

CONFINDUSTRIA. Ospiti del Gruppo giovani e della Piccola impresa

Gli studenti di Nanterre a scuola di made in Italy

La domanda più difficile fatta da una ragazza: «Perché si deve investire nel vostro paese?»

VICENZA

Gli studenti della facoltà di Economia dell'Università di Parigi X Nanterre sono stati ospiti del Gruppo giovani imprenditori e del Comitato Piccola impresa di Confindustria Vicenza per due giorni di formazione e conoscenza delle aziende del territorio. Ad accompagnarli il professor Kamel Ben Youssef, docente di marketing, e Saverio Sbalchiero, professionista vicentino docente di brand design a Parigi X Nanterre.

È il secondo anno che il corso di marketing di Parigi X Nanterre sceglie l'Italia per una esperienza formativa in ambito economico: lo scorso anno gli studenti sono stati accompagnati a Torino, in quel momento capitale europea del design, mentre adesso la scelta è caduta su Vicenza.

Accolti dai Giovani Imprenditori nella sede di palazzo Bonin Longare, gli universitari si



I relatori dell'incontro con gli studenti universitari di Nanterre

sono concentrati sulla realtà imprenditoriale del territorio grazie alla lezione di Daniele Marini, direttore scientifico della Fondazione Nord Est, seguita dall'intervento di Stefano Siddi, dell'ufficio studi della Camera di Commercio.

La parte più vivace degli incontri del mattino ha visto le testimonianze di Paolo Mantovani, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori e di Diego Caron, presidente del Comitato piccola impresa. A loro gli studenti hanno rivolto domande serrate, per capire la realtà vicentina: dalla validità degli aiuti statali contro la crisi, all'accesso al credito dei giovani imprenditori, alla dimensione familiare delle imprese come

limite per investimenti coraggiosi. La domanda più difficile, fatta da una studentessa che ha chiesto quali siano i vantaggi di un imprenditore a investire in Italia, ha trovato i relatori concordi nell'individuare i punti forti del nostro paese nel fatto di essere un territorio di imprenditorialità diffusa, con altissime specializzazioni, che gode di un marchio unico al mondo, il "made in Italy", ovunque è sinonimo di qualità. Daniele Marini ha ricordato che il Nordest è stato studiato anche dallo staff dell'ex presidente americano Bill Clinton, perché il modello ha potenzialità rare, che porterà vantaggi anche in futuro. ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA

