VALERIANA: MARIANI

Amministratore **World Service** La Comunicazione Pensata _ Presidente Nazionale **Donna Impresa** Artigianato Commercio & Industria _ Presidente **International Association Women** Entrepreneurs and Business Leaders Employment Social Affaire & Equal Opportunities _ Editore **Donna Impresa Magazine**

nella foto: Valeriana indossa un abito della stilista siciliana **Graziella Bonaccorso**

non solo... speciale bambole

my name is Joyk ...?

La terapia chiamata "Doll Therapy" o “Empathy Doll” consiste nel ricorso all'oggetto bambola che riveste gradualmente un significato simbolico in grado di aiutare a migliorare il benessere delle persone con problematiche che compaiono generalmente in età avanzata. Le bambole terapeutiche originali, denominate Joyk, possiedono caratteristiche particolari che potrebbero non farle apparire come le bambole più belle in vendita, ma che le rendono maggiormente in grado di suscitare emozioni e che per questo vengono definite anche “bambole empatiche”.

Molti studiosi si sono sforzati di spiegare l'ultimo misterioso haiku del poeta Junichiro Kawasaki: "Senza rimpianti è la mela, non sa di non essere pesca". Fu scritto la mattina del 3 novembre 1996, poco prima che il vecchio poeta e sua moglie assumessero la dose di arsenico che li avrebbe uccisi. Kawasaki parlava di sé, parlava di loro, parlava di noi con la voce di chi guarda la vita dal margine. La parabola mi è tornata alla mente leggendo di Bronnie Ware, l'infermiera australiana trapiantata a Londra che ha raccolto i rimpianti dei malati terminali che ha assistito e li ha pubblicati in un libro di successo: The top five regrets of the dying. "I cinque rimpianti di chi sta per morire" sono non avere vissuto secondo le proprie inclinazioni, ma secondo le aspettative degli altri (1).

Avere lavorato troppo (2), non avere avuto il coraggio di esprimere i propri sentimenti alle persone care (3); avere perso di vista gli amici (4); non essersi permessi di essere felici (5). È una la lista che sulle prime può avere effetti devastanti perché ti costringe a guardare la tua esistenza da fuori, tutta d'un fiato, e a trarre un resoconto in corsa, probabilmente catastrofico. La tentazione è precipitarsi a dare le dimissioni o abbandonare figli e marito per coronare il sogno, mai inseguito davvero, di diventare altro. La verità è che i rimpianti sono sempre originati dalla vita e mai viceversa. Sono la metà mancante di quello che siamo. Se l'indagine fosse fatta tra ergastolani, tossici e rockstar maledette in punto di morte si otterrebbero risposte antitetiche: non avere dato retta ai consigli, avere lavorato poco, avere sovrastimato sentimenti, amici e felicità. Ma la storia personale di ognuno si incrocia sempre alla storia profonda degli uomini. Un contadino marchigiano del 1700, un gladiatore romano, una cortigiana assira difficilmente si sarebbero dispiaciuti di non avere avuto la vita che volevano. Una Storia universale dei rimpianti racconterebbe, forse, che in punto di morte gli antichi provavano rimorsi più pratici, legati a episodi specifici, per comportamenti sbagliati o occasioni perdute. Non rimpiangevano altre vite per la semplice ragione che non potevano neppure immaginarle. Il nodo da cui erompe la nostra idea di felicità si annida qui. Oggi, è doloroso il peso delle strade non imboccate, delle scelte non fatte, delle vite che non abbiamo vissuto perché il Novecento è fondato sulla vastità della scelta. È questa la sua invenzione più immensa. Ogni uomo è libero di diventare quello che è davvero. E allora perché gli scaffali delle nostre vite non sono stipati come quelli del supermarket? La teoria del Multiverso - gli infiniti universi paralleli della meccanica quantistica - è la traduzione scientifica di questa molteplicità culturale ed economica. Per millenni, poi, si avevano poche esistenze-modello, oggi ognuno è sottoposto a un bombardamento di vite possibili. Di eroi e vite imitabili. Avere un'unica vita appare una limitazione; Io sono l'armonia di una vita e la sua eleganza che risiedono, invece, nell'adesione perfetta a se stessi, nell'accettare quell'irripetibile agglomerato carico di memoria e confinato nello spazio e nel tempo in cui consiste la nostra identità. In fondo, è la storia narrata da Martin Buber di rabbi Sussja che in punto di morte, esclamò: "Dio non mi chiederà perché non sono stato Mosè, ma perché non sono stato Sussja". O potremmo dire, con altre parole: il cammino verso se stessi. Quel cammino nel quale, riconoscendo lo splendore vitale del proprio dimorare nel mondo, in quell'istante totale del qui e ora, si realizza l'estrinsecazione dell'occasionale come necessario, del relativo come assoluto, la potente e vibrante verità del finito abitato da infinita bellezza, l'umile cosa che rivela il suo amore originario. La goccia del rubinetto, il passo per strada, una parola distratta, un rumore nell'aria ... Il resto è solo infinita distanza tra alto e basso, dualismo. Devozionismo terrorizzato o disperazione nichilista. La gioia è originaria. La propria identità è irripetibile. Non esistono due persone identiche, anche se i gemelli omozigoti possono in larga misura essere considerati come dei soggetti uguali, quasi dei cloni l'uno dell'altro. La consapevolezza di possedere un'identità chiara è un elemento di grande importanza, ma altrettanto importante, se non di più, è il sentire che la propria identità è forte, sana, accettabile, buona e di valore. Ognuno di noi, per potere vivere bene, deve avere stima della propria identità. A volte abbiamo bisogno di alcune conferme dall'esterno, da parte di persone o di oggetti atti a comunicarci che siamo a posto e che andiamo bene. Attenzione però che questo bisogno non sfoci nel cosiddetto "narcisismo", ovvero nella tendenza ad affidare il nostro valore a oggetti la cui scelta dipende soprattutto da fattori socio-culturali. La nostra storia non deve essere dunque la storia della mela d'autunno di Junichiro Kawasaki che cade senza rimpianti perché il desiderio di un'esistenza da pesca non l'ha mai neppure sfiorata. Il vivere lo stupore continuo di scoprire tutti i frutti che sono racchiusi in noi e il desiderio di viverli, lo sono. Questo, e solo questo.

"Dedicato a tutti quelli che vivono un'esistenza da mele perché non sanno di essere pesche".

