

## Il personaggio

5

IL PROFILO

Trovolavoro

Nel curriculum maturità classica, laurea in ingegneria e tanta voglia di lavorare. «Bisogna scegliere quello che piace, aver fame d'imparare e essere consapevoli che servono sacrifici»

# ALBERTO FONTANA

## PILOTA E IMPRENDITORE

### LA STORIA DI NASKA

di IOLANDA BARERA

Come si diventa una star del motor vlog? Lo abbiamo chiesto a Naska, al secolo Alberto Fontana, pilota youtuber polarissimo tra gli appassionati del motor sport. Trentaquattro anni, quasi un milione di iscritti sul canale Youtube e l'obiettivo di correre in un campionato (automobilistico) del mondo entro il prossimo anno. È un ragazzo che si è costruito da solo con lavoro e determinazione. Partendo dal nulla. E da un'enorme passione per i motori. «Bisogna scegliere quello che piace, aver fame d'imparare ed essere consapevoli che la vita è fatta di sacrifici. Perché niente arriva in maniera facile» è il suo avvertimento ai giovani. Decide che sarà un pilota a 15 anni. Non ha il denaro per poter permettersi uno sport così costoso ed elitario. Ma non si arrende. Smanetta su Google, per capire come può fare. «Ho chiamato la Federazione: Buongiorno, sono Alberto Fontana, vorrei fare il pilota, cosa devo fare?... Hanno messo giù» racconta.

#### Campionato

Continua a cercare, finché conosce un ex pilota di Formula 3000, che lo invita a partecipare a un campionato online con i simulatori di guida. Non è come correre su strada, ma è alla sua portata. Gli servono "solo" 200 euro per comperarsi un volante: li guadagna ad agosto, durante le vacanze scolastiche facendo il cameriere. Ha 16 anni ed è lanciatissimo. Come pilota virtuale: il secondo anno vince il campionato e la possibilità di provare una vera auto da corsa in pista. Non solo: comincia a fare i video con le telecamere delle gare, tutto da solo compreso i montaggi. Non sa come si fa, ma impara. Prende spunto anche dalla Formula 1. Si divide tra liceo (classico), gare virtuali, video e lavori extra. Lavora qualche weekend come cameriere e l'anno della maturità passa l'ultimo mese di scuola ad aiutare un amico in un cantiere navale collezionando 56 assenze e 30 ritardi. «Ho sacrificato un po' lo studio e dedicato le giornate all'inseguimento del mio sogno» spiega. Si iscrive però all'università. E si laurea in ingegneria informatica. Con 100.



Siamo nel 2012 e si trova davanti a un'inaspettata opportunità. È un talent show in Tv per aspiranti piloti automobilistici (reali) organizzato da Abarth. «Per partecipare dovevi inviare un video e io avevo sei anni di esperienza come videomaker». Lo prendono. E vince: «Quei sei anni di guida sui simulatori mi sono rivelati utili» commenta. Mette in vendita il premio, una 500 Abarth, bellissima,

si compera una moto da 1500 euro. E decide di abbandonare la laurea magistrale e andare a vivere a Milano: «Ero più vicino agli autodromi e avevo amici che, in caso di necessità, mi avrebbero trovato qualcosa da fare, imbiancare o altro». Con il sogno di creare un social network per piloti, realizzare video e andare a venderli in pista. «A Milano ho passato mesi a lavorare 14 ore al giorno, sette gior-

ni su sette» racconta. Bussa a tutte le porte di persone che organizzano eventi in pista e alla fine trova un socio, un ex pilota che investe nella sua idea, l'aiuta a comperare l'attrezzatura necessaria e lo introduce nel mondo del motociclismo. Il suo network Racebooking prende forma. Per cinque anni cresce, fa esperienza, investe anche in formazione. Ma non gli basta: «Continuavo a non essere un pilota, a non avere i soldi per correre e a lavorare come un mulo». E a quel punto fa un cambio di prospettiva.

«Mi sono detto: ma perché, invece di stare dietro alla telecamera, non la giro e mi riprendo mentre racconto una storia interessante?». Mette in pratica l'idea e pubblica il video su Facebook. Diventa virale: «Centinaia di migliaia di visualizzazioni». Ne fa un altro: quasi un milione. «Ha funzionato perché sono confluite tutte le competenze acquisite nel tempo: 10 anni di video, gli anni in pista, anche i corsi di comunicazione e teatro che avevo fatto». Capisce che ha un potenziale come divulgatore. Fa a tempo perso uno-due video al mese. «Fino a che a metà del 2017 un'azienda mi ha pagato per raccontare una vacanza in moto». Capisce che può guadagnare e, soprattutto, può trovare sponsor per le sue future corse. Da qui si affida a un'agenzia, Heroes Valley, per la parte commerciale.

