



La comunicazione pensata

Valeriana Mariani, titolare di World Service La Comunicazione Pensata, editore di "DI magazine", Presidente di Aziende Associate e di Donne Impresa Uapi Confartigianato (ap/fm) www.donnaimpresa.com mariani@donnaimpresa.com

di AURORA FLORIO | Foto di SWCG STUDIO WORLD COMMUNICATION GROUP

Ci parli di Donna Impresa Magazine... quali, in sintesi, le caratteristiche? "La nostra rivista bimestrale, che si avvale della collaborazione di nomi di rilievo del panorama culturale e politico, indaga le dinamiche sociali contemporanee anche, e soprattutto, attraverso i suoi "attori/rici" nella storia di tutti i giorni: la vita pubblica e sociale, le scienze, le belle arti, la geografia ed i viaggi, i teatri, la musica, le mode.

Il nostro percorso attraverso la quotidianità è denso di tracce importanti, capaci di rivelare presenze e significative assenze, lasciate negli spazi della cultura, della società. "Di" si pone sulla scia dei giornali illustrati, nei quali l'attenzione alle parentesi fotografiche nulla toglie alla cura ed alla qualità dei contenuti; le due componenti, al contrario, si armonizzano e si fondono creando un connubio immagine-parola che giova al successo delle pubblicazioni. Fra le innumerevo-

curate e dirette da donne, ho ritenuto indispensabile ricercare, nell'interesse della valorizzazione della donna e delle sue capacità, una comunicazione alternativa capace di analizzare le dinamiche di genere attraverso una visione globale della società, che si sostanzia anche di interventi del maschile... perché la storia dell'identità di genere non è semplicemente storia delle donne, dell'emancipazionismo, del femminismo: è storia delle dinamiche di genere, che mira a ricostruire il naturale incontrarsi, scontrarsi, fondersi, confrontarsi del maschile e del femminile nella storia.

Preziose per noi sono poi le tracce materiali del "passaggio" delle donne nel tessuto economico locale, che sono raccolte in questo "speciale" all'interno del quale le raccontiamo e si raccontano. L'indagine avviene attraverso la testimonianza diretta e per mezzo di tutte quelle fonti che parlano di esse, rimandando ai lettori coevi ed a noi un ventaglio di immagini che rivelano, dal loro apparire ad oggi, la loro graduale conquista di spazi nel sociale. Guardare la società nella sua interezza significa parlare di economia in termini di ricerca di nuovi bisogni da soddisfare e vuol dire anche, dal punto di vista più specificatamente legato all'identità della donna, accoglierne un'immagine che metta in discussione un modello femminile superato. La rivista in sintesi crea, intenzionalmente, fonti cruciali nel fare luce sul soggetto nascosto che è il principale obiettivo della nostra ricerca: il femminile".

Profili e storie di donne. Narrazioni e spaccati di vite diverse, di personalità, caratteri e temperamenti anche agli antipodi... "Sì, ma comunque unite in un aspetto: quello di voler fare. Di avere scelto di lanciarsi nell'avventura del lavoro e di una professione. Diverse anche in questo: c'è chi ha respirato l'imprenditoria nell'ambiente di casa, chi ha ereditato fama e beni ma c'è anche chi ha costruito tutto da sola. Eppure nella dissomiglianza del metodo l'essenza resta in qualche modo la stessa: la determinazione di perseguire un obiettivo. La risolutezza e la pazienza di saper anche aspettare e soffrire senza mai cedere. Sono donne quelle che raccontiamo, ma soprattutto sono persone che in questa provincia ed in questa regione hanno segnato un tassello di realtà: l'hanno plasmata e firmata con il loro nome. Perché nelle imprese delle donne c'è tutta la vita e la personalità tipica delle donne che hanno coltivato quel progetto e l'hanno fatto germogliare. Sempre c'è la sofferenza, il tempo tolto alla quotidianità, alla vita privata, alla famiglia, alle passioni. Sempre il coraggio di rischiare: spesso anche contro tutti. Imprese al femminile per parlare di un universo che esiste, che si muove e soprattutto che è in continua evoluzione. Ad un team di donne il compito di raccontare altre donne. Incontri che ci hanno fatto fare un viaggio interessante tra imprese ed aziende, tra novità e certezze. Ma che soprattutto ci hanno fatto conoscere delle persone che nell'avventura di quell'impresa, di quel progetto, di quella scommessa hanno rivelato la loro storia senza lesinare gli eventi, anche quelli che potrebbero non essere raccontati per convenienza.

un momento del "Gran Gala marzo 2007"



Senza il timore di farci conoscere gli aspetti più intimi, le paure, le debolezze, i momenti difficili. Contatti che hanno aperto degli scenari nei quali in tante si possono ritrovare. E ritrovare anche le proprie paure, le proprie incertezze, le proprie difficoltà... Perché questi profili vogliono essere un percorso narrato ma soprattutto visivo, attraverso un gioco di specchi dove le immagini aiutano altre immagini a farsi più nitide e più definite, più autentiche. Volti, voci e parole che denotano mondi diversi eppure simili, nati da una simile voglia di provare e di provarci. E di vincere. Con il coraggio di essere donne a tutto tondo, con la consapevolezza e l'orgoglio di esserci riuscite. Tante le rubriche pensate al fine di indagare la donna nella sua quotidianità: quando lavora, quando è madre, quando è moglie, quando è amante ed anche quando si abbandona alle tentazioni del frivolo, perché anche questo è tipico delle donne. Di tutte".

