



Giuseppina Grimaldi

Giuseppina Grimaldi, la cui attività si svolge nel mondo dell'impresa innovativa è nata a Vicenza. Fin da giovanissima ha mostrato speciali doti nel campo dell'artigianato orafa. Ha fondato un' impresa (Naoto gioielli, con sedi a Vicenza e Londra), che realizza oggetti dal design innovativo, ma si interessa anche di organizzazione e sviluppo aziendale, avendo promosso la creazione di un incubatore d'impresa

pensato e progettato per le donne. Giuseppina Grimaldi ha ricevuto la menzione speciale Futuro Economia nel Concorso ITWIIN 2010. Associazione ITWIIN *Associazione Donne Italiane Inventrici e Innovatrici*- www.itwiin.it
http://www.goldsilverapigroup.it/index.php?option=com_content&view=article&id=226%3A-naoto-di-giuseppina-grimaldi&lang=en

Membro del Consiglio Direttivo di APINDUSTRIA Vicenza g.grimaldi@naoto.it
Presidente GRUPPO APID (Imprenditorialità Donna) - APINDUSTRIA Vicenza
Presidente della Sezione FIDAPA - BPWITALY (DISTRETTO NORD EST)
fidapavicenza@gmail.com

Giuseppina Grimaldi, l'artefice di Naoto, disegna, progetta, realizza. Come produttrice e distributrice di prodotti di oreficeria e accessori moda di fascia medio-alta, l'azienda è titolare di due marchi, "Naoto" e "Orocreando", entrambi focalizzati sulla ricerca di materiali e forme innovative applicate al gioiello e all'accessorio. Naoto avrebbe dovuto essere il nome di una linea uomo, oggi è la marca con la quale l'impresa è più conosciuta, è stata definita dopo un viaggio in Giappone, vuol dire "uomo onesto".

Giuseppina Grimaldi definisce la creazione d'impresa come una modalità di sopravvivenza. Partita con l'offerta di servizi agli orafi, dall'organizzazione in fabbrica fino alla progettazione, oggi Naoto crea e produce accessori nel campo



dell'oreficeria e della moda. Molti degli oggetti giocano sui multiuso: articolo di punta di una delle ultime collezioni, infatti, è stata la linea dedicata alle borse in seta reversibili, con i manici che, staccabili, possono diventare bracciali e collane, mentre la stessa chiusura si trasforma in un gioiello pendente.

Oggi Naoto esporta il 95% della produzione, sta aprendo una serie di uffici di rappresentanza in tutto il Nord Europa, dalla Svezia alla Norvegia fino alla

Danimarca e alla Finlandia, con una scelta precisa: *avvalersi solo di collaboratrici e agenti donne*. Altri ancora sono i mercati in fase di consolidamento: l'Inghilterra e gli USA, ma anche l'India e la Russia; tutti paesi dove il *Made in Italy* artigianale esercita un fascino e un'attrazione fortissima. E dove, con un'intelligente politica di distribuzione, si può arrivare a farsi conoscere, nonostante le ridotte dimensioni aziendali. In progetto una show room, probabilmente a S. Pietroburgo. Il caso di Giuseppina Grimaldi è interessante perchè si è realizzato nonostante una serie di notevoli difficoltà: l'imprenditrice non ha mai desistito e oggi ha raggiunto un riconoscimento all'interno del settore, viene interpellata, ad esempio, per progetti sul design dal Politecnico di Milano.

Basata totalmente sull'autofinanziamento, Naoto è un'altra delle tante imprese che dipende totalmente dalle idee e dalla presenza dell'imprenditrice, che progetta il 90% degli articoli personalmente.

“Costruita addosso” alla sua creatrice, Naoto sta cercando di migliorare il rapporto con le risorse umane esterne attraverso una politica di flessibilità e conciliazione dei tempi, sperimentata in prima persona dall'imprenditrice.

Parlando di programmazione, infatti, ci dice che quest'anno si è presa più tempo per il figlio, che affrontava un cambiamento importante a scuola.

La storia e la voce della protagonista

Giuseppina Grimaldi ci mostra una borsetta simpaticissima e raffinata al tempo stesso, dove il manico si stacca e diventa una collana. Poi ci introduce in un laboratorio dove la creatività trova la propria realizzazione, ci sono materiali e componenti, semilavorati e prototipi. Qui nascono borse e collane, oggetti che cambiano colore e funzione, decorati con perle di fiume e pietre colorate, costruiti con materiali molto particolari, materiali di ricerca. In laboratorio campeggiano ovunque cartelli e foglietti con indicazioni sulla produzione, idee, note e appunti.

“Sono partita nel 1999 con il servizio perchè era l'unica cosa che io potevo vendere, era la mia esperienza. Purtroppo uscivo da una esperienza da dipendente molto negativa. L'azienda ora è a ciclo completo.”

