

Talento, determinazione e intuito: così nasce un'impresa al femminile

Un'azienda su quattro, in Italia, è guidata da un'impreditrice. E gli ultimi dati dimostrano che in tempi di crisi le aziende rosa hanno più chance. Merito della nostra preparazione solida, di una maggiore flessibilità e di idee che guardano al futuro. Il percorso di cinque donne che ce l'hanno fatta

DI CRISTINA RAVANELLI

Quando Monica frequentava l'università, a Roma, faceva la babysitter per arrotondare. Ma in poco tempo, quello che doveva essere un semplice lavoretto è diventato un vero e proprio business. Seicento chilometri più a nord, Adriana, catanese trasferita a Milano per studiare moda, ha avuto un'intuizione: brevettare un tessuto prodotto con gli scarti delle arance. Laura, invece, festeggia con orgoglio trent'anni di carriera: è uno dei "nasi" più famosi del mondo. Tre storie, da leggere in questo servizio, che rappresentano una realtà consolidata: in Italia il numero delle imprenditrici è in crescita. Secondo gli ultimi dati, infatti, il 24 per cento delle aziende registrate alle Camere di Commercio è guidata da una donna, percentuale che sale al 33 tra quelle nate dall'iniziativa di un under 35. «L'imprenditoria femminile ha dimostrato di reggere meglio la crisi. Le donne a capo di un'azienda hanno alle spalle solidi studi, viaggiano, parlano le lingue, propongono idee innovative, dimostrano di avere una visione avveniristica», dice Franca Audisio, presidente di Aidda (aidda.org), associazione che da oltre 50 anni è il punto di riferimento per le donne con ruoli di responsabilità. ►



Stephanie Gengotti

Giulia Giontella, 32 anni, laureata in Giurisprudenza, ha ideato Flority Fair, il primo e-commerce di fiori low cost a chilometro zero (florityfair.it). A Roma, è fidanzata.

DOVEVO FARE L'AVVOCATO. INVECE VENDO FIORI "A KM ZERO" I COSTI SONO BASSI E I CLIENTI IN AUMENTO

Come hai iniziato?

«Ho sempre amato i fiori, ma per averne un mazzo fresco ogni settimana in casa spendevo molti soldi. Ho digitato in rete "fiori low cost" e non è comparso nulla. Mi sono documentata e ho scoperto che in Italia i fiori provengono da Paesi esotici e arrivano nelle nostre case con rincari enormi. Mi sono detta: "Devo inventare un sistema a chilometro zero". Così è nato il mio sito, unico nel suo genere. La formula è semplice: si sottoscrive un abbonamento per ricevere fiori a domicilio a prezzi popolari».

Chi ti ha sostenuta?

«Ho fatto tutto da sola, investendo pochissimi soldi. Era il 2013 ed ero appena rientrata a Roma, dopo alcuni anni all'estero, per lavorare nello studio legale di mio padre. Quando gli ho detto che non volevo fare l'avvocato, bensì la fioraia, mi ha dato della pazza».

Oggi come vanno gli affari?

«Bene. Dopo due mesi la mia impresa dava già i suoi frutti e tutti mi

incoraggiavano ad andare avanti, mi ha incoraggiato anche il mio padre per primo. Ora siamo in dieci collaboratori e dipendenti e possiamo contare sia su clienti privati, sia su professionisti che si abbonano per abbellire negozi o ristoranti. Il prossimo quello di espandere il servizio in altre città, anche all'estero».

Cosa ti rende più orgogliosa?

«Essere partita da un'idea semplice e aver potuto avere fiori freschi al giusto prezzo. E aver stabilito un rapporto di fiducia con i clienti. La dimostrazione che non ho mai avuto bisogno di investire in pubblicità».

A cosa hai dovuto rinunciare?

«Al tempo libero. Lavoro 18 ore al giorno perché mi occupo di tutti gli aspetti della mia attività, ora, a distanza di tre anni, sto cominciando a delegare».

Un consiglio a un'aspirante imprenditrice?

«Investire sulla forza delle idee e non inviare una valanga di curriculum per cercare di ottenere il posto fisso».



Monica Archibugi, 27 anni, laureata in Economia, con la socia Giulia Gazzelloni, 26 (a sinistra nella foto). Hanno fondato *Le Cicogne*, una startup che fa incontrare genitori e baby sitter (*lecicogne.net*). Monica vive a Roma.

Founders - Le Cicogne

HO INVENTATO UNA RETE PER LE BABYSITTER: UN LAVORO CHE NON ESISTEVA

Come hai iniziato?

«Non mi sono svegliata una mattina con l'idea di diventare imprenditrice! Ma quando ho intravisto un'opportunità l'ho colta. Nel 2010, mentre frequentavo l'università, facevo la babysitter per arrotondare. In breve tempo le richieste sono aumentate: non riuscivo a soddisfarle. Così ho coinvolto un gruppo di amiche. Poi l'intuizione: ho creato un sito che mette in contatto i genitori con ragazze disposte ad accudire i loro figli».

Chi ti ha sostenuta?

