



NUOVA BMW SERIE 5 XDRIVE GRAN TURISMO. LA VOSTRA STRADA È OVUNQUE.

La nuova BMW Serie 5 Gran Turismo con il sistema di trazione integrale intelligente BMW xDrive è pronta a portarvi oltre l'ordinario. Il massimo dell'eleganza e del dinamismo incontra un livello di comfort e di sicurezza mai raggiunto prima, disponibile anche nelle nuove versioni 530xd e 550xi.


DA 399 EURO AL MESE CON ASSICURAZIONE E MANUTENZIONE INCLUSI.

BMW EfficientDynamics 
Meno emissioni. Più piacere di guidare.

**BMW 530d xDrive Gran Turismo Eletta con Maxirata.
Assicurazione incendio e furto per 3 anni inclusa.
Pacchetto manutenzione ReMain 4 anni/ 200.000 km incluso.**

Prezzo di listino	61.100 Euro
Anticipo o eventuale permuta	20.650 Euro
47 rate da	399 Euro
Maxirata finale	30.562 Euro
TAN	5,99%
TAEG	6,52%

Iva e messa in strada incluse, IPT esclusa. Spese istruttoria pratica 300 Euro IVA inclusa. Salvo approvazione di BMW Financial Services Italia S.p.a. È un'offerta dei concessionari BMW aderenti all'iniziativa valida fino al 31.12.2010 sulle vetture presenti in concessionaria. Fogli informativi disponibili presso le Concessionarie aderenti.

BMW Financial Services: la più avanzata realtà nei servizi finanziari. BMW e . Incontro al vertice della tecnologia.
Consumi gamma BMW Serie 5 Gran Turismo dalla motorizzazione 530d alla 550i xDrive ciclo urbano/extraurbano/misto (litri/100km): da 8,1/5,6/6,5 a 16,2/8,3/11,2. Emissioni CO₂ (g/km): da 173 a 263.

Alba motor

Via GRossa, 8 - Casalecchio di Reno (BO)

AutoVanti

Via Del Lavoro, 1 - Granarolo dell'Emilia (BO) Viale Filopanti, 2 - Bologna

Futuro

le idee e le proposte dei Giovani Imprenditori bolognesi

numero 10 - Settembre 2010



Esclusiva:

Bersani
Candidato
Nobel per
la Pace

Intervista:

Alex Zanardi

Focus

Capitalismo di persone



LINKEDIN DIAMO VALORE SOCIALE ALLE AZIENDE

Fabio Zalambani

Il social network orientato al business.

LinkedIn è un social network orientato al business. Creato da Reid Hoffman e alcuni fondatori di Paypal e Social net.com nel dicembre 2002, ad agosto 2010 risultavano iscritti nel mondo circa 75 milioni di utenti. Lo scopo degli utenti registrati, è di costruire una lista di contatti conosciuti e "di fiducia", in modo da facilitare interscambi di comunicazioni nel mondo professionale.

In Italia LinkedIn, oltre ad avere un sito in lingua, si è sviluppato attraverso eventi specifici di networking organizzati dai comitati legati ai ClubIN. L'idea dei ClubIN è nata a Milano nel 2005 dove è attivo un Club chiamato MilanIN, che offre agli utenti la possibilità di incontrarsi di persona. L'obiettivo è la creazione di eventi, volti all'aggregazione di persone provenienti da diversi ambiti professionali, nell'assoluta convinzione che il networking sia uno strumento prezioso per il business. MilanIN è stato riconosciuto ufficialmente da LinkedIn, nel luglio del 2007, come il primo supporter club ufficiale nel mondo. I gruppi più attivi legati a LinkedIn nella nostra regione, sono i comitati di BolognaIN e ModenaIN, quest'ultimo entrato ufficialmente a far parte della Federazione Italiana ClubIN presieduta da MilanIN. Abbiamo incontrato per Futuro i due fondatori Roberto Ciacci e Anna Piacentini.

BOLOGNAIN (www.bolognain.net)
Sul blog di Roberto Ciacci è scritto: "Roberto Ciacci, 38 anni, sposato e con due figli, si occupa di Business Development per un importante Centro di Calcolo bolognese ed è Consulente libero professionista per progetti di marketing e comunicazione con i media digitali."

Ciao Roberto, com'è nata l'idea di creare BolognaIN e quali obiettivi vi

siete posti?

