

speciale 2008

Di

donna impresa magazine

SPECIALE DONNE

PUBBLICO e PRIVATO eventi di stile

IL VALORE DELLA DIFFERENZA
IX CONVENTION DONNE
IMPRESA
LE RAGIONI DELLA NUOVA
POLITICA
FERMATO: PORTE APERTE

MIXER

I luoghi dell'arte: ad Utrecht
con Paolo Sisilli
LIBRI A PROVA DI MEMORIA:
le poesie di Soldani e Capriotti
i racconti di Castellani e Rutili

DOSSIER ITINERARI

New Generation
Roby B: THE BOOK
OF HEAVY METAL

JACK
bellavita
EXTRA VOICE & DJ'S

www.donnaimpresa.com

per la tua pubblicità e/o intervista

TELEFONA AL N. 0734.671419
MOBILE 349.3076688 333.8999379
OPPURE INVIA UNA E-MAIL A
REDAZIONE@DONNAIMPRESA.COM
E UN NOSTRO DIRIGENTE
VERRÀ DIRETTAMENTE A TROVARTI
NELLA TUA AZIENDA.

REDAZIONE

TEL E FAX 0734.671419
333.8999379 349.3076688
V.LE F.CAVALLOTTI 145
63017 PORTO SAN GIORGIO
AP/FM
E-MAIL:
redazione@donnaimpresa.com
mariani@donnaimpresa.com
WEB:
WWW.DONNAIMPRESA.COM
WWW.AZIENDEASSOCIATE.IT



abbonati

Sottoscrivi un abbonamento
annuale (100,00 euro) a "Di"
Donna Impresa Magazine
entro il 30/03/08 ed avrai la
possibilità di promuovere
gratuitamente la tua azienda
sul grande portale web agli
indirizzi:
www.aziendeassociate.it

Bollettino Postale intestato a:
DONNA IMPRESA MAGAZINE
N. c/c 50824424 Ufficio Postale
Porto San Giorgio Centro (ap/fm)

storia
di
copertina
**SARA
IANNONE**
PROTAGONIST FOOTWEAR
MADE IN MARCHE **MICAM**
2008 milano
TUTTE LE AZIENDE
CONFINDUSTRIA FERMO

Sara IANNONE

professione creative event manager

VIP, POLITICI, PREMI IMPORTANTI E NON SOLO...SARA È ANCHE LA REGINA INDISCUSSA DEGLI EVENTI MONDANI E LE SUE FESTE SONO INDIMENTICABILI

Esperta di marketing e comunicazione, relazioni esterne e rapporti con le istituzioni, capo segreteria di diversi ministri, molto impegnata nel sociale, organizzatrice e promotrice di eventi e Premi importanti, Sara è anche Presidente dell'associazione culturale l'Alba del Terzo Millennio le cui finalità sono da ricercarsi nella sollecitazione e valorizzazione di tutte quelle esperienze che risultino particolarmente significative nella testimonianza di valori laici e confessionali nell'impegno dell'uomo per la crescita e lo sviluppo della famiglia comune celebrate anche attraverso il Premio "Le ragioni della Nuova Politica", riconoscimento per quanti hanno saputo dare un contributo rilevante attraverso le proprie opere, la propria attività, le proprie parole, il proprio pensiero. Un progetto di grande successo quest'anno alla sua quinta edizione del quale vi raccontiamo nel servizio di pagina 50. Lady Iannone: di origine frusinate, nata a Morolo, sotto il segno dell'Acquario, portamento elegante, impeccabile nel look, eterea e di una bellezza raffinata, vanta un carattere ed una sicurezza sorprendenti, quasi sconcertanti che lasciano però trasparire, in non rare occasioni, una dolcezza ed una sensibilità d'animo nobili. Noi l'abbiamo incontrata nel suo studio di Roma in Piazza del Parlamento in una giornata piovosa e per nulla mite. Calore che però abbiamo ritrovato pranzando con lei in un tipico ristorante della capitale del quale ci ha colpiti la semplicità e la prelibatezza dei piatti che si rivelavano in tutta la loro sorprendente genuinità. Naturali e genuini come la nostra ospite sempre disponibile e piacevolmente spiritosa che non si è risparmiata nel raccontarci la sua vita...

