

Idee brillanti in una scatola

Lara Botta, vice presidente di Botta Packaging, ci racconta la sua storia, il suo ingresso nell'azienda di famiglia dopo una lunga esperienza all'estero. Ne emerge un profilo fuori dal comune, la passione per il suo lavoro, accompagnata da una vocazione all'associazionismo

di Antonella Pellegrini

Lara Botta è l'esempio di una giovane imprenditrice attiva in diversi campi: innanzitutto nell'azienda di famiglia, ma anche nell'associazionismo, nella veste di vice presidente dei Giovani di Confindustria.

Con a cuore le problematiche ecologiche ed un impegno profondo ad incentivare le giovani studentesse ad affacciarsi al settore Stem e ridurre il gender gap.

Tenace e sempre in movimento, il suo piglio imprenditoriale probabilmente deriva dalla nonna, la signora Alfonsina Botta. Iniziamo la nostra chiacchierata parlando con piacere proprio di questa figura femminile, una 'start-upper' degli anni Quaranta: "A quel tempo non esisteva quel termine, ma oggi potrebbe essere definita così - esordisce Lara Botta -. Mia nonna nel '47 aveva un lavoro stabile: era un'impiegata con quattro figli e - come molti a quel tempo - faticava ad arrivare a fine mese. Ha quindi deciso di lasciare il lavoro fisso e tentare l'avventura imprenditoriale. In una cantina creava le scatole in cartone per poi venderle andando in giro per Milano in tram". Una visione lungimirante, quella della nonna: "Ha rischiato il tutto per tutto e per fortuna il suo coraggio è stato premiato. Poi è subentrato mio padre, che ha preso in mano l'azienda e l'ha fatta crescere fino a diventare la realtà che è oggi".

Oggi Floriano Botta è presidente della Botta Packaging, azienda produttrice di imballaggi in cartone ondulato che, grazie ad uno staff altamente qualificato, più stabilimenti produttivi ed una vasta gamma di tecnologie di stampa, può offrire ai propri clienti soluzioni di imballo complete e su misura per tutte le loro esigenze. Nella gestione dell'a-





zienda è supportato dal figlio Flavio e dalla figlia Lara, oggi nel ruolo di vice presidenti, la cui decisione di entrare nell'azienda di famiglia non è stata affatto immediata.

Milanese di nascita, Lara Botta sceglie di studiare e laurearsi presso l'Università di Edimburgo, nel Regno Unito, e successivamente intraprende una brillante carriera a Londra presso una multinazionale farmaceutica, la Roche. Un percorso lungo dieci anni. E poi, il rientro in Italia, nell'azienda di famiglia. Che cosa l'ha spinto? "Avevo intrapreso la mia strada nella farmaceutica, dalla mia partenza dall'Italia ero ormai alla soglia dei dieci anni trascorsi all'estero: ad Edimburgo prima, a Londra, a Basilea e poi ancora a Londra. Ho pensato fosse giunto il momento di tornare in Italia e mettere a frutto la mia esperienza nell'ottimizzazione dei processi, e non solo. Il mio lavoro mi piaceva e mi appagava. Eppure non riuscivo a dire a mio padre che non sarei mai tornata, anche perché l'azienda di famiglia era comunque un'opportunità". Il suo impegno la porta oggi ad essere vice presidente della società, oc-

cupandosi della gestione tecnologica e innovativa e dello sviluppo aziendale.

Etica e design

In un'epoca in cui si parla molto di economia circolare, Botta Packaging ci tiene ad operare nel totale rispetto dell'ambiente. "Abbiamo un occhio di riguardo per l'ambiente anche grazie al fatto che il cartone ondulato è l'emblema dell'economia circolare, essendo: riciclabile al 100%, biodegradabile e prodotto da fonti rinnovabili. In un'era dove il consumatore presta molta attenzione a questo aspetto, il cartone ha effettivamente un valore aggiunto non indifferente".

E poi c'è il design. Quanto conta oggi nel packaging? "Il design oggi è fondamentale soprattutto per quanto riguarda le vendite E-commerce. Tutti i nostri clienti si stanno muovendo nella direzione di una vendita diretta al consumatore finale che riceve a casa l'imballo, che proprio per questo deve rispondere a determinati requisiti: deve reggere il peso del prodotto che contiene, resistere agli urti ed al trasporto, ma deve anche essere accattivante ed offrire la certezza