VALERIA MANGANI

Vice presidente di Alta Roma

di Maria Pia Della Valle

Quella delle donne non è mai stata una vita facile, fin dalla notte dei tempi la donna ha dovuto affrontare innumerevoli sfide e una competizione ad armi impari con l'uomo. Se per la Bibbia la donna fu la tentatrice dell'uomo, colei che lo spinse al peccato,per tutto il corso della storia antica la donna è stata relegata a vita domestica senza possibilità di crescita e di acculturarsi. Per il Medio Evo, addirittura, le donne, alcune donne, colpevoli solo di essere capaci in medicamenti omeopatici, furono additate di stregoneria e di essere amanti di Satana. La storia di genere ci ha insegnato tanto, molte sono le pagine "nere" nella storiografia in "rosa", le donne, però, hanno avuto sempre spalle forti e passo dopo passo hanno conquistato con fatica e sudore rispetto, diritti e pari dignità rispetto al "sesso forte". Esser donna è una sensazione particolare, non è ovvietà sostenere che una donna, con la sua sensibilità, il suo senso artistico, il suo istinto possa fare delle cose speciali. Non è semplice esser donna, tantomeno è facile essere una donna di successo, riuscire ad emergere e a far sentire la propria voce. Questo articolo vuole essere un tributo alla donna, al suo saper essere vincente, in un mondo costruito dalla mano maschile. Un plauso alle donne, quelle capaci, quelle caparbie, quelle che da sole hanno costruito qualcosa di unico, quelle che fanno bene il proprio mestiere, che tutti i giorni si svegliano e prima di essere manager, docenti o donne in carriera sono mamme, mogli affettuose e che tutte le sere tornando a casa chiudono la porta e riabbracciano i loro cari. Queste pagine celebrano alcune delle donne straordinarie che contribuiscono ogni giorno a scrivere la storia di genere, impugnando una penna dall'inchiostro rosa. Parlando di queste figure femminili di ampio successo e spicco non si può non citare una donna sicuramente di successo che fa dell'eleganza, della cultura e della ricerca del bello il suo impegno quotidiano: Valeria Mangani. Vice presidente di Alta Roma, Consigliera per le Relazioni Esterne del Sindaco di Roma, Docente di tecnologia dei tessuti alla Sapienza, non ha dimenticato le donne, dal 2006, infatti, è Presidente dell'Associazione "Universo Femminile" che promuove l'immagine femminile.

Valeria, lei è ciò che istintivamente chiunque definisce una donna di successo, affermata. Quanto è difficile affermarsi essendo donna? Com'è riuscita in questa "impresa"?

Donna e successo sono un binomio delicato e per taluni aspetti addirittura controverso, spesso sinonimo di comportamento "combattivo" , necessario per mantenere sempre la padronanza di sé in contrasto ottico e fisico con lo schema sociale classico che propone la donna dolce, fragile, gentile e remissiva, bisognosa del consiglio e del supporto maieutico dell'uomo pigmalione...(il mio 50% e' cosi). L'esigenza di sostenere la competizione maschile sul posto di lavoro e di doversi dimostrare all'altezza del proprio ruolo, sottopone la donna ad uno stress intenso e continuativo,spesso difficile da tollerare, che pone in essere una severa selezione naturale che si realizza attraverso una serie di meccanismi fisiologico-adattativi che la rendono più adatta alla situazione (pensate a me in Campidoglio per esempio ...). A tal proposito mi torna in mente un calzante aforisma di Sir Charles Darwin che sosteneva che in natura SOPPRAVIVE IL PIU' ADATTO (The survival of the fittest). La donna di successo è una donna che esce dagli schemi e dalle briglie sociali e ridisegna il suo corredo genetico adattandosi all'ambiente che la circonda e a sua volta probabilmente migliorandolo. Come una gazzella che nella savana fugge alla caccia ostinata del leone che la insegue, così la donna di successo diviene tale perchè riesce a sopravvivere all'ambiente ostile, attingendo ad energie inattese ed inesplorate sino a poco prima, esempio calzante per me che sono nata in Sud Africa. La donna di successo si è talmente adattata all'ambiente ostile al punto di guadagnarsi sul campo le mostrine del comando, a costo di innalzare i suoi ormoni dello stress, convivendo con cortisolo e prolattina alle stelle, adattandosi al fatto che mentre si scappa dall'aggressore non ci si ferma certo per strada a ristorarsi e rilassarsi o tanto meno a riprodursi o dissertar di cinema o filosofia ...Tutto cio' la rende rigida, fin troppo austera. Anche l'abbigliamento ne risente: le sue scelte di stile sono dettate dalla volontà di non mostrare a colleghi e superiori la sua femminilità, per non essere predata. Tutto cio' in natura si definisce mimetismo criptico difensivo e consiste per l'appunto nel nascondersi da un predatore confondendosi cromaticamente nello sfondo ambientale. La donna di successo è fiera del suo carattere, che le ha consentito di diventare quello che e'! La donna di successo non è preda del leone anzi all'occorrenza diviene predatore lei stessa a sua volta. Un quinquennio di attivita' come responsabile delle relazioni esterne dell'attuale Sindaco di Roma Capitale, di Vice Presidente di Alta Roma, di CEO di varie compagnie, mi hanno posto a contatto e confronto con personaggi di ogni genere, politici, capi di stato, Presidenti di multinazionali, premi Nobel, attori, cantanti, stilisti, Maestri, etc. da loro ho appreso le mille sfaccettature della diplomazia e delle relazioni sociali, internazionali, amministrative e produttive. Tutto ciò ha fertilizzato il mio humus culturale di schietta provenienza artistica, innestandovi il seme della amministrazione chiara, trasparente e fortemente positiva.

Lei può essere considerata, con un gioco di parole, una donna che ama le donne, che non le dimentica. Infatti, nonostante i suoi numerosi impegni, si dedica molto all'Associazione "Universo Femminile" che lei stessa ha fondato. Quali sono gli obiettivi principali di questo progetto?

L'associazione si prefigge di Organizzare di eventi benefici volti a promuovere le tante sfaccettature del sociale aventi il mondo femminile come protagonista. "Consapevolizzare da Donna" e' la parola d'ordine, volta ad esaltare una femminilità attiva e moderna. Consulenza per eventi culturali nazionali ed internazionali dedicati all'universo femminile.Realizzare pubblicazioni e conferenze. Organizzare eventi umanitari. Partecipare attiva alle campagne volte alla tutela dell'immagine e della salute della donna.

