

**SCOPRI IL FRANCHISING PER TE**

www.millionaire.it  
5 EURO (per l'Italia)  
n. 12 dicembre 2012

**REPORTAGE  
ESCLUSIVO  
DAL SALONE  
DI MILANO**

# millionaire

*il mensile di business più letto*

**APRI UN  
CHEESE BAR  
IL FORMAGGIO BATTE  
PASTA E PIZZA**

**AVVIA UNA STARTUP  
IN UN HUB**

Mark Zuckerberg,  
fondatore di Facebook

# facebook

**quello che non vi hanno mai raccontato**

**LUCI E OMBRE  
DEL SOCIAL NETWORK  
PIÙ AMATO  
DAGLI ITALIANI**

**ISTRUTTORE  
DI FITNESS CREA  
UN IMPERO CON  
LO ZUMBA**

**MOLLO TUTTO  
E VADO IN  
CANADA**



Si diffonde in Italia il progetto Mad in Italy. *Mad*, avete letto bene, non *made*. Mad significa pazzo. È un progetto che comprende un libro, un blog e tante storie. Di chi è tanto "pazzo" da restare in Italia e fare impresa (nonostante l'Italia...)

# 15 consigli per intraprendere in Italia

Restare in Italia non conviene. Esagerato il costo del lavoro, esorbitanti le tasse, magri gli stipendi e risibili i profitti. Ma l'unica soluzione non è andarsene. «Se siete caduti sotto i colpi della crisi, vi invitiamo a rialzarvi. Noi lo abbiamo fatto. Se state rischiando di cadere, possiamo darvi dei consigli per rimetterci in equilibrio, aiutandovi a vedere la realtà da una prospettiva diversa. Noi ci stiamo provando» affermano gli autori del libro *Mad in Italy. Quindici consigli per fare business in Italia. Nonostante l'Italia* (Rizzoli Etas, 18 euro). A scriverlo, due pubblicitari senesi Under 40, Giampiero Cito e Antonio Paolo, che nel 2009 osservano, come effetto della crisi, la riduzione dei budget in co-

municazione. E non ci stanno. «Rinunciamo a farci pubblicità e destiniamo quella cifra a una campagna istituzionale: Mettiamocilatesta.it. Il messaggio è semplice: caro imprenditore, se smetti di comunicare la prima testa che cadrà è quella del tuo pubblicitario di riferimento. Ma alla fine cadrà anche la tua» spiegano i due. In pochi mesi, la campagna fa boom, suscitando grande

interesse e aggregando una folta community. A fine 2010, il duo partorisce un'altra iniziativa: Mad in Italy. Sul Web, Giampiero e Antonio raccontano storie imprenditoriali, del passato e del presente, di chi si è distinto restando a fare business in Italia. Il blog fa il pieno di lettori e fra questi c'è anche un editor di Rizzoli. Così arriva la proposta di scrivere un libro. «L'idea era dar voce a quei 700mila piccoli imprenditori di cui nessuno parla, ma che sono il cuore del Paese. Il libro è poi diventato un'altra cosa: il focus è passato dalle storie ai consigli per farcela. Con esempi concreti di imprenditori "folli" di ieri e di oggi (non a caso li trovate in queste pagine con una camicia di forza)» spiega Antonio Paolo. ▶▶

Giampiero Cito, Antonio Paolo e la copertina del loro libro.



(senza essere giudicati pazzi)



Franco Valentini, Selea

Paolo Malfassi, L'altra Piadineria

Danilo Ragona, Able to Enjoy

Michele Cordioli, Paluani

Alberto Bertone, Acqua Sant'Anna

Simone Bachini, Aranciafilm

# 1 Scegli l'oceano blu

Nel libro *Strategia oceano blu. Vincere senza competere* (Etas, 2011, di W. Chan Kim e R. Mauborgne) gli autori dividono i mercati in due oceani: in quello rosso ci si muove secondo le regole della concorrenza e il pesce grosso mangia il piccolo; in quello blu, dell'innovazione, si nuota da soli. È questo l'oceano di Apple, che ha inventato un mondo prima dei prodotti. Il segreto? Essere i primi. Chi picchia per primo, picchia sempre due volte. Come sosteneva Giuseppe Verdi: «Copiare il vero può essere una buona cosa, ma inventare il vero è meglio, molto meglio».



