

08 maggio 2023

Le donne contano: **Brownie Wise**

Brownie Wise (1913-1992) fu colei che negli anni '50 portò al successo i prodotti Tupperware.

Tupperware è oggi un'azienda multinazionale che, dopo oltre sessant'anni di vita, continua a prosperare. Produce contenitori di plastica per alimenti, utensili da cucina e oggetti utili per la casa.

La filosofia di Brownie Wise fu sempre quella di puntare ad ottenere una piccola vittoria ogni giorno. Queste piccole vittorie costanti rappresentarono il successo per l'inventore di Tupperware, Earl Tupper che, dopo aver lavorato per DuPont durante la 2a guerra mondiale, scoprì un modo per modellare il polietilene in fogli sottili molto resistenti. Nel 1949 creò e brevettò i coperchi "Tupper Seal", che resero i contenitori a tenuta sia di acqua che di aria. Quando però li lanciò sul mercato, non ottennero il successo sperato.

Il pubblico non aveva fiducia nella plastica, non sapeva come usare i prodotti Tupperware e Tupper non aveva alcuna esperienza nella gestione di una rete di vendita. La soluzione ai suoi problemi si presentò nel 1951 allorché incontrò Brownie Wise, una casalinga della Florida che come operatrice indipendente riusciva a vendere fino a due camion di prodotti alla settimana, utilizzando il metodo delle riunioni a casa delle clienti.

Wise spiegò al fondatore che l'unico modo per vendere quei prodotti era dimostrarne l'utilizzo direttamente alle utilizzatrici finali. Tupper la assunse immediatamente, arrivando a nominarla General Sales Manager.

Wise si impegnò costantemente nella ricerca di nuovi collaboratori, prevalentemente donne, anche se nessuno veniva escluso a priori.

La maggiore difficoltà nella gestione della sua rete di venditori fu quella di dover motivare e addestrare persone non avvezze alla vendita, spesso casalinghe intimorite nel trovarsi in situazioni per loro inusuali. Wise non si scoraggiò mai e puntò sempre più sulla formazione, elaborando ad esempio un corso per parlare in pubblico. Insisteva affinché il presentatore mostrasse determinazione sul proprio volto e tenesse la testa eretta, come lei stessa aveva sempre fatto.

Tenne personalmente dei seminari e questi si rivelarono momenti formativi e di interazione utilissimi ad ispirare i suoi collaboratori. Ribadiva spesso quanto fosse utile visualizzare costantemente il proprio obiettivo, per evitare di perderlo di vista. Quanto fosse importante, ogni volta che si incontravano ostacoli o insuccessi, riacquistare la propria autostima concentrandosi sui propri attributi positivi.

“Soffermati sui molti talenti che possiedi e sulle grandi cose che puoi realizzare, semplicemente facendo conto soltanto su alcuni di essi.”

Wise comprendeva quanto la maggioranza delle persone fosse impaziente e volesse ottenere i propri obiettivi immediatamente. Il suo consiglio fu invece sempre di cercare una piccola vittoria ogni giorno e di controllare costantemente i propri progressi verso l'obiettivo finale.

Wise ebbe la capacità di intuire e sfruttare il consumerismo postbellico e seppe anticipare e incentivare il cambiamento del ruolo delle donne nell'America degli anni '50.

Il grande successo di Wise decretò però anche la fine della sua stessa carriera: dopo sette anni di collaborazione produttiva, Tupper licenziò Wise, stanco della sua grande visibilità che lo mise sempre in secondo piano (fu ad esempio la prima donna ad apparire sulla copertina di Business Week).

Wise scomparve così dalla scena del business per poi morire nel 1992.

La grande rivoluzione di Brownie Wise fu quella di comprendere le potenzialità di un semplice contenitore di plastica e di proporlo ad un pubblico che nessun uomo di marketing avrebbe mai preso in considerazione: quello delle casalinghe. Condividevano lo stesso linguaggio e le stesse priorità; vivevano momenti conviviali e cominciarono a guadagnare del denaro che le rendeva economicamente indipendenti dai rispettivi mariti. Insieme, cavalcarono un cambiamento epocale.

**COMMISSIONE PARI OPPORTUNITÀ
COORDINAMENTO FIRST CISL GRUPPO BANCO BPM**