

L'idea è maturata dopo un periodo lavorativo negli Usa. Il futuro è il web-lab

IMPRESE



TRUST UP

Consulenza fidata

L'azienda eroga pareri professionali in rete per chi decide di lanciarsi in avventure imprenditoriali

Lucia Aviani

Creare un ponte virtuale fra la consulenza qualificata e la nuova imprenditoria. Ovvero: dare vita, sulla base delle tecnologie esistenti, a una rete capace di mettere in contatto il mondo dei consulenti professionisti, appunto, con quanti («e sono sempre di più, grazie alle possibilità offerte dal web») decidono di lanciarsi in avventure imprenditoriali. Ecco, in estrema sintesi, la sfida di Livio Vivinet, founder (insieme a Krishna Del Toso) di Trust Up, realtà che già nel nome di battesimo indica la propria mission. L'esperienza è ancora agli albori, o poco più (il sistema è stato avviato un paio d'anni fa), ma le premesse perché si consolidi ci sono tutte. «E non c'è nulla di meglio di un esempio per rendere l'idea di quel che facciamo», commenta il "padre" del progetto. «Tempo fa ho subito un furto. Di qui la decisione di installare un sistema d'allarme. Come si fa, in questi casi? Si inizia a chiedere a chi ha familiarità con la materia dove si può reperire un prodotto valido a costi ragionevoli. Nel mio caso erano saltati fuori tre nomi. Tre fornitori, che avevo contattato, incontrato, ascoltato, con conseguente e ovvio impiego di tempo. Risultato: erano emerse tre visioni completamente diverse sulla possibile soluzione del problema. E tre prezzi del tutto differenti. Ecco: per la scelta di un consulente avviene, in sostanza, la stessa cosa...». E qui entra in gioco Trust Up: «Se c'è già uno schema, una "griglia" virtuale che offra all'utente la possibilità di orientarsi, chi necessita di consulenza



di tempo ne risparmia moltissimo». Questo fa la "creatura" di Vivinet, che ha sede legale a Torino. «Eroghiamo - spiega il founder - pareri professionali qualificati in rete, che consentono a quanti ne hanno bisogno di scegliere la figura che meglio si presta alle loro esigenze. L'idea è maturata dopo un periodo lavorativo negli Usa. Stiamo assistendo, proprio grazie all'impulso della tecnologia, a una forte spinta (anzi: senza precedenti, direi) ad avviare attività autonome; c'è però l'impaccio degli alti costi di un consulente qualificato. Il nostro obiettivo era quindi generare un rapporto di fiducia tra i giovani imprenditori e la consulenza qualificata ma a distanza, tramite videoconferenze, garantendo un servizio economicamente abbordabile per quanto, appunto, di qualità. Una realtà del genere mancava: c'erano solo piattaforme "mute" e

"cieche" con offerte di consulenza che, però, non davano alcuna garanzia». Il primo passo è consistito in un'ampia selezione sperimentale su LinkedIn: sono state "testate" oltre 1500 persone, tra imprenditori e professionisti. «Ora - sottolinea il founder di Trust Up - la rete si sta concentrando sul perfezionamento del meccanismo e dell'operatività. Al momento contiamo su meno di 100 consulenti. A breve, fra l'altro, lanceremo WebLab, un laboratorio on-line rivolto a chi punta a mettersi in proprio. La formula è esclusiva e innovativa, da un punto di vista metodologico: portiamo in rete le dinamiche di un'aula reale. Ci sarà, dunque, un forte livello di interazione tra i partecipanti e il docente; previsti, in particolare, focus su esercitazioni pratiche di strategie di avvio d'attività».

IN CIFRE

1500 professionisti testati

2: gli anni di vita di Trust Up

1500 (e oltre): i professionisti e gli imprenditori testati da Trust Up su LinkedIn

meno di 100: i consulenti oggi operativi in Trust Up

circa 100: le richieste di consulenza registrate mensilmente da Trust Up

Il 70-80% di tali richieste riguarda le fasi di avvio di un'attività

10 le sessioni di laboratori-test promosse del 2015, per gruppi da 9 a 15 aspiranti imprenditori