BolognaIN è nato nel 2008 in piena esplosione dei social media. E' stata pensata come una community spontanea a livello locale, pensi che, in questo momento, ci sono circa 2400 aderenti. Il gruppo di gestione, di cui sono il portavoce, organizza, dalla fine del 2008, eventi con cadenza mensile. Gli eventi, oltre ad essere momenti di marketing relazionale, aiutano a creare nuove opportunità di business e sono degli ottimi spunti di crescita e confronto per tutti i partecipanti.

Sei stato Finalista al LinkedIn European Business Awards 2010 come Best Italian Business Leader. Ci racconti questa esperienza?

Su LinkedIn, prima della fine dell'anno, c'era la possibilità di candidarsi o di far candidare delle persone meritevoli per partecipare al concorso, per cui io mi sono candidato e sono stato candidato da una terza persona. Delle oltre 500 candidature inserite, i promotori del concorso volevano sapere per quale ragione dovevano promuovere alla fase successiva una persona piuttosto che un'altra. Le "Raccomandazioni" dovevano quindi venire dalla propria rete professionale. In maniera del tutto spontanea, su base volontaria rispetto anche alla percezione del lavoro che avevo fatto per BolognaIN, ne ho ottenute 100. Dopo di che c'è stata una scrematura fino ad arrivare a 10 candidati. Nella seconda fase si doveva votare, scegliendo fra i 10 candidati, e sono arrivato terzo, con circa 429 preferenze. La visibilità a questo punto è stata molta: sono usciti articoli circa la mia partecipazione al concorso su "Business People", "Il Sole 24 Ore" e diversi quotidiani locali. E' stato un esercizio sul campo molto interessante, proprio perché mi ha permesso di avere

un'esperienza diretta di "Personal Branding", come curare la propria immagine, creare una campagna elettorale on line con strumenti 2.0 per trasformare un'idea e partecipare a un concorso: tutto questo realizzando qualcosa di concreto.

ModenaIN web.modenain.net

Anna Piacentini, fondatrice del Club ModenaIN, è un'esperta nelle politiche di sviluppo del personale. Riconosce da sempre nell'etica, nel rispetto e nella reciprocità i suoi valori professionali fondanti.

Com'è nata l'idea di ModenaIN?

L'idea è nata nel 2008, sulla base della conoscenza del club di MilanIN, in un momento in cui si stava studiando il fenomeno LinkedIn. Volevo creare un gruppo con persone che avessero la capacità di guardare oltre, di sperimentare nuove idee e di crescere facendo network fra imprese e fra professionisti. L'idea di creare degli incontri, direttamente sul territorio modenese, dove poter portare degli esempi di una cultura strategica del lavoro e fare sperimentazione assieme a manager, liberi professionisti e imprenditori, è stata una mossa vincente.

Attualmente ho sentito voci sulla nascita del comitato EmiliaIN, gestito proprio dal gruppo di ModenaIN. Ci spieghi questa nuova iniziativa?

L'idea di far nascere EmiliaIN era già in cantiere da diverso tempo. Il gruppo di ModenaIN ha sempre avuto questa grande opportunità di veder partecipare persone non solo della provincia di Modena, ma anche dalle altre province Emiliane. Per arrivarci nel modo corretto, abbiamo voluto prima consolidarci come ModenaIN, perché gestire un gruppo "provinciale", non è semplice. Ora,



con il team di gestione, stiamo ragionando sull'esportazione di questa esperienza positiva anche sulle altre province, avendo come "comitato guida", una delegazione emiliana capace di coordinare i vari eventi e di ottimizzare i servizi sul territorio.

Ci può svelare alcuni dei prossimi eventi?

L'evento di settembre è stato targato ModenaIN, ma già da ottobre o novembre sono iniziati gli eventi targati EmiliaIN. Il nostro è stato un autunno all'insegna dell'etica: il 27 settembre è stato realizzato un evento a livello nazionale, dove ogni club è stato collegato e quindi presentato il codice etico della cella-federazione. Si tratta di un evento cui teniamo particolarmente, perché siamo stati proprio il gruppo che ha ispirato la creazione di un codice etico in collaborazione con i comitati di 5 ClubIN Italiani (CagliariIN, ToscanaIN, MilanIN, LiguriaIN oltre a ModenaIN). Sull'onda di questo tema, vorremmo realizzare un evento sulla responsabilità sociale d'impresa, che è, appunto, uno dei temi portanti del codice etico.

Le versioni integrali delle interviste sono su <http://www.giovanuniindustria.bo.it/>