



Barbara  
22



Lina  
28



Monica  
24



M.  
Teresa  
26

Valeriana  
**Mariani**  
Editore  
Donna Impresa  
Magazine  
**presidente Uapi**  
Confartigianato  
Donne Impresa  
Provincia di  
Ap/Fm  
**presidente di**  
Aziende Associate  
**presidente**  
**nazionale**  
**DI.DONNA**  
INTERNATIONAL



Nenella  
31

# donne che ce la fanno

**LE AZIENDE CON PIU' DONNE AL VERTICE SONO PIU' COMPETITIVE E FANNO PIU' UTILI: I RISULTATI DI UNA RICERCA MCKINSEY**

Le aziende con più donne al vertice sono più competitive e fanno più utili: è questo il dato più interessante tra quelli presentati al convegno «Donne e leadership. Verso un futuro al femminile» dalla società di consulenza manageriale McKinsey & Company che ha svolto studi e ricerche in aziende e società europee «Avere più donne ai vertici -spiega Vittorio Emanuele Terzi, a capo di McKinsey nei Paesi del Mediterraneo- non è solo una questione etico-sociale, è soprattutto economicamente vantaggioso per le aziende». Il primo risultato sorprendente della ricerca, ottenuto incrociando 9 variabili (dalla leadership all'innovazione) che McKinsey usa abitualmente per diagnosticare le aziende, con le risposte di 115 mila dipendenti di 231 imprese pubbliche e private, è che in tutte le imprese nelle quali c'è una maggior presenza femminile ai vertici- più del 30% dei senior manager-



Nadia  
14



Alice  
20



Anna  
18



Simonetta  
12



Ornella  
16



businessal femminile

# S P E C I A L E

DONNA IMPRESA  
MILANO - ROMA  
PORTO SAN GIORGIO  
ITALY

www.donnaimpresa.com **10**

l'organizzazione del lavoro è più armonica e rispettosa dei valori. Più attenzione all'ambiente di lavoro, più coordinamento e controllo, più orientamento verso l'esterno. «Due sono i fattori più evidenti. Migliora il processo decisionale, le donne sono più costruttive, meno orientate a fare giochi di potere. E all'azienda portano un punto di vista diverso, quindi prezioso», sostiene Terzi. McKinsey con Amazone Euro Fund ha poi analizzato i bilanci di un campione di 89 aziende europee quotate in Borsa con più di 150 milioni di euro di fatturato. Risultato: le imprese che hanno infranto il famoso «tetto di cristallo», ovvero hanno più di 2 donne membri del board o dei comitati esecutivi, sono quelle che hanno una performance economico-finanziaria migliore rispetto a quelle guidate da soli maschi. Più 10% di redditività (Roe), utili pre-tasse (Ebit) di circa il doppio e addirittura una performance borsistica superiore del 70%. Altre ragioni spingono poi a considerare le donne all'interno delle aziende una risorsa sempre più preziosa. La ricerca McKinsey evidenzia come siano le donne a decidere i comportamenti di consumo non solo per gli acquisti familiari (70%) ma anche in settori considerati tradizionalmente maschili (il 47% degli acquisti di computer in Europa, e il 60% degli acquisti di automobili in Giappone). Morale: un punto di vista femminile può fare la fortuna/sfortuna di un prodotto. Infine, sottolinea Terzi, c'è il fattore demografico: «Se si riuscisse a recuperare il differenziale di tasso di partecipazione al lavoro allineandolo a quello maschile (56% delle donne rispetto al 71% degli uomini, media europea) dei circa 24 milioni di posti di lavoro che si creeranno entro il 2035 a causa del gap demografico, 21 milioni potrebbero essere occupati da donne». Performance eccellenti, risorse preziose. «Nonostante tutto questo la realtà è disarmante. Il tetto di cristallo è più inamovibile che mai», commenta la sociologa Francesca Zaiczuk («Resistibile ascesa delle donne in Italia», Saggiatore). «Trent'anni fa non avremmo mai pensato che ci sarebbero state così poche donne ai vertici delle aziende» confessa una delle top manager intervistate da McKinsey. Tra i pilastri che sorreggono quel tetto c'è un'organizzazione del lavoro a misura di maschio basata sul motto «any time, any where», ossia disponibilità totale di tempo e luogo inconciliabile con il doppio ruolo richiesto alle donne: più le donne fanno carriera meno hanno figli, i manager più hanno successo più figli fanno. Ostacoli, barriere, differenze salariali (in media le top manager guadagnano il 15% in meno dei loro colleghi). E' il desolante scenario di un continente dove il 55% dei laureati è donna, ma su 10 posti al vertice delle maggiori società solo uno è occupato da una donna. Più si sale nella gerarchia aziendale, peggio è. Nelle prime 50 aziende europee quotate le donne sono solo l'11% dei membri dei board e dei comitati esecutivi. In Norvegia la percentuale sale al 32%; l'Italia con il 3% di donne ai vertici delle aziende è battuta nell'Oscar della misogonia solo dal Lussemburgo.

Valeriana Mariani

# la STILISTA del VINO

**Difficile definire con esattezza il mestiere di questa fiorentina doc; donna di grande carisma, affascinante e "stilosa" specializzata in una professione che lei stessa ha inventato. Simonetta Doni è una stilista del vino. Anzi è la stilista del vino! Una designer di chiara fama specializzata nella creazione di etichette vinicole. Una carriera di successo, dedicata alla cura dell'immagine del vino attraverso il suo abito. Una creativa che attraverso l'esperienza, ha acquisito i segreti della comunicazione e del marketing enologico e vi ha unito un gusto senza tempo. Una donna che veste la bottiglia, esaltandola con l'etichette. "Il successo del vino dipende anche dal modo in cui l'etichetta lo rappresenta. E' il primo impatto con il consumatore, impatto che può essere decisivo sull'acquisto". Come darle torto in un mondo in cui l'immagine è tutto. Un ottimo vino, senza una veste adeguata perde di appeal... Simonetta Doni in pochi anni si è imposta con la sua grazia, il suo intuito e la sua creatività femminile in un mondo storicamente maschile come quello del vino. Oggi è titolare dello studio "Doni & Associati", uno dei pochi al mondo specializzato nell'immagine delle aziende vinicole. Tra i suoi clienti alcune delle più importanti realtà a livello internazionale, ma anche giovani aziende innovative ed emergenti.**

**Ma come è nata in lei l'idea di creare etichette di vino?**

Per le mie prime etichette, alcuni anni fa, avevo creato immagini certamente belle, ma forse senza capirne appieno il valore di comunicazione e commerciale. Poco dopo, un produttore illuminato, mi chiese di far trasparire tutta una serie di concetti che intendeva comunicare: il profumo della terra, la seduzione di quel vino, l'allegria che avrebbe potuto dare a chi lo consumava, la sua storia, il lavoro che vi era dietro, ecc. Mi resi così conto del valore che un semplice pezzettino di carta poteva avere. La sfida di raggiungere gli obiettivi è stata la molla che mi ha fatto concentrare su questa forma di comunicazione per un mondo, quello del vino, appassionante e coinvolgente.