# 2 Hai un'idea? Just do it!

Come ha fatto la Selea, piccola impresa italiana, a competere con i giganti dell'elettronica? Spiega **Franco Valentini**, Ceo dell'azienda: «Mi serviva un'idea semplice, ma non banale. Qualcosa che, pur essendo complicata, fosse facile da capire e da usare. E per divulgarla? Ho creato un elenco di amanti della tecnologia e di pionieri. Li ho contattati e ho fornito loro un corso gratuito per l'utilizzo della mia videocamera e un prodotto test da acquistare a un prezzo speciale». Ma come realizzare un'idea? 1. Raccogli informazioni. 2. Individua i collegamenti e le connessioni. 3. Fai una pausa. 4. Metti alla prova l'idea.



Michele Ferrero è l'uomo più ricco d'Italia (fonte Forbes).

# 3 Sii differente, rompi gli schemi

Nutella, Mon Chéri, Kinder brioss, Fiesta, Tic Tac, ovetto Kinder sorpresa, Estathè. Tutte idee di Michele Ferrero, 87 anni, l'uomo più ricco di Italia secondo *Forbes*. Partendo dall'azienda di famiglia e da un frutto del territorio (la nocciola), è riuscito a creare un impero multinazionale grazie alla sua inventiva. Con marchi più freschi che mai, anche a 40 anni dalla loro ideazione. Il segreto? Tanto lavoro, dedizione e serietà. Qualcuno ha mai letto dei Ferrero fuori dalle pagine economiche?

# 4 Non avere paura

Paura di non farcela, di fare un buco nell'acqua, di prosciugare il conto in banca. La paura, in quanto meccanismo di difesa, è sana. Evita di buttarsi a capofitto in imprese impossibili. «Ma la paura non deve essere un freno, per un imprenditore. Aiuta a prendere esempio da chi lotta ogni giorno contro ostacoli in apparenza insormontabili. E circondarsi di alleati e partner che non ci facciano sentire soli» suggerisce Cito. Sapete quando è nata la Moretti, nota industria birraria? Nel 1860, nel pieno delle Guerre d'indipendenza. Moretti, incurante del conflitto, a Udine investì nei macchinari migliori. I negozi iniziarono a vendere la sua birra e fu con boccali di Moretti che la città brindò, sei anni dopo, all'annessione al Regno d'Italia.



# 5 «La maggior parte dei brand italiani sono cognomi, perché le capacità imprenditoriali sono tramandate da una generazione all'altra. Barilla, Benetton, Ferrari, Antinori, Zoppas, Riello, Nonino... Il nome rappresenta la distintività originaria del progetto d'impresa ed è una radice che va nutrita con l'innovazione»

Giampiero Cito e Antonio Paolo

# 6 Trova il sistema di fare sistema

«Se in questo Paese sappiamo fare le automobili, dobbiamo saper fare anche la benzina» diceva Enrico Mattei, fondatore dell'Eni. «Le relazioni sono più importanti dei singoli elementi che le determinano. Bisogna aprire il proprio progetto d'impresa, stimolare la partecipazione di tutti gli interlocutori, confrontarsi con i competitor» è il consiglio. **Paolo Malfassi** decide di mettere su un'azienda di piadine. Ma come farlo con costi bassi e garanzie di efficienza? Trovando partner già affermati: Sammontana per la produzione della pasta, Galbani per gli affettati e formaggi e Coca-Cola per le bevande. «Ecco come si è creato un sistema da un'idea semplice, sviluppando L'altra Piadineria con costi bassi».



# 7 Non si raggiunge il successo solo con grandi dimensioni. Essere piccoli può aiutare, se si punta su trasversalità, flessibilità e un mercato di nicchia

# 8 Problemi? Opportunità!

Sei pessimista? Probabilmente hai ragione. Sei ottimista? Di sicuro vivi meglio. E proprio l'ottimismo è un grande alleato dell'imprenditore, perché aiuta a scorgere le opportunità a dispetto dei problemi. Anzi, a volte addirittura grazie a essi. Ecco come un ottimista deve considerare le situazioni negative: passeggero (prima o poi passano), relative (in ogni situazione c'è un po' di bene e un po' di male), il male minore (poteva andare peggio...). Ne sa qualcosa **Daniilo Ragona**, da 13 anni su una sedia a rotelle, che ha realizzato la carrozzina di alto design Able to Enjoy, arrivata all'Expo di Shanghai e premiata con il Compasso d'oro. «Da qualcosa difficile e doloroso ho tirato fuori un'idea vincente e moderna, in grado di proiettarmi in un futuro più sereno» spiega.



