

RoadJob riparte Un corso prepara i tecnici elettronici

Formazione. Diciotto posti: iscrizioni entro mercoledì 15. Il progetto didattico della rete di imprese e professionisti si svilupperà in sintonia con le esigenze delle aziende

CHRISTIAN DOZIO
LECCO

Acquisire le competenze in un settore portante come quello della produzione elettronica può garantire un futuro occupazionale certo a chi è alle prese con la scelta del proprio lavoro o con problemi nel trovarne uno. È a questo che si lavora con la RoadJob Academy, che nel giro di qualche giorno farà esordire la nuova proposta formativa.

Dai 18 ai 29 anni

I disoccupati dai 18 ai 29 anni hanno ancora un paio di settimane - fino a mercoledì 15 - per candidarsi alla prossima iniziativa messa a punto dal network di aziende, professionisti e scuole dei territori di Monza-Brianza, Lecco e Como che si occupa di favorire l'ingresso dei

■ Gli studenti più meritevoli potranno accedere a un mese di pratica in ditta

■ La selezione dei candidati sarà seguita dall'agenzia per il lavoro Umama

giovani nel mondo del lavoro. Anche in funzione degli accorgimenti legati al Covid 19 (che porterà all'attivazione di un protocollo sanitario in collaborazione con l'ospedale Fatebenefratelli e Tecnologie d'impresa), sono 18 i posti disponibili nell'aula che ospiterà le lezioni a partire dal 20 settembre, con l'obiettivo di formare la figura di operatore elettronico. Nell'arco del corso, verranno proposte sessioni dedicate a tecnologia e componentistica elettronica, progettazione, saldatura manuale e automatica, tecnica della realizzazione e del collaudo di impianti elettrici ed elettronici.

«Per superare le disparità nel lavoro così come il pregiudizio che certe professioni siano appannaggio esclusivo degli uomini - hanno evidenziato i promotori -, RoadJob Academy invita le ragazze interessate al mondo dell'industria a presentare la candidatura».

Il percorso avrà una durata di dodici settimane. Dopo un primo step di due settimane dedicate all'orientamento e di altre 6 settimane di formazione tecnica con laboratori pratici, gli studenti più meritevoli potranno accedere ad un mese di pratica in azienda con contratto di lavoro. I partner RoadJob che ospiteranno la formazione sul campo saranno Elemaster Spa, Gildardi Spa, Sogedai Srl, Technoprobe Spa, Tecnologie d'Impresa Srl, Tentori Enzo & Co. Srl. Durante le selezioni i giovani

avranno l'opportunità di visitare gli stabilimenti dei partner, sostenere colloqui individuali e prove in modo da individuare subito l'azienda nella quale, se saranno promossi, potranno iniziare la loro carriera.

Ingresso

La selezione sarà seguita dall'agenzia per il lavoro Umama che affiancherà i ragazzi durante il percorso professionalizzante, si occuperà di testare la capacità manuale e le competenze di base dei candidati con una prova di ingresso e supporterà i partecipanti anche nel successivo inserimento nel mercato del lavoro. Per farsi avanti, è auspicato - ma non obbligatorio - il possesso di un titolo di studio coerente con il percorso formativo. Preferibile anche la possibilità di raggiungere in autonomia la potenziale sede di lavoro, mentre si invitano tutti i candidati a completare l'iter vaccinale «come comportamento responsabile nei confronti del prossimo».

Questo il link per candidarsi: <https://academy.roadjob.it/iniziativa-subito/>

Tra ottobre 2019 e marzo 2021, RoadJob Academy ha coinvolto 113 diplomati, con una percentuale di occupazione dell'85% a 12 mesi dalla conclusione del percorso formativo. Il 90% degli studenti che hanno partecipato quest'anno a RoadJob Academy sta già lavorando.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un precedente corso organizzato da RoadJob

L'artigianato "chiama" Ma mancano le figure giuste

Il definitivo rilancio passa attraverso l'occupazione: in questo senso, nel prossimo semestre le aziende più piccole sono pronte a fare la loro parte, a patto di riuscire a reperire i profili di cui hanno bisogno.

A evidenziarlo è la Cna, che ha effettuato in vista della ripresa post ferie un'indagine su un campione di oltre duemila tra artigiani, micro e piccole imprese, composto per oltre il 90% da realtà con meno di dieci addetti:

di queste, oltre la metà è pronta ad assumere nei prossimi sei mesi.

Nel dettaglio, il 55,1% delle aziende vorrebbe ampliare il proprio organico entro il prossimo gennaio. Di queste, il 52,7% ipotizza di procedere con una assunzione, ma il 33,8% propende per due nuovi inserimenti e l'8,2% per tre. Un ingresso che avrebbe in oltre due casi su tre il carattere della stabilità: il 29,4% con il tempo indeterminato, il

20,2% con l'apprendistato, il 14,8% con il tirocinio formativo. Il 27,7% punta invece sul tempo determinato.

