

il Giornale

pdf premium



- versione scaricabile in PDF con zoom infinito
- ottimizzato per **smartphone e tablet** iPad e Android
- solo **42 cent** al giorno per l'abbonamento annuale
- leggi il Giornale sul tablet **dalle 2 del mattino**

Offerte di abbonamento:

settimanale	5 €
mensile	20 €
trimestrale	50 €
semestrale	100 €
annuale	160 €

Pagamento:

Carte di credito e bitcoin:



 **bitcoin**

**Il Giornale prosegue
alla prossima pagina**



GIOVANNA FURLANETTO

di Piera Anna Franini

Giovanna Furlanetto, bolognese, dal 1989 è presidente di Furla, l'azienda di pelletteria fondata nel 1927 dal padre Aldo. Il marchio è sinonimo di lusso accessibile, un binomio risultato vincente. Lo confermano i numeri dell'azienda: 262 milioni di euro di fatturato, con un aumento del 15% rispetto al 2013. Presenza in 100 Paesi con 398 negozi monomarca, 1200 i dipendenti. C'è una cosa, però, che più di tutte rende fiera la signora Furlanetto: la Fondazione. L'ha voluta lei, ed è stata pensata per creare un legame fra azienda e arte contemporanea, offre trampolini di lancio, visibilità e sostegno ai talenti d'ultima generazione: per esempio, i lavori di Iorio e Cuomo, i vincitori dell'ultima edizione del Premio Furla, erano a Venezia in concomitanza con la Biennale.

L'Italia è il Paese dell'arte. Ma cosa fa per gli artisti del presente?

«Purtroppo nel nostro Paese mancano le iniziative capaci di offrire visibilità ai nostri talenti, invece dovremmo sforzarci per lanciarli anche sui mercati esteri. Quest'anno festeggiamo i 15 anni del Premio Furla. Per l'occasione, abbiamo fatto una mappatura degli artisti che nel frattempo sono emersi, e sono ben 50. Tanti di loro sono passati dalla Biennale che è un osservatorio molto importante, uno dei momenti in cui si accende l'attenzione mondiale sul contemporaneo. Dovremmo orientarci in questa direzione abbandonando i provincialismi».

Industria e cultura: che benefici porta questa sinergia? Cosa consiglia ai colleghi imprenditori?

«È dal 2000 che facciamo dialogare l'industria con la cultura. Furla ha fatto da apripista. Ora sempre più case di moda vanno in questa direzione, pur con modalità diverse. La cultura nutre l'anima, il pensiero e la creatività. E il mondo della moda è così assetato di ricerca e innovazione che non può che trovare giovamento dal contatto con gli artisti: forza trainante verso il futuro. Mio padre ha sempre sostenuto che dobbiamo nutrirci di cultura e conoscenza, sono investimenti che poi ritornano in ogni cosa che facciamo».

In che senso arte e industria possono migliorarsi vicendevolmente?

«L'industria offre un sostegno economico, un po' come è accaduto con il mecenatismo. L'arte offre risposte, dirette e indirette, a tante domande del mondo imprenditoriale».

Che tipo di forma artistica sostiene con più convinzione?

«Grazie al Premio Furla, mi sono avvicinata a diverse espressioni artistiche, ultimamente alle forme plurisensoriali: una vera scoperta. Ecco perché mi piace seguire il lavoro di questi giovani. A ogni edizione del Premio, i confini si spingono oltre, è un rompere continuo con gli schemi classici. L'arte ci pone di fronte a un qualcosa di inaspettato e così ci costringe a fare una brusca frenata».

E il pensiero si ferma...

«Uno dei problemi dell'oggi è proprio questo: un pensiero che va troppo in fretta e, dunque, non riesce a vedere nulla. L'artista ti costringe a guardarti dentro».

Per lei la fretta è questione di personalità, di tempi o è l'inevitabilità di chi conduce un'azienda di queste dimensioni?

«Fa parte del mio temperamento. Sono un po' irrequieta, curiosissima, mi muovo rapidamente da una cosa all'altra e capita che non abbia il tempo per soffermarmi e capire fino



chi è

● Giovanna Furlanetto comincia la sua carriera nel 1963, affiancando il padre e occupandosi di ricerca e sviluppo del prodotto. In Furla assume diversi incarichi di responsabilità fino a diventare, nel 1989, presidente. Nel 1999 ha istituito il «Premio Furla per l'arte» dedicato ai giovani artisti contemporanei. Nel 2008 nasce la «Fondazione Furla». È ambasciatrice dell'economia italiana nel mondo

«L'arte risolve i rebus dell'impresa e della moda»

La presidente di Furla non pensa solo alle borse: «Con la cultura si nutre la creatività e lo stile di questo ha bisogno. Da noi non mancano le idee imprenditoriali ma gli investitori»



LA FONDAZIONE

Aiutiamo i giovani artisti, loro insegnano come rompere gli schemi classici

L'ITALIA

È acciaccata e affaticata ma tenta di riprendersi il ruolo che il mondo le ha attribuito

IL PARADOSSO

Per noi lavorano quasi tutte donne, ora vogliamo incrementare le quote azzurre



in fondo. I ritmi di oggi sono comunque frenetici: lavoro, famiglia, mille cose che impegnano le giornate. Prendersi delle soste per pensare è sempre più difficile. Ma l'arte ti obbliga. Quando ti imbatti in un'opera d'arte e non la capisci, allora ti interroghi sul pensiero che l'ha originata. In questi 15 anni di Premio, siamo passati dalla pittura, alla fotografia, video, performance, installazioni fino alla plurisensorialità. È un percorso evolutivo continuo e spiazzante, impossibile non fermarsi a riflettere».

