

MADE
IN ITALY
1.

Pucci si rafforza a Hong Kong

Emilio Pucci apre una boutique (nella foto) presso l'Ocean Centre ad Harbour City, la seconda ad Hong Kong dopo l'apertura fatta nel 2008 presso Pacific Place. L'inaugurazione del negozio - distribuito su una superficie di 120 metri quadri - segna la naturale evoluzione ed espansione nel Sud Est Asiatico, regione di fondamentale importanza per il brand, già attivo con due boutique in Thailandia, una in Malesia ed una a Singapore. Nel corso dell'anno sono previste anche altre aperture sempre nel Sud Est Asiatico.



Al via l'«Italian fashion days»

Prende il via e proseguirà fino al 7 luglio l'iniziativa «Italian Fashion Days», promossa dal ministero dello Sviluppo economico e realizzata dall'Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. L'obiettivo è valorizzare in Germania l'eccellenza della moda made in Italy. Per oltre 10 giorni i più importanti negozi di moda di Berlino, Monaco e Düsseldorf richiameranno l'attenzione di consumatori e operatori del settore, ispirandosi al fashion style italiano.

Dall'idea all'impresa

Così le nuove aziende incontrano i soldi: 800 giovani talenti a Milano per StartuParty

FRANCESCO SPINI
MILANO

Le vie dell'impresa che, nonostante tutto, cerca di essere più forte della crisi sono infinite. E talvolta passano anche da una festa. Chiedetelo agli 800 che, un mese fa, hanno affollato lo «StartuParty», a Milano. Lì si sono ritrovati aspiranti imprenditori armati idee e pochi soldi, semplici curiosi come pure investitori a caccia di talenti. Nell'era in cui il posto fisso vacilla, crearsi un lavoro anziché cercarselo può essere l'alternativa. Ma la sfida è sapersi muovere in un ecosistema che in Italia ancora non ha trovato una chiara divisione di ruoli tra mentor, incubatori, business angels, venture capital. «In Italia siamo ancora indietro rispetto ad altri Paesi - spiega Bruno Ermolli, presidente di Promos e componente della giunta della Camera di commercio che settimana scorsa ha riunito a convegno gli attori di tale ecosistema -, ci sono fior di facilitatori per la nascita di imprese, ma ci sono anche persone che si fanno pubblicità gratis». Come procedere? «Semplificando, attraverso l'adozione di uno standard certificato per i documenti con cui presentarsi ai potenziali investitori. Noi stiamo lavorando su questo con banche e assicurazioni».

Quel che conta è non sbagliare i passaggi dall'idea alla realizzazione della start-up. È necessario anzitutto mettere a punto un prototipo del prodotto o del servizio che si vuole offrire e mettere insieme la squadra che gestirà i destini dell'impresa. E occorre mettere a punto il proprio «pitch», la presentazione sintetica del proprio business a potenziali interessati, «descrivendo i bisogni che il progetto crea o risolve, gli aspetti tecnologici, il modello di business, le necessità finanziarie, il curriculum del team e così via», spiega Enrico Gasperini, presidente di

c'è StartuParty, o con maggiore frequenza c'è Startuppami, iniziativa ideata da Marco Ottolini, imprenditore seriale: «Sono occasioni - dice - per ascoltare, una volta al mese, esperienze di successo a cui invitiamo anche 4 start-up a presentarsi. Tempo a disposizione: 3 minuti. Più altri 7 per domande e risposte». E c'è chi, come SiamoSoci, «riunisce sulla stessa piattaforma online imprenditori e potenziali investitori», spiega l'ad Dario Giudici. Sulla base di informazioni standardizzate, i business angel decidono «se investire, anche riuniti in club deal, diventando soci di una nuova iniziativa, a cui possono apportare anche la propria esperienza professionale».



Come farsi finanziare un progetto

1 L'idea

Bisogna valutare con attenzione la possibilità di trasformare un progetto in un business effettivamente sostenibile. E cominciare a far girare la voce nei social network (da Facebook a Twitter) e nella comunità a cui lo startupper vuole fare riferimento.

2 I primi passi

Bisogna costruire un prototipo del prodotto o del servizio e costruire la squadra della start-up. Ci si può rivolgere a incubatori o acceleratori pubblici e privati che offrono spazi, servizi di rete, logistica, consulenza e in qualche caso possono diventare soci dell'impresa.

3 Il piano

Occorre costruire un business plan e trasformarlo in una presentazione (pitch) di pochi minuti per spiegarne i contenuti. Spesso è inutile rivolgersi a venture capital negli stadi iniziali d'impresa, meglio rivolgersi ai business angels (professionisti e imprenditori a caccia di talenti).