Amministratore di World Service la Comunicazione Pensata, editore del magazine "DI", è anche presidente di "aziendeassociate.it" un istituto per alla promozione delle aziende sul web. Il suo slogan "Io, scommetto sulla rete" la vede testimonial di una campagna pubblicitaria volta ad investire sulle opportunità legate alla net economy...

"Sono convinta che la net economy rappresenti senza dubbio alcuno un fattore strategico di performance d'impresa, una sorta di condizione favorevole. L'importante è essere consapevoli che l'ingresso in Rete è solo in minima parte un problema tecnologico (che per altro è la parte più facilmente risolvibile), in quanto risulta prioritaria la necessità di creare una nuova cultura imprenditoriale, un nuovo modo di fare azienda che comporta significative e radicali ricadute su tutti i settori dell'organizzazione aziendale, dalla struttura all'operatività, al marketing, alla commercializzazione e, non ultimo, l'adeguamento dell'immagine aziendale al nuovo mezzo di informazione al fine di

Valeriana Mariani e Graziano Di Battista Presidente Euro Sportello
Provincia di Ascoli Piceno



“Il mondo e tutte le opportunità di business ad esso collegate, in pochi secondi, con un semplice click, davanti ai nostri occhi. La rete, ovvero l'intreccio delle occasioni attraverso milioni e milioni di utenti connessi: vale a dire un patrimonio ineguagliabile di risorse, un contenitore di opportunità attraverso il quale affermare le individuali peculiarità...a noi il compito di “piacere”.”

offrire rapidamente e facilmente notizie sulle proprie produzioni. Scommettere sul web significa mettere in campo qualità e strategie, perché se è vero che il prodotto di pregio (qualsiasi esso sia) ha già in sé le potenzialità di affermarsi, è pur vero che il passaparola è da non ritenersi più lo strumento idoneo alla promozione in un mercato che ha superato, e che vuole superare per necessità in quanto la concorrenza lo impone, i vincoli territoriali”.
Lei è anche presidente di Donne Impresa Uapi Confartigianato... Ci dica, in base alle sue esperienze, quale l'atteggiamento delle donne nei confronti delle nuove tecnologie?
“Le imprenditrici hanno colto il vantaggio di “arrivare” ovunque attraverso il canale informatico e tecnologico e stanno decisamente affinando la destrezza e la competenza per estendere collegamenti e rapporti fin dove la Rete lo consente. Indispensabile ora un'adeguata formazione che permetta di approcciarsi con maggior disinvoltura ed efficacia alle nuove tecnologie. Percorsi formativi da proporre compatibilmente al carico oneroso di lavoro proprio della stragrande maggioranza delle donne imprenditrici nel duplice ruolo di lavoratrice e di madre. Anche qui esistono problemi organizzativi e logistici non trascurabili se si torna a far riferimento al fatto che moltissime imprese sono condotte dalla sola titolare o poco più. Occorre quindi che questi percorsi formativi vengano allestiti e proposti a condizioni di luogo, tempo e durata tali da non obbligare l'artigiana ad interrompere bruscamente la sua attività (con tutte le conseguenze che ne derivano) per seguire corsi di preparazione o aggiornamento e rafforzarsi sul mercato, affiancando la propria perizia di maestra artigiana alle esigenze di valorizzarla al meglio”.
Aprirsi verso “territori di mercato” più ampi, sia a livello nazionale che internazionale... Una scelta non facile, soprattutto in riferimento al prodotto artigianale che, come sappiamo nella stragrande maggioranza dei casi, deve essere toccato con mano o visto in diretta per goderne la peculiarità.
“Tale scelta implica necessariamente un adeguamento dell'immagine aziendale al nuovo mezzo di informazione al fine di offrire rapidamente e facilmente notizie sulle proprie produzioni. È vero, anche il prodotto artigiano è frutto di processi lavorativi complessi in cui si manifestano i connubi tra creatività, abilità e qualità. È un prodotto che, nella stragrande maggioranza dei casi, deve essere toccato con mano o visto in diretta per goderne la peculiarità di pezzo unico, senza contare che spesso è fatto su richiesta o addirittura su misura. Questo però non deve, e non può, essere considerato un limite... Tutt'altro. In tal caso, è necessario configurare attraverso una presentazione rapida, moderna ed esaustiva dell'attività dell'azienda, affinché si ponga l'accento sulla gamma dei prodotti, sui loro collegamenti con la storia e la tradizione, sulle loro caratteristiche anche dettagliate e su un'ampia gamma di possibilità offerte al cliente (reale o potenziale) per entrare in contatto, seguire o visitare l'azienda”.
Il bimestrale “Di” è pubblicato sul web, a quale indirizzo nello specifico?
“Su www.donnaimpresa.com, sito attraverso il quale è possibile visualizzare e scaricare gratuitamente tutti i numeri in formato pdf oltre che conoscere le date delle serate di gala che siamo soliti riproporre ad ogni singola uscita bimestrale in un percorso che, unitamente alla promozione della rivista, valorizzi la cultura in tutte le sue espressioni e l'enogastronomia sia in ambito regionale che nazionale”



sullo sfondo un pezzo della collezione dell'artista Paolo Sistilli "alfabeto immaginario" www.paolosistilli.com

Valeriana Mariani
Presidente Nazionale **Di.Donna**
Editore Donna Impresa Magazine

“Io scommetto sulla rete”