

Un atleta di caratura internazionale replica il successo sportivo nel business, portando in alto un'azienda di digital marketing e consulenza commerciale. Una storia da romanzo che insegna come il solo talento, nello sport come nella vita, non basta. Occorrono sacrificio, resilienza e passione

UN BUSINESS “OLIMPICO”

Chi avrebbe mai detto *Millionaire* avrebbe ospitato un imprenditore che ha partecipato a ben 2 Olimpiadi e che è stato pluricampione italiano di specialità? Ebbene, in questo numero abbiamo la fortuna di conoscere la realtà imprenditoriale di Giuseppe Maffei, grande mezzofondista di Arcisate (Va) che ha scritto la storia dei 3.000 siepi, forse la specialità più dura dell'atletica leggera. Una disciplina diventata metafora della sua vita, fatta di fatica, ostacoli, cadute, resistenza, incontri (tra cui uno speciale) e trionfi. L'ultimo dei quali è la creazione di Develed, società fondata nel 2016 da un gruppo di professionisti con più di 15 anni di esperienza nell'internazionalizzazione con l'utilizzo di strategie commerciali e marketing all'avanguardia. L'approccio di Develed è incentrato sul *growth hacking marketing*. Negli ultimi anni ha lanciato numerosi



↑ Giuseppe Maffei



30
nazioni target
delle campagne
di comunicazione

15
anni di esperienza
nelle vendite
internazionali

120
nazioni in cui
Develed ha
creato business

28
settori di attività
nei quali Develed
ha lavorato

prodotti sui mercati mondiali e consentito a Pmi di aprire filiali estere. Tutto ciò grazie all'esperienza e alle conoscenze accumulate negli anni da Maffei, attraverso una storia personale che potrebbe essere la trama di un film. Lasciamo a lui la parola, per raccontarci il percorso che lo ha condotto con Develed sul gradino più alto del podio anche negli affari.

La tua storia sportiva è nota, parliamo di quella imprenditoriale, quali i tuoi esordi? «Dopo la laurea al Politecnico di Milano, lavoro come industrial designer in uno studio di Engineering & Design di Torino. Mi appassiono all'area tecnico-commerciale e in pochi mesi creo una divisione di *new business development*. Nel 2004 creo una Srl con un partner: marketing ed eventi sull'innovazione di prodotto. L'evento di maggior successo è Vindesign, di cui parlano le principali testate nazionali. Vinco una borsa di studio che mi permette di fare un'esperienza di alto livello in Spagna, presso una società di consulenza. Accetto un'offerta di lavoro presso una multinazionale tedesca, nella filiale italiana, mi occupo di *sales* e sono nei team di progetto internazionali di marketing e sviluppo. Nel 2008 inizia la mia più rilevante esperienza professionale come export manager per una Pmi attiva su oltre 100 nazioni».

Qual è stata la tua “passione” professionale? «Il marketing. La mia fortuna è stata avere la possibilità di applicare sul campo le tecniche apprese nei molti corsi di formazione sulle tematiche avanzate del marketing. Per avere una visione internazionale, ho seguito corsi e master in Italia, ma anche nel Regno Unito e Canada. Vancouver è la Silicon Valley del Canada e lì ho seguito workshop con docenti come i fondatori di Slack, i top manager di Shopify».

Cosa ti ha spinto a mollare tutto e andartene dall'Italia? «Dopo anni di lavoro e centinaia di viaggi, conoscendo molto bene i prodotti e il mercato dell'azienda per cui lavoravo, ho scorto una grossa opportunità in Nord America, che avrebbe

rappresentato una svolta per il mio datore di lavoro e la mia formazione. L'azienda mi dà fiducia e inizia la mia avventura canadese e il sogno americano. Con moglie e due figli (3 e 5 anni) partiamo per Vancouver».

Il momento più duro? «I sacrifici iniziali: i viaggi intensi e la lontananza dalla famiglia. Pur avendo portato con me moglie e figli, il territorio nordamericano è enorme comparato alle distanze in Europa e nei primi mesi viaggiavo per quasi il 70% del mio tempo, dall'Alaska alla Florida, macinando migliaia e migliaia di km in aereo ed auto. Avevo mantenuto temporaneamente l'incarico di seguire anche alcuni clienti in Nuova Zelanda ed Australia quindi ogni 3 mesi partivo da Vancouver per la terra dei canguri».

E i bimbi, si sono adattati? «L'integrazione iniziale a scuola è stata dura e il trasferimento definitivo all'estero traumatico, soprattutto per loro che non parlavano inglese. Ma in soli 2 mesi sono passati dalle lacrime e dalla paura di parlare inglese a essere madrelingua».