“L'impresa era la mia unica via di sopravvivenza, non è stato realizzare un sogno. Contavo su un finanziamento, che però ha poi incontrato difficoltà nell'erogazione. Non sapevo praticamente nulla e non avevo capitale. Dopo il servizio è arrivata la commercializzazione di prodotti su mio disegno e la progettazione per conto terzi, che continuo a fare anche oggi.” Mentre ci soffermiamo su disegni e campioni, trattenendo a stento la curiosità e la voglia di toccare, l'imprenditrice ci racconta anche ciò che non ha funzionato al meglio: “Ho avuto delusioni con i collaboratori, ora sto lavorando maggiormente con le collaborazioni esterne”. Abbiamo sentito spesso, dalle donne, il racconto di esperienze deludenti sul fronte delle risorse umane, le imprenditrici hanno, generalmente, aspettative troppo alte nei confronti di collaboratrici e colleghe. Si creano relazioni intense, collaborazioni che implicano la condivisione di valori, rapporti importanti, ma fragili nella loro complessità. E a questo punto emerge un modello, una sperimentazione molto interessante: “Ho agenti in vari paesi, l'importante è che siano donne.”

Arriva subito la spiegazione di questa discriminazione a rovescio e si aggancia a problemi di conciliazione: “Volevo creare un ambiente di lavoro nuovo, perché ho cominciato a vedere mio figlio praticamente quando aveva già cinque anni”. Così sintetizza la situazione attuale dell'impresa e i risultati raggiunti: “Io non tornerei indietro, dico solo che all'inizio non avevo i soldi per comprarmi un fax, è stata dura ma ci sono riuscita, mi guardo indietro ed è ancora dura, però va bene così, tutt'ora sto investendo tutto quello che entra”. Chiediamo qual è il prossimo passo: “Incrementare la rete delle agenti, io sto facendo delle sfilate e voglio entrare sempre di più nel campo della moda”. In chiusura si parla di cosa cambierebbe dell'esperienza imprenditoriale. “Purtroppo ho vissuto in solitudine la mia esperienza e questo è un lato negativo della mia storia, perchè a me piace condividere, non ha senso se non divido il bene come il male.”

Ora fa parte di un consorzio. Trova molto bello avere un confronto, il confronto di imprenditori di realtà diverse. Non le dispiacerebbe, però trovare anche qualche donna con cui parlare di realtà comuni.

Giuseppina Grimaldi ci lascia con un consiglio per le imprenditrici: “Non pensate che sia facile”.

Suona il telefono per l’ennesima volta: a casa hanno bisogno.

Le buone pratiche di Naoto

- Pianificazione: “Quest’anno mi trovo ad avere già programmato l’anno prossimo con sei mesi di anticipo, di solito lo facevo verso fine anno”
- Conciliazione: orari particolari a misura di mamma
- Ricerca informazioni: “Informarsi il più possibile perchè la mancata informazione provoca danni e rende insicure”
- Formazione e aggiornamento: “Faccio dei corsi su argomenti che mi interessano, una volta anche dal punto di vista tecnico fiscale e di gestione adesso un po’ meno, mi interessano le conferenze su specifici mercati”
- Creazione di rete, networking: partecipazione a un consorzio
- Rapporto personale con le collaboratrici all’estero “Quando vengono qui si va anche al mare insieme, non è tutto business”
- Strumenti avanzati di promozione: “Siamo frequentemente su riviste di settore, usciamo anche su Vogue, poi fiere, sfilate e ufficio stampa”

DA "L'azienda me la sto costruendo intorno"

Giuseppina Grimaldi

IDEE, FATTI E BUONE PRASSI PER L’IMPRESA FEMMINILE A VICENZA

Servizio Nuova Impresa

Centro Produttività Veneto

www.cpv.org

Note storiche

Il Veneto e in particolare la provincia di Vicenza si presenta con una varietà e quantità di attività artigianali da rappresentare una realtà difficilmente riscontrabile in altri paesi.

Fra queste un posto di rilievo è occupato dall’artigianato artistico che raccoglie l’eredità dei prestigiosi laboratori antichi e che mette in evidenza le qualità creative e le abilità professionali tramandate nei secoli, arricchite con innovazioni e tecniche moderne. Nel difficile tentativo di definire cosa si intenda per “cultura artigiana” e di definire realmente chi sia “l’Artigiano”, ci sembra opportuno riportare la testimonianza di una corrispondenza da Bassano all’Associazione nel 1949 ma ancora attuale al giorno d’oggi.. Vi è scritto: “L’Artigiano è colui che possiede le attività superiori, fattive, creative, costruttive. Colui che ha la fortuna di godere la gioia sana e serena del lavoro. Colui che sente in sé nobile lo spirito della sua libertà individuale. Colui che ha il coraggio del suo operare e intera la fiducia del produrre cose utili e belle a sé e alla società. Colui che ha in sé l’eroico impulso del bene comune sentito in linea pratica e sperimentale del *provare e riprovare*”..