L'icona dell'Associazione è quella di uno specchio, che ricorda una delle peculiarità classiche del mondo femminile: La vanità. Lei, che è autrice di

vari best seller sulla salute e sulla nutrizione, che rapporto ha lei con la vanità? E con la bellezza? Cos'è la bellezza per lei?
La prima strada che si rispecchia è proprio il caso di dire nella mia associazione e che si apre davanti a noi è quella della bellezza come ideale. Tra il bello e il bene esiste un legame misterioso, inafferrabile e indistruttibile. La "Bellezza", intesa in senso "schilleriano", è un concetto universale. Ad essa è affidato il potere di ricomporre in un'unità armonica il disordine fondamentale della realtà, rendendola capace, così, di rivelare un senso ultimo al di sopra del suo stesso caos. La donna incarna il concetto assoluto di bellezza a 360° dall'interno la bellezza esplode evanescente e prorompente all'esterno. . In tal senso condivido l'idea della bellezza di Dostoevskij che coincide con quella che da Platone ("Il bello è lo splendore del vero"), passando per lo Pseudo Dionigi Aeropagita ("Dio ci concede di partecipare alla sua propria Bellezza") si innesta poi saldamente nella tradizione russa con la nota raccolta ascetica conosciuta come "Filocalia" e nella tradizione di Alessandria costruisce una vera e propria "iconosofia": una grandiosa Teologia della Bellezza per la quale penetrare l'essenza delle cose vuol dire essenzialmente contemplarne la bellezza perfetta.L'universo femminile che io intendo è contemplazione non solo estatica, ma dinamica delle bellezza come musa consolatrice del genere umano. La bellezza salvera' il mondo .... afferma il principe Miškin nell'Idiota di Dostoevskij .Questa frase è quasi un'evocazione lontana, manifesto della mia associazione del mio stile di vita come donna, come madre, come moglie.... di successo? questo è semplicemente la conseguenza di affrontare la vita con il cuore e con la mente ben aperti ed in sincronia. Nella costruzione russa della frase, "Mir spasët krasotà", l'autore con una anastrofe inverte oggetto e soggetto, "Il mondo salverà la bellezza", quasi a voler sottolineare che il punto centrale in tutto ciò di cui si sta parlando non è soltanto la bellezza, in quanto la parola stessa "mir", che in russo - fatto curioso - ha due significati: mondo e pace. L'universalismo della cultura russa sembra discendere o incarnarsi nella lingua stessa, laddove l'aspirazione all'armonia concorde dell'umanità coincide con l'umanità stessa, il mondo. Il punto centrale è dunque che il mondo sarà salvato dalla bellezza: una profezia "linguistica" in questo caso si avvererà e il semplice mondo/mir diventerà la pace/mir. Interessante no?
Come Vice Presidente di Alta Roma più volte ha parlato del concetto di moda come Arte, sartorialità, artigianalità, ponendosi l'obiettivo di liberare questo settore dalla presunta superficialità che lo attraversa e che spesso crea pregiudizi. E' possibile creare un concept di Fashion più profondo? Come?
La moda ci racconta le nostre radici, da dove veniamo e dove stiamo andando è la bussola del genere umano. E' nata con il genere umano ed accanto a lui procede non vacua espressione del nulla e del superfluo, ma espressione del mondo che cambia. La moda può salvare l'Italia ed il mondo dalla crisi e lo fara' se sapremo ispirarci fedelmente ai suoi principi, restaurando fiducia nel ns tessuto sociale italiano ordito di di artigiani, santi, poeti, navigatrori ed eroi ... Prendiamo per esempio la Moda etica ed eco-friendly si stanno imponendo sui mercati: chi non ne ha ancora capito le potenzialità commerciali ed indistriali, resta tagliato fuori. Sono sempre più numerose le aziende (importanti o meno conosciute) che hanno sintonizzato le loro antenne, orientando la produzione in base a questa nuova consapevolezza, puntando sia sulla ricerca di materiali a basso impatto, riciclati o riciclabili, che rappresentano un passo importante verso la salvaguardia dell'ambiente in cui viviamo, sia sul sostegno a popolazioni disagiate, dando lavoro a chi, altrimenti, non potrebbe garantire un presente e un futuro dignitosi alla propria famiglia. Ho promulgato pionieristicamente da anni questo aspetto sociale e produttivo della moda. Dai jeans in cotone bio all'abito nuziale realizzato da artigiani Nepalesi, passando per scarpe di carta riciclata, capi in fibra di latte e t-shirt griffate che garantiscono una adeguata remunerazione ai coltivatori indiani, il futuro è adesso: perché aspettare? La moda come strumento di miglioramento della qualita' di vita non e' un'ipotesi, ma solida realta'!
Alta Roma si pone da sempre come promotrice di giovani talenti con il concorso "Who's on Next" ed altre numerose iniziative. Quanto è importante, nel panorama attuale, puntare sui nuovi nomi oltre che a quelli altisonanti?
Il mondo uscira' dalla gravissima crisi economico-finanziaria scoppiata nel 2008, ma la geografia economica risulta profondamente sovvertita. L'economia mondiale riprendera' gradualmente solo se sapremo fare appello ai nostri talenti vocazionali più antichi ed autentici..In un mondo sempre più globalizzato crollano assiomi e certezze infranti dalla crisi economica internazionale e le cui regole sono in fase di riscrittura. La vittoria arridera' a chi ha avra' fiducia nel cambiamento che parte dalla base, dai giovani. Io questo concetto l'ho sempre sostenuto e ribadito anche all'Universita' quando insegno.Mai come in questo momento per sopravviverei vari livelli istituzionali, civili e imprenditoriali sono chiamati a complesse sinergie di lavoro di gruppo, mai come in questo momento dovremo far leva sul team building, si tratta di un obiettivo focale cruciale per rafforzare la propensione delle nostre imprese all'export, se desideriamo favorire la loro crescita dimensionale (non a caso solo 8 mila imprese fatturano l'80% dell'export italiano, cui nel complesso concorrono 190 mila aziende), l'innovazione e, dunque, una maggiore capacità di competere. Who's on next incarna questo concorso ispirativo che ho voluto fortemente in Alta Roma e che sta fungendo da archetipo di riferimento in tutto il mondo. Voglio sottolineare con fermezza che lo scouting di nuovi talenti creativi e produttivi sarà foriero della rinascita nella moda, nell' arte e perchè no, anche della politica. Chissa' che finalmente la ricetta della ripresa non venga proprio dalla moda?. Forse se qualche illuminato stylist cominciasse ad amministrare i nostri miseri bilanci cittadini, regionali e nazionali potremmo uscire più rapidamente da questi mesti momernti di crisi?Per crescere in un mondo sempre più competitivo, ogni Paese deve fare leva sui propri assets. Un Paese come l'Italia dispone di una storia millenaria, in ogni epoca "fertilizzata" con l'innovazione tecnologica abbinata ai cosiddetti "saperi del territorio". Per accrescere il valore aggiunto, dobbiamo rilanciare il nostro binomio tradizione-innovazione, al di là del fattore competitivo-prezzo che fu il fattore di successo dell'ormai lontano miracolo economico.

la Verità è al di là delle opposizioni duali

di Maria Pia Della Valle

ROBERTA RAZZANO

Ricercatrice e Storica del Costume

Esser donna non è semplice e non lo è ancor meno se hai un ruolo, un'autorità, se conduci uno studio, se devi comunicare sapere. Roberta Razzano è l'esempio di donna che non si ferma mai, continua la sua ricerca in campi assai diversi. Ricercatrice e docente di Storia del Costume all'Università San Raffaele di Roma, Coordinatrice del corso di Moda e Design Industriale presso la stessa Università, specializzata in tecniche di tintura tessile con il maestro giapponese, Laozi Nagayama, la Razzano ha lavorato in molte maison di moda cominciando il suo percorso dalla maison Gattinoni. Partendo, poi, dalla sperimentazione di tinture commestibili, ha allargato la sua esperienza al mondo della Food Art dell'Associazione "Universo Femminile" che promuove l'immagine femminile.

