

DONNE E UOMINI

possono influenzare la società e l'economia in egual misura e con pari cognizione. Grazie alle loro conoscenze, alla loro intelligenza e alla loro saggezza, possono creare dalla "differenza" il valore aggiunto in imprese ed istituzioni.

Un pensiero alternativo che pur riaffermando il diritto all'uguaglianza, abbia però la capacità di confrontarsi e di riaccendere il dibattito uomo-donna in un'ottica diversa, quella dell'unità di intenti e della condivisione dei grandi temi sociali. Perché il futuro è di tutti..

nel prossimo numero

ANTEPRIMA



PRESIDENTE ASS. AIDDA

Laura Frati
GUCCI



GIORNALISTA TV 7 GOLD

Daniela
MARCHETTI



GRUPPO SNAIDERO

Anna Paola
SNAIDERO



CONDUTTRICE TV SKY 830

Conny
AMATO



GRUPPO ELICA

Alessandra
FAGOTTI



Catherine
HARRIS

15



Marina
CVETIC

21



Laura M.
& Vittoria C.

25



Daniela
GEMENTI

29



Simona
AMADIO

31



Gianna
DETONI

33



Piero
M.

35



Anna
FERRARIS

37

VALERIANA MARIANI

AMMINISTRATORE
di World Service
la comunicazione
pensata
EDITORE

Donna Impresa
Magazine
PRESIDENTE

Donne Impresa (ap/fm)
PRESIDENTE

di Aziende Associate
PRESIDENTE NAZIONALE
DI.Donna
International



a cura di Valeriana Mariani
BUSINESS AL FEMMINILE

DONNA IMPRESA MAGAZINE MILANO - ROMA
PORTO SAN GIORGIO ITALY



“CATHERINE HARRIS”



1

Foto 1 - Catherine con il coniuge David Harris a sinistra e il figlio Tristan ad un Business Luncheon della Camera di Sydney
Foto 2 - Catherine Harris al Business Luncheon della Camera di Sydney
Foto 3 - La famiglia Harris a cavallo
Foto 4 - La famiglia Harris in vacanza in Croazia nel 2008
Foto 5 - I componenti della famiglia Rossi in un momento di relax



2

E' a capo dell'azienda leader nella distribuzione di ortofruttili in Australia, con 20 magazzini dislocati in tutto il paese e più di 1000 dipendenti. Ha trascorsi politici al vertice dell'ente preposto alla tutela dei diritti delle donne sul posto di lavoro e di direttore dell'Accademia Nazionale per la Difesa. Siede nei consigli di amministrazione di numerosi enti pubblici e privati. E' stata insignita di diversi riconoscimenti onorari, tra cui la nomina a Ufficiale dell'Ordine d'Australia e una Medaglia del Centenario al Servizio Pubblico per "meriti straordinari". Catherine (Rossi in) Harris, Presidente di Harris Farm Markets, è indiscutibilmente una donna di successo. Eppure dalla sua persona e dai suoi modi traspaiono la semplicità, la

dolcezza e la cordialità di chi sembra aver trovato la serenità, l'equilibrio, il giusto compromesso tra vita pubblica e privata. In ogni gesto, anche il più banale, come offrire un caffè, esprime un senso di delicata accoglienza, come se ti invitasse ad entrare pian piano nel suo mondo, in punta di piedi. Se è arrivata dov'è, Catherina lo deve sí, alla sua determinazione e pragmaticità, ma anche al sostegno della sua numerosa famiglia e al suo amore per le cose semplici. La sua vita è riassunta nel titolo di un Business Luncheon organizzato dalla Camera di Commercio Italiana di Sydney in suo onore, lo scorso anno: "Family, food and fun". Famiglia, buona tavola e gioia di vivere: tre elementi ben riconoscibili, che affondano le proprie radici nell'ascendenza di Mrs Harris.

Il suo bisnonno, Maffio Rossi, oltre ad essere il capostipite della sua famiglia, è anche il fondatore dell'Italian Chamber of Commerce, sorta nel lontano 1922. Quanto sono importanti per lei le sue origini italiane?

Sono parte di una coscienza collettiva, parte della mia identità, della mia stessa anima. Ogni volta che visito l'Italia, mi sembra di averci sempre vissuto. Curiosamente molti dei miei figli e nipoti stanno cercando di ottenere la doppia cittadinanza, cosa che credo sia possibile se il proprio nonno era italiano... in questo caso non saprei dire, visto che si tratta addirittura di un bisavolo!

Cosa c'è di australiano nel suo carattere, e cosa di italiano?

Direi che la mia personalità australiana è definita soprattutto dall'amore per la campagna, dalla sintonia e dall'empatia con la nostra aspra terra. Penso che anche il gusto per l'irriverenza e l'ironia, la predilezione per la semplicità e il mio essere sempre coi piedi per terra, mi derivino dalle



medesime radici. La mia personalità italiana, invece, si denota nell'amore per i grandi ritrovi di famiglia, per il cibo, per le risate e l'allegria, per i rapporti e l'affettività, così come nella mia passione per la cultura, per l'arte, la bellezza e il design.

Con quale frequenza si reca in Italia? Quali sono le sue impressioni?

Sono una visitatrice regolare del vostro paese. Ci sono stata diverse volte con i miei genitori, in passato, ma vado tuttora abbastanza spesso. Abbiamo anche vissuto a Firenze, per un anno, negli anni '60. Ci trasferimmo ad abitare in una villa antica di proprietà dei Ferragamo, nostri cari amici di famiglia. Furono davvero generosi e per noi fu un'esperienza meravigliosa. Anche per questo motivo ogni volta che torno in Italia e un po' come se tornassi a casa.

