

LA DOPPIA PROLUSIONE

Nelle Pmi nascono capolavori

CASTELLANZA -(e.spa.) Innovazione non è sinonimo soltanto di start up: ci sono pmi che creano dei veri e propri capolavori. Il vero problema è farli conoscere. Parte da qui lo stretto legame tra innovazione e marketing su cui si è focalizzata la doppia prolusione di Raffaella Manzini, professore ordinario di Ingegneria economico gestionale e Pro Rettore alla Ricerca Liuc, e Chiara Mauri, professore ordinario di Economia e gestione delle imprese all'Università della Valle d'Aosta. Sug-

gestiva la metafora scelta dalle due docenti. I prodotti delle aziende del Made in Italy, anche di quelle piccole, sono paragonabili ai grandi capolavori artistici. Vanno certamente realizzati, con i materiali e soprattutto gli investimenti giusti (indispensabili per fare innovazione) e poi bisogna presentarli al mercato, mettendo in luce il loro massimo splendore. Una sfida che fuor di metafora è tutta appannaggio del marketing

© RIPRODUZIONE RISERVATA

