

Introduzione

di Maria Teresa Cometto

Vai al Meatpacking district la sera e sei travolto dagli ingorghi di taxi e limousine nere, frotte di ragazze con i tacchi a spillo che incespicano nel selciato di sampietrini, lunghe code fuori dai club in attesa di passare l'esame dei buttafuori. Ci ritorni al mattino e il quartiere più alla moda di New York sembra addormentato. Deserte le strade, ancora chiuse le boutique, giù le saracinesche delle ex macellerie trasformate in discoteche. Ma è solo apparenza. Se entri nei palazzi «storici» ristrutturati attorno a Gansevoort street, con i mattoni e le travi di acciaio a vista come vuole lo stile chic postindustriale, scopri un alveare che ronza per l'attività frenetica di centinaia di giovani *geek*, maniaci del computer. Sono i protagonisti del nuovo boom tecnologico che sta trasformando l'economia della città, con l'ambizioso obiettivo di farne la nuova capitale dell'alta tecnologia.

«1.040 società tecnologiche stanno assumendo!», si leggeva sul sito «Made In NY Digital Map» lo scorso 2 dicembre. E non era un giorno speciale. In città sono davvero così tante le aziende high-tech, in gran parte startup – nuove imprese – nate negli ultimi cinque anni. Grazie al loro dinamismo New York si è ripresa più in fretta di tutte le altre metropoli americane dalla

grande crisi del 2008 (a parte Houston nel Texas e la capitale Washington, cresciute bene anche loro ma per diversi motivi, la prima per il petrolio e la seconda per i lobbisti e il pubblico impiego). Dal 2007 al 2011 i posti di lavoro nel settore tecnologico a New York sono aumentati del 28,7% da 41.100 a 52.900, mentre sono diminuiti nei settori tradizionalmente forti della città come la finanza (-5,9%), l'editoria (-15,8%), i servizi legali (-7%) e la manifattura (-29,5%). Nello stesso tempo il numero di investimenti di venture capital nelle startup newyorkesi è cresciuto del 32%, mentre è calato del 10% nella Silicon Valley e del 14% a Boston e dintorni.

New York è sulla buona strada di superare la Silicon Valley come centro di attrazione di talenti e di capitali da tutto il mondo, sostengono gli evangelisti della comunità high-tech della Grande Mela. Fra di loro ci sono i sopravvissuti della Internet Mania degli anni Novanta, che non ha solo bruciato qualche centinaio di miliardi di dollari investiti nelle dot-com, ma ha anche prodotto casi di successo come DoubleClick, la società newyorkese di tecnologia per la pubblicità comprata da Google nel 2007 per 3,1 miliardi di dollari. E ci sono i nuovi arrivati, giovani che inseguono il «sogno americano» non a Broadway, sperando di sfondare nello *show business* né a Wall Street, sedotti dai ricchi bonus delle banche d'affari, ma nell'industria digitale che sta rivoluzionando tutta l'economia.

Il sorpasso è già avvenuto su Boston nel settore Internet e «mobile» secondo lo studio «New Tech City» pubblicato nel maggio 2012 dal Center for Urban Future. La Silicon Valley resta parecchio avanti, in termini di dimensioni assolute e di esperienza accumulata: è quattro o cinque volte più grande di New York come volume di capitali investiti; Hewlett-Packard, l'azienda «madre» di tutte le successive generazioni di startup californiane, è stata fondata nel 1939 e Stanford, l'università-fabbrica di tanti cervelli della Valle, è nata nel 1891. New York invece è solo alla seconda o terza generazione di imprenditori high-tech, ma sta rapidamente recuperando terreno. E dal 2013

può vantarsi di un primato significativo: è la prima città negli Stati Uniti ad aver ottenuto un proprio dominio Internet «di primo livello» (l'ultima parte dell'indirizzo online come «.com» e «.org») e l'utilizzo dell'indirizzo «.nyc» da parte delle nuove startup aiuterà a consolidare nel mondo l'immagine della città come polo dell'high-tech.

