

GENERAZIONE PRO-AM



**adesso  
basta!**  
voglio fare solo il lavoro

## Valori & tecnologia: insieme in Econoetica

●●● **TUTTO INIZIA DALLA VOGLIA DI UN'IMPRESA ETICA** «Siamo nove amici appassionati di tecnologia, dei veri smanettoni», racconta Pietro Ferraris, ad di Econoetica. «Ma lo spunto per mettersi in proprio è nato dal desiderio di creare un'impresa con regole nuove: la leadership diffusa, la critica costruttiva, il dipendente imprenditore. Lavoravamo tutti in aziende o università di prestigio. E abbiamo cominciato a scrivere una newsletter su questi temi. Dal 2006 uno dopo l'altro (tre di loro sono in foto) abbiamo lasciato i nostri impegni per dare vita all'azienda. Il primo prodotto è stato Noody, un network di hotspot wireless, cioè le reti per il collegamento web Wi-Fi per hotel o spazi turistici. Il prodotto ci ha dato subito stabilità finanziaria. E ci siamo dedicati ad Arianna, una piattaforma per creare e distribuire guide per i cellulari. **Non è stato un percorso semplice. Ma nel 2008 abbiamo vinto Mind the Bridge**, il concorso per business creativi hi-tech. **Il premio: 2 settimane nella Silicon Valley** a discutere sul progetto. Tornati in Italia, Arianna era da rifare del tutto. Ci siamo rinchiusi al lavoro per 4 mesi. Dopo, Arianna ha avuto subito successo e abbiamo sviluppato un'app per iPhone. **Ma senza l'entusiastica partecipazione di tutti e la voglia di mettersi sempre in discussione di tutto lo staff un progetto così non sarebbe mai stato possibile».**

288



**CHE PASSIONE LA TECNOLOGIA!**  
 Tre dei nove soci di Econoetica: a sinistra, Pietro Ferraris, 32 anni, ad, Silvia Ghezzi, 39 anni, responsabile amministrazione e finanza, Antonio Balestra, 29 anni, responsabile del progetto Noody.

## che mi piace

Li chiamano "professionisti amatoriali". Sono quelli che trasformano una passione in una professione. La crisi li ha aiutati a fare il salto. Volete imitarli anche voi?

di Valentina Garavaglia. Foto di Sabrina Rosmi

**C**'è una rivoluzione nell'aria che investe in pieno il mondo del lavoro. Tramontati definitivamente i tempi della stabilità, della fedeltà a un'azienda, ora c'è altro: è arrivata la Pro-Am generation, i professionisti amatoriali, ossia **chi riesce a trasformare una passione in un lavoro che rende**. A ritrarli è una ricerca di Demos Gran Bretagna. In Italia il fenomeno è agli esordi, ma dal web arrivano segnali che sanno davvero di rivoluzione, come il successo del sito Usa **www.etsy.com**. **È un negozio**

**on line del "fatto a mano"** con 5 milioni di iscritti, 700 milioni di visitatori al mese e un volume d'affari quasi pari a eBay. Tutto italiano, invece, è il successo del blog della giornalista Manuela Longo (<http://inventa.lavoro.style.it>), che è diventato un libro (*Mi invento un lavoro*, Morellini Editore). «Percepivo ovunque il desiderio della gente di cambiare vita, di fare un lavoro appassionante. Così è nato il blog dove lancio idee provenienti da tutto il mondo: dal food all'handmade, dalla fotografia al design». Ma non pensiate che ad



**HANDMADE, CHE PASSIONE!**

Silvia Messa (a sinistra) e Claudia Bavelloni nel loro laboratorio creativo. Sperano di lasciare tra un paio d'anni il posto fisso in pubblicità per dedicarsi al loro sogno al 100 per cento.

appassionare la nuova generazione dei Pro-Am siano soltanto i mestieri creativi, artigianali. Tra chi riesce a fare il lavoro dei sogni c'è anche chi ha la passione della tecnologia o del vino. Persino dell'etica.

