

Padova Confindustria e Università per formare export manager

Padova cresce con l'export (8,75 miliardi nel 2015, +8,9% nel quarto trimestre). E le imprese puntano a formare giovani "export manager" capaci di accompagnare i processi di internazionalizzazione testandone le capacità sui progetti aziendali. È l'obiettivo del progetto "L'impresa e l'economia internazionale", alla quarta edizione, organizzato dai Giovani Imprenditori di Confindustria Padova e dal Corso di laurea magistrale in Economia internazionale dell'Università che ha permesso a 32 studenti organizzati in team di misurarsi con i progetti di internazionalizzazione di cinque aziende padovane in mercati ad alto potenziale o in via di sviluppo, in stretto raccordo con gli imprenditori.

Sono sette i progetti elaborati al termine del percorso formativo iniziato a marzo. La presentazione avverrà nel corso dell'incontro "Crescere nei mercati internazionali. Percorsi ed esperienze a confronto" in programma alle 10.30 nell'Aula 34 del Dipartimento di Scienze economiche e aziendali "Marco Fanno" dell'Università, in via Ugo Bassi.



Padova economia

CONFINDUSTRIA E UNIVERSITÀ

Gli export manager al test delle imprese

► PADOVA

Padova cresce con le esportazioni ma anche con la formazione di nuovi export manager frutto della collaborazione tra Confindustria e Università. Erano 32 gli studenti del Corso di laurea magistrale in Economia internazionale - più del 50% del totale degli iscritti - che ieri mattina si sono cimentati, in team, nella presentazione di progetti di internazionalizzazione per cinque imprese del territorio che si sono rese disponibili a dialogare con i ragazzi. «L'impresa e l'economia internazionale», progetto che vede i Giovani Imprenditori e il Corso di laurea collaborare alla formazione degli studenti di economia, proprio da quest'anno ha aggiunto alla consueta formula della presentazione dei casi aziendali anche un laboratorio che permette di applicare gli insegnamenti accademici alle esigenze delle imprese. «Come dipartimento già da molto abbiamo sviluppato collaborazioni strategiche con le imprese», spiega Eleonora di Maria, docente di international marketing del dipartimento di scienze economiche aziendali Marco Fanno dell'Università di Padova e responsabile del progetto. «La sinergia garantisce ai nostri studenti una conoscenza

concreta del mondo al quale parteciperanno e permette alle imprese di avvicinare giovani talenti». Di fronte ai ragazzi i manager di Bedeschi spa, di Marcato spa, di Profilpas, Unox e Young Digital hanno seguito con attenzione le proposte e valutato i progetti: «Siamo soddisfatti del lavoro fatto», ha detto Giacomo Marcato, vicepresidente di Marcato spa (20 milioni di euro di fatturato di cui l'85% sui mercati internazionali e 100 dipendenti nel settore delle macchine per la pasta). «I ragazzi hanno analizzato aspetti di una nostra penetrazione sui mercati asiatici che non avevamo preso neppure in considerazione. Certo ci sono dei punti da approfondire ma il lavoro è notevole». È una collaborazione fruttuosa per entrambe le parti quella instaurata tra giovani imprenditori di Confindustria Padova e Università. «Da un lato gli studenti fanno esperienza, comprendono quali siano le modalità e le esigenze delle imprese», spiega Nicola Corsano vicepresidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Padova, «dall'altro le aziende imparano a conoscere i propri futuri collaboratori e partecipano alla loro formazione ottenendo nel contempo idee fresche e e spesso interessanti».

(r.s.)



Aziende e ateneo per formare nuovi «export manager»

Alla fine hanno vinto i ragazzi che correvano per la Young Digitalis di Padova, con un progetto relativo alle strategie di comunicazione digitale diversificata. In gara, sette team per complessivi 32 studenti del corso di laurea magistrale in economia internazionale del Bo; e sette progetti elaborati al termine di una formazione iniziata a marzo. Coinvolte la Bedeschi di Limena (due lavori), la Marcato di Campodarsego, la Profilpas e la Unox (due elaborati) di Cadoneghe e la Young Digitalis. Per potenziare l'internazionalizzazione le imprese puntano a formare le competenze di nuovi «export manager». (m.d.f.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

