

L'INCHIESTA

Milano non è proprio una città di bamboccioni

Mentre vengono resi noti dati record sulla disoccupazione tra i giovani, un libro racconta la storia di chi ha deciso di puntare su se stesso e ce l'ha fatta. Imprenditori che hanno saputo trasformare un'idea in un mestiere redditizio

■ Si mettono in proprio, inventano mestieri, lanciano nuovi business. Puntando solo su se stessi. Sono ventenni e trentenni di oggi che in barba alla crisi, alla carenza di lavoro e alla burocrazia che strozza i piccoli imprenditori alle prime armi, si affrancano dalla famiglia, comprano casa col mutuo e, partendo da zero, si costruiscono una professione. Ragazzi come Giampiero, l'enfant prodige della Fisica convertito al management, che dopo il dottorato e un master alla Columbia University di New York, diventa consulente in un'importante società di direzione aziendale; o come Riccardo, che appena diplomato riesce ad aprire una catena di autolavaggi; oppure come Selene, l'operatrice umanitaria che fonda la prima organizzazione online di sviluppo sostenibile gestita da giovani per i giovani. Storie milanesi di sacrifici e di successi, di porte sbarrate e colpi di for-

tuna, che dimostrano come l'Italia "Non è un Paese per bamboccioni", come recita il titolo del volume che le raccoglie, pubblicato da **Cairo** Editore (pagg. 190, euro 13) e scritto a due mani dai giorna-

**LA SPERANZA Nella
pubblicazione di Fini
e Sestito, editi da **Cairo**,
alcune ricette anti-crisi**

listi Matteo Fini e Alessandra Sestito. Proprio mentre vengono resi noti dati drammatici su una disoccupazione giovanile ormai prossima al 30 per cento, vi riproponiamo le più significative, specchio di una generazione tutt'altro che svogliata o «piagnona», come molti la dipingono, e

a cura
di **Valentina Terruzzi**

modello per chi, pur non avendo le spalle coperte da famiglie importanti o da raccomandazioni influenti, non si arrende all'idea di realizzare il proprio sogno.

Così come è stato per Alessandro, inventore di un brand di orologi a basso costo diffuso e richiesto in tutta Europa; o per Massimo, l'informatico milanese che ha creato dal nulla un'innovativa piattaforma tecnologica. Sarà lui, parlando del suo progetto, a svelare la formula magica che accomuna queste cinque avventure imprenditoriali, all'apparenza così diverse: «Le idee buone non sono quelle che si pensano, ma quelle che si realizzano...». Imprese difficili - ma non impossibili - di ragazzi come tanti, che lasciandosi guidare dall'intuito e dalla passione (per i computer, le auto, la moda, il sociale) e soprattutto dalla volontà, sono diventati esattamente ciò che volevano essere.

Carwasher



SOGNI Riccardo Moroni primo ostacolo la burocrazia

Riccardo, 22 anni il re degli autolavaggi

■ Fin dal liceo Riccardo Moroni (classe 1988, un diploma di geometra) voleva costruire qualcosa di suo. Si ricorda della sua vecchia passione per gli autolavaggi, quelli classici, con gli omini, il canalone, le antenne che si spezzano. E comincia a pensare a come rinnovarli. Ma ha appena compiuto 20 anni, e la sua determinazione si scontra con la burocrazia: la Camera di commercio, l'Arpa, la Provincia. Poco importa: dopo tante insistenze e porte chiuse, prende in affitto un terreno vicino a casa, ottiene i permessi, i finanziamenti dalla banca e parte con la P&P Car Wash: un self-service aperto 24 ore con postazioni automatiche, manuali e assistenza garantita. Investe sulla qualità dei prodotti, che importa anche dall'estero, tratta in prima persona con i produttori, crea una miscela tutta sua.

Oggi la P&P Car Wash possiede due stazioni operative: a Brugherio, di 2mila metri quadrati, e a Gessate, 4mila metri quadrati per 18 postazioni di lavaggio. E due nuovi centri sono in arrivo, a Brescia e a Verbania.