«A un certo punto ho capito che il progetto poteva crescere. Mi sono rivolta a un acceleratore d'impresa che mi ha dato un finanziamento di 50mila euro in cambio di quote della società».

Oggi come vanno gli affari?

«Oltre a me e alla mia socia Giulia, ci sono cinque dipendenti. Il nostro servizio è presente in 20 città e l'obiettivo è espanderci in tutta Italia. La svolta è arrivata quando, grazie a una campagna di

crowdfunding, abbiamo recuperato i fondi per finanziare lo sviluppo della prima applicazione in Italia in grado di far incontrare al genitore la babysitter direttamente dal cellulare. Però non è stato tutto semplice: il primo stipendio l'ho visto solo l'anno scorso!».

Cosa ti rende più orgogliosa?

«Molte cose, a partire da questa intervista. O da quella volta che ho sentito mia madre parlare al telefono con un'amica e dirle che è fiera di me».

A cosa hai dovuto rinunciare?

«I sacrifici da mettere in conto sono tanti: rinuncio al sonno e affronto quotidianamente problemi. Eppure rifarei tutto».

Un consiglio a un'aspirante imprenditrice?

«Non scoraggiarsi di fronte agli ostacoli e provare tutte le strade per raggiungere l'obiettivo. Però, se il progetto non decolla, meglio mollare subito il colpo e non perdere tempo».

Vietato improvvisare: meglio studiare

Agricoltura, moda, tecnologia, servizi. I settori su cui puntare sono tanti. L'importante è non improvvisare. Prima di lanciarsi, per esempio, ci si può rivolgere alle associazioni di categoria o partecipare alle fiere di settore per raccogliere informazioni e capire quali sono le possibilità ancora da sfruttare. «Una buona idea è anche quella di cercare un socio con il quale condividere l'impresa: supportarsi e dividersi i compiti è fondamentale perché gli ostacoli da superare sono molti, a partire dalla burocrazia», dice Audisio. Indispensabile poi fare uno studio di fattibilità per appurare se il progetto ha buone possibilità di prendere forma.

Come avere un finanziamento

«Ottenere il credito non è sempre facile: le donne a volte sono ancora vittime di pregiudizi», ricorda l'esperta. Una strada può essere quella di rivolgersi alla Camera di Commercio della propria città per verificare se ci sono bandi di finanziamento, come quelli destinati alle startup innovative. Esistono anche comitati nati proprio con lo scopo di sostenere l'imprenditoria femminile (ci sono sedi in tutta Italia, indirizzi su imprenditoriafemminile.camcom.it). Un'alternativa è il microcredito: con questa formula anche chi non ha garanzie può ottenere un prestito (microcreditoitalia.org). E poi, ci vuole tanta determinazione: «Il percorso che porta dall'idea alla realizzazione può essere tortuoso. Non scoraggiatevi, ma preparatevi a dar prova di impegno e spirito di sacrificio».



Stephanie Gengotti

Laura Bosetti Tonatto, 52 anni, crea profumi su misura e per le maggiori case cosmetiche (essenzialmentelaura.it). Dal 2012 è Cavaliere dell'Ordine al Merito della Repubblica. Vive a Torino.

CREO ESSENZE DA 30 ANNI. NE HO IDEATA UNA ANCHE PER LA REGINA ELISABETTA**Come hai iniziato?**

«In questi giorni festeggio 30 anni di carriera. La passione me l'ha trasmessa mia nonna, una donna speciale che mi ha spiegato l'importanza delle sensazioni olfattive. A 18 anni ho fatto un viaggio con mio zio al Cairo: al bazar di Khan el-Khalili ho capito che volevo diventare un "naso". Ho studiato prima alla scuola di Hassan, un maestro di essenze del Cairo, poi da Serge Kalouguine, della Parfumerie Fragonard di Grasse, in Provenza. Il primo negozio l'ho aperto a Milano, in via Brera, nel 1986. Anni pazzeschi: venivano a farsi fare profumi su misura Carolina di Monaco, Elio Fiorucci, Giorgio Armani, Ornella Vanoni».

Chi ti ha sostenuta?

«Nessuno. Mi piace insegnare alle persone la capacità di utilizzare l'olfatto, ma sono gelosa della mia arte: nella mia olfattoteca di Torino, composta da 2mila materie prime, non può entrare nessuno».

Oggi come vanno gli affari?

«Un anno fa ho creato Essenzialmente Laura, una collezione di 39 fragranze divise nelle sette famiglie olfattive della profumeria classica. Sono sempre in giro per il mondo a caccia di materie rare. L'unico punto vendita monomarca è a Roma, ma ho già proposte per aprire negozi all'estero».

Cosa ti rende più orgogliosa?

«Nel 2008 sono stata contattata da Edward Griffiths, il direttore di Buckingham Palace, per creare un profumo per la regina Elisabetta. Ci ho messo due anni e, alla fine, è nata una fragranza su misura, ovviamente segretissima. Sono andata alla Casa Reale 20 volte e in un'occasione ho incontrato la regina: una persona gentile e normale, davvero ospitale».

A cosa hai dovuto rinunciare?

«Al tempo. Non rimando mai a domani quello che devo fare e non vado a dormire con qualcosa in sospeso».

