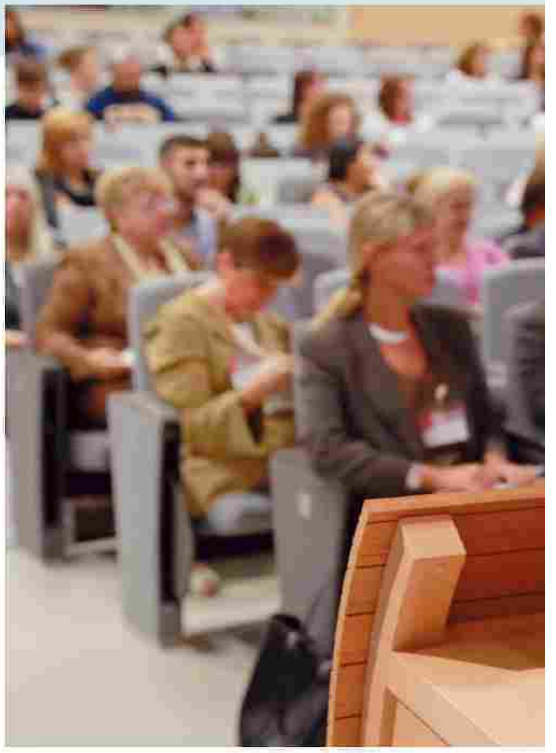
L'evento





Il 12 novembre al VII Salone nazionale dell'imprenditoria femminile e giovanile

Così cambia l'Italia A GammaDonna il futuro del nostro Paese

Donne e giovani sono i protagonisti del Salone Nazionale dell'Imprenditoria femminile e giovanile, GammaDonna.

Giunto alla settima edizione e al decimo anno di vita, il Salone si è affermato a livello nazionale come manifestazione di alto livello per contenuti e format, guadagnandosi diverse medaglie di riconoscimento da parte del Presidente della Repubblica e diventando un preciso punto di riferimento per quanti operano nel settore. Il titolo dell'edizione di quest'anno, che si terrà il 12 novembre a Torino al Campus Einaudi con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico, è «Come sta cambiando l'Italia? I modelli imprenditoriali emergenti. #TiriamoleSomme».

Ingresso gratuito ma con accredito online

L'Italia sta cambiando il suo modo di fare impresa: la vera sfida del Paese è quella di attivare una «contaminazione» tra l'innovazione e l'economia consolidata. Ne è consapevole GammaDonna che si è proposta di evidenziare dinamiche e tendenze in atto nel mondo della nuova imprenditoria, con l'obiettivo di mettere in luce gli aspetti su cui il Paese dovrà concentrare interventi e strumenti di sostegno.

Si tratta di nuove modalità di fare impresa, di tendenze che innovano i processi tradizionali, di modelli imprenditoriali emergenti dove l'innovazione si coniuga con la capacità di lavorare in squadra, attivare relazioni di business trasversali, attingere alle nuove frontiere del marketing e della comunicazione. Sempre più tecnologia, in un contesto dove le persone e la creatività tornano ad occupare un ruolo centrale.

«GammaDonna è un evento unico nel suo genere – afferma il presidente dell'Associazione, Mario Parenti - promuove momenti d'incontro e scambio di esperienze e competenze in ambito imprenditoriale, con particolare attenzione al ruolo e all'apporto femminile e giovanile alla crescita dell'economia del Paese e ai temi dell'innovazione e del rinnovamento».

Per questo il programma del prossimo Salone sarà ricco di testimonianze di casi innovativi raccolti in tutta Italia – cinque dei quali saranno premiati con il Giuliana Bertin Creativity Award - punto di partenza di un'intensa giornata di laboratori, workshop e tavole rotonde a contatto con i protagonisti dell'economia creativa.

Decine di innovatori parteciperanno ai lavori del pomeriggio con l'obiettivo comune di formulare proposte d'intervento, concrete e condivise, da sottoporre agli enti competenti.