Si definirebbe una persona razionale od emotiva?

Emotiva, senza ombra di dubbio. Se da una parte, però, questo aspetto del mio carattere, più spontaneo e genuino, tenderebbe a prevalere, dall'altro è chiaro che lavorare nel business e nel settore pubblico richiede di essere guidati costantemente dalla razionalità.

Ci parli della sua famiglia...

Sono sposata e ho cinque figli. Mio marito, David, è il CEO della società ed è molto dedito e appassionato del suo lavoro. Ama la sua professione e ama la sua azienda. Dei nostri cinque figli, tre lavorano per la Harris Farm, dopo aver maturato esperienze diverse in campo finanziario, ingegneristico e commerciale; uno è nel settore alberghiero e gestisce un proprio ostello sulla costa est, tra Bondi e Coogee, mentre il mio ultimogenito è addetto stampa di Kevin Rudd (il Primo Ministro australiano, ndr). Come vede, hanno tutti profili di alto livello e posizioni prestigiose.

Quanto è importante la famiglia per lei e come riesce a combinare il suo ruolo di madre con quello di imprenditrice e personaggio pubblico?

Con difficoltà'. Quando i ragazzi erano piccoli ho dovuto fare dell'equilibrio. Penso che sia veramente difficile per una donna ricoprire entrambi i ruoli allo stesso tempo, perché entrambi gli ambiti inevitabilmente ne risentono; la tua vita privata ne soffre, così come il tuo business. Non puoi essere una donna di potere e allo stesso tempo pretendere la piena serenità familiare. Il punto è che sei costretta a fare dei sacrifici, ma è solo un passaggio della tua esistenza. Ci sono periodi come questo in cui non si hanno più da seguire i figli, ma in compenso hai dei genitori anziani e dei nipoti che cominciano a richiedere attenzioni; ecco che siamo chiamate nuovamente a mantenere l'equilibrio fra più ruoli. A mio parere questa è un capacità esclusiva delle donne, che gli uomini non hanno.

Quanto è contata la presenza di sua madre nella sua vita?

Moltissimo. Mia madre aveva 10 figli e lavorava. Non si è mai lasciata opprimere dalla professione: amava quel che faceva e inseguiva l'amore nelle cose. E' un aspetto che ho fatto mio: cerco sempre di rimanere attaccata il più possibile a quel che amo, ovvero il mio lavoro e la mia famiglia.

Quando era bambina cosa avrebbe voluto diventare?

Un architetto. E ancora lo voglio diventare!

In qualità di Direttore dell'Affirmative Agency Action, in passato lei ha più volte alzato la voce a difesa dei diritti delle donne sul posto di lavoro; cosa c'è rimasto da fare a riguardo nella società australiana?

Molto, a dire il vero. Credo infatti che non si apprezzi a pieno il ruolo che le donne svolgono nella famiglia. Si fa un gran parlare di madri e casalinghe meravigliose, ma mi sembra che la gente sappia attribuire il giusto valore allo sforzo che la donna fa per mantenere unito il tessuto sociale della comunità: non viene riconosciuto, non è tenuto in considerazione, non è valorizzato. E come conseguenza di ciò, se trasponiamo questo in ambito lavorativo, constatiamo innanzitutto come la donna sia costretta a mantenere questo equilibrio che non le consente di dedicarsi al 100% alla professione; d'altro canto, pur portando queste sue qualità nel lavoro, anche in questo caso esse non vengono riconosciute, apprezzate, considerate, stimolate. Penso che questo sia il problema più grosso. Fortunatamente oggi non si dà più il caso di uomini che si sorprendono perché ricopri un ruolo di rilievo, come avveniva fino a quindici anni fa.

In base alla sua esperienza, quanto differisce l'attuale condizione delle donne sul posto di lavoro rispetto al passato?

Dei cambiamenti effettivamente ci sono stati. Oggi, quando sei coinvolta in business di alto livello e partecipi a un consiglio di amministrazione o a una riunione importante, la gente non nota che sei una donna, ti considera semplicemente un contributor; un altro collega seduto intorno al tavolo. Ricordo, dagli anni trascorsi nel settore privato, che solo per il fatto di essere avvistata in giro per l'ufficio eri considerata automaticamente una segretaria; ora non è più così, fortunatamente. Detto questo, quando si tratta di scegliere il leader del gruppo, ancora non si pensa a una donna. Anche il linguaggio ha la sua importanza: se si deve decidere, ad esempio, chi diventerà il prossimo chairman (presidente, ndr), tutti si guardano intorno per valutare chi sarà l'uomo, il fortunato! C'è ancora una certa ossessione per il comando.

Rispetto al resto del mondo, l'Australia in che posizione si colloca, in termini di status della donna?

A un livello alto, naturalmente, rispetto a molti paesi, ma non così alto come altre nazioni sviluppate, quali Stati Uniti, Inghilterra, Svezia o Francia. Un aspetto particolare, per cui gli australiani non si distinguono in positivo, mi è apparso chiaro in seguito ai miei viaggi in Italia: sebbene nel vostro paese vi sia una minor presenza femminile nel mondo della politica e del business, è pur vero che gli italiani amano le donne, amano stare con loro, godere della loro compagnia. Il che non accade qui in Australia. I giovani infatti adorano lo sport, il divertimento, le uscite di gruppo, così come gli italiani, ma non dedicano la stessa attenzione alle donne. Prenda il tipico barbeque australiano: tutti i ragazzi da una parte, tutte le ragazze dall'altra!

