

Periodico bimestrale di Box Marche S.p.A.
via S. Vincenzo, 67 - 60013 Corinaldo (AN)
www.boxmarche.it - info@boxmarche.it
tel. 071 797891 - fax 071 7978950
Aut. del Tribunale di Ancona n. 11 del 24.03.2005
Periodico bimestrale
Direttore Responsabile: Eros Gregorini
Sede: via San Vincenzo, 67 - 60013 Corinaldo (AN)
Hanno collaborato a questo numero:
Ada Antonietti, Cristiano Boggi, Domizia Carafòli,
Lorenzo Cicconi Massi, Fabio Ciceroni, Giuliano De Minicis,
Tonino Dominici, Eros Gregorini, Paolo Pirani,
Dino Roso, Alessia Ugucconi.
Progetto grafico **dmpconcept**
Stampa **Flamini** srl Osimo (AN)



Mario Carafòli L'inesausta curiosità di conoscere

Fedele alla nativa vocazione di viaggiatore curioso, Mario Carafòli ha attraversato la sua avventura umana con la spirituale baldanza di chi crede nel potere salvifico della bellezza. Un viandante mosso dalla sete di capire e dalla gioia di trasmettere emozioni della sua viandanza col profumo della parola scritta e con la luce della fotografia. Nella letteratura di viaggio in Italia occupa un posto d'onore grazie a 'La città smisurata' (1976), grappolo di articoli scritti per "Le vie d'Italia" del Touring che oggi, più che allora, si pilucca come un capolavoro di riscoperte e di meraviglie, di recuperi e di pungolo al rispetto delle risorse inestimabili di una storia ricca come nessuna e sedimentata in multiforme paesaggio. Una prosa suavia ed elegante, senza la supponenza degli "esperti", ti prende per mano con quella immediata familiarità che ti fa consonare con la ventura rabadomantica dell'autore. Ma alla prestigiosa rivista egli collabora anche con la "Fotografia del mese", rubrica guidata da un'acuta sensibilità estetica da cui trasuda con naturalezza l'alta competenza tecnica. Amore di Leica resta segno e sogno tuttora inedito della sua passione per la foto d'arte. Mai fotoreporter, Carafòli fotografo resta un modello di levità poetica, effetto di una felice mediazione tra i severi dettami formali della scuola senigalliese - una crociana indifferenza al soggetto - ed il bisogno di non tradire la natura intima del reale. Il soggetto è sempre lì, fissato nella sua verità, eppure trasferito in un sovransenso immaginario di trasognata astrazione. È così certo della segreta magia delle cose. E dunque la consolidata esperienza nella parola - giornalistica, pubblicistica, letteraria - e nella fotografia quale immagine immaginata, approda a sintesi feconda nella serie di "film a immagini fisse" che l'italiana Ferrania gli commissiona negli anni sessanta. Il filo che lega questa densa produzione conferma la continuità creativa espressa nei diversi linguaggi d'arte: la ricerca della bellezza, soprattutto quella nascosta, altrimenti imprevedibile e finalmente svelata, sostenuta con grazia gustosa da puntuali didascalie. Non pare casuale che ad aprire la serie siano 'Vita e colore di Milano' e 'Sguardo alle Marche'. Ogni scrittura abbisogna di complementi di luogo. Milano e le Marche sono referenti dialetticamente complementari nel suo atlante artistico ed esistenziale: tra l'osservatorio della città più dinamica d'Italia, mai soddisfatta del conquistato presente e lanciata al futuro come la mai spenta baldanza di lui, ed il mito di un'infanzia felice vissuta tra gente bennata nell'armonia collinare della terra-campagna. Sono gli anni dell'industria arretrante da un lato e del tramonto estenuato della mezzadria dall'altro. Nelle sue evocazioni binarie, Carafòli diventa sempre più consapevole testimone di un secolo che non finirà mai di stravolgere il tempo. Nel secolo squassato dalle guerre e dissestato dalle presunzioni ideologiche e tecnologiche, egli ha seguito a tentare l'altrove con fiducia umanistica grazie al paesaggio di purezza primigenia serbato nel più profondo di sé come una invulnerabile polla sorgiva. Così Corinaldo, da lui estratto dall'anonimato in forza del simbolo interiore che lo infiammava, è diventato metafora finale della sua ricerca di un supremo equilibrio ancora possibile nell'universo, una cosmica armonia tra gli esseri e le cose. Perché il paese più bello del mondo è la vita.

