

PRESSToday

Do you want your  
PRESSToday?**MILANO METROPOLI**

<b>Il Giorno (ed. Milano)</b> <i>"Lurisia, il miracolo dell'acqua minerale Dal salvataggio al grande mercato E ora inizia l'avventura delle terme"</i>	Data: <b>15/04/2019</b>
<a href="#">Indietro</a>	<a href="#">Stampa</a>

**IL GIORNO**

LOMBARDIA ECONOMIA pag. 35

**Lurisia, il miracolo dell'acqua minerale Dal salvataggio al grande mercato E ora inizia l'avventura delle terme****IL TRAGUARDO: FATTURATO TRIPLICATO**

Paolo Rossetti **ABBIATEGRASSO** (Milano) «HO TRIPLICATO il fatturato di Lurisia investendo sul valore delle persone. Voglio lasciare un mondo migliore». Così Alessandro Invernizzi, 47 anni, presidente onorario di Lurisia acque minerali e amministratore delegato delle **Terme** di Lurisia, racconta come ha fatto a rilanciare l'azienda di acque minerali. Parla del momento dell'acquisto: «Lurisia chiudeva da tre anni in negativo. Mio padre Vittorio, esperto del settore, viene chiamato dalla banca creditrice per fare una valutazione, va a vedere gli impianti di Lurisia, se ne innamora e quindi decide di accollarsi i debiti. Nel '96 nasce la nostra avventura. L'azienda aveva un marchio molto conosciuto, ma non più un mercato, un obiettivo e una strategia. Mio padre prima ha investito nella tecnologia e poi ha iniziato a fare uno sviluppo marketing e strategico». **ALESSANDRO** inizia a fare collaboratore di suo padre. Nel frattempo studiava economia: «Ho rallentato gli studi e mi sono laureato nel 2008». A un certo punto, gli Invernizzi chiedono all'ingegner Emilio Barbaglia, esperto di produzione, di aiutarli a rimettere in sesto Lurisia. A poco a poco inizia a fare il commerciale e lì comincia a notare l'importanza delle relazioni umane: «La ricchezza di un'azienda è la capacità di avere relazioni di valore con i clienti, i collaboratori e i fornitori». Nel 2004 Lurisia diventa socia di Oscar Farinetti, a cui cede il 50% dell'azienda: «Mio padre esce dall'operatività e io divento amministratore delegato». Ed ecco i suoi primi passi: «Da ad di Lurisia ho cercato di creare in primis una comunità di persone». Alla vigilia di Natale del 2009, viene diagnosticata a Invernizzi una leucemia acuta, che si ripresenta nel 2010 e nel 2016. «Essendo una comunità molto unita, i dipendenti si sono occupati delle cose operative». Una scossa per Lurisia, con Alessandro alla guida dell'azienda in qualità di ad: «Nel 2004 fatturavamo 7 milioni, e nel 2016, quando ho smesso di essere ad, 21 e l'azienda aveva saturato la sua capacità produttiva». **IL MERITO** è stato della squadra di Lurisia: «Ognuno ha dato il massimo per rendere Lurisia solida e sostenibile dandole un futuro prospero». Un passo in avanti nel 2008: «Ci siamo evoluti aggiungendo il chinotto, il prodotto più venduto tuttora oltre all'acqua, e la gazzosa». Nel 2015, chiuso il ciclo di crescita, Lurisia riceve un premio come "Company to watch" dal Cerved, perché ha la redditività in percentuale più alta del settore. «Sono rimasto stupito. Lurisia l'ho sempre vista come una cenerentola nel nostro settore, gli altri sempre più grandi e più bravi di me». **NEL GIRO** di un anno Alessandro fa un passo indietro in Lurisia: «Lascio il mio ruolo per permettere all'azienda di continuare a crescere. Abbiamo un nuovo piano di crescita importante. C'è un altro amministratore delegato. Uno step di Lurisia dove non ero più sufficiente, ma non avevo neanche le energie per prendermi la responsabilità totale». Ora Invernizzi si dedicherà alle **Terme** di Lurisia: «Da amministratore delegato cercherò di replicare la mia storia imprenditoriale anche nel mondo delle **terme**». **L'ABBIATENSE** ha le idee chiare sul proprio obiettivo: «Lasciare ai miei figli un mondo migliore di quello che ho trovato io. Visto che è un mondo basato sull'economia, questo mondo migliore deve passare da un'economia migliore, quindi umana». © **RIPRODUZIONE RISERVATA**