

I Quaderni del Soroptimist Club di Livorno

INTERVISTE A IMPRENDITRICI LIVORNESI

a cura del Soroptimist Club di Livorno
Gruppo Empowerment Femminile

Soroptimist International



Club di Livorno

I Quaderni del Soroptimist Club di Livorno

**INTERVISTE
A IMPRENDITRICI
LIVORNESI**

a cura del Soroptimist Club di Livorno
Gruppo Empowerment Femminile



Soroptimist International
Club di Livorno

Interviste a imprenditrici livornesi

Quaderno del Soroptimist Club di Livorno

Progetto

Soroptimist Club di Livorno - Gruppo Empowerment Femminile
(Fiorella Chiappi, Presidente Soroptimist International Club di Livorno 2019-2021,
Elisa Amato, Cristiana Conti, Sonia Faccin, Alessandra Martuscelli)

Cura editoriale

Silvia Di Batte

Grafica e stampa

Media Print, Livorno

©2021 Soroptimist International Club di Livorno

Questo quaderno è stampato su carta ecologica FSC



Introduzione

Favorire l'aumento dell'occupazione femminile contribuisce ad affermare diritti e attese di molte donne, è un'opportunità di sviluppo per l'economia dei vari paesi, come attestano tanti studi, fra cui la ricerca di McKinsey "Women in the Workplace 2020".¹

A livello internazionale le donne, anche se in numero crescente sono nei vertici aziendali e gestiscono imprese, sono minoritarie rispetto agli uomini. "Negli Stati Uniti, terra di innovazione per eccellenza, il 71% non ha donne nel board e il 57% non ne ha nella cosiddetta C-Suite, le posizioni di vertice. Va meglio, invece, in Cina e Gran Bretagna".²

Per l'imprenditoria femminile l'Italia è in linea con il resto dell'Occidente: soltanto un'attività imprenditoriale su cinque è guidata da una donna, con una prevalenza nel Nord. "Delle oltre 1 milione e 340mila imprese femminili presenti in Italia, oltre un terzo si collocano in quattro regioni settentrionali: in Lombardia se ne contano quasi 180mila, dimostrandosi la regione che assomma il maggior numero di imprese rosa".³

Portando l'attenzione sulla Toscana, le Province di Livorno e Grosseto sono quelle a maggiore presenza d'imprenditoria femminile, anzi al di sopra della media nazionale. Secondo il Report della Camera di Commercio Maremma e Tirreno del 2016, antecedente alla fase di pandemia: "Livorno e Grosseto hanno il più elevato tasso in Toscana di imprenditorialità femminile (27,1% sul totale). Da Collesalveti a Capalbio quasi 15.000 imprese femminili ... In totale 25.038 donne svolgono il ruolo guida di amministratrici, socie o titolari di imprese. Si consolida la presenza rosa in agricoltura

1 - <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace> (reperito il 20/08/21).

2 - Tratto da *Imprenditoria femminile: cos'è e quante la fanno davvero?* di Luciana Maci in <https://www.economyup.it/innovazione/imprenditoria-femminile-cose-e-quante-la-fanno-davvero/> (reperito il 20/08/21).

3 - Rapporto Imprenditoria femminile 2020. Unioncamere in collaborazione con SI Camera - <https://www.unioncamere.gov.it>.

(Grosseto) e nel commercio (Livorno) mentre cresce quella nei settori, una volta, ad alto tasso di mascolinità. Continua tra le imprese femminili il processo di capitalizzazione con un significativo incremento delle società di capitali. In aumento quelle straniere ed in calo quelle giovanili”.⁴

Durante la pandemia molte imprese femminili si sono confrontate sulle nuove esigenze e sono stati condotti studi soprattutto sugli strumenti per lo sviluppo. “Per far sentire la propria voce, le donne imprenditrici si riuniscono in associazioni, elaborano progetti comuni, lanciano contest al femminile. Un universo vario e variegato destinato alla promozione dell’imprenditoria femminile”.⁵

In questi contesti è emerso che c’è un paradosso nell’imprenditoria femminile: nonostante il crescente successo di imprenditrici, sono ancora in poche a fare impresa. “In Italia e in tutto il mondo, c’è ancora molto da fare per valorizzare l’imprenditoria femminile, specialmente sulle startup, dove le donne sono ancora meno che nelle aziende. Eppure, alcuni studi sostengono che le donne siano più adatte a individuare i bisogni del mercato e a coglierne le opportunità. Perché ci sono così poche startup al femminile? Secondo Claudia Pingue, ex general manager di PoliHUB e ora partner Venture Capital SGR – Fondo Nazionale Innovazione, ‘Mancano i role model al femminile, storie di donne proposte come campionesse dell’imprenditoria in grado di stimolare e supportare l’azione di altre donne’”.⁶

Convinte della risorsa che può rappresentare per le giovani il racconto di storie femminili con successo lavorativo, abbiamo voluto intervistare alcune imprenditrici livornesi e far emergere i loro punti di forza nella gestione aziendale e nell’affrontare le difficoltà, così come le motivazioni che le hanno animate e le risorse interne ed esterne che hanno avuto in un cammino non sempre facile. Abbiamo scelto delle rappresentanti indicative di settori diversi. Alcune lavorano in ambienti a prevalenza femminile, altre in settori più maschili. In qualche caso sono molto legate alla tradizione, in altri più centrate sulle nuove tecnologie, ma tutte attente alla logica di mercato e ai bisogni della clientela. Auspichiamo di poter far emergere, in seguito, “la voce” di altre donne imprenditrici del nostro territorio. Voci che spesso sono poco conosciute, quasi nascoste, ma che hanno tanto da insegnare con il loro esempio e il loro vissuto.

4 - Tratto da https://www.lg.camcom.it/pagina1755_i-dati-dellimprenditoria-femminile-nei-territori-di-livorno-e-grosseto.html.

5 - Tratto da *Imprenditoria femminile: cos’è e quante la fanno davvero?* di Luciana Maci in <https://www.economyup.it/innovazione/imprenditoria-femminile-cose-e-quante-la-fanno-davvero/> (reperito il 20/08/21).

6 - Tratto da <https://www.economyup.it/startup/donne-e-startup-11-storie-da-cui-trarre-ispirazione-nel-2020/> (reperito il 20/08/21).

Questo vuol essere solo il primo passo verso la scoperta dell'imprenditoria femminile. Il primo pezzo di un puzzle coloratissimo e prezioso.

Le donne che abbiamo intervistato sono accumulate da tratti simili e da alcune specificità. Tutte fondano la loro necessaria determinazione su una grande passione per quello che fanno, una risorsa che consente loro di superare le infinite difficoltà che oggi incontra l'imprenditoria in Italia. Ciascuna riesce a fondere assieme la competenza professionale con l'intelligenza emotiva, la capacità di muoversi nel mondo e sapersi rapportare con le altre persone. Ognuna, secondo il settore di pertinenza, agisce con interesse per l'innovazione, flessibilità e adattamento alle leggi del mercato. Tutte hanno qualcosa che le accomuna, ma anche delle specificità che emergono dal loro racconto.

Questa raccolta di esperienze è una prima tappa dell'impegno del Soroptimist Club di Livorno a partecipare alla riflessione con le imprenditrici, le Istituzioni e le Associazioni datoriali sull'imprenditoria femminile del nostro territorio. Un modo per favorire, col racconto di storie autorevoli, la determinazione di quante hanno un desiderio e un potenziale imprenditoriale. Uno stimolo per i referenti istituzionali, chiamati sempre più a cogliere le nuove esigenze del mondo dell'impresa in generale, coinvolto oggi in nuove sfide e talvolta con competitor internazionali, e la potenzialità di quella femminile, particolarmente adatta al mercato attuale e, in quanto tale, grande opportunità d'espansione economica del nostro paese.

Come Soroptimiste crediamo profondamente in azioni a vantaggio della leadership, dell'imprenditoria femminile. Per questo motivo il Soroptimist Club d'Italia da anni ha un bando rivolto alle giovani per un corso gratuito di leadership – "Leadership e genere, per una leadership responsabile e inclusiva" – all'Università Bocconi di Milano e un progetto di "Mentoring". Per quest'ultimo impegno, ogni biennio, sono selezionate e formate alcune Soroptimiste con una storia di dirigenza. Attualmente sono ventotto le mentori, provenienti da alcuni dei 161 Club italiani, e altrettanto le giovani laureate. Per il Club di Livorno partecipa al Progetto come mentore la nostra Program Director Sonia Faccin. Il successo negli anni di questa iniziativa nasce proprio dal confronto fra donne, spesso con simili competenze, ma con livelli diversi d'esperienza professionale. Una giovane che ha molte domande e una senior che può aiutarla a darsi delle risposte. È il valore dell'esperienza, della parzialità, ma anche della concretezza e autenticità del singolo racconto che entra in gioco. Un'esperienza di successi e insuccessi, di difficoltà incontrate, ma anche di strategie risolutive ricercate con tenacia. Esempi di possibilità che possono rincuorare e rafforzare.

Livorno, 10 settembre 2021

Le Autrici

Le donne di Cà Lo Spelli

Betty Crocco

di Fiorella Chiappi

Elisabetta Crocco, conosciuta come Betty, ha iniziato la sua attività d'imprenditrice agricola alla fine degli anni Novanta, un po' per il cambio generazionale con il padre Renato, ma soprattutto per passione. Dopo più di vent'anni è ancora lì a Cà Lo Spelli, la stupenda oasi di verde, cui si accede con una strada sterrata che, lasciata la Statale fra Guasticce e Collesalvetti, ti porta in un luogo in cui la campagna toscana imperversa in un gioco di colline e valli, di boschi e prati seminati e di rustici restaurati nel rispetto della tradizione. Con lei, oggi, nel segno del nuovo cambio generazionale, ci sono le figlie Martina e Alberta, l'insostituibile collaboratrice Silvana e un gruppo di donne e qualche ragazzo che si occupano dei servizi per l'agriturismo.

Come inizia l'imprenditrice Betty?