**I suoi primi approcci con questo mondo molto maschile?**

In realtà, avere a che fare con un mondo fatto in prevalenza di uomini è stato positivo, credo che la sensibilità femminile abbia portato un valore aggiunto. Il confronto è sempre stato stimolante e costruttivo. Vedere le cose da punti di vista talvolta opposti, porta a trovare soluzioni nuove ed interessanti. Ora siamo in molte a lavorare e realizzare fantastici progetti in questo mondo.

**Quando ha capito di avercela fatta?**

Dopo la prima etichetta, che io chiamo "consapevole", è successo che altri produttori si sono rivolti a me, dicendomi che avevano visto proprio quella etichetta, e mi chiedevano così di studiare l'immagine anche per i loro prodotti.

**Il cliente più difficile?**

Non ne esiste uno in particolare, ma diciamo che i clienti più esigenti sono poi quelli che con le loro innumerevoli richieste ci inducono a trovare sempre nuove soluzioni e a definire in modo quasi maniacale anche il più piccolo particolare che nell'insieme fa la differenza.

**Quanto è stata dura "svecchiare" l'immagine delle etichette di vino?**

Un tempo, l'immagine veniva realizzata solo per dire cosa conteneva quella determinata bottiglia e se c'era disegnato qualche cosa, molte volte capitava che era stata una persona di famiglia che si dilettava in pittura o disegno che "creava" l'immagine. Non ci si preoccupava di comunicare tutta quella serie di elementi che ora sono indispensabili e di mettere in campo le conoscenze che oggi abbiamo acquisito. Noi proponiamo sempre una ipotesi innovativa tra le possibili alternative, ma certe aziende non sono ancora pienamente pronte a queste soluzioni, in realtà la grande competizione internazionale ci porterà in breve tempo ad esplorare nuove strade dove, senza perdere il senso della storia, si potrà comunicare anche con linguaggi innovativi e contemporanei.

Nadia Fondelli



Simonetta Doni  
business a femminile

DONI&ASSOCIATI  
FIRENZE - ITALY

Foto Oliviero Toscani

# NADIA delle MERAVIGLIE

TOSCANA&CHIANTI NEWS  
FIRENZE - ITALY

14 [www.donnaimpresa.com](http://www.donnaimpresa.com)

Nasce in un insolita nottata di neve l' 11 dicembre 1967 a Firenze sotto il segno del Sagittario. nella città del giglio vive da sempre, ma porta nelle sue vene, con orgoglio, anche un quarto di sangue friulano ereditato dalla nonna austro-ungarica. Orgogliosa della sua insolita nascita e del suo segno zodiacale si giudica: testarda, determinata, onesta ed ironica; un perfetto mix - dice - del sangue che scorre nelle sue vene. E' una giornalista cresciuta sui banchi dell'Istituto d'Arte di Firenze perchè ha sempre amato avere in mano non solo le penne, ma anche i pennelli...Dipingere è infatti la sua passione, ma non espone, nè vende le sue opere perchè nessuno gli ha mai chiesto di farlo e perchè ritiene impossibile mercificare l'arte...Gli basta farlo e vantarsi di essere stata allieva e musa di un'importante nome dell'arte contemporanea mondiale. Dipinge soprattutto acrilici, trompe l'oil e murali perchè ama gli spazi grandi e i colori accesi e brillanti, ma non disdegna di impegnarsi anche con acquerelli e caricature. Sia che scriva che dipinga lo fa e ci tiene a dirlo, con la mano sinistra, poichè lei fa del mancinismo una sua bandiera. Il salto nel giornalismo a tempo pieno è datato 1992 quando insieme ad un noto giornalista fiorentino s'inventa dal niente il primo magazine mensile europeo che parla di turismo e cultura in tre lingue: italiano, inglese e tedesco. Nasce così "Toscana&Chianti News" uno strumento d'accoglienza turistica oggi molto affermato in Toscana e nel mondo di cui diviene capo redattore. Nel frattempo non assiste impassibile alla nascita di internet, ma anzi, viene attratta dalla nuova tecnologia al punto di divenire web editor di siti ufficiali di noti cantanti della musica italiana. C'è il suo zampino dietro la nascita dei siti di: Anna Oxa, Fausto Leali, Ivana Spagna, Fiordaliso, etc... Un'altra sua passione da sempre è il calcio e la squadra del cuore quella della sua città. Ecco cos'è che, oltre a contribuire in maniera decisiva alla rinascita sul web della storica testata calcistica fiorentina "Il Brivido Sportivo" si mette a scrivere, insieme al giornalista suo socio e alla psicografologa Mirka Cesari un libro storico-cultural-calcistico assolutamente nuovo nella sua formula."80 anni di storia Fiorentina" non è infatti il solito libro di calcio, ma è "l'incontro di una squadra e dei suoi atleti con una città". Si scopre la città con gli occhi dei campioni di oggi e di ieri, si rivivono emozioni personali e sportive. Lo svelare gli atleti dall'angolo umano, grazie alle interviste di Nadia e l'analisi delle loro firme di Mirka, hanno fatto sì che questo non sia il solito libro di calcio, ma un qualcosa di più. Nel frattempo il magazine "Toscana&Chianti News" grazie all'avvento del nuovo editore Web&Press è cresciuto divenendo uno strumento di prestigio e classe sia nell'aspetto che nei contenuti e si sta sempre più affermando, sotto la direzione di Nadia.

#### in breve

Dal 1992 al 2007 - E' capo redattore di "Toscana&Chianti News"

Dal 1997 al 2006 - Crea il sito internet e diviene web editor di Anna Oxa

1998 - Crea per la Mithos Agency i siti di Ivana Spagna, Fiordaliso, Fausto Leali ed Annalisa Minetti

Dal 2000 al 2002 - E' capo redattore di "Capri&Ischia News"

Dal 2002 al 2007 - Crea il sito internet e diviene web editor della testata "Il brivido Sportivo"

Dal 2002 - Crea il sito internet del cantante lirico Roberto Nencini

2006 - Esce con il libro "80 anni di storia Fiorentina" per Italtnews edizioni (nel 2007 seconda edizione)

Dal 2006 - E' web content del sito internet di Fabrizio Moro

Dal 2008 - Diviene direttore responsabile di "Toscana&Chianti News"

Dal 2008 - E' collaboratore di "Il Reporter" mensile fiorentino di cronaca.