Qual è stata la scintilla che ha avviato il rinascimento tecnologico newyorkese? Quanto sono diverse le sue caratteristiche rispetto al modello californiano? Che cosa insegna la sua storia a chi, in altre città e altri Paesi, cerca di promuovere l'innovazione come motore della crescita? E che cosa offre oggi New York a chi cerca lavoro nel settore high-tech o cerca finanziamenti per un'idea di business?

Sono le domande da cui è partito questo libro: in parte un atto di amore verso la città adottiva di noi autori – due italiani che vivono a New York da quasi 40 anni uno, Alessandro e da oltre dieci io, Maria Teresa e che si occupano per passione e per professione di tecnologia –; ma anche un contributo alla discussione nel nostro Paese d'origine su come uscire dalla crisi e rilanciare lo sviluppo.

Di startup infatti si parla ormai molto anche in Italia e il governo Monti ha perfino elaborato una legge ad hoc per favorire la loro creazione e il loro successo. Ma un ecosistema imprenditoriale non lo si disegna a tavolino. E infatti molti altri tentativi di replicare la Silicon Valley sono falliti.

Per capire che cosa sta succedendo a New York abbiamo parlato con 50 personaggi chiave: i fondatori delle startup più significative e interessanti nei vari campi, dai social media all'e-commerce, dal software alla manifattura digitale; investitori «angeli» e venture capitalist; gestori di spazi di *co-working*, acceleratori e incubatori; rappresentanti di grandi aziende come Google; docenti delle università cittadine, manager dell'amministrazione comunale e consulenti. È stato un viaggio

14

eccitante e pieno di scoperte. Che vi proponiamo organizzate in tre sezioni del libro.

La prima è la storia della comunità tecnologica newyorkese, dall'euforia della Silicon Alley negli anni Novanta a oggi. Sono una ventina d'anni in cui la città ha subito quattro batoste pesanti, ma si è sempre rialzata a conferma della sua speciale resistenza: nel 2000 lo scoppio della Bolla delle dot-com quotate al Nasdaq, la Borsa telematica il cui cartellone digitale campeggia a Times Square; l'11 Settembre 2001 l'attacco terroristico al World Trade Center; nell'autunno 2008 il panico a Wall Street dopo il fallimento della banca d'affari Lehman Brothers; e a fine ottobre 2012 la tempesta Sandy che ha seminato morti e distruzione, lasciando senza elettricità e Internet per parecchi giorni anche le startup a Downtown.

La crisi del 2008 in particolare è diventata il catalizzatore di una tendenza già in atto, quella della crescita del settore high-tech, grazie all'impegno particolare di Bloomberg: lui stesso fondatore di una startup che ha sposato tecnologia e finanza e lo ha reso miliardario, ha capito che per non passare alla storia come il sindaco del declino di Wall Street doveva rilanciare una sfida più alta. Così ha chiesto e ottenuto il terzo mandato promettendo la diversificazione dell'economia locale verso i settori del futuro: una politica fatta di attenzione e incoraggiamento alle startup; incentivi alle strutture dove i neoimprenditori possono muovere i primi passi, come gli incubatori; esperimenti nel sistema educativo come la creazione della prima scuola media superiore pubblica dedicata all'informatica, l'Academy of Software Engineering; e soprattutto la grande scommessa sul nuovo campus universitario CornellNYC Tech focalizzato sulle scienze applicate. Un progetto, quest'ultimo, da 2 miliardi di dollari, tutti autofinanziati dalla Cornell University, ma ideato da Bloomberg per rispondere alla carenza cronica di ingegneri in città e per formare una nuova gene-

razione di scienziati-imprenditori, garanzia che il boom tecnologico attuale vada avanti e si rafforzi per decenni. La costruzione del campus sulla Roosevelt Island deve iniziare nel 2014 e finire nel 2037, con l'inaugurazione dei primi edifici nel 2017, ma già dal gennaio 2013 è partito il primo corso nelle aule offerte gratuitamente da Google nel suo megapalazzo a Chelsea.