C'è stata una spinta che ti ha “dato la svolta”? «Sì, ciò che ha cambiato il mio modo di affrontare il business è stato passare dall'altra parte della barricata ed entrare a stretto contatto con l'utente finale, il consumatore. A quel punto, le mie conoscenze sono aumentate esponenzialmente in 3 anni. Inoltre, in Canada, con la mia valigia di prodotti in mano, essendo da solo all'inizio, ho dovuto interpretare diversi ruoli: da promotore a responsabile tecnico, da magazziniere a manager. Questa variabilità mi ha riaperto la mente e reso flessibile e resiliente, generando in me anche una visione complessiva delle leve necessarie per lanciare un nuovo business in un nuovo mercato».

Perché la scelta di fondare Develed? «Dopo quasi 3 anni in Nord America e qualche milione di euro di fatturato, è tempo di ►►



“ **Siamo imprenditori che abbiamo creato da zero molti business, ribaltando a volte equilibri di mercato consolidati da anni, mettendoci in gioco in prima persona, sul campo** ”

►► decisioni. Valuto offerte di lavoro a Miami e Chicago, ma decido che la Svizzera sia il paese ideale per mantenere allo stesso tempo solide radici e visione internazionale. Fondo così Develed Sagl (Development+Leading), società nata per offrire alle aziende clienti le tecniche di marketing e di vendita che ho appreso in Nord America. La fondo in Svizzera per mantenere una visione internazionale. Parto da solo nel 2016 (con un solo cliente) e dopo 4 anni Develed è una realtà consolidata con clienti tra Svizzera, Italia, Regno Unito e Nord America. Develed si occupa di digital marketing, comunicazione strategica e sviluppo commerciale di Pmi».

Ci parli della collaborazione imprenditoriale con un altro fuoriclasse dello sport, Giorgio Rocca?

«Giorgio è stato uno dei più grandi talenti dello sci italiano. Essendo entrambi ex atleti professionisti, con lui c'è una sintonia particolare. Ha lanciato un progetto imprenditoriale di successo, creando il brand Giorgio Rocca, legato alla Giorgio Rocca Ski Academy di St. Moritz, Livigno e Crans-Montana. Develed collabora con il suo team nello sviluppo della strategia di posizionamento e crescita internazionale del brand attraverso il digital marketing».

Cos'è il *growth hacking marketing*, motore operativo di Develed? «È l'approccio che permette di esplorare, progettare e validare rapidamente diversi modelli di business, scegliendo il più appropriato per ottenere una crescita rapida con investimenti iniziali limitati. Il *growth hacking marketing* è ali-

mentato dalla creatività e dalla conoscenza degli strumenti e dei canali di marketing digitale».

Qual è la risorsa di Develed che fa la differenza?

«Non diamo mai nulla per scontato e grazie alle nostre esperienze in svariati settori e nazioni, forniamo una visione alternativa di concreta attuazione. Da questo approccio nascono nuove opportunità di business che poi strutturiamo con il cliente».

Perché una Pmi dovrebbe affidarsi a Develed?

«Siamo imprenditori che abbiamo creato da zero molti business, ribaltando a volte equilibri di mercato consolidati da anni, mettendoci in gioco in prima persona, sul campo. Il nostro team è innovativo, determinato e pragmatico e segue i progetti assegnati con la stessa passione e motivazione del cliente».

Quale eredità ti ha lasciato l'atletica leggera?

«Resilienza e determinazione, la consapevolezza che per raggiungere grandi risultati ci vuole tempo e durante quel periodo accadono molte cose, si cade spesso e ci si deve rialzare sempre, se vuoi arrivare alla meta. La corsa mi ha anche insegnato a saper cambiare strada, a evolvere per crescere. Un percorso faticoso, ma alla fine porta a risultati inattesi».

C'è un progetto particolare che state seguendo?

«Con 2 aziende stiamo lavorando sulla crescita di *brand & product awareness* sui mercati esteri. Per un'altra, nel settore degli utensili, gestiamo un progetto di sviluppo della rete commerciale, integrato con il digital marketing internazionale, progetto che ha portato a fare il *sold out* di alcuni prodotti durante il *lockdown*. Un'altra, nel settore alimentare, per il lancio di una linea di prodotti sul mercato nordamericano».

Cosa c'è nel futuro di Develed? «Il nostro approccio al business è unico e sta dando molte soddisfazioni. L'obiettivo è seguire un gruppo selezionato di progetti e aziende per fare la differenza in un contesto economico in rapida evoluzione e ricco di opportunità per chi le saprà cogliere in tempo».

INFO: www.develed.ch