● **NUOVO TREND O PRECARIETÀ DILAGANTE?**

A questo punto, una domanda mi perseguita: **il fenomeno è sintomo di un cambiamento sociale o è frutto di una crisi che ingegna le menti di chi un lavoro non lo trova?** «Entrano in gioco tutti e due i fattori», mi spiega Irene Tinagli, docente all'Università Carlos III di Madrid ed esperta di innovazione, creativi-



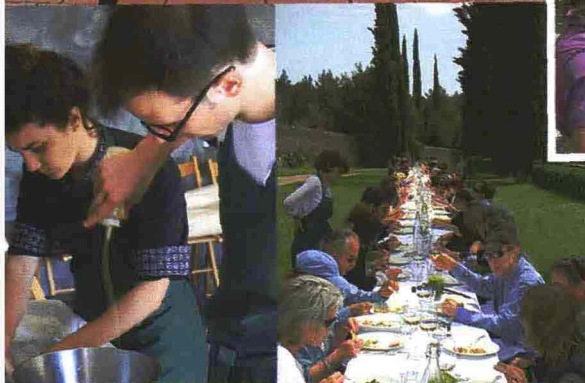
tà e sviluppo economico. «Il nostro modo di percepire il lavoro è cambiato: cerchiamo lì la nostra realizzazione. Ma oggi ammiriamo di più chi fa un lavoro che lo rende felice che chi ha fatto carriera». E la crisi? «Inaspettatamente viene in aiuto», prosegue Tinagli. «Fino a 5 anni fa mettevamo a tacere le

**ambizioni creative per non rischiare la stabilità economica.** Ora questa non c'è più: chi è precario ha poco da perdere se si butta in una nuova avventura. Ma non solo. È cambiato anche il modo in cui coltiviamo le passioni. Se c'è qualcosa che ci piace, seguiamo un corso e ci specializziamo. Cioè **abbiamo un approccio professionale anche per gli hobby.** E se scatta l'idea di trasformare un hobby in un lavoro, **Internet e social network fan-**

## Due amiche che adorano cucire

●●● **ACCESSORI IN STOFFA: DA FIORUCCI AGLI USA** Claudia Bavelloni e Silvia Messa lavorano in pubblicità. Si sono conosciute nel 2001 e hanno scoperto subito di avere **la stessa passione per i tessuti e la stessa voglia di realizzare qualcosa di creativo e fatto a mano.** «Ci siamo messe alla prova e così è nata una prima minicollezione che abbiamo presentato agli amici: erano tutti colli particolari, un pezzo che poi è diventato il nostro must», racconta Claudia. Così nel 2004 è nata BusyB's: una linea di accessori fatti con materiali vintage e stoffe pregiate. **«Non è stato facile coltivare la nostra passione: tutte e due abbiamo un lavoro a tempo indeterminato,** Silvia è art director e io copywriter, quindi per BusyB's abbiamo a disposizione solo le sere e i week end. Eppure continuiamo a creare, abbiamo frequentato un corso di cucito e nel 2006 Elio Fiorucci ha deciso di metterci fisicamente in vetrina per Love Therapy: abbiamo promosso il fatto a mano customizzando in diretta jeans e magliette Fiorucci». **Poi nasce il loro sito e aumentano le energie per proseguire.** «Altra tappa importante: i social network ed Etsy, il negozio on line del fatto a mano che negli Usa è un fenomeno dai grandi numeri e che per noi è una bella vetrina: ora da lì vendiamo in tutto il mondo. **E speriamo di non fermarci qui: tutto è nato come hobby, ma è diventato di più. Il nostro sogno è dedicare il 100% delle nostre energie al progetto.** Ci siamo date due anni per fare il salto».

“Oggi ammiriamo chi fa un lavoro che lo rende felice. E non più chi fa una carriera strepitosa.”



## CHE PASSIONE LA CUCINA!

Qui a sinistra i sette soci di Cavolfiori a Merenda: da sinistra Alberto Lorenzi, Daniela Pirani, Yukari Tanaka, Luca Vaschetti, Livia Ferrara, Federico Bobbio, Elisa Mereatur. Sotto, Luca all'opera con una collaboratrice e due delle loro "merende sinoire" all'aperto.



Un hobby, per sua natura, non ha regole. Se diventa un business dovete diventare rigorosi con voi stessi.



