

**A MILANO ARRIVA IL FESTIVAL DELLA CRESCITA. METTERÀ**

**IN CIRCOLO IDEE E PROGETTI PER FAR RIPARTIRE L'ITALIA. COME?**

**ECCO LA RICETTA DI 4 GRANDI IMPRENDITORI**

**IL CAMBIAMENTO**

**È INEVITABILE.**

**LA CRESCITA,**

**UNA SCELTA**

**Daniele Lago**

**«PER CRESCERE CI VOGLIONO CERVELLO, CUORE, CORAGGIO»**



In azienda occorre equilibrio tra cervello, cuore e coraggio. Il cervello ci vuole, ma il business fine a se stesso non mi ha mai sedotto. C'è bisogno del cuore, perché occorrono nuove sfide. E anche di un po' di coraggio, perché la vita va vissuta e si deve superare la propria area di comfort» spiega Daniele Lago, 43 anni, l'imprenditore che nel 2006 ha preso le redini di Lago, l'azienda di arredamento di famiglia e l'ha portata quintuplicare il fatturato. Come?

**1** «Ho sviluppato i miei prodotti mettendo la persona al centro: negli ambienti che ricreiamo, i mobili possono essere composti, come tanti pezzi di Lego, a seconda delle esigenze dei clienti».

**2** «Nella mia azienda vedi il tramonto. Ho costruito per i miei dipendenti una fabbrica non-fabbrica, che non impatta sull'ambiente: una bioarchitettura che ha l'aspetto di una casa di vetro e legno».

**3** «Il design è un acceleratore di business. Ho fatto in modo che il mio prodotto non si veda solo in showroom, ma in luoghi vivi, aperti. Chiunque può trasformare il proprio appartamento in un "appartamento Lago": noi forniamo l'arredamento a un prezzo scontato e il cliente lo rende disponibile per eventi per due anni. Allo stesso modo è possibile arredare un b&b. È incredibile che quando ho iniziato a mettere in pratica queste idee, i risultati sono arrivati. Segno che se fai qualcosa che ti piace davvero, diventa anche economia».

INFO: [www.lago.it](http://www.lago.it), [www.lago.it/business](http://www.lago.it/business)

Lago ha 400 negozi di arredamento, 170 dipendenti e un fatturato di 30 milioni di euro.

## Andrea Illy

### «INNOVARE NON È FACILE, MA È NECESSARIO»

**A**ndrea Illy, dal 2006 è presidente e amministratore delegato di illycaffè, azienda fondata a Trieste nel 1933 dal nonno Francesco, ungherese arrivato in Italia dopo la Prima guerra mondiale.

#### 1 Studia il cambiamento

«Viviamo in un'epoca insostenibile: i recenti fatti in Grecia, i problemi dell'immigrazione, l'eccessiva produzione di CO2. Chi vuole fare impresa, deve conoscere bene i mercati, i consumatori e le tecnologie per imparare a gestire al meglio questi fattori critici».

#### 2 Scegli la sostenibilità

«Per crescere, l'innovazione è necessaria e deve riguardare non solo i prodotti, ma anche i processi interni ed esterni all'impresa. Il nostro stabilimento produttivo è totalmente a energia rinnovabile: abbiamo un sistema a pannelli fotovoltaici tra i più grandi del Nord Italia. E un impianto che riutilizza il calore prodotto dai camini delle tostatrici. Non è stato facile, perché abbiamo dovuto cambiare pelle. Per chi avvia ora una propria attività di impresa, l'opportunità è maggiore: perché inizi da zero un sentiero di crescita volto al futuro».

#### 3 Costruisci la tua reputazione

«1) Crea una *value proposition*, cioè una promessa credibile al consumatore. Per noi è: "il miglior caffè che la natura possa offrire". 2) Mantieni la promessa (*deliver the promise*): all'atto della degustazione. Se il feedback è positivo, lui parlerà bene di te: il passaparola è lo strumento di marketing più potente che ci sia».

INFO: [www.illy.com](http://www.illy.com)



Illy controlla 11 società e impiega 1.080 persone, per un fatturato consolidato di 390,8 milioni di euro.



© Viola Berlanda

## Guido Martinetti

### «Crea qualità e comunicala»

«**C**rescere per me significa creare qualità "percepibile"» spiega Guido Martinetti, 40 anni, cofondatore nel 2003 insieme a Federico Grom della catena di gelaterie Grom ([www.grom.it](http://www.grom.it)). «Una parte del mio lavoro consiste nell'incontrare gli agricoltori che producono le materie prime dei nostri gelati e sorbetti. In questo lavoro, mi aiuta l'aver fondato un'azienda agricola, Mura Mura ([www.mura-mura.it](http://www.mura-mura.it)), dove imparo come si coltiva un terreno, qual è il momento migliore per la raccolta. Queste conoscenze mi consentono, quando vado dagli agricoltori, di parlare la loro lingua. Poi passo alla trasformazione: come si elaborano le materie prime per farne dei gelati?».