#### Imprenditore

Cresce come imprenditore (oggi ha sei persone che lavorano a tempo pieno nella sua casa di produzione). E intreccia la sua professione di divulgatore con quella di pilota.

«Finalmente nel 2018 sono arrivato a fare la mia prima stagione. Ho iniziato con le moto e non mi sono più fermato». Ha corso a oggi 450 gare. Negli ultimi anni (in seguito a un infortunio) gareggia solo sulle quattro ruote, anche con ottimi risultati. Il suo sogno nel breve termine? «Correre in un campionato di alto livello: se l'anno prossimo ci arriverò bene, altrimenti comincerò a lavorare sul piano B e sul piano C. Perché è giusto perseverare, ma a un certo punto bisogna fermarsi a riflettere. E magari cambiare approccio».

#### Bonus pieno alle neo mamme

#### Le politiche Iccrea per il personale

La sostenibilità non si riferisce solo alla tutela dell'ambiente ma passa anche attraverso l'attenzione alle persone e ai propri dipendenti. Bcc Iccrea, capogruppo del gruppo bancario Cooperativo Iccrea, ha da poco siglato insieme ai sindacati il primo contratto integrativo che sostituisce integralmente i 13 contratti regionali e i 6 contratti aziendali attualmente in essere e che coinvolge tutte le lavoratrici e i lavoratori appartenenti alle 115 Bcc e alle società del gruppo. «È l'esito di una contrattazione di secondo livello che disciplina alcune materie che prima erano definite a livello regionale — spiega Paolo Tripodi, coo e responsabile delle risorse umane del gruppo Bcc Iccrea —. È dunque un contratto migliorativo che abbiamo fatto in poco tempo e che dà la possibilità di avere una contrattazione unitaria, superando le disomogeneità di trattamento e rendendo anche più semplice la mobilità all'interno del gruppo». Ad essere regolate sono le materie del ticket pasto, del welfare, della mobilità territoriale e introduce una Commissione permanente per le pari opportunità, l'inclusione e Esg, temi che vanno ad aggiungersi ai precedenti accordi sottoscritti sul lavoro agile e sul valore di produttività aziendale. Tutte iniziative che in linea con la «People Strategy» della società che punta a favorire lo sviluppo, l'ingaggio, la retention delle persone, a sostegno della realizzazione degli obiettivi di gruppo. «Stiamo lavorando molto su due aspetti importanti — aggiunge Tripodi —: la conciliazione vita-lavoro e la diversity per supportare le donne come caregiver della famiglia ed evitare sperequazioni o possibili blocchi di carriera. Non è un'attenzione fatta di soli intenti ma mettiamo in campo delle procedure ben precise. Una collega che va in maternità, ad esempio, riceverà automaticamente uno smart working negli ultimi mesi per potersi avvicinare con serenità a quel momento, garantendole anche di ricevere un bonus pieno, che non tenga conto quindi, dei mesi della sua assenza».

E. Cap.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Trovolavoro**

Inserito al Supplemento del  
CORRIERE DELLA SERA L'ECONOMIA  
del 17 giugno 2024

Direttore:  
**Luciano Fontana**

Vicedirettore vicario:  
**Barbara Stefanelli**

Vicedirettrici:  
**Daniela Manca**  
**Venanzio Postiglione**  
**Florenza Sarzanini**  
**Giampaolo Tucci**

Responsabile:  
**Nicola Saldutti**

A cura di:  
**Giovanni Stringa**

Redazione grafica:  
**Lorenza Martini**  
Progetto grafico:  
**Michele Lovison**  
Art. Director:  
**Bruno Delfino**

RCS MEDIAGROUP S.P.A.  
Sede legale: via Rizzoli, 8 - Milano  
Testata registrata presso il Tribunale  
di Milano al n. 28 del 14 febbraio 2019  
Redazione e tipografia:  
via Solferino, 25 - Milano, tel. 02-62821

© 2024 COPYRIGHT RCS MEDIAGROUP S.P.A.  
Tutti i diritti sono riservati.  
Nessuna parte di questo prodotto può  
essere riprodotta con mezzi grafici,  
meccanici, elettronici o digitali.  
Ogni violazione sarà perseguita  
a norma di legge.

Pubblicità:  
CAROCS MEDIA S.p.A.  
9506 Operative Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano  
Tel. 02-25641 - Fax 02-2566688  
www.rcspublicita.it  
Marketing:  
Marco Quattrone e Silvia Usual