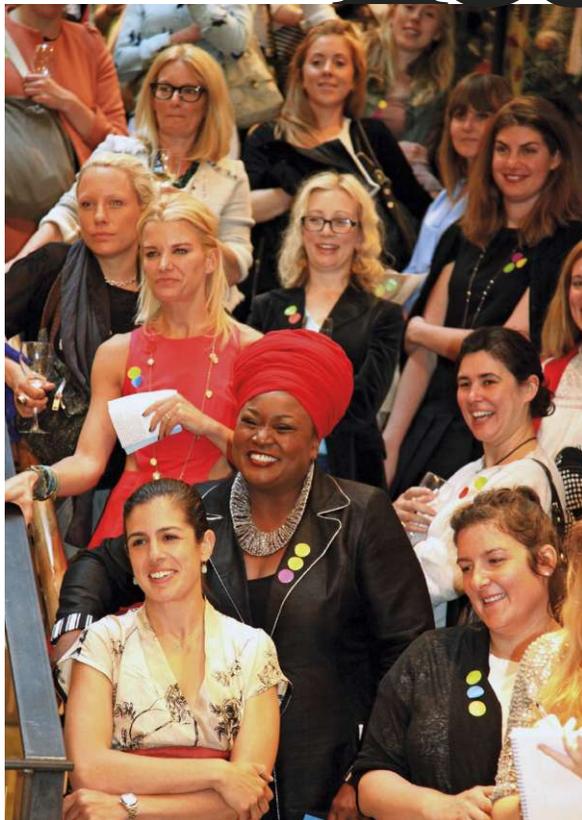


Lavoro



VEDIAMOCI TRA AMICHE COSÌ FACCIAMO BUSINESS

Per incontrare partner professionali, non ci sono solo LinkedIn e Facebook: oggi nuove "sorellanze" di imprenditrici e aspiranti hanno scoperto il potere delle reti "off line" di Irene Maria Scalise

Nancy ha quarant'anni e ha deciso di mollare tutto per fare il medico in Africa. Lucia ha un'idea geniale ma le manca il capitale per realizzarla. Mary ha concretizzato il suo sogno e ora è diventata chef internazionale, mentre Elena gira il mondo in barca a vela. Cosa hanno in comune? Sono donne ma, soprattutto, hanno deciso di uscire dai social network per incontrarsi nella vita reale. E reinventarsi una nuova esistenza, tutta al femminile.

Le ha messe insieme Simona Barbieri, napoletana, da 16 anni trapiantata a Londra, facendo girare gli inviti con mail e passaparola tra amiche, un gruppo di "ragazze" di ogni età. Un pomeriggio d'autunno le ha chiamate nella sua bella casa inglese: ne aspettava una ventina e invece sono arrivate in novanta. A ciascuna ha appiccicato sulla camicia un "dot" colorato (un bollino adesivo) per riassumere la condizione professionale di ciascuna: rosso, ho delle competenze specifiche, giallo, ho un'idea ma cerco degli investitori, verde, sono in cerca d'ispirazione, viola, vorrei fare della beneficenza o volontariato, blu, cerco amiche per socializzare. «L'idea è che il business si può fare con la semplicità e con il linguaggio di tutti i giorni», spiega con il suo accento napoletano che addolcisce le espressioni anglosas-

soni, «chi ha detto che dobbiamo fare tutto al maschile? Le qualità femminili sono cambiate e non c'è più un modello *workaholic* come negli anni 80. Per fortuna Londra è una città che si muove per contenuti e dove tutto funziona in modo semplice, senza bisogno di ricorrere al marketing e ai social network».

Così, quasi per caso, quella di uscire da Facebook o LinkedIn è diventata l'idea trainante per la Barbieri. Ex Goldman Sachs, dopo una lunga pausa come mamma di tre figli, ha deciso di rilanciarsi partendo da azioni concrete. Con un semplice invito ha fatto riscoprire a tante altre donne il piacere di guardarsi negli occhi, ridere e scambiarsi opinioni. Ognuna con la sua storia da raccontare e da condividere, senza passare dalla rete per diventare "amiche".

