



40^E PIÙ DONNE PER MILANO



Provincia
di Milano

Federico Motta Editore



ANNAMARIA TESTA

È stata definita “uno dei più brillanti talenti creativi italiani”. Chi non ricorda infatti lo slogan “Morbido, nuovo? No, lavato con Perlana”? Eppure nel mondo della pubblicità Annamaria Testa – nessuna parentela con il famoso Armando – ci è entrata per caso. “Dopo il liceo classico Carducci, mi sono iscritta alla facoltà di Lettere e Filosofia dell’Università Statale e mi stavo per laureare in Geografia umana. – racconta – Per mantenermi mi ero messa a lavorare in una piccola agenzia di pubblicità, dove ho scoperto il mestiere del copywriter. È finita che ho vinto una borsa di studio per un corso di pubblicità e marketing alla SDA, la scuola di specializzazione della Bocconi, e non mi sono più laureata. La mia carriera è cominciata alla Agenzia Italia, dove mi sono resa conto che si può fare questo lavoro in modo civile, corretto e intelligente. E che le donne e i giovani, come ero io allora, in questo ambiente non erano affatto penalizzati”.

Oggi Annamaria Testa è consulente per la comunicazione di alcune grosse imprese italiane, scrive libri e insegna all’università.

Un successo, per una ragazza cresciuta in una famiglia modesta. “Mio padre era capo operaio alla Stipel. È sempre stato ed è ancora oggi un sognatore e un inventore. Mia madre, casalinga, era una persona molto concreta. Dall’unione della fantasia e della concretezza sono nata io. Nella Milano periferica di viale Fulvio Testi. A quei tempi dietro casa mia c’erano ancora i campi di mais, e sulle stoppie venivano a pascolare greggi di pecore. In questo città ho messo radici, non riesco a immaginare di vivere altrove. Ma sono anche arrabbiata con questa Milano che si trascura ed è

abbandonata a se stessa. Altri luoghi – penso a Genova, Napoli, Roma, perfino Palermo – sono migliorati in questi anni. Milano si è sviluppata in modo sciatto, senza un progetto territoriale. Progettiamo soltanto sull’emergenza”.
Quindi? “Quindi speriamo nel futuro, speriamo che il prossimo sindaco sia una donna, che proponga un progetto di sviluppo”.
Intanto? “Intanto io ho voglia di continuare a fare bene quello che faccio, è l’idea milanese del *mestée fa ben*. Quando posso cerco di mettere le cose che so fare al servizio di buone cause. A metà del 2002 mi sono imbattuta in una realtà drammatica e sconosciuta, quella dei tanti bambini vittime o resi invalidi da incidenti domestici. Ho un figlio di sette anni, non potevo rimanere insensibile. Assieme ad altri, abbiamo promosso una campagna di prevenzione, realizzando una videocassetta che insegna le procedure di pronto soccorso. Il prossimo impegno è a favore delle donne: superare la cultura che il parto debba essere vissuto con dolore”. (f.c.)

ANNAMARIA TESTA

Nasce a Milano nel 1953. Comincia a lavorare scrivendo testi pubblicitari nel 1974. Progetta diverse campagne fortunate, tra cui Perlana, Ferrarelle, Golia bianca. Nel 1983 fonda una propria agenzia di pubblicità. Nel 1988 pubblica il libro *La parola immaginata*, dedicato alla scrittura creativa. Dal 1988 è giornalista pubblicitista. Collabora con RAI 3 (gestione Guglielmi). Inizia a occuparsi di comunicazione politica. Dal 1989 al 1997 è docente al Master di Ca' Foscari. Tra il 1990 e il 1996 è direttore creativo e presidente della sede italiana del gruppo internazionale Bozell. Nel 1993 pubblica con Feltrinelli il suo primo lavoro di narrativa: 21 racconti, dal titolo *Leggere e amare*. Tra il 1994 e il 1995 è professore a contratto presso l'università La Sapienza di Roma, facoltà di Sociologia. Nel 1996 abbandona l'agenzia per la libera professione. Oggi è consulente per la comunicazione e lavora per alcune grandi imprese italiane. Dal 1998 insegna come professore a contratto presso la facoltà di Scienze della comunicazione all'università IULM di Milano. Nel 2000 pubblica, con Rizzoli, il saggio *Farsi capire*. Nell'anno accademico 2001-2002 insegna anche all'Università degli Studi di Torino e all'Università degli Studi di Milano. Nel 2003 pubblica con Il Mulino il saggio *La pubblicità*. Ha un figlio di sette anni e non è sposata.