Roberta, lei è una donna che ha creduto e crede molto nella ricerca, quanto è stato difficile per lei, intraprendere la scalata nel mondo del Fashion?
Se una cosa non la sudi allora non te la meriti e non te la godi! È stato un percorso di gavetta tutto in salita ma sono stata io a sceglierlo. La mia famiglia aveva pensato per me una strada diversa. Non era la mia. Per seguire la mia strada ho rinunciato ad ogni certezza. Ho abbandonato gli studi di giurisprudenza per quelli artistici. Finiti gli studi la mia caparbietà mi ha portato a Roma. Ho iniziato osservando Madame Gattinoni in atelier e cercando di rubare con gli occhi, la mente e il cuore ogni piccolo gesto delle sue mani. Tutto ciò che imparavo mi spingeva ad andare oltre. Così mi sono innamorata sempre più della ricerca. Poi ho capito che la ricerca non può avere confini. Se è vera è libera. Se ti proponi un obiettivo non voli più. Volando sono arrivata dalla moda al cibo. Fondamentalmente sono una persona che si annoia facilmente a fare sempre le stesse cose. Ho bisogno di mettermi in gioco e avere stimoli nuovi. Questo è il segreto. Ecco perché non mi fermo mai!
Dalla moda, dallo studio dei tessuti, all'insegnamento. So che tiene particolarmente ai suoi ragazzi e che da insegnante cerca di seguirli non solo teoricamente ma di spingerli a proporsi al mondo della Moda, segnalando spesso valide opportunità di visibilità. Quanto è importante credere nelle nuove generazioni per l'attuale classe dirigente?
Insegnare non vuol dire stare si un piedistallo. E' sentirsi parte di una comunità, di un mondo di persone unite nel profondo da un sentire comune. Se dentro senti questo, insegnare fa parte della vita. E' ovvio e naturale come respirare. Senza dirmelo me l'ha insegnato in quei mesi di silenziosa dedizione il mio maestro giapponese. In Oriente la conoscenza si trasmette in modo più diretto e meno

razionale. E' una comunicazione da cuore a cuore. Ha mai letto lo zen e l'arte del tiro con l'arco? Per imparare l'allievo deve abbandonare tutti i suoi preconcetti, perfino la volontà di riuscire, deve perdere se stesso in un'armonia superiore con il suo agire e con il risultato che otterrà. Ecco, è esattamente così! Sinceramente penso che la classe dirigente sia lontanissima da questo modo di sentire.

Ci racconta brevemente il suo passaggio dalla moda al food? Cos'è, nello specifico, la food art? E' qualcosa che và al di là di un semplice pinzimonio colorato o di un cocktail inusuale ...

Guardandomi indietro adesso, sembra quasi un cammino segnato, una serie di piccoli passaggi, in se apparentemente insignificanti che mi hanno portato ad esplorare un mondo nuovo. Con Laozi (il mio maestro giapponese) ho imparato a tingere i tessuti con i pigmenti naturali estratti dalle piante. Fra quelle piante c'era il tè. Quando ho iniziato a camminare da sola, da buona napoletana ho provato a sostituire il tè con il caffè. Poi con il vino, la curcuma, lo zafferano, i mirtilli, le fragole, la menta, i pistacchi, il curry, la barbabietola. A volte quei tessuti li avrei mangiati. Ed è stato grazie al colore di quei tessuti che Fernanda Gattinoni mi ha accolto nel suo atelier aprendomi le porte al mondo dell'alta moda. Poi è stato naturale provare a comporre usando i cibi stessi invece dei loro pigmenti. Quando usi ingredienti naturali la ripetitività è impossibile. E' ripetitivo il prodotto industriale, ma un grande chef non prepara mai due piatti identici. Anche gli abiti che tingevo in alta moda non erano mai identici. I cosiddetti food designers cercavano la standardizzazione. Io cercavo l'unicità. In questo, mi sentivo artista, non designer. La mia era Food Art. Se dovessi definirla, direi che: "La food art, è quella tendenza che nasce in opposizione al food design, ribellandosi all'appiattimento, alla freddezza ed allo standard delle consuete creazioni ripetitive di matrice sostanzialmente industriale.

La sua esperienza nel Food Design è consolidata, con una collaborazione stabile con il laboratorio di Fisica Gastronomica dell'Università di Parma. Come viene vista la donna in quell'ambito?

Essere donna può essere un fardello ma anche un'opportunità unica. Se riesci ad amarlo, quel tuo essere donna, allora puoi davvero volare. A questo punto non devi più chiederti come viene vista una donna, ma solo come viene vista Roberta. E quando vola, Roberta la si vede attraverso le sue creazioni.

Spesso si usano dei termini in modo improprio, specie nei settori in cui si è specializzata, cosa ne pensa del proliferare di termini come art, food, designer, fashion, ecc. che dovrebbero essere accomunati ad una competenza ma che spesso si ritrovano a fare solo "immagine"?

Il problema non sono le parole. Sono le persone. Ci si sveglia al mattino e si decide di essere un'artista, un fashion designer e così via, senza avere competenze, senza avere studiato, senza esercizio e spesso anche senso estetico. Sta dominando un mito stupido di una creatività che prevale sulla tecnica. Ma da che mondo è mondo la creatività può essere solo figlia della tecnica. Come diceva Leo Longanesi: "L'arte è un appello al quale molti rispondono senza essere chiamati".

di Maria Pia Della Valle

IRENE PIVETTI: LIBRI

Essere e apparire o apparire ed essere? Dalla foglia di fico dell'Eden al pirandelliano berretto a sonagli che regge l'economia dei Paesi; "Dal Celodurismo a Yes We Can passando per il Vaffa... e la Rottamazione".

Mai come oggi il corpo risulta presente con una tale forza nella scena politica che non possiamo non considerarlo il nuovo protagonista a fronte del quale le polarizzazioni destra e sinistra, vecchio e nuovo, conservatore e progressista paiono obsolete e inutilizzabili. Si tratta di un fenomeno molto interessante, anzitutto perché diffuso in quanto assaliti dalle immagini dei leader politici nel nostro quotidiano ma anche, ed in particolare, ai fini della comprensione del come e perché il corpo mediale del leader trionfi indipendentemente dalle colorazioni politiche o dai programmi elettorali. Sono ormai molti gli studi che trattano il tema del corpo Politico a partire da quello relativo alla metafora del corpo (considerata nelle sue implicazioni simboliche e teologico politiche) e al ruolo che essa svolge sia nell'autorappresentazione del potere, nella definizione di Stato e della rappresentanza politica, sia in relazione alla dialettica o l'opposizione tra corpo sovrano e corpo assoggettato che nelle trasformazioni del rituale e del simbolismo politico, e dell'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale, soprattutto in riferimento alla sostanziale perdita dell'"aura" dei detentori del potere nel processo di trasformazione a cui è sottoposta la sacralità del "corpo del re", e quindi del "corpo del leader", nell'epoca dei media elettronici attraverso la "messa in scena" di quello che prima era lo spazio del "retroscena". In qualche modo, è come se l'ampiamente discussa perdita di privacy fosse un fenomeno che riguarda i grandi leader almeno quanto può riguardare le persone comuni. In altre parole, vi sarebbe una sorta di reciprocità nella perdita della privacy operata dai media, grazie alla quale abbiamo un qualche accesso all'intimità di chi ci controlla. Con questo non si vuole suggerire che gli effetti di tale "perdita dell'aura" si giochino soltanto in chiave negativa: spesso i leader possono utilizzare questa situazione come una risorsa per la loro immagine pubblica, anche se le possibilità di "manipolazione" delle informazioni sulla loro intimità sono considerevolmente minori rispetto a un tempo, e vi è una maggiore consapevolezza di tali strategie da parte del pubblico. E' In questa prospettiva che abbiamo individuato, ad emblema dell'oggetto della nostra indagine, un libro che anatomizza le dinamiche del cedimento della soglia tra scena e retroscena e di come esse, nell'ottica di un abbassamento dell'eroe politico al nostro livello, comportino una "personalizzazione" della politica, dove contano più i volti (telegenici) e le parole rispetto ad altri ordini di considerazioni. Un'analisi asciutta e puntuale che rivela gli aspetti più significativi dell'attuale comunicazione politica, scritta a quattro mani da Irene Pivetti, figura politica d'eccezione, a 31 anni la più giovane presidente della Camera dei Deputati della Repubblica Italiana, e Alessio Roberti, sociologo ed esperto di intelligenza linguistica, che si è formato con il consulente in comunicazione di Bill Clinton e Barack Obama. Una prospettiva diversa attraverso cui leggere e ascoltare i messaggi di chi chiede il nostro voto e, in vista di nuove competizioni elettorali, acquisire un nuovo strumento di giudizio. Citiamo testualmente "Dalla torre d'avorio del politichese all'impatto emotivo del turpiloquio, dall'uso sapiente della metafora alla forza trainante dello slogan perfetto, alcuni politici dimostrano di conoscere a fondo il potere del linguaggio, manifestando quella che gli autori definiscono intelligenza linguistica". Nota confortante dell'addotto è che anche noi cittadini elettori possiamo acquisire questa abilità, diventando noi per primi linguisticamente intelligenti e imparando così a distinguere tra i discorsi dei politici e quelli dei politicanti attraverso le parole più ferite, più stanche, più tradite. Piantiamo dei paletti, come facevano gli antichi quando fondavano una città nuova. Proponiamo che il 2013 sia l'anno in cui il linguaggio riprenda fiato, con una specie di vaccinazione di massa dalle manipolazioni e dalle mistificazioni: per la politica un bagno di umiltà, per i cittadini un recupero di senso critico. Insomma, questo sguardo ironico e disincantato alle trappole verbali (e non solo) che la politica ci propone ve lo consigliamo davvero caldamente.. perché, per quanto anche affascinati da una istruttiva metafora in cui è possibile leggere il dramma dell'uomo, che si muta in rêverie cosciente, nel racconto "The Happy Hypocrite", composto da Beerbohm nel 1897, non possiamo sconsacrare il saggio Orazio: "Naturam expellas furca, tamen usque recurret" (Potrai scacciare la natura col forcone tuttavia sempre tornerà). A buon intenditor, poche parole. Poche sì, ma buone.

La seduzione, una moda che non passa mai di moda

La seduzione inconscia è un'espressione talmente comune sulla Terra, che la maggior parte dell'umanità è cieca alla sua esistenza, eccetto forse per il fatto di sentirsi fisicamente e emozionalmente diversi dopo averla subita. Sempre e continuamente l'uomo è sedotto. Da bambino, attraverso la sorpresa che ogni nuova acquisizione comporta, è la seduzione dei suoni, dei colori, dei profumi, di ogni cosa che accenda la sua fantasia. Da adolescente sono il potere del sogno e il richiamo dell'utopia le forze da cui lasciarsi condurre altrove, nella sensazione appagante e onnipotente che sia possibile conquistare il mondo e realizzare ogni aspirazione. Da adulti, la seduzione assume i mille volti del desiderio: le molteplici figure con le quali l'uomo popola il suo immaginario per padroneggiare la sua solitudine esistenziale, la sua condizione di individuo che forgia forme e simboli e che tesse racconti per darsi un'identità e una collocazione, per radicarsi nel mondo. Così è possibile parlare di seduzione non solo amorosa, ma di una seduzione delle idee, di una seduzione dello spirito, della seduzione del male o delle immagini. Dovunque si profili una promessa di riparazione, di appagamento, o l'illusione di una ricomposizione delle proprie tensioni, o anche dovunque si intraveda una possibilità di sentirsi più pienamente partecipi della vita, attraverso la sfida del perdersi e del ritrovarsi, lì è in atto la seduzione.

IN PRIMO: PIANO

MUSICA

"La musica seduce la nostra sensibilità, ma eccita anche la nostra attività intellettuale, offrendo alla filosofia un campo particolarmente ricco e stimolante su cui esercitare le proprie riflessioni: come nasce una forma, come nasce un senso, come avviene una costruzione di suoni, che cosa è l'ascolto e la percezione sonora, che cosa è il suono stesso. Di questo e altro parleremo con due straordinarie interpreti della musica classica che abbiamo avuto il piacere e l'onore di ascoltare l'otto marzo (festa della donna) ospiti dell'Ambasciatore austriaco a Roma Christian B. Berlakovits"

