un'operazione di «conservazione della voce» utile in caso di laringectomie.

I fondatori della Srl, costituita il 17 luglio a Padova, sono quattro ricercatori del Cnr, cioè Giulio Paci, Fabio Tesser, Giacomo Sommariva e Piero Così. Al gruppo dei quattro ingegneri si è aggiunto un socio industriale, cioè Gianni Zilio della Dreams&Co, azienda di Bassano che si occupa di comunicazione su web, telefono e sms. L'investimento iniziale non è alto. «A noi non servono capannoni, né macchinari – spiega Tesser – Abbiamo fatto con i nostri soldi. Poi nasciamo come una spin-off del Cnr. Possiamo continuare a lavorare con il Cnr per altri due anni, e poi dobbiamo scegliere se restare in azienda o al Centro nazionale per le ricerche. Insomma, la partenza è stata favorita dalle agevolazioni che questo status ci consente». Tra gli investimenti, anche le risorse che i ricercatori hanno vinto partecipando a diversi premi già con il prototipo.

Investimenti abbordabili, vero, ma solo per ora, cioè per la prima fase del progetto, che si limita al mercato italiano e ad applicazioni individuali o industriali. La società ha già in portafoglio cinque o sei clienti portati dal socio industriale. Quanto all'occupazione per ora stanno cercando degli speaker per le registrazioni, ma in futuro ci vorranno esperti informatici, di marketing e soprattutto linguisti e fonetici. L'obiettivo è di superare le frontiere del Paese e quelle linguistiche. Naturalmente se si lavorerà con i cinesi o con gli arabi serviranno speaker di quella lingua.

Gli ambiti di applicazione per la voce sintetica si vanno ampliando sempre di più. L'idea di forza di Mivoq ha comunque dei connotati «familiari»: la voce perde il carattere neutro che oggi possiede

MIVOQ



● PAGELLA

Innovazione tecnica:	76/100
Innovazione organizzativa:	74/100
Occupazione qualificata:	74/100

nei diversi dispositivi, e assume quelli di una persona in carne e ossa. A parte l'utilizzo nei sistemi di sicurezza, che consentono alcune operazioni solo se riconoscono un determinato timbro di voce, i fondatori hanno in mente un nuovo fronte di sviluppo, che potrebbe davvero diventare «rivoluzionario» ai nostri giorni. «Il nostro sogno è riuscire ad aggiungere una dimensione vocale al social network – spiega ancora Tesser – Ovvero consentire che i post abbiano la voce dell'utente che li posta». Effettivamente questa mossa cambierebbe molto nella percezione e nell'uso corrente delle nuove tecnologie.

Gli utenti possono già provare il prodotto connettendosi al sito Mivoq. Basterà leggere e registrare alcune frasi, per far entrare in funzione un algoritmo per la creazione di un modello della voce dell'autore in formato digitale, con tanto di timbro e prosodia. Con questo sistema si possono far leggere al computer i propri sms e le mail: tutto con la propria voce. Immaginiamo come potrebbe cambiare il mondo dei blogger, se ciascun intervento avesse anche la voce dell'autore. Il modello di Mivoq consente di allargare l'applicazione della propria voce a qualsiasi testo, risparmiando tempo. «Se si dovesse registrare tutto e poi riprodurlo, servirebbero ore e ore – aggiunge Tesser – invece così basta una registrazione di una ventina di minuti per ottenere tutti i testi che si desiderano». E se si volesse la voce di Robert De Niro, o di Jennifer Lopez, per la propria sveglia? «Ecco, anche a questo abbiamo pensato – conclude Tesser – E crediamo che tra le future assunzioni ci vorranno anche dei legali, perché qui c'è di mezzo la privacy. Per registrare una voce di una persona c'è sempre bisogno della sua autorizzazione. Non è così facile manipolare e utilizzare a scopi propri i dati delle star». Certo, ma basta chiedere, magari a Hollywood.

La giuria è formata da:

Marcello Messori, Luigi Nicolais, Giulio Sapelli, Gianfranco Viesti