Mio padre Renato, un po' per gioco, un po' per la sua passione per la caccia, decise di comprare Cà Lo Spelli assieme ad alcuni amici. Era il 1979. Allora, i miei genitori, mia sorella ed io vivevamo a Genova, dove mio padre aveva un'azienda di prodotti elettrici, ma, appena poteva, correva in questo spicchio di antica Toscana e, quasi senza accorgersene, se ne innamorò. In pochi anni realizzò il suo nuovo progetto: liquidò i suoi soci, lasciò Genova, si trasferì definitivamente in Toscana e iniziò a fare l'imprenditore agricolo. Quando decise che occorreva un cambio generazionale, a mia sorella Cristina propose di occuparsi dell'azienda a Genova e a me di prendere in gestione Cà Lo Spelli. Nel '92 partì la mia idea per il restauro dell'immobile di 1200 mq. Fra il '94 e il '98 la presentazione del progetto al Comune di Collesalvetti, i lavori e la realizzazione nel '98.

Quali sono stati i criteri di questo restauro?

Ho realizzato dieci appartamenti di varie metrature. Tutti hanno un soggiorno con angolo cottura, una o due camere e bagno con doccia; in particolare uno è stato realizzato a norma per ospiti con disabilità. Li abbiamo arredati con mobili e oggetti propri della storia contadina toscana, nel rispetto della tradizione locale. Anche i mattoni, le travi di legno e le mezzane utilizzate sono originali.

Quale ruolo ha avuto suo padre nell'avvio dell'attività?

Ha saputo fare il cambio generazionale con intelligenza, rispettando le mie motivazioni e tenendo conto delle mie attitudini e quelle di mia sorella Cristina. Mi ha lasciata libera di esprimermi in questa nuova avventura imprenditoriale, pur insegnandomi molto. Da lui ho imparato a valutare bene le uscite e non solo le entrate, a prevedere i tempi difficili, a circondarmi di persone adatte e a rendermi conto che, se volevo avere successo, dovevo investire continuamente.

E sua madre?

Mi ha aiutato con le figlie e, quando ho cominciato a fare la ristorazione, mi ha dato una grande mano in cucina, divertendosi molto.

Cosa ha messo di suo nell'attività?

Il mio amore per la vita in campagna, gli animali, l'antica passione che mi aveva fatto iscrivere a veterinaria, ma anche il gusto per l'accoglienza, l'attenzione ai clienti e quell'ambizione alla fidelizzazione che mi porta a curare i rapporti e i vari dettagli dei servizi che offriamo.

Da alcuni anni lavorano con lei anche le sue figlie. Come è stato questo ingresso? Ci sono stati dei cambiamenti?

Ho cercato di pormi come aveva fatto mio padre con me. Ho trasmesso loro quello che sapevo, ma rispettando le loro innovazioni. Martina, la più grande, è molto attenta come mio padre all'aspetto economico, alle necessità imprenditoriali. Alberta, un po' come me, si fa prendere dal gusto creativo. Negli anni, anche se ognuna ha dato un suo segno all'azienda, sono diventate molto intercambiabili e con formazioni comuni. Ad esempio, entrambe sono guide equestri ambientali e istruttrici di pony game.

Martina quale novità ha introdotto?

Con Martina, che ha lavorato prima di entrare in azienda come giornalista e organizzatrice di eventi, è iniziata la fase telematica e di marketing. È lei che ha cominciato a usare i social per far conoscere Cà Lo Spelli. Buona parte di queste abilità ora è diventata una competenza di tutto il nostro staff. È sempre lei che si è occupata dei siti e di tutti gli aspetti di promozione dei nostri prodotti e servizi. Ha attivato, inoltre, con Alberta la Fattoria Didattica e i vari laboratori con i bambini e per le scuole.

Nonostante queste sue competenze e passioni legate alla moderna tecnologia, è proprio lei che ha fatto un corso triennale di micologia presso l'Università di Perugia per la raccolta e la conservazione dei funghi del nostro bosco.

E Alberta?

Alberta, con Martina, ha portato Cà Lo Spelli a diventare anche una Fattoria Didattica, gestita dall'Associazione "Tutti giù per terra". Profondamente innamorata degli animali, ha conseguito un diploma di educatrice cinofila. È sempre lei che ha seguito tutte le fasi per "L'Oasi delle Api", il Progetto del Centenario del Soroptimist Club d'Italia realizzato dal Club di Livorno; si è occupata di mettere in rapporto le referenti del Club con Francesco Varallo, l'apicoltore, e con Mauro Rutto, che con la sua associazione ha curato il progetto Apiario d'Autore 2021 con dipinti sui frontali delle arnie. Ha espresso la sua vena creativa anche occupandosi della creazione o tinteggiatura di arredi e, per la sua grande passione naturalistica, del progressivo inserimento nell'azienda di fiori melliflui per le api.

Dal punto di vista enogastronomico quali sono le vostre caratteristiche?

I nostri prodotti sono tutti naturali, biologici e legati alla stagionalità, di nostra produzione o di aziende toscane selezionate. La pasta è fatta in casa e i dolci li realizza tutti Alberta. Abbiamo acquisito competenze specifiche e le valutazioni per la lavorazione e la stagionatura delle nostre carni. Una particolarità della nostra azienda sono i maiali grigi allevati nel bosco e che ci consentono di produrre salumi pregiati. Abbiamo le sementi, l'orto, gli olivi. Da poco un'uliveta nello spazio di una ex cava bonificata e una nuova vigna in via di realizzazione. Con la frutta dell'azienda produciamo marmellate. Utilizziamo i prodotti non solo per i nostri clienti, ma anche per il punto vendita in azienda.

Vivete in azienda?

Sì, tutti in azienda: i miei genitori, Martina e Alberta con i mariti, che lavorano fuori. E poi ci sono la bambina e il bambino di Martina. Il piccolo va all'asilo, gestito sempre dall'Associazione "Tutti giù per terra". Ognuno di noi, sulla collina opposta all'agriturismo, con una sua casa. Vicini ma con la propria autonomia.

Cosa avete fatto in azienda dal punto di vista ambientale?

Rimanendo fedele al progetto iniziale rispettoso della tradizione e attento ai vari aspetti ambientali, ci siamo impegnate perché quest'azienda di 200 ettari fosse biologica a emissioni zero e autosufficiente dal punto di vista energetico. Una grande caldaia alimentata a cippato fornisce l'acqua calda e un impianto solare fotovoltaico da 50 kw copre l'intero fabbisogno dell'agriturismo e dell'azienda agricola. Nel nostro agriturismo possono essere ospitati anche i cani, con la possibilità per loro e i loro padroni di muoversi per i percorsi aziendali e i sentieri del bosco. Collaboriamo da alcuni anni con il polo cinofilo Family Dog's di Luca Santamaria per alcune azioni educative.

Quali sono stati i segreti per realizzare il suo progetto?

Senz'altro mio padre, per quello che ha saputo insegnarmi, ma soprattutto per come l'ha fatto, dandomi l'azienda in gestione e lasciandomi libera di esprimere la mia originalità.

Importante è stata la mia collaboratrice Silvana, che unisce grandi capacità organizzative alla disponibilità nei confronti dei clienti. Ha iniziato, giovanissima, con me. Assieme siamo cresciute, imparando le stesse cose e avendo uno stile per certi versi simile, per altri complementare. Aver dato spazio alle mie figlie che, oltre ad avere portato una ventata di novità, hanno costruito con me nuovi servizi nell'azienda. Avere cercato sempre, nonostante il mio andare avanti negli anni, di rimanere al passo coi tempi e fare le necessarie migliorie.

Quali le difficoltà incontrate?

Senz'altro la fatica. Un'azienda a conduzione familiare come questa richiede un lungo impegno quotidiano, un complesso multitasking. Passi dall'occuparti delle piante e degli animali a curare la promozione turistica e la ristorazione. Devi seguire ogni dettaglio economico con rigore, ma anche essere accogliente con i clienti. Pesanti, come ben sappiamo, sono poi tutte le procedure burocratiche che, se vuoi stare al passo con i tempi, devi fare inevitabilmente e, talvolta, ti avvilisce un po' la sensazione di un assetto normativo che sembra non prendere in carico le difficoltà, la fatica degli imprenditori. I guadagni non sono alti rispetto all'impegno e al rischio imprenditoriale richiesto e tutto questo può andare avanti solo se c'è una grande passione e un efficace gioco di squadra.

Una pasticceria gourmet internazionale

Loretta Fanella

di Fiorella Chiappi

Loretta Fanella è una pasticceria gourmet internazionale, pacata quanto curiosa, determinata e desiderosa di sperimentare continuamente. Nata a Fiuggi, la splendida cittadina laziale in cui si respira la cultura dell'accoglienza alberghiera, ha scoperto ben presto la sua vena creativa, fra cui quella per la pasticceria. Terminata la Scuola Alberghiera, a soli diciotto anni ha iniziato il suo viaggio professionale che l'ha portata a lavorare con chef e maestri pasticceri in Italia e all'estero. Acquisita una formazione solida e innovativa al famoso ristorante El Bulli in Spagna, è tornata a lavorare in Italia, in cui ha ricevuto prestigiosi premi e riconoscimenti di eccellenza. Con le sue pubblicazioni e la sua attività di formazione e consulenza ha inevitabilmente contribuito a rinnovare la cultura pasticceria italiana. Da alcuni anni ha deciso di fermarsi a Livorno, la città del marito, e di aprire la sua attività imprenditoriale a Stagno, a nord di Livorno, dedicandosi non solo alla produzione di pasticceria, ma anche insegnando questa sua antica passione a bambini, adulti e addetti al settore.

Quali sono state le sue prime esperienze in Italia dopo il diploma alla Scuola Alberghiera a Fiuggi?

Ho cominciato, nel 1999, a lavorare nella ristorazione, all'Antica Pesa di Verona con lo chef Fabio Tacchella, consulente gastronomico di altissimo livello, scultore, inventore e scrittore. Il suo estro creativo si esprime in cucina anche ideando strumenti e sistemi innovativi di cottura. Dopo due anni sono diventata assistente per CAST Alimenti (Centro Arte, Scienza e Tecnologia degli Alimenti), un Istituto di formazione e aggiornamento, nato a Brescia nel 1996, in cui sono tenuti corsi vari, fra cui quelli per il perfezionamento in pasticceria. In quel periodo della mia vita ho avuto modo di conoscere le personalità più importanti della gastronomia italiana. Nel 2011 Carlo Cracco mi ha offerto un posto da chef nella pasticceria del suo ristorante Cracco Peck (due stelle Michelin) dove ho affinato l'attenzione alla qualità e all'innovazione costante della carta dei dessert e della piccola pasticceria. Allora Cracco non era ancora così famoso come lo è ora, ma al-

trettanto bravo e rigoroso. Sono stati due anni molto duri, ma interessanti, in cui ho imparato molto anche a livello umano.