Quando crede che l'Australia sarà pronta ad eleggere una donna come Primo Ministro?

In questo caso credo che sia una questione di capacità. Julia Gillard (l'attuale vice Primo Ministro australiano, ndr) è una politica straordinaria; Kevin Rudd sta facendo un ottimo lavoro, ma nel caso decidesse di farsi da parte, credo proprio che gli elettori darebbero fiducia alla Gillard, in questo momento. Solo un anno fa l'opinione pubblica sarebbe stata leggermente spaventata dall'idea che una donna potesse ricoprire un incarico da leader, ma ora che la si è vista all'opera, credo che sarebbe pronta ad accettarla.

Cosa significa essere donna, per lei?

Questa è proprio una bella domanda! E' un po' come essere una direttrice d'orchestra, che cerca di riportare tutte le forze a un'armonia, forze delle quali non ha necessariamente il controllo.

Lei è anche Direttore del Museum of Contemporary Art e Consigliere presso l'Università del New South Wales (che l'ha insignita di una laurea ad honorem); siede inoltre nell'organo consultivo dell'Australian School of Business e dell'Australian Graduate of Management. Bellezza, educazione, affari: cosa unisce questi tre elementi? Su cosa incoraggierebbe ad investire le prossime generazioni?

La connessione fra queste aree è l'eccellenza. Il museo, l'Università, la scuola di Management, sono tutte espressioni di eccellenza, di elevazione dello spirito umano, in un certo senso, ai massimi livelli, per ciascuno di questi ambiti. Alle prossime generazioni consiglieri di investire nell'ambiente e soprattutto nelle relazioni umane, per imparare meglio chi siamo ed evolverci, comprendere i meccanismi comunicativi e diventare più consapevoli l'uno dell'altro, quindi più solidali. Più numerosi diventiamo, più viviamo a stretto contatto, per cui si rende necessario capire che se, ad esempio, una persona è astiosa, molto probabilmente nasconde in sé una qualche paura. Poi dovremmo investire di più anche nella salute. In ogni caso dovremmo sempre sostenere l'eccellenza, in qualsivoglia sfera.

Come le piace rilassarsi?

Mio marito ed io adoriamo l'equitazione. Ogni due settimane circa, ci dirigiamo nella nostra fattoria sulle Blue Mountains e facciamo lunghe passeggiate a cavallo di tre, quattro, anche cinque ore. Amiamo la natura, la campagna. Essendo nel business del mercato ortofutticolo, siamo l'unica famiglia che non avrebbe bisogno di crescere alberi da frutto, dal momento che possiamo procurarci tutto con estrema facilità, eppure nella nostra proprietà abbiamo aranci, meli, peschi, ciliegi. Coltivare è un'altra nostra grande passione.

Lei cucina? Qual è il suo piatto preferito?

Io adoro cucinare, non importa cosa! In famiglia ci piace scherzare con una battuta: "mamma mette su l'arrosto per la famiglia"... un conto è dirlo a casa, un altro quando ci ritroviamo tutti su in fattoria: finisco sempre per cucinare per trenta persone! La cosa non mi pesa, anzi. Mi piace quando la cucina si riempie di gente a cui dare disposizioni: tu peli le patate, tu fai questo, tu fai quello... tutti partecipano e questa cosa, molto italiana, mi piace da morire. Cresciamo anche diverse erbe, che poi utilizzo per aromatizzare l'arrosto. Quest'anno abbiamo persino fatto le pesche scioppate.

Il suo sogno nel cassetto o l'obiettivo ancora da raggiungere?

L'unico obiettivo da raggiungere è quello di vivere e godere del presente, senza aver alcun obiettivo. Di essere appagata di quello che sto facendo adesso, in questo momento, senza essere tenuta a conseguire chissà quale risultato, ma continuando semplicemente ad amare quello che faccio.

di Luigi Mariani

Catherine Harris business al femminile





“MARINA”

In 28 anni di attività, l'azienda Masciarelli è riuscita a raggiungere i vertici della vitivinicoltura, in Italia e nel mondo, e una considerevole parte di questo successo è certamente dovuta a Marina Cvetic. Nel 1987, durante una visita ad una cantina sociale in Croazia, Gianni Masciarelli incontrò Marina, all'epoca studentessa di tecnologia alimentare all'università di Belgrado. Da quell'incontro nacque un legame privato e professionale e i due si unirono in matrimonio nel 1989.

Nata a Belgrado nel 1967, Marina Cvetic ha vissuto in Croazia, Austria, Germania. Dinamica, tenace e con le idee molto chiare, Marina Cvetic presto impresso la sua personalità nell'azienda del marito, creando una delle linee più rappresentative della Masciarelli, a lei dedicata (la linea "Marina Cvetic", che comprende il Montepulciano, il Trebbiano, lo Chardonnay, il Cabernet Sauvignon). Risalendo alle sue origini, Marina racconta che il suo nonno croato produceva vino in grandi botti di castagno, sia per la sua numerosa famiglia che per i molti turisti tedeschi che visitavano la costa dalmata della Croazia. Marina lo aiutava sin da bambina a pigiare l'uva in grandi botti aperte e a trasferire il vino in botti più piccole. La sua infanzia è stata perciò vissuta fra gli strumenti del vino, respirando l'aria e la filosofia del vino. Sin dall'età di 12 - 13 anni cominciò personalmente ad acquistare i più diversi vini per degustarli con la sua famiglia ed i suoi amici. Marina è stata la critica più severa di Gianni Masciarelli, sia nei vigneti che in cantina. Presto i due cominciarono ad assaggiare insieme i vini nelle diverse fasi produttive, dalle vigne alle botti e infine alle bottiglie. La sua esperienza si è formata sul campo, in oltre venti anni di duro lavoro insieme a Gianni. Negli anni a seguire, Marina ha cominciato ad occuparsi della commercializzazione e della gestione aziendale.



