**Opportunità di internazionalizzazione in Cina: il caso di iGuzzini illuminazione**

*Lezione speciale all'Università di Macerata dove il vicepresidente di iGuzzini illuminazione ha edotto gli studenti sull'essere imprenditore nel mondo GLOBALE*

di Alessandro Civardi

MACERATA - L'incantevole scenario dell'auditorium San Paolo dell'Università di Macerata si è prestato per una lectio magistralis tenuta da Massimiliano Guzzini. La mattinata è stata voluta dalla prof. Francesca Spigarelli per far conoscere agli studenti dell'Università chi, personalmente, ha vissuto l'internazionalizzazione della propria azienda. Il vicepresidente del noto brand iGuzzini illuminazione ha intrattenuto, così, la platea per due ore spiegando i passaggi che hanno portato l'azienda maceratese a svilupparsi nel mercato cinese e di CONSEGUENZA in tutto il sud-est asiatico.

A introdurlo la stessa professoressa. «Ringrazio Massimiliano - ha esordito la Spigarelli - perché porta la sua personale esperienza agli studenti che possono toccare con mano le informazioni teoriche che si sviluppano nel corso delle LEZIONI. Quello di iGuzzini illuminazione è un caso di successo del made in Marche che va analizzato e studiato per poter cogliere l'importanza di espandere il proprio brand all'estero in un’economia globalizzata quale quella attuale».

Due ore intense tra slide e video esplicativi che hanno condotto i ragazzi in un viaggio "economico" davvero interessante. «Ogni sviluppo nasce da un'idea e da un progetto aziendale. - ha esordito Massimiliano Guzzini - Prima di lanciare l’esperienza Cina è stato fatto un grande studio a tavolino dal punto di vista sia storico economico e sociale ma anche per individuare la location giusta dove si sarebbe localizzata l'azienda. iGuzzini nasce nel 1959 partendo dall'illuminazione d’arredo e non si è mai FERMATA diventando negli anni ’80 un'azienda illuminotecnica come non ce ne erano in Italia. L’internazionalizzazione è una scelta strategica matuarata già negli anni 60 con la creazione di distributori esclusivi in Europa e proseguita negli anni 80 con la creazione di filiali commerciali che oggi coprono tutto il mercato europeo. Nel 2000 - ha proseguito Guzzini - era chiaro che dovessimo muoverci a livello globale. La scelta finale per un unico nuovo polo produttivo al di fuori dell’area recanatese è ricaduta sulla Cina, piuttosto che gli Stati Uniti o l’Europa perché si è rivelato un mercato poco concentrato sui grandi marchi e quindi che garantiva più affidabilità in termini di investimento».

Guzzini ha infine proseguito sottolineando fortemente come lo spostarsi anche all’estero non sia stato una delocalizzazione ma una vera e proprio crescita, con competenze italiane alla conquista del sud-est asiatico. «Abbiamo scelto la zona di Shangai e il distretto di Fengpunon a caso. - ha spiegato il vicepresidente de iGuzzini illuminazione – In quel punto eravamo l'unica PRESENZA italiana. Potevamo, quindi, presentarci a investitori locali senza pregiudizi e avvalendoci di un ottimo servizio da parte del parco industriale visto che rappresentavamo l’unica azienda di eccellenza italiana ed un marchio importante del made in Italy . Siamo partiti in questa nazione da zero, credendo nei giovani. La delegazione a cui è stata affidata la “costola” cinese dell'azienda era guidata da tutti ragazzi dai 29 ai 36 anni, italiani. Hanno lavorato bene, si sono integrati nel tessuto sociale della Cina e stanno portando avanti il nostro brand con molta competenza: ora i dipendenti sono 197 tra i quali solo 6 italiani . In 3 anni si è raggiunto il break even point dell’investimento, abbiamo aperto uffici commerciali e di servizio ai clienti ad Hong Kong , Shanghai, Pechino, Cheng Du, Shenzen, Wuhan. Abbiamo illuminato edifici simbolo come il National Museum e il National Theater a Pechino e soprattutto in piazza Tiennamen il monumentale ingresso alla Città Proibita».

Insomma, un vero e proprio caso di successo quello de iGuzzini illuminazione che, radicato sul territorio locale, non si è fermato, ma con lo spirito imprenditoriale giusto, ha fatto sì che la globalizzazione diventasse un punto di forza per far CRESCERE anche l'economia locale.