Dal 2008 - Crea e conduce insieme alla sua redazione i seguenti blog d'informazione: [toscanaincartellone.blogspot.com](http://toscanaincartellone.blogspot.com) - [toscanacuriosa.blogspot.com](http://toscanacuriosa.blogspot.com) - [eccellenzeditoscana.blogspot.com](http://eccellenzeditoscana.blogspot.com) - [chiantidivino.blogspot.com](http://chiantidivino.blogspot.com)

2008 - Esce come coautrice del libro di Mirka Cesari "Chat line: dalla trasgressione alla solitudine" per Publiedi Edizioni

IL DIO MERCURIO PRESE A PALPARE IL VELLO DI UNA PECORA E NE TRASSE UN LUNGO FILO, CHE NON SI ROMPEVA. LA DEA MINERVA PRESE A TESSERE LA LANA, POI I FILAMENTI DI ALCUNE PIANTE E INFINE A INTRECCIARE E A TINTEGGIARE QUESTI FILI. ARACNE ERA UNA FANCIULLA DELLA TURCHIA ORIENTALE, DI POVERA FAMIGLIA, IL CUI PADRE FACEVA IL TINTORE DI STOFFE. ARACNE RAGGIUNSE UNA FAMA MEMORABILE CON L'ARTE DELLA TESSITURA, DEL DISEGNO E DELLA COLORAZIONE, TANTO CHE LE NINFE DI TIMOLI LASCIAVANO LE VIGNE E QUELLE DI PATTOLO LASCIAVANO LE ONDE DEI FIUMI PER AMMIRARE LA TESSITRICE, CHE RIFIUTAVA DI CONSIDERARSI UNA ALLIEVA DI MINERVA E DICEVA DI AVERE IMPARATO SOLO DA SUO PADRE. LA DEA IMPOSE ALLA RAGAZZA UNA SFIDA DI BRAVURA: LA CONTESSA AVVENNE E FU TERRIBILE. ENTRAMBE AVVOLSERO L'ORDITO AL SUBBIO, IL PETTINE TENNE DISTANTI I FILI, CON LE SPOLE AFFUSOLATE INSERIRONO LA TRAMA, CHE VENNE RIBATTUTA. LA FANCIULLA E LA DEA POSERO, FRA I FILI DI PORPORA E DI ALTRI COLORI DELL'ARCOBALENO, I FILAMENTI D'ORO. DISEGNARONO SUL TESSUTO ANTICHI MITI. LE VICENDE RACCONTATE DA MINERVA FURONO IN LODE DEI NUMI, QUELLE DI ARACNE FURONO DI BIASIMO. MOSTRÒ GIOVE, CHE SEMBRANDO UN TORO INGANNÒ EUROPA, RAFFIGURO LEDA CHE GIACE SUPINA SOTTO LE ALI DI UN CIGNO E DIPINSE ALTRE SOPRAFFAZIONI DELL'OLIMPO SUGLI UOMINI. ARACNE RACCONTO IL SUO TEMPO. MINERVA QUANDO VIDE LA BELLEZZA DELL'OPERA DELLA RIVALE, CON RABBIA LE SQUARCIO LA TELA E PERCOSSE LA FANCIULLA CON LA SPOLA. ED ESSA DISPERATA SI CINSE IL COLLO CON UN FILO E PROVÒ A IMPICCARSI. LA DEA DI ATENE LE IMPEDÌ PERSINO DI MORIRE, PERCHÉ LA TRASFORMÒ IN UN RAGNO DALLA PICCOLISSIMA TESTA, DALLE ZAMPE SOTTILI, DAL GRANDE VENTRE, DA CUI FAR USCIRE I FILAMENTI CON IL QUALI IL RAGNO SI AFFATICHERÀ PER SEMPRE A TESSERE LA RETE GRIGIA. MA ALTRE DONNE SFUGGIRONO ALLA INVIDIA DEGLI DEI E SEGUITARONO A LAVORARE AI TELAI, SECOLO DOPO SECOLO, NEL RICORDO DI ARACNE. FINCHÉ IL FILO TOCCA A ME, PER RACCONTARE I MITI DELLA MIA EPOCA, ATTRAVERSO IL DISEGNO E IL COLORE DEL TESSUTO. QUALE MITO? HO SCELTO QUELLO DELLA MADRE TERRA E HO VOLUTO RIDISEGNARE LA NATURA, RIORDINANDONE I PICCOLI FRAGMENTI.

Ornella Cammerinesi

# la tela della DEEA

**Ha studiato la tecnologia della colorazione disegnata dei tessuti pervenendo dalla stampa del tessile a rotativa alla stampa a getto d'inchiostro realizzabile con un computer e con un plotter. Ha deciso di lavorare con la tecnologia più avanzata. Quello che rende prezioso un tessuto è la sua "unicità": questo vale per la stoffa dipinta artisticamente a mano, che non si può produrre in grandi metraggi. L'esperienza le ha dimostrato che è possibile realizzare stoffe uniche non più grandi di uno scampolo, rinnovando sempre il colore e il disegno in una infinità di modi, cioè rendendoli unici ed esclusivi, anche non dipingendo a mano, ma a getto d'inchiostro.**

**Lei è in grado di realizzare piccoli metraggi di tessuto artistico, mettendoli in commercio come esclusivi ed unici, a prezzi convenienti?**

Ogni realizzazione, con il mio procedimento, può diventare esclusiva per un operatore di moda che voglia creare un solo abito o pochi capi, o fare foulard, cravatte o una decorazione in stoffa da parato, sia di una stanza, che di un mobile, che di un libro, utilizzando appunto la tecnologia del getto d'inchiostro unita all'inventiva creativa dell'artista. Considero questa possibilità una soluzione di qualità necessaria a fronte della quantità poco pregiata che ci invade dalla Cina e dall'India.

**Lei ama le sfide. Infatti nella prefazione al suo opuscolo "I tessuti di Cammerinesi" racconta la sfida fra la dea Minerva e una fanciulla della Lidia, che riteneva di essere superiore alla dea stessa, per l'invenzione della stoffa più bella del mondo. Questa fanciulla dipinse sulla stoffa i miti della sua epoca, che dimostravano il biasimo per la sopraffazione dell'Olimpo sugli uomini, mostrando, ad esempio, Giove che in forma di toro ingannò Europa. L'ira degli dei fu tale che la ragazza delle belle tele colorate fu trasformata in ragno che tesse una rete grigia.**

Sì! La mia è una protesta contro l'Olimpo della globalizzazione, però non mi difendo chiedendo di chiudere le frontiere, bensì utilizzando le tecnologie d'avanguardia che esaltano la qualità sulla quantità. La sfida è soprattutto culturale e, nel campo dell'abbigliamento, non può che vincere l'Europa, perché è l'unica civiltà che ha oltre tremila anni di storia della moda alle spalle. E per storia intendo la continua invenzione di modelli, quale si è verificata da noi negli ultimi seicento anni e non l'immobilità nel costume, come è nel continente asiatico, dove nessun paese possiede una vera storia della moda e quindi oggi, dovendo costoro modernizzarsi e andare avanti, sono costretti a copiare un'altra civiltà.

