



Microsoft La campagna per 300 milioni di universitari (nel mondo)

In 7 mila al tecno tour

Microsoft scommette sui giovani e gira l'Italia tra università, incubatori e parchi tecnologici. Ultima tappa del tour di Barcamper, programma di accelerazione per start-up lanciato da dPixel, venture capital advisory, è l'Area science park di Trieste il 23 luglio, prima di tirare le somme sui progetti migliori. Le 20 tappe del camper, infatti, da Milano a Catania, a Cagliari, passando per Pisa, L'Aquila, Pescara e Napoli sono state promosse da Microsoft, Fondazione Cariplo e Filarete, insieme con Techgarage. Oltre a momenti di formazione e mentoring, che si concluderanno con il business plan da presentare agli investitori, gli startupper più promettenti saranno ospiti al TechGarage di novembre, evento che riunisce i principali attori del venture capital. Ma ricercatori e innovatori con ambizioni imprenditoriali saranno tutti dotati dell'infrastruttura informatica che



mette a disposizione Microsoft. L'iniziativa si inserisce nel progetto mondiale del colosso di Seattle, YouthSpark, che prevede la formazione di 300 milioni di giovani per aiutarli a fare impresa in campo tecnologico. In Italia il progetto (Start up revolutionary road) ha



coinvolto anche la Fondazione Politecnico di Milano e il suo Polihub, I3P incubatore di imprese innovative del Politecnico di Torino alla Cittadella

Politecnica e Innovaction Lab dell'Università di Roma Tre. In pratica, da febbraio sono stati formati e affiancati oltre 7 mila studenti universitari e neolaureati, con il «Youth to startup training», rivolto a studenti (6.500 finora) con un corso informatico secondo gli standard della Microsoft it academy, più alcuni moduli su come avviare la propria impresa. Mentre il programma Start-up school training ha finora affiancato 800 aspiranti imprenditori, già laureati, cui ha fornito gli strumenti per trasformare la propria idea in un business. «All'avvio del progetto avevamo previsioni più contenute, pensando di arrivare a sostenere circa 200 idee di start-up, invece stiamo incontrando grande

ricchezza di proposte in tutta Italia. Il nostro obiettivo è di preparare i giovani a realizzare imprese di successo che durino nel tempo, a partire dalla costruzione di un business plan fatto bene e sostenibile, che convinca gli investitori a scommettere proprio su quell'idea imprenditoriale», commenta **Roberta Cocco**, direttore responsabilità sociale e national development di Microsoft Italia. Microsoft, intanto, scommette sulla loro formazione, aiutando a sviluppare una mentalità orientata al business, che è fatta non solo di idee, ma anche di organizzazione, team, marketing e vendita. «Entro l'anno, con i due programmi intendiamo raggiungere 17 mila giovani in ambito tecnologico e contiamo di stringere rapporti più vicini con le università del Sud, dove il camper di Techgarage è stato accolto con grande entusiasmo e progettualità», conclude Cocco. Non manca certo la voglia di fare, ma la seconda scommessa ora spetta ai business angel e al seed capital, ossia ai primi investimenti per l'avvio di start-up. **G.F.**