Qual è stata la sua prima esperienza all'estero?

Dopo aver conosciuto in Italia Albert Adrià, nel 2003, ho deciso di approfittare delle ferie estive per fare uno stage di un mese in Spagna al leggendario El Bulli a Rosas del fratello Ferran Adrià. Questo ristorante, che vanta tre stelle Michelin, non solo è uno dei più rinomati al mondo, ma da alcuni è considerato in assoluto il migliore. Solo dopo due settimane, i due fratelli Adrià mi hanno proposto di diventare la responsabile della pasticceria del loro locale. Lì sono rimasta per tre anni, realizzando incredibili sperimentazioni. D'inverno, quando il ristorante chiudeva, si faceva ricerca per portare altre proposte nella nuova stagione.

Quando è rientrata in Italia e perché?

Nel 2006 ho deciso di ritornare in Italia. Sentivo che avevo completato la mia esperienza formativa e avevo il desiderio di portare in Italia quello spirito innovativo e di continua ricerca che avevo praticato in Spagna. Quando Giorgio Pinchiorri e Annie Féolde sono venuti a cena in Spagna e mi hanno fatto la proposta di diventare la loro responsabile della pasticceria, ero oramai pronta per accettarla.

Come è andata questa nuova esperienza?

Sono riuscita a portare innovazione e a essere apprezzata per questo. Ho ricevuto, infatti, numerosi premi, fra cui il riconoscimento dalla guida di Paolo Marchi di "Miglior pasticceria d'Italia 2007". E soprattutto, oltre ad occuparmi di pasticceria, ho imparato molto: attenzione alla storia enogastronomica – palpabile in tutto quello che Giorgio Pinchiorri e Annie Féolde fanno –, stile, eleganza e grande senso dell'accoglienza. È stata un'esperienza fantastica!

Come molti altri bravi o brave chef ha cominciato anche a fare formazione e a pubblicare libri...

Sì, dal 2008 mi sono occupata della formazione di colleghi. Nel 2010 ho pubblicato il mio primo libro di dolci *Oltre* (Avanguardia Culinaria Editore), edito in quattro lingue. Nel 2016 è uscito il mio secondo libro *Dessert al piatto*.

Quali altre attività ha fatto?

Ho curato la carta dessert per diversi hotel e ristoranti. Nel 2014 sono stata nominata Brand Ambassador di Lavazza, dal 2014 al 2018 ho firmato la parte dolce della Catena Lungarno Collection di Ferragamo a Firenze.

Quando inizia la sua attività imprenditoriale e perché?

Nel 2019 ho deciso di fermarmi a Livorno e di aprire il Loretta Fanella Pastry Lab, un Laboratorio dove realizzare dolci artigianali per privati e professionisti del settore e, alla sera, attivare un'Accademy, con corsi di pasticceria amatoriali per bambini, adulti e professionisti. In questo momento mi piace molto fare anche i compleanni laboratorio e insegnare ai bambini a realizzare con me la torta che andranno a mangiare.

Per questa sua nuova attività ha avuto un altro riconoscimento?

Sì. Ho ricevuto il Premio Barawards 2019 per l'eccellenza dell'ospitalità made in Italy organizzato da "Dolcegiornale", "Bargiornale" e "Ristoranti" e con una giuria di 100 esperti di food&beverage, giornalisti specializzati e migliaia di preferenze espresse con voti on-line. In particolare io ho avuto il Premio Callebaut Miglior pasticciere dell'anno, proprio per la mia attività di Pastry Lab.

Se si guarda indietro, quali sono le caratteristiche interiori che l'hanno aiutata a crescere professionalmente?

Innanzitutto la mia passione, nata già quando ero una bambina e cresciuta a contatto con grandi maestri, imparando, sperimentando, misurandomi con me stessa. Il riconoscimento del mio talento, attraverso lo sguardo dei "grandi" con cui ho cominciato a lavorare fin dai diciotto anni e che mi hanno dato ruoli di grande responsabilità. Il mio senso di umiltà che mi ha consentito di ascoltare chi sapeva e sapeva fare, di mostrare quello che ero in grado di realizzare con il mio impegno, la mia disponibilità verso l'innovazione e la mia cura dei dettagli. Negli anni, fondamentale per realizzare l'amore per questo mio lavoro è stato anche il sentire quasi come una missione il mio servizio nei confronti della clientela.

Chi ha contribuito a farla crescere, a essere fedele al suo talento?

Inizialmente la mia famiglia, che mi ha permesso giovanissima di partire per Verona, Brescia e Milano. Mi sono sempre stati vicini, ma lasciandomi libera di "rimanere fedele al mio talento". La grande fiducia che mi hanno dato i miei datori di lavoro. Penso, ad esempio, a Cracco che, quando avevo solo 21 anni, mi ha offerto di essere la responsabile della pasticceria nel suo ristorante. Non posso dimenticare Adrià che mi ha messo a capo della pasticceria nel suo locale. Fondamentale, poi, è stato mio marito con la sua sensibilità simile alla mia e con il rispetto per il mio talento.

Come l'ha sostenuta suo marito?

Anche mio marito ha saputo essere fedele al suo talento, alla sua passione. Dopo essersi preso una laurea breve in ingegneria chimica, ha deciso di

seguire quello che lui voleva veramente: diventare barman. Ha fatto la sua formazione e quindi è andato a lavorare all'estero: in America, poi a Roma, Castiglioncello e quindi in Spagna, in cui ci siamo conosciuti. Era il 2006 ed eravamo a Barcellona.

Ci siamo sposati e lui mi ha sempre sostenuto, dicendomi spesso: "Vai pure, segui la tua corriera in movimento. Io ti supporto. Posso farlo. Il mio lavoro è più stanziale e posso seguirti".

Nel novembre del 2011 è nato nostro figlio Giulio. Avevo dentro di me anche questo grande desiderio. Il sostegno di mio marito, oltre a quello della mia famiglia, mi ha permesso di avere la possibilità di condividere la cura di nostro figlio e di portare avanti il mio lavoro. Insieme abbiamo scelto di venire a Livorno, la città di mio marito, in cui lui fa sempre il barman e io ho aperto la mia attività imprenditoriale nel 2019. Mi sono fatta catturare da questa città mediterranea con il suo lungomare straordinario, i suoi tramonti e la gente che corre o passeggia a tutte le ore.

Le difficoltà maggiori che ha incontrato?

Non posso lamentarmi, anche perché sono stata sempre sostenuta dai miei familiari e dalle persone con cui ho lavorato. I miei maestri sono stati grandi chef, che non guardavano chi avevano davanti in modo diverso, se erano donne o uomini. Eravamo tutti sullo stesso piano. Ciò che contavano erano le capacità nel nostro lavoro e nel fare squadra. Nei miei ruoli di responsabilità ho potuto verificare che gli uomini, se sai fare e coordinare, ti seguono. Se ho avuto qualche difficoltà, le ho avute con alcune donne che ripropongono le vecchie modalità di competizione femminile e non riescono a fare squadra.

Cosa consiglierebbe a chi comincia la sua professione?

Occorre comprendere se c'è una vera passione per questa professione o solo un vago desiderio. È un lavoro duro, che richiede di essere presenti anche quando gli altri vanno in vacanza e di prestare grande attenzione ai clienti. Solo se c'è questa passione si possono affrontare le necessarie fatiche.

Tutta la sua vita professionale è un susseguirsi di nuovi progetti. Quale il prossimo?

Far crescere la mia azienda.

Orgoglio e passione nel mondo dei Garden Center

Paola Ghiomelli

di Elisa Amato

Ho incontrato Paola Ghiomelli, imprenditrice nel settore floreale, per informarmi dalla sua viva voce delle caratteristiche della sua azienda, un'azienda ormai storica nel tessuto imprenditoriale livornese che ha saputo modellare la sua immagine su esigenze sempre nuove e soprattutto affrontare con determinazione momenti assai difficili.

Dalla conversazione che ho avuto con lei è emerso il profilo di una donna interessante, colta e determinata, professionale e disponibile, dal temperamento positivo, che ha portato avanti l'attività di famiglia sia con l'orgoglio di stabilire una continuità imprenditoriale che data ormai da circa cinquanta anni, sia per passione, perché fiori e piante sono stati da sempre il suo mondo. Paola Ghiomelli è laureata in Economia e commercio con una tesi sperimentale sui Garden Center.

Quando e come è nata la ditta Ghiomelli?

Inizialmente i miei genitori avevano un negozio di fiori. Mio padre Ennio, che era persona curiosa e intraprendente, cominciò a un certo punto a pensare di ampliare e arricchire l'attività e per questo viaggiava spesso, anche all'estero, per attingere idee e per capire in che direzione dovesse muoversi per crescere professionalmente.

Era affascinato dalla realtà del Garden Center, un punto di vendita articolato e intrigante, dove emozioni e sentimenti si mescolano alla passione per i fiori, per le piante e per tutto quello che ruota intorno a essi. Era una realtà ancora sconosciuta in Italia, indubbiamente interessante e, a parere di mio padre, promettente per la novità dell'impostazione e dunque anche per un probabile futuro dell'azienda di famiglia.

Cominciò a lavorare in questa direzione nel 1970 in quel terreno in via Firenze curando con passione e convinzione una piccola serra e cogliendo le esigenze dei consumatori. In questo modo il suo orizzonte pian piano si allargava e attirava clienti da zone sempre più distanti. Il tutto veniva poi gestito con una particolare attenzione all'ambiente e alla casa, che interagivano nelle scelte e nell'organizzazione dell'azienda stessa.

Il Garden Center Ghiomelli a noi molto noto presentava un aspetto assai particolare per la sezione natalizia che lo rendeva un unicum nel panorama locale e oltre. Come è avvenuto tutto ciò?

Alla fine degli anni Ottanta mio padre, che spesso si allontanava fino al Nord Europa, ha incominciato a vedere il Natale in un'ottica professionale, come occasione di allestimento anche floreale, e così sistemò un piccolo spazio espositivo mettendo in mostra palline natalizie e addobbi. Da qui è partito tutto e abbiamo fatto un percorso sempre in crescita fino al magico Villaggio di Natale, che incantava i visitatori.

La nostra attività nel settore floreale è stata sempre punto di riferimento per le famiglie livornesi e non solo, e nel periodo natalizio il Villaggio di Natale ha sempre attirato un ampio pubblico e proveniente anche da fuori città.

Quali sono state le motivazioni per le quali ha deciso di lavorare nell'azienda di famiglia?