1

SEMIVICOLI
ABRUZZO
ITALY

Dopo tanti anni, Gianni e Marina tornarono insieme in Croazia, e quando Gianni annunciò all'ottantaquattrenne nonno di Marina che i vini da lui prodotti erano i migliori che avesse mai assaggiato, il nonno scoppiò in lacrime. Sin dal primo giorno, Marina ha apportato dei cambiamenti in azienda, aiutando un giovane abruzzese a realizzarsi e realizzare il suo sogno, girando il mondo da un continente all'altro in più di venti anni, credendo insieme nell'eccellenza del Montepulciano d'Abruzzo. Marina possiede la sua azienda agricola in cui produce 4 tipi d'olio (tutte monovarietali, autoctone abruzzesi: la dritta Loretana, la carboncella, il frantoio, il leccino) e il suo vino "Iskra" (dallo slavo, "scintilla"). Insieme Gianni e Marina hanno creato la Masciarelli Distribuzione, che distribuisce vini francesi e tedeschi sul territorio nazionale. Fra i riconoscimenti ricevuti, quello di Imprenditrice dell'anno 2006 dalla rivista abruzzese "Abruzzo Impresa", "Donna del Vino e della Vita" per "Il Glosario 2008" di Paolo Massobrio; Marina Cvetic appare inoltre nel volume appena pubblicato dall'editrice di area teutonica AT Verlag dal titolo "Weinfrauen - Die Besten Winzerinnen Europas und Ihre Weine", (Le donne del Vino - Le migliori Produttrici Europee ed i loro vini", edizione AtVerlag 2008), in cui vengono nominate solo 7 "Wine Women" italiane. Dall'unione di Gianni e Marina sono nati 3 figli: Miriam Lee, Chiara Ludovica e Riccardo Amedeo. Marina Cvetic è attualmente la principale figura di riferimento dell'azienda.

PALAZZO BARONALE DI SEMIVICOLI

Una nuova, antica dimora nell'Abruzzo più segreto

C'è una terra dove chi lascia andare lo sguardo osserva ancora un paesaggio assai simile a quello che videro i viaggiatori del "grand tour": una terra di singolare bellezza, fiera e maestosa. Siamo nell'Abruzzo più vicino alla Majella, la montagna sacra. La montagna madre, imponente e grandiosa, che abbraccia paesi fortificati e minuscoli centri storici. Come San Martino sulla Marucina, piccolo e antico borgo di mille anime. E' qui la frazione di Semivicoli, su un colle a cavallo di un fiume e un torrente, e uno scenario naturale emozionante. Ad una manciata di chilometri Guardagrele, come un merletto in pietra e ori. In questa cornice ambientale che affascina per i silenzi, le tradizioni millenarie, gli scorci naturali, ha appena aperto i battenti, dopo un attento e lungo restauro conservativo, una dimora affascinante. Un palazzo baronale costruito tra Sei e Settecento, un gioiello di famiglia che si rivela agli "amici", a quei viaggiatori-ospiti affascinati da una terra aspra e bellissima dove c'è ancora tanto da scoprire. E' la Casa della famiglia Masciarelli, di Gianni Masciarelli, un uomo del vino tenace e appassionato, un vignaiolo di alto profilo che ha contribuito a scrivere la storia dell'enologia abruzzese e troppo prematuramente scomparso. "Un vignaiolo a modo suo", citando il titolo di un bel libro su di lui, appena pubblicato. Una famiglia del vino dalla vocazione innata e cresciuta nell'amore sconfinato per questa terra e per le tradizioni radicate. Una famiglia per cui la vite rappresenta un segno forte di appartenenza al territorio. E' una residenza per amanti del bello meno sfruttato e battuto, un po' nascosto e segreto che conserva inalterata l'autenticità dei luoghi. Ancora un luogo "vero"

2

Foto 1 - Scorcio di una suite

Foto 2 - Esterno facciata notte Palazzo Baronale



“

...state pensando ad un luogo in Italia dove ancora provare l'emozione della scoperta, del non inflazionato, del "riservato" a chi è in grado di scoprire la bellezza e il silenzio? State pensando ad una destinazione per l'autunno, a cominciare da settembre quando le viti cominciano a tingersi di rosso? Magari vi può far piacere sapere che immersa tra i vigneti ha appena aperto una dimora di charme assolutamente speciale, il Palazzo di Semivicoli, mix tra antico e design contemporaneo tra il mare e la Majella, con uno splendido giardino.