La sede newyorkese di Google è una delle tappe dello speciale tour della Grande Mela raccontato nella seconda sezione del libro. Si comincia dal Flatiron District e da Union Square, il cuore storico della Silicon Alley dove tuttora c'è la più alta densità di startup: interi palazzi sono stati convertiti per offrire grandi spazi aperti come quelli occupati da General Assembly, dove centinaia di aspiranti imprenditori vanno a imparare l'abc del mettersi in proprio nell'era digitale e dove operano già una trentina di società ai primi passi.

Chelsea è dominata da Google, che nel 2006 si è trasferita in un palazzo grande quanto un intero isolato: pochi sanno che ci lavorano quasi 3 mila «googlers», fra ingegneri e specialisti nella pubblicità e nel marketing, in un clima unico. Solo se ci si entra si può capirlo, vedendo gli ingegneri sfrecciare sui monopattini per andare da un capo all'altro del palazzo o discutere a crocchi nelle aree comuni. La scelta di Google di investire così tante risorse qui è stata uno dei segnali fondamentali della crescente importanza di New York come centro high-tech.

Dennis Crowley è il «sindaco» di Soho, secondo il gergo della sua Foursquare, una delle startup newyorkesi più famose al mondo perché la sua applicazione mobile è usata in una dozzina di Paesi oltre agli Stati Uniti, dalla Gran Bretagna alla Turchia, dall'Italia al Giappone. Poco lontano da lui, nell'East Village, c'è la sede di Meetup, altro marchio noto a livello internazionale: sotto il suo ombrello è fiorita la comunità NY Tech Meetup, arrivata a contare oltre 28 mila membri.

16

Fuori da Manhattan, a Brooklyn c'è la Dumbo digitale, piena di agenzie di marketing e pubblicità online; ma cresce anche il nuovo movimento dei «maker», cioè di chi produce qualcosa, come gli artigiani di Etsy e gli inventori di MakerBot.

Nel Queens la startup Shapeways ha costruito la «fabbrica del futuro»: un nuovo impianto per creare oggetti con la tecnologia della stampa tridimensionale. Il suo fondatore è un olandese, che per trovare capitali e nuovi mercati si è trasferito a New York nel 2010, una scelta sempre più comune fra gli imprenditori europei.

Perfino nel South Bronx si muove qualcosa, grazie all'incubatore Sunshine aperto nel gennaio 2012, noncurante degli stereotipi associati a quest'area, che è una delle più povere di tutta l'America. Mentre a Staten Island la startup più celebre finora è stata quella, fallita, di Antonio Meucci, l'inventore italiano del telefono: visitare il suo museo ricorda come anche la più geniale idea non ha gambe se non trova chi rischia dei capitali per finanziarla.

La terza parte è una «conversazione» che comincia dall'analisi dell'ecosistema newyorkese delle startup. Ingredienti fondamentali sono il carattere dei suoi protagonisti: pieni di talento e creatività, energia ed entusiasmo al limite del sembrare maniacali; pronti a rischiare di fallire e a ricominciare; generosi, sia con il loro tempo per fare i mentori ai più giovani sia con i loro soldi per finanziare iniziative «buone». Tutti con un grande senso della «comunità» a cui si sentono di appartenere e di cui sono orgogliosi: la New York Tech City dove le nuove imprese hanno un carattere tipicamente metropolitano e crescono grazie allo scambio di idee e affari con gli altri settori, la moda e la finanza, i media e la pubblicità, la cultura e lo show business. È un ambiente favorevole in particolare all'imprenditoria femminile, infatti le startup fondate da donne qui sono il doppio che nella Silicon Valley o a Londra, in proporzione sul totale.

E piace molto anche agli europei, che nella Grande Mela trovano uno stile di vita più simile a quello del Vecchio Continente rispetto alla Silicon Valley, dove prevale una monocultura tecnocentrica e non si può stare senza automobile.

