

Newspaper metadata:

Source: Giornale Di Sicilia Ed. Palermo
 Author: Fabio Geraci
 Date: 2019/12/17
 Country: Italy
 Pages: 24 - 24
 Media: Printed

Media Evaluation:

Readership: 66.250
 Ave: € 8.910
 Pages Occuped: 0.5



Camera di commercio e social network

Dai gioielli alle scarpe L'impresa in rosa che fa affari con il web

La scommessa vinta dalle aziende gestite tutte al femminile

Fabio Geraci

Si può lavorare e guadagnare sul web declinando tutto al femminile? La risposta è certamente sì, come dimostrano le storie di successo, presentate alla Camera di Commercio, di quattro donne palermitane che, grazie a internet e ai social network, sono diventate imprenditrici affermandosi nell'immenso palcoscenico del panorama digitale. C'è chi realizza gioielli, chi ha creato uno spazio dedicato alle mamme, chi ha aperto un negozio per vendere calzature, chi produce marmellate, conserve dolci e salate e prodotti da forno per aiutare le donne vittime di violenza a essere autonome economicamente. Sono le protagoniste di #SheMeansBusiness, il programma globale di Facebook che mira a supportare le donne che fanno o vorrebbero fare impresa realizzato in Italia con la collaborazione della Fondazione Mondo Digitale.

«Stiamo lavorando grazie ai social – dice Nicoletta Cosentino raccontando la sua esperienza con “Cuoche Combattenti” –, il laboratorio è aperto da settembre e abbiamo già raggiunto quota cinquemila like. Siamo sommerse dagli ordini per le festività natalizie e stiamo spedendo in tutta Italia la nostra pasticceria secca, i frollini e i crackers, rigorosamente con grani siciliani». Nata come un'associazione di casalinghe, Cuoche Combattenti è soprattutto un progetto di imprenditoria sociale: «Al momento siamo in quattro – sottolinea Co-

sentino – ma abbiamo fatto richiesta per ottenere alcuni tirocini da assegnare a donne maltrattate per ricominciare insieme dimenticando il passato». Per la jewelry designer Simona Randazzo è grazie all'e-commerce che «azzerriamo le distanze con le nostre clienti - spiega -. Avere un negozio online ci permette di raggiungere chiunque abbia il desiderio di indossare un gioiello delle nostre collezioni. Non pensavamo che questo mercato fosse così in crescita tanto da dover dedicare un impegno costante alle vendite online, ai social media e al sito internet». Differente il target di «Palermo Mamme» di Simona Sunseri, che ha dato vita a una community tra donne che conta oltre quattromila iscritte. «Lo scopo era di mettere in rete le mamme palermitane – rivela la Sunseri - sia che vivano in Sicilia o all'estero, per aiutarsi a vicenda scambiandoci opinioni e informazioni. Ma anche per creare opportunità di lavoro, per incoraggiare i bambini alla lettura o per realizzare momenti di beneficenza. Finora il gruppo si è retto solo su passione e entusiasmo ma in futuro potrebbe aprirsi alla collaborazione di alcuni sponsor». Facebook e Instagram stanno supportando Marianna Aiello, titolare della boutique «Tacco 12» e seconda generazione di una famiglia di imprenditori di successo del capoluogo siciliano, a lanciare il proprio brand in un mercato globale. «Il nostro fatturato è legato al negozio fisico, ciò è dovuto al fatto che i nostri prodotti sono personalizzati. E quindi l'utente sfoglia i nostri siti come se fossero un catalogo e poi viene a comprare da noi. L'e-commerce si sta ancora sviluppando ma cerchiamo di coinvolgere il pubblico attraverso i social con le nostre storie e con le promozioni che offriamo ai clienti». All'iniziativa hanno partecipato anche «I Sansoni», duo palermitano divenuto famosissimo grazie a Facebook, i cui video hanno raggiunto più di 20 milioni di visualizzazioni. (*FAG*)

**Dai fornelli alle mamme
Il racconto di chi
ha sfruttato le grandi
opportunità fornite
dall'era digitale**