

REAL LIFE

IMPRENDITRICI
UNDER 30

Alexandra Alberta Chiolo, 28 anni, nel 2014 ha ideato una linea di scarpe fatte a mano e personalizzate, le Albertine (alexandraalbertachiolo.com) Vive tra Torino e Milano.



Abbiamo lanciato la nostra startup a vent'anni

Se il lavoro non c'è, bisogna inventarselo. Come hanno fatto le cinque ragazze protagoniste di questo servizio. Subito dopo la laurea hanno avuto un'intuizione e si sono buttate a capofitto per realizzarla. Hanno studiato il modello di business e sono andate alla ricerca di fondi. Senza curarsi dei pregiudizi di chi le considerava troppo giovani per farcela

DI FRANCESCA GALEAZZI

VENDO SCARPE PERSONALIZZATE. LA MIA IDEA È STATA VALUTATA 50 MILIONI DI EURO

Di cosa si occupa la tua startup?

«Vendo scarpe personalizzate, le Albertine. Sul mio sito web le clienti possono scegliere la décolletée preferita mixando tomaia, tacco e colori diversi. Le combinazioni possibili sono circa 5000».

Come è nata la tua idea?

«Un giorno in metropolitana ho visto spuntare dalla borsa di una ragazza che indossava scarpe sportive delle décolletée con il tacco. Ho iniziato a pensare a una calzatura con plateau intercambiabili, che si potesse adeguare alle diverse occasioni della giornata. Ci sono voluti cinque anni di prove, test, brevetti, per arrivare a presentare il prototipo al salone internazionale Who's Next di Parigi, nel 2013. La mia startup è stata poi lanciata a dicembre 2014».

Hai avuto difficoltà per il fatto di essere donna e giovane?

«No, nel settore della moda la difficoltà principale è creare qualcosa di unico con stile».

Dove hai trovato i fondi?

«Per l'avvio della mia startup ho potuto contare su investimenti familiari. Poi mi sono rivolta a un fondo lussemburghese specializzato che ha sottoscritto aumenti di capitale, valutando il mio progetto 50 milioni di euro».

Come ti sei formata?

«Ho una laurea in Comunicazione, ma la passione per la Moda, quella con la M maiuscola, mi accompagna da sempre».

Progetti per il futuro?

«Sono concentrata sull'evoluzione delle mie Albertine, ma non escludo in futuro di occuparmi di altri prodotti». ►

REAL LIFE

Sembra proprio che le startup siano il futuro del mondo del lavoro, in Italia. Il termine, ora tanto in voga, indica la fase iniziale di una nuova impresa, ma negli ultimi anni si usa soprattutto per i progetti dal forte contenuto innovativo, che hanno a che fare con il web. E sono tanti. Se da una parte il tasso di occupazione stenta a salire (a marzo si è registrato un timido +0,2 per cento), dall'altra cresce l'esercito di coloro che il lavoro lo creano. Si inizia da un'idea, si sviluppa un modello di business e si cercano i fondi, anche attraverso premi e bandi pubblici. In questa fase è preziosa la piattaforma online per accedere ai finanziamenti regionali, nazionali ed europei warrantgroup.it/startup. È stata creata da Italia Startup, l'associazione che aggrega le nuove iniziative, con la società di consulenza Warrant Group.

Prima i fondi, poi il business

Una volta trovati i fondi, se il piano è vincente, si parte con il business. Non solo: quando la startup è innovativa, cioè è "una società di capitali ad alto valore tecnologico", come la definisce il ministero dello Sviluppo economico, ►



Chiara Brughera, 28 anni. Nel 2014 ha fondato la piattaforma di crowdfunding BeCrowdy (becrowdy.com). Fa parte di Girls in Tech Italy, associazione focalizzata sull'empowerment, l'impegno e la formazione delle donne nel settore della tecnologia e nel mondo startup. Vive a Milano, è fidanzata.

HO LANCIATO UNA PIATTAFORMA PER FINANZIARE I PROGETTI DEGLI ARTISTI EMERGENTI. LA CULTURA È UN VALORE CHE ANCHE NOI GIOVANI DOBBIAMO DIFENDERE E SOSTENERE

Di cosa si occupa la tua startup?

«BeCrowdy è una piattaforma per raccogliere risorse economiche online, in gergo crowdfunding, per progetti culturali, creando un punto d'incontro tra artisti, promoter culturali e fruitori».