Il boom di New York oggi è soprattutto nelle tecnologie digitali, dove per creare una società i capitali necessari sono ormai minimi, poche migliaia di dollari; e fa leva sulle capacità professionali della città nel campo del design e delle comunicazioni, focalizzandosi sui servizi per i consumatori. Ma il suo futuro non è per forza limitato a questo, come mostra la nascita delle prime società di software per le aziende e come sperano i promotori del campus CornellNYC Tech.

È sostenibile l'attuale boom o siamo nel mezzo di un'altra bolla di euforia? La delusione per la quotazione in Borsa di Facebook e di altre società del Web 2.0 come Zynga e Groupon è il segnale che anche questa volta si è esagerato? No, rispondono in coro (quasi) tutti, convinti che questa fase euforica sia molto più sostenibile della precedente, perché siamo solo all'inizio dello sfruttamento delle opportunità delle tecnologie digitali e «mobili». C'è anche chi – come Scott Heiferman, il fondatore di Meetup – sogna una New York capitale di una nuova economia all'insegna del «DIO», nel senso di «*Do It Ourselves*», fare le cose da sé e scambiarle *peer-to-peer* (fra pari) in alternativa al modello di produzione e consumi di massa.

La discussione è aperta e vivace e immergersi nella comunità tecnologica newyorkese anche solo per catturare idee e tendenze è un'esperienza preziosa per chi è interessato a questo settore. Come farlo è spiegato alla fine, nella guida alle risorse disponibili per chi vuole venire a New York a studiare le startup, lavorarci o crearne una propria: a chi chiedere finanziamenti, dove trovare uno spazio, quali eventi frequentare, che cosa leggere su Internet. E preziosi consigli agli aspiranti imprenditori li dà Alessandro nelle sue conclusioni.

Città amica delle donne imprenditrici

«New York ha un clima più favorevole alle imprenditrici high-tech rispetto ad altre città: infatti le startup fondate da donne qui sono il doppio che nella Silicon Valley o a Londra, in proporzione sul totale». L'ha sottolineato Rachel Sterne Haot, la *chief digital officer* (CDO) della città di New York, al primo NY Tech Meetup dedicato alla presentazione di società con una «quota rosa» nel capitale. Otto sono state le imprese che hanno «sfilato» quella sera, il 14 giugno 2012, nella sede di Microsoft a Midtown: Fathom, The Mission List, HonestlyNow, Elect-Next, Incline, VenueBook, Paperlex e Findings.

Sterne Haot citava la ricerca fatta da Startup Genome sulle caratteristiche degli ecosistemi dove fioriscono più startup (<http://techcrunch.com/2012/04/10/startup-genome-compares-top-startup-hubs>). Fra i dati interessanti spicca quello sul genere dei fondatori: a New York su 100 nuove società high-tech 20 sono fondate appunto da donne e 80 solo da uomini; nella Silicon Valley e a Londra il rapporto scende a 10-90.

La stessa Sterne Haot, 28 anni, prima di essere nominata CDO di New York dal sindaco Michael Bloomberg nel gennaio 2011, aveva creato due sue startup: nel 2006 il sito di *citizen journalism* GroundReport, con 7 mila collaboratori da tutto il mondo; e nel 2009 la società di consulenza digitale Upward.

Molti fattori possono spiegare questo tocco gentile di una città che invece secondo gli stereotipi sarebbe dura e inospitale in particolare per donne e bambini: dal punto di vista del

160

business, è la capitale americana della moda e dei media, dove per le donne è più facile affermarsi; e dal punto di vista pratico è meno acrobatico conciliare lavoro e famiglia in un posto dove si può camminare fra casa e ufficio, farsi consegnare a domicilio la spesa, usufruire di eccellenti servizi di tutti i generi a portata di click o telefono.

Ma questo non vuol dire che New York sia il paradiso «perfetto» delle imprenditrici.