Quel primo appuntamento è stato un successo, un concentrato di energia che ha fatto venire a Simona la voglia di riprovarci. Così dopo pochi mesi l'incontro si è ripetuto, questa volta in un vero e proprio centro, un *hub* in Regent Street, ed è nato *thehubdot.com*. Le donne erano diventate 400. «C'era l'artista che crea con la porcellana e che dopo due ore ha trovato un'investitrice disposta a credere nel suo lavoro», ricorda Barbieri con entusiasmo, «quella che aveva bisogno di competenze SEO (ottimizzatore di un sito web) per la sua impresa di *charity* e che da noi ha incontrato la più



Qui accanto, i "bollini" adesivi e alcune partecipanti di Hub Dot; sotto, la fondatrice Simona Barbieri.

«QUALUNQUE SIA LA TUA STORIA, QUI SEI ASCOLTATA. E HAI PIÙ IMPATTO DI QUALSIASI STRATEGIA AZIENDALE»

importante specialista di SEO agency. Com'è andata? «Ora la prima sta lanciando una collezione di porcellana, mentre le altre stanno lavorando sul profilo online della nuova charity».

Tra una mail e una telefonata d'incoraggiamento, è stato quasi naturale arrivare ad un terzo *hub*, poco prima dell'estate, a Napoli, la città di Simona. Ancora una volta sono arrivate in tante e con l'entusiasmo negli occhi: «Non interessa se sono manager o mamme, vogliamo solo creare uno spazio fisico dove le donne possano avere nuove idee». E a Napoli le storie sono state molto diverse da quelle inglesi: «C'era la ragazza che si era rifiutata di pagare il pizzo e così ha fatto mettere in carcere 15 uomini. La donna di 44 anni che ha capito che la sua vita era stata impostata per far piacere agli altri e ha mollato tutto. Quella di 46 che ha perso un figlio e ha cominciato a fare beneficenza, ma anche l'attrice che ha testimoniato come si è fatta da sola o ancora la ex manager che lavorava in una banca e ora fa il medico in Africa». Altre inedite amiche si sono nuovamente incontrate a Londra prima delle vacanze. Le storie a questo punto erano sempre di più. Una in particolare ha lasciato senza parole: «È arrivata sul palco una donna turca con tre figli, di cui uno autistico e uno con la sindrome di down. Nel tempo libero ha cominciato ad andare in palestra scoprendo di avere una forza fisica incredibile. Il suo allenatore era sconcertato e l'aveva messa a lavorare così seriamente che oggi è diventata campionessa mondiale di sollevamento pesi. Alla fine del racconto eravamo tutte commosse».

Ora il calendario *thehubdot.com* è fitto di incontri per i prossimi mesi: Parigi, Lussemburgo, Milano e New York. «Vorremo fare tre grandi incontri annuali e poi dei più piccoli appuntamenti a tema. Quando c'incontriamo ascoltiamo le avventure personali, in particolare il mio compito è selezionare storie straordinarie di donne straordinarie», spiega la vulcanica Barbieri. «Tutte cercano di riavvicinarsi ad un senso di comunità ed è come se si tornasse ad essere più umani». L'uso dei dot aiuta a rompere il ghiaccio e semplifica: «I dot danno libertà di cercare un partner per i propri affari o uno stimolo per cambiare vita», conclude Simona, «lo scopo è trovare un modello non virtuale, vogliamo alzare la voce e farci sentire. Il nostro slogan è che, qualunque sia la tua storia, qui sei ascoltata e avrai più impatto di qualsiasi strategia aziendale. Il potere delle storie permette di fare business con il linguaggio quotidiano».

Ordine del giorno

I prossimi incontri saranno tematici:

«Una scusa per incontrarci dal vivo», spiega la fondatrice di The Hub Dot, Simona Barbieri.

Si parte da Londra, mercoledì 16 ottobre, con "Connecting through our love for food": «Avremo tante donne che raccontano la propria storia», aggiunge la fondatrice, «da una nutrizionista a un'impreditrice "food" che da una un'idea semplicissima ha creato un piccolo impero».

Tema insomma che ruota intorno al cibo e al business gastronomico (costo di partecipazione: 10 sterline).

Il successivo appuntamento a dicembre sul tema della imprenditorialità: "Connecting through the power of entrepreneurship":

«Un gioco di parole: abbiamo scelto un negozio pop-up al centro di Londra dove ci sono prodotti di bellezza e shopping, ma noi conatteremo tutte su argomenti inerenti al lavoro».

Altri incontri tematici in programma saranno incentrati sui business dell'arte, dei prodotti e dei servizi per bambini e terapeutici. Prossime tappe: Lussemburgo (a gennaio), Milano (a febbraio) e negli Stati Uniti, per esportare Hub Dot oltreoceano.



Foto di Beatrice Raggio