

Una donna un'impresa

SCOCCHIA (ILLYCAFFÈ)

7

Verso la Borsa e i mercati globali «Trieste resta al centro di tutto»

A

49 anni è amministratore delegato di Illycaffè e siede nel Cda di Essilor Luxottica (il colosso mondiale degli occhiali con radici nel Nordest d'Italia), di Fincantieri e di Fondazione Altagamma. Ha un marito cardiocirurgo a Lugano e un figlio adolescente, Riccardo, che l'adorano. Quattro anni fa è stata inserita nella classifica delle 100 donne leader più influenti e lo stesso anno è stata premiata come miglior capo azienda per la categoria retail ai Ceo Italian Awards. In aggiunta è Cavaliere della Legion d'Onore (l'onorificenza più alta attribuita dalla Repubblica francese) e può vantare un master honoris causa in Business Administration conferitole dal Cuoia, la business school di Altavilla Vicentina. Se a tutto questo si aggiungono gli incarichi manageriali del passato in Procter & Gamble, all'Oreal e in Kiko, è facile comprendere quanto possa sentirsi soddisfatta e realizzata sia nella vita lavorativa che in quella privata.

Dove ha messo mano, Cristina Scocchia finora ha sempre ottenuto risultati eccellenti, il più recente dei quali è una crescita del fatturato di Illycaffè del 14%, raggiungendo i 600 milioni di euro.

«Ho trascorso i miei primi 18 anni - racconta Scocchia - a Coldioli, una frazione di Sanremo, imparando ad amare il mare, così come in seguito avrei imparato a voler bene alla montagna, quando ho conosciuto mio marito che è un valdostano. Sono stata una ragazza come tante altre, anche se mi è sempre piaciuto studiare. Al liceo ho partecipato attivamente alla vita della scuola, anche organizzando assemblee e scioperi. Poi il mio percorso si è spostato alla Bocconi, a Milano, dove mi sono laureata in Economia, ottenendo quindi un dottorato di ricerca in Economia Aziendale all'Università di Torino. Sono stati gli anni decisivi per il mio futuro. Nel '97 ho avuto la fortuna di partecipare a uno stage in Procter & Gamble, dove, poco tempo dopo, mi hanno offerto di rimanere, a patto che continuassi anche negli studi ottenendo il massimo dei voti. Compresi che era un treno che probabilmente non sarebbe più passato, per cui non solo ci sono salita ma ho anche cercato di dare tutta me stessa».

Così, Cristina Scocchia dapprima si è occupata di prodotti per la casa come Mastro Lindo, Spic & Span e Viakal, ma poi è riuscita a entrare nel mondo dei suoi sogni, quello del beauty, alle



Cristina Scocchia
Investiremo 120 milioni nel nostro sito strategico, no alla delocalizzazione



Nella mia squadra di lavoro 4 persone su 9 sono donne: io guardo sempre alla meritocrazia



Cosmetics International Operations, con la supervisione dei brand di sua competenza in oltre 70 Paesi nel mondo. Poi il passaggio all'Oreal e, nel luglio del 2017, l'incarico come amministratore delegato di Kiko (marchio italiano dei cosmetici), dove la sua gestione genera un Ebitda pari a 58 milioni di euro, il doppio rispetto all'anno precedente.

Da poco più di 14 mesi sie-

di di un nuovo impianto di tostatura e all'allargamento delle linee di produzione e della capacità logistica della fabbrica». Nel piano quinquennale, Illycaffè punterà molto sul mercato Usa, il secondo dopo l'Italia. I ricavi, in quell'area, sono aumentati del 27%. Scocchia ha ricevuto anche il mandato di portare Illycaffè in Borsa, in linea con la tabella di marcia del piano industriale

«Trieste è bellissima, amo tutto il Nordest d'Italia, che mi ricorda il mio nonno materno, originario di San Donà di Piave - dice ancora Scocchia -. Ho scelto però di abitare a Milano, per dare l'opportunità a mio figlio di vivere più vicino al suo papà. In Illycaffè mi trovo benissimo, nel mio gruppo di lavoro, 4 persone su 9 sono donne. Io guardo sempre alla meritocrazia». Oggi un terzo delle vendite si realizza in Italia ma, a suo parere, si possono trovare nuovi spazi sia sul mercato interno che su quello estero.

«Mio padre era insegnante di scuola media e mamma era maestra d'asilo - conclude -, a loro devo un'adolescenza felice e una presenza costante. Per quanto mi riguarda, sin da piccola avrei voluto diventare amministratore delegato, senza per questo dover rinunciare alla serenità, agli amici, alle giornate al mare, a divertirmi insomma». La top manager veneto-ligure non sa cosa le riserverà il futuro lavorativo ma quel che è certo è che vorrebbe occuparsi anche di no-profit. Fino al 1999 è stata volontaria sulle ambulanze della Croce Rossa, cercando di dispensare solidarietà e aiuto. Un domani le piacerebbe occuparsi come amministratore di un'impresa no-profit e regalare così ad altri le sue competenze e la sua esperienza.

Giorgio Naccari
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Eratelli in azienda

Letti di famiglia: Twils e la bandiera del Made in Italy



Affare di famiglia Da sinistra, Wilma, Luisella, Tiziano e Simone Carnieletto

Un affare di famiglia. Com'è possibile unire una forte anima artigianale a una vocazione internazionale? Per rispondere alla domanda, basta ripercorrere i 41 anni di storia di Twils (acronimo dalle iniziali dei fratelli Carnieletto, Tiziano, Wilma, Luisella e Simone), l'azienda trevigiana di letti imbottiti, divani e poltrone, nata a Cessalto nel 1982 come piccolo laboratorio artigianale, Veneta Cuscini, dedicato all'epoca alla produzione di cuscini e biancheria per la casa.

Tutta sartorialità interamente italiana, che da allora ha continuato a seguire una propria naturale evoluzione. Ma si deve al padre Dante lo sviluppo della parabola aziendale. «Lui era un visionario - ricorda Wilma, direttrice creativa e marketing manager - niente lo spaventava, il suo sogno era vedere i suoi quattro figli lavorare insieme. Aveva colto in ognuno di noi dei talenti inespressi che ha saputo poi valorizzare».

È Wilma a cucire i racconti e gli aneddoti che narrano la storia dell'azienda di famiglia, in cui si condividono gli stessi valori, l'orgoglio di appartenenza, la costante ricerca di innovazione da un lato e l'avanguardia tecnologica dall'altro.

Sul fil rouge del prodotto di alta qualità e con un background che già parlava il linguaggio tessile, i Carnieletto partono da questa impronta sartoriale per arrivare, qualche anno dopo, alla produzione dell'imbottito.

«Nel 2013, poi - racconta Wilma - si è deciso di andare oltre, scommettendo e investendo nell'area living, collaborando con designer di fama mondiale, per raggiungere quella cifra stilistica che ci contraddistingue. Nel nostro caso, poi, il passaggio di

consegne da una generazione all'altra è venuto in modo naturale».

In azienda, Wilma è anche l'artefice della selezione dei tessuti e con il suo gusto anticipa e asseconda le tendenze dettate dai tempi. «Non è semplice - spiega - perché la concorrenza è spietata ma noi facciamo il vero Made in Italy e questa è la nostra forza, assieme alla tenacia e all'amore che ci lega. Anche se Simone non c'è più da 6 anni, a causa di una malattia, noi siamo qui per portare avanti quello che era anche il suo sogno».

Oltre a Wilma ci sono gli altri fratelli, Luisella che è la responsabile amministrativa e Tiziano, il maggiore, che riveste un ruolo organizzativo e manageriale, oltre a curare personalmente il design di alcuni prodotti.

Insieme, i tre Carnieletto prendono le decisioni riguardanti da un lato l'asset e dall'altro la conduzione aziendale. Twils oggi si sviluppa su un'area di oltre 10 mila metri quadrati, di fronte al bosco di Olmè, un antichissimo polmone verde. Ha 65 dipendenti, di cui 37 sono donne, «che sono la nostra forza per la loro capacità di mettersi sempre in gioco, con talento professionale e attaccamento all'azienda». La rete distributiva si è sviluppata in maniera capillare sul territorio nazionale prima con showroom e poi attraverso la selezione di top client e flagship store.

A livello internazionale, il marchio è presente non solo in Europa ma anche negli Stati Uniti, in Canada, in Cina e in Medio Oriente, anche se si punta a un'espansione sui mercati esteri sempre più vasta, perché «la nostra vocazione - conclude Wilma - è essere un simbolo del Made in Italy nel mondo».

E.L.

© RIPRODUZIONE RISERVATA