“Dal punto di vista di un giovane che sta ragionando su quale percorso di formazione universitaria intraprendere, guardare all’estero sta assumendo sempre più i connotati di una scelta obbligata, considerato che l’Italia sembra sempre più un Paese senza prospettive” - osserva con un filo di amarezza Alessandro Sinatra, docente del percorso Made in Italy - Management and Entrepreneurship della Laurea Magistrale in Economia Aziendale e Management della LIUC – Università Cattaneo di Castellanza (VA).

”Purtroppo, però, anche ai nativi digitali, abilissimi nell’usare i motori di ricerca, sembrano sfuggire le opportunità offerte da un’Italia vincente, competitiva sui mercati mondiali e disposta a fornire un’alternativa concreta alla fuga dei cervelli più promettenti.” L’Italia cui allude il professor Sinatra è quella delle PMI che hanno raggiunto l’eccellenza in settori forse meno famosi e fascinosi dell’agroalimentare e del prêt-à-porter quali la meccanica di precisione, la metallurgia, l’automazione industriale, la nautica, le tecnologie per il riscaldamento e la climatizzazione e gli strumenti per la navigazione aerea e spaziale.

Secondo una recente analisi dell’Osservatorio PMI di Global Strategy, a dispetto della crisi queste aziende di eccellenza stanno mantenendo ritmi di crescita fino a tre volte superiori alla media del loro universo di riferimento e negli ultimi 5 anni hanno pressoché raddoppiato il loro reddito d’impresa. Inoltre, queste PMI saldamente radicate nei loro territori realizzano all’estero circa il 40% del loro fatturato e sono fortemente orientate alla innovazione tecnologica, come dimostra il fatto che almeno il 5% dei loro ricavi viene reinvestito in R&D. Si tratta, pertanto, di pezzi importanti di quella variegata e formidabile macchina da esportazioni che passa sotto il nome di Made in Italy.

“Il problema è che queste aziende faticano a trovare candidati idonei a coprire le posizioni manageriali necessarie a sostenere il loro sforzo a una internazionalizzazione sempre più spinta e all’innovazione tecnologica e di processo” - conferma il docente della LIUC - Università Cattaneo. “Da parte delle imprese c’è una richiesta di professionalità con competenze meno generiche o, all’opposto, con specializzazioni diverse da quelle in possesso di chi proviene dai corsi di laurea e dai master di primo o secondo livello.”

Per risolvere questo impasse, che danneggia le imprese italiane alla ricerca di validi nocchieri al pari dei giovani che oggi investono non poco per acquisire e perfezionare un sapere “spendibile” nel mondo del lavoro, l’unica soluzione percorribile è modificare l’approccio della formazione universitaria.

A oggi, l’unico esempio concreto in questo senso è “Made in Italy - Management and Entrepreneurship”, l’indirizzo specialistico totalmente in lingua inglese dedicato alla gestione delle aziende del Made in Italy attivato dallo scorso anno accademico proprio dalla LIUC. Il percorso istituito all’interno al corso di Laurea Magistrale in Economia Aziendale e Management, infatti, è il primo a essere stato progettato e svolto in stretta collaborazione con le

imprese del Made in Italy allo scopo di formare figure manageriali “attrezzate” per gestire, all’interno di aziende o consorzi di imprese, i processi di internazionalizzazione sempre più essenziali per il Made in Italy.

Si tratta, perciò, di un corso rivolto a studenti italiani e stranieri con laurea triennale in discipline economiche, manageriali e sociali che intendono formarsi come manager, imprenditori o professionisti specializzati nei settori del Made in Italy e nelle peculiarità gestionali che lo caratterizzano.

In coerenza con un approccio calato nella realtà effettiva del Made in Italy, il percorso didattico proposto dalla LIUC si focalizza su temi quali l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, la competitività di impresa e di sistemi di imprese, le strategie di internazionalizzazione, le strategie di produzione e industrializzazione, la difesa del Know-how e del marchio, le reti inter-organizzative e il marketing strategico e operativo.

“Formare giovani capaci di inserirsi efficacemente nelle aziende del Made in Italy, andando oltre la modellistica anglosassone consolidata, e offrire loro l’opportunità di sperimentare sul campo quanto apprendono sintetizza il nostro approccio” - spiega il professor Sinatra. “Questo modello ha trovato un concreto appoggio nelle imprese, soprattutto quelle che continuano a svilupparsi e ad assumere giovani risorse. L’integrazione con il mondo delle imprese, che va dalle docenze alla disponibilità ad accogliere gli studenti per stage retribuiti sia in Italia che all’estero, ci ha permesso di espandere ulteriormente l’offerta formativa, con l’attivazione di corsi dedicati a settori strategici per il Made in Italy come Retail Food Management, ma anche di sviluppare laboratori su ambiti specifici come International Marketing – Made in Italy Fashion & Footwear Lab, dedicato al settore della calzatura, che prevedono periodi di permanenza nelle aziende.”

A conferma dello spessore del percorso formativo, tra i partner di Made in Italy - Management and Entrepreneurship figurano, oltre a organizzazioni imprenditoriali dei settori del Made in Italy quali ANCI (Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani), ANIMA (Federazione delle Associazioni Nazionali dell’Industria Meccanica varia e affine), Federchimica, Centromarca e Federmanager, banche, fondazioni di grande prestigio e catene del food retail di primaria importanza come Panino Giusto, Grom, Rosso Pomodoro e Ca’Puccino.