Nonostante avessi altre idee lavorative per il mio percorso di vita, mi sono inserita nell'azienda per il senso della famiglia, per la forza dei miei genitori e per la mia passione per l'ambiente e le piante. Non ho voluto abbandonare il mio passato perché per me famiglia e azienda sono tutt'uno, visto che sono cresciuta in quell'ambiente.

Dopo un intervallo di quindici anni in Sardegna, vicino Cagliari, dove mi sono comunque occupata sempre di piante, la nostalgia di casa mi ha fatta rientrare in azienda: non si può abbandonare l'amore per un'attività che ti appartiene da sempre. Mi sono guardata intorno e ho capito che era più importante ritornare a Livorno, anche sotto la spinta del mio senso di responsabilità. Sono rientrata nel 2008, in un periodo difficile, ma mi sono rimboccata le maniche e ho fatto scelte significative anche per portare avanti lo stesso personale in servizio e per costruire una realtà solida per noi e per i nostri clienti. Tutto andava bene, l'azienda aveva preso la strada giusta ma, come è noto, un incidente improvviso, un terribile incendio, il 29 agosto 2020 ha distrutto completamente tutto...

Quali sono stati i suoi obiettivi?

Creare un'azienda che potesse essere utile anche alla città, dando vita a quell'atmosfera di tranquillità che un Garden Center dovrebbe avere e trasmettere ai visitatori, come accade all'estero. Vedere i colori, assaporare l'odore delle piante che ti fanno stare bene dentro, godere della vista di tante specie diverse, perché, come dice Amit Ray, "Guardare la bellezza della natura è il primo passo per purificare la mente".

Adesso siamo pronti a ripartire definitivamente in autunno a Le Torri con tutti i nostri storici collaboratori. Un programma coraggioso che stiamo realizzando e che è possibile attuare solo mettendoci amore e passione,

oltre ovviamente la professionalità. Nostro padre non c'è più ma nel nostro lavoro e nel trascorrere delle nostre giornate è più presente di prima.

Come si rapporta con il personale e come lo motiva?

Sono sempre con loro, ascolto le loro esigenze, scambio con loro pareri sia su aspetti positivi che negativi. Questo atteggiamento li ha resi più responsabili e ha contribuito a far comprendere loro che siamo tutti sullo stesso piano e orientati nella stessa direzione di crescita ma con ruoli diversi. È proprio durante le difficoltà che si apprezza il valore degli impiegati che hai in azienda. Dopo l'incendio temevamo che andassero via in cerca di un altro lavoro, e invece sono stati lì, ad aspettare e a darci forza per la rinascita, manifestando con il loro comportamento di volere ricominciare, di voler ricostruire tutto rimanendo insieme. Attribuisco il merito di questa ripresa anche a loro.

Da parte mia ho la convinzione che la valenza di un'attività si misuri proprio in un momento difficile come è accaduto in occasione dell'incendio, quando, al di là dei problemi, emerge il suo significato, emerge la validità dei suoi obiettivi. Per questo abbiamo lottato e stiamo lottando per riaprire quel cancello che drammaticamente si è chiuso il 29 agosto 2020.

Con quale animo ha affrontato e affronta il percorso della ricostruzione?

Adesso inizia una nuova avventura. L'amore per la tua azienda, il tempo che impieghi nel lavoro sacrificando una parte importante del tuo vivere quotidiano e familiare sono ingredienti indispensabili per ricominciare. Sei consapevole, e con orgoglio, di ricostruire professionalmente la tua famiglia, e questo è molto gratificante. L'azienda la ricostruisci con il bagaglio che hai dentro. Cambia la sua posizione ma non cambiano le modalità e lo spirito di impresa. Livorno e i livornesi ci hanno dato molto e da parte dei clienti abbiamo avuto tanti riscontri che non ci aspettavamo. I bambini incontrandoci ci dicono che "senza di voi non ci sarà Natale". Tutto questo non ci ha lasciati indifferenti. Abbiamo vissuto una tragedia, materiale e principalmente emotiva, ma tutto questo non mi ha spaventato: i problemi si risolvono, se c'è il sentimento, la voglia di lavorare e di fare. È con le difficoltà che si cresce e si acquista più forza. E noi donne, che abbiamo vinto già tante battaglie, siamo attrezzate in questa direzione.

Qual è il rapporto con la clientela?

Abbiamo scelto di avere un rapporto amicale con i clienti, non solo noi ma anche tutto il personale. È sempre importante saper aiutare il cliente nelle scelte e comprendere appieno le sue esigenze per soddisfarle al meglio.

A parte il legame affettivo, dal punto di vista professionale come definisce il rapporto con suo fratello?

Mio fratello Riccardo è fondamentale, è il pilastro dell'azienda. È nato per

creare, per costruire, ed è stato lui che mi ha dato la forza per continuare. Dopo la morte di nostro padre, avvenuta tragicamente in un incidente stradale, siamo noi gli amministratori del negozio. Ci siamo divisi i compiti, assumendo io prevalentemente la parte amministrativa e Riccardo la parte artistico-espositiva.

Come ha gestito il suo lavoro?

Tradizionalmente la donna ha il suo ruolo in famiglia. Io invece ho dato priorità al lavoro anche perché avevo la mamma disponibile a occuparsi di mia figlia. Frequento pochi amici, perché mi è mancato il tempo di coltivare questi rapporti e ho dovuto fare anche qualche rinuncia. Invece, positivamente, posso dire che sono portata per carattere a condividere e cercare di risolvere i problemi. Non sono presuntuosa. Penso che ascoltando si impari molto. Per me è importante trasmettere positività, il gusto del bello, i sentimenti, il sorriso e non trasferire a chi ti sta di fronte i tuoi problemi e il logorio interiore.

Cosa la soddisfa di più nel lavoro?

L'attaccamento e l'affetto dei clienti per noi. È una sensazione estremamente gratificante, ti rimane sempre dentro l'immagine di chi, incontrandoti per strada, ti incita ad andare avanti con coraggio e determinazione. Mi dicono che a loro manca l'entusiasmo e il mio sorriso e tutto questo mi inorgoglisce molto.

Cosa consiglierebbe a chi vuole iniziare una attività imprenditoriale?

È importante avere chiari gli obiettivi, avere ben presente che bisogna fare delle rinunce, perché gli aspetti da curare sono tanti, anche di tipo burocratico. Comportano un impegno mentale continuo, tale da dovere talvolta ridurre l'attenzione su aspetti della vita che ritenevi importanti.

Cosa pensa della parità di genere?

Per me la parità non esiste ed è ancora lontana dall'essere raggiunta: è un processo lento e faticoso e c'è ancora molto da fare. La disparità di genere costituisce uno dei maggiori ostacoli allo sviluppo sostenibile e alla crescita economica. Obiettivo primario deve essere quello di permettere sia alle donne che agli uomini di beneficiare degli stessi diritti per potere sviluppare il loro potenziale e valorizzare le loro risorse e le loro competenze.

Quale augurio per il futuro?

Portare avanti tutto ciò che andremo a ricostruire con uno sguardo al passato, nella speranza che la nostra attività possa crescere sempre e consolidarsi anche in mia assenza.

La signora dello shipping livornese

Maria Gloria Giani

di Alessandra Martuscelli

Quando si pensa ad un'impreditrice di successo si pensa ad una donna colta, preparata, competente e, di conseguenza, sicura di sé, curata nell'aspetto e che ha saputo, con un'accentuata capacità multitasking tutta femminile, portare avanti la vita professionale e la vita privata traendo soddisfazioni da entrambe. Questo è il ritratto di Maria Gloria Giani, presidente del Gruppo Giani srl, donna-simbolo dell'impreditoria femminile livornese, insignita di molti premi a carattere nazionale: Premio Minerva per l'impreditoria femminile (2005), Premio Navigare Informati - Fiera di Genova per la diffusione e la cultura del mare (2008), Premio Profilo Donna (2009), Premio Alghero Donna (2010).

Dottoressa Giani, quando ha iniziato ad occuparsi dell'attività di famiglia?

Ho iniziato a 26 anni dopo la morte di mio nonno Angiolo, figlio di Pilade, fondatore della Pilade Giani srl. Io all'epoca mi trovavo a Londra e collaboravo con un gruppo di import-export di cashmere in Bond Street. Durante il corso di laurea in Lettere ad indirizzo europeo presso l'Università di Pisa ho approfondito la mia preparazione negli Stati Uniti per un anno, poi mi sono stabilita per tutto l'anno successivo a Londra, per acquisire dimestichezza con l'inglese. Quando sono tornata a casa per il lutto, si è prospettato un cambio della struttura societaria della Pilade Giani e un mio ingresso in azienda.

È tornata volentieri a Livorno o le è sembrato in qualche modo "riduttivo"?

Sono da sempre legata alla mia città e alla mia famiglia. Direi che l'essere stata all'estero mi ha permesso di affrontare meglio e con una visione più aperta il mio lavoro "a casa". Quindi tornare è stato stimolante e non "riduttivo". Ho fatto tesoro di tutto quello che avevo appreso fuori, soprattutto negli Usa. Comunque sono rientrata a Livorno, ma non mi sono fermata. Sono sempre stata una "donna con la valigia".

Quindi è nuovamente partita per l'estero?

Sì, ho trascorso alcuni periodi negli States come corrispondente della nostra azienda, almeno fino a quando non sono diventata mamma. Poi le figlie piccole e l'essere sempre più al centro del business aziendale, occupandomi di acquisizione e gestione delle commesse, mi hanno fatto optare per una vita professionale un po' più stanziale, ma non troppo.

Tornando al suo ingresso in azienda, è stato facile inserirsi?

In azienda sono partita dal basso e ho fatto tanta gavetta. I nostri dipendenti, soprattutto quelli storici, che lavoravano da più anni con noi, sono stati per me dei tutor straordinari, che mi hanno trasferito il loro sapere e la loro esperienza. Ritengo che il vero capitale di un'azienda sia il capitale umano. Difatti, anche nei periodi di maggiore crisi, non abbiamo mai licenziato nessuno. Quindi se è vero che mi sono sentita "accudita" dallo staff aziendale, è anche vero che ho sviluppato un legame profondo con i nostri collaboratori. Questo è un aspetto che appartiene soprattutto al mondo femminile: creare "famiglia" e sentirsi "famiglia" sul luogo di lavoro.

E nel mondo dello shipping? Si è sentita ben accolta come donna?