**Qual è la sua ambizione?**

Non voglio fare tanto per fare, allo stesso modo che rifiuto il sistema della copia della copia alla cinese. Mi ispiro, conducendo una ricerca sulla natura. Non utilizzo alcun colore che non provenga dal regno vegetale, nessun disegno che non sia un'analisi dettagliata di piante e di animali. Guardo la natura nella sua essenza e non nella sua apparenza. Per quanto riguarda lo stile, o il mio inserimento cosciente nella storia della moda, cerco il superamento delle "grottesche" ornamentali, in nuove simmetrie, rifrazioni e ritmi del disegno, che siano altrettanto ornamentali, ma meno appariscenti. Terrò in gran conto inoltre l'utilità del contatto con i creativi della moda, attraverso un colloquio con gli stilisti, che mi consenta di offrire loro metraggi contenuti di prodotti esclusivi e di alta qualità, per soddisfare la loro esigenza di abiti di classe.



I TESSUTI DI CAMMERINESI  
TERNI - ITALY

Ornella Cammerinesi  
business a femminile

# il diritto si tinge di **ROSA** eppure...il

**CONSIGLIO  
NAZIONALE FORENSE,  
VERTICE SUPREMO  
DELL'AVVOCATURA  
ITALIANA, NONCHÉ  
GUARDIANO E  
STRENUO DIFENSORE  
DELLA DEONTOLOGIA  
PROFESSIONALE DELLA  
CLASSE FORENSE  
ITALIANA, È L'UNICO  
ORGANO DI  
CATEGORIA EUROPEO  
A NON AVERE  
NEPPURE UNA DONNA  
TRA I SUOI  
RAPPRESENTANTI.**

La denuncia arriva dall'Anpa (l'associazione che raggruppa i praticanti e i giovani avvocati italiani), che ha messo in luce come in 32 Paesi europei, l'Italia è l'unico a non avere neppure una donna nel Consiglio forense, nonostante la media di donne iscritte agli albi (il 36 per cento) sia in linea con la media europea. "Persino la Turchia", sottolinea Gaetano Romano presidente di Anpa, "vanta una donna all'interno dell'Executive Board of The Turkish Bar Association". La media delle donne presenti nei Consigli nazionali europei presi in esame è del 20 per cento. La rappresentanza più alta del sesso femminile si trova nel consiglio forense tedesco che conta sette donne contro quattro uomini, mentre la Finlandia, più equa, ha un vertice paritario con una donna e un uomo. In Finlandia però la donna è pure il presidente del consiglio. Quote rose scarse si registrano in Latvia, Liechtenstein, Romania e in Slovacchia. In quei Paesi però almeno un rappresentante donna c'è, pure se è schiacciato da una maggioranza maschile.

**18** [www.donnaimpresa.com](http://www.donnaimpresa.com)



**Esercita la propria attività professionale sia come persona fisica che come socia di maggioranza dello Studio Legale Associato For Plus One&Partners di Milano, oltre ad essere specializzata nel diritto civile, penale ed amministrativo sia in ambito giudiziale che stragiudiziale. Anna ha mirato, sin dall'inizio, a creare uno staff composto da professionisti specializzati nelle varie materie del diritto al fine di soddisfare tutte le esigenze del cliente, non solo sul territorio nazionale ma anche in quello internazionale. Dal luglio 2007 lo Studio è entrato a far parte dell'associazione EuroJuris Italia con una propria sede in San Marino e in Svizzera nella città di Lugano.**

**Sono circa la metà dei 160.000 avvocati in esercizio in Italia, tra studi legali e aule di giustizia, ma contano, tra appena 5 anni, di superare i loro colleghi maschi. E, se prima "confinare per malintesa indole" ai diritti civili o ai diritti di famiglia, dagli anni '90 le donne avvocato hanno saputo farsi apprezzare anche sul duro terreno della giustizia penale. Ma se è vero che stanno diventando sempre più numerose negli Albi, è anche vero che il loro peso numerico non trova uguale incidenza nel volume d'affari. Se può dirsi acquisita una parità di accesso delle donne nella professione legale resta infatti lontana una reale parità di opportunità di scelte e di carriera. E le donne avvocato continuano a guadagnare la metà (o anche meno) dei colleghi. È così Anna?**

Questo dato non mi risulta. La diversità di guadagno tra avvocati donna e uomo può sicuramente essere dettata dalla diversità di materie che prediligono le une piuttosto che le altre. Molte donne avvocati si sentono portate verso il diritto di famiglia e minorile, mentre gli uomini verso il diritto societario e finanziario. Sono proprio le diversità di materie che fanno la differenza economica, in quanto le cause societarie e finanziarie essendo di valore elevato prevedono l'applicazione delle massime tariffe forensi.

**Da una indagine presso l'Ordine di Milano datata 2007, solo il 46% delle donne avvocato rispetto all'86% degli uomini è socia o titolare di uno studio legale. Quali, a parer suo, gli ostacoli che "fanno la differenza" ?**

Faccio per mia fortuna parte del 46% a cui si riferisce la tua domanda ma ti spiego brevemente quali sono i problemi di noi donne avvocato e che ho sicuramente riscontrato nella mia carriera. Sono madre di tre figlie e la gestione della casa, delle ragazze e del lavoro è davvero molto difficoltosa anche perché nella nostra professione il cliente spesso ti fagocita con i propri problemi e fino a quando non li hai risolti ti rende la vita impossibile.

**La consulenza dello Studio F.P.O & Partner opera in quali settori?**

Diritto societario, nazionale ed internazionale. Previdenza.

**Come giudica il diritto di famiglia italiano, rispetto a quello di altri Paesi Europei o Nord Americani: è in linea con i tempi, o ci sarebbe qualcosa da rivedere?**

Il Diritto di famiglia italiano non è assolutamente al pari con quello americano. Non è possibile che ancora oggi dopo che è intervenuta una separazione sia necessario aspettare tre anni per un divorzio e non sei mesi come avviene in America. I minori, inoltre nonostante la Legge Comunitaria Europea che ha dato reali linee guida per la loro tutela nell'ambito della separazione tra coniugi, linee adottate nel resto dell'Europa sono ancora le vittime del fallimento dell'unione dei genitori. Sono merce di scambio e di ricatto morale e materiale. Questo è inaudito! Anche i padri sono scarsamente tutelati rispetto alle madri perché ancora ritenuti i meno adatti ad allevare la prole. Sarebbe necessario, cosa che avviene di rado, che i Giudici facessero un reale sforzo per analizzare le vere situazioni che di volta in volta vengono prospettate e non seguano il solito luogo comune che sia la madre la persona più adatta e sensibile ad allevare i figli.

**Le cose sono cambiate ed in molte vicende i ruoli si sono invertiti. Sempre più imprese aprono nuovi stabilimenti all'estero, ma quale sistema Paese convince di più? Quale Anna, è più interessante e garantito dal punto di vista legislativo?**

L'apertura degli stabilimenti all'estero è sicuramente dettata dall'esigenza di corrispondere meno contributi possibili allo stato per il lavoratori. Si tende a spostare all'estero le aziende che si posano principalmente sulla manodopera. L'Italia ha tasse spropositate e gli imprenditori sono sempre più invogliati ad installare la propria base operativa in altri paesi.

