

lavoro

**Cristina Angelillo**
Ad
Marshmallow Games**Giulia Baccarin**
Ad
Mipu**Alessandra Di Fede**
Co-founder
Kedea Design**Carla Delfino**
Presidente
Scappa Topo**Anna Fiscale**
Presidente
Progetto Quid**Marianna Poletti**
Direttore
Just KnockQUEI RAGAZZI
DA MANTENERE
E DA AMMIRARE

WALTER PASSERINI

I giovani sono la priorità del Paese, perché occuparsi dei giovani significa progettare il futuro. Non è un invito ad allargare la frattura generazionale che azzoppa il nostro Paese, né a una guerra tra generazioni, ma la presa di coscienza sul tema nell'agenda politica appare oscillante ed evapora alla prima emergenza. I giovani qualche volta li celebriamo: c'è appena stato l'anniversario dei 50 anni degli angeli del fango, che ora hanno più di 60 anni; è sembrato più un rigurgito di nostalgia che l'inizio di una nuova strategia. L'Istituto Toniolo ci ha raccontato dei Neet, ragazzi che non studiano e non lavorano, sono oltre 2,2 milioni, dei quali sappiamo praticamente tutto, anche se di terapie non se ne vedono. E il dato che ce ne siano 13 milioni in Europa non ci consola affatto.

Secondo Eurofound i Neet italiani ci costano 36 miliardi, il 2% del pil. Due giovani su tre tra i 15 e i 34 anni vivono ancora con i genitori. Censis e Confcooperative ai Neet contrappongono gli Eet (Employed-Educated and Trained), quelli che studiano e lavorano: ragazze e ragazzi con una età compresa tra 15 e 29 anni che lavorano; sono 2,6 milioni, pari all'11,7% degli occupati complessivi, e incidono sui redditi da lavoro per il 7,3%: un valore pari a 46,5 miliardi di euro, cioè il 2,8% del pil. Ma francamente questo derby non ci appassiona. Ci commuoviamo vederli lavorare (gratis) nel volontariato. Ma la vita non è fatta solo e sempre di gratuità.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Le imprenditrici

Le più rosa del reame

Imprese femminili per settore economico in valore assoluto



Fonte: Unioncamere

LA STAMPA

Dinamica, giovane e innovatrice
Quando l'impresa è al femminile

Dalle app per bimbi alle start up ecologiche: le aziende delle donne crescono di più

Sono Cristina Angelillo, di Bari, ad di Marshmallow Games; Giulia Baccarin, di Salò (Brescia), ceo di Mipu; Carla Delfino, di Roma, presidente di ScappaTopo; Alessandra Di Fede, di Somaglia (Lodi), Cofounder di Kedea Design; Anna Fiscale, di Avesa (Verona), presidente di Progetto Quid Cooperativa; Marianna Poletti, di Milano, direttore di Just Knock. Sono le sei imprenditrici ambasciatrici dell'Open Innovation, donne che hanno fatto dell'innovazione a 360 gradi la loro missione.

È questo il verdetto sulle finaliste che si presenteranno all'ottava edizione del Forum Nazionale dell'Imprenditoria femminile e giovanile, promosso dall'Associazione GammaDonna, nato a Torino 12 anni fa, che si svolgerà a Milano il 10 novembre. Il titolo di questa edizione è «Open your Mind, Open your Business». Sul filo del-

21,7
per cento
È la percentuale delle imprese italiane dirette da donne

l'Open Innovation». Le loro sono storie di quotidiana innovazione, sono le capofila dell'imprenditoria rosa, e non si fermano di fronte alla crisi.

Ci sono anche dei numeri a raccontarci la valanga rosa. Come spiega il Rapporto ImpresaInGenere, realizzato da Unioncamere, tra il 2010 e il 2015 le imprese femminili in più sono state 35 mila. Il loro aumento rappresenta i due terzi dell'incremento complessivo dell'intero tessuto imprenditoriale italiano (+53mila imprese) nello stesso periodo. Sono state più dinamiche (+3,1% il tasso di crescita nel periodo contro il +0,5% degli imprenditori uomini), ma anche sempre più digitali e innovative, più giovani, più multiculturali. È un vero e proprio treno in corsa, che oggi conta 1 milione e 312mila imprese femminili (il 21,7% del totale), che danno lavoro a quasi 3 milioni di persone e sono sem-

pre più tecnologiche. Innovare è la parola d'ordine: tra il 2010 e il 2015, le imprese femminili legate al mondo digitale sono aumentate del 9,5% contro il +3% del totale. In valori assoluti, il settore dell'Information and communication technology a trazione femminile è aumentato di circa 1.800 unità, passando dalle 18.700 del 2010 alle 20.500 del 2015. Anche nel mondo delle startup innovative i progressi sono evidenti: se nel 2010 le startup innovative femminili erano solo il 9,1% del totale, nel 2014 sono diventate il 15,4%, pari a circa 600 imprese. Tra le attività maggiormente diffuse, la produzione di software e consulenza informatica (pari al 24,3% del totale start up femminili), ricerca e sviluppo (17,4%) e fornitura di servizi di Ict (13,7%).