Sono entrata in questo contesto in un momento in cui molte altre donne iniziavano ad occuparsi di logistica o prendevano in mano le redini di un'azienda. Così ho partecipato con soddisfazione ad un movimento di affermazione e sinergia importante fra le donne del settore. Questo grazie anche al WISTA [Women's International Shipping & Trading Association, n.d.r.], dove sono stata molto attiva fino a ricoprire la carica di presidente nazionale.

La vita associativa ricorre nel suo percorso di vita

Sì. Ho fatto parte anche del Soroptimist e del Propeller, sempre con un'attenzione particolare ad incentivare la formazione e l'affermazione femminile nel settore marittimo e non solo. Da alcune di queste associazioni sono uscita, perché cerco sempre nuove sfide e avevo attuato progetti interessanti, che ricordo volentieri, che però poi si erano esauriti.

Negli anni Novanta-Duemila c'era ancora bisogno di incentivare la partecipazione femminile nello shipping?

Certo, allora la presenza femminile nel settore marittimo non era forte come adesso. Oggi, grazie alla tecnologia, le donne possono lavorare anche in banchina: il lavoro è diventato molto meno fisico in quanto sono i mezzi meccanici ad effettuare carichi e imballaggi e a guidare questi mezzi ci sono molte donne. Solo il mondo armatoriale ha ancora una connotazione fortemente maschile.

Parlando di presenza femminile nel mondo del lavoro, cosa ne pensa delle "quote rosa"?

Io sono nel Consiglio di Amministrazione della Porto di Livorno 2000 grazie alle quote rosa, ma comunque il concetto non mi piace. Ritengo che ormai siamo in un'epoca in cui le donne debbano essere scelte per la loro preparazione, per quello che hanno dimostrato di saper fare. Essere scelta al posto di un uomo, non perché migliore, ma solo in quanto donna lo ritengo quasi offensivo. Alcuni discorsi sulle pari opportunità a mio parere sono ormai desueti. Siamo nel 2021, bisogna ragionare dando la parità per scontata senza fare distinzioni tra uomini e donne.

Qual è stato uno dei ricordi più piacevoli della sua vita professionale?

A me il mio lavoro piace. Mi sono divertita e mi diverto ancora a svolgerlo. Ricordo molto volentieri il periodo in cui mi recavo a bordo delle navi da crociera, per le quali noi effettuiamo servizi di agenzia marittima e di approvvigionamento a bordo. La giornata di lavoro si svolgeva quasi tutta sulla nave, per la necessità di accordarsi sulle forniture con il Comando, ma declinata in più riunioni che erano effettuate in momenti diversi. Così io mi portavo costume e asciugamano e, fra un incontro e l'altro, andavo a cambiarmi in bagno e mi mettevo a prendere il sole a bordo piscina, camuffata da turista. Stancante, ma anche divertente.

Ora lavora in azienda anche la sua secondogenita Beatrice. Come sta andando il suo apprendistato?

Bene, e comunque è con noi da oltre cinque anni per cui non parlerei più di apprendistato. Per formazione universitaria Beatrice è esperta in logistica e ha svolto uno stage anche in Dogana; quindi è arrivata da noi già con un buon bagaglio di conoscenze. Dal mio punto di vista mi impegno a trasferire a lei il mio know how e cerco di darle sicurezza, facendole capire che la stimo e che ho fiducia in lei. Unico problema talvolta è la naturale confidenza che c'è fra madre e figlia, per cui dobbiamo entrambe imparare a gestirla e impegnarci a mettere in campo sul lavoro atteggiamenti più "formali", soprattutto durante le riunioni interne, quando sono presenti altre persone.

E sua figlia più grande si è dedicata ad un ambito professionale diverso?

Sì, da un certo punto di vista. Mia figlia Maria Vittoria ha intrapreso una carriera più legata al marketing e alla finanza. Da poco tempo però è entrata nel board di una delle società del gruppo. Quindi sul lavoro mi interfaccio anche con lei e le offro il mio supporto. In sintesi, sto preparando il terreno per le mie due giovani figlie, così da potermi dedicare un po' più spensieratamente ai miei due nipotini, Guido Alberto, figlio di Vicky, e Lorenzo, figlio di Beatrice, rispettivamente di tre e due anni.

Con suo padre il passaggio generazionale era andato in modo diverso?

Sergio Giani era il capo indiscusso dell'azienda. Io mi sono ritagliata i miei spazi e guadagnato la mia autonomia e la sua stima, ho portato avanti nuove idee e ho contribuito alla crescita aziendale, ma il leader era lui e solo lui ed io, con i riconoscimenti ottenuti, i miei successi personali, sono sempre rimasta la sua "bimba", la figlia femmina irrimediabilmente "innamorata" del babbo.

Competenza, coraggio e cuore

Darya Majidi

di Cristiana Conti

Il curriculum e il bagaglio di competenze di Darya Majidi sono ricchissimi. Ha una laurea in Informatica con specializzazione in Intelligenza artificiale, Master universitario in Strategia e governance aziendale, conseguito al dipartimento di Economia. Negli anni, oltre a portare avanti le sue attività imprenditoriali, ha partecipato attivamente alla vita associativa come presidente Confindustria Giovani e vicepresidente Confindustria. È stata anche assessore alla Semplificazione e Sviluppo Economico del Comune di Livorno, dove ha contribuito all'innovazione tecnologica della nostra città. Ha avuto numerose collaborazioni con università di prestigio internazionale, tra cui la Bocconi di Milano e la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa.

Come ha iniziato la sua attività professionale?

Dopo la laurea nel 1996, aprii come mia prima attività la "Synapsis", una spin-off, con la Scuola Superiore pisana, senza esser consapevole, a quell'epoca, di essere la prima donna socia di una spin-off del Sant'Anna. Me ne sono resa conto solo recentemente, attraverso una ricerca storica, con un'amica ingegnere, sulle origini delle spin-off. Questa scoperta rappresenta per me motivo di orgoglio.

Lei è un'imprenditrice affermata nel settore della hi-tech con la Daxo Group. Ci può parlare di questa società?

È una società di consulenza strategica per l'industria 4.0, di supporto alle aziende nella digital transformation, impegnata nel sociale con la Scuola di business per manager e dirigenti. La Daxo Group è divisa in quattro unità: una parte digital di consulenza strategica; la Womenlab, una digressione specifica per le donne in cui lavoriamo con corsi di empowerment e leadership femminile nell'industria 4.0 (di quarta generazione con le tecnologie), ai cui corsi ed eventi formativi hanno partecipato più di 600 donne; la Daxolab, dedicata ai giovani e alle proposte innovative, e la Business School. Quest'ultima l'abbiamo ridefinita Faculty, perché è una

facoltà con corsi specifici su reskilling e upskilling delle risorse nel contesto dell'industria 4.0. e in cui ci avvaliamo della collaborazione di alcuni professionisti.

Cosa ci può dire sulla formazione con le donne?

Desidero rilevare che noi tutte siamo responsabili della nostra formazione che, però, le donne non sempre fanno. Anch'io, durante la pandemia, mi sono "obbligata" a fare un nuovo Master della Yale University, specifico sulla leadership femminile. Il mondo cambia così velocemente che le donne, siano esse leader, imprenditrici o manager, devono continuamente investire nella propria formazione e metodologia. Questo è un passaggio cruciale, talvolta sottovalutato. Le donne, anche adulte, inoltre, devono superare il concetto di "successo", re-interpretandolo secondo un'ottica nuova. Ogni insuccesso, che a tutte noi capita nel rispettivo percorso lavorativo, va valorizzato. Dobbiamo essere fiere di un insuccesso capitato, perché è una cicatrice importante che ci fa crescere. Questo è il messaggio da dare alle giovani, perché i dati ci dicono che il 75% delle donne non ha autostima e pensa che un errore o un fallimento rappresentino un marchio pregiudicante e invece non è così.

Oltre a essere una professionista, ha una famiglia, è madre. Quanto è determinante il ruolo della famiglia, genitori, partner e cerchia di amici nell'affermazione lavorativa di una donna?

È fondamentale avere una community intorno che ti sostiene. Non è detto che la community sia la famiglia di origine o quella attuale. La community va creata. Se la famiglia di origine non ti sostiene, le giovani donne che lavorano devono avere la capacità di delegare, trovando la baby sitter, la donna delle pulizie. Indagini di settore dimostrano che una donna che lavora crea lavoro ad altre donne. Essere consapevole di questo è importante.

Quali sono le consapevolezze che deve avere una donna per affermarsi?

In ambito lavorativo è necessario prendere atto del famoso "gradino rotto", vale a dire delle difficoltà iniziali e non solo di quelle che si possono incontrare nello scalare i vertici aziendali. Finché non si aggiusta il primo gradino della scala, le donne faranno fatica a raggiungere l'uguaglianza nel percorso di carriera. Molti studi dimostrano che le giovani donne, quando entrano nel mondo del lavoro, hanno pari diritti e doveri dei colleghi maschi. Possono percepire delle discriminazioni all'arrivo della maternità, se si allontanano. In questo caso sono i colleghi uomini ad avanzare nella carriera e a scalare i vertici aziendali. Se invece c'è la consapevolezza di questo primo gradino della scala, la maternità può essere gestita bene e mantenuta la possibilità di crescere professionalmente. Ad esempio, si può

parlare al datore di lavoro, assicurandolo che non si abbandonerà e, così facendo, agire per ridurre il rischio di perdere i ruoli dirigenziali. Anch'io ho avuto dipendenti donne che, al momento della maternità, hanno abbandonato senza cercare con me una qualche soluzione. Oggi è più possibile gestire la carriera anche durante la maternità, perché le tecnologie danno una mano con lo smart working e lo home working. Anche a livello statale c'è più consapevolezza e le aziende cercano di aiutare le donne competenti. Il mio messaggio alle donne è di studiare per conseguire una laurea che vale e avere competenze perché, in tal caso, le aziende ti cercano e, se vai in maternità, ti aiutano.

Nel programma del PNRR, l'occupazione femminile è una priorità per il nostro rilancio nazionale. Siamo pronte per diventare protagoniste?