4 La sopravvivenza

Nella sola città di Milano ci sono 27 mila start-up, un terzo costituite da giovani con meno di 35 anni. Danno lavoro a 31 mila persone, 11 mila «under 35». Secondo la Camera di commercio una start-up su due è destinata a vivere oltre 10 anni.

Una nicchia di successo

La regina delle reti da pesca da Brescia esporta in tutto il mondo

Pia Aina Cittadini fra imprenditoria, solidarietà femminile e fede

GIANFRANCO QUAGLIA
PADERNO FRANCIACORTA (BS)

In principio fu una rete da pesca, con i fili annodati a mano dalle reticciaie di Montisola (Lago d'Iseo), a catturare Pia Aina. Lei proveniva dalle risaie piemontesi, Cerano in provincia di Novara, ed era redattrice alla Rusconi. Pia, oggi madre di cinque figli, non sapeva nulla di nodi semplici o doppio nodo, di maglie strette, spole, ma conobbe Giovanni Cittadini, erede di uno dei più antichi laboratori di produzione di reti. Fu amore a prima vista, non solo per il futuro marito, ma anche per la rete che sarebbe diventata la sua filosofia di vita. Oggi Pia Aina Cittadini, laureata in scienze politiche, può essere definita la «regi-

na delle reti da pesca» d'Europa. L'azienda, nata sulle rive del Sebino nel 1933, si è trasferita a Paderno Franciacorta, con uno stabilimento che dà lavoro a 75 dipendenti (80% maestranze femminili, 20% extracomunitari). Il 40 per cento della produzione è destinato all'estero e la «Cittadini» riesce a tenere testa alla concorrenza che arriva dalla Cina.

Il segreto? «E' proprio la metafora della rete» dice Pia, vicepresidente della piccola e media impresa dell'Associazione industriali Brescia e dal 2006 presidente della «Cittadini spa». «Una lezione che ho imparato anch'io facendo la reticciaia perché volevo cominciare dalla gavetta per capire i segreti di un lavoro difficile e di grande pazienza. E ho appreso che ogni nodo è un punto di forza e tutte le maglie si consolidano lavorando insieme, con la centralità e la valorizzazione delle persone».

Concetti trasferiti in azienda, per dimostrare che si possono conciliare profitto con emancipazione femminile ed

etica solidale. In concreto? «Oggi tutti parlano di fare rete, ma poi sfuggono alla promessa. Invece è l'unico sistema per uscire dalla crisi». La «Cittadini», nota in tutto il mondo, esporta in molti Paesi che si affacciano sul Mediterraneo, dalla Grecia alla Spagna, dal Marocco alla Turchia, ma anche nel Nord Europa e in America Latina. Con un'impronta di ispirazione evangelica, Pia (che è stata anche alla guida dell'Unione cristiana dirigenti e imprenditori di Brescia) ha trasferito il suo modello filosofico con il progetto «Reti di solidarietà femminile», costruendo un retificio per la produzione nella zona del Rameswaram (India) colpita dallo tsunami:

«Obiettivo era dare possibilità di lavoro a una cinquantina di donne rimaste vedove e discriminate. La rete da pesca insegna la determinazione a non mollare mai. Quelle vedove hanno voluto chiamare il loro retificio «Sangaman», che significa insieme».

In Italia l'azienda capofila è stata ristrutturata, attraverso innovazione e ricerca finalizzate anche all'alta moda. Ma al centro di questa fabbrica dell'etico e del sociale sono rimaste le reticciaie, protagoniste sui telai o nel rammento. Per loro Pia ha voluto introdurre il concetto della «buona prassi di conciliazione vita-lavoro». Percorsi innovativi che prevedono contratti part-time di 4-5 ore e orari personalizzati, collegati a quelli dei nidi, delle scuole materne oppure ai ritmi di lavoro dei mariti. Il risultato: negli ultimi due anni il fatturato è aumentato del 50%. «Ecco - dice Pia - questa è la vera rete che ogni giorno io, mio marito e i miei figli annodiamo con le dipendenti. Cambiare insieme, si può».

+50%
il fatturato
in 2 anni

I «business angel» ascoltano le proposte (condensate in pochi minuti) e poi decidono se diventare soci

Digital Magics, uno di quegli incubatori che si occupano di supportare le imprese appena nate, «e che spesso intervengono anche come soci nella fase di lancio». Possono essere anche di emanazione pubblica: a Milano c'è ad esempio Lib (Laboratorio innovazione Breda), «con costi diversi rispetto agli operatori di mercato - spiega il responsabile incubazione, Luca De Venezia - cerchiamo di utilizzare finanziamenti pubblici a disposizione delle imprese che nascono». Per farsi notare, poi, ecco feste e incontri. Due volte l'anno, a Milano,