



## Antonella Fiorentino

ETÀ: 28 anni

SOCIETÀ: Double Crazy/Kiwie Jewels

ANNO DI FONDAZIONE: 2008

SEDE: Azzate (Varese)

CHE COSA FA: *Kiwie Jewels disegna e progetta prodotti digitali come lettori e cuffie Mp3 o auricolari per cellulari, realizzati poi dai suoi partner cinesi di Shenzhen. Gli articoli hi-tech vengono quindi rivestiti e incastonati in pietre preziose di origine certificata e a lavorazione «made in Italy». In un solo mese ha realizzato un fatturato di 80 mila euro, ma gli ordini e le commesse per l'immediato hanno già raggiunto un valore di circa 100 mila euro: grazie ai contatti con le principali gioiellerie in Italia e all'estero. E a molti testimonial.*



MARTINO LOMBEZZI PER ECONOMY



**STORIE AD ALTA TECNOLOGIA**

# LE NOSTRE IMPRESE FATTE DI GRANDI IDEE

**La milanese che mescola gioielli e suono. Il vicentino che reinventa la telefonia «low cost». Il romano che rivoluziona il web e si quota a Parigi. Tre aziende di successo. E molto giovani.**

■ Una ventottenne di Milano ha unito gioielli e tecnologia e oggi vende le sue creazioni nelle migliori gioiellerie d'Europa. Un trentaduenne di Vicenza ha fondato un'azienda di telefonia «low cost» per le chiamate all'estero. Un romano di 29 anni ha fondato un'azienda che ha scavalcato le Alpi per quotarsi a Parigi: ora capitalizza 60 milioni di euro. Antonella Fiorentino, Manuel Zanella e Luca Ascani, nonostante la difficoltà di accesso al credito e le ritrosie di una cultura «made in Italy» che non agevola le start-up tecnologiche di giovani imprenditori, ce l'hanno fatta. Ecco come ci sono riusciti.

**ANTONELLA FIORENTINO**

**Gioielli che suonano molto bene (e le star stanno ad ascoltare)**

Si dice che alle spalle di ogni grande uomo agisca una donna forte. In questo caso, una giovane di carattere e dall'indubbio talento imprenditoriale sta dietro un'iniziativa commerciale partita nel dicembre 2008 e che, nel giro di un mese, è già riuscita a conquistare ordini e commesse per un valore superiore ai 100 mila euro.

Lei è Antonella Fiorentino, 28 anni: a cavallo fra il 2007 e il 2008 ha fondato ad Azzate Varesino la società di trading **Double Crazy**, dalla quale è sorto poi il marchio commerciale «Kiwie Jewels». La missione era trasformare gli oggetti hi-tech più popolari e affermati in veri gioielli, incastonandoli in cornici e in supporti fatti di autentiche pietre preziose. Grazie ad alcune precedenti iniziative commerciali, durate circa un anno, Antonella e il marito Daniele De Mollì (37 anni) hanno incamerato la maggior parte del milione necessario all'apertura della nuova impresa.

Hanno sviluppato contatti cruciali con i produttori asiatici di prodotti digitali, tra Mp3 e cuffie per cellulari, mantenendo il design in Italia. «Quello dell'elettronica» dice Fiorentino a *Economy* «è però un settore maturo dove è difficile riuscire». Per farlo serviva qualcosa di innovativo, che differenziasse l'offerta. «L'abbiamo trovato nei gioielli» continua Fiorentino. «I prodotti Kiwie Jewels oggi sono in 42 vetrine in tutta Italia».

I guadagni dell'azienda hanno raggiunto gli 80 mila euro nel giro di un mese, già alla fine del dicembre 2008. Ma è stato solo l'inizio, perché dopo avere preso parte alla fiera mondiale dell'elettronica di Las Vegas e dopo avere trovato spazio nei punti vendita più chic di Londra, ora Kiwie Jewels vuole ampliare la sua rete. Da febbraio sarà anche in Spagna e in Svizzera, dapprima nei negozi di Foxtown a Mendrisio e poi in altre dieci gioiellerie.

In Italia le creazioni di Kiwie Jewels sono in boutique «trendy»: il Cielo di piazza Duomo a Milano e Brusco, il distributore di Rolex e di Bulgari del centro di Roma. Ma tra due mesi i tecnogiocelli saranno in altri 100 negozi: «Naturalmente siamo molto interessati a mercati come gli Emirati Arabi o gli Stati Uniti» dice Antonella «dove però abbiamo già una serie di testimonial di primo piano: ci hanno garantito un'ottima visibilità internazionale».