Come sono scanditi i tempi quotidiani di un'imprenditrice?

«Mi alzo fra le 6.30 e le 7, cammino una mezz'ora nel parco vicino a casa, possibilmente con qualcuno: un po' di sport dà il ritmo giusto alla giornata. Arrivo in azienda fra le 9 e le 10 e vi resto fino alle 5 del pomeriggio. Cerco di ricavare le due ore prima della cena alla lettura e ai film. Salto il pranzo pur di ritagliarmi questo spazio tutto mio».

Anche la passione per il cinema...

«In particolare del cinema orientato: cinese, coreano e anche irania-

no». **Sempre a proposito di giovani. Marco Palladino, 26 anni, nella Silicon Valley ha creato un'azienda da 100 milioni di dollari. Sostiene che in Italia non mancano le idee imprenditoriali, mancano gli investitori. Cosa sente di dire a tal proposito?**

«Purtroppo questa è una realtà. Però si stanno facendo largo iniziative per far incrociare imprenditori illuminati e idee intriganti. So che l'università di Bologna si sta muovendo in tal senso. Certo, siamo solo all'inizio».

Come vede l'Italia?

«Acciaccata, affaticata, tenta di riprendersi il ruolo importantissimo che in tutto il mondo le è stato attribuito. All'estero mi accolgono con ammirazione e stupore come se venissi da un Paese eletto, e di fatto lo è se consideriamo i nostri beni culturali, il paesaggio, la cucina... Speriamo che Expo faccia la sua parte. A partire dal flusso turistico che sta richiamando. Certo. L'Italia deve accogliere con stile, qualità e onestà. Siva dal rafforzamento del tassista al conto del risto-

rante che non devono cambiare solo perché il cliente è straniero. Talvolta sento racconti inquietanti».

Tra l'altro, per Furla l'export è una vera boccata d'ossigeno...

«L'80% del nostro fatturato viene dai mercati esteri. Mercati in continua fluttuazione, prima il 45% dei nostri clienti erano russi, poi questo mercato è crollato, ma lo sta compensando l'ascesa di quello cinese».

È vero che il 78% di chi lavora in Furla è donna?

«Anche di più. Nei negozi, per esempio, il contesto è esclusivamente femminile. Per la verità, ora vorremmo incrementare le quote azzurre».

La manifattura continua ad essere made in Italy?

«Non abbiamo mai abbandonato le strutture produttive italiane. Anzi, ce le teniamo ben strette. Tra l'altro, i pellami, che sono assolutamente italiani, se li trasportiamo all'estero si stresserebbero. Sembra incredibile, ma questi traslochi nuociono alle pelli».

Comesiete riusciti a far fronte alla crisi che ha messo in ginocchio molte aziende?

«Anzitutto le radici del marchio, la solidità finanziaria, l'atteggiamento del buon padre di famiglia e la spinta alla grande espansione internazionale. Ultimamente abbiamo aggiunto presenze nelle vie che contano di Shanghai, Pechino, Madride a breve New York. Questi sono grandi investimenti perché i canoni d'affitto nelle vie della moda sono stellari. Entro settembre sarà completata la sede di Milano, occuperemo cinque piani di Palazzo Ricordi».

Lasciate la storica sede di Bologna per Milano?

«Le manteniamo entrambe. Bologna avrà funzioni di *back office*, lì continueremo a mettere a punto strategie. Ma per la clientela internazionale avevamo proprio bisogno di stare a Milano».

Furla è sinonimo di lusso accessibile. Continuerete con questa filosofia o pensate anche ad altre gamme?

«Continueremo a posizionarci sotto i brand del lusso puro, a 5 stelle, ma sopra le marche. L'idea è quella di perseguire con grande determinazione la crescita qualitativa dei prodotti, di salvaguardare la qualità dei pellami, puntando su creatività, stile e ricerca. Una conferma sono le nostre *candy* borse. Non bisogna fermarsi mai, la scalata verso l'eccellenza non ha mai fine. La nostra vera forza sono i clienti che vedono un'azienda dinamica, impegnata a rinnovarsi alla ricerca dello stupore. Così, ci premiano».

Cos'è di poi, quale fu la grande intuizione di Aldo Furlanetto, suo padre?

«Aprire un negozio nel cuore di Bologna, in via Ugo Bassi, e concentrarsi su articoli di pelletteria. Inizialmente commercializzava prodotti e accessori di moda. Era un uomo illuminato, molto umano, etico, il tipo di generazione di Olivetti. È sempre stato molto sensibile ai problemi sociali e si è sforzato di instillare in noi buoni principi. Credeva molto nella forza della famiglia, e di fatto Furla rimane un'azienda che punta tanto sulle risorse della famiglia».

Lei è presidente di questa azienda e ha quote maggioritarie. Quali aspetti hanno contribuito a farle ottenere simili risultati?

«L'impegno, la passione, la costanza. E poi la ricerca ininterrotta della bellezza. E la Fondazione Furla è un po' il coronamento di tutto ciò».