



MARCO MELETTI

Direttore Comunicazione

FMR e ART'E

OPINION LEADER



AREA: ARTE E CULTURA



Tra i temi su cui la comunicazione è stata impegnata nel corso di questo 2005 appena terminato, un posto di rilievo lo ha sicuramente occupato quello relativo all'esplosione del fenomeno cinese.

Una realtà che ha costretto ogni Azienda, a prescindere dalle proprie caratteristiche o dal proprio mercato di riferimento, ad impostare la propria attività, tenendo conto di essere inserita in uno scenario completamente nuovo. Ormai conclamata l'inutilità nel perseguire solo atteggiamenti di tipo protezionistico verso questo protagonista del mercato globale, l'occidente e le sue aziende stanno cercando di trasformare il problema in un'opportunità, con la presa di coscienza che solo recuperando pienamente la qualità sia possibile ricondurre il fenomeno entro i confini di quella che si

può definire una concorrenza meramente quantitativa.

Il nostro Paese è tra quelli che potenzialmente possono elevare l'elemento della qualità come indicatore della strada per uscire da questa situazione. Da sempre il made in Italy è stato proprio sinonimo di qualità, ma anche di bellezza, stile eleganza e artigianalità. Negli ultimi anni abbiamo perduto un po' di questo smalto a livello internazionale, probabilmente a causa di quanti hanno proposto all'estero un made in Italy solo di facciata, screditando, alla prova dei fatti il nostro prodotto.

FMR-ART'E che sin dalla sua nascita si occupa di promuovere e diffondere arte ed editoria di pregio e che nella bellezza ha uno dei propri elementi imprescindibili e fondanti, grazie ad una asso-

luta coerenza con la propria mission originaria ha sempre saputo mantenersi su livelli di assoluta eccellenza in tutto il mondo.

Esaltando la sapiente manualità dei propri artigiani, garantendo in ogni suo prodotto la qualità tipica della tradizione italiana, non ha mai risentito di fenomeni legati alla globalizzazione, ma anzi, in piena controtendenza, ha visto incrementare la propria presenza in molti paesi europei ed extraeuropei, vedendosi sempre riconosciuta la caratteristica di società in grado di produrre cultura attraverso i propri volumi e le opere realizzate da artisti italiani ed internazionali.

Il 2006 sarà un anno in cui questa esportabilità del made in Italy targato FMR-ART'E sarà ulteriormente incrementata, grazie ad una serie di nuovi impulsi com-

merciali e ad uno sforzo legato ad una più capillare diffusione della rivista FMR che pubblicata in quattro lingue (italiano, inglese, francese e spagnolo) è in grado di coinvolgere gli appassionati del bello, dell'esclusivo e dell'inedito presenti in tutto il mondo.

E' ormai ampiamente dimostrato come la cultura attraverso ogni sua espressione, rappresenti una delle più efficaci risposte alla forte richiesta di pace che sale prepotente da molti angoli del pianeta.

Dove c'è cultura c'è dialogo, c'è confronto e difficilmente in un ambiente caratterizzato da questi elementi potrà attecchire o trovare terreno fertile il seme della violenza. E' una nostra forte consapevolezza che è anche un augurio per il nuovo anno che sta arrivando.