Ogni giorno Riccardo visita gli impianti, pensa a come migliorarli, parla con i clienti che chiedono espressamente di lui. Non si sente un fenomeno: ha solo avuto il coraggio di mettere in piedi un'idea.

Operatrice umanitaria



STAGISTA La prima esperienza per Selene Biffi

Selene, 28 anni, dall'Onu a Internet

■ Lavorare per l'Onu è sempre stato il sogno di Selene Biffi. Vi entra prima come stagista a poco più di vent'anni, poi come impiegata, quindi come consulente nelle missioni di pace. Da quel momento per lei (monzese, classe 1982, una laurea alla Bocconi) andare al lavoro significherà svegliarsi in India, in Cina, negli Usa, rischiare la vita in Afghanistan, sotto i bombardamenti. Nel 2004 la svolta: l'idea di creare il primo corso online gratuito per sensibilizzare i giovani alle problematiche del Terzo Mondo e sostenerli nei loro progetti. Dalla cucina di casa, con i 150 euro che le regala il padre, acquista uno spazio web e fonda "Youth for a change", la prima organizzazione mondiale di sviluppo sostenibile che imparte lezioni e mette in contatto i giovani con i maggiori esperti di questioni internazionali. Oggi Selene ha 28 anni, ha creato un sito che raccoglie le testimonianze di ragazzi in zone di guerra dimenticate, ottenuto decine di riconoscimenti all'estero e in Italia (tra cui il premio 2009 assegnato dal ministro della Gioventù Giorgia Meloni) e partecipato a conferenze e seminari da tutto il mondo, persino al Congresso del Washington D.C. Il portale è diventato la sua finestra sul mondo, e il mondo finalmente si è accorto di lei.

Consulente aziendale



FLESSIBILITÀ Il segreto di Giampiero Traetta

Giampiero, 35 anni, il manager flessibile

■ Dalle nanotecnologie al management: un salto da poco per uno come Giampiero Traetta, classe 1975, laureato in Fisica e oggi consulente aziendale tra i più accreditati. Il suo percorso inizia all'università di Lecce, dov'è nato, e prosegue, a soli 23 anni, con il dottorato di ricerca presso il National Nanotechnology Laboratory.

Nel 2000 la grande svolta: si trasferisce a Milano e diventa consulente presso una società di direzione aziendale, un ruolo completamente diverso rispetto alla sua formazione, ma che per Giampiero rappresenta uno stimolo, non certo un limite. Ha metodo, testa, versatilità e, soprattutto, ama le sfide. Gli manca solo una specializzazione di tipo economico. Così nel 2002, per colmare le lacune, parte per New York e frequenta il master in Business & Administration in uno degli atenei più prestigiosi, la Columbia University.

Oggi Giampiero ha 35 anni, è sposato, ha due figli, e dal 2007 lavora a Milano come director in una società di consulenza per ristrutturazioni aziendali.

Nessuna agevolazione: solo sudore, capacità e tanta determinazione. Un consiglio ai giovani? «Essere flessibili, valutare tutte le opportunità e non preoccuparsi di iniziare un mestiere diverso dai propri studi».

Il mago del web



SERVICE PROVIDER L'idea di Massimo Fubini

Massimo, 37 anni, il successo via mail

■ Appassionato di tecnologia, Massimo Fubini, 37 anni, milanese, una laurea alla Bocconi, ha sempre pensato che la Rete fosse il business del futuro. Al punto che appena ventenne fonda Elbalink, il maggiore portale turistico dell'Isola d'Elba. I primi anni all'università sono i più difficili, a stento passa gli esami, la sua mente è presa da un altro progetto: l'idea di aprire con un amico una piccola società di informatica.

Detto fatto: i due ragazzi investono tutti i risparmi (5 milioni di vecchie lire) nella nuova attività: assemblano e rivendono computer, creano siti Internet per conto di aziende, si mettono in società con un'agenzia pubblicitaria.

