

## Donne con spirito imprenditoriale

**Sheela Levy è presidente del gruppo The Body Shop Switzerland SA e insieme a suo marito, Ivan Levy, 26 anni fa è riuscita a portare The Body Shop in Svizzera. Da sette anni Sheela Levy è membro del Leadership Board della Kennedy School of Government di Harvard. Sheela Levy è una vera e propria cosmopolita: ha lavorato in diversi Paesi e parla sei lingue. Con passione s'impegna per il miglioramento delle condizioni di vita dei bambini e sostiene, tra l'altro, il fondo per l'infanzia Children on The Edge, la casa di accoglienza Tumani in Kenia per orfani i cui genitori sono morti di AIDS e il Magic Bus, un progetto in India dedicato alla prevenzione HIV/AIDS.**

**Com'è nata l'idea di lanciare il marchio The Body Shop in Svizzera?**

Ho conosciuto il marchio The Body Shop a Londra, nei primi anni Ottanta. Essendo una grande appassionata di questi prodotti, ho investito un'enorme quantità di tempo e denaro nel negozio di Kings Road. All'epoca io e mio marito Ivan eravamo giovani, amanti dell'avventura e pronti a trasferirci ovunque. Quando un nostro caro amico ci propose di avviare un'attività in Kuwait, ero

Il programma eva presenta una serie di profili avvincenti di donne che hanno raggiunto il successo nel proprio settore. Oggi conoscerete più da vicino Sheela Levy, presidente di The Body Shop Switzerland



entusiasta all'idea di aprire un negozio The Body Shop in quella nazione. Purtroppo, l'accordo di franchising per il Medio Oriente era già stato siglato sei mesi prima con un altro concorrente. D'istinto abbiamo chiesto informazioni riguardo al mercato svizzero: siamo stati convocati da Anita e Gordon Roddick e, dopo 4 ore di colloquio, ha preso avvio il progetto di The Body Shop Switzerland. Il 15 agosto 1983 abbiamo aperto il nostro primo punto vendita nello Stadelhofen-Passage. Era un piccolo negozio di 25 m<sup>2</sup> con una scala a chiocciola che portava a un salone di parrucchiere, situato al piano superiore. Quel periodo è stato davvero affascinante.

**Nella fase iniziale, com'è riuscita a conciliare lavoro e famiglia?**

A gennaio 1984 è nata nostra figlia Shaana. Fino a quel momento io e mio marito avevamo gestito insieme il negozio. Dopo la nascita di Shaana, io ho iniziato a lavorare a tempo parziale. Abbiamo avuto la fortuna di trovare una baby sitter straordinaria, un'anziana signora francese. Quando Shaana è entrata nella Inter Community School di Zumikon all'età di 3 anni e mezzo, tutto è diventato più semplice. Per molti anni ho lavorato durante l'orario scolastico, dedicando il resto del tempo a mia figlia.

**Quali cambiamenti hanno subito i valori fondamentali di The Body Shop negli ultimi 20 anni, ad esempio in seguito alla morte di Anita Roddick, fondatrice del marchio, o con l'acquisto da parte del gruppo francese L'Oréal?**

The Body Shop International si è trasformato da piccola impresa familiare a società globale, con oltre 2600 punti vendita. The Body Shop Switzerland, tuttavia, rappresenta ancora oggi un'impresa familiare: per me e mio marito, i nostri collaboratori sono parte di una grande famiglia.

A livello locale e globale, The Body Shop è divenuto una realtà più strutturata e organizzata. I nostri prodotti sono migliorati ulteriormente sul piano dell'efficacia e della composizione. Il principale motivo di orgoglio, però, sono i nostri Community Trade Partner: mai prima d'ora erano stati così numerosi. Anita Roddick era l'anima di The Body Shop; si accertava sempre che alle nostre parole seguissero azioni concrete. Oggi, a due anni dalla sua scomparsa, ci impegniamo tutti, in primis L'Oréal, a portare avanti il suo progetto e a rafforzare i valori del marchio su tutti i fronti.