Quando ha scoperto la sua vocazione per l'impegno sociale Sara?

È una passione che mi accompagna sin da giovanissima. Già a quattordici anni ho sentito il bisogno di impegnarmi in prima persona nella politica attiva. La mia formazione è avvenuta, tra l'altro, in un periodo difficile in cui le tensioni e le contraddizioni sociali erano molto forti, in una Colleferro nata intorno ad un insediamento industriale che rappresentava un forte elemento di rottura con l'antico tessuto contadino della zona.

La sua formazione scolastica?

Ho conseguito il diploma in ragioneria in quanto c'era l'opportunità di studiare il diritto e l'economia dopo di che ho approfondito la sociologia, la filosofia ed ho preso un Master in immagine e comunicazione.

Mi parli della sua vita professionale...

Le mie prime esperienze lavorative risalgono agli anni '80 quando ho cominciato ad occuparmi di relazioni esterne, dell'organizzazione di convegni, incontri di studio, dibattiti su tematiche di rilevanza politico-sociale e poi di campagne elettorali, una delle sfide più faticose perché non si vince (solo) facendo cambiare idea agli elettori, ma (anche) facendo sì che gli elettori decidano avendo in mente temi su cui il candidato - partito - coalizione ha un

vantaggio competitivo riconosciuto (e storicamente stratificato) rispetto agli avversari, il cosiddetto issue ownership.

Definire le linee strategiche e tattiche di una campagna elettorale significa...

Significa valutare i punti di forza e debolezza del candidato e degli avversari, studiare minacce e opportunità e considerare le diverse opzioni. Vuol dire differenziare nettamente il candidato dagli avversari per coerenza e competenze e scegliere il suo look, elemento per nulla secondario, che deve essere consono alla personalità del candidato e con la sua storia. Significa scegliere una comunicazione che tenga conto di determinate caratteristiche e che, al contempo, sia efficace dal punto di vista della rispondenza. Comunicare, nella società dell'informazione com'è quella di oggi, è divenuta una funzione sempre più strategica e nessuno può farne a meno; nemmeno il mondo della politica che ha dovuto necessariamente utilizzarla per fidelizzare il cosiddetto cliente-elettore. Le odierne campagne elettorali non possono prescindere dall'utilizzo di un avanzato marketing politico elettorale soprattutto nella fase strategica e di analisi, quelle in cui si esaminano i desideri e le aspettative degli elettori, si identificano i segmenti decisivi dell'elettorato e si posiziona

la propria offerta politica. Senza questa fase di analisi, si rischia di avere un "prodotto politico" poco appetibile, e si deve ricorrere a tecniche di lancio poco efficaci.

I suoi successi professionali però sappiamo non essere esclusivamente legati agli ambiti istituzionali, della pubblica amministrazione o comunque della politica in senso ampio. La descrivono come la "Regina" indiscussa degli eventi mondani...

Sono lusingata da questa sua affermazione, tanto da esserne fiera. Sa, negli anni, ho cercato di mettermi alla prova anche in contesti meno formali organizzando eventi legati al mondo dell'arte, della danza, della musica, della recitazione... da una parte a soddisfare le mie più intime passioni, pensi che ho anche studiato a livello quasi da professionista come mimo, dall'altra per promuovere la cultura attraverso manifestazioni originali e di qualità, fra queste potrei citarle ad esempio il premio "Protagonisti della vita" conferito dai capitani d'azienda alle persone che si sono distinte per la loro attività imprenditoriale e "Pazzodiaco" un evento da ripetersi ogni mese nel quale sono stati invitati i personaggi nati sotto lo stesso segno zodiacale e di quelli affini. Tantissimi gli ospiti, tutti egualmente