Sono cantanti come l'emergente Rihanna o famosi come Mariah Carey; ma anche attrici del calibro di Eva Longoria (*Casalinghe disperate*), cui il marito Tony Parker, campione della pallacanestro, ha appena regalato un ciondolo a forma di cuore che si schiude per scoprire due lettori di file Mp3: è il modello «Twinheart» di Kiwie Jewels. «Crediamo che possa essere un successo per il San Valentino 2009» dice la giovane manager «ed è in vendita a soltanto 80 euro».

L'idea di base è che il lusso hi-tech debba restare il più possibile alla portata di tutti, anche se i prodotti di fascia alta con diamanti, come l'Mp5, partono da 400 euro. Progettata e disegnata nell'atelier di Azzate, in provincia di Varese, ma realizzata in Asia con il supporto delle sedi aperte a Shenzhen, in Cina, la linea Kiwie Jewels è rivestita con pietre incastonate di provenienza certificata, lavorate in Italia da maestri orafi. La gamma, che oggi è fatta di sette «famiglie» di prodotto (compresi gli Swars, orecchini-auricolare tempestati di preziosi), accoglierà presto creazioni inedite: «Il 14 febbraio» dichiara Fiorentino «sarà anche la nostra festa, perché presenteremo le nuove proposte proprio per il ▶

**ALLA FINE DEL 2008 ERANO 130.731 LE IMPRESE ITALIANE ATTIVE NEL SETTORE DELL'ALTA TECNOLOGIA CON UN AUMENTO DEL 3,6% SUL 2007.**



## TRENTENNI HIGH-TECH



### Manuel Zanella

ETÀ: 32 anni

NOME DELLA SOCIETÀ: Zero Mobile

ANNO DI FONDAZIONE: 2006

CHE COSA FA L'IMPRESA: Zero Mobile è un operatore globale ma «low cost» di telefonia mobile. Si rivolge a utenti che viaggiano all'estero per turismo o business. Grazie ad accordi con un operatore estone, con Zero Mobile è possibile risparmiare anche l'85% nelle chiamate da e per l'estero. Dopo la sim, Zanella ha sviluppato anche un telefono cellulare dual sim Umts (lo «Zerofonino»), dove è possibile inserire la card dell'operatore tradizionale e quella di Zero Mobile.



MICHELE DREGOLIN PER ECONOMY

► giorno degli innamorati. E se tutto andrà bene, il prossimo passo sarà un negozio monomarca».

Intanto c'è la soddisfazione di essere cresciuti senza aiuti. «Abbiamo avuto credito dalle banche» conclude Fiorentino «ma per piccola parte del capitale iniziale. E solo la Popolare di Bergamo ha creduto davvero in noi».

(Roberto Carminati)

#### MANUEL ZANELLA

### L'inventore che convinse il «mito» della sua infanzia a entrare nei telefoni

L'ufficio di Manuel Zanella è una macchia di colore arancio-verde nel grigio della zona industriale di Vicenza. A pochi centimetri dal computer, sulla scrivania, la foto di suo figlio nato il 12 dicembre 2008. Sulla parete di fronte, due copertine di un mensile economico. La prima ha in primo piano il volto di Sil-

vio Berlusconi. Sulla seconda campeggia Ennio Doris, numero uno di Mediolanum. «Un giorno metterò lì accanto la terza copertina: magari quella di Economy» dice. «E ci sarà la mia foto».

Presuntuoso? Forse. Di sicuro ambizioso e determinato. Zanella, 32 anni, è figlio di un perito elettrotecnico che aveva una fonderia venduta nel 2005 e il mito di Doris, vicentino, imprenditore «fai-date» se lo porta dietro da quando è bambino, da quando voleva fare l'inventore. Dopo una laurea in ingegneria elettronica a Padova, inizia a lavorare come «family banker» proprio in Mediolanum. Nel 2003 si sposa e parte per il Kenya. E lì nasce l'idea che nel 2006 lo porta alla fondazione di Zero Mobile: «Per telefonare e ricevere chiamate dall'Africa all'Italia spendevo 6 euro al minuto, un'enormità» racconta.

Come evitare quel salasso? «Non ho fatto altro che guardare a quanto già esisteva in Inghilterra e