CRISTINA: CAVALLI

GAIA: VAZZOLER

Cristina Cavalli è diplomata in Pianoforte al Conservatorio "G. Nicolini" di Piacenza e in Musica da Camera al Conservatorio "B. Maderna" di Cesena con il massimo dei voti, nonché alla prestigiosa Accademia "Incontri col Maestro" di Imola, affianca al percorso musicale accademico altre esperienze di approfondimento, seguendo Corsi e Masterclass con importanti personalità del panorama musicale, tra cui emergono come più significative Sergio Fiorentino, Pier Narciso Masi e Marisa Somma. L'attività solistica e cameristica l'ha portata su importanti palcoscenici in Italia ed Europa con unanimi consensi di pubblico e di critica. Parallelamente all'attività concertistica tradizionale, collabora costantemente con il mondo del Teatro e della Danza ideando e realizzando, personalmente ed in collaborazione con altri artisti, spettacoli di accostamento e di sintesi tra la Musica e le altre arti. Il suo recital "Mediterraneo", un viaggio sonoro lungo le coste del Mar Mediterraneo, ha debuttato a Roma ed è atteso in altri importanti centri in Italia, Spagna e USA. **Gaia Vazzoler** diplomata in pianoforte sotto la guida del M° Tiziana Poletta e Carmela Pistillo, si è laureata nel 2000 col massimo dei voti in DAMS presso l'Università RomaTre con il Prof. Mario Bortolotto, discutendo la tesi sperimentale in Storia della Musica Richard Wagner e il pianoforte, che le è valsa la prestigiosa Borsa di Studio della Richard Wagner Stipendienstiftung di Bayreuth. Ha lavorato come Musicologa presso l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia per oltre dieci anni, in veste di curatrice di numerose rassegne musicali di guida all'ascolto, storia della musica e introduzione ai concerti, con esempi dal vivo al pianoforte ed interventi di artisti ospiti. Presentatrice di numerosissimi eventi, concerti ed incontri musicali, ha presentato il Premio Speciale Via Vittoria conferito al Maestro Ennio Morricone nel 2010 ed al Maestro Luis Bacalov e Prof. Bruno Cagli nel 2011. Curatrice del progetto Noteinviaggio (programma di viaggi musicali in collaborazione con l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia), ha recentemente pubblicato il saggio Roma di Note, itinerario musicale nella Città Eterna dal passato ad oggi. Collabora regolarmente con l'Ambasciata d'Austria a Roma, il Rotary Club, l'Inner Wheel, la Reale Accademia di Spagna, il Conservatorio di Santa Cecilia, la Compagnia per la Musica in Roma, l'A.Gi.Mus. e numerose altre istituzioni culturali, esibendosi come pianista sia in veste di solista che in formazioni da camera, con un repertorio cha spazia dai grandi autori classici al primo Novecento. Tra gli ultimi impegni si segnala la collaborazione con Radio Vaticana nell'ambito della trasmissione musicale Diapason, numerose dirette in qualità di musicologa per Radio Capital e la realizzazione del video documentario "Liszt e Roma" in collaborazione col M° Michele Campanella, presentato in forma di concerto nella Sala della Protomoteca del Campidoglio e trasmesso integralmente da RaiNews. Attualmente è impegnata in una serie di lezioni-concerto presso la Sala Ciampi di Roma (rassegna "Note e Movimenti") ed è curatrice del progetto "Musica in Circolo" per l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia.

NEXT: EVENT

VIVA LA VITA: BIANCAMARIA CARINGI LUCIBELLI

Gran Gala delle Margherite Festa di Primavera, una serata di solidarietà.

Una manifestazione annuale che ha contribuito alla realizzazione di numerosi progetti umanitari e che si terrà, come di consueto, nei saloni dell'Hotel Excelsior di Via Veneto in Roma il 13 Aprile 2013. Saranno presenti, così come avvenuto per le edizioni precedenti, circa cinquecento persone del mondo dell'imprenditoria, della cultura e dello spettacolo, allietati da un concerto di "LINO PATRUNO E IL SUO JAZZ SHOW", con la partecipazione della cantante Giovanna Berardinelli. Quest'anno, il Gala, ideato ed organizzato da Biancamaria Caringi Lucibelli, va a beneficio delle finalità statutarie di "VIVA LA VITA" Onlus associazione di familiari e malati di Sclerosi Laterale Amiotrofica che ha come Presidente Onorario e Testimonial Erminia Manfredi ,moglie del compianto grande attore Nino. "*I progetti di beneficenza hanno uno scopo prettamente umanitario e di servizio, di volta in volta scelti dai vari partner che si succedono senza vincoli politici,etnici e/o religiosi* - spiega Biancamaria in una nota - *tutto quello che riesco a realizzare, con mero spirito di volontariato, lo faccio con il massimo impegno della mia persona, in quanto credo di sfruttare le mie particolari doti di comunicazione e di comprensione verso il prossimo meno fortunato di noi. Tutti gli obiettivi vengono realizzati grazie alla fiducia dei tanti sponsor a partire dall' Hotel Excelsior che ogni anno con spirito di solidarietà, contribuisce con la professionalità di tutto il personale dirigente e non in maniera ineccepibile alla buona riuscita della manifestazione nei vari sontuosi saloni messi a disposizione degli illustri invitati".*

LORENA: MAGLIOCCO *Autrice Tv e Storica dell'Arte*
"Se l'ideale è la tramutazione, non tramuto nulla se non comincio a mutare me stesso. L'utopia comincia domani, e può anche non cominciare mai; la tramutazione comincia oggi e non ha mai fine"(Norberto Bobbio). Maria Lorena Magliocco, 31 anni autrice Tv e storica dell'arte. Oggi attiva concretamente nella vita politica romana e Presidente dell'associazione Altruisti Nati. Fiera di non aver apparati cerca nella propria generazione e nel proprio genere la forza per sovvertire questo mondo, perché si può. L'abbiamo incontrata per le strade del centro storico di Roma, in una serata particolarmente fredda e tra le prime cose che ci ha detto: "*Anche se fa freddo, facciamo una passeggiata, adoro questa città …la sento mia anche se nelle mie vene scorre il sangue del Salento, terra antica e piena di storia. Fin da subito ho capito che qui volevo vivere e realizzarmi. Conosco molto bene questa città, le sue strade, i suoi palazzi, i suoi monumenti e quei luoghi celati dalle guide turistiche. Roma è come una grande madre accoglie tutti, ma ripudia nello stesso tempo se non ci sai vivere*".

BEATRICE: DAMIANI Traduttrice
L'agenzia "Traduzioni e Lingue" ha sede a Riccione, nel cuore della Romagna, e fornisce diversi servizi linguistici, quali, traduzioni, interpretariato e insegnamento lingue. L'agenzia collabora esclusivamente con traduttori laureati e specializzati in varie lingue, garantendo così un servizio di alta qualità.