**Quali sono stati i momenti d'oro nella fase di apertura del suo negozio The Body Shop o durante la gestione della sua attività? La fortuna ha avuto un ruolo essenziale nella riuscita del suo progetto?**

Gli ultimi 25 anni sono stati i più lieti e propizi della mia vita. In Svizzera abbiamo avuto la fortuna di trovare una clientela che apprezza molto i nostri prodotti e valori. Siamo sempre stati fortunati anche sul piano dei collaboratori: alcuni di essi lavorano con noi da oltre 10 anni!

**Cosa significa per lei avere fortuna?**

Per la maggior parte delle persone, «fortuna» significa andare al casinò e sbancare il jackpot con una sola moneta. Per me, invece, significa godere di buona salute, avere una famiglia affettuosa ed essere circondata da amici fidati.



**Cosa la spinge, a distanza di 26 anni dal lancio del marchio in Svizzera, a difendere ancora i valori insiti in The Body Shop?**

Credo ai valori di The Body Shop, quindi non trovo per nulla difficile portare avanti il mio impegno. Chi non sarebbe entusiasta di gestire un'impresa così attiva sul piano ambientale e sociale? The Body Shop Foundation, Children on The Edge, le nostre campagne... l'elenco è lungo e sorprendente.

**Qual è il suo prodotto preferito di The Body Shop? E qual è il prodotto più venduto?**

Il mio prodotto preferito cambia ogni volta che siamo in grado di offrire qualcosa di nuovo. The Body Shop realizza una grande quantità di prodotti efficaci e innovativi. Alcuni degli articoli tradizionali che prediligo sono la crema idratante alla vitamina E, il burro corpo all'olio di buriti e il doccia gel al moringa, dal profumo squisito.

**Qual è il motivo primario che induce i clienti ad acquistare i prodotti The Body Shop? La loro eccellente qualità o i valori rappresentati dal marchio?**

I clienti vengono nei nostri negozi sia per i valori portati avanti dal marchio che per la qualità dei prodotti e dei rispettivi componenti. I prodotti che distribuiamo sono ottimi sotto ogni aspetto e apportano benefici indiscussi.

**Dove vengono realizzati i prodotti The Body Shop?**

I nostri prodotti vengono realizzati in tutto il mondo. Ovunque vi sia la possibilità di sviluppare un valido progetto Community Trade con una materia prima interessante, produciamo i componenti direttamente sul posto, in modo che le comunità locali possano beneficiarne direttamente. Il nostro progetto più recente riguarda le isole Samoa. Da quel territorio ricaviamo olio di noce di cocco biologico pressato a freddo, che utilizziamo anche nella nostra gamma di prodotti a base di noce di cocco. The Body Shop realizza i propri articoli osservando normative molto severe, che garantiscono il rispetto della natura, dell'uomo e dell'ambiente sotto ogni punto di vista.

**Quali aspirazioni nutre riguardo a The Body Shop Switzerland?**

Desidero che The Body Shop Switzerland possa portare avanti il suo impegno e fornire un contributo attivo per migliorare e rendere più bella la vita dei nostri clienti e la nostra società.

**A suo parere, quali sfide dovrà affrontare The Body Shop nell'immediato futuro?**

La pianificazione strategica! Quando io e mio marito ci ritireremo dalla professione (evento che attualmente non riesco neppure a immaginare...), vorremmo essere certi che l'attività venga portata avanti con gli stessi valori e la stessa dose di passione, impegno e amore che hanno contraddistinto la nostra gestione negli ultimi 25 anni.

**Contatto**

evaline: 0800 811 810  
eva@bankcoop.ch  
www.bancacoop.ch/eva

Per maggiori informazioni su The Body Shop consultare il sito [www.thebodyshop.ch](http://www.thebodyshop.ch)