I numeri di oggi delle imprese in rosa sono in leggero aumento. InfoCamere parla di una totalità di 1,3 milioni di realtà al femminile in Italia, con un tasso di crescita positivo. In sintesi, un'impresa su 5 è al femminile.

«Le donne rappresentano una realtà importante, meritevole della massima attenzione – ha commentato Cristina Balbo, direttore regionale Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria Intesa Sanpaolo -. Si distinguono per propensione all'innovazione, attenzione alla registrazione dei propri marchi e orientamento al marketing e alle relazioni. Caratteristiche particolarmente interessanti, soprattutto se legate alla capacità di servire mercati esteri».

Per informazioni: www.gammadonna.it

Il supporto per investire in Italia

Iryna Ierokh, co-fondatrice a Torino di «Business Source Italy» è una dei 5 vincitori, che su 85 candidature giunte da tutta Italia, sono stati scelti da Gammadonna per rappresentare i modelli di imprenditoria femminile e giovanile emergente. L'imprenditrice ucraina offre servizi di consulenza e supporto a famiglie e società dell'est Europa, America, Cina, Kazakistan, Russia e altri Paesi C.S.I., interessate a investire nel nostro Paese. La sua società si occupa della gestione dei progetti di aziende estere sul territorio italiano, quali investimenti, acquisto merci, servizi, eventi, gestione della proprietà. «Il nostro obiettivo è fornire informazioni su costi e termini di fornitura dei prodotti, aiutare i clienti a trovare dei partner affidabili. O stipulare i contratti necessari, e selezionare personale italiano qualificato».



Iryna Ierokh

Uno spazio per inventare e condividere

Nella città di Matera, Mariella Stella, classe 1977 che ha lavorato in Università, Ministeri ed Enti di supporto al disagio sociale, ha fondato insieme ad Andrea Paoletti «Casa Netural». E' un coworking rurale ed «incubatore di sogni professionali», che offre un supporto nell'avviamento di un progetto, insieme ad uno spazio fisico per testarlo ed una community di persone per realizzarlo. Casa Natural è anche un luogo dove vivere con innovatori provenienti da tutto il mondo, mettendo in rete i propri progetti. La sede è una casa a 4 piani di circa 250mq in un quartiere storico popolare di Matera, un open space per il coworking, riunioni, corsi, laboratori. C'è una cucina e una sala giochi per bambini, uffici privati, e una saletta skype call. «L'unica regola di un progetto è condividerlo con gli altri, per farlo crescere ed arricchirlo».



Mariella Stella

Siti web in modo rapido e facile

Si ispira al suo cognome, la Flazio Srl. Si tratta di una piattaforma innovativa che aiuta l'utente a costruire un sito web oppure un blog in pochi minuti. Senza conoscere alcun linguaggio di programmazione, né saper usare software, l'utente può aggiungere, trascinare e personalizzare ogni elemento, con un approccio creativo e non tecnico. «Se puoi immaginarlo puoi crearlo», recita lo slogan di Maria Elisa Fazio, l'ideatrice ed amministratrice delegata della Srl. La piattaforma fornisce una tecnologia tesa a reinventare il modo di creare siti web, mettendo in primo piano la semplicità d'utilizzo degli strumenti forniti e dell'implementazione dei contenuti. «Caratteristica fondamentale del sistema è la modularità: menu, immagini e testo sono indipendenti dal resto del sistema, in più ogni componente è personalizzabile al cento per cento».



Maria Elisa Flazio

Test prenatale innovativo

Fabio Moretti è il presidente di Ebios Futura: una startup innovativa nata nel 2013, in cui lavora un team tutto femminile. La startup ha sede a Mondovì, in provincia di Cuneo, e opera nel settore della medicina predittiva e crio-conservativa. Si occupa della commercializzazione del PrenatalTest, screening prenatale non invasivo basato su dna fetale libero, che circola nel sangue della gestante. A chi si rivolge? «A tutte le donne che intraprendono un percorso di gravidanza e non desiderano accedere ad una tecnica invasiva in prima battuta». Si tratta di un test innovativo per la metodica e l'algoritmo bioinformatico, che ne permette la refertazione, e per questo è stato depositato uno specifico brevetto italiano. Lo stesso utilizzo del dna fetale per effettuare queste analisi è molto all'avanguardia, e oggetto di recenti studi.