In Italia l'occupazione generale delle donne è al 48%, la media europea è del 62% (con la Germania a più del 70%). Noi dobbiamo dire a tutte le donne che la digital transformation cambierà completamente il mercato del lavoro e che, paradossalmente, il nuovo assetto del lavoro è favorevole per loro perché permette lavori per obiettivi e non più per presenza, una maggiore possibilità di conciliazione dei tempi di vita e forme più equilibrate di multitasking. Permette inoltre la negoziazione e l'intelligenza emotiva che sono prerogative tipicamente femminili e che possono essere valorizzate. Le donne, però, devono acquisire le competenze digitali. La pandemia, nella sua criticità, ha creato un "push" incredibile verso la digitalizzazione, ha facilitato l'avvicinamento delle donne alle tecnologie, vedi l'e-commerce, l'on-line, ma su questo, però, dobbiamo ancora lavorare. Oggi ci sono piattaforme, ad esempio Tik Tok, dove, se tu hai una competenza e la metti on-line, immediatamente ti crei la tua community e il tuo business. Alle giovani donne consiglio di capire quali sono le proprie competenze distintive e come valorizzarle on-line, perché quello può diventare il loro lavoro.

La Community Donne 4.0 che ha fondato nel 2020, dopo aver scritto il libro Donne 4.0 nel 2018, rappresenta il suo impegno sociale per l'empowerment femminile. Ce ne può parlare?

Nel 2018, con il mio libro dicevo alle donne, in epoca pre-pandemia, che eravamo alla quarta rivoluzione industriale, momento di svolta storica per il futuro mercato del lavoro, con il fenomeno del *digital big match*; si riscontra un vuoto professionale, la mancanza di persone con competenze tecniche su programmazione, sistemistica, security, intelligenza artificiale. Questo le donne devono capirlo, orientandosi verso questo tipo di specializzazione e professionalità. Nel libro parlo delle mie 3 C: Competenza da valorizzare, Coraggio come fiducia nelle proprie competenze e come darsi voce e Cuore, che per me significa compassione, energia, vitalità e impegno

per le cose in cui crediamo. Insieme le 3 C faranno fare strada. Dopo questo libro, che in verità avevo scritto per me, tante donne hanno iniziato a contattarmi da tutta Italia, manifestandomi il desiderio di aprire una community. Dal gruppo di donne, che inizialmente eravamo, siamo diventate una community on-line e, adesso, abbiamo un sito, "Community Donne 4.0", una cinquantina di donne ambassador in tutta Italia e uomini ambassador che condividono il progetto. La Community ha iniziato a lavorare e abbiamo scritto un manifesto dove indichiamo 12 punti, a nostro avviso fondamentali per l'empowerment femminile.⁷ Con la Community, un fenomeno ormai nazionale, siamo molto seguiti sui social e diventati interlocutori anche nei tavoli ministeriali, dove recentemente, in un convegno on-line, ho conosciuto la vostra presidente nazionale Mariolina Coppola con la quale mi sono sintonizzata su alcuni progetti.

Nel 2020 ha scritto un secondo libro dal titolo Sorellanza Digitale, in cui invita alla consapevolezza donne e uomini?

Sì, infatti il sottotitolo del libro è *Una nuova alleanza tra uomini e donne*. Durante la pandemia riflettevo sul fatto che, nonostante tutto, il nostro paese, a differenza di altri, abbia leggi a favore delle donne. Nell'approfondire la questione dei diritti universali delle donne, ho visto che il World Economic Forum ci dice che in nessun paese al mondo il gender gap, cioè il divario di genere, è stato risolto. Lavorando su questo concetto, nel mio secondo libro, le mie 3 C, rivolte alle donne, diventano 6. Invito gli uomini alla Consapevolezza, a guardare il mondo con gli occhi femminili. A questo proposito mi piace ricorrere alla metafora dell'ascensore che si apre: l'uomo entra senza guardare chi c'è dentro, ma la donna, se vede uomini che non la convincono, non entra. I dati sono ancora contro di noi (ad esempio sulla violenza) e questo ci rende inevitabilmente prevenute. Noi donne non prendiamo l'ascensore, per dirla metaforicamente, e talvolta ci autoprecludiamo, autosabotiamo, privandoci delle opportunità. Questo gli uomini non lo sanno, cerchiamo allora di avere gli uomini dalla nostra parte e le donne alleate fra loro. Poi c'è la C di Cultura, dobbiamo combattere una cultura patriarcale che ancora oggi fa credere alle bambine di non essere idonee per materie come la matematica. Questi sono messaggi culturali che contribuiscono alla preclusione di giovani ragazze a studi scientifici. È la tradizione culturale, sono le credenze consolidate che fanno ritenere a una mamma africana, per esempio, che infliggere l'infibulazione alla propria figlia sia una cosa normale. La mia sesta è la C di Community in cui credo fortemente, ad esempio con reti delle reti, collaborazioni, sinergie. Una

7 - Per il manifesto integrale si rimanda al sito: <https://www.communitydonne4.it/wp-content/uploads/Manifesto-completo-2021.pdf>.

donna empowered trascina altre donne, una donna che ha energia cambia la sua famiglia, cambia una società. La Community è nata così, avendo consapevolezza che abbiamo una voce, un potere e le tecnologie per noi sono megafoni e possiamo usarli.

Con la sua azienda Daxolab è impegnata anche nella crescita e sviluppo imprenditoriale dei giovani?

Ero assessore fino al 2014 e tanti giovani che volevano creare un'azienda non sapevo dove mandarli, perché non c'era un posto idoneo per iniziare, partire. Terminato il mio assessorato, ho aperto questa società, nel 2015, creando un luogo dove professionisti, aspiranti imprenditori, innovatori potessero trovare un posto dove stare e poter crescere. La mia è un'attività di business ovviamente. Sono partita con 200 mq, oggi siamo a 800. In questi anni, sono nati una quindicina di start-up. Ho creato un humus per cui le start-up innovative vengono e crescono da noi. Il nostro co-working è accreditato dalla Regione Toscana nel progetto "Giovani Sì", per cui tanti giovani ragazzi hanno fatto da noi il Voucher, usato e pagato i nostri servizi, poi rimborsati dalla Regione.

L'intelligenza emotiva, considerata oggi chiave di volta della futura organizzazione aziendale e di leadership, come si colloca rispetto all'intelligenza artificiale?

Spesso si ritiene che le due intelligenze siano in antitesi, invece l'intelligenza emotiva è funzionale a quella artificiale. Il problema oggi è lo sviluppo del sistema intelligenza artificiale, in cui le donne non ci sono: si stima che siano presenti solo per il 10%. Questa carenza di contributo femminile è all'origine del moltiplicarsi di *bias*, cioè errori logici, stereotipi, presenti nei dati. Noi dobbiamo lavorare per una società dove la cura e l'accudimento dei nostri cari, prerogativa tipicamente femminile, siano ripartiti al 50% con gli uomini, così da consentire per l'altro 50% la presenza della donna nel mondo esterno alla famiglia. L'europarlamentare Alexandra Geese ha fondato un movimento, parla di "Half of It", per cui ogni euro speso dal sistema pubblico deve essere al 50% destinato a uomini e donne. Penso al congedo parentale per gli uomini in Italia di soli 10 giorni (in altri paesi hanno anche 1 anno), all'asilo nido che non dovrebbe essere più a pagamento ma gratuito. Noi stiamo conducendo anche questa battaglia.

Dal 1977, moda e ricerca a Livorno

Susanna Pensabene

di Cristiana Conti

Susanna Pensabene, con un'esperienza di lavoro come psicologa all'ASL, ha deciso di lasciare il suo impiego per seguire la sua passione: fare l'imprenditrice nel mondo della moda. Un supporto è venuto dalla famiglia, prima il fidanzato e poi marito, oggi dai figli subentrati nell'attività. Nei vari decenni di attività ha saputo intuire le tendenze della moda e adattarsi alle nuove regole di mercato, riuscendo a mantenere il suo successo. Ricerca e apertura al nuovo sono alcuni dei suoi ingredienti vincenti, ma anche intelligenza emotiva, cioè capacità di entrare empaticamente in contatto con la clientela, comprendendone esigenze, gusti e personalità.

Quando ha iniziato la sua attività imprenditoriale quali erano i suoi obiettivi, le priorità ed esigenze?

Studiavo all'università e mio marito, all'epoca fidanzato, aveva voglia di aprire un'attività commerciale. Decidemmo insieme di intraprendere un percorso nel mondo del vintage. Era il lontano 1977, un'epoca di cambiamenti, in cui si parlava molto delle donne e dei loro diritti. Siamo stati pionieri, a quei tempi non usava certo il vintage. Con pochi soldi si acquistavano pezzi originali e di qualità. Il nostro non era un negozio low cost, piuttosto un punto di riferimento per nuove proposte, originale ed esclusivo. Conquistammo sin da subito una grande fetta di mercato e una bella clientela. Mentre io continuavo a studiare, il mio fidanzato decise di comprare un negozio in via Marradi 115, che chiamammo Milchstrasse 115, in onore della strada di Amburgo, caratterizzata da negozi di usato dove ci recavamo per acquistare capi di abbigliamento vintage. Nel frattempo, laureata in Psicologia, iniziai un mio percorso professionale dopo aver vinto un concorso. La passione e l'entusiasmo che provavo per il mondo della moda mi spinsero, dopo qualche anno, ad abbandonare la professione di psicologa per dedicarmi a tempo pieno a quest'attività, senz'altro più effimera, ma per me tanto coinvolgente e appassionante.

Nell'iniziare questa attività ha avuto difficoltà o le ha trovate in seguito?

No, non ho trovato difficoltà, a quei tempi ne avevamo di meno rispetto a oggi. C'era tanta voglia di fare, desiderio di novità ed entusiasmo. Oggi il

clima è cambiato, ci sono sicuramente più problemi, specie per chi inizia. All'epoca, non c'erano i brand così importanti come quelli attuali: erano le novità e soprattutto la ricerca e l'innovazione che ripagavano di tanto impegno e lavoro. Noi abbiamo fatto tanta ricerca su oggetti, capi di abbigliamento e accessori che a quell'epoca non erano ancora né di moda, né richiesti dal mercato, riuscendo a essere abbastanza intuitivi rispetto alle tendenze di mercato. Ad esempio, nel 1983 decisi di introdurre i profumi nell'abbigliamento, un fatto insolito nel mondo della moda di allora. La gente, all'inizio, non capiva il motivo per cui vendessi profumi insieme all'abbigliamento. Molti altri negozi, nel corso degli anni successivi, hanno fatto lo stesso, abbinando le fragranze con il capo giusto. Siamo stati senz'altro pionieri di alcune idee e proposte e questo anche perché noi guardavamo oltre i confini nazionali, ci rapportavamo con attenzione alle proposte delle grandi capitali europee, ad aziende in Francia, Inghilterra e America, paesi che anticipavano il trend dei gusti.