Brilliant ideas in a box

Lara Botta, Vice-President of Botta Packaging, tells us her story, her access into the family business after a long experience abroad. The result is an unusual profile, passion for her work, accompanied by a vocation for associations. In an age in which there is a lot of talk about circular economy, Botta Packaging is committed to operate with total respect for the environment. "We pay special attention to the environment thanks to the fact that corrugated cardboard is the symbol of the circular economy, being: 100% recyclable, biodegradable and produced from renewable sources. In an era where consumers are paying a lot of attention to this aspect, cardboard has a real considerable added value." And then there is the design. How important is it today in the packaging? "Design today is essential especially for e-commerce sales. All our customers are moving in the direction of direct sale to the end customer, who receives the packaging at home, which precisely for this reason must meet certain requirements: it must bear the weight of the product it contains, it must withstand impact and transport, but it must also be captivating and offer the certainty that nobody can open it and handle what it contains thanks to anti-counterfeiting protection measures." E-commerce does not simply mean selling, but is also a service, which guarantees the client white label boxes within 48 hours, using RPA technology. "We designed and developed a way to make available all the boxes in stock at our warehouses and at the warehouses nationwide. We can provide our clients with more than 300 product codes, ready to be shipped. We chose to take this path to serve all the small businesses and startups so as the purchase of boxes becomes a fast and autonomous process." This Instapack service will be active in the coming months, and we are planning the launch of its dedicated www.instapack.me platform.

che nessuno possa aprirlo e maneggiare ciò che contiene grazie a protezioni anticontraffazione. Tutte peculiarità che diventano sempre più importanti”.

Per l’E-commerce, per esempio, l’azienda ha iniziato a proporre prodotti con la stampa su entrambi i lati. “Pensiamo ad un acquisto online. Se il consumatore riceve una scatola e dentro trova un messaggio personalizzato, tutto per lui, o un colore dedicato - afferma - creiamo quel ‘Unboxing Experience’ che molti clienti ricercano e grazie al quale il consumatore rimane soddisfatto dall’esperienza di acquisto, anche chiamato Wow Factor”.

In azienda si parla poi di ‘Neurodesign’, la nuova frontiera del packaging e product design. I designer di packaging, già da decenni, ricorrono alla psicologia per creare confezioni sempre più accattivanti e attraenti per il consumatore. Il Neurodesign unisce le conoscenze di design a competenze neuroscientifiche per realizzare un packaging di successo che unisca gli aspetti legati alla sfera visiva, fisica ed emotiva e che siano allettanti per il cervello umano.

Tecnologia e comunicazione

Da una multinazionale all’azienda di famiglia: “È stato un cambiamento notevole, sono passata da una società in cui tutto era strutturato, aspetto positivo da un lato ma dall’altro ogni volta che si doveva cambiare o migliorare qualcosa ci si doveva confrontare con procedure e gerarchie, ad un’azienda più piccola in cui ho potuto apprezzare la flessibilità. Poi mi sono via via entusiasmata per il mondo delle scatole e per il cartone ondulato, con il quale giocavo fin da piccola

con mio fratello. Non ultimo, il senso di responsabilità nel portare avanti il percorso iniziato da mia nonna e poi continuato da mio padre. Ma soprattutto, per quello che potevo dare io all’azienda - e non mi sono mai più guardata indietro”. La domanda che sorge spontanea è la seguente: una persona giovane e preparata, aperta ai cambiamenti e all’innovazione, come si è rapportata con la visione di un imprenditore appartenente ad un’altra generazione come suo padre? “Sicuramente c’è stata una ventata di innovazione - dice - ma sempre tenendo ben presente che stiamo parlando di un’azienda che ha oltre 70 anni di storia ed un suo grande know-how che non si può pensare di stravolgere, ma che va valorizzato. Di certo è cambiata la comunicazione, grazie anche ai social e ai nuovi media”. L’azienda si è poi focalizzata sulla tecnologia, puntando sull’RPA (Robotic Process Automation), cercando di innovare tutti i processi aziendali, per farli essere più snelli ed arrivare più velocemente ai nuovi clienti.

“Abbiamo cercato di raggiungere tutte quelle start-up e piccole aziende che stanno crescendo, che non hanno le stesse esigenze delle grandi imprese, con quantità più esigue, che cercano il prodotto che serve loro direttamente online, che vogliono fare tutto da sole e velocemente, senza aver bisogno di quella consulenza e personalizzazione che diamo ai nostri clienti ‘storici’ e strutturati”.

