



Delia Fischer, 33 anni, fondatrice del colosso di e-commerce di arredamento Westwing. Il 12 settembre a Milano si potrà acquistare live in un pop-up store in Brera.

piattaforma: «Westwing offre piccoli lussi quotidiani, una fascinazione sensoriale». Una piattaforma di lifestyle rinnovata di continuo per il pubblico, a scapito del suo privato: «Ho passato i primi tre anni in ufficio, senza mai vacanze né weekend».

Eppure lo stress d'impresa era il sogno adulto, il chiasso metropolitano quello di bambina, cresciuta in campagna: «Fantasticavo viali, strade trafficate e gremite di gente, persino il rumore dell'autobus». A 18 anni raggiunge il frastuono di Monaco, del centro città, del lavoro di giornalista. A 27 anni fonda un'azienda sua. Sogni avverati in fretta, anche troppo: «Tutto così

veloce, tecnologico, intenso». Un'amica «molto preoccupata per il mio stile di vita» la porta a vedere cuccioli di bulldog appena nati, dalla gita si torna con Lola. Nasce l'era di Delia&Lola, il cane è sempre con lei, ce ne sono molti altri in ufficio, che dormono mentre intorno si guida un impero immerso in Rete e nel rumore della realtà.

Ma proprio l'ingresso di Lola scompone quel puzzle di agognata vita metropolitana, che non s'incasta più. Delia corre sul viale dei suoi sogni: «Ma mancava qualco-

sa». Un pezzo di lei. Gliene parla la coach, che all'innossidabile imprenditrice segnala l'esistenza di una Delia più sensibile, bisognosa di nutrire la sua creatività, con silenzio e solitudine. Difficile trovarli, in pieno centro e in pieno Westwing. Ma c'è Lola, che come un jolly pescato al momento giusto diventa la carta perfetta, per incamminarsi dall'altra parte di sé. Con Lola si passeggia nel parco: «Mi rilassavo così tanto, una gioia pazzesca». Portando fuori il cane, cambia la prospettiva: «Prendendomi cura di lei ho imparato a occuparmi di me. Di colpo le strade mi sembravano troppo affollate». Il parco diventa un giardino, quello in cui traslocare: «Per Lola ho cambiato casa, città, vita».

Per Lola e per quella Delia silenziosa, che non trovava più spazio. Un circuito virtuoso, in cui la casa si trova online: «Interni orrendi, ma la struttura era antica e interessante, ho visto come sarebbe sbocciata». Una visione in tinta grigio pallido e in versione ariosa, così diversa dagli interni affollati di colori e carta da parati, delle sue precedenti case di città. Qui sono felici, Lola e una e l'altra Delia. Niente più mito dei viali? «In 20 minuti li raggiungo. Ma non è più necessario esserci». Ci va per lavorare, per il resto urge solo l'altalena, forse per festeggiare un dondolare dalla campagna alla città e ora di nuovo in campagna, in cui Westwing è sempre più lanciato, mentre lei ha felicemente rallentato.

ha felicemente rallentato.

A spasso con Lola

Anni frenetici passati a creare un innovativo sito di e-commerce. Per **DELIA FISCHER** non c'erano vacanze né weekend. Finché un incontro speciale l'ha aiutata a rallentare
di ANNAMARIA SBISÀ

Vita di campagna e vita di città, un ondeggiare di sogni e aspirazioni risolte dal cane Lola e da un trasloco. Non è strano che sia proprio un'altalena, il momentaneo desiderio di Delia Fischer, tedesca, già giornalista di *Elle Decoration*, fondatrice di Westwing Home & Living, piattaforma e-commerce lanciata in Germania nel 2011, oggi leader in Europa ma anche Brasile, Russia e Kazakistan, con 5.000 aziende fornitrici di desideri per 30 milioni di e-shopper dell'arredo, dal 1° marzo anche italiani (Dalani è ora Westwing). Che il 12 settembre avranno in Brera a Milano un Westwing pop-up store per acquisti dal vivo.

Divano, tappeto o servizio di piatti che rinfreschino la casa senza problemi di taglie e vestibilità? Idea semplice e geniale: «Era scoppiato l'e-commerce della moda, avevo da sempre in mente di mettermi in proprio e come giornalista conoscevo il mondo degli interni». Non esisteva un sito simile in Europa, quindi senza esperienza business-digitale Fischer si lancia nell'impresa: «Mi sentivo forte grazie a un'infanzia ben radicata». Ben radicata dai pomeriggi nella fattoria dei nonni a sistemare il giardino, rassicurata da una routine profumata, viva e colorata come la sua

«Il nostro brand offre piccoli lussi quotidiani, una fascinazione sensoriale»