Tornando alle sei finaliste, Cristina Angelillo, dirige una società che crea app educative

che stimolano l'apprendimento, mescolando contenuti editoriali e gioco. Giulia Baccarin guida un incubatore di startup tecnologiche con una forte impronta internazionale, che investe solo in start up, che abbiano un impatto positivo in termini ambientali e socio-economici. Carla Delfino produce un repellente eco-compatibile a base di un mix di olii essenziali. Alessandra Di Fede ha fondato una software house specializzata nel settore delle web application e grafica digitale.

Anna Fiscale presiede il primo marchio di moda etica e sostenibile a km zero made in Veneto. Marianna Poletti dirige la piattaforma online che permette ai giovani talenti di trovare lavoro inviando idee al posto dei curriculum. Premiata anche Mary Franzese, Marketing & Communication manager Neuron Guard.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

La storia

Vendite a domicilio, il boom è senza fine. Servono 30 mila addetti

Le vendite a domicilio sono a caccia di 30 mila nuovi incaricati.

C'è un settore che va forte, nonostante la crisi, ed è quello delle vendite dirette. Vuol dire vendite a domicilio, party vendite, che hanno sostituito il vecchio e a volte fastidioso porta a porta. I dati parlano di una crescita dell'occupazione tra il 10% e il 15%, in soldoni si tratta della ricerca stimata in almeno 30 mila incaricati alle vendite. Nei primi sei mesi dell'anno i dati registrati dalle 38 aziende associate Avedisco (tra le altre Amway, Eismann e la new entry Valigia rossa) confermano l'ottimo andamento del Direct sel-

ling nel nostro paese: il fatturato è di quasi 336 milioni di euro con un aumento del 18,81% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il settore è in continua crescita e offre reali possibilità di realizzazione professionale: lo confermano gli oltre 190 mila incaricati alle vendite che operano sul territorio nazionale e che negli ultimi sei mesi hanno scelto di affidarsi a questo modello di attività, con un incremento del 13% rispetto allo stesso periodo del 2015. Un focus particolare sui diversi comparti evidenzia innanzitutto la crescita del settore alimentare-nutrizionale che, con oltre 254 milioni di euro di fatturato e un incre-



mento di oltre il 23%, si dimostra il più vivace e dinamico; seguono il settore il tessile, che registra un aumento di oltre il 13% per oltre 10 milioni di

euro di fatturato e il settore casa beni durevoli, con oltre 19 milioni di euro e una percentuale di crescita di quasi l'11%. Infine il comparto cosmesi e accessori moda, che registra un andamento positivo con un aumento di quasi il 6%. Anche l'altra associazione che rappresenta una ventina di grandi aziende (tra di esse Avon, Bofrost, Tupperware e Vorwerk Folletto, che da sola ha appena lanciato la ricerca di un migliaio di incaricati), Univendita, dichiara vendite delle imprese associate sopra 1,7 miliardi, con un incremento del 7,5%. Dalla fondazione di Univendita, nel 2010, lo scorso anno è stato non soltanto il sesto esercizio conse-

cutivo di crescita ma anche quello che ha messo a segno l'incremento più significativo. I venditori a domicilio sono oltre 153 mila, con una componente femminile pari al 93% del totale. La performance di Univendita è ampiamente positiva se paragonata al commercio fisso al dettaglio che segna nel 2015 un aumento dello 0,7% sul 2014 (dati Istat) dopo quattro anni di calo consecutivi, con variazioni positive sia per i prodotti alimentari che per quelli non alimentari (rispettivamente +1,3% e +0,5%). L'attività di incaricato alla vendita diretta, segnala Univendita, è un'opportunità di lavoro che può essere svolto part-time o a tempo pieno, se-

condo le proprie esigenze. Chiunque, dopo un percorso formativo, può intraprendere l'attività di venditore a domicilio. Tutte le imprese associate offrono corsi di addestramento e formazione ai propri incaricati per organizzare e svolgere al meglio il lavoro quotidiano.

Ogni incaricato ha l'autonomia di decidere quanto tempo dedicare alla propria attività: c'è chi lo fa a tempo pieno, chi part-time, chi nel tempo libero. I guadagni sono a provvigione, che varia settore per settore, e dipendono dall'impegno che ogni incaricato investe nella propria attività.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI