



10 Righe dai libri

leggi, scrivi e condividi le tue 10 righe dai libri
<http://www.10righedailibri.it>



Titolo originale: *THE \$100 STARTUP:*
Reinvent the Way You Make a Living, Do What You Love, and Create a New Future

© 2012 Chris Guillebeau

Questa edizione è pubblicata in accordo con Crown Business,
un imprint di Crown Publishing Group,
una divisione di Random House, Inc.

Design: Helene Berinsky
Illustrazioni: Mike Rohde

Traduzione dall'inglese di Viviana Cerqua

I edizione gennaio 2013
© 2013 Lit Edizioni Srl
Tutti i diritti riservati

Ultra è un marchio di Lit Edizioni
Sede operativa: Via Isonzo 34, 00198 Roma
Tel. 06.8412007 - fax 06.85865742

www.castelvecchieditore.com
info@castelvecchieditore.com

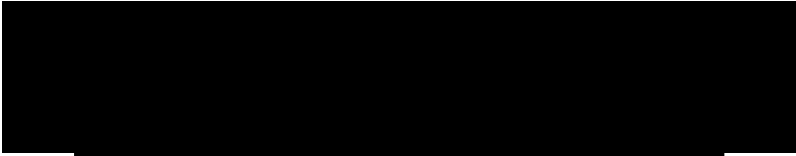
Chris Guillebeau

€ 100 BASTANO

**Per reinventare la tua vita,
fare ciò che ti piace
e crearti un nuovo futuro**

Traduzione di Viviana Cerqua

ultra



*Questo libro è per:
chi agisce
e
chi gli fornisce l'ispirazione*

PIANO D'AZIONE

PROLOGO

Programma – Una breve guida a tutto ciò che volete 9

PARTE I - IMPRENDITORI PER CASO

1. Rinascita

Possedete già le capacità di cui avete bisogno, dovete solo sapere dove guardare 16

2. Procurategli il pesce

Come impacchettare la felicità e venderla 32

3. Seguite le vostre passioni... forse

Fatevi pagare per ciò che amate fare,
ma accertatevi che sia collegato a quello che vuole la gente 48

4. L'ascesa dell'imprenditore ramingo

«La posizione, la posizione, la posizione» è una teoria sopravvalutata 60

5. La nuova demografia

Tutti i vostri clienti hanno qualcosa in comune,
ma non ha nulla a che fare con le categorie della vecchia scuola 74

PARTE II -METTETELO IN PIAZZA

6. Il piano aziendale in un pagina

Se la vostra dichiarazione di intenti è molto più lunga di questa frase,
forse è troppo lunga 90

7. Un'offerta che non potrete rifiutare

Un manuale che spiega, passo passo, come creare un'offerta micidiale 102

8. Il lancio!

Dalla vostra sala da pranzo, o dalla caffetteria all'angolo, a Hollywood 116

9. Ingegnarsi: la sottile arte della promozione	
La pubblicità è come il sesso: solo i perdenti pagano per farla	132
10. Mostrami i soldi	
Raccolte fondi non convenzionali da Kickstarter a improbabili finanziamenti per le auto	146
PARTE III - LEVE FINANZIARIE E PASSI SUCCESSIVI	
11. Fare progressi	
Aggiustare la rotta verso la banca: come delle piccole azioni possono creare dei grandi incrementi nei profitti	166
12. Avviate un franchising di voi stessi	
Istruzioni su come clonarvi per divertimento e profitto	182
13. Investire a lungo termine	
Crescete quanto volete (non oltre)	204
14. E se fallisco?	
Come raggiungere il successo anche se il tetto vi crolla addosso	218
APPENDICE	230
RIVELAZIONI E FATTI INTERESSANTI	232
MA ASPETTATE, C'E' DELL'ALTRO!	233
APPENDICE DELLE STORIE «PROCURATEGLI IL PESCE»	
Venticinque casi selezionati	234
RINGRAZIAMENTI	238
LE ROCKSTAR DI € 100 BASTANO	240
INDICE ANALITICO	246

PROLOGO

Programma

UNA BREVE GUIDA A TUTTO CIÒ CHE VOLETE

Immaginate una vita in cui passate il tempo facendo ciò che volete.

Immaginate di rivolgere tutta la vostra attenzione a un progetto ideato da voi, invece di funzionare da ingranaggio in una macchina che arricchisce gli altri.

Immaginate di consegnare una lettera al vostro capo, in cui si legge: «Spettabile Principale, le scrivo per informarla che i suoi servizi non sono più richiesti. La ringrazio di tutto, ma da oggi in poi farò le cose a modo mio».

Immaginate che oggi sia l'ultimo giorno in cui lavorate per qualcuno diverso da voi stessi. E se – molto presto, non in un futuro remoto e indefinito – bastasse, semplicemente, avviare il computer portatile del vostro studio, entrare nel negozio che avete aperto, telefonare a un cliente che si affida alla vostra sollecita consulenza, o compiere qualsiasi altra azione vogliate, invece di adempiere quanto vi viene detto di fare?

In tutto il mondo, in molti modi differenti, migliaia di persone stanno facendo proprio questo. Stanno riscrivendo le regole del lavoro, diventando il capo di se stessi e creando un nuovo futuro.

Diversi imprenditori per caso hanno già messo in moto questo nuovo sistema di fare affari, benché la maggior parte di essi non avesse mai pensato di rivestire quel ruolo. È la rivoluzione della *microimprenditoria*, un modo per guadagnare bene e crearsi una vita indipendente e propositiva.

In altri trattati troverete l'ascesa di aziende specializzate in servizi Internet, con tanto di sproloqui sui capitali di rischio e racconti di ristoranti biologici a gestione familiare. In altri manuali scoprirete come redigere un piano aziendale da ottanta pagina, che nessuno leggerà mai e che, comunque, non riflette minimamente come dovrebbe operare. Questo libro è diverso e porta avanti due temi fondamentali: la *libertà* e il *valore*. La libertà è ciò di cui tutti andiamo alla ricerca; il valore è il mezzo con cui poterla raggiungere.

Imbattersi nella libertà

Più di dieci anni fa, mi sono imbarcato nel lungo viaggio del lavoro autonomo a qualsiasi costo. Diventare un imprenditore non era nei miei piani, ma non avevo alcuna intenzione di lavorare alle dipendenze di qualcun altro. Da un modesto appartamento a Memphis, nel Tennessee, osservavo l'operato altrui, applicando il principio di ingegneria inversa al loro successo. Ho cominciato importando il caffè dalla Giamaica e rivendendolo on line, seguendo l'esempio di chi ne aveva tratto profitto; non possedevo particolari abilità nell'importarlo, tostarlo o venderlo. (Tuttavia, ne consumavo molto per «testarlo» spesso).

Se avevo bisogno di soldi, cercavo di pensare in termini di produzione e compravendita e non di taglio di costi o di lavoro dipendente. Questa distinzione era cruciale, perché la maggior parte delle previsioni di bilancio partono da un determinato utile per poi stabilire le scelte attuabili. Io agivo in maniera inversa: cominciavo dall'elenco di cosa volevo fare per poi arrivare a capire come trasformarlo in realtà.

I proventi non mi arricchivano, ma pagavano i conti e mi davano qualcosa di ben più prezioso dei soldi: la libertà. Non avevo orari a cui attenermi, fogli di presenza da compilare, inutili rapporti da presentare, politiche aziendali da rispettare e nemmeno riunioni a cui partecipare inderogabilmente.

Ho trascorso molto tempo a studiare come funzionava una vera impresa, ma non mi sono mai lasciato distrarre dal mio fitto programma di letture giornaliere nelle sale da tè e serate a suonare jazz.

Nel tentativo di contribuire a un fine più grande nel mondo, mi sono trasferito in Africa occidentale, dove ho trascorso quattro anni da volontario, presso un istituto medico di beneficenza, alla guida di Land Rover cariche di rifornimenti per le cliniche della Sierra Leone e della Liberia. Ho imparato che la libertà è legata alla responsabilità e che potevo unire il mio desiderio di indipendenza a qualcosa che aiutasse il resto del mondo. Dopo il mio ritorno negli Stati Uniti,

ho cominciato la professione di scrittore allo stesso modo in cui avevo imparato a fare qualsiasi altra cosa: partendo da un'idea e poi cercando di comprendere il resto lungo la strada. Ho intrapreso un viaggio che mi avrebbe fatto toccare tutti i paesi del mondo, visitandone venti all'anno e intrattenendo rapporti di lavoro ovunque mi recassi. Ad ogni passo, l'importanza della libertà mi faceva da bussola.

Non esiste cura per chi dipende dalla libertà. Una volta visto com'è dall'altra parte, è difficile tornare a sottostare alle regole altrui.

La dottrina del valore

La seconda parte di questo libro riguarda il *valore*, un termine abusato, ma raramente approfondito. Come diremo in seguito, il valore nasce dal fare qualcosa di utile e condividerla col mondo. I protagonisti delle storie che leggerete sono riusciti nel loro intento grazie al valore di ciò che hanno creato. Spesso, libertà e valore si combinano quando decidiamo di agire in un ambito che amiamo: un hobby, una capacità o una passione che si finisce per trasformare in un modello aziendale.

La rivoluzione della microimprenditoria si compie intorno a noi ogni volta che si dice «grazie, ma no grazie» a un lavoro convenzionale, scegliendo, invece, di seguire un proprio percorso e creare un nuovo futuro. Le piccole imprese non sono una novità, ma mai prima d'ora, così tante opportunità sono confluite nel posto e nel momento giusto. All'aumentato accesso alle tecnologie, è corrisposta un'altrettanto rilevante diminuzione delle spese. Al giorno d'oggi, potete sperimentare la vostra idea sul mercato immediatamente, senza attendere mesi per stimare le probabilità di riuscita. In cinque minuti, potete aprire un conto Paypal dove ricevere denaro da oltre 180 paesi.

Ancora meglio, mentre vi create un gruppo di fedeli clienti, saprete in netto anticipo cosa produrre per loro e che possibilità avete di ottenere l'esito sperato, senza investire troppe risorse. In effetti, più comprenderete come sfruttare le vostre abilità e conoscenze a favore degli altri, più cresceranno le vostre probabilità di successo.

Ma la cosa più importante è che la cruciale questione professionale, in base alla quale stabilire cosa sia azzardato o sicuro, è cambiata definitivamente. Un tempo, si sceglieva tra la certezza di un lavoro dipendente e il rischio di un'attività autonoma. La nuova realtà è che il primo potrebbe rivelarsi l'alternativa più pericolosa. Piuttosto, prendete la strada più sicura e mettetevi in proprio.

E se riuscite a conquistare la vostra libertà aggirando quelli che ritenevate essere dei requisiti necessari? Invece di chiedere un prestito, cominciate *senza* tante risorse: proprio adesso. Invece di assumere dei dipendenti, avviate un progetto per conto vostro, in base alle vostre particolari passioni e abilità. Invece di frequentare una scuola di formazione aziendale (che, in realtà, non insegna a gestire una piccola attività), risparmiate migliaia di euro e imparate quanto dovete in corso d'opera.

Ricordate, questo libro non spiega come avviare una grande attività on line o un'azienda tradizionale, indossando un completo elegante e andando a mendicare un prestito in banca. Al contrario, espone i racconti di persone che hanno trovato un modo per vivere i loro sogni, traendo profitto da qualcosa che amano profondamente. E se si potesse replicare il loro successo? Se esistesse un piano generale da poter seguire, se si potesse imparare da chi lo ha trasformato in realtà?

È un piano, non una vaga serie di idee

Condividerò altri dettagli della mia storia mentre procederemo oltre, tuttavia questo libro non è su di me, ma su chi ha trovato la libertà e su come voi potreste fare altrettanto. Durante l'informale presentazione di un libro, ho visitato sessantatré città degli Stati Uniti e del Canada (a cui si sono aggiunti, infine, altri quindici paesi) e incontrato diverse persone che avevano scambiato il lavoro dipendente con quello autonomo.

Successivamente, ho collaborato con un piccolo gruppo per avviare una ricerca pluriennale e particolareggiata, che coinvolgeva oltre un centinaio di soggetti. Dopo aver passato al setaccio montagne di dati (più di quattromila pagine di risposte ai sondaggi, oltre a centinaia di telefonate, sedute Skype e scambi di e-mail), ho redatto le lezioni che ho ritenuto più importanti e le ho proposte in questa sede per essere da voi valutate ed eventualmente messe in pratica. Questo piano verso la libertà è interamente personalizzabile e decisamente attuabile. Lungo il cammino, avrete a disposizione diversi momenti in cui fermarvi e concentrarvi sulla vostra situazione, prima di procedere e sapere cosa hanno fatto gli altri.

Alcuni dei soggetti dell'indagine sono dei ribelli nati, determinati a cavarsela da soli fin dall'adolescenza, ma la maggior parte è gente comune che non intendeva mettersi in proprio se non in tarda età. Diversi sono stati sospesi o licenziati e hanno dovuto cercare un modo per pagare le bollette o sostenere la

famiglia. (Quasi tutti si sono espressi in maniera analoga: «Perdere il lavoro è stata la cosa migliore che mi sia capitata. Se non fossi stato costretto, non avrei mai fatto un simile salto nel vuoto»).

Ma non fate l'errore di pensare che il piano vi spieghi come lavorare meno, ciò che viene illustrato è come lavorare *meglio*. Lo scopo non è arricchirsi velocemente, ma realizzare qualcosa a cui le persone attribuiranno un valore tale da volerlo acquistare. Non state, semplicemente, creando un impiego, ma costruendo un lascito.

Questo piano non implica segreti, scorciatoie o stratagemmi. Non troverete esercizi di visualizzazione mentale. Se pensate che la strada per il benessere economico vi verrà rivelata semplicemente rivolgendogli il pensiero, allora posate il libro e passate il tempo a farlo. Al contrario, questo libro riguarda soprattutto le azioni che potete intraprendere per assumervi la responsabilità del vostro futuro. Leggete, se volete costruire qualcosa di bello lungo la strada per la libertà.

Avete la possibilità di trascorrere una vita piena di significato, orientata verso ciò che amate fare? Sì. Potreste trarne un certo guadagno? Sì, ed ecco le storie di chi vi ha fatto da precursore. Esiste una percorso da seguire per il vostro piano di fuga? Sì, eccolo. Procedete lungo di esso per creare la libertà che bramate.

PARTE I

**IMPRENDITORI
PER CASO**

1. Rinascita



POSSEDETE GIÀ LE CAPACITÀ DI CUI AVETE BISOGNO - DOVETE SOLO SAPERE DOVE GUARDARE

**«Il bisogno di cambiamento spiana la strada
verso la mia vera essenza».**

– MAYA ANGELOU

Lunedì mattina, 4 maggio 2009, Michael Hanna ha indossato un completo Nordstrom, con una cravatta dai colori vivaci, e si è diretto in ufficio, in un palazzo al centro di Portland, nell'Oregon. Michael, un venticinquenne esperto nel ramo delle vendite, trascorrevva i giorni partecipando alle riunioni, lusingando i clienti e rispondendo continuamente alle e-mail.

Giunto a lavoro, si è sistemato nel suo cubicolo, ha letto il giornale e controllato la posta elettronica. Uno dei messaggi veniva dal suo principale che gli chiedeva di vederlo nel corso della giornata. La mattinata è passata senza alcun evento di rilievo: altre e-mail, telefonate e progetti per un gran colpo. Michael ha portato fuori a pranzo un cliente, sulla via di ritorno si è fermato per ricaricarsi con un caffè espresso e ha fatto in tempo a sbrigare qualche altra pratica, prima di dirigersi verso l'ufficio del direttore.

Una volta seduto, Michael ha notato che sfuggiva il suo sguardo. «Dopo di che», racconta, «tutto si è svolto come a rallentatore. Mi sono state raccontate storie simili da tante persone, ma me ne sono sempre sentito distaccato. Non ho mai pensato che sarebbe potuto succedere a me».

Il capo ha accennato alla fase discendente del mercato, all'ineluttabile esigenza di perdere del personale valido, e così via. Un responsabile delle risorse umane è comparso dal nulla e lo ha accompagnato alla sua scrivania, porgendogli uno scatolone di cartone – *un vero scatolone di cartone!* – in cui raccogliere tutte le sue

cose. Michael non sapeva cosa dire, ma ha cercato di fare buon viso a cattivo gioco, per i colleghi li vicini. Poi, ha guidato fino a casa pensando a come dire a sua moglie Mary Ruth e ai suoi due bambini che non aveva più un lavoro.

Dopo lo shock iniziale, Michael si è adattato a una routine prima sconosciuta, fatta di assegni di disoccupazione e ricerca di offerte di lavoro. La caccia era alquanto ardua. Era altamente qualificato, come molte delle altre persone che battevano le strade in cerca di un'occupazione. Il mercato stava cambiando ed era alquanto improbabile che Michael sarebbe tornato a ricoprire un incarico ben retribuito, allo stesso livello di prima.

Un giorno, un amico, proprietario di un negozio all'ingrosso di mobili, gli ha accennato a un camion pieno di materassi in liquidazione, di cui non sapeva cosa fare. «Forse riesci a venderne uno alla volta su Craigslist e farci qualche soldo», ha detto a Michael. L'idea sembrava alquanto assurda, ma sul fronte lavorativo non si muoveva una foglia. Michael ha pensato che li avrebbe potuti vendere almeno al prezzo di costo e così ha chiamato Mary Ruth e le ha detto: «Tesoro, è una lunga storia, ma per te andrebbe bene se comprassi una partita di materassi?».

Il passo successivo è stato scovare un posto dove conservare la merce. Setacciando la città, Michael ha trovato un concessionario automobilistico che aveva chiuso da poco. Erano tempi duri anche per il mercato immobiliare e, così, una volta chiamato il locatore del vecchio salone da esposizione per sapere se poteva installarvi il suo negozio, Michael è riuscito a concludere subito l'accordo. Il primo stock di materassi si è esaurito rapidamente attraverso il portale Craigslist e il passaparola, il problema rimanente era come rispondere alle domande dei potenziali clienti, incerti su quale genere di prodotto acquistare. «Non avevo alcun piano aziendale, né alcuna conoscenza dell'argomento», ha detto Michael. «I negozi di materassi all'ingrosso mi davano l'impressione di essere trasandati e stipati. Non sapevo ancora che tipo di posto stessi cercando di creare, ma lo volevo accogliente, un luogo dove i clienti non sarebbero stati importunati».

Dopo la conclusione positiva della sua prima esperienza da imprenditore, Michael ha deciso di buttarsi e dedicarsi completamente al campo dei materassi, parlando con i fornitori locali e contrattando con il locatore per rimanere nell'ex salone automobilistico, mentre Mary Ruth realizzava un sito web. L'idea di un grande magazzino di materassi con una strategia di vendita non aggressiva è stata ben accolta a Portland e gli affari sono cresciuti ulteriormente quando hanno offerto la prima consegna di materassi *in bicicletta* mai esistita. (Un amico aveva costruito un tandem con una piattaforma a rimorchio che poteva ospitare un materasso matrimoniale *king size*). I clienti che arrivavano al negozio con la

propria bicicletta, ricevevano una consegna omaggio, una strategia di *pricing* in grado di fidelizzare la clientela e di ispirare un certo numero di video amatoriali, caricati poi su YouTube.

Pur non corrispondendo a quello che si sarebbe mai aspettato di fare, Michael era riuscito a mettere su una vera impresa, remunerativa fin dal primo camion di materassi, e a sostenere economicamente la sua famiglia. A due anni dal brusco distacco dalla vita aziendale, Michael stava esaminando il suo armadio quando ha notato il completo Nordstrom che aveva indossato in quella occasione. Negli ultimi due anni non aveva indossato né quello, né nessun altro abito da lavoro, nemmeno una volta. Ha portato il completo sulla bicicletta e lo ha lasciato all'istituto di beneficenza Goodwill, dopo di che ha proseguito verso il negozio. «Da quando ho perso il lavoro, ho trascorso due anni straordinari», afferma adesso. «Sono passato dall'essere un uomo d'azienda a un addetto alle consegne di materassi e non sono mai stato più felice».

• • •

Dall'altra parte della città, rispetto al negozio all'ingrosso di materassi di Michael, la neoimprenditrice Sarah Young stava aprendo una merceria all'incirca nello stesso periodo. Quando le è stato chiesto perché avesse deciso di fare il grande salto, all'apice della fase discendente economica e senza alcuna esperienza nella gestione di un'azienda, Sarah ha risposto: «Non si tratta di non avere alcuna esperienza, ma un altro genere di esperienza. Non sono mai stata un'imprenditrice prima, ma sono stata un'acquirente. So cosa volevo e, visto che non esisteva, l'ho creato io». Il negozio di filati di Sarah, ulteriormente descritto nel Capitolo 11, è diventato remunerativo in sei mesi ed è stato fonte di ispirazione per un notevole seguito internazionale.

Nel frattempo, altrove nel mondo, in molti saltavano la fase di aprire un negozio tradizionale, per passare direttamente a un'attività di servizi Internet, con un costo di avviamento pari a zero. In Inghilterra, Susannah Conway, ha cominciato a insegnare fotografia per divertimento, ma è stata sorpresa da una realtà che le ha cambiato la vita: guadagnava più in questo modo che come giornalista. (Domanda: «Cosa non ti saresti aspettata quando hai cominciato?». Risposta: «Non sapevo che stavo cominciando!»).

Benny Lewis si è laureato in un'università irlandese, conseguendo una specializzazione in ingegneria che non ha mai messo a frutto. Ha trovato, invece, il modo di guadagnarsi da vivere come «esperto hacker linguistico», viaggiando per il mondo e aiutando gli studenti a imparare velocemente altri idiomi. (Do-

manda: «Cos'altro dovremmo sapere sulla tua attività?». Risposta: «Smettete di chiamarla così! È il più bel momento della mia vita!»).

Date il benvenuto a questo strano e innovativo mondo della microimprenditoria. È qui che, agendo a prescindere dalle notizie economiche più diffuse, i blogger indiani arrivano a guadagnare 160mila euro l'anno, gli editori internazionali si aggirano per il mondo, operando da Buenos Aires e Bangkok, e i prodotti lanciati da imprese individuali fruttano fino a 80mila euro in un solo giorno, inducendo dei preoccupati direttori di banca a chiudere dei conti senza sapere cosa stia accadendo.

Strano a dirsi, molte di queste insolite attività prosperano organizzando svendite e reclutando schiere di ammiratori e sostenitori che non vedono l'ora di acquistarne i prodotti appena immessi sul mercato. «Il mio piano di marketing consiste nel fornire i clienti in maniera strategica», dichiara Megan Hunt, che a Omaha, in Nebraska, crea abiti e accessori per matrimoni e li spedisce via mare in tutto il mondo. «Conferire il potere agli altri è il nostro principale impegno commerciale», afferma Scott Meyer, dal South Dakota. «Ospitiamo corsi di formazione, distribuiamo materiale gratuito e rispondiamo a qualsiasi richiesta inviataci per e-mail, senza alcun costo».

• • •

Per certi versi, gli imprenditori ribelli che contrastano il sistema e procedono per conto proprio non sono una novità. La *microimpresa* – solitamente gestita da una sola persona – è esistita fin dalla nascita del commercio. I mercanti vagabondavano per le strade di Atene e di Roma, diffondendo i loro articoli. In molte zone rurali dell'Africa e dell'Asia, buona parte del commercio avviene ancora tramite piccole transazioni e baratti.

Anche gli approcci non convenzionali al marketing e al rapporto con il pubblico esistono da lungo tempo. Molto prima di diventare famosa, una band ha avuto l'idea di comunicare direttamente con i suoi fan, aggirando il più possibile la tradizionale struttura discografica. I fan si sentivano parte di una comunità e non solo di una folla di adoranti spettatori. Ah, e invece di dipendere soprattutto dagli introiti ricavati dalla vendita degli album, la band contava anche sui biglietti e il merchandising legati a un'infinita serie di concerti dal vivo. L'esempio sembra più che mai attuale, invece correva l'anno 1967 e la band si chiamava Grateful Dead.

Comunque, ciò che è veramente innovativo è la rapidità con cui si può costruire un'attività e raggiungere una clientela. Oggi, il processo di sviluppo è molto più veloce ed economico di quanto lo sia mai stato. Passare dall'idea di

avviare un'impresa alla sua realizzazione può richiedere meno di un mese e un costo inferiore ai 100 euro. Vi basterà domandare a uno dei protagonisti delle storie che leggerete in questo libro. Benché il commercio sia sempre esistito, lo sviluppo, il raggio d'azione e la connessione sono cambiati radicalmente. Se il factotum che svolge compiti e riparazioni insolite, prima, era solito affiggere volantini negli alimentari, ora si fa pubblicità tramite Google, in modo da arrivare agli utenti che ricercano «montaggio di dispense per cucina» in città.

Non si tratta di un club elitario, ma di un movimento medio-borghese, privo di una guida. In tutto il mondo, della gente comune rinuncia a un'occupazione tradizionale, preferendo una realtà indipendente. Invece di lottare contro il sistema, crea una propria forma di lavoro, di solito senza una grande preparazione e, quasi sempre, non possedendo molte risorse economiche. Questi imprenditori per caso hanno trasformato la loro passione in profitto, inventandosi una vita che abbia per loro uno scopo.

E se poteste farlo anche voi? Se poteste essere altrettanto liberi di stabilire i vostri orari e determinare le vostre priorità? C'è una buona notizia: la libertà è possibile. E ce n'è ancora un'altra: non immaginatela solo in un vago e remoto futuro. Il futuro è adesso.

Avviare un'attività con 100 euro

Sono dieci anni che ascolto le storie di aziende anticonvenzionali, oltre ad averne avviate un paio io stesso. Grazie al mio lavoro di scrittore e imprenditore, ho avuto accesso a un'estesa cerchia di casistiche nell'ambito della microimprenditoria: aziende redditizie solitamente a gestione individuale, senza la possibilità di un rilevante capitale di partenza. Mentre mi preparavo a un'indagine approfondita, ho cominciato a chiedere riscontri agli amici e ai colleghi, ma non mi sono fermato lì.

Insieme a Pamela Slim, autrice di *Escape from Cubicle Nation*, nel 2010 ho presentato una serie di seminari sulle idee alla base delle imprese a budget ridotto. Quando ho annunciato il primo seminario, i posti si sono esauriti in un'ora e mezza. Allora abbiamo offerto la possibilità di frequentarne un altro che non si sarebbe tenuto prima di diversi mesi, e anche quello ha fatto il tutto esaurito prima di pranzo. Vista l'evidente richiesta per quel genere di informazioni, ho voluto approfondire l'argomento.

Mentre tenevamo i seminari, ho sviluppato un certo interesse per il modello «seguì-la-tua-passione», il concetto per cui spesso le ditte individuali di successo nascono dal perseguimento di un hobby o di un interesse personale. Ho intervi-

stato, allora, imprenditori di tutto il mondo e ne ho documentato le storie in un corso on line chiamato *Empire Building Kit*, che ha ispirato un progetto più vasto e questo libro.

Già all'inizio avevo in mente diversi casi, ma mentre preparavo la stesura del libro ho deciso di coprire un'area molto più vasta, collezionando numerosi corrispondenti collegati in Rete o meno e raccogliendo informazioni attraverso un modulo presente su Google che mi è valso migliaia di dati. Nel corso del tour di presentazione di un libro, in occasione del quale ho visitato sessantatré città del Nord America, ho continuato a incontrare e ascoltare altri imprenditori improvvisati e anticonvenzionali.

Quando ho terminato di passare al vaglio il materiale, potevo scegliere tra oltre 1.500 interviste che avevano in comune almeno quattro dei seguenti sei criteri:

- **Il modello «segui-la-tua-passione».** In molti vorrebbero creare un'impresa partendo da un hobby o un'attività di cui sono particolarmente entusiasti. Come vedremo, non tutte, ma alcune passioni generano cospicui versamenti bancari.
- **Un budget iniziale ridotto.** Le attività oggetto del mio interesse partivano con un capitale fino a 800 euro, a volte nettamente inferiore (meno di 100 euro).
- **Un utile netto di almeno 40mila euro l'anno.** Ho scelto delle imprese redditizie il cui profitto rasentava la rendita media in Nord America. Mentre procederemo oltre, noterete una varietà di situazioni in cui gli utili di molte ditte si aggireranno intorno alle sei cifre o oltre. Tuttavia, il livello remunerativo di base, per essere presi in considerazione, era di almeno 40mila euro.
- **Nessuna abilità particolare.** Visto che stavamo prendendo in esame delle imprese di successo create da gente comune, la mia preferenza è andata a quelle che potevano venire avviate da chiunque. Pur essendo un parametro difficile da stabilire, la presenza di un elemento distintivo era fondamentale: molte attività richiedevano una specializzazione di qualche genere, ma si trattava di capacità che si potevano acquisire con un breve periodo di formazione o di apprendimento autonomo. Ad esempio, potete imparare a tostare il caffè sul posto, ma si spera non possiate improvvisarvi dentisti.
- **Assoluta trasparenza finanziaria.** Gli intervistati hanno acconsentito a rivelare gli utili previsti per l'anno in corso e i profitti ottenuti almeno

nei due anni precedenti. Inoltre, si sono resi disponibili a discutere nel dettaglio i costi e i ricavi.

• **Un numero di impiegati inferiore a cinque unità.** Il mio principale interesse era rivolto a imprenditori improvvisati o casuali che avevano deliberatamente scelto di mantenere ridotte le dimensioni della loro attività. Molti dei casi presi in esame riguardano imprese individuali, in quanto si avvicinano maggiormente all'idea di libertà personale in cui si identificano gli intervistati.

Ho escluso le attività legate a un mercato «per soli adulti» o non del tutto legali, così come quelle altamente tecnologiche o che richiedevano particolari abilità gestionali. Il punto di partenza era: «Riuscireste a spiegare a vostra nonna cosa fate e quali intenzioni avete?».

Poi, ho voluto rivolgermi a imprese avviate da persone provenienti da tutto il mondo. Circa la metà delle storie qui presenti provengono dagli Stati Uniti, l'altra metà arriva dal resto del mondo. Dalla Silicon Valley ad Atlanta, gli Usa sono un centro nevralgico per l'imprenditoria, sia in termini di valore che di facilità di avviamento. Ma, come vedremo, la gente di tutto il mondo sta creando la propria microimprenditoria, a volte seguendo il modello americano, altre realizzandone uno per conto proprio.

Infine, attuando un'ultima selezione, ho cercato di optare per le storie più «interessanti». Non tutte le attività devono essere eccitanti o di tendenza – in effetti, molte presenti in questa sede non lo sono affatto – ma ho preferito i racconti in cui si mettevano in evidenza l'originalità e la creatività dei protagonisti. A Minneapolis, due anni fa, Lisa Sellman ha attirato la mia attenzione raccontandomi della sua attività nei servizi di assistenza ai cani. All'inizio non gli ho dato peso. Quanto mai poteva ricavarne? Ma poi Lisa mi ha rivelato a quanto ammontavano i suoi guadagni: 88mila dollari l'anno precedente e un previsto importo a sei cifre per l'anno successivo. All'improvviso, aveva destato la mia curiosità. Come aveva fatto... e quali insegnamenti potevamo trarne?

Ogni soggetto dell'indagine ha compilato diversi sondaggi particolareggiati sulla sua attività, includendo informazioni finanziarie e demografiche e dozzine di domande a risposta libera. I rilevamenti di gruppo sono stati seguiti da ulteriori quesiti individuali tramite e-mail, telefonate, chiamate via Skype e incontri di persona in quindici città di tutto il mondo. Il mio obiettivo era creare un filo narrativo individuando i temi comuni a tutti. I dati raccolti sarebbero stati sufficienti per realizzare più di un folto libro, ma, qui di seguito, ho tentato di presentare solo le informazioni più importanti. Potete saperne di più

sulla metodologia di questa ricerca, inclusi i dati dei sondaggi e delle interviste, visitando il sito 100startup.com.

• • •

In altri studi, testi e reportage, due modelli aziendali prevalgono sugli altri. Il primo appartiene alla vecchia scuola: un inventore escogita un'idea e persuade una banca a concedergli un prestito per svilupparla oppure viene costituita un'impresa tramite acquisizione di ramo d'azienda. La maggior parte delle società per azioni quotate in borsa appartiene a questa categoria. Il secondo riguarda un tipo di avviamento societario basato sull'investimento, un modello, questo, di regola focalizzato su capitali di rischio, acquisizioni, pubblicità e quote di mercato. L'impresa viene iniziata da un unico fondatore o da un ristretto numero di soci, gestita solitamente da un gruppo dirigenziale che riferisce a un consiglio di amministrazione, il quale cerca di accrescerne il valore con l'obiettivo di convertirla in una società «a partecipazione statale» o di farla acquisire da terzi.

Ognuno dei modelli passati possiede pregi, difetti e altre peculiarità. Per entrambi, non mancano storie di fallimenti e di successi. Ma questi modelli e le storie che li riguardano non sono il nostro principale interesse, in questa sede. Benché siano stati a lungo dei punti di riferimento, è cominciato a succedere anche dell'altro, senza alcun clamore apparente, qualcosa di completamente diverso.

La nostra storia racconta come alcune persone abbiano cominciato la loro microimpresa senza alcun investimento, senza dipendenti e, spesso, non avendo idea di ciò che stavano facendo. Quasi sempre, non possedevano un piano aziendale ufficiale e spesso non seguivano alcuno schema, tranne «Prova questo e vedi che succede». Il più delle volte, l'attività prende piede velocemente, senza attendere autorizzazioni da un consiglio di amministratori o dai dirigenti. La prova sul mercato avviene in corso d'opera. «I clienti comprano il prodotto?». Se la risposta è affermativa, bene. Se la risposta è negativa, cosa potremmo fare di diverso?

Come nell'esempio di Michael, che da uomo d'azienda è diventato un addetto alla consegna di materassi in bicicletta, in molti dei casi presi in esame l'attività viene avviata accidentalmente, dopo aver perso la propria occupazione. Nel Massachusetts, il marito di Jessica Reagan Salzman l'aveva chiamata dal lavoro per avvertirla che sarebbe rientrato prima e che non sarebbe andato a lavorare il giorno dopo. L'inatteso licenziamento ha spinto Jessica – neomamma di un

infante di sole tre settimane – all'azione e a trasformare il suo «hobby», un impiego part-time come contabile, nell'unico sostentamento a tempo pieno della famiglia. In Pennsylvania, Tara Gentile ha avviato la sua attività con lo scopo di poter lavorare da casa, mentre bada ai figli; gli affari sono andati talmente bene che anche il marito ha finito per restare a casa con lei.

Dall'altra parte dell'Atlantico, David Henzell, un dirigente della maggiore agenzia pubblicitaria fuori Londra, ha lasciato il lavoro, in parte perché gli era venuto a noia, in parte perché gli era stata diagnosticata una sindrome da affaticamento cronico dovuto alle «continue responsabilità dirigenziali». Nella sua nuova società, la Lightbulb Design, è lui a stabilire le regole: «Per un certo periodo, è stata la malattia a controllare me, ora sono io che controllo lei. La Lightbulb è nata come un modo per guadagnare da vivere alle mie condizioni. È ancora così, ma adesso dominiamo il mercato!».

Le persone che incontreremo hanno deciso di strutturare i loro progetti nei modi più disparati. Alcuni, alla fine, hanno preferito espandersi, assumendo o formando team di «assistenti virtuali». Ad esempio, Erica Cosminsky ha ingrandito il suo staff di trascrittori fino a diciassette unità, ma, optando per dei collaboratori esterni al posto dei dipendenti, è rimasta libera di agire senza complicazioni. La valigeria di Tom Bihn, a Seattle, è cresciuta fino a diventare un'impresa i cui utili raggiungono somme a sette cifre, pur rimanendo completamente indipendentemente e declinando le offerte di vendere la linea ai megastore.

Altri hanno stretto delle partnership che consentono ad ognuna delle parti di concentrarsi sui propri punti di forza. Appena usciti dalla scuola di design e delusi dal loro livello d'ingresso professionale, Jen Adrion e Omar Noory hanno cominciato a vendere delle mappe su richiesta da un appartamento a Columbus, nell'Ohio. Patrick McCrann e Rich Strauss erano concorrenti prima di unirsi per creare una comunità di atleti specializzati negli allenamenti sulla resistenza. Tante nostre storie raccontano di coppie sposate o di soci che hanno deciso di avviare un'attività insieme.

Ma, in molte altre, si è preferito andare avanti da soli, con la convinzione di trovare la libertà solo lavorando per conto proprio. Charlie Pabst era un architetto di successo con un «lavoro da sogno» come *store designer* presso Starbucks. Ma il desiderio di indipendenza ha sopraffatto la comodità di aver un'occupazione invidiabile e i caffè gratis: «Un giorno, sono andato a lavoro in macchina e mi sono reso conto che non ne potevo più, mi sono dato malato e ho redatto una bozza del mio preavviso di due settimane, il resto è storia». Continua a lavorare come designer, ma adesso lo fa da casa per i clienti che si sceglie.

Vedremo queste storie come un tutt'uno: un gruppo di voci singole che, corralmente, formano una composizione originale. Nell'assistere a come tante persone differenti siano riuscite a liberarsi dall'infelicità che gli procurava restare in azienda, la sfida sta nel prendere atto del coraggio senza esagerarne le capacità. La maggior parte di loro non è un genio o un imprenditore nato: sono persone comuni che hanno fatto delle scelte cruciali in grado di cambiargli la vita. Pochissimi dei nostri protagonisti hanno studiato economia e più della metà non ha avuto alcuna precedente esperienza di gestione aziendale. Diversi si sono ritirati dall'università, mentre altri non ci sono mai andati¹.

Nel condividere queste storie, l'intento è fornire un piano verso la libertà che provveda degli insegnamenti da applicare al vostro stesso progetto di fuga. In tutte le casistiche prese in esame, emergono tre lezioni di microimprenditoria. Nel corso del libro, ci concentreremo su di loro in vari modi.

Lezione I: Convergenza

Come vedremo analizzandola, la *convergenza* rappresenta il punto di incontro tra ciò che amate fare o in cui siete particolarmente capaci (preferibilmente entrambi) e ciò che desta l'attenzione della gente. Il modo più semplice per comprendere in cosa consista è immaginare uno spazio in cui si sovrappone quello a cui tenete con quello per cui le persone sono disposte a spendere dei soldi.

Osservate questi due insiemi e il sottoinsieme che si viene a creare:



Non tutto ciò che vi appassiona o in cui dimostrerete un'attitudine desta l'interesse del resto del mondo, e non tutto è commerciabile. Potrei avere una passione per la pizza, ma nessuno pagherà per vedermela mangiare. Allo stesso modo, non tutti saranno in grado di fornire una soluzione ad ogni problema o risultare interessanti agli occhi degli altri. Ma là dove i due cerchi si sovrappongono, dove la passione o l'abilità incontrano l'utilità, può svilupparsi una microimpresa costruita sulla libertà e sul valore.