Fabio Moretti

Cibi freschi sul veicolo elettrico

La startup «AL.va» di Miriam Manassero, nata e residente a Casale Monferrato, nasce dall'unione dei golf car, dei frigoriferi commerciali e dell'attenzione a tutto ciò che è eco-sostenibile. Si tratta di un veicolo totalmente elettrico per la distribuzione di alimenti freschi o surgelati, come ad esempio il gelato. Obiettivo: dare l'opportunità sia al singolo - che non riesce a sostenere i costi di gestione di un'attività con una sede fissa, sia alla grande industria di poter veicolare il prodotto con un mezzo ad impatto zero. «L'innovazione consiste nel consentire il mantenimento di una temperatura costante per 18 ore all'interno della cella frigorifera. Attraverso una centralina elettronica si può decidere la temperatura desiderata, e sono previsti anche dei coperchi intercambiabili per cambiare la destinazione d'uso del frigo».



Miriam Manassero



E-commerce

Nexive: "Servizi rapidi e puntuali per ridurre al massimo le distanze"

Ogni giorno «Nexive» raggiunge quasi l'80 per cento delle famiglie italiane, e oltre 30.000 operatori business fra banche, compagnie assicurative, ed enti della Pubblica Amministrazione.

Luca Palermo, amministratore delegato, quando e con quale idea di business nasce l'azienda?

«Nexive è nata a Milano nel 1998 come TNT Post, ed è cresciuta nel tempo attraverso acquisizioni di agenzie private di recapito, tra cui il marchio storico Rinaldi L'Espresso. L'idea alla base del nostro business è sempre stata quella di proporre servizi postali e a supporto dell'e-commerce ad alto contenuto innovativo, in grado di ridurre le distanze. Nel 2007 abbiamo introdotto per primi in Italia il monitoraggio e la certificazione satellitare della consegna di ogni singola busta».


Luca Palermo

In che cosa si distingue dai competitors?

«Ci distinguono il radicamento importante sul territorio (oltre 1.000 filiali dirette, indirette e retail point, e oltre 5.500 addetti), e un modello di impresa fondata sulla flessibilità e la piena integrazione di tutte le fasi sottostanti la produzione e la distribuzione della corrispondenza: dall'elaborazione dei dati, alla loro gestione on e offline. Vogliamo essere la cerniera tra il mondo fisico e quello digitale, ed entro il 2019 stimiamo un incremento di quasi il 50 per cento dei servizi di recapito digitale».

Quello dell'e-commerce è un mercato in crescita, che nel 2015 in Italia vale oltre 16 miliardi di euro. Quali sono le vostre soluzioni per la clientela?

«Abbiamo sviluppato sistemi in grado di rispondere alle esigenze specifiche dei merchant, con tariffe chiare e servizi modulari, e dei web shopper, offrendo servizi come la consegna su appuntamento, i messaggi di preavviso via sms e mail, o la gestione dei resi. L'obiettivo è semplificare l'esperienza di acquisto e di vendita online».

Parliamo di prezzi. Conviene a una PMI servirsi da Nexive?

«Siamo consapevoli del ruolo centrale delle PMI e del fatto che rappresentino oltre il 99 per cento del tessuto economico nazionale, ma anche del tradizionale gap di risorse rispetto alle grandi aziende. Così abbiamo studiato soluzioni in grado di accompagnarle in modo flessibile. Ciò significa farsi carico dei loro processi di gestione documentale a 360 gradi, e garantire pacchetti modulari a prezzi vantaggiosi. In uno scenario in cui il tradizionale servizio postale sta praticando importanti aumenti (del 35,72 % in 8 mesi), le nostre tariffe restano fisse, e consentono di risparmiare fino al 45% sul recapito della corrispondenza».

Salone GammaDonna, un'idea di Valentina Communication

Ha fatto parlare la finanza, quando la Borsa era un regno di numeri per soli addetti ai lavori. Ha prestato la voce all'industria e alle imprese di servizi.