La percentuale di donne che riescono a entrare nei programmi per le startup e ottenere finanziamenti dagli investitori è inferiore alle loro potenzialità, sostengono molte protagoniste della comunità tecnologica newyorkese. Per questo tre di loro – Veronika Sonsev, fondatrice e CEO di inSparq.com, Deborah Jackson, fondatrice e CEO di JumpThru e la consulente Kelley Hoey – hanno creato il primo acceleratore e programma di *mentoring* dedicato a startup ideate e guidate da donne (da sole o anche con uomini come partner): Women Innovate Mobile (WIM), specializzato nelle tecnologie per gli apparecchi mobili (<http://womeninnovatemobile.com>).

La prima edizione del programma è durata da fine marzo a fine giugno 2012, con la partecipazione di 12 startup. Le migliori hanno fatto poi la loro *demo* durante un evento così *glamorous* che sembrava una sfilata di moda: un party privato a Tribeca, nell'attico di Barry Appelman, l'inventore fra l'altro dell'instant messaging ad AOL, con l'ospite speciale Alexandra Wilkis Wilson, cofondatrice di Gilt Groupe e autrice del libro *By Invitation Only: How We Built Gilt and Changed the Way Millions Shop* (Portfolio, 2012). «Non ci sono ancora abbastanza donne che avviano grandi aziende e questa è un'iniziativa per incoraggiarle», ha detto Wilkis Wilson, 35 anni, mamma di un bambino di due anni.

«Un problema è il *bias* ancora esistente fra gli investitori a favore dello scommettere sempre sullo stesso tipo di startup,

fondate e gestite da uomini», dice l'angel investor Jerry Neumann, che era presente alla festa di WIM con sua figlia.

Sonsev è realista e alla domanda se i venture capitalist e gli angel investor hanno un pregiudizio favorevole ai maschi fondatori di società risponde: «Se sei a una festa e cerchi qualcuno per parlare di business, guardi in giro per trovare un ragazzo con felpa e cappuccio, il prossimo Zuckerberg. È un *bias* naturale». Ma allo stesso tempo difende la scelta di aver creato un acceleratore per donne: «Altri acceleratori sono efficaci, ma meno del 5-10% delle startup che escono da loro hanno delle donne fra i fondatori. Se un gruppo è di soli maschi, la sua cultura è maschile e l'ambiente può non essere carino: le donne non sono incoraggiate a entrarci. Quando io ho iniziato a lavorare in AOL, ero la prima donna professionista (prima di me c'erano solo segretarie) e quando sono arrivata, il mio capo ha chiesto agli altri colleghi di smettere di dire parolacce. Ovviamente senza di me era diverso. Tuttavia non mi sono sentita discriminata».

WIM è stata senz'altro un successo per l'interesse suscitato. «Poiché il nostro acceleratore è stato percepito come amichevole verso le donne fondatrici, abbiamo ricevuto 139 domande per entrarci, da tutti gli Stati Uniti e dal mondo, comprese aziende dal Canada, dall'India e da Israele. E grazie alla nostra iniziativa, credo, nel suo ultimo programma l'acceleratore TechStars ha aumentato il numero delle sue startup con donne fondatrici», spiega Sonsev che è nata nel '75 in Russia, emigrata quattro anni dopo in America insieme alla famiglia e a molti altri ebrei russi, ha studiato Economia alla American University e, dopo 12 anni in AOL, nel 2010 ha fondato inSparq, una piattaforma di analisi e marketing per l'e-commerce.

Sonsev è single e non intende per ora farsi una famiglia: «Sto mettendo troppa passione nel costruire il mio business», spiega. Sul tema di come sia possibile conciliare l'aver dei figli e insieme una startup i pareri sono diversi.

È più facile per una imprenditrice gestirsi la vita secondo le proprie esigenze: lo sostiene Joanne Wilson, 51 anni, moglie del venture capitalist Fred, angel investor lei stessa e autrice del blog *gotham gal*, dove spesso tratta questo argomento, oltre a scrivere delle startup in cui ha investito, che sono in maggioranza fondate da donne (www.gothamgal.com).