”

dove sentirsi a casa propria e ritrovare serenità e armonia. E' l'ex PALAZZO PERTICONE in Semivicoli di Casacanditella. Già solo il nome evoca atmosfere e fascino desueti: un luogo dove i ricordi e i segni del passato (gli stessi materiali utilizzati per il restauro sono antichi) si intrecciano con elementi di raffinata contemporaneità come negli ambienti della tasting room e quelli dedicati a raffinati incontri culturali, seminari, piccoli concerti. O la sala fitness. Il portico, un frantoio in pietra e la bottaia, la nevieria, uno spazio totalmente ipogeo di grande fascino. E ancora, un giardino storico quasi segreto, uno spazio di meditazione, l'antica chiesetta privata. Varcato il portone imponente, si sale al primo piano dove sorprende un'atmosfera agée: materiali e colori originari, camini in pietra, logge, cucine, dispense. Ambienti per la lettura, salotti per incontrarsi e conversare, mobili d'epoca, ma senza alcuna austera severità. Anzi tutta l'intimità e il calore di una casa borghese d'altri tempi, ma che sembra essere stata abitata fino ad un attimo prima. Toni raffinati e discreti e la patina del tempo. Un'accoglienza di gentilezza e garbo squisiti, cura dei dettagli, colazioni di autentica bontà secondo piccoli riti e tradizioni quasi scomparse come il pane appena sfornato. E per chi lo volesse, per una serata intima, arrivano al palazzo cene "su misura" firmate da cuochi di tradizione. E non è il solo servizio personalizzato di cui si può usufruire: brevi corsi di cucina di tradizione, passeggiate in bicicletta, escursioni accompagnate nei vigneti, massaggi. Insomma, un gioiello di dieci camere dove ai materiali e agli elementi della tradizione, come le travi in legno, si affiancano soluzioni contemporanee di interior design. Camere-suite ognuna diversa dall'altra (splendida quella di 120 mq ricavata nell'antico granaio con panorama mozzafiato a 360 gradi sulla Majella e fino al mare) con vista sul bosco, gli uliveti e i vigneti. Più di 400 ettari i vigneti dell'azienda, sparsi per tutto l'Abruzzo. E ancora, tutt'intorno una natura avvincente, intensa, spesso intatta, maestosa e ricca di contrasti. Fitti tratti di bosco, colline dolci che arrivano al mare e vallate aspre. Borghi antichi raccolti e silenziosi, gente riservata ma accogliente, gentile. Una cucina dalla personalità forte, in queste valli, ma anche una nuova schiera di giovani cuochi che stanno lanciando un Abruzzo gourmet da non perdere di vista. E soprattutto, vini di straordinarie suggestioni, dai profumi profondi e coinvolgenti da scoprire in vigna, approfondire nella cantina Masciarelli a San Martino, bellissima sintesi architettonica tra il segno contemporaneo forte e innovativo e il contesto naturale (appena ricevuta, peraltro, la nomination nella categoria "Cantina Europea dell'Anno" per il Wine Star Awards, ed. 2008 del Wine Enthusiast Magazine), degustare e apprezzare al bicchiere. A disposizione in camera il primo assaggio di una scelta dell'eccellenza che accompagna l'ospite. E' la casa ad offrire i vini: una selezione delle bottiglie Masciarelli proposte per la prima degustazione in privato, vini importanti degni d'essere assaporati in tutta tranquillità. Il "Montepulciano d'Abruzzo Masciarelli" ha fatto il giro del mondo divenendo ovunque il testimonial più evocativo di questa terra e di uno stile di vita, il "Villa Gemma", valutato uno dei migliori rossi d'Italia, ha guadagnato premi internazionali e titoli sulle riviste cult del settore, e non solo. E ancora, i prestigiosi vini firmati Marina Cvetic, lo Chardonnay e il Trebbiano d'Abruzzo. Una donna del vino, la signora Masciarelli, dalla straordinaria personalità, padrona di casa d'eccezione del Palazzo di Semivicoli, pronta ad accompagnarvi alla scoperta di un Abruzzo autentico e inedito.

Laura Ruggeri _ LR Comunicazione



Adam festeggia nel luglio del 2009 il suo 15esimo anniversario ed è tra le primissime agenzie a livello nazionale. Un po' di storia: 1987, Francoforte. Vittoria Chiappero fonda Adam & Partner GmbH, agenzia dalle sorprendenti potenzialità capace di entrare in pochi anni nella top ten delle imprese di comunicazione integrata internazionali. 1994, Torino. Su richiesta di Orient-Express Hotels Trains and Cruises e dell'Ente del Turismo neozelandese, clienti storici interessati a potenziare la propria immagine nel Bel Paese, Vittoria ritorna nella sua città natale e apre, insieme a Laura Marchesi, Adam & Partner Italia. Due donne manager, due mondi, due metodologie di lavoro, ma una sola filosofia che pensa globale e agisce sul locale, erogando servizi mirati alla comunicazione turistica

e all'industria dell'ospitalità. 1999, Milano. Gli orizzonti si ampliano, i contatti si moltiplicano, si inaugura un nuovo ufficio nel capoluogo lombardo, anche in risposta alle esigenze dei clienti di grande prestigio acquisiti nel tempo.

Si parla dell'Hong Kong Tourism Board, del Jordan Tourism Board, della Malta Tourism Authority e, successivamente, degli Enti del Turismo di Kenya e Seychelles, ma anche di compagnie aeree come Swiss International Air Lines, Continental Airlines e di marchi crocieristici e alberghieri quali Corinthia International Hotels e Silversea Cruises. 2000 e oltre... La specializzazione nei servizi di destination marketing non ha significato immobilità: si estende lo spettro di azione e Adam approccia realtà esterne alla sfera del viaggio. E' così che oltre ad Abitare Parigi, Campbell Gray Hotels, World of Incentives, Clinique La Prairie, Société des Bains de Mer, Per Aquum, BCD Travel... l'agenzia sigla nuovi contratti con Plaza Project nel campo finanziario, Diotronic nell'elettronica, Mondial Assistance nel mercato delle assicurazioni, Ceretto per la produzione vitinicola e il centro commerciale Shopville Le Gru. Oggi, 2006. Anno delle Olimpiadi, ecco l'incarico da parte della Regione Piemonte - Assessorato al Turismo, della gestione di tutte le attività stampa. Dello stesso periodo è l'ingresso in Lotus Network, un pool internazionale di agenzie di comunicazione specializzate nel settore del turismo e nell'industria dell'ospitalità. 2008. Adam continua a crescere. Tra i nuovi Clienti, ecco l'Ente del Turismo dell'Australia, EasyViaggio, Govolo.it, le crociere NCL.