## Una lunga tavolata con menu a km zero

●●● **NOI SIAMO I GASTRONOMADI** Sono in sette: Luca, Elisa, Daniela, Yukari, Federico, Alberto e Livia. Si sono conosciuti a Pollenzo, in Piemonte, nelle aule di Scienze Gastronomiche. «Seguivamo corsi differenti, a unirci inizialmente è stata l'amicizia, poi una grande passione per il cibo, ben al di là degli studi», racconta Livia. «L'idea l'hanno avuta Federico e Luca. Avevano in mente tre cose: 1) organizzare eventi; 2) centrarli sulla tavola come simbolo di convivialità; 3) trovare posti inusuali dove apparecchiare (questa è stata l'idea in più, quella che ci ha reso differenti). Così nascono i Cavolfiori a Merenda: apparecchiamo lunghe tavolate di 80 persone nei giardini delle aziende agricole che fanno prodotti di qualità. La nostra specialità? La "merenda sinoira", quella che diventa quasi una cena e che fa parte della tradizione piemontese, con un menu degustativo di quattro portate per il quale utilizziamo i prodotti dell'azienda e recuperiamo quello che manca dal vicinato (siamo per i menu a km zero). Ospiti e proprietari dell'azienda siedono insieme. Il primo evento è stato nel luglio 2009 e da lì non ci siamo più fermati, anche se per ora Cavolfiori a Merenda è la nostra attività part time. Siamo partiti come associazione storico-culturale perché volevamo anche comunicare, attraverso il gusto, la cultura dei luoghi, ma ora il sogno è dedicarci totalmente alla nostra creazione, farla crescere e diffondere in tutta Italia una cultura del cibo di qualità legato alle tradizioni locali».

no davvero la differenza: sono facili da usare e, senza richiedere forti investimenti, diventano un veicolo potente per promuoverci ed esplorare un mercato senza confini».

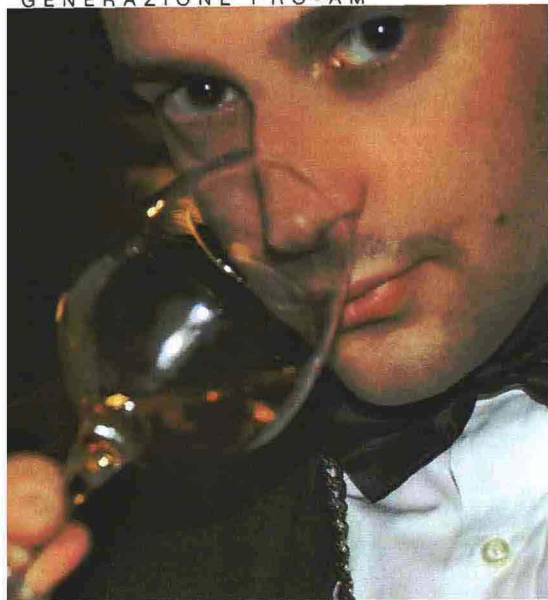
### ● LO VOGLIO ANCH'IO: CHE COSA POSSO FARE?

Anche voi, leggendo questo articolo e queste storie, avete provato il desiderio di volere sfruttare una vostra passione per farla diventare il lavoro dei sogni? Diamo per scontato, allora, che la strada sia già visibile, che l'hobby da trasformare in business sia già ben definito. «Sì, insomma, avete già chiuso la lista delle cose che sapete fare bene», dice Antonella Galletta, psicologa del lavoro. «Attenti però: non è detto che il vostro primo progetto sia quello giusto, sia perfetto. Non c'è mai un solo modo per concretizzare un'idea, provate a scriverne tanti, tutti quelli che vi vengono in mente. È così che, di solito, si ha qualche possibilità in più di partorire qualcosa di geniale. Ma non fermatevi qui. ora guardate anche ai punti critici: scrivete tutte le vostre debolezze. Conoscerle serve a non sbagliare progetto, a correggere il tiro, a trovare semmai supporto e aiuto per supplire ai vostri limiti».

