

L'Intervista

Tutte
le interviste
su
city.it

La vita in 5 date

1964

Nasce a Viry Chatillon (Parigi), ma cresce in Italia dove si è trasferita la sua famiglia.

1991

Nasce la figlia Héléne

1995

Nasce la figlia Caroline.

2000

Il 7 aprile va on line Tesionline, il sito di e-commerce che permette ai laureati di pubblicare e vendere le loro tesi.

2010

Parte il progetto Tesi on Demand, "tesi in cerca d'autore". Sul sito <http://www.tesionline.it/tod/> vengono pubblicati i titoli di tesi da svolgere in collaborazione con imprese o professionisti. Lo studente (o studentessa) che è interessato può candidarsi se trova un relatore che lo o la segua su quell'argomento di ricerca. A quel punto inserisce i suoi dati: facoltà, esami sostenuti e votazione conseguita, relatore di riferimento. E l'azienda sceglie la candidatura che reputa migliore. Il servizio è interamente a carico dell'azienda che paga "l'inserzione" del titolo di tesi.

Studenti e aziende uniti da una tesi

CHRISTOPHE SANCHEZ
Fondatore del sito Tesionline, si è inventato "Tesi on Demand", il servizio per aiutare aziende e laureandi a fare ricerca insieme.

Cos'è di preciso "Tesi on Demand"?

Un servizio per far "parlare" laureandi e aziende: indichiamo agli studenti alcuni argomenti di ricerca da fare in collaborazione con le imprese.

Perché?

Tesionline è un sito in cui i laureati possono pubblicare e vendere le loro tesi. Sulle circa 100mila all'anno che vendiamo, solo il 40% è comprato da studenti: ad acquistarle sono soprattutto (nel 60% dei casi) aziende e professionisti.

E quindi?

Significa che il mondo produttivo ha bisogno delle informazioni che sono nelle università. E che forse imprese e professionisti non hanno a disposizione molte altre "risposte" di cui potrebbero servirsi.

Invece di cercare le tesi già svolte, l'idea è di pensarci prima...

Esatto. Se un mobilitato di Lissone, per esempio, decide di

esportare in Romania, ha bisogno di una ricerca di mercato. Un'azienda medio-piccola non ha le risorse per farlo. Deve rivolgersi a consulenti privati, che costano cari. Ma questo è un tipico lavoro di ricerca di tesi, che può fare benissimo chi si sta laureando in marketing.

Il tesista si sostituisce ai consulenti?

Sì. Così è possibile fare "ricerca e sviluppo" praticamente a costo zero.

Il vantaggio per lo studente qual è?

Va a verificare le proprie competenze sul campo, a contatto con un'azienda vera. La sua tesi non è più teorica, astratta, ma applicata a una realtà produttiva che può avere da 15 dipendenti fino a 1000.

Non si tratta però di una forma di selezione per le assunzioni, vero?

Le aziende con cui collaboriamo hanno capito che possono mettere alla prova gli studenti su una ricerca perché magari gli interessa quel tipo di professionalità.

Ma non può valere in tutti i casi, no?

Rimane che una tesi del genere fa curriculum. Di solito si effettua uno stage dopo la laurea. In questo modo già la tesi diventa momento di stage. E quando cerchi lavoro puoi portare il fatto che hai già lavorato. **Per quali facoltà sono le tesi?**

Siamo appena partiti, ma abbiamo già 26 tesi in cerca di autori per dieci aziende. Vanno dall'analisi "dei fattori che influenzano il rendimento nelle trasmissioni negli ingranaggi", per Ingegneria, a "La collocazione dell'impresa nel mercato di riferimento", per il Marketing, a "L'adeguatezza dell'istruzione superiore alle esigenze occupazionali del sistema economico locale in Monza e Brianza" per Scienze Sociali, o della Formazione.

Quali imprese cercano le tesi?

Tutte. Le grandi aziende però di solito hanno contatti con l'università. In genere con un docente, che magari è consulente di quell'azienda. Il professore seleziona gli studenti e propone loro di fare la tesi in quell'azienda. Non vogliamo cancellare questo passaggio, ma vorremmo che non fosse una possibilità limitata ad alcuni "privilegiati".

Cioè?

Tante imprese, pur avendone bisogno, non hanno la mentalità necessaria a "proporsi" all'università. È un mondo che conoscono poco o non hanno il tempo per cercare.

Soprattutto le piccole?

Certo e l'economia italiana è fatta all'85% da aziende che hanno meno di 100 dipendenti.

Di rado hanno gruppi di ricerca interni.

Nel mercato globale è una debolezza.

Rende più difficile innovare. Credo che la nostra proposta possa aiutare anche l'economia: permette ai "piccoli" di avere un consulente, il laureando, che però ha dietro l'università - perché la tesi deve essere avallata da un relatore ed è discussa all'interno di un ateneo.

Da dove vengono studenti e aziende?

Da tutta Italia: alle imprese poniamo la condizione che non ci sia nessuna discriminazione di tipo geografico nella scelta dei candidati. L'importante è il curriculum. Così anche chi studia a Catanzaro può finire a collaborare con un'impresa veneta. Il progetto, inoltre, è partito insieme con Confindustria Monza e Brianza. Il secondo polo che dovrebbe aderire è Confindustria Cagliari.

Perché proprio Cagliari?

Abbiamo voluto scegliere un polo altamente industrializzato (la Brianza) e un polo dove l'industria manca, perché lì il nostro progetto potrebbe servire agli enti pubblici. Zone poco turistiche dell'isola, per esempio, possono prendere un laureando in pianificazione territoriale, uno di marketing, uno di beni culturali e fare un progetto di sviluppo turistico...

Non è un paradosso che quest'idea, che dovrebbe essere fondamentale sia per il tessuto economico che per l'istruzione, sia venuta a voi che siete privati?

Tutta Tesionline è un paradosso! Dieci anni fa abbiamo iniziato a pubblicare e vendere tesi: lo avrebbero dovuto fare le università. Ma ognuna è indipendente:

ogni facoltà è indipendente, ogni cattedra è indipendente. E la media dei professori italiani ha 58 anni, contro i 35 dei francesi. Il web, invece, è uno strumento molto giovane.

Elena Tebano
elena.tebano@rs.it

"Sul nostro sito si possono vendere le proprie tesi. E ora anche scegliere i titoli per fare quelle utili alle aziende"

"Le imprese possono innovare grazie ai laureandi. E gli studenti fanno l'esperienza di un lavoro vero"