Chi si rivolge principalmente all'agenzia 'Traduzioni e Lingue' ... Beatrice?
"*Aziende, privati, studi legali e professionali e non solo. Offriamo corsi collettivi, lezioni individuali, a domicilio o presso il nostro ufficio, corsi aziendali, ripetizioni private e lezioni via Skype. L'uso di Internet è diventato indispensabile anche nell'insegnamento. In questo modo il cliente è in grado di mettersi in contatto con noi comodamente dal luogo in cui si trova, senza doversi spostare e di conseguenza risparmiando tempo. Cerchiamo di accontentare il cliente, trovando sempre un modo per rispondere alle sue esigenze. Oggi più che mai, nell'era di Internet e con il mondo in continua evoluzione, conoscere almeno una lingua straniera è diventato indispensabile, per potersi muovere in autonomia e comunicare più facilmente. Non a caso, i corsi di lingua sono sempre più numerosi. La nostra agenzia organizza corsi di vari livelli, dall'elementare all'avanzato, continuamente, in modo che chi si iscrive ha poi la possibilità di passare al livello superiore e di continuare a studiare la lingua che ha scelto finché lo desidera. Chiunque può avvicinarsi a una lingua straniera, per esigenze di lavoro o per piacere. Le lingue straniere sono ponti che ci permettono di raggiungere luoghi vicini o lontani, e di comunicare con le popolazioni di tutto il mondo*" www.traduzionielingue.eu

VIRGINIA: BRESCIA *Artista*
35 anni, nata a Parma e vive in Sardegna dall'età di quattro. appassionata di musica, strumentista e cantante, da animatrice liturgica ad esperienze da solista in svariati cori polifonici, artista, smette i pennelli e i colori, per dedicarsi a una nuova forma di "arte tridimensionale", nella forma del riciclo, realizza diverse mostre in Sardegna, con un discreto successo di pubblico, incuriosito dalle forme e dalle composizioni su tela, realizzate con svariati materiali, plastica, legno, ferro, spaghi, carta cartone ... materiali per lo più recuperati nelle discariche, una sorta di "pulizia dell'ambiente", un'arte tutta "ecologica", che risponde alla ferma convinzione, che l'arte è ovunque, è in cosa che sappiamo osservare con occhi diversi. A breve, in Giugno, presso la LIBRERIA BETTINI, a Cesena, si svolgerà una mostra personale, sempre all'insegna del Riciclo. Virginia, una donna forte e passionale, amante dell'eleganza, sensualità, della musica che l'ha spinta a diverse collaborazioni artistiche, canta e suona, lasciandosi traportare dalle note, spesso a occhi chiusi, nel tentativo di trasmettere emozione al pubblico che ascolta, da sempre sostenitrice dell'interpretazione delle parole di un brano, la musica "è vita", e bisogna sentirla dentro per poterla far esplodere nel cuore di chi ascolta, anche a discapito dell'estensione vocale, spesso motivo di attrazione per il pubblico.. Appassionata di fotografia, realizza foto paesaggistiche sul suo piccolo paese Osini, di 800 abitanti, nel quale vive dal 2008,terra povera economicamente, ma ricca di attrazioni naturali da mozzare il fiato, e di un paese vecchio, di pari fascino e bellezza...

COMING SOON
nel prossimo numero

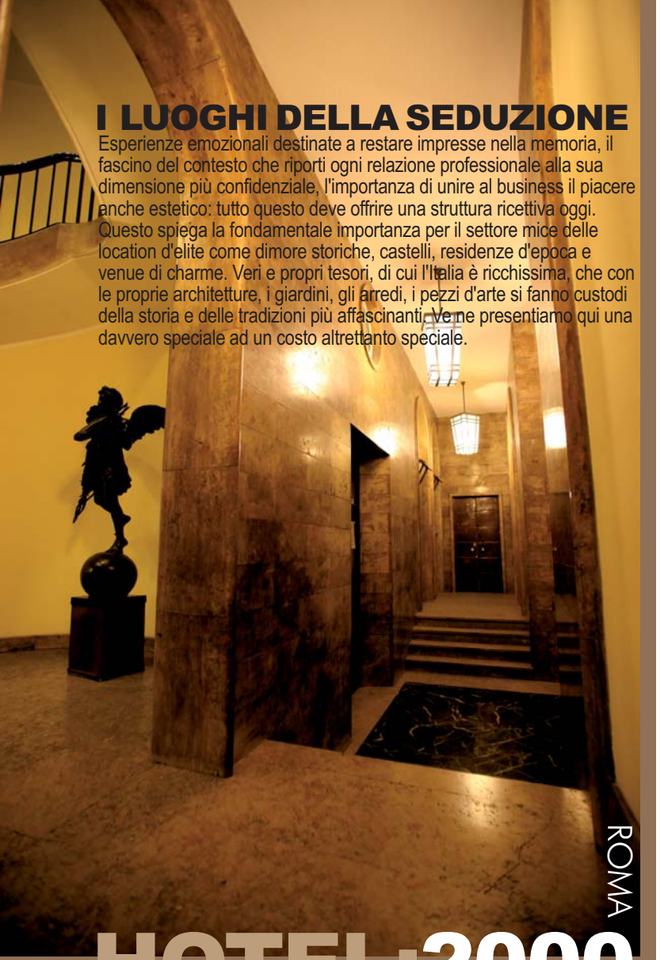
Le sue opere siano lungi dall'essere confortevoli ed "anestetizzanti" oggetti d'arredamento

PAOLO SISTILLI
L'arte è come la primavera, una fase di transizione, un risveglio vero e proprio. E' una specie di alba dell'anima, un passaggio dal buio e dal torpore dell'inverno all'energia positiva dell'estate. C'è quella sensazione di spensieratezza, di allegria e di aspettativa che sottende a tutto; un po' come quando apri gli occhi mentre stai ancora dormendo e ti accorgi che è una bella giornata, che hai voglia di uscire, e inizi già a sentire i miti sbuffi di aria sulla pelle. In questa opera, prima di una di una lunga serie di lavori dedicati alla Valle D'Aosta ed in particolare a Saint Vincent, Paolo ci narra le esuberanze visive, olfattive e tattili di un luogo indimenticato per suggestione paesaggistica di cui egli è rimasto irrimediabilmente sedotto. Lettere poggiate su una tessera di cartone con la leggerezza della neve racchiudono la promessa di ritornare. **Tezera**: E` il nome greco per 4 ma anche per l'elemento del mosaico.Il lavoro e`un modulare di cartone ondulato dipinto ad acrilico formato da nove tesera (20x20 cm) fermato da un sistema di listello ad incastro 60x60 cm. Il concetto di questa opera e`ispirato dai grandi pannelli publicitari, dopo un periodo di tempo finita la loro funzione di comunicazione vengono demontati e rimontati a caso perdendo l`originale forma ma acquistando le nuove valenze estetiche dettate dal caso. Tale concetto rientra nella ricerca che da alcuni anni sto compiendo nel mondo dell'archeologia della comunicazione (alfabeti immaginari)in pittura e scultura. La scelta dei colori nella tesera rosso nero e le lettere scelte richiamano un ipotetico alfabeto (Valle D`Aosta) smembrato e rocostruito in nuove versioni sempre diverse dimostrando che il concetto di comunicazione non verbale rimane ed acquista nuovi valori. Il cartone ondulato dipinto ad acrilico con metodi grafici e`protetto da una vernice, è possibile metterlo sotto tecla di acrilato nel caso di ambienti particolarmente umidi e fumosi.