Ma l'impresa non decolla, e Massimo capisce che è il momento di creare un progetto tutto suo. Si chiamerà "ContactLab" e sarà la grande intuizione della vita. Un service che consente alle aziende di inviare con successo, in contemporanea, un grandissimo numero di e-mail, pari a qualche migliaia, e di sapere esattamente quante sono arrivate, dove e a chi. L'idea piace, funziona, i clienti si moltiplicano. Ora Contactlab si sviluppa su oltre 700 metri quadri, vi lavorano più di 60 persone ed è il più importante Email Service provider d'Italia, con presenza in Francia, Spagna, Germania e Regno Unito.

L'imprenditore

Alessandro, 30 anni, il boom degli orologi low cost

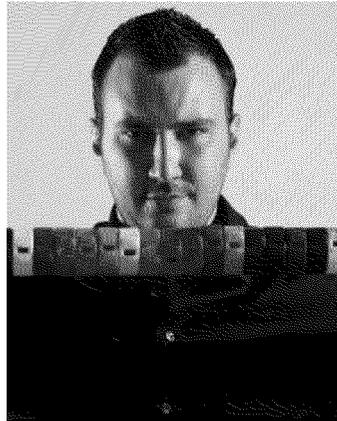
■ A 27 anni, maturità scientifica in tasca, Alessandro Fogazzi (Brescia, classe 1980) le ha provate quasi tutte, dal noleggio auto a un impiego in una casa discografica.

Finché parte per un viaggio a New York, e nel bookshop del Moma nota uno scaffale di fantasiosi orologi in silicone, dal design accattivante, venduti a meno di venti dollari.

Ne compra cinque, e accorgendosi del successo che riscuotono tra gli amici, prova a farci un business: contatta l'azienda produttrice e ottiene l'esclusiva per importarli in Italia con un suo logo, Too Late.

Ne acquista un centinaio e li

offre in conto vendita alle gioiellerie, prezzo al pubblico più che contenuto: 16 euro.



GRINTA Alessandro, 30 anni

Qualche mese e scoppia la febbre degli orologi in silicone: originali, colorati, impermeabili, venduti a pochi spiccioli in negozi importanti, diventano un vero status symbol per i giovani: li indossano artisti, musicisti, sono richiesti nei negozi di tutta Italia.

L'azienda, messa in piedi con poche migliaia di euro, si espande, assume personale, acquisisce l'esclusiva per la distribuzione in Europa. Gli orologi low cost, simili a bracciali, spopolano in Spagna, Germania, Olanda, Grecia.

Oggi Too Late fattura milioni di euro, ha lanciato portafogli, cinture, bracciali e portachiavi con chiavetta usb.



LE STORIE

Altro che bamboccioni, così i giovani milanesi battono la crisi

Il lavoro? Bisogna inventarselo. C'è chi produce orologi al silicone, chi ha un'azienda in rete e chi fa il «manager flessibile»

■ Se da un lato le statistiche parlano di una disoccupazione che sfiora il 30 per cento, dall'altro ci sono tanti giovani che si inventano mestieri, lanciano nuovi business, si mettono in proprio. Puntando solo su se stessi. Sono ventenni e trentenni che, in barba alla crisi, comprano casa col mutuo e, partendo da zero, si costruiscono una professione. Storie milanesi di sacrifici e di successi, di porte sbarrate e colpi di fortuna, che dimostrano come l'Italia «non è un Paese per bamboccioni», come recita il titolo del volume

che le raccoglie, pubblicato da Cairo Editore e scritto a due mani dai giornalisti Matteo Fini e Alessandra Sestito. Gli esempi sono lo specchio di una generazione tutt'altro che svogliata o «piagnona», come molti la dipingono, e modello per chi, pur non avendo le spalle coperte da famiglie importanti o da raccomandazioni influenti, non si arrende all'idea di realizzare il proprio sogno e mette a frutto i propri studi e le proprie intuizioni.

Valentina Terruzzi a pagina 37