Laura Marchesi, Chief Finance Officer, Adam Integrated Communications.

Nata a Torino nel 1962, dopo aver conseguito il Bachelor in Business Economics con specializzazione in rapporti con i media presso la Santa Barbara University of California, Laura Marchesi raggiunge l'azienda paterna occupandosi di amministrazione e direzione. Dal settore dell'import e distribuzione, alla chirurgia plastica in veste di PR e International Meeting Planner, attività che l'hanno portata a conoscere il mondo. Laura completa il suo intenso cammino professionale con la creazione di Adam Integrated Communications nel 1994. Insieme a Vittoria Chiappero, socia nel lavoro e sincera amica sin dalla più tenera età, è il primo referente per tutti i clienti dell'agenzia. Responsabile degli aspetti finanziari, Laura amministra i budget dei clienti con un rigoroso sistema di controlling. Parla inglese, francese e spagnolo. È appassionata giocatrice di golf, sport che predilige per la costante sfida ai propri limiti. È madre di tre figli.

Vittoria Chiappero, Chief Executive Officer, Adam Integrated Communications

Una Laurea in Lingue straniere presso l'Università di Torino e un corso di giornalismo e comunicazione negli Stati Uniti: Vittoria Chiappero, classe 1962, dopo un soggiorno a Parigi approda a Francoforte dove collabora per due anni con l'Agenzia americana Hill Holiday. Nel 1987 a soli 25 anni è fondatrice dell'agenzia di PR e Marketing Adam & Partner GmbH. Dopo l'intensa attività manageriale in Germania che ha visto la sua agenzia posizionarsi tra le 'top ten' tedesche, torna a Torino. Nel 1994 con Laura Marchesi fonda Adam Integrated Communications che oggi vanta un prestigioso portfolio di clienti. Viaggiatrice poliglotta, Vittoria definisce le diverse strategie di comunicazione in stretto contatto con i propri clienti e dirige una squadra di 25 collaboratori. Ha fondato ed è presidente di Lotus Network, che riunisce l'eccellenza delle agenzie di comunicazione e destination marketing a livello europeo. Appassionata del green, gioca a golf e ama la calma della sua casa all'isola d'Elba. È sposata, madre di 4 figli. Parla inglese, tedesco e francese.

di Andrea Donna



nelle foto da destra: Laura Marchesi e Vittoria Chiappero

“DANIELA”

KNOWLEDGE MANAGEMENT

l'Italia esporta conoscenza

Il toolkit sviluppato dal knowledge center milanese del Gruppo Solving Efeso guidato da Daniela Gementi è impiegato in 5.000 stabilimenti di tutto il mondo.

Di cosa si occupa la società per la quale lavora?

Solving Efeso è leader mondiale nella consulenza per l'Operations Management. L'obiettivo è di aiutare i clienti ad ottenere miglioramenti sostanziali e durevoli nella Strategia di Produzione e nella Gestione delle Operations attraverso il re-engineering della Supply Chain e il Miglioramento Continuo. Negli ultimi cinque anni sono stati realizzati oltre 10 mila progetti di miglioramento in aziende industriali e dei servizi di tutto il mondo.

Qual è Daniela il suo ruolo all'interno della società?

Sono Know-how Officer e mi occupo della gestione e del coordinamento del Knowledge Center, il nucleo in cui si trova raccolto e archiviato tutto il capitale di competenze e conoscenze della società. L'obiettivo del centro è di realizzare una rete completa e sempre aggiornata di esperienze in modo da renderle facilmente accessibili da ogni parte del mondo e in qualsiasi settore.

Da questa esperienza è poi nata l'idea di uno strumento fruibile dall'esterno. Come lo avete sviluppato?

È il risultato di un approccio pionieristico alla gestione della conoscenza. Il toolkit che abbiamo creato è il frutto di un percorso iniziato vent'anni fa. Fin da allora ci siamo resi conto che non bastava raccogliere e archiviare le informazioni e le esperienze che risultavano dai singoli progetti. Sentivamo di voler realizzare un modello che permettesse una condivisione concreta delle esperienze dei nostri consulenti che operano da tutto il mondo. Così abbiamo sviluppato uno strumento che racchiude vere e proprie "perle di conoscenza". È una piattaforma standardizzata ma flessibile e di facile consultazione alla quale possono attingere anche i clienti che cercano soluzioni per problematiche anche apparentemente lontane dal loro settore. Oggi ci sono 5.000 stabilimenti nel mondo che operano sulla base del nostro toolkit.

Una sorta di miniera della conoscenza...

Esattamente. Il toolkit ci ha permesso di raccogliere e sistematizzare oltre il 90% della conoscenza originale sviluppata nei nostri progetti di consulenza. I risultati di migliaia di progetti provenienti da tutto il mondo sono aggregati in circa 60mila documenti a disposizione dei nostri 350 consulenti che operano quotidianamente presso centinaia di clienti nel mondo.