**Nel suo bagaglio di ricordi, c'è un evento che sia stato significativo ai fini della sua affermazione professionale?**

Non particolarmente. Ciò che mi ha sempre interessato è far valere i diritti delle persone.

**Da bambina Anna sognava di fare l'avvocato?**

Si rimaneva incantata a vedere Parry Mason durante un'arringa in Tribunale.

**Mi permetto di scherzare un po' con lei perché so essere una donna dotata di grande senso dell'humour. Sa, oggi casualmente in internet ho letto una barzelletta che mi ha molto divertita, gliela recito..**

"Scusi, avvocato, a quanto ammonta la sua parcella per una consultazione?"

"50 dollari ogni tre domande"...

"Non le sembra una tariffa molto cara?"

"Sì. Ora mi faccia pure l'ultima domanda".

Un sorriso appena accennato è la risposta di Anna...

Valeriana Mariani



una donna  
a  
di

# CAPO de Sede

CON LA VENDITA MAGGIORITARIA ALLA SOCIETÀ DI PRIVATE EQUITY CAPVIS NEL NOVEMBRE 2007, L'AZIENDA SVIZZERA DE SEDE HA INTRAPRESO UN NUOVO PERCORSO. LA SOCIETÀ, LEADER NELLA PRODUZIONE DI MOBILI IMBOTTITI E SEDUTE DI ALTA GAMMA E CON UN KNOW-HOW D'ECCELLENZA NELLA LAVORAZIONE DELLA PELLE, ANNUNCIA ORA LA NOMINA DI ALICE STUEMCKE A DIRETTORE GENERALE A PARTIRE DAL 1° LUGLIO 2008. ALICE STUEMCKE SUCCEDE A HANS-PETER FAESSLER, DIRETTORE E PER QUASI VENT'ANNI PROPRIETARIO DI DE SEDE, CHE FARÀ PARTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE E MANTERRÀ UNA PARTECIPAZIONE AZIONARIA NELL'AZIENDA. CON QUESTO CAMBIAMENTO, DE SEDE MOSTRA DI ADOTTARE ANCORA LA SUA EFFICACE FILOSOFIA AZIENDALE: LA SCELTA DI UNA PERSONA CON UN SOLIDO BACKGROUND NEL MARKETING E NEL BUSINESS MANAGEMENT. ALICE STUEMCKE SI È OCCUPATA PER MOLTI ANNI DI BRAND MANAGEMENT, È STATA CONSULENTE INTERNAZIONALE DI BUSINESS, HA RICOPERTO IL RUOLO DI CHIEF EXECUTIVE OFFICER DI UN'AZIENDA SVIZZERA PRODUTTRICE DI BENI DI LARGO CONSUMO, HA FATTO PARTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI VARIE SOCIETÀ E ATTUALMENTE POSSIEDE ANCHE UNA PRESTIGIOSA AGENZIA PUBBLICITARIA CON SEDE A BASILEA. ALICE STUEMCKE AFFRONTA ORA, CON LA SUA NOMINA A DIRETTORE GENERALE DI DE SEDE, UNA SFIDA PROFESSIONALE MOLTO INTERESSANTE. NEL SUO SETTORE, DE SEDE È POSIZIONATA NEL SEGMENTO PREMIUM ED È INTENZIONATA A MANTENERE I SUOI STANDARD DI ECCELLENZA GRAZIE A COLLEZIONI CONTRADDISTINTE DA INDIVIDUALITÀ E INNOVAZIONE. I SUOI PRINCIPALI MERCATI SARANNO ULTERIORMENTE RAFFORZATI, NUOVI MERCATI E SEGMENTI SARANNO RAGGIUNTI E VALUTATI. L' OBIETTIVO È UNA CRESCITA PER L'INTERO GRUPPO, SU SCALA NAZIONALE E INTERNAZIONALE, UTILIZZANDO AL MEGLIO LE COMPETENZE COMPLEMENTARI, CAPITALIZZANDO ULTERIORMENTE IL POTENZIALE E LE ESPERIENZE E VALORIZZANDO LE OPPORTUNITÀ DI SINERGIA.

Sabine Schweigert



Alice Stuemcke  
manageral femminile

DE SEDE  
KLINGNAU - SVIZZERA

# FLOATING LIFE

## una scelta giovane

“La Floating Life è una società giovane, in fermento perché in espansione, flessibile e contraddistinta da grandi competenze che ci hanno permesso in brevissimo tempo di essere al pari, se non addirittura superiori, alle realtà storiche del settore dello yacht management e charter. Mi riferisco in particolare modo al servizio di gestione ma stiamo facendo molto bene anche nell'ambito delle nuove costruzioni e nel brokeraggio. Livello alto di manutenzione. Ogni yacht viene curato come se Floating Life fosse uno "Yacht Sitter"... confermato da ogni specialista del settore. Abbiamo appena terminato il salone myba 2008, fiera internazionale del megayacht charter. Ogni agente dice che le barche di Floating Life si riconoscono per la qualità e il mantenimento degli interni e per la preparazione di ogni equipaggio. Ogni yacht viene gestito secondo il medesimo stile di eleganza e sobrietà... secondo lo stile FL che per noi è un valore acquisito e fattore critico di successo. Ogni settimana il tecnico sale a bordo e ricontrolla che ogni apparato funzioni... questo in sunto è un esempio semplice del nostro lavoro”.

### Cosa significa essere una donna presidente nella nautica?

Anche se fino a poco tempo fa si trattava di un ruolo normalmente rivestito da uomini, negli ultimi anni le donne stanno prendendo piede in ogni settore e anche nella nautica. All'inizio può essere difficile l'approccio con un mondo tipicamente maschile ma quando le persone con le quali interagisci si rendono conto che hai le competenze, le professionalità in aggiunta alla sensibilità femminile negli affari, ti accettano senza problemi e ti rispettano. Quindi posso dire di non avere particolari problemi e di sentirmi bene in questo ruolo.

### Cosa significa gestire uno yacht?

La gestione di uno yacht è un'attività abbastanza complessa in quanto abbraccia numerosi aspetti che vanno dalla contabilità della barca alla logistica, dagli approvvigionamenti alle manutenzioni ordinarie e straordinarie, dalle certificazioni alle gestione dell'equipaggio.

Molto importante è anche la supervisione e gestione del lato tecnico dello yacht. Questo permettere di far "partire o ripartire" per la vacanza ogni armatore a tempo di record facendo in modo da dargli uno yacht sempre in condizioni tecniche perfette. Gestire uno yacht potremmo paragonarlo alla gestione di una piccola azienda.