Come è nata la tua idea?

«Dal desiderio, condiviso con quattro amici che ora sono diventati miei soci, di dare una mano a chi fa cultura. Siamo convinti che l'arte abbia un valore inestimabile da difendere e sostenere. Questo è il nostro obiettivo».

Hai avuto difficoltà per il fatto di essere donna e giovane?

«No, anche se il gap di genere nel mondo del lavoro è consistente in Italia. Le difficoltà che ho riscontrato risiedono nei complessi passaggi burocratici, nella mancanza di orientamento, nella necessità di reperire fondi e nella generale disinformazione sulle potenzialità del crowdfunding».

Dove hai trovato i fondi?

«Grazie a un piccolo contributo economico vinto con la prima edizione del bando ON/OFF per giovani idee imprenditoriali, promosso dal Comune di Parma e finanziato da Fondazione Cariparma, siamo diventati un'impresa e nel 2014 la piattaforma è andata online».

Come ti sei formata?

«Ho una laurea in Lingue e letterature straniere e un master in Ideazione e progettazione di eventi culturali alla Cattolica di Milano. Dopo alcune esperienze professionali a Milano e a Stoccolma, dove ho vissuto sette mesi, da un anno lavoro nel mondo digital».

Progetti per il futuro?

«Vorrei che BeCrowdy diventasse il portale di riferimento per la cultura e l'arte in Italia, costruendo una community organizzata, consapevole e attiva. Da esportare anche all'estero».

REAL LIFE

sono previsti vari strumenti e vantaggi, inclusi semplificazioni amministrative e alleggerimenti fiscali.

A favore delle startup innovative, nel 2015 si sono registrati investimenti record, stimati in 133 milioni di euro, in crescita dell'11 per cento rispetto all'anno precedente (Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano e Italia Startup). Una caratteristica fondamentale è quella che viene chiamata "scalabilità" di un business: l'attività dev'essere facilmente replicabile, con la possibilità di aumentare le dimensioni e il giro di affari anche in maniera esponenziale.

Sempre più giovani tra le imprenditrici

La quota di donne che ha lanciato una startup innovativa nel nostro Paese fatica a prendere il volo – è attualmente intorno al 15 per cento – ma sul fronte femminile non mancano intuizioni vincenti: «In Italia, nel 2015 si contano 60mila nuove imprenditrici che rappresentano più di un terzo di chi ha fondato una startup. La maggior parte delle donne ha avviato una ditta individuale e quasi la metà ha meno di 35 anni», spiega Alessandra Romanò, direttore area Marketing Solutions di Cerved (*cerved.com*), tra le principali agenzie di rating in Europa. Noi abbiamo incontrato cinque giovani. Ecco cosa ci hanno raccontato. ►



Marta Dall'Omo, 26 anni. A maggio 2014 ha fondato il servizio web Homegram, che vende decorazioni personalizzate per la casa (*homegram.it*). Vive a Milano, ha un compagno e un figlio.

TUTTO È NATO DA UNA DECORAZIONE PER CASA MIA. L'HO REALIZZATA DA SOLA E HO APERTO UN SITO DOVE CHIUNQUE PUÒ FARE LA STESSA COSA

Di cosa si occupa la tua startup?

«Homegram è un servizio web da cui è possibile ordinare decorazioni personalizzate per la casa, in particolare scritte e frasi 3D per pareti».

Come è nata la tua idea?

«Da un'esigenza personale: quando sono andata a convivere con il mio fidanzato volevo appendere da qualche parte la frase "The future belongs to those who believe in the beauty of their dreams" (Il futuro appartiene a quelli che credono nella bellezza dei loro sogni), ma nessuno in rete riusciva ad accontentarmi. Ho chiesto a un amico di aiutarmi a realizzare il disegno vettoriale e poi ho contattato un service specializzato in queste produzioni. Quando ho ritirato il lavoro, è nata l'idea di Homegram».

Hai avuto difficoltà per il fatto di essere donna e giovane?

«No, anche perché molte delle mie clienti sono proprio giovani donne! Dal punto di vista burocratico, invece, mi sono fatta aiutare dal mio fidanzato, che ha già una sua azienda».

Dove hai trovato i fondi?