Dopo una carriera nel commercio – come manager e buyer nei grandi magazzini Macy's e poi sviluppatrice del business in un'azienda tessile newyorkese – e dopo aver vissuto da protagonista la prima Bolla di Internet – come numero due e *money maker* della rivista *Silicon Alley Reporter* di Jason Calacanis, Wilson aveva lasciato il lavoro per occuparsi dei tre figli. Poi nell'ottobre 2003 ha cominciato a scrivere il suo blog per ricollegarsi alla comunità tecnologica e le è servito per costruirsi la sua nuova carriera di investitrice: i contatti e le proposte d'affari infatti le arrivano di solito via e-mail dalle sue lettrici.

«Molte volte le idee originali delle donne riempiono vuoti nella loro vita – osserva Wilson –. Le donne non stanno a pensare a grandi idee tecnologiche. Zipcar è stata l'idea di una donna, che probabilmente è scesa un giorno per strada e ha pensato 'Non sarebbe bello se riuscissi a saltare su una macchina e andare?!' Ed è finita per diventare una grande azienda (è un sistema di condivisione di automobili, quotato al Nasdaq, *n.d.a.*). Le donne utilizzano la tecnologia come una piattaforma e credo che un sacco di uomini possono non capire le loro iniziative. Una volta ho sentito un importante venture capitalist dire 'Vorrei che le donne smettessero di costruire questi stupidi business della moda online'. Davvero? E io vorrei che gli uomini smettessero di costruire questi stupidi business della tecnologia. Voglio dire, ti impegni dove ti senti a tuo agio, nelle cose che capisci, vero?».

Sulla base della sua esperienza come angel investor, cominciata nel 2007 investendo sul blog di notizie immobiliari Curbed, Wilson crede che le donne fondatrici di startup abbiano caratteristiche speciali: «Prima di tutto, le donne si impegnano a lungo termine, vogliono essere sicure di avere successo a qualsiasi

livello, trattano i soldi in modo molto serio. E stanno cominciando a evolversi come fanno tutti gli imprenditori. Quindi penso che le donne diventeranno più importanti in futuro perché sono quelle che decidono gran parte degli acquisti. E ci sono molte opportunità online per le imprese di e-commerce».

«Penso che ognuno di noi dovrebbe fare l'imprenditore perché ti permette di avere un certo stile di vita, e questo vale in particolare per le donne con i figli, sempre in movimento – Wilson insiste –. Se sei un imprenditore sei padrone di te stesso. E se questo significa che devi andare a casa alle 3, perché il tuo bambino è malato, sai che puoi farlo. Hai flessibilità nella tua vita, perché non devi render conto a nessuno. Quando lavori in una piccola startup, come Buddy Media, hai la flessibilità per fare bene il tuo lavoro in un ambiente non strutturato».

Alle giovani donne che le chiedono «Quando è meglio avere figli?», Wilson risponde: «Non devi pensare alla strategia di ingresso, ma a quella di uscita. Significa che non vuoi avere 70 anni quando i tuoi figli vanno all'università. Non ci sarà mai il momento perfetto, quindi non c'è motivo di aspettare. I miei figli stanno per andarsene al college, e io sono ancora giovane. Se dovessi rifare tutto da capo, avrei i figli anche prima, perché hai bisogno di energia per iniziare cose nuove e puoi capire meglio i tuoi figli se sei giovane anche tu».

«Se avessi dieci anni di meno – aggiunge Wilson –, mi piacerebbe andare a raccogliere capitali fra le famiglie benestanti d'accordo con la mia missione, che è: cambiare il mondo attraverso le donne imprenditrici, aiutare le donne a far crescere i loro business e fare la differenza una persona alla volta. Il mio obiettivo non è ottenere rendimenti di cento volte il capitale investito: se qualcuna fa un'impresa da 20 milioni di dollari va bene, se un'altra arriva a 200 milioni, è fantastico. Le donne dovrebbero creare le startup, perché l'unico modo per cambiare gli ambienti di lavoro relegati alla giornata dalle 9 alle 17 è se le modifiche vengono da chi non fa parte del sistema aziendale americano. Se ogni donna fonda un'impresa e le aziende nate così arrivano ad avere una capitalizzazione di mercato da

164

100 mila dollari a 1 miliardo, non avremo solo cambiato il rapporto uomini-donne nel business, ma avremo cambiato l'economia».

