

1000 Future[©]

Parola all'esperienza

Valentina Ferrari

Leader nei grandi eventi tra sostenibilità e autenticità

Professionisti illuminati si raccontano in 1.000 parole

Valentina qual è stato il tuo percorso professionale?

Mi sono laureata in Lingue all'Università Cattolica di Milano, spinta dalla passione per la comunicazione e l'incontro tra culture. Durante gli studi ho iniziato a lavorare in una piccola incentive house, **VIP&Communication**, che mi ha insegnato il valore della versatilità: pensare, proporre, realizzare. Lì ho capito l'importanza di unire visione creativa ed esecuzione concreta. Dopo la laurea sono entrata in **Francorosso Incentive**, prima nel planning e poi nel commerciale, confrontandomi con clienti e progetti complessi. È qui che ho sviluppato uno stile professionale basato su ascolto, fiducia e orientamento al risultato. La crescita in **Alessandro Rosso Group** fino al ruolo di Account Director ha consolidato questo approccio, facendomi capire che il successo nasce da competenze, relazioni, adattabilità e coraggio.

Nel 2010, mentre lavoravo in **A World of Events**, ho frequentato un **Master in Event Management alla New York University**. L'esperienza newyorkese mi ha dato competenze su brand experience, tecnologie e marketing integrato, ma soprattutto un mindset: pensare in grande, integrare creatività e strategia, leggere il cambiamento come opportunità. Tornata in Italia, ho continuato a lavorare negli eventi e nella comunicazione, maturando la convinzione che il nostro mestiere non è solo organizzazione, ma trasformazione. Nel 2018 sono entrata in **Next Group**, dove ho affrontato progetti innovativi e competitivi.

Nel 2024 sono approdata in **Sinergie** come **Direttore Commerciale** e, dopo pochi mesi, **Managing Director**. È stata la svolta più significativa: ho compreso che la vera leadership non è controllo, ma cura; non solo gestione, ma visione; non performance a ogni costo, ma coerenza tra valori e azioni. **Credo che il futuro delle aziende si giochi su tre direttrici: umanità, flessibilità e innovazione sostenibile**. Le persone cercano luoghi in cui sentirsi parte di qualcosa, crescere e contribuire. Le organizzazioni che sapranno creare questa cultura saranno quelle capaci di evolvere senza perdere identità.

Di cosa attualmente ti stai occupando?

Oggi guido Sinergie come **Managing Director**, con una responsabilità che tocca **livelli strategici, culturali e umani**. Il mio compito non è solo sviluppare il business, ma disegnarne il futuro: costruire un'azienda solida, innovativa, autentica e capace di generare valore per mercato, persone e società. Il settore degli **eventi** e della **live communication** è in profonda trasformazione. Non basta più realizzare progetti ben eseguiti: servono **visioni, esperienze trasformative e strategie di impatto**. Per questo stiamo ridefinendo il posizionamento di Sinergie come partner strategico, lavorando su experience design che unisca creatività, tecnologia, contenuto e valori.

Abbiamo avviato una revisione metodologica per garantire coerenza e rilevanza in ogni progetto. Questo richiede integrazione tra team, ibridazione delle competenze e processi agili. Parallelamente, dedico molta attenzione alla crescita delle persone. Non è uno slogan: serve creare un ambiente in cui ciascuno possa esprimersi, sperimentare, sbagliare e imparare. Una cultura aziendale sana si costruisce con coerenza, valorizzando diversità e responsabilità condivisa. Seguo in prima persona lo sviluppo dei talenti interni, promuovendo una **leadership più orizzontale, empatica e ispiratrice**. È un lavoro invisibile ma cruciale: ogni processo e scelta organizzativa devono riflettere i valori che vogliamo trasmettere all'esterno.

Anche la leadership sta cambiando. Il modello verticale e direttivo non è più sufficiente. Le persone, soprattutto le nuove generazioni, cercano autenticità, ascolto e inclusione. La leadership del futuro sarà orizzontale e trasformativa: non basata sul controllo, ma sulla capacità di abilitare

gli altri. **Il leader dovrà creare spazi di fiducia, in cui l'errore sia parte del processo creativo e la vulnerabilità un atto di coraggio.** Un altro pilastro è l'**innovazione sostenibile**.

Gli eventi, se mal gestiti, possono avere impatti ambientali e sociali rilevanti. Stiamo quindi integrando **criteri ESG** e un approccio di responsabilità lungo tutto il ciclo di vita dei progetti. Non solo per ridurre i danni, ma per creare esperienze più autentiche, in linea con i valori delle nuove generazioni.

In sintesi, considero la mia funzione non solo direzione ma atto di cura: verso il futuro dell'azienda, le persone e il contesto in cui operiamo. Non è semplice: **richiede ascolto, apertura e capacità di rimettersi in discussione.** Ma è proprio questa complessità che rende stimolante il mio lavoro.

Come vedi il futuro degli Eventi e della Live Communication?

Il nostro settore dovrà diventare un laboratorio di sperimentazione. Non possiamo limitarci a eseguire brief: dobbiamo essere **partner strategici, capaci di generare valore culturale, sociale ed emotivo.** I brand non vogliono più solo visibilità: vogliono senso. Per questo serve un salto di paradigma. La creatività deve diventare metodo e sistema, con nuove competenze che uniscano tecnologia, marketing, sostenibilità e storytelling. **Il futuro degli eventi nascerà dall'incrocio di mondi diversi, capaci di parlare insieme a cuore e mente.** Immagino il futuro come un ecosistema in cui tecnologia e umanità si completano. **L'intelligenza artificiale potenzierà il nostro lavoro senza sostituirne il senso;** i dati guideranno le scelte senza dominarle. Gli eventi saranno esperienze capaci di lasciare un segno duraturo sia sul pubblico sia sugli organizzatori. Fondamentale sarà anche la sostenibilità: non solo ambientale, ma economica e sociale. Il futuro degli eventi richiede coerenza tra ciò che si dice e ciò che si fa, superando il "fare per fare". Chi ricopre ruoli di direzione dovrà lavorare non solo nel sistema, ma anche sul sistema, **mettendo in discussione modelli obsoleti e creando cultura prima ancora che progetti.** Solo così le idee diventeranno veri motori di cambiamento.

In definitiva, **il futuro non è qualcosa che aspettiamo, ma qualcosa che costruiamo** ogni giorno con scelte, relazioni e progetti. Possiamo decidere di **mettere al centro non solo il business, ma anche il benessere, l'etica e la bellezza delle idee condivise.** Io questa scelta l'ho fatta, e continuo a farla quotidianamente.

SINERGIE[®]
We bring ideas to life

www.sinergie.org