La volontà delle imprese di ampliare gli organici anche in funzione delle nuove caratteristiche del mercato nel post pandemia rischia però di essere frustrata dalle difficoltà a trovare le figure professionali di cui hanno bisogno. Solo il 12,9% pensa di non avere problemi in questo senso. Il 79,9%, invece, non riesce a trovare candidati idonei alle mansioni richieste. E il rimanente 7,2% si imbatte in candidati insoddisfatti delle offerte economiche avanzate dalle imprese. **C. Doz.**

L'INTERVENTO

«Il leasing torna a crescere È usato molto dai piccoli»

Lo shock della pandemia ha avuto conseguenze rilevanti, ma il leasing ha saputo confermare il ruolo anche nell'economia del Lecchese.

La penetrazione del leasing rispetto ai prestiti a medio-lungo termine finalizzati agli investimenti produttivi si avvicina al 25%. La correlazione tra investimenti e leasing ha continuato a svilupparsi e il valore dell'erogato ha raggiunto il 20% degli investimenti privati escluse le abitazioni. Il numero ed il valore dei contratti stipulati lo scorso anno riporta una variazione negativa a due cifre rispetto all'anno precedente, seguito da un repentino potenziamento della dinamica negli

ultimi mesi dell'anno, che sfocia in un +25% nel primo semestre del 2021. Il settore auto si conferma il più significativo, in decisa ripresa da settembre dello scorso anno.

Le vetture green rappresentano il 25% circa del totale delle immatricolazioni tramite leasing. Il leasing vede crescere l'espansione sugli investimenti in macchinari per l'agricoltura, foreste e pesca.

Cresce di circa il 40% il valore di tale comparto, in cui il leasing può giocare un ruolo strategico nel soddisfare le richieste di liquidità a media-lunga scadenza del settore finalizzate ad una trasformazione digitale e sostenibile.

Crescono le domande di leasing anche da parte di impre-



Francesco Megna

se che operano nei servizi sanitari e nell'autotrasporto. Tra i settori più sfidanti per l'anno in corso rileviamo quelli dell'efficientamento energetico e dell'agro-alimentare, del trasporto e della logistica. Si conferma poi il trend posi-

tivo del leasing immobiliare con una crescita notevole di stipulato nei primi sei mesi del 2021 specialmente nel costruito, che aveva registrato risultati negativi lo scorso anno.

Il leasing è utilizzato soprattutto dalle piccole e medie imprese, con un ampio ricorso anche a investimenti di cui al Piano 4.0 nonché riferibili alla nuova Sabatini. Cresce la percentuale di clienti privati/liberi professionisti. La clientela leasing è inoltre rappresentata da un'alta percentuale di imprese con elevato grado di innovazione e orientamento all'export.

Le moratorie attualmente in essere rappresentano circa il 25% dell'erogato. Per il 2021 ci si attende una crescita di circa il 9% dei contratti di leasing rispetto allo scorso anno soprattutto nei settori cruciali come la digitalizzazione, agricoltura e Green economy.

Francesco Megna

Referente commerciale in banca.

Moto Guzzi e Timberland La linea di abbigliamento

Accordo

Presentati dai due marchi alcuni capi di una gamma che valorizza le rispettive caratteristiche

Nell'anno del centenario, la Casa dell'aquila lancia una nuova linea: non di moto, ma di abbigliamento.

Moto Guzzi e Timberland hanno presentato una collezione, nata dalla sinergia tra il marchio di moto italiano e il brand che firma prodotti - prevalentemente calzature, ma anche abiti e attrezzature da lavoro, oltre agli accessori - per lo stile outdoor, work e lifestyle.

Le due realtà - che hanno costruito la loro reputazione in settori diversi ma condividono un heritage comune fatto di esperienza artigianale, originalità e qualità superiore - lancia dunque una collezione limitata che include stivali, una giacca

di pelle, pantaloni e t-shirts. «Gli stivali da uomo - spiegano in una nota - includono due modelli Earthkeepers® Original Leather 6-Inch e uno stivale Waterproof Winter Extreme Super Race realizzato con fodere in Gore-Tex e suola Vibram. In linea con la visione del marchio per un futuro più verde, Timberland porta l'eco-innovazione in entrambi i modelli. La pelle Better Leather proviene da una conceria classificata Silver dal Leather Working Group per le sue pratiche di gestione di acqua, energia e rifiuti. Le fodere in tessuto ReBot™ contengono almeno il 50% di plastica riciclata».

La gamma di abbigliamento comprende una giacca da uomo in pelle, anch'essa realizzata con pelle Better Leather. Presenta un design "Action Back" per facilitare la presa e i movimenti, robusti pannelli in tessuto Cordura® C. Doz.