### Cosa porta di nuovo la generazione di donne nella nautica italiana ed europea?

Non credo che il ruolo della donna nella nautica porti qualcosa di sconvolgente e non mi piace neppure pensare che noi donne dobbiamo essere viste come un qualcosa di assolutamente diverso rispetto agli uomini. Non ci manca nulla a livello di competenza e professionalità ma a volte può emergere quella maggior sensibilità o quel saper affrontare anche le situazioni più difficili con il sorriso che, uniti alla fermezza che ci vuole in ogni settore, ci aiutano ad arrivare al medesimo scopo degli uomini ma forse in tempi minori e lasciando maggior soddisfazione alle parti. A onor del vero va aggiunto che una donna in questo ambiente a volte risulta essere ancor più credibile di un uomo proprio perché la si ritiene ancora poco contaminata dagli schemi del gioco

esistenti da sempre nella nautica.

### Come vede il mercato tra 5 anni?

Il mercato è in espansione, soprattutto per le imbarcazioni superiori ai 40 metri. Armatori che militano da anni nel settore stanno richiedendo dimensioni maggiori mentre neofiti del mercato stanno affacciandosi al mercato della nautica con l'acquisto di imbarcazioni usate o compiendo i primi passi attraverso il charter. Vedo il settore in espansione e mi aspetto che anche le attività parallele alle costruzioni quali i servizi di gestione di yacht prendano ancor più piede nel mercato. La mia speranza è quella che ogni armatore comprenda sempre più che affidare lo yacht in gestione significa assicurare maggiori garanzie che crescono ancor più sia in caso di charter sia di futura vendita. Solo una società professionalmente preparata assicura una cura più dettagliata dello yacht... cosa che difficilmente un armatore... con la propria attività non potrebbe direttamente seguire ma solo. Consigliare l'armatore è l'arma in più non solo svolgere il lavoro.

### Che richieste sono state fatte dagli armatori più particolari?

Ad esempio la fornitura per ogni membro dell'equipaggio di uno yacht tutte le Polo di Loro Piana (si parla di migliaia e migliaia di euro di costo!!!) oppure allestimenti nei bagni dotati tutti di profumi ed essenze Chanel... per tutta la stagione!!!

Ogni richiesta dipende naturalmente dai gusti personalissimi di ogni armatore insieme al budget disponibile. Vorrei enfatizzare che noi ci distinguiamo non tanto per la capacità di soddisfare le più strane esigenze ma per come lo facciamo. La risposta veloce e sicura significa qualità' perciò una vacanza senza problemi.

### Quali sono i maggiori problemi a cui far fronte come presidente?

Non esistono veri e propri problemi... esiste la necessità di gestire la società a tutto tondo... non perdendo mai la direzione che io ed il mio socio Andrea Pezzini ci siamo dati ed abbiamo deciso di seguire. Ho la fortuna di avere un team talmente specializzato che anticipa i problemi ancora prima di avere guai... molto tendente al problem solving. I soci fanno crescere la società per cui rispettare i criteri della qualità a 360°, da sempre i principi di fondazione.

### Cosa significa per lei lavorare con il suo team e per il suo team?

Il team è tutto... quasi una famiglia... per 10 ore al giorno con cui si

condivide tutto. Comporta responsabilità totale sempre. Dedicarsi a loro ed alla società in quanto individuo esterno sempre.

### Cosa significa il noleggio di uno yacht?

Il noleggio va analizzato secondo due diversi punti di vista:

- 1) dal punto di vista dell'Armatore, significa noleggiare il proprio yacht a terzi, ricavandone uno specifico introito settimanale. Rappresenta anche un modo per promuovere il proprio yacht sul mercato nautico: lo yacht acquista notorietà e prestigio utili anche in caso di vendita futura. Nel frattempo l'Armatore ricava soldi che gli consentono di coprire i costi di manutenzione.
- 2) dal punto di vista del Cliente, significa prendere a noleggio uno yacht al fine di potersi trascorrere le proprie vacanze o eventi speciali. A bordo di uno yacht di lusso ci si sente coccolati e viziati come se si fosse in un hotel a cinque stelle posizionato direttamente sul mare.

Gianluca Poerio

**FLOATING LIFE INTERNATIONAL**  
VACALLO - SWITZERLAND  
COMO - ITALY  
SHANGHAI - CHINA

Barbora Tamborini  
pubblico & privato



# La Professional Women's Association.

## ha il **volto** di **Monica**

Dal 1992 è un'associazione no-profit, un forum di donne professioniste di varie nazionalità che lavorano allo sviluppo delle capacità professionali e personali, con iniziative di networking, attraverso l'organizzazione di meetings, workshops ed eventi. Il caso di successo presentato da PWA Milano è rappresentato dal Coaching Program, lanciato nel corso del 2008: una serie di workshop tematici a numero chiuso sul coaching che hanno visto la partecipazione fino ad oggi di 48 donne. PWA Milano organizza ogni anno per le proprie associate aperitivi, che costituiscono una interessante opportunità di network, speaker event con ospiti italiani ed internazionali di rilievo e workshop tematici per gruppi ristretti. Pubblica inoltre una newsletter mensile che raggiunge più di 1000 nominativi.

Quest'anno l'associazione ha avuto l'onore e il piacere di ospitare l'Annual General Meeting del EuropeanPWN due giorni dedicati alla discussione, all'analisi e alla condivisione di esperienze su ciò che siamo, quali obiettivi abbiamo raggiunto e quali sono le iniziative future sulle quali puntare. Il meeting si è tenuto presso la SDA Bocconi, la cui preziosa collaborazione si è concretizzata nella disponibilità ad offrire gli spazi per il meeting. L'incontro è stato particolarmente incentrato sull'analisi dei risultati dell'anno passato: l'evoluzione delle membership a livello europeo, il lancio di nuovi network, l'innovazione negli strumenti a disposizione dei members ed i risultati economici. Il lancio dei tre network tedeschi, Berlino, Francoforte e Dusseldorf, porta a 17 il numero complessivo di network a livello europeo e nuovi lanci sono previsti nel corso del 2008. Questo offre a tutte le members l'opportunità di entrare in contatto diretto con più paesi e quindi un maggior numero di professional, consentendoci di fare networking a livello europeo. L'incontro è stato l'occasione per confrontarsi sulle best practice e sulle principali difficoltà incontrare, consentendoci di verificare che, al di là delle differenze culturali derivanti dalla diversa localizzazione dei network, in realtà i punti di contatto sono di gran lunga superiori alle differenze: condividiamo le medesime sfide e ci poniamo gli stessi obiettivi. Dal porsi obiettivi di crescita del numero di associate, per poter offrire un network che sia realmente ampio e variegato alla necessità di incrementare il ruolo attivo delle associate, coinvolgendole maggiormente nelle attività, perché l'unico modo per far succedere le cose è agire.