L'accesso è libero anche ai vostri clienti?

Certo, dopo essere stati formati sull'utilizzo della piattaforma possono utilizzarla per la soluzione delle problematiche aziendali. Per permettere di dialogare realmente con i clienti sempre e ovunque si trovino, abbiamo tradotto il materiale in 22 lingue, compresi arabo, cinese e turco.

Da Interior Design a Know/How Officer per una società di consulenza. Non sono due realtà diverse?

Ci sono molte più affinità di quel che si può pensare tra questi due mestieri. Esiste una scuola di pensiero "Design thinking" orientata a guidare la creatività attraverso la realizzazione di oggetti concreti. Strutturare il know-how richiede la stessa attenzione necessaria alla strutturazione degli spazi architettonici: saper passare da una forma concettuale ad una forma concreta e fisica, prestare attenzione alla qualità dei materiali / contenuti e alla percezione finale dell'utente, usare la giusta dose di creatività per integrare la parte grafica al contenuto, utilizzare l'ergonomia e il visual management per lo studio della fruibilità dei contenuti. Rifacendo il layout e l'organizzazione interna di uffici e archivi ho scoperto che i contenuti non solo erano tecnici ma andavano a definire un nuovo modo di lavorare; un modo che mi corrispondeva dove l'eccellenza del team era più importante dell'eccellenza individuale, dove la condivisione degli obiettivi era il primo passo per il coinvolgimento di tutti nella realizzazione degli stessi. Abituata ad interpretare i brani musicali di altri compositori e a dare una motivazione storica e funzionale ad ogni scelta architettonica è stato naturale il passaggio all'attività di know-how officer interagendo con i consulenti, con i gruppi di knowledge e con il materiale da loro creato.

Secondo lei quali sono gli ingredienti per diventare uno "specialista della conoscenza"?

Per riuscire in questa impresa sono necessarie creatività, interdisciplinarietà e generosità affinché la condivisione delle proprie conoscenze non sia solo un principio. Non a caso tutti gli specialisti che lavorano nel Knowledge Center di Solving Efeso sanno suonare uno strumento musicale. L'obiettivo è di integrare le competenze più disparate come in un'orchestra armonizzandole in un'unica melodia.

SOLVING EFESO HA CHIUSO IL 2008 CON UN GIRO D'AFFARI DI 58,1 MILIONI DI EURO IN CRESCITA DEL 7,4% E UN EBITDA DI 6 MILIONI DI EURO PARI AL 10,4% DEL FATTURATO. IL RISULTATO NETTO È STATO PARI A 2 MILIONI DI EURO. IL GRUPPO, GUIDATO DALL' ITALIANO FILIPPO MANTEGAZZA, È SPECIALIZZATO NELLA CONSULENZA STRATEGICA E ORGANIZZATIVA ED È LEADER NEI PROGRAMMI DI ECCELLENZA OPERATIVA PER LE MULTINAZIONALI. CON 350 CONSULENTI E UNA METODOLOGIA UNICA CHE PUNTA AL MIGLIORAMENTO DELLA PERFORMANCE, SOLVING EFESO È PRESENTE IN 18 PAESI (EUROPA, ORIENTE E AMERICHE). IL GRUPPO È QUOTATO SU EURONEXT COMPARTIMENT C (REUTERS: SLVG.PA, BLOOMBERG: OLV:FP, MNEMO: OLV).

di Domenico Avolio

Donnietta Gementi
business al femminile

SOLVING EFESO
MILANO ITALY

“SIMONA”

...IL CLIENTE AL CENTRO DI TUTTO

Un settore in continua evoluzione dove non esistono modelli precostituiti e l'andamento dell'attività dipende molto dalla capacità di fare moda e di anticipare i gusti del cliente. Qualità e fantasia nell'offerta diventano le chiavi del successo.

Pienamente vincente è risultato il connubio ristorante-discoteca Simona...

La ristorazione ci consente di far entrare il cliente in anticipo nel locale offrendogli la possibilità di intrattenersi per parlare, socializzare, familiarizzare con gli ambienti, prima dell'inizio dell'intrattenimento notturno. Un modo di modificare la vecchia equazione discoteca uguale alienazione. Chiedersi quali siano le potenzialità del business legato alla nostra professione significa anche chiedersi in quale contesto socio economico ci si muove. Se da un lato infatti c'è la crescente complessità del mondo della ristorazione e dell'entertainment, dall'altro esiste la necessità da parte degli operatori del settore di gestire i loro locali secondo la richiesta del mercato. A fronte di un investimento iniziale e di costi di gestione solitamente alti, ciò che l'imprenditore non può assolutamente trascurare è il gusto del cliente. Esigente, sia nella qualità dell'offerta che nelle politiche dei prezzi. Importantissimo saper regalare al cliente quel senso di libertà che cerca magari dopo una settimana ingessata dai ritmi lavorativi ad un costo che tenga conto anche del momento di crisi.

Organizzare un'impresa racchiude tante variabili importanti, fra queste soprattutto la scelta del personale. Quali sono secondo lei i criteri per scegliere dei giusti collaboratori?