"Donne e vini da far girar la testa" una manifestazione pensata per la primavera 2008 nella quale i 12 vini più pregiati d'Italia, ognuno di essi simbolicamente rappresentato da una modella che ne incarna le peculiarità, si contenderanno l'esclusivo primato, naturalmente decretato da una giuria di esperti, in funzione della individuale capacità di proporre un abbinamento donna-vino che sia verosimile. In questa kermesse di bianchi e rossi d'autore, ospiti di pregio indiscusso i vini e gli spumanti "La Scolca", prodotti nella tenuta della famiglia Soldati alle cui redini, accanto a papà Vittorio ed al primogenito Giorgio, si sono con successo affiancate la secondogenita Chiara e la mamma Luisa che rappresentano il "racconto al femminile" del nobile nettare divenuto un habituée nei palazzi del potere e scelto da Katie Holmes e Tom Cruise per pasteggiare e brindare nel giorno del loro matrimonio"

straordinari. Fra questi però alcuni, in particolare, mi hanno colpita...ricordo ad esempio la travolgente personalità di Patrizia de Black e l'eleganza di Renato Balestra entrambi per il segno dello scorpione, l'avvenenza e la semplicità della stupenda modella brasiliana Lilion Ramos del segno dei pesci, il sex-appeal di Vittorio Sgarbi nato sotto il segno del Toro e non ultime, la grazia e la bellezza dell'attrice Gaia Zucchi, della giornalista Irene Mandelli a rappresentare i Gemelli e l'indimenticabile Maria Giovanna Elmi nata sotto il segno della Vergine. In cantiere invece, un percorso volto alla valorizzazione del vino articolato in fasi distinte ma inscindibili, in cui la presentazione delle caratteristiche e delle tecniche di produzione diventi il tema di un incontro fatto di degustazioni, di arte, di pittura, di alta gastronomia e di curiosità tradotte in aneddoti in latino su quello che è considerato il "nettare degli Dei".

Cosa rende veramente esclusivo un evento Sara?

È un mix di cose. Ci vuole innanzitutto l'organizzazione che deve essere impeccabile, dal menu alla location alla mise en place, e poi ci vuole l'esclusività. L'evento deve conservare quell'aura di oggetto del desiderio. Fondamentali sono poi la "bellezza" delle persone, bellezza naturalmente intesa come trionfo di valori e bontà d'animo.

Quali sono gli aspetti che l'affascinano maggiormente del suo lavoro?

Quello che mi piace maggiormente è il riuscire a condividere qualcosa con gli altri, un interesse, una passione, una semplice chiacchierata...un momento. Questa mia innata predisposizione ai rapporti interpersonali, alle relazioni pubbliche sono stati alla base della mia scelta professionale, dei miei successi lavorativi, del mio essere intimamente appagata non esclusivamente come moglie di un uomo straordinario che risponde al nome di Marcello e madre di due splendidi figli: Priscilla e Valerio, seppure questo rappresenti per me la gioia più grande. Noi dobbiamo partire dalla consapevolezza che nel nuovo millennio tutto si fonda sull'intreccio di idee che si è in grado di sviluppare, elaborare e trasmettere al meglio, con la massima efficacia e attrattiva e che il pubblico da raggiungere è sempre più vasto e sensibile, tanto da esigere chiarezza e contenuti certi. Non importa, in alcuni casi, dimostrare sicurezza nelle proprie convinzioni, non sempre sono sufficienti le proprie capacità professionali, occorre altro. È necessario saper trasmettere al mondo la propria storia, la propria identità, le personali ambizioni ed emozioni e chi non possiede gli strumenti per farlo in modo appropriato, è destinato a perdere terreno e ad essere tagliato fuori dalle dinamiche sociali e professionali. Oggi solo chi comunica bene può avere la carta vincente. Ma l'arte del comunicare richiede mestiere, progettualità, obiettivi certi. Non si improvvisa. Non si può affatto improvvisare: sarebbe peggio.

Qual è il segreto per diventare un buon comunicatore secondo lei?

Io credo che il segreto per diventare un buon comunicatore sia la cultura, i cosiddetti fondamentali. Occorre studiare molto, sapere il più possibile, saper scrivere molto bene avendo fatto molto esercizio, saper studiare rapidamente e profondamente ogni tipo di documento, saper parlare, sapersi relazionare, saper ascoltare. Tutto quel che c'è da imparare sul lavoro, si impara, appunto, sul lavoro. Sapere, essere preparati, dà però quella sicurezza di cui un comunicatore ha bisogno sin dall'inizio della sua carriera.