

Marilena Ferrari

PD 2001

Dopo una lunga e varia "gavetta" che l'ha vista impegnata su vari fronti, oggi Marilena Ferrari (Profilo Donna 2001) è una delle quaranta donne manager più importanti al mondo...

Dopo aver conseguito la maturità classica, nel 1972 si trasferisce a Bologna per seguire gli studi alla Facoltà di Medicina. Dopo poco tempo inizia a lavorare per la *Rank Xerox*, dove cura i rapporti esterni con la clientela. Gli anni successivi la vedono impegnata nell'attività commerciale con la *Gemeaz*, società di distribuzione di pasti aziendali, per la quale in breve tempo, diventa agente delle Marche. Nel 1975 apre a Lido Adriano, in provincia di Ravenna, un'agenzia immobiliare. Erano gli anni del boom dell'edilizia nei lidi ravennati e ferraresi, e comincia così la sua prima e vera esperienza imprenditoriale e anche economica. Nel 1985, passata all'Istituto Treccani, diventa capo vendite area Emilia Romagna e Marche. In breve tempo matura una notevole esperienza nella gestione commerciale di prodotti culturali e sviluppa una speciale sensibilità verso le problematiche legate ai processi d'acquisto di beni d'arte e cultura. Grazie a questa sua crescita professionale, Marilena Ferrari diventa Agente Generale per l'Emilia Romagna e Marche e insieme ai due soci e colleghi Fabio Lazzari e Davide Bolognesi, mette a frutto quelle solide esperienze imprenditoriali che le hanno permesso di dar vita, nel 1992, ad *Art'è*. Da allora costruisce un successo che le consente di far conseguire alla Società per tre anni consecutivi il premio Europe '500 quindi, dal maggio 2000, a quotarsi sul Nuovo Mercato della Borsa Italiana.

In soli dieci anni *Art'è Spa* conosciuta in tutto il mondo e in continuo e costante trend di crescita e fatturato, ha alle sue dipendenze 283 persone tra collaboratori, dipendenti e art-promoter. Grande energia personale, ottimismo e innato senso della leadership contraddistinguono la sua personalità. Sa guidare i team di lavoro con passione e ha creato un gruppo di collaboratori ampio e motivato. I suoi hobbies sono il cinema e la lettura, la sua grande passione gli animali. Numerose le sue iniziative mirate a sovvenzionare i ricoveri per cani abbandonati.

Marilena Ferrari, con Art'è ha avuto una grande intuizione vincente...

«È stata la fusione e la compensazione di una grande esperienza di marketing e comunicazione, che ho maturato negli anni precedenti, e la passione per l'arte. Tenga presente che poi, come spesso accade, per tutte le cose belle, *Art'è* è nata da un momento particolare della mia vita... io dovevo arredare il mio ufficio quindi scegliere i quadri. In quel preciso istante mi sono resa conto che da una parte ci poteva essere un pubblico come ero io in quel momento, interessata all'acquisto di un'opera d'arte e dall'altra parte c'erano i canali di distribuzione dell'arte che non venivano incontro alle persone "normali" sotto il discorso artistico e che quindi non avevano una particolare competenza. L'arte è sempre stato considerato un acquisto d'élite e destinato quindi a pochi intenditori; invece come dice anche Kandinsky, è come il pane quotidiano e deve vivere nella nostra quotidianità...È nata da lì, quindi, l'intuizione di riavvicinare il pubblico che ha voglia d'arte con il mondo dell'arte...».

Cerchiamo di spiegare bene che cos'è Art'è, questo grande progetto culturale a livello mondiale promosso da una società privata...

«S', perché parlare d'Arte è parlare di cultura, dunque è parlare di *Art'è*. E gestire una società di arte e cultura significa avere un progetto perché riteniamo che il prodotto non esista se non fa parte del progetto culturale. *Art'è* è fondamentalmente business, produzione e intermediazione di opere d'arte. Abbiamo opere a tiratura limitata, prezzi unici, sculture, libri d'arte, gioielli insomma tutto quello che rappresenta il mondo dell'arte. Distribuiamo tutto ciò attraverso una rete di vendita di art-promoter che si rivolge al privato consumatore. Noi ci occupiamo in prima persona di didattica dell'arte, da anni gestiamo la Galleria d'Arte Moderna e il laboratorio didattico di Bologna, abbiamo dato vita per tre anni consecutivi all'iniziativa "Bambini al museo" e "Le domeniche dell'arte". I bambini a cui noi ci rivolgiamo delle scuole elementari, un domani mi auguro che possano essere anche clienti di *Art'è*, però io a quell'epoca, spero, di aver altro da fare... saranno passati trent'anni...».

Tutte le vostre iniziative sono visibili nel sito di Art'è, dove ho notato che sono moltissimi anche gli artisti che collaborano con Voi...

