

Cultura d'impresa. Cento studenti visitano in Brianza la Winter school della Bicocca

Cinesi a lezione di Made in Italy

Rita-Fatiguso

CONCOREZZO. Dal nostro inviato

I cuori giganti in plexiglas per le vetrine Prada a San Valentino, supervisionati da Miuccia in persona, innescano una raffica di *hao, hao, hen hao* («bello, bello, molto bello», in cinese).

Agli studenti di ChongQing in visita guidata alle aziende brianzole si schiude il mondo magico del made in Italy.

La Giovanardi spa di Concorezzo è un caso da manuale: qui bussano le più note griffe - Prada, appunto, ma anche Armani, Versace, Luxottica, Dsquared, tanto per fare qualche nome - tutte con una richiesta precisa: trovare (e realizzare) il modo migliore per presentare i prodotti in negozi e occasioni varie, grazie ad allestimenti sofisticati e, soprattutto, di qualità.

Per riuscire a dare il meglio, la Giovanardi spa, 20 milioni di fatturato e 100 dipendenti, ha creato una rete che è già al centro di ricerche universitarie, con aziende locali che integrano le professionalità in vista di soluzioni utili alla costruzione dei marchi stes-

si. Un tema assai scottante per la Cina, sedotta dal lusso occidentale, ma incapace di competere per qualità di prodotti e strategie di marketing con prodotti suoi.

Senza complessi nè timori, la Brianza e, in particolare, la Confindustria locale, hanno accolto un centinaio di giovani studenti cinesi, curiosi, attenti, con la do-

IMODELLI

I prototipi della Giovanardi (allestimenti per le griffe) destano curiosità. Lezione di logistica ai Magazzini generali di Concorezzo

manda pronta. Assistono compunti alla presentazione di Massimo Giovanardi («Io sono la terza generazione dell'azienda di famiglia, quella che distrugge l'operato della prima e della seconda», scherza con i ragazzi), chiedono lumi sulle griffe clienti, sempre più familiari, specie alle classi ricche cinesi.

Il tour fa parte del programma

della prima Winter School di due settimane dell'università Bicocca, gemellata con quella di ChongQing, intitolata *Discovering the old Continent*. Fabio Corno è il docente di management della Bicocca che l'ha promossa: «È la prima in Lombardia per numero di studenti e durata, fa parte integrante di un lavoro partito cinque anni fa quando, in collaborazione con la Fondazione Cariplo, l'Ateneo e, in particolare, il corso di laurea di Scienze dell'Organizzazione - dice il professor Corno - abbiamo messo al centro della nostra attività i Paesi Bric, Brasile, Russia, India e Cina».

Nel 2006 appena quattro studenti visitarono la Cina, nel 2010 in 150 hanno viaggiato per quattro destinazioni: Rio de Janeiro, Mosca, Bangalore e, appunto, ChongQing, una municipalità *monstre* da 35 milioni di abitanti sul fiume Yangtze, creata per arginare i flussi migratori dalle campagne verso le città della costa. L'università, gemellata con la Bicocca, vanta 27 facoltà e 46 mila studenti.

I ragazzi in Brianza si sono di-

visi in gruppi, a seconda dei gusti. Già affascinati dalla visita alla Triennale e, a Maranello, della Ferrari, si appassionano ai prototipi in mostra alla Giovanardi spa. C'è però chi ha scelto la Eco-bauen srl (sistemi di costruzione in legno), chi i Magazzini generali spa di Alessio Barbazza, presidente del comitato piccola industria di Confindustria Monza e Brianza (con annessa dogana di Concorezzo). «Un vero gioiello della logistica - dice Alessio Barbazza rivolgendosi ai ragazzi - qui in valore transita più merce di tutta la Malpensa». A uno studente, stupito per come, in maniche di camicia, tracci sulla lavagna i tortuosi percorsi nel mondo di una maglietta realizzati per pagare il meno possibile, l'imprenditore risponde: «Scusate, ma è il nostro *know how*». Ma a spiarlo per davvero è un'altra domanda, semplice e diretta: «Quanto si guadagna nella vostra azienda?».

.com

www.ritafatiguso.blog.ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