Nata nel 1981, che cos'è oggi Valentina Communication?

«Non più solo ufficio stampa e relazioni esterne. Negli ultimi anni il mercato della comunicazione è profondamente cambiato: lo sviluppo delle tecnologie a portata di tutti ha visto spuntar dal nulla centinaia di agenzie e professionisti di relazioni pubbliche. La soluzione, anche per noi, era una sola: puntare sull'innovazione».

E allora si cambia. E quella voce, un tempo solo «in prestito», è diventata autonoma.

«Proprio così - spiegano Marco e Valentina Parenti -. In un certo senso ci siamo riconvertiti in una startup. L'idea di fondo è stata creare "in-house" dei prodotti - veri e propri marchi - che realizziamo, gestiamo e lanciamo sul mercato. Progetti originali di cui l'Agenzia non solo cura l'ideazione, la realizzazione e la comunicazione, ma anche l'aggregazione di partner e il marketing territoriale. Il Salone Nazionale GammaDonna è uno di questi progetti: il nostro osservatorio privilegiato sull'economia che cambia».

"Kids & Us", l'inglese si impara da piccoli

Si chiama Kids & Us, è una startup spagnola che in pochi anni ha conquistato l'Europa. Claudia Torrisi ne è la fondatrice della filiale italiana.

A distanza di qualche anno dalla nascita possiamo definirla un'idea imprenditoriale vincente?

«Proprio così! Dal 2008, anno in cui è iniziata l'espansione, la crescita è stata spettacolare: 30% in numero di scuole e alunni ogni anno. Oggi siamo 266 scuole in 8 paesi, 85.000 alunni imparano con il nostro metodo. Circa il 30% affiliati è titolare di due o più scuole, e stimiamo che il dato cresca ancora. In Italia siamo presenti dal 2011 e siamo oggi a quota 12 scuole: Roma, Milano, Cremona, Ascoli Piceno e Lecce, quasi tutte aperte grazie allo spirito imprenditoriale di alcuni genitori».

Qual è il vostro modello di business?

«Il Franchising: un modello che ci permette di trasmettere know-how ed esperienza - garantendo la qualità ed evitando all'affiliato di commettere i classici errori di una startup - ma che, al tempo stesso, si avvale dell'expertise dell'imprenditore locale. Oggi in Italia, nonostante la crisi, il settore del franchising è probabilmente uno dei pochi in crescita: un giro d'affari che ha sperimentato un +4,2% dal 2009 al 2014».


Claudia Torrisi

Quali i fattori critici di successo?

«Il metodo ne è sicuramente il motivo principale. Un metodo che risponde a un'esigenza reale del nostro Paese - quella di imparare l'inglese - e che mette al primo posto i bimbi, fin dal primo anno di età. E poi qualità dell'insegnamento, risultati di apprendimento, reali e tangibili, e fattibilità economica».

Quindi, più che investitori, cercate imprenditori capaci di sviluppare il business?

«Cerchiamo persone appassionate ai bambini e alle lingue, disposte a investire economicamente, ma anche a mettersi in gioco in prima persona e a lavorare duramente per l'avvio delle scuole e per garantirne la qualità»

Le prospettive di sviluppo per il 2016?

«L'obiettivo è arrivare a 325 scuole a livello internazionale con una previsione di 60 aperture, 5 delle quali in Italia. Ma crescerà soprattutto il numero di bimbi che studiano con Kids & Us, perché le nostre scuole si stanno consolidando nei mercati»

Qual è la situazione in Italia in quanto a conoscenza dell'inglese?

«Credo sia sotto gli occhi di tutti: scarseggia. Non solo nella nostra generazione ma anche fra i giovani. È perciò fondamentale sensibilizzare le famiglie sulla necessità delle lingue straniere e sull'importanza di iniziare da piccoli. A Kids & Us diciamo che prima iniziano, meglio è: i bimbi dispongono di meccanismi intuitivi che utilizzano per l'apprendimento della lingua materna, e noi ne approfittiamo per l'insegnamento dell'inglese».

