

**L'intervista****MATTEO ALESSI**

imprenditore

**«La creatività e la tradizione aiutano il mercato»**

Qualcuno l'ha singolarmente definita la "Fabbrica dei sogni". Questo perché, attraverso i suoi prodotti, l'azienda prova a dare un contributo al desiderio di felicità delle persone, al bisogno di arte e poesia comune a tutti gli uomini. In Italia e nel mondo, il marchio Alessi è sinonimo di innovazione, di design e di qualità, un brand conosciuto e rinomato al punto d'aver quaranta Alessi Store nelle principali capitali mondiali, quattrocento shop-in-shop e una rete composta da 3500 rivenditori. Un sistema di vendita aperto a 60 e più Paesi, che garantisce i due terzi del fatturato aziendale.

Matteo Alessi, Executive vice president of international sales & development dell'omonima azienda di famiglia, sarà martedì sera a Como nella sede di Unindustria per parlare del-

la sua personale esperienza. «Sono solo una decina d'anni che lavoro in azienda e, dunque, non tutti la pensano come l'ultimo arrivato», scherza.

**Alla quarta generazione, Alessi punta all'internazionalizzazione quale motore di sviluppo del business. Una scelta che parte da lontano, e che trova oggi al suo interno una sintesi proiettata al futuro. Cosa significa, dunque, internazionalizzare?**

La nostra azienda lavora con l'estero fin dagli anni 30. La vicinanza con il confine svizzero (la sede storica è Omegna, sul lago d'Orta ndr) ha sicuramente aiutato a creare una mente aperta all'interscambio. Oggi, ovviamente, le regole sono differenti e bisogna inventarsi ogni giorno, non temendo le sfide che ci sono davanti. Di certo, una cosa va detta: l'agente che segue la Svizzera è la nipote del primo collaboratore

elvetico. Lavoriamo assieme dal 1939.

**Dal fondatore Giovanni Alessi ai giorni nostri sono passati più di 90 anni. L'azienda, infatti, è nata nel 1921. L'entusiasmo, però, pare essere lo stesso, così come la voglia di innovare, senza temere ciò che accadrà. Quale è il segreto di tutto questo?**

Chi vuole crescere, chi intende aprirsi all'estero, chi punta all'innovazione di prodotto non deve temere lo sbaglio, ma farlo proprio affinché non accada più. La vera ricetta sta qui: rimettersi ogni giorno in discussione, calibrare il proprio prodotto e la propria offerta a seconda dei Paesi che si vogliono penetrare e delle mancanze già evidenziate per migliorarsi continuamente. Si tratta di un processo continuo, che necessita di grande attenzione alla preparazione, di desiderio di sperimentare e di volontà di

non fermarsi al primo intoppo.

*«Chi vuole crescere punta all'innovazione e non teme lo sbaglio»*

**Martedì sera, alle 20.30, i giovani industriali comaschi l'hanno invitata in città. Una serata dedicata alla sua azienda e, ancor più, alla filosofia che la regge da così tanti anni. Quale è lo spirito giusto per apprezzare le nuove sfide di mercato?**

Venerdì e lunedì presenterò al consiglio di amministrazione della nostra azienda una proposta articolata di sviluppo. Non so quale sarà la reazione degli altri componenti. Di certo parleremo anche di questo tema, vale a dire delle differenze di vedute e della necessità di fare sintesi, credendo nel progetto che si porta avanti. I punti di vista, del resto, possono anche essere differenti. Ciò, a maggior ragione in un'azienda giunta ormai alla sua quarta generazione.

**Sullo sfondo, ma poi non tanto, il**

tema cardine è quello del cambiamento. «Squadra che vince non si cambia», nel 2014, pare essere un'affermazione che, forse, non regge più.

Abbiamo sempre fatto così: «Squadra che vince non si cambia». Se fai come sempre si ottengono sempre i medesimi risultati sono frasi che, oggi, non valgono più. Il contesto internazionale, infatti, è in continuo mutamento e, dunque, per affrontarlo con successo non bisogna aver paura di mettersi in gioco, di mutare i consueti approcci, di provare a vedere le cose sotto un altro punto di vista. È più facile a dirsi che a farsi, ovviamente, però bisogna provarci. È una questione di cultura: il cambiamento porta inevitabilmente con sé degli errori, ma non cambiare significherebbe sbagliare di sicuro. Nessuno, però, ha la possibilità di permetterselo. ■ **Alberto Galfuri**

*«La vera ricetta? Rimettersi ogni giorno in discussione»*