«Per l'investimento iniziale mi sono autofinanziata, ma l'esborso è stato modesto: l'hosting del sito, lo sviluppo di un sistema per il calcolo dei preventivi e la pubblicità su qualche social».

Come ti sei formata?

«Sono laureata in Economia e gestione aziendale all'università Cattolica di Milano, con specializzazione in Digital Marketing. A 16 anni, già lavoravo per un sito di e-commerce».

Progetti per il futuro?

«Ampliare Homegram, vendendo le nostre decorazioni non solo online, ma anche nei negozi specializzati in prodotti di design per la casa».

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

REAL LIFE

HO INVENTATO UNA PIATTAFORMA CHE FA DIALOGARE GLI ARCHITETTI COME ME CON I CLIENTI

Di cosa si occupa la tua startup?

«*Spoon.City* è una piattaforma online che fa incontrare clienti e architetti. Chi ha bisogno di un progetto si iscrive al sito, spiega cosa vuole realizzare e indica il suo budget. La piattaforma elabora i dati e propone il professionista giusto».

Come è nata la tua idea?

«Per orgoglio: mentre studiavo in Silicon Valley ho scoperto che alcune piattaforme offrivano servizi di architettura insieme a quelli di pulizia della casa. Ho pensato che qualcosa di più specifico per gli architetti potesse valorizzare meglio la nostra professione».

Hai avuto difficoltà per il fatto di essere donna e giovane?

«Non direi, le principali difficoltà sono state di natura burocratica e nella scelta del modello di business».

Dove hai trovato i fondi?

«A dicembre 2015 *Spoon.City* ha

ricevuto il Premio Raffaele Sirica per startup e giovani professionisti. Viene assegnato in occasione della Festa dell'Architetto, promossa dal Consiglio nazionale architetti pianificatori paesaggisti. Stiamo investendo i soldi ricevuti nel marketing e nello sviluppo della piattaforma».

Come ti sei formata?

«Mi sono laureata in Architettura con un programma di doppia laurea presso il Politecnico di Milano. In seguito, ho studiato in Silicon Valley e lavorato come User Experience Designer in una startup di San Francisco».

Progetti per il futuro?

«Presto farò un viaggio in Cina per far conoscere *Spoon.City*. Lì la concentrazione di architetti è molto più bassa rispetto all'Europa. Per la nostra piattaforma è l'occasione giusta per espandersi».



Nunzia Mazziella



Lucia Rampanti, 27 anni, architetto. Nel 2015 ha fondato *Spoon.City* (*spoon.city*). Vive a Milano.

Andrea Antinori, 27 anni. Nel 2015 ha lanciato il servizio di consegna a domicilio di alcolici *Winelivery* (*winelivery.com*). Vive a Milano, è single.

A SAN FRANCISCO ORDINAVO VINO ONLINE E LO RICEVEVO A CASA IN MEZZ'ORA. ORA POSSO FARLO ANCHE IN ITALIA

Di cosa si occupa la tua startup?

«Di consegne di bevande alcoliche a domicilio: la startup si compone di una piattaforma web e un'applicazione per smartphone che permette, una volta aperta la pagina *winelivery.com*, di inserire il proprio indirizzo civico e accedere a una lista dalla quale scegliere il prodotto da farsi consegnare entro trenta minuti dall'ordine».

Come è nata la tua idea?

«Dalla mia passione per il vino e dalla mia esperienza a San Francisco: lì era consuetudine ordinare qualche alcolico online per prolungare una festa senza che nessuno dovesse uscire di casa. In Italia non esisteva nulla del genere: *Winelivery* è nata così, insieme a due soci, Francesco e Giovanni».

Hai avuto difficoltà per il fatto di

essere donna e giovane?

«Direi di no, le difficoltà maggiori le ho incontrate per la parte burocratica, l'apertura della società e del conto bancario».

Dove hai trovato i fondi?

«Ho investito risorse personali in termini di denaro e di tempo, e ora siamo nella fase di ricerca fondi attraverso contatti, bandi e incontri per proseguire il nostro progetto».

Come ti sei formata?

«Nel 2011 mi sono laureata in Fisioterapia e ora sto frequentando, all'Università Cattolica di Milano, un Executive master in Luxury goods management».

Progetti per il futuro?

«*Winelivery* non è soltanto la mia prima startup, ma anche un progetto a lungo termine: sogno di esportare la mia idea nel resto d'Europa».