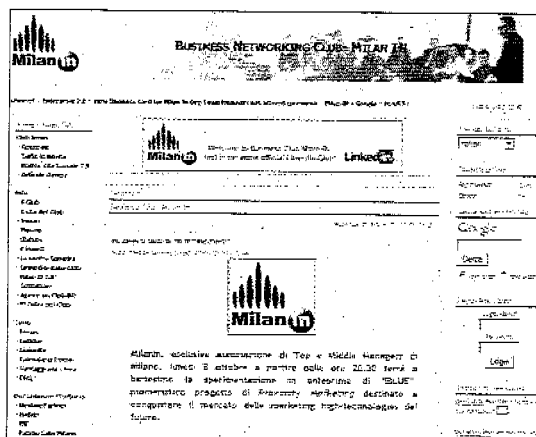


RETI DI LAVORO MILANIN

Dal web
si passa
alla pizza

Negli ultimi due mesi è raddoppiato il club MilanIn, gruppo italiano del social network LinkedIn: i professionisti dell'information technology rappresentano la maggior parte dei membri, ma fanno parte della rete anche imprenditori, studenti, operai. Sono più di duemila le persone riunite nel gruppo milanese che si possono scambiare informazioni e contatti sul web. Ma non solo: ogni settimana MilanIn organizza una cena tra i suoi membri. Osserva il presidente del club Pier Carlo Pozzati: «L'interazione faccia a faccia è importante, soprattutto in Italia, e durante i nostri appuntamenti si possono incontrare datori di lavoro e collaboratori». E chiarisce: «Così la rete di contatti sul web diventa un punto di partenza per creare o sviluppare una rete reale». È un modo di sfruttare la «forza dei legami deboli» descritta trent'anni fa dal sociologo americano Mark Granovetter: attraverso un social network su internet si può accedere a informazioni ed esperienze di persone che non fanno parte dell'abituale cerchia di amicizie.

MilanIn è il primo club al mondo nato all'interno di LinkedIn, un network globale che riunisce quattordici milioni di iscritti: 1,4 milioni di membri hanno come titolo quello di vicepresidente o uno più elevato. L'idea di fondare un'associazione su base territoriale utilizzando la massa di contatti raccolti da LinkedIn è nata due anni fa da un gruppo di amici: in poco tempo è stato firmato un accordo con la LinkedIn corporation negli Stati Uniti ed è nato il club. «Ora sul web abbiamo

un banner "MilanIn" che appare soltanto alle persone che abitano nell'area di Milano, e ogni giorno registriamo cinquanta nuove iscrizioni» osserva Pozzati. E continua: «In breve tempo vor-

remmo aprire una sede fisica dedicata al business networking».

Aziende e cercatori di personale scandagliano sempre più spesso l'immensa banca dati di LinkedIn, dove sono presenti anche offerte di lavoro: «In questo social network sono aumentate le iscrizioni a pagamento professionale - evidenzia Leonardo Rossetti, master Sda Bocconi - perché cercando tra i profili è possibile ridurre i tempi e migliorare la qualità della ricerca delle figure professionali più adatte». Alla Borsa di New York un sito specializzato nell'offerta di lavoro online, Monster.com, vale quattro miliardi di dollari: ogni mese 42 milioni di persone cercano una nuova occupazione attraverso la sua bacheca virtuale. (lu.d.i)

www.milanin.com/egroupware/sitemgr/sitemgr-site/index.php

