



INTERVISTA

Bill Niada

Oltre il NO PROFIT

Bill Niada è un ex manager della moda che, con B.Live, ha trovato il modo di coniugare terzo settore con l'imprenditoria. Per aiutare giovani ragazzi con patologie croniche a lavorare su progetti concreti insieme ad alcune aziende del fashion.

DI MILENA BELLO

Può il terzo settore diventare un business imprenditoriale, pur mantenendo fede alla sua vocazione di modello di azienda che non poggi le radici sul profitto? La scommessa (vinta) è quella di Bill Niada. Imprenditore dal 1983, ha fatto parte delle startup di marchi come Napapijri e Banana Republic e nel 1996 è entrato nel settore degli outlet fondando Fifty Factory Store, prima iniziativa del genere in Italia. Nel 1997, la figlia più grande, Clementina, si ammalò e l'evento stravolge la sua vita personale e professionale. "Abbiamo viaggiato molto per il mondo per seguire le sue cure ed è stata una fatica improba", ammette con voce calma Niada. "Una volta ritornato in Italia ho iniziato a seguire un nuovo percorso imprenditoriale con il mondo degli outlet. Con la scomparsa di Clementina, poi, ho accelerato questo progetto per trovare una soluzione che potesse mettere insieme il mondo imprenditoriale con quelle realtà che non si aspettano risultati economici. Perché i due mondi possono coesistere e l'impresa può essere prima di tutto sociale, creando beneficio sul territorio".

Così è nata nel 2004 la Fondazione Magica Clementina e nel 2012 la Fondazione Near Onlus all'interno del progetto Near (una delle prime Social Business Company italiane, un retailer che vende sia prodotti di abbigliamento e accessori che food fresco di qualità destinando una percentuale dell'incasso a favore di progetti sociali utili al

territorio), con un duplice obiettivo: sviluppare progetti sociali rivolti a giovani e adolescenti in difficoltà, in particolare nel campo della salute e costruire un ponte virtuoso tra il mondo profit e le realtà non profit, lavorando con aziende, università, scuole ed associazioni attraverso iniziative legate al mondo dell'imprenditoria sociale. Alla Fondazione Near fa capo B.Live, un altro progetto nell'ambito sociale creato per ragazzi affetti da gravi patologie croniche che attraverso visite in aziende, incontri con imprenditori, percorsi creativi imparano il mestiere della vita e l'arte del fare e il Bullone, "una testata giornalistica mensile che rappresenta in primo luogo il nostro pensiero e comunica i pensieri della nostra impresa", racconta Niada.

"Quello che facciamo è contaminare i due mondi attraverso il meccanismo del Co-branding", spiega l'imprenditore del sociale. Per esempio, abbiamo realizzato un parka con Max Mara che è diventato un bestseller o una borsa con Coccinelle". Progetti che vanno al di là delle tradizionali operazioni di charity per coinvolgere in prima persona i ragazzi di B.Live, adolescenti e giovani affetti da patologie oncologiche che, attraverso percorsi creativi fatti insieme ad aziende, professionisti e creativi, condividono esperienze stimolanti al di fuori del contesto ospedaliero. Nel caso di questi due co-branding, infatti, i ragazzi hanno collaborato con le aziende di moda sia nelle fasi ideazione, di realizzazione fino al lancio nei negozi. "È un modo di lavorare stimolante per tutti perché questi ragaz-

zi sono persone che, per il loro vissuto, hanno una profondità diversa e si instaurano percorsi imprevedibili che portano ad intraprendere strade nuove e diverse. Ed è l'occasione per andare oltre le proprie difficoltà e, attraverso il lavoro, poter avere un impatto sulla comunità e sul territorio. All'inizio ci siamo concentrati sulla moda perché è da lì che provengo come imprenditore. Ma siamo cresciuti toccando anche gli altri ambiti, non solo il fashion".

Bill Niada è una fucina di idee e così la Fondazione B.Live e i suoi ragazzi stanno già studiando il prossimo progetto. "Lo abbiamo chiamato Pick & Chic", racconta. "Tempo fa abbiamo fatto un viaggio in Italia con un'Ape per andare a incontrare diverse comunità di giovani. Una volta concluso, l'Ape è rimasta lì con noi, nel box. Cosa farne? Mi piace che ciascuno possa diventare un imprenditore, far nascere idee e portarle avanti. Abbiamo pensato di usare quell'Ape per portare in giro le persone e far scoprire Milano da un punto di vista diverso, con percorsi insoliti. E alla fine del tour, ci si può fermare per gustarsi un picnic gourmet o fermarsi in alcuni ristoranti della tradizione milanese". E poi c'è Cicatrici, un progetto nato insieme al Politecnico di Milano. "Ognuno di noi ha delle cicatrici immaginarie. E, anche se nascoste, si possono vedere. Così - continua Bill Niada - attraverso il Politecnico abbiamo stampato queste cicatrici attraverso un dispositivo in 3D e poi sono diventate sculture digitali presentate un paio di anni fa alla Triennale di Milano".