#### COME SI VENDE LA QUALITÀ?

«1) Attraverso i negozi, che devono dare una sensazione positiva. Tutto contribuisce, dalla scelta delle luci a quella dei materiali. In coerenza con il nostro claim ("Il gelato come una volta"), abbiamo introdotto il bancone a pozzetti con le carapine, i contenitori in acciaio chiusi con coperchio dove il gelato si conserva al buio. 2) Attraverso la comunicazione di impresa: la storia mia e di Federico, due ragazzi che inseguono un sogno semplice partendo da zero, aiuta a costruire un brand». INFO: [www.grom.it](http://www.grom.it)

Grom registra 28 milioni di euro di fatturato, 700 dipendenti e 64 negozi nel mondo, di cui 7 all'estero.

## Antonio Civita

### «PUOI CREARE UN IMPERO ANCHE CON UN PANINO»

**D**a quando, nel 2010, ha rilevato la storica catena di paninerie milanesi, Antonio Civita, 44 anni, amministratore delegato e socio di maggioranza di Panino Giusto, si è posto un obiettivo: trasformare il panino in un prodotto di eccellenza del Made in Italy.

#### 1 Metti il cliente al centro

«La qualità del prodotto rimane importante, ma fondamentale è l'esperienza che il cliente vive, e per questo ho dato massima attenzione all'ambiente e al servizio. Ho rinnovato i locali con un design che richiama il lifestyle italiano (prima erano arredati come dei pub) e puntato sul capitale umano. I risultati sono stati molto importanti: in due anni nello stesso "perimetro" (cioè considerando lo stesso numero di locali), siamo cresciuti più del 10%».

#### 2 Forma il personale

«Stiamo realizzando un investimento impegnativo nella formazione. A fine 2012 ho fondato l'Accademia del Panino Italiano: 1.200 metri quadri tra aule didattiche, biblioteca sul panino e spazi per mostre. Chiunque venga a lavorare con noi, dallo store manager al maestro del panino, segue un percorso di formazione che prevede ore in aula e percorsi formativi *on the job*: viaggi all'estero, conoscenza dei fornitori, cultura generale. In questo momento stiamo cercando 250 giovani (età massima: 30 anni) da inserire nei nostri store all'estero ([job@paninogiusto.it](mailto:job@paninogiusto.it)). Abbiamo 3 negozi in apertura, di cui uno a Cupertino, di fronte alla Apple!». INFO: [www.accademiapaninoitaliano.it](http://www.accademiapaninoitaliano.it)

#### 3 Valorizza l'italianità

«L'utilizzo dei prodotti del nostro territorio (abbiamo i salumi migliori del mondo), la facilità nell'accostare i sapori, dovuta al nostro know-how e all'esperienza nella cucina mediterranea, l'artigianalità che ci consente di preparare un panino al momento: sono i tre elementi che possono rendere un panino italiano diverso da tutti gli altri».

INFO: [www.paninogiusto.it](http://www.paninogiusto.it)

Panino Giusto chiuderà il 2015 con un fatturato di 30 milioni di euro e 28 punti vendita. Ha 400 dipendenti e prevede di assumere 100 persone all'anno nei prossimi cinque anni.



## LA CRESCITA? È UN FESTIVAL



Approfondire le esperienze virtuose di questi e altri imprenditori illuminati, di creativi e startupper, e metterle in circolo per creare crescita e innovazione: è questo l'obiettivo

del Festival della Crescita, che si terrà dal 15 al 18 ottobre a Milano al Palazzo delle Stelline (corso Magenta 61). Ideato dal sociologo Francesco Morace e organizzato da Future Concept Lab, prevede incontri, eventi, iniziative social su 6 dimensioni tematiche: educare, coltivare, inventare, intraprendere, investire, comunicare. Molti gli argomenti sull'imprenditorialità che saranno approfonditi: dalla nuove professioni verdi a chi investe nell'ingegno, dall'innovazione alle imprese digitali. Ingresso gratuito, previa registrazione sul sito. INFO: [www.festivalcrescita.it](http://www.festivalcrescita.it)

**P.S. CI SAREMO ANCHE NOI DI MILLIONAIRE, TUTTI I DETTAGLI SUL PROSSIMO NUMERO**