All'inizio, non solo non ho avuto alcun ostacolo, anzi il clima di novità e la voglia di cambiamento che si respirava, uniti al mio entusiasmo, sono stati molto stimolanti. Oggi non vedo più questa energia e voglia di fare e, a prescindere dal Covid e dall'attuale pandemia, la crisi economica e sociale ha contribuito senza dubbio a creare un clima certamente meno stimolante.

Per il suo successo è stato fondamentale il supporto della sua famiglia, del partner, della cerchia di amici?

Economicamente no, all'epoca non ho ricevuto alcun supporto dalla mia famiglia. Psicologicamente, invece, direi di sì. Il mio fidanzato dell'epoca, oggi mio attuale marito, ha condiviso con me questo progetto e la passione che mi animava. Come prima ho accennato, con pochi soldi decidemmo di aprire il primo negozio vintage, che si chiamava la Bottega Oscura: pochi soldi davvero, ma molto entusiasmo!

Come ha conciliato il lavoro con gli impegni familiari e il tempo libero?

Il lavoro per me non è mai stato un peso, perché ci metto dentro tanta passione. Sono sposata, ho una famiglia con due figli che peraltro sono subentrati nella mia attività. Il mio percorso lavorativo, nel corso di tutti questi anni, è stato anche difficile in alcuni momenti, ma la passione per il mio lavoro era ed è tale che non ho mai avvertito il peso del sacrificio, della conciliazione tra impegni lavorativi e familiari. La "pesantezza" si sente quando non si ama ciò che si fa, e questo non è il mio caso. Anche adesso che sono più avanti con gli anni non sento il sacrificio. Ogni volta che si prospetta una nuova avventura, un nuovo progetto o un nuovo campionario, affronto l'evento con lo stesso entusiasmo di sempre.

La situazione critica dovuta alla pandemia ha penalizzato molti negozi, eppure lei continua ad avere con sé una grande clientela, livornese e non, addirittura anche straniera. Come si spiega tutto questo?

Ritengo che la ricerca e l'innovazione continua siano fondamentali così come l'intuizione, il captare le tendenze prima che l'onda arrivi e senza lasciarsi condizionare dalle mode del momento. I nostri clienti mi hanno sempre detto che gli oggetti e i capi acquistati nel mio negozio sono attuali, unici, esclusivi. Io non mi faccio condizionare dal nome o dalla moda del momento. Ritengo piuttosto di scegliere sempre il prodotto "bello". Penso, inoltre, di mettere al servizio del cliente la mia competenza che nasce da anni e anni di esperienza e di conoscenza della clientela. Quando qualcuno entra nel mio negozio, l'intuito mi fa capire la personalità, per cui propongo subito ciò che possa farlo sentire a suo agio: il colore, l'oggetto, l'accessorio, il capo giusto. Così facendo, la persona si sente coccolata, mi dà ragione e se lo ricorda.

Questa sua intelligenza emotiva rappresenta dunque un valore aggiunto per la sua professionalità?

Esattamente, c'è un feeling speciale con i miei clienti. Spesso mi dicono che potrei anche inviare alcuni capi direttamente a casa loro senza necessità di venire in negozio! Si fidano del mio intuito e dei miei consigli che li valorizzano; sono sicuri che l'outfit e i colori proposti sono su misura per loro. Con piacere io cerco di capire la persona, studiare un look adatto che la valorizzi e quest'attenzione nessuna grande catena di moda e nessun e-commerce potranno mai dargliela. Ecco una cosa in cui credo veramente molto e che fa la differenza.

Con il Covid il mondo digitale si è rivelato essere fondamentale. Qual è stato il suo approccio in merito?

Avevamo già provveduto ad adeguarci alla transizione digitale della nostra attività, con comunicazioni social sempre più assidue. Attraverso il mondo dei social ho continuato il mio rapporto diretto con la clientela. Facebook e Instagram sono stati fondamentali. Durante la pandemia, nei periodi di chiusura, ogni giorno presentavamo alla nostra clientela le collezioni a porte chiuse, pubblicando fotografie, filmati. Tutti i nostri clienti, anche dagli Stati Uniti, hanno condiviso questa mia scelta di accompagnarli, apprezzando molto la presentazione di nuove collezioni in arrivo o proposte trend. Per me è stato fondamentale e i clienti mi hanno ringraziato e fatto i complimenti per la cura e il tempo che abbiamo dedicato loro anche in periodo di lockdown. È stato anche un modo per fare loro compagnia, per portare gioia nelle loro case in un periodo triste. Desideravo coinvolgere, dare una boccata di ossigeno tutti i giorni, far vedere qualcosa di nuovo, originale, esclusivo. Un modo per fare sentire la mia vicinanza.

Cos'è che la soddisfa di più del suo lavoro?

Prendermi cura dello spazio in cui lavoro, a partire dagli arredi, dalle vetrine. Uno spazio che cerco di curare e valorizzare sempre al massimo e di continuo, con piccole modifiche. Il mio desiderio è che sia un punto di riferimento anche per tante persone che vengono da fuori città e desiderano fare acquisti in un ambiente confortevole, piacevole, esclusivo. Mantenendo sempre l'aspetto vintage e senza lasciarmi condizionare dalle supermode del momento. Fondamentale e gratificante è infine il mio rapporto con la clientela che seguo con attenzione ed entusiasmo da sempre: sono riuscita a instaurare un rapporto di fiducia, diretto, senza troppi filtri e, proprio per questo, molto apprezzato.

La cucina giapponese con l'accento al femminile

Maddalena Ughi

di Sonia Faccin

Da qualche mese, precisamente dall'ottobre 2020, nella nostra città Maddalena Ughi ci seduce con la sua cucina giapponese. Una cucina tutta al femminile, come ama definirla la stessa sushi chef labronica. Femminile è il sushi che propone, femminile è tutto lo staff del suo ristorante. Il percorso che ha portato Maddalena a essere considerata un'eccellenza nella preparazione delle prelibatezze del Sol Levante non è stato né facile né lineare. Un percorso senza una chiara direzione, una sorta di apparente follia che è stato possibile comprendere solo al termine, quando da una semplice passione è nata un'eccellente professionalità.

Maddalena come è nata la passione per la cucina giapponese?

Una sera, per caso, ho avuto il piacere di assaggiare il sushi preparato da un sushi chef e sono rimasta folgorata da quei sapori. Ho chiesto di incontrare lo chef, che ho scoperto era in vacanza e aveva accettato di fare solo quella serata. Gli ho chiesto di poter fare una lezione con lui e ha accettato. Non nego che ho dovuto insistere un bel po', ma alla fine sono riuscita a strappargli letteralmente una lezione per preparare il sushi. Da allora è iniziato il mio percorso nel mondo della cucina giapponese, dei suoi riti e della sua cultura. Un mondo affascinante e poco accessibile alle donne. Pensa che in Giappone sono pochissimi i ristoranti con sushi chef femminili e fino a pochi anni fa era impensabile per una donna percorrere questa carriera. Durante quella prima lezione il mio maestro si è stupito della facilità con la quale maneggiavo gli ingredienti, quasi fossero i miei gesti naturali. In realtà non li avevo mai visti fare prima.

Come ha raggiunto l'eccellenza partendo da quel primo incontro?

Con tanto impegno e passione. Ma non è stato un percorso programmato. Ho fatto un passo per volta, senza avere grandi aspettative o obiettivi precisi. Solo una grande curiosità nei confronti di questa cucina e delle sue tradizioni. Semplicemente volevo imparare. Ma non è facile farsi insegnare. I sushi chef presenti in Italia non condividono volentieri il loro sapere e,

trattandosi di una cucina orientale, è quasi impossibile trovare l'esperienza familiare, qualcuno che prepara sushi per la propria famiglia, come facciamo noi con le tagliatelle. Allora ho aggirato l'ostacolo. Mi sono creata una reputazione: sono entrata in questo mondo da esperta di riso.

In che modo è diventata esperta di riso?

Ho studiato questo cereale che è circondato da una grande cultura. Sono diventata sommelier del riso e del sakè. Mi sono formata con Massimo Biloni, il fondatore dell'Istituto IRES (Italian Rice Experiment Station) un centro specializzato nella conoscenza di questo antico cereale. È qui che ho potuto affinare la mia conoscenza di questo ingrediente che è alla base della cucina giapponese. Sono poi diventata giudice del gusto. Ho acquisito conoscenza e credibilità, le chiavi di accesso di questo mondo difficile da conquistare. La ritualità nella preparazione è stata poi una conseguenza della conoscenza degli ingredienti. Se l'attenzione è alta sono gli stessi ingredienti che ti parlano e ti indicano i tempi e i modi per la migliore preparazione.

Come è passata al sushi?

A questo punto ho iniziato a organizzare cene a tema per parenti e amici. La voce si è diffusa e mi sono ritrovata ad aprire una nuova attività imprenditoriale, insieme a Giovanni Sambaldi e Stefano Filucchi, che oggi occupa 12 persone. Un progetto pilota, che abbiamo voluto far decollare da Livorno e di cui, al momento, siamo particolarmente orgogliosi e soddisfatti.

Perché definisce il suo sushi un sushi al femminile?

Amo definire femminile il sushi che propongo perché è più leggero, i chicchi hanno una minore densità grazie a una lavorazione attenta ai suoni del riso. Un'attenzione che definirei quasi emotiva e in questo noi donne abbiamo una sensibilità sicuramente più sviluppata degli uomini. Né peggiore né migliore. Diversa. Inoltre, amo presentare i miei piatti con grande cura del particolare. Piccoli fiori, disposizioni creative. Ogni piatto deve quasi sembrare un piccolo quadro che riempie gli occhi di colore, cattura l'olfatto con i profumi e seduce il gusto con sapori ben bilanciati. Ecco perché nella cucina ho scelto uno staff al femminile: volevo che tutti i piatti avessero questa connotazione, quest'attenzione emotiva. Nel mio staff sono presenti mia figlia Claudia, il mio braccio destro Karina, le giapponesi Mariko e Remika, Marella, Yessica, Gaia, Miranda e Nayeli.

Lei, dunque, è la prima livornese a portare il sushi e la sua cultura a Livorno?

Sì, e mi piace ricordare che a questa passione per il sushi si unisce quella per tutta la cucina giapponese e per la cultura da cui ha origine. Il sushi

rappresenta solo il 30% dei piatti della cucina giapponese. L'arte culinaria del Sol Levante presenta numerose varianti e preparazioni e una tradizione antica legata alla sua cultura. Per esempio nella cucina giapponese l'arte del taglio riveste una particolare importanza. Gestii lenti e precisi, frutto di tecniche e utensili affilatissimi.