Un consiglio a un'aspirante imprenditrice?

«Bisogna seguire un'idea personale. Se ci si mette passione, professionalità, rigore e onestà, prima o poi i risultati arrivano».

TRASFORMO GLI SCARTI DELLA LAVORAZIONE DI AGRUMI IN TESSUTI. VOGLIO CREARE UNA LINEA DI ABITI GREEN

Come hai iniziato?

«La moda è sempre stata la mia passione. Anni fa mi sono trasferita da Catania a Milano per frequentare un corso in Fashion Design. Ero rimasta colpita da un problema molto sentito nella mia regione, lo smaltimento degli scarti degli agrumi. Dopo vari ragionamenti, mi si è accesa la lampadina: utilizzarli per creare capi di abbigliamento. Ne ho parlato con Enrica, la mia coinquilina, siciliana trapiantata a Milano come me. È stata subito entusiasta del progetto. Così oggi ci ritroviamo a lavorare fianco a fianco a Orange Fiber, il primo tessuto creato con i sottoprodotti dell'industria agrumicola».

Chi ti ha sostenuta?

«La mia famiglia è stata la prima a credere e a investire nelle mie capacità. Poi il Politecnico di Milano che, con uno studio di fattibilità, ci ha permesso di depositare il brevetto. Nel 2014 abbiamo costituito la nostra società, con sede a Catania e a Rovereto, dove abbiamo beneficiato del finanziamento del bando Seed Money di

Trentino Sviluppo. La svolta è arrivata quando alcuni imprenditori siciliani hanno comprato una quota della società».

Oggi come vanno gli affari?

«Siamo un'azienda in crescita, abbiamo due dipendenti e vari collaboratori, ma vogliamo allargare il team: puntiamo a introdurre sul mercato i nostri prodotti entro la fine dell'anno».

Cosa ti rende più orgogliosa?

«La mia tenacia. E i tanti riconoscimenti. L'ultimo è la vittoria al Global Change Award della H&M Conscious Foundation. È il primo premio che ci arriva dal mondo della moda».

A cosa hai dovuto rinunciare?

«Orange Fiber mi ha cambiato la vita abituandomi a ritmi di lavoro forsennati e sfide quotidiane, ma ne è valsa la pena».

Un consiglio a un'aspirante imprenditrice?

«Tirare fuori forza, coraggio e creatività. Noi donne potremmo diventare la chiave della rinascita economica del nostro Paese».



Falchi



Daniilo Parravano

Adriana Santanocito, 38 anni, fashion designer. Ha fondato Orange Fiber una startup che produce tessuti ricavati dagli scarti delle arance (orangefiber.it). Vive a Catania.

Elisabetta Falchi, 51 anni, agronoma, dirige l'azienda agricola di famiglia (aziendafalchi.it), è vice presidente di Sa.pi.se., una cooperativa che produce e commercializza riso in tutta l'area del Mediterraneo (sapise.it) e assessore all'Agricoltura della Regione Sardegna. Vive a Oristano, è sposata e ha una figlia.

GIOVANISSIMA, HO EREDITATO L'AZIENDA AGRICOLA DI FAMIGLIA. MI SONO RIMBOCCATA LE MANICHE E OGGI SIAMO IN CRESCITA

Come hai iniziato?

«Provegno da una famiglia di agricoltori. Io e le mie tre sorelle siamo la sesta generazione. Per me sognavo un futuro diverso: mi sono laureata in Agraria, volevo girare il mondo. Invece, a 23 anni, dopo la morte di mio padre, ho dovuto prendere le redini dell'azienda».

Chi ti ha sostenuta?

«Devo tutto a mio padre, un agricoltore illuminato che negli Anni '70 ebbe la fortunata intuizione di costituire la Sa.pi.se., una cooperativa per il commercio e la produzione di riso. Tra i ricordi più dolci, un viaggio insieme per visitare le aziende agricole della California, allora all'avanguardia».

Oggi come vanno gli affari?

«Siamo in espansione. La coltura principale dei nostri 150 ettari è sempre stata il riso. Con il tempo sono riuscita ad affiancare grano, pomodori e carciofi. Puntiamo sulla genuinità

e la qualità, e ci impegniamo a rispettare l'ambiente. Il nostro obiettivo è conquistare i mercati esteri, in primis il Nord Europa».

Cosa ti rende più orgogliosa?

«Pochi sanno che il Venere, il riso nero integrale, è una qualità scoperta dalla nostra cooperativa negli Anni '90. Oggi è un'eccellenza italiana apprezzata in tutto il mondo. Cerco di portare avanti anche i miei incarichi istituzionali: due anni fa, dopo un passato in Confagricoltura, sono stata nominata assessore regionale all'Agricoltura».

A cosa hai dovuto rinunciare?

«Al tempo da dedicare a mia figlia: ho dovuto lavorare sodo. Da bambina era addirittura gelosa della campagna. Oggi, che ha 14 anni, abbiamo un ottimo rapporto. Sono orgogliosa di lei».

Un consiglio a un'aspirante imprenditrice?

«La sfida è intercettare nuovi mercati».