Antonia Verna



PWA  
MILANO - ITALY

Monica Pesce  
pubblico&privato



# PROTAGONISTI della propria STORIA

## Le sue esperienze lavorative:

Dal 1986 al 1994 è stata Responsabile del Progetto Donna del Comune di Perugia, cura la stesura di progetti di formazione, aggiornamento ed educazione permanente per donne, e coordina, ai livelli locale ed europeo, i progetti: 1) "Terza età. Differenza di genere e solidarietà tra generazioni", triennale, e 2) "Sportello Donna", annuale, Iniziativa Comunitaria per l'Occupazione NOW. Nel 1996, per la durata di un anno, assume al ruolo di Formatrice nel progetto Donne Ragno (Spider Women), finanziato dal programma Comunitario Leonardo da Vinci e, nel 2000, diventa Consulente esterna del Comune di Lewisham, interland londinese, per il progetto "Partnership Efficaci per il Mainstreaming di Genere" (Effective Local Partnership for Gender Mainstreaming, ELP), finanziato dalla Commissione Europea, nell'ambito del quarto programma di azione per le pari opportunità tra donne e uomini. Coeditrice del libro "Donne in azione, esperienze di donne anziane e teatro in Europa ed altrove", edito nel 1997 e finanziato dalla Commissione Europea. Nel 1999 scrive il libro "La cultura femminile in Umbria", edizioni Thyrsus. Nello stesso anno diventa Responsabile nazionale e facilitatrice della comunicazione a livello internazionale nel progetto europeo Donne Adulte ed Esclusione Sociale, sempre finanziato dalla Commissione Europea come misura preparatoria per combattere l'esclusione sociale. Nei primi anni del 2000 esercita in qualità di Esperta nel comitato direttivo del progetto biennale europeo Essere uguali, Essere diversi, ("Be Equal, Be different"), Misure preparatorie ex art. 13 del Trattato di Amsterdam sull'antidiscriminazione. Produce un manuale, una mostra fotografica e una guida per corsi di formazione. Nello stesso periodo lavora come Formatrice e facilitatrice del gruppo di lavoro, nell'ambito del progetto Bambine e bambini a Scuola, promosso dal Comune di Perugia e diretto ad insegnanti di otto Circoli didattici del territorio perugino. Cura la pubblicazione finale del progetto, "La difficile scommessa". Dal 2003 al 2004 si occupa di ricerca, in qualità di responsabile nazionale, nel progetto europeo MERI (Mappatura della ricerca esistente, e identificazione delle lacune conoscitive sulla situazione delle donne adulte in Europa), a cui hanno partecipato 12 paesi europei. Negli stessi anni conduce l'analisi di comunità presso la V Circoscrizione del Comune di Perugia, e pubblica il libro che ne raccoglie i dati, Insieme verso il Futuro e diventa Coordinatrice del Comitato Tecnico del progetto Genere e Diritto di Cittadinanza a Scuola, dell'Assessorato Pari Opportunità della Provincia di Perugia, e formatrice delle insegnanti con il metodo della "scrittura di sé", mandato che la impegna fino al 2006. Dal 2004 è anche Formatrice in educazione degli adulti, in particolare rivolta a insegnanti, a operatori di assistenza e di cura, e ad adulti che si trovano ad affrontare momenti di cambiamento nella loro vita. Negli anni 2006/2008 lavora come Coordinatrice dei progetti Generazioni in Umbria (si) narrano e Generazioni nelle Marche (si) narrano, che hanno la finalità generale di sperimentare e diffondere il metodo della narrazione nella cura di sé e della comunità. Oggi Maria Teresa lavora come ideatrice e coordinatrice europea del progetto Passaggi, scrittura autobiografica e autonarrazione come strumento di empowerment per adulti che attraversano momenti di cambiamento nella propria vita. Programma europeo LLP su Educazione degli Adulti. Info su [www.autobiografia.jimdo.com](http://www.autobiografia.jimdo.com)



MARIA TERESA MARZIALI È LAUREATA IN PEDAGOGIA E SPECIALIZZATA IN PSICOLOGIA DI COMUNITÀ E METODOLOGIE AUTOBIOGRAFICHE. DAL 1980 SI È IMPEGNATA NELLA PROGETTAZIONE DI PROGRAMMI DI SVILUPPO COMUNITARIO, MOLTI DEI QUALI, A PARTIRE DAL 1992, SONO STATI INSERITI NEI PROGRAMMI EUROPEI DI INCLUSIONE SOCIALE E DI APPRENDIMENTO LUNGO IL CORSO DELLA VITA. VIVE TRA L' UMBRIA E LE MARCHE.

pubblico&privato  
Maria Teresa Marziali

PERUGIA - ITALY



in trecento alla  
**Festa** dello  
**IOM**  
a Portonovo  
al Fortino Napoleonico  
con **Lina**  
e i suoi amici

**A sorpresa arrivano anche Roberta Faccani e Cecila Gayle. La proposta: mettere il logo dell'Istituto oncologico marchigiano sulle maglie dell'Ancona.**

Grande successo per la serata di beneficenza a sostegno dell'Istituto Oncologico Marchigiano. Circa 300 le persone che si sono ritrovate sulla splendida terrazza panoramica a mare del Fortino Napoleonico, messo a disposizione da Aldo Amleto Roscioni, per la settima edizione di quello che ormai possiamo definire il "rituale" appuntamento estivo pensato da Lina Scarafaggi. Una serata magnifica vissuta sul filo della solidarietà e dello spettacolo, illuminata da una splendida luna. Tra la gente, molte le autorità, giunte in segno di amicizia con lo Iom e ed a condivisione dei suoi valori morali. Tra questi il Prefetto Giovanni D'Onofrio, il questore Giorgio Iacobone, il presidente della Provincia Patrizia Casagrande, Donatella Girombelli, Valeriana Mariani, Daniele Angelini, Eugenio Duca, Renato Galeazzi, Livia Cagnato, Alfonso Carneo, Alfredo Gattafoni, Bruno Baldassarri. Per lo Iom i vari presidenti che si sono succeduti nel corso dei venti anni di vita dell'associazione: da Vladimiro Muti a Gioacchino Papaleo, Giorgio Grati (l'attuale presidente che ha ringraziato tutti gli intervenuti), il direttore scientifico Maurizio Bonsignori ("Lo Iom è sempre giovane - ha detto - e pronto a mettere assieme i più bravi cervelli italiani"), il presidente degli Amici dello Iom di Ancona Vittorio Micucci. Spettacolare la rosa di artisti proposta dalla Format Comunication di Cristina Tilio. Un cast abilmente presentato da Francesco Malavenda, che ha saputo attirare l'interesse di tutti. Dal cantautore anconetano Gianmarco Fraska (con la sua inimitabile "Portonovo"), alla giovane pianista Annalisa Sorcinelli, al gruppo "Talk Radio", al cantante lirico Roberto Nencini (accompagnato da Paolo Biondi), ad Annarita Spinaci, al grande maestro Vince Tempera, alla grafologa Mirka Cesari (che ha presentato il suo ultimo libro sul mondo delle chat), all'impareggiabile artista blues Joe Galullo (con Antonio Del Sordo), al giovane jazzista Raphael Gualazzi, un talento unico nel panorama del jazz internazionale che si è esibito in una stupefacente performance musicale in cui si fondono la tecnica Rag-time di inizio Novecento con la liricità del blues, del soul e del jazz nella sua forma più tradizionale, ispirandosi alle sonorità tipiche del pre-jazz arcaico e dello stride-piano. E' uno stile personalissimo quello di Gualazzi, dove le radici tradizionali