© Franco Turcati



# 9

Ogni periodo storico detta le regole del fare impresa. Questo è il periodo che vede al centro i social media. Ma le regole possono essere cambiate. Il segreto è tenerne conto, ma saper guardare oltre

# 10

## Sfrutta il territorio

In Italia esistono migliaia di prodotti. I vari distretti esprimono eccellenze in vari settori: cuoio, cristallo, calzature, tessile, salumi, formaggi, vini... Il territorio italiano ha un incredibile appeal, soprattutto nei confronti degli stranieri. Una lezione arriva da Paluani, azienda dolciaria. Spiega l'amministratore delegato **Michele Cordioli**: «Non ci siamo spostati dal nostro territorio, perché puntiamo sulla qualità. Pasticcieri fidati e materie prime controllate (latte fresco, non in polvere). Tutto ciò ci ha fatti definire più che un'azienda industriale, una pasticceria... un po' più grande!».



**11** «Individua la tua caratteristica distintiva, la qualità che marca la tua personalità. Una volta trovata, costruisci intorno a essa un meccanismo che riesca a valorizzarla e metterla in moto»

**12**

**Cerca chi crede in te (e ti finanzia)**

La differenza tra un'idea e un'azienda spesso la fa un imprenditore. Più spesso se aiutato da un business angel che non da una banca. Secondo la stampa specializzata, il miglior angel investor d'Europa è **Francesco Marini Clarelli**, presidente di Italian Angels for Growth ([www.italianangels.net](http://www.italianangels.net)). Ma esistono anche iniziative di sostegno alle startup come il progetto *Working capital* di Telecom ([www.working-capital.telecomitalia.it](http://www.working-capital.telecomitalia.it)). Così come parchi tecnologici e scientifici, per le idee più innovative (una trentina sono elencati qui: [www.apsti.it](http://www.apsti.it)).



**14** **Non sei convinto? Cambia!**

Faceva il biologo molecolare, ma sentiva che quella non era la sua strada. Così Simone Bachini è ripartito da zero, a 30 anni. Ha cambiato città e lavoro, fondando la casa di produzione Aranciafilm. *Il vento fa il suo giro*, il primo film prodotto senza mezzi, è stato un successo grazie al passaparola. **Paolo Gensini** era un affermato pasticciere: «Amavo sperimentare e ho pensato di applicarmi a qualcosa che durasse più di un sorbetto. Così ho creato un gioiello che, componendosi, rappresentasse l'essenza di chi lo indossa. Ed è nata Nomination».



**13** **Pensa ai figli (non necessariamente ai tuoi)**

Un business orientato al futuro non può prescindere da valori etici di rispetto delle persone e dell'ambiente. **Alberto Bertone**, amministratore delegato di Acqua Sant'Anna, ha puntato sulla bottiglia bio: «Abbiamo sempre operato scelte in linea con l'ambiente di montagna incontaminato in cui operiamo. La nostra Bio Bottle non utilizza neanche una goccia di petrolio, ma si ricava dalla fermentazione degli zuccheri vegetali. Abbiamo investito molto e affrontato mille difficoltà. Ma per noi non è stato mai solo un prodotto, ma un modo per cambiare le abitudini di consumo, per condividere con i consumatori un impegno nei confronti dell'ambiente, per aprire nuovi scenari sugli imballaggi e i sistemi di smaltimento».



**15** **Il vero creativo? Sei tu!**

«Le aziende si basano proprio sulle idee. Poi serve la forza di portarle avanti. Negli Usa è più facile. Ma noi crediamo che chi resta in Italia abbia una soddisfazione in più: darsi da fare per migliorare, ognuno nel suo piccolo, il nostro Paese che, nonostante tutto, rimane pieno di attrattive e opportunità» conclude Giampiero Cito.

**ELICCI  
QUI**

Sul sito <http://madinitaly.mettiamocilatesta.it> c'è anche la possibilità di entrare in una community di imprenditori e professionisti mad, condividere esperienze, partecipare a incontri formativi e informativi e trovare nuove opportunità. In Italia, of course.

*la tua azienda è in crisi?  
Chiedi ai nostri esperti*

Se siete caduti sotto i colpi della crisi, vi invitiamo a rialzarvi. Se state rischiando di cadere, Mad in Italy può darvi dei consigli per rimettervi in equilibrio, aiutandovi a vedere la realtà da una prospettiva diversa. Scrivete a [esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it), specificando "Mad" nell'oggetto della email.