Sullo sfondo l'opera (Tezera) del Maestro Paolo Sistilli dedicata alla Valle D'Aosta

www.paolosistilli.nl

Estoril Viaggi vi consiglia il Saint-Vincent Resort&Casino
Capita a volte di avvertire già alla partenza che si prenderà parte a qualcosa di unico, di speciale, indimenticabile. E', poi, una questione di empatia l'affiatamento che si crea con le persone, lo stare bene fin da subito. Il giusto feeling che si instaura, la bellezza di entrare in un mondo per il piacere di condividere con altri quella quotidianità fatta di luoghi suggestivi, di parole delicatamente pronunciate, di gesti e di semplici momenti, veri e propri tesori di cui, poi, non vorrai più fare a meno. Indimenticabile nelle sue esuberanze visive, olfattive e tattili il Saint Vincent Resort&Casino. Ogni luogo sembrerebbe essere stato pensato per stupire, ogni persona della équipe sembrerebbe essere stata selezionata sulla base della bellezza del sorriso, ogni oggetto scelto affinché regali profonde emozioni, ogni allestimento scenico affidato alla più talentuosa e bizzarra delle registe: la natura che fa bella mostra dei suoi inimitabili spettacoli attraverso sconfinati perimetri e tetti di trasparenti cristalli. Che si tratti di leggere un libro nella hall, piuttosto che sorseggiare un caffè o gustare un aperitivo, la suggestione è unica nella sua irripetibilità, ed è così che capita di assistere al rincorrersi capriccioso dei raggi del sole che fanno capolino fra le nubi o in sconfinati azzurri, allo scroscio sensuale della pioggia, al genuino fulgore della neve piuttosto che all'ansimare poderoso del vento. Una autentica emozione quando per la prima volta si scorge il proiettarsi dei raggi fra le innumerevoli opere d'arte di cui si fregiano copiosamente le pareti dell'intera struttura ma, ancor di più, quando essi si scagliano fra la pietanze di una tavola riccamente imbandita quasi a glorificarne la già prorompente bellezza. Ogni emozione dicono abbia un odore particolare che a noi non è concesso di scoprire e che la mente abbia la capacità di allontanare il ricordo, rimuovendolo nell'inconscio … e che il corpo invece non dimentica … ma chissà perché una vacanza trascorsa al Resort&Casino di Saint Vincent dell'inconscio proprio non ne vuole sapere ...



I LUOGHI DELLA SEDUZIONE

Esperienze emozionali destinate a restare impresse nella memoria, il fascino del contesto che riporti ogni relazione professionale alla sua dimensione più confidenziale, l'importanza di unire al business il piacere anche estetico: tutto questo deve offrire una struttura ricettiva oggi. Questo spiega la fondamentale importanza per il settore mice delle location d'elite come dimore storiche, castelli, residenze d'epoca e venue di charme. Veri e propri tesori, di cui l'Italia è ricchissima, che con le proprie architetture, i giardini, gli arredi, i pezzi d'arte si fanno custodi della storia e delle tradizioni più affascinanti. Ve ne presentiamo qui una davvero speciale ad un costo altrettanto speciale.

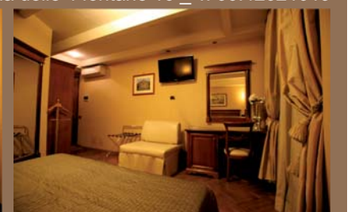
ROMA

HOTEL:2000

Il fascino delle dimore storiche nella Capitale

In posizione privilegiata nel centro di Roma, vicinissimo alla Stazione Termini e ben collegato con i mezzi di trasporto, l'Hotel 2000, con il suo fascino antico, rappresenta il baricentro ideale per chi ama il confort unito al fascino della dimora storica. Ubicato nel cuore del centro cittadino in un antico palazzo nobiliare del 1900 interamente ristrutturato, dista soli 50 metri da Piazza Barberini ed a soli 5 da Fontana di Trevi e Piazza di Spagna. L'hotel dispone di 13 camere completamente attrezzate con TV, telefono, minibar, aria condizionata e bagno completo con straordinarie cabine e/o vasche Iacuzzi dotate di idromassaggio. La colazione è servita in camera.

Hotel 2000 Roma _ Via delle 4 fontane 16 _ T. 06.42021019



ABITARE IL TEMPO

Grandarredo è l'evoluzione della tipica bottega artigiana marchigiana di 50 anni fa, e rappresenta oggi un connubio perfetto tra tradizione ed innovazione. Realizza direttamente arredamenti su misura unici per la finitura manuale e la tecnologia costantemente applicata. L'azienda è oggi una moderna realtà industriale che, personalizzando gli spazi abitativi riesce ad offrire il valore aggiunto tipico del "Made in Italy".

Contando sulla lunga esperienza maturata lavorando per marchi importanti del contract, GRANDARREDO è oggi pronta ad affrontare la sfida dei nuovi mercati internazionali.

GRANDARREDO GROUP

GRANDARREDO
Cda San Giovanni 48
63813 MONTE URANO
(Fermo) Italy

T. +39 0734 842648
F. +39 0734 848575

info@grandarredo.it
www.grandarredo.it

INGLISH

The manufacturing furniture company GRANDARREDO is the evolution of a typical italian "workshop" astabilished over fifty years ago in the italian region Marche and nowaday it represents a perfect combination between tradition and innovation. Grandarredo directly manufactures unique "tailor-made furnishing solutions" throughoutstanding handcrafted finishes and constant attention to advanced technology. Today Grandarredo is a structured modern manufacturing company able to offer the typical "Made in Italy" high quality standards by personalising interior living spaces. After gaining a remarkable experience by working for and on behalf of prestigious italian contract brands, today Grandarredo is ready to face the new challenge of the international market.

FRANÇAIS

Grandarredo est l'évolution de la "bottega" artisanale italienne né dans la Région Marche il y a 50 ans et représente le parfait mariage entre la tradition et l'innovation. On fabrique "meubles clefs en main" unique pour la finition manuelle et pour l'application de nouvelles technologies disponibles. GRANDARREDO c'est aujourd'hui une moderne industrie qui, grace à ses possibilités de personnaliser les espaces d'habitation, offre la valeur ajoutée typique du "Made in Italy". Notre longue expérience en travaillant avec les marques les plus importantes du contract, nous permet d'affronter le défi de la compétition de nouveaux marchés internationaux