### ● STRATEGIE PRATICHE DI PROGETTAZIONE

«Quando un hobby che, per sua natura, non ha regole diventa un business ci vuole un grande sforzo per

GENERAZIONE PRO-AM



## UN GRANDE AMORE PER IL VINO

Andrea Gori è diventato il primo sommelier digitale italiano. Grazie a un uso innovativo del web, ha saputo crearsi una sua identità professionale ben definita.

### ● ADESSO È IL MOMENTO DI SFONDARE

Fare il salto vi ha messo molta ansia? Non preoccupatevi, è normale. **A volte serve un bel coraggio per abbandonare la propria comfort zone.** Ora, per avere successo **dovete fare di voi stessi un brand.** «Cioè capire qual è il vostro atout e comunicare tutto in modo efficace», dice Donatella Rampado, imprenditrice ed esperta di self branding. «Fase uno: fate un'analisi dettagliata dell'ambiente in cui volete sfondare. In questa fase non è male assomigliare agli altri, essere riconosciuti come membri appartenenti al giro. Solo dopo pensate a differenziarvi, a cercare una nicchia su cui dirigere tutti i vostri sforzi. **Ora costruitevi un'immagine precisa, l'obiettivo è essere riconoscibili.** Sito, biglietto da visita e brochure personali devono mantenere sempre gli stessi colori, logo e foto. Ora via con le relazioni, con il networking on line, ma anche con tutti gli eventi del vostro settore: è lì che dovete tenere le pr del vostro brand».

Scrivere i contenuti del sito web è una prova del nove per la tenuta di un'idea: ecco nero su bianco chi sono, cosa offro e come.



essere disciplinati con se stessi», dice Massimo Bandinelli, life and business coach. «**Gioia e passione sono fondamentali, ma per concretizzarle servono soprattutto metodo e impegno:** è arrivato il momento di prendere carta e penna e fare **un patto scritto con voi stessi.** Per esempio, la prima domanda da farvi, se avete un lavoro, è: quando lascio? Datevi una regola: potete scegliere di farlo dopo i primi tre contratti, dopo un certo fatturato o dopo avere raggiunto una buona visibilità sui media. È l'ultimo step e significherà che ce l'avete fatta», continua Bandinelli. «Ma mentre mantenete la vecchia posizione datevi un obiettivo a breve, medio e lungo termine. **Fate un piano di realizzazione dell'idea, un business plan,** con un'analisi di mercato e una mappatura precisa della concorrenza». In questa fase preparare il sito web è una sorta di prova del nove: **«Costruire i contenuti della web page significa mettere nero su bianco chi sono, che cosa propongo, come lo propongo e cosa offro di specifico»**, dice Galletta. «Ci si accorge subito se c'è qualcosa da cambiare, qualche modifica da fare». Una volta on line sarete davvero attivi.

## Tech & wine: il connubio perfetto

●●● **IO, SOMMELIER DIGITALE** Andrea Gori è nato in una famiglia di ristoratori fiorentini, ma del ristorante di famiglia Da Burde non si è occupato fino al 2004. Ha studiato biologia e aveva una carriera avviata come consulente. **«Fin dai tempi del primo Commodore 64, la tecnologia è stata la mia grande passione,** viene ancora prima del vino», racconta lui stesso. Ed è partito da lì per cambiare vita e rientrare in famiglia: «Ho deciso di sperimentare come usare il web per rendere unica la trattoria dei miei, ho aperto un account su YouTube e Twitter. Con i video cerco di ricreare l'atmosfera della trattoria e con il tweet lancio i piatti del giorno alla comunità. **Il vino poi mi ha consentito di trovarmi una nicchia tutta mia nel business di famiglia:** ho studiato, approfondito e sono diventato sommelier». La passione lo fa crescere rapidamente: diventa vicecampione europeo e apre un blog, <http://vinodaburde.simplicissimus.it>, dove **parla di vino anche con i video.** «Se vedi, sei più coinvolto rispetto alla lettura, così ho iniziato a postare i clip delle degustazioni, delle manifestazioni, delle interviste in cui i produttori vinicoli si raccontano. E la notorietà è arrivata presto: ho iniziato a intervenire nei forum, **a crearmi una forte identità come sommelier digitale.** E ora mi invitano a tutte le manifestazioni».