A New York non mancano i casi esemplari di donne capaci di «tirar su» insieme bambini e startup, come ha raccontato il *New York Times* in un'inchiesta del 9 giugno 2012. C'è Jennifer Fleiss, 28 anni, che alla fine del 2009 ha co-fondato Rent the Runway, un sito che affitta vestiti e accessori (con 2,5 milioni di utenti) e a fine 2011 è diventata mamma. Divya Gugnani, 35 anni, nell'estate 2010 ha co-fondato Send the Trend, un sito di e-commerce per accessori e prodotti di bellezza (comprato da QVC nel febbraio 2012) e nel maggio 2012 ha avuto il suo primo bambino. Carley Roney, 43 anni, che alla fine del '99 aveva co-fondato XO Group – una società di media ora quotata in Borsa con una capitalizzazione di 300 milioni di dollari – ha tre figli di età dai quattro ai 14 anni. Alexandra Wilkis Wilson, 35 anni e la sua amica Alexis Maybank, 37 anni, sono co-fondatrici di Gilt Groupe ed entrambe sono diventate mamme nel 2010, due anni e mezzo dopo l'avvio della startup. Tutte sono sempre rimaste alla guida delle loro società. Ma tutte hanno aspettato ad avere figli dopo l'avvio della startup, ad eccezione di Roney, che comunque nella prima fase – in particolare quella della raccolta di fondi fra gli investitori – ha tenuto «segreto» il suo bebè per paura che i finanziatori credessero che la maternità l'avrebbe distratta dal business. Wilkis Wilson sottolinea che il timing è tutto e che all'inizio dell'attività di Gilt Groupe, quando aveva solo otto dipendenti, non poteva certo immaginare di occuparsi anche di un bambino.

Anche Cella Irvine, 54 anni, CEO di Vibrant, un'agenzia newyorkese di pubblicità online «contestuale», fa notare che la

grande maggioranza di donne fondatrici di startup hanno fra i 25 e i 35 anni e sono senza figli. Irvine è scettica sulla possibilità di trovare un equilibrio fra essere imprenditrice e mamma, anzi crede che lo stile di vita di chi fa le due cose insieme sia «il peggiore possibile», anche se lei non ha vissuto questa esperienza, essendo sempre stata una manager, senza una propria società. E comunque per occuparsi dei suoi figli – che ora hanno 12 e 14 anni, un maschio e una femmina – si è presa due congedi di un anno, uno quando era incinta del bambino e la bambina aveva quasi tre anni, e l'altro quando i figli hanno iniziato la seconda e quarta elementare. «L'ho fatto proprio perché, a quel tempo, il mio equilibrio vita-lavoro era andato così fuori ordine che ho sentito di dover fare qualcosa per cambiare la situazione – Irvine spiega –. Da allora, sono stata molto più attenta a cercare di tracciare alcuni limiti fra lavoro e famiglia».

Irvine si chiede se dietro l'aumento di startup create da donne non ci sia il cattivo mercato del lavoro e la difficoltà quindi a trovare un posto «normale». «C'è un'ondata di startup in questo momento tutte concentrate sulla bellezza e la moda, in genere con un taglio di e-commerce, e molte sono fondate da donne ben vestite, sofisticate, molto istruite – dice Irvine –. Ora, penso che sarebbe molto interessante scavare in questo fenomeno, per capire anche quanto deriva dal dover gestire un mercato povero di posti di lavoro e quanto è davvero un cambiamento di come le donne si sentono a loro agio nel fare le imprenditrici».

Ma se anche così fosse, sarebbe la conferma della capacità delle donne di trasformare un problema in opportunità.