«Certo, adesso noi lavoriamo con ben quaranta artisti: tra cui emergenti, affermati e, ultimamente, il catalogo si è allargato ad artisti francesi e spagnoli. Quindi sempre più sta diventando un catalogo internazionale. Soprattutto nel nostro futuro con il progetto del lancio delle Gallerie, *Art'è* farà una puntata in particolare sui giovani emergenti. Io penso che in Italia ci siano molti artisti capaci che meritano di trovare spazio non solo come conoscenza ma anche come mercato».

Questo business internazionale in quali paesi ha più attecchito?

«In questo momento il paese in cui lavoriamo di più è la Spagna, perché è un paese bellissimo, molto vicino all'Italia come sensibilità. Ricordiamo, comunque, che la situazione di *Art'è* in Italia è una situazione europea, nel senso che comunque questa nuova conoscenza dell'arte come bene comune è una innovazione di *Art'è* ma fondamentalmente si inserisce in un nuovo momento storico in cui le persone sono nella situazione di volere e di potere cominciare a permettersi l'opera d'arte. *Art'è* è stata una innovazione in Italia, ma lo è stato anche nel panorama europeo».

Una professione sempre in continua e costante evoluzione che oggi, dal maggio 2000, l'ha portata anche a confrontarsi in modo diretto con il mondo della finanza. Mi risulta che lei sia la prima donna in Italia a capo di una società quotata in Borsa...

«Se parliamo di capitano d'azienda che interpreta e lavora sul campo... io decisamente sono la prima...».

Come ci si trova?

«Le devo dire l'assoluta verità, mi sono trovata molto bene nel senso che io non sono mai stata una "femminista" sfegatata... Sono stati tutti molto gentili con me e ho ricevuto anche un baciamento. Però, in linea di massima, noi donne dobbiamo sempre dimostrare il doppio... A tal proposito mi viene sempre in mente la frase di Simone Weil che dice: "Quando avremo donne stupide che ricoprono cariche importanti... allora, potremo dire di aver raggiunto la parità"».

Di strada ce n'è ancora tanta da fare, ma possiamo dire che questa è una apertura importante per l'emancipazione della donna e quindi ci auguriamo sempre più che, anche nel settore finanziario, possano esserci sempre più presenze femminili di donne importanti come lei. Tra l'altro so che proprio l'anno scorso oltre al Premio Profilo Donna, lei è stata premiata anche a Madrid come una delle quaranta imprenditrici più famose del mondo...

«Sono contenta di tutti questi riconoscimenti... Diciamo la verità, i riconoscimenti fanno sempre piacere... nel mio caso mi gratificano sia che siano diretti a me come persona che all'Azienda che rappresento. I riconoscimenti arrivano perché penso di essere stata un'apripista in tutti i sensi: da una parte come donna, dall'altra parte come imprenditrice culturale che vuole dimostrare che non è vero ce arte, cultura e business non si sposano tra di loro. Anzi, sono fermamente convinta che il business della cultura faccia bene alla cultura. Se non ci sono i mezzi per muovere tutta la parte culturale, la ricerca e l'approfondimento l'arte non cresce né si sviluppa adeguatamente».

Quali sono i suoi progetti per il futuro, in particolare il suo prossimo obiettivo?

«Il mio prossimo obiettivo è questo lancio di rete di gallerie sul territorio. Più che gallerie nel senso classico della parola, saranno dei centri dove verranno svolte attività, tra cui anche la vendita di opere d'arte, poi anche formazione, didattica per bambini, curiosità sull'arte quindi vari momenti di vita nell'arte. Saranno quindici in Italia, ma il progetto ha già le basi per diventare a breve un progetto europeo: sarà una specie di catena di negozi al cui interno si viva e si venda l'arte visto che noi fondamentalmente siamo un'Azienda. Poi ci sarà una bellissima puntata sul gioiello d'arte che è stata un'esperienza che ho fatto già da un po' di tempo e che ha dato notevoli risultati, quindi vorrei approfondire questo argomento: l'arte orafa italiana e portarla all'estero. Infine ci sarà una grande promozione attraverso l'arte di rieducazione sentimentale: vorrei farmi portatrice di una grande corrente di pensiero per uscire da questo eccesso di razionalismo e ritornare nel mondo dei sentimenti, alle nostre emozioni, al nostro essere uomini... per me questa oggi è una delle cose più importanti».

Quest'anno celebra il decennale della società trasformando *Art'è Club* in *Art'è Friends*.

«Vorrei sottolineare la concomitanza di questo momento celebrativo con la nostra nuova iniziativa dedicata a tutti i collezionisti *Art'è* e non solo. *Art'è Friends* è un modo nuovo di avvicinarsi all'arte, attraverso il coinvolgimento di iniziative sempre più interessanti: dalle convenzioni con i Musei, agli incontri con gli artisti, dalle visite a porte chiuse sempre più richieste dai collezionisti, ai servizi di supporto che la nostra Società può offrire».