E-commerce, per Lara Botta, non significa semplicemente vendita, ma un servizio, che garantisce al cliente scatole neutre nel giro di 48 ore, avvalendosi

della tecnologia RPA. “Non solo le scatole che magari abbiamo noi a magazzino, ma tutte quelle disponibili sul territorio nazionale. Noi abbiamo studiato e messo a punto un modo per offrire tutte le scatole a disposizione nei nostri magazzini e nei magazzini a livello nazionale. Riusciamo a mettere a disposizione dei nostri clienti oltre 300 codici di prodotto, pronto per la spedizione, per poter trovare ciò che più si addice a soddisfare le loro esigenze. Abbiamo scelto di intraprendere questa strada per quella clientela che si sta creando, di piccole aziende e startup per cui l’acquisto delle scatole vuole essere un processo veloce ed autonomo. Abbiamo portato la tecnologia RPA in un settore dove ancora non c’era”. Questo servizio, Instapack, sarà attivo nei prossimi mesi, e stiamo programmando il lancio della sua piattaforma www.instapack.me.

Associazione, una passione

Sulle orme del padre, anche lui attivo da sempre nell’associazionismo, Lara Botta è molto impegnata nel Movimento dei Giovani Imprenditori di Confindustria e, nel 2017, è stata eletta vice presidente. “Appena tornata in Italia sono entrata nel Gruppo Giovani Imprenditori di Asolombarda, che è la mia territoriale. Da lì, non ci è voluto molto perché iniziassi ad esserne molto attiva, per cui sono diventata consigliere, vice presidente regionale, vice presidente territoriale, ed a maggio è arrivata la nomina alla vice presidenza a livello nazionale”. Un percorso in crescita, dunque, che ha portato ad uno scambio proficuo di conoscenze: “Ho ricevuto davvero tanto in cambio del mio impegno, non in termi-



GUARDA IL VIDEO CON LA REALTÀ AUMENTATA



COME FARE:

1 **SCARICA** la App EXPERIENCE GATE disponibile gratis su



2 **APRI** l'App e **INQUADRA** con lo smartphone l'immagine qui sopra

3 **GUARDA** il video. **VIVI** l'esperienza interattiva con la realtà aumentata

ni economici, ovviamente, ma a livello di networking per le persone valide che ho conosciuto e per quanto ho imparato. Ad ogni convegno si impara qualcosa di nuovo, che poi si riporta azienda. È un bagaglio culturale oltre che un'occasione preziosa di confronto con persone che hanno problemi simili e che, magari, li hanno già superati. È un ambiente fervido di idee e stimolante, che allo stesso tempo può dare molto anche a livello aziendale". E aggiunge con convinzione: "Se non avessi fatto tutto ciò che ho fatto in associazione, probabilmente non mi sarebbero venute le idee, non avrei portato avanti certi progetti, non avrei scoperto il discorso afferente la parte tecnologica".

'STEAMiamoci'

Oltre alla comunicazione digitale, Lara Botta in Confindustria si occupa di un argomento molto importante, per le donne e per il futuro, ovvero le politiche di genere.

"Finalmente, ora se ne parla di più e l'argomento sta diventando di interesse generale - dice - ma lo sforzo per cambiare veramente, incidendo sui numeri, ha bisogno ancora di tempo. Anche per questo, nell'ultimo anno, abbiamo avviato una collaborazione con il Salone dello Studente, che è un importante roadshow di orientamento universitario per i ragazzi delle scuole superiori, con 13 tappe in tutta Italia. In ogni evento, i Giovani Imprenditori di Confindustria hanno uno spazio dedicato per illustrare agli studenti il progetto 'STEAMiamoci', nato con l'obiettivo di raccontare role-model che mettessero in discussione gli stereotipi di genere. Durante gli incontri, molte giovani imprenditrici con lauree STEM hanno raccontato le proprie esperienze imprenditoriali, offrendo una contro-narrativa entusiasmante sulle donne e la scienza.

E sulle figure femminili aggiunge: "La maggior parte delle ragazze trova ostacoli di genere, nel proprio percorso ac-

cademico e professionale. È importante cercare di rimuoverli, perché c'è una fetta di talenti, quelli femminili, che rischiamo di perderci. E si tratta di capitale umano molto prezioso visto che le statistiche mostrano che le donne si laureano prima e meglio. A proposito di statistiche da non sottovalutare, sappiamo anche che il 65% di bambini alle elementari oggi, da adulto farà un lavoro che oggi ancora non esiste e, molto probabilmente, sarà nell'ambito Stem (tecnologia, matematica, ingegneria e scienze). Certamente non tutti possono e devono intraprendere una carriera in questo settore, perché bisogna anche essere motivati, ma deve essere una scelta consapevole. Per esempio, è importante sapere che chi esce dal Politecnico di Milano, nel 97% dei casi troverà lavoro entro l'anno. Scelte personali, tutte di rigoroso rispetto. L'importante, però, è esserne informati".

@anto_pelle