Come ha conciliato la sua passione e adesso il suo lavoro con l'impegno familiare?

La ristorazione richiede tanto impegno e presenza. In questo momento sono ancora alla ricerca di un equilibrio ma ho l'appoggio di tutta la mia famiglia. Durante gli anni, in cui ho approfondito e studiato senza una meta ben precisa, ho sempre avuto il supporto di mio marito e della mia famiglia. Mi sono sentita libera di improvvisare e seguire la mia passione. Una condizione veramente perfetta per dare sfogo alla propria creatività. Non avevo in mente di diventare una sushi chef, ma sentivo che questo mondo mi apparteneva. Quando ho deciso di far partire il progetto ho ricevuto reazioni positive e negative. In realtà pochi ci credevano. Devo però ammettere che anche le critiche più decise sono state fatte in buona fede per farmi riflettere e decidere se accettare o meno questa grande sfida. Oggi posso dirmi estremamente soddisfatta dei risultati ottenuti. La recente collaborazione con un ristorante stellato è stata infine il raggiungimento di un traguardo.

Qual è il suo ingrediente segreto?

Sono tanti gli ingredienti segreti e li ho acquisiti nel corso degli anni. Le esperienze precedenti mi hanno dato la capacità di gestione economica e affinato la dote dell'empatia e dell'interpretazione dell'altro. Ma se dovessi sceglierne uno, ritengo che l'ingrediente più importante sia la mia attenzione emotiva. Ogni singolo taglio di pesce viene eseguito con una forte concentrazione sulla ritualità del movimento al fine di migliorare costantemente il risultato. L'attenzione al gusto di ogni ingrediente mi consente di calibrare ogni sapore e, infine, l'attenzione per il cliente mi permette di stabilire un contatto, che va ben al di là del piatto che propongo.

Quale consiglio darebbe a una giovane che volesse percorrere il suo stesso cammino?

Io credo che non sia possibile improvvisare. Sono necessari tanto studio e approfondimento. Ma sono ormai certa che seguire il proprio istinto e la propria passione con determinazione e impegno costante sia sempre la scelta migliore.

Colte e creative, le donne di Itinera

Daniela Vianelli

di Alessandra Martuscelli

Nove donne, giovani, laureate in materie umanistiche, motivate nel voler lavorare nell'ambito della cultura si sono unite e si sono "inventate" un lavoro di successo. Era il 1996: Daniela Vianelli con la sorella Michela e altre sei ragazze fondavano la Cooperativa Itinera, oggi una delle più belle – e vincenti – realtà imprenditoriali femminili del nostro territorio e probabilmente anche della regione Toscana. Dopo venticinque anni di attività, la presidente di Itinera, Daniela Vianelli, racconta l'*avventura* di questo straordinario sodalizio femminile, che è diventato un punto di riferimento nella promozione della città e nella formazione delle nuove generazioni.

Come nasce Itinera?

Nasce dall'idea di creare un'attività di marketing culturale. Eravamo un gruppo di neolaureate nel campo umanistico e dei beni culturali interessate a promuovere l'arte e la cultura del nostro territorio, all'epoca abbastanza trascurate. L'occasione per concretizzare questa idea ci fu data da un bando finanziato da Regione e Provincia che aveva proprio questo obiettivo: la valorizzazione del territorio e delle realtà culturali locali. Vincemmo il finanziamento.

Da quel momento avete iniziato a strutturarvi e ad intraprendere un percorso di crescita costante. Quali gli ingredienti del vostro successo?

Ne sottolineo due: la creatività e il senso del sacrificio. La creatività in quanto sia le attività di quel primo progetto sia quelle successive ce le siamo inventate. Nei primi anni di vita aziendale era un continuo confrontarci e "tirare fuori" idee. In verità anche adesso se continuiamo ad espanderci accade perché elaboriamo progetti sempre nuovi. Poi il "senso del sacrificio", perché sia quel primo finanziamento sia quelli successivi non erano sufficienti a coprire gli stipendi di nove persone. Ci siamo "accontentate" di guadagnare poco o addirittura di rimetterci del nostro, per arrivare all'obiettivo di crescere e di fare della nostra passione il nostro lavoro.

Con Itinera nasce una nuova epoca per la città, fatta di itinerari turistici, visite guidate ai musei e lungo i Fossi Medicei, uscite didattiche delle scuole per conoscere la storia di Livorno. Una coincidenza?

Non proprio. Itinera ha intercettato la volontà delle amministrazioni locali di promuovere in modo nuovo il territorio e di esternalizzare i servizi a carattere turistico-culturale, così da accrescerne la quantità e migliorarne la qualità. Creando un circolo virtuoso, Itinera stessa, a sua volta, ha proposto nuove iniziative e nuovi progetti in questo ambito, che poi le sono stati affidati.

Nel tempo Itinera ha esteso molto il suo raggio di azione organizzando visite ed eventi anche fuori provincia

Sì. Oggi realizziamo con successo attività e servizi culturali in tutta la Toscana: Volterra, Prato, Pietrasanta, Siena. Abbiamo acquisito esperienza e professionalità nuove, tanto che adesso gestiamo in autonomia aree museali ed eventi.

Questa grande crescita quali cambiamenti ha portato nella Cooperativa?

Da nove che eravamo all'inizio, oggi fra soci, dipendenti e collaboratori siamo diventati circa 140 addetti. Abbiamo quindi inevitabilmente dovuto acquisire competenze legate alla gestione del personale e a quella economico-finanziaria.

Immagino che abbiate dovuto anche ottenere certificazioni e idoneità

Certo. Tra l'altro oggi la Cooperativa è presente nell'Associazione nazionale di settore di Legacoop, CulTurMedia, nata con l'intento di valorizzare le cooperative che operano nei settori della cultura e dello spettacolo. Io attualmente svolgo il ruolo di presidente delle cooperative di CulTurMedia della Toscana. Abbiamo anche cambiato sede, scegliendo una collocazione più grande e prestigiosa, che ci facesse da "biglietto da visita". Difatti oggi occupiamo il primo piano di palazzo Huigens in via Borra, nel cuore della Venezia.

Itinera è una società fondata da donne e gestita da donne; anche oggi che si è così ampliata è a forte maggioranza femminile?

Sì. Circa l'80% del personale di Itinera è costituito da donne. Naturalmente ci sono parecchi ragazzi in gamba e preparati che lavorano, volentieri e con soddisfazione, insieme a noi.

Il valore aggiunto di essere un'impresa a così forte prevalenza femminile?

Il rapporto informale e non verticistico. La condivisione di problemi anche privati e l'aiuto reciproco per portare avanti il lavoro conciliandolo

con la famiglia: ci si comprende e, quando si può, ci veniamo incontro reciprocamente. Queste sono modalità solidali e di complicità tipicamente femminili.

Quindi possiamo sfatare il luogo comune secondo il quale gli uomini sono più bravi a “fare squadra”?

Direi che gli uomini “fanno squadra” in modo diverso. Credo siano più formali e più distaccati sul piano emotivo; tendono a tenere fuori dal lavoro le vicende private e questo, se è vero che li rende meno solidali, può essere positivo perché evita il formarsi sul luogo di lavoro di gruppetti e di qualche pettegolezzo o *bisbiglio* di troppo.

Quali sono stati i progetti di maggiore soddisfazione messi in campo la scorsa estate?

Abbiamo organizzato la terza edizione di “Leggermente: incontri letterari”, una rassegna che quest’anno Itinera ha organizzato all’aperto nei parchi cittadini di villa Fabbricotti, villa Mimbelli e Parco Centro Città. Si è trattato di diciannove incontri con autori di romanzi e saggi di recente pubblicazione. Poi abbiamo riproposto varie gite ed appuntamenti alla scoperta della miniera di Montecatini Val di Cecina (la più importante miniera di rame d’Europa dell’Ottocento, oggi Museo delle Miniere) e delle strade e sentieri battuti dai minatori, passando dalla sommità di Poggio alla Croce e arrivando fino al centro storico di Montecatini. Inoltre abbiamo inaugurato una mostra di Art Brut a Volterra, nel Palazzo dei Priori, oltre ad una originale visita/spettacolo al palazzo Huigens a Livorno, in collaborazione con la Compagnia degli Onesti. Il 19 settembre abbiamo “chiuso la stagione” con una gita in Capraia, alla scoperta della sua storia.

Chiusa una stagione se ne apre un’altra...

Sì, riprendiamo le gite in battello sui Fossi Medicei alla scoperta della città, i progetti didattici con le scuole e le visite nelle strutture storiche e nei musei del territorio, sia in quelli che Itinera gestisce sia in altri, cercando di realizzare proposte che risultino d’interesse per giovani e meno giovani, per abitanti e turisti.

Certo è che il territorio toscano dà spunti incredibili per visite e iniziative culturali...

Sì, abbiamo la fortuna di vivere in una terra ricchissima di storia e di bellezze naturali. La nostra scommessa è di renderle sempre più apprezzate, ma soprattutto di portare alla ribalta quei luoghi e quelle storie che sono un po’ più “di nicchia”, spesso sconosciuti anche a chi vi abita vicino... Scoperte queste che definirei quasi “doverose” per chi ha il privilegio di vivere in Toscana.

INDICE

Introduzione

*di Fiorella Chiappi, Elisa Amato, Cristiana Conti,
Sonia Faccin, Alessandra Martuscelli*..... 3

Le donne di Cà Lo Spelli

Betty Crocco

di Fiorella Chiappi..... 7

Una pasticceria gourmet internazionale

Loretta Fanella

di Fiorella Chiappi..... 11

Orgoglio e passione nel mondo dei Garden Center

Paola Ghiomelli

di Elisa Amato..... 15

La signora dello shipping livornese

Maria Gloria Gianì

di Alessandra Martuscelli..... 19

Competenza, coraggio e cuore

Darya Majidi

di Cristiana Conti..... 23

Dal 1977, moda e ricerca a Livorno

Susanna Pensabene

di Cristiana Conti..... 28

La cucina giapponese con l'accento al femminile

Maddalena Ughi

di Sonia Faccin..... 32

Colte e creative, le donne di Itinera

Daniela Vianelli

di Alessandra Martuscelli..... 35

Finito di stampare
nel mese di settembre 2021
presso Media Print, Livorno