Il personale lo scelgo in base alle doti che riescono ad esprimere sul lavoro, non scelgo e non giudico attraverso il loro C.V., li metto alla

prova pratica, e se hanno...come si dice...una marcia in più, è facile vederlo e li tengo nella mia azienda. Io non ho studiato da ristoratrice, a volte, anzi, molto spesso, mi fido del mio istinto per le scelte e, ad oggi, penso di non aver mai sbagliato. Se vogliamo, l'intuito, è il mio asso nella manica...quello che mi ha consentito nel passato di portare al successo molti locali rilevati in situazione economiche difficili. Il "Ti Oro" ne è la dimostrazione davanti gli occhi di tutti.

Cosa l'ha spinto verso un'attività imprenditoriale e soprattutto, l'ambiente nel quale vive, come ha recepito queste sue decisioni? Chi l'ha incoraggiata e chi, invece, non ha appoggiato le sue scelte?

Mi ha incoraggiato mia madre, che è anche l'anima della cucina del Ti Oro, è la persona che mi segue in tutte le scelte, giuste o sbagliate che siano...poi una citazione la meritano anche tutti i miei amici che mi hanno sostenuta in questa scelta. Se c'è qualcuno che invece che ha tentato di ostacolarmi, o comunque consigliato di desistere? Sì, certo, i miei fidanzati...ma come vedi...sono single.

Ti Oro cosa rappresenta per lei?

La mia ultima creazione...

Che cosa pensa abbia favorito il suo successo professionale?

La passione che ci metto, l'amore per una struttura che sento mia, il dare tutto me stessa, tutte le rinunce fatte...fatto salvo le vacanze invernali...(dice sorridendo). Ho lavorato nei migliori locali della zona

GIANNINA

Giannina Detoni
business al femminile



51 anni, milanese, tra i maggiori esperti a livello internazionale di tecniche di organizzazione e Risk Resiliency, lascia **JPMorgan Chase Bank** dove, dopo aver coperto importanti ruoli direttivi europei, dal 2007 aveva assunto il ruolo EMEA di Crisis Manager International all'interno della funzione di Corporate Security and Investigation.

E CREA CON RAY & BERNDTSON IL PROGRAMMA DI 'CRISIS E FRAUD MANAGEMENT'

per offrire know-how e metodologie ad aziende e istituzioni.

Ray& Berndtson è la seconda società europea nell'executive search, conta 60 uffici in 35 Paesi del mondo. In Italia è a Milano e a Roma con 11 partners. Dal 2008, inoltre, la Detoni è iniziatrice e presidente del primo comitato italiano Crisi di Zona, a Milano; fa parte del Direttivo **AIPSA** (Associazione italiana professionisti security aziendale) e del comitato tecnico - scientifico del corso di Laurea Specialistica in Criminologia e tecniche di sicurezza dell'**Università Cattolica di Milano**. Ha presentato i modelli organizzativi di Risk Resiliency nei più autorevoli convegni e tavole rotonde e mantiene contatti con le maggiori organizzazioni internazionali che si occupano di crisi, come **Homeland Security** di Washington, **Office of Emergency** di New York e Chicago ed eccellenze accademiche in ambito crisi.

Annalia Martinelli _ Areté Comunicazione

prima di approdare qui...e sempre con ottimi risultati. Se non si ha innata la passione per questo lavoro, soprattutto per una donna, tutto diventa estremamente difficile.

La sua quotidianità?

Lavoro...lavoro...lavoro! Il lavoro è la mia casa...

Domanda di rito. Come riesce a conciliare lavoro e famiglia senza penalizzare entrambe le cose?

Vivo con mia madre, non sono nè fidanzata nè sposata quindi tanto lavoro e poca famiglia. Una professione non facile, la mia, perché il mio lavoro straordinariamente coincide con il divertimento di chi ha una occupazione di tipo tradizionale, per ciò che concerne almeno orari e festività.

Lo dice come se avesse dovuto sacrificare la vita privata per la professione...cosa tra l'altro piuttosto ricorrente quando si parla di donne...

Devi fare delle rinunce che negli anni possono cominciare a pesare, anche se, nel mio caso non è così. O comunque non è ancora così. Il lavoro, mia madre e gli amici riescono ad appagarmi... pienamente.

Quindi ne è valsa la pena?

Ma tutto sommato penso di sì...posso definirmi soddisfatta.

Quali ritiene siano i principali ostacoli in Italia per l'imprenditoria?

I maggiori ostacoli per l'imprenditoria femminile?...E' quella maschile...

Gli uomini, a parer suo...sono?... Ne tracci un sintetico profilo...

Non so cosa dire...stendiamo un velo pietoso(?). Sai, una persona come me spaventa perché le cose...tipo gelosia ecc. rappresentano una fase superata che non mi appartiene più. Non per denigrare o mettere in cattiva luce il sesso maschile...forse ho semplicemente scelto quelli sbagliati...ma se ci guardiamo intorno non sembra esistere l'uomo con la U maiuscola. Dico questo basandomi anche sulle esperienze di alcune mie amiche, e sul fatto che tutti, o quasi, sembrano spaventati da una donna forte ed autonoma economicamente perché difficile da... "gestire". Non è detto poi, come nel mio caso, che le donne intraprendenti e determinate sul lavoro lo siano pure nei sentimenti. Nel privato sono una donna diversa e la grinta che sfodero abitualmente è solo una sorta di corazzata che indosso al fine di non essere sopraffatta...e comunque...l'altra metà della mela... non l'ho ancora trovata....

Cosa ne pensa delle donne in genere?

Penso...la stessa cosa degli uomini...in questo mondo così complesso ci sono grandi e piccole donne...come ci sono grandi e piccoli uomini....

di Giovanna Pignotti

nella foto:
Uno scorcio del ristorante TI:ORO