120 i partecipanti complessivi ai laboratori test

CURIOSITÀ

Ci sono professioni che faticano a trasferirsi in rete

Sono quanto mai varie, le richieste di consulenza che arrivano a Trust Up. «Si spazia - spiega Livio Vivinet - dal mondo delle piccole imprese alla sfera delle startup, da chi cerca lavoro ai campi del social media marketing e del web engineering, per arrivare fino ad avvocati, commercialisti, notai... E abbiamo riscontrato, fra le singole categorie, approcci molto diversi. Ci sono professioni che faticano a trasferirsi in rete. Basti dire che quando organizziamo un webinar o un incontro in aula virtuale

ci sentiamo dire "D'accordo, ma non si capisce dove... non avete indicato città, via e numero civico!". Trust Up, conclude, «non è una vetrina per consulenti né una piattaforma chiusa. Selezioniamo in modo continuo professionisti in grado di lavorare on-line, lasciandoli liberi di erogare la propria professionalità all'interno della nostra rete o di continuare il rapporto con il cliente al di fuori di essa. Per questo motivo il numero degli esperti coinvolti è mutevole». **L.A.**



Livio Vivinet



Krishna Del Toso



Maura e Caterina Clochiatti

LA CORT

Dai coltelli di Maniago alle ceramiche

L'artigianato friulano si acquista dallo shop online

Le produzioni più caratteristiche del Friuli Venezia Giulia proposte attraverso un canale innovativo come quello dell'e-commerce. Il progetto di business "La Cort" (www.lacortstore.com) di Maura e Caterina Clochiatti nasce dal legame con la terra d'origine e dalla volontà di far conoscere maggiormente l'artigianato locale. Generalmente, infatti, si pensa a questa regione prima di tutto come luogo delle produzioni vitivinicole e prodotti gastronomici, e solo in un secondo momento ci si rivolge a quelle tipiche dell'artigianato. Inaugurato lo scorso 1° dicembre, il sito ha mosso i suoi primi passi in collaborazione con una dozzina di produttori regionali, i cui prodotti rientrano in tre categorie principali (arredo e complementi d'arredo/idee per la cucina/accessori e tempo libero) ma presto si aggiungerà anche la sezione dedicata alla cura del corpo. «Con i nostri prodotti ci proponiamo di rappresentare le produzioni tipiche regionali, grazie a un continuo ampliamento del catalogo - spiegano le sorelle Clo-

chiatti -. Abbiamo scelto d'inserire prodotti delle coltellerie di Maniago, così come gli articoli tessili e le ceramiche che riprendono i tradizionali motivi della ditta Galvani, ma ci sono anche altri articoli unici nel loro genere come i gioielli della tra-

Inaugurato lo scorso 1° dicembre, il sito ha mosso i suoi primi passi in collaborazione con una dozzina di produttori regionali

dizione orafa di Sergio Mazzola o, cambiando genere, il gioco del Frico. Il filo conduttore comune è il legame con la tradizione ma riproposto in chiave contemporanea e adatto anche a gusti più moderni". L'artigianato, come più volte sottolineato anche a livello locale, necessita di aprirsi a un mondo che ricerca costantemente il Made in Italy e, abituato a informarsi, sceglie anche in

base alla reputazione dell'azienda e al passaparola, spiegano le due imprenditrici. «Certamente dall'estero l'attenzione verso il prodotto di qualità italiano è alta e in crescita - osservano le Clochiatti -. Dato che negli altri Paesi c'è un utilizzo maggiore dello shopping online è giusto sfruttare la rete non solo per attivare interesse e vendere, ma anche per trasmettere informazioni e contenuti circa le produzioni, le tradizioni e la cultura locale, che è un altro dei nostri obiettivi». Spesso alcuni prodotti friulani sono difficilmente reperibili persino attraverso i canali tradizionali e così è nata la possibilità per udinesi e residenti delle zone limitrofe di ritirare in sede l'acquisto, senza accollarsi le spese di spedizione. «Crediamo davvero che la valorizzazione di un territorio e delle sue produzioni

Presto si aggiungerà anche la sezione dedicata alla cura del corpo

- sottolinea Caterina - debba partire dai residenti stessi e questo riguarda anche l'artigianato, capace di portare avanti tradizioni storiche". Il vero problema è che spesso questi produttori sono talmente impegnati a creare che hanno davvero poco tempo da dedicare alla promozione dei propri lavori e ciò rappresenta un ostacolo al raggiungimento di potenziali clienti, ancor di più nel mondo del web dove tutto si evolve velocemente. Il sito comunque ha già cominciato a raccogliere i primi apprezzamenti. «Alcuni dei nostri fan locali hanno creduto nel nostro progetto e hanno sfruttato la nostra offerta per i regali di Natale - aggiunge Maura -; ci sono stati i primi acquisti online ma il sito ha bisogno ancora di essere promosso e crescere per avere risultati importanti". A giorni sarà online la versione in inglese, "per raggiungere - spiegano le Clochiatti - i turisti che soggiornano in Fvg, grazie ad alcune collaborazioni con strutture ricettive di nicchia e qualità e, più in generale, il mercato estero".

Giulia Zanello