*"Ancor più pirotecnica delle precedenti, la conduzione di Francesco Malavenda che con brio e spigliatezza uniche ha legato tra loro i vari momenti della serata. Veramente senza interruzione la partecipazione dei grandi artisti che si sono alternati sulla terrazza del Fortino grazie alla collaborazione dell'agenzia di comunicazione e organizzazione eventi FORMAT di Cristina Tilio. Anche in questo anno le massime autorità locali hanno rinnovato il loro contributo alla serata con la loro presenza istituzionale. Come al solito insuperabile la disponibilità della famiglia Roscioni e la professionalità dello staff del Fortino napoleonico. Un commosso ringraziamento agli sponsor, abituali e di nuova acquisizione che nonostante il momento poco entusiasmante della vita economica del nostro paese, si sono offerti ad aiutare concretamente la sottoscritta; tutti hanno risposto con entusiasmo, chi con attività chi con contributi che con prodotti alimentari, chi con servizi gratuiti per raggiungere insieme lo scopo benefico della serata: AIUTARE LO IOM. Un ringraziamento particolare e personale al Commendator Aldo Amleto Roscioni concretizzato dal nostro fidato Renato Arzeni, con la presentazione della richiesta unanime dei presenti, al Prefetto D'Onofrio, della promozione a Grand Ufficiale per grandi meriti nel settore turistico e alberghiero, senza dimenticare la sensibilità verso chi soffre o ha di meno".*

Lina Scarafaggi

dentro il non profit e per il non profit  
solidarietààalfemminile:

Lina Scarafaggi



**INSIEME**  
PER LO **IOM**

Lo IOM Nato nel 1986 come una organizzazione cooperativa senza fini di lucro, ha come finalità l'assistenza diretta alle persone con patologie oncologiche, la promozione dell'informazione sanitaria e il coinvolgimento dei marchigiani nella lotta contro il cancro e nella cura dei malati, integrando l'attività delle strutture pubbliche con azioni di volontariato.



si fondono con le tendenze musicali più innovative. Due le sorprese della serata: Roberta Faccani, anconetana autentica, voce dei Matia Bazar che ha conquistato la platea per bravura e sensualità in un live arrangiato lì per lì, e la regina internazionale della musica latino-americana, ovvero l'incantevole "venere nera" Cecilia Gayle, star dalla splendida voce e dal fisico e vitalità prorompenti che ha venduto milioni di dischi in tutto il mondo "Sono felice di essere ad Ancona - ci ha detto - adoro l'Italia...mi piacciono la sua storia, la cultura, gli uomini e, non ultima la gastronomia e sono orgogliosa di essere stata chiamata a contribuire a questa nobile causa". Tre, i momenti di colore di questa splendida serata: il professor Arzeni che svela le insospettite, quanto apprezzabili, qualità di fine declamatore quando recita una poesia in vernacolo della giovane Eleonora Tommassini; in secondo luogo la richiesta all'ingegner Muti di mettere il logo Iom sulle maglie dell'AC Ancona ed infine la proposta, accolta da un copioso applauso di tutti i presenti, fatta dallo stesso Renato Arzeni al prefetto D'Onofrio affinché Aldo Roscioni venga insignito dell'onorificenza di Grande Ufficiale della Repubblica. Era passata da qualche ora la mezzanotte quando la serata si è conclusa... negli occhi di tutti il compiacimento di avere contribuito ad una nobile causa mentre Lina, la padrona di casa, salutava gli ospiti con un sorriso ed un "arrivederci" al prossimo anno.

**Parco Verde di Serra de' Conti (Ancona), di scena "PATTINANDO SOTTO LE STELLE", spettacolo organizzato dalla locale società Monserra Pattinaggio per festeggiare il ventennale d'attività.**

La manifestazione assume una valenza particolare sia dal punto di vista della partecipazione, quanto per la presenza di ospiti di rilievo non legati al mondo del pattinaggio come i comici Gigi e Andrea, il cantautore Cristiano Malgioglio e la bravissima Cecilia Gayle. Tutto ciò grazie anche all'impegno diretto della presidente del sodalizio Nenella Impiglia, affermata imprenditrice nel campo della moda, che svolge il suo mandato con grande senso di responsabilità "i ragazzi - ci dice - devono essere accompagnati nel loro percorso di crescita affinché comprendano il reale valore delle cose ed imparino ad apprezzarle. In tal senso lo sport assume ad un ruolo importantissimo sia dal punto di vista relazionale ma anche, e soprattutto, da quello più espressamente legato alla promozione di uno stile di vita sano. Non potevamo non festeggiare i 20 anni di attività agonistica...non potevamo non condividere con i nostri ragazzi e con le loro famiglie una ricorrenza così significativa. A celebrare con noi la letizia dell'avvenimento, la società di pattinaggio iesina ed alcuni cari amici del mondo dello spettacolo che, come sempre, mi hanno sostenuta. A loro ed a quanti erano presenti, il mio più sentito grazie".



**solidarietà al femminile:** dentro il non profit e per il non profit



L'iniziativa è nata dall'idea dell'artista-conduttore Julian Borghesan (sopra a destra) e Piero Cruciani, presidente del Vic Formello Calcio, per raccogliere fondi a favore di chi è meno fortunato di noi. La prima edizione è stata dedicata al piccolo Daniele e alla forza di volontà di mamma Antonietta (nella foto). L'evento, ha visto la collaborazione dell'Anlaids Sezione Laziale (presidente Massimo Ghenzer) e di Radio Radio. In campo, per due tempi della durata di 35 minuti ciascuno, sono scesi la Nazionale Italiana Inviati per la Solidarietà e le All Stars. Tanti i nomi che si sono avvicendati sul terreno di gioco: Giancarlo Fisichella (autore di uno dei goal), Andrea Perrone, Primo Reggiani, Marco Garofalo, Ignazio Scardina, Andrea Agostinelli (in versione allenatore), Gabriele Marconi, Stefano Pantano, Jonis Bascir, Francesco Birbanti, Raffaello Balzo, Tony Malco, Gianluca Branco, Amedeo Gorla, Marcello Cirillo, il sosia di Ringhio Gattuso, Saverio Vallone, Robert Steiner, Matteo Materazzi e tanti altri. "Ancora una volta ringrazio tutti coloro che mi aiutano - conclude la mamma di Daniele - e mi supportano. Un grazie particolare a Piero Cruciani per questo splendido regalo che mi ha fatto e a Julian Borghesan che ha coordinato l'evento a bordo campo. Raccogliere fondi per trovare nuovi farmaci per combattere l'Hiv è importantissimo, così, infatti, si aiutano le persone affette dal virus a vivere più a lungo. Ricordiamo che il virus dell'HIV non distingue nessuno e purtroppo riguarda tutti noi".