Mario non faceva nulla senza gioia,
senza desiderio di trovare saggezza

Mario Giacomelli

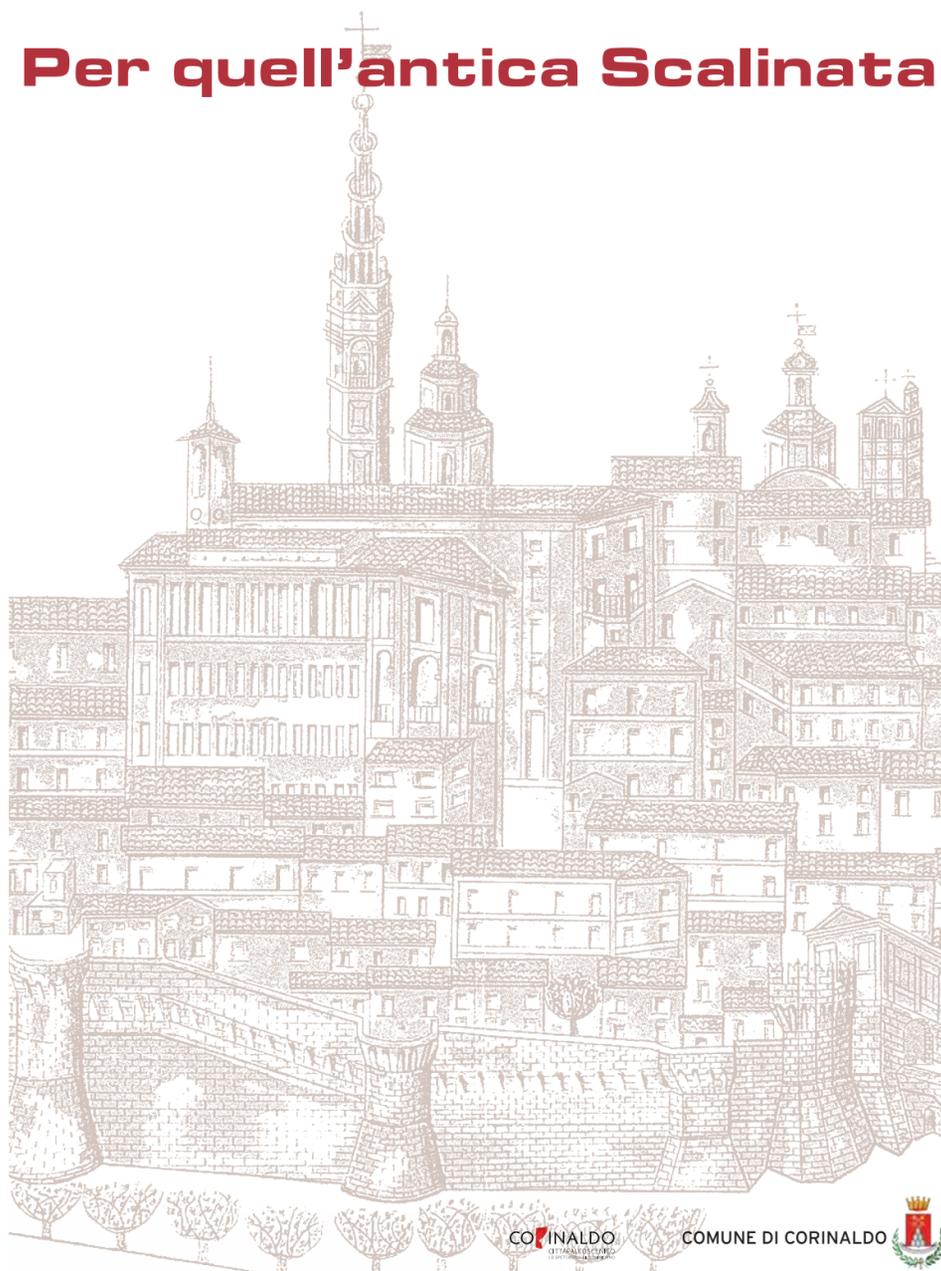
Fabio Ciceroni
Storico

Siamo grati alla nostra collaboratrice Domizia che ci ha permesso di dedicare questo numero di Next alla scomparsa del suo illustre genitore a trent'anni dalla sua scomparsa. Quando abbiamo pensato a questo foglio aziendale, ci siamo ispirati ai cantastorie di un tempo passato che raccontando storie, appunto, trasmettevano conoscenze e sapere. Next da oltre un decennio oltre a raccontare la storia di un'Azienda, parla degli uomini e delle donne che abitano un territorio amico e bello, delle passioni e delle emozioni che provano nel vivere profonde relazioni. È necessario partire dall'essere delle persone, dalla loro storia, cultura e conoscenze per creare un rapporto nuovo, una relazione vera basata sulla forza dei valori per costruire un'identità comune; una comunità che si ritrova insieme a condividere progetti, stili di vita, piaceri. Questo è stato possibile grazie alla collaborazione disinteressata e appassionata delle numerose Persone, (alcune hanno scritto in questo numero) che nel corso di questo decennio hanno dato un prezioso contributo, per diffondere conoscenze e cultura e avvicinare le genti. Sono Persone di diversa cultura ed estrazione sociale ma che hanno in comune il gusto del bello e del giusto e che, attraverso lo studio e il ricordo del passato, trasmettono valori e sentimenti alle generazioni future. Siamo dunque orgogliosi di ospitare su Next questo importante Evento e ci auguriamo che la "contaminazione" di idee e culture diverse dia buoni frutti e contribuisca alla rinascita morale e sociale di questo luogo che proprio Mario Carafòli ha definito "il Paese più bello del mondo".

Tonino Dominici

Per quell'antica Scalinata

Ho incontrato Mario Carafòli il 22 dicembre 1984, al termine di uno spettacolo di teatro-danza che avevo allestito al Goldoni, prima del restauro, guarda caso sul palco in legno del Balletto di Roma che, evidentemente, vi si era esibito qualche tempo addietro. Osservò che la prima delle due poesie leopardiane, *Consalvo*, era stata recitata a dovere, mentre l'altra, il *Canto notturno*, poteva essere migliorata. "Ad ogni modo -concluse con un sorriso e offrendomi la mano- non demorda: Corinaldo ha bisogno di un regista". In seguito, l'ho frequentato alcune volte; mi regalò per la biblioteca alcuni numeri della rivista del Touring ove si parlava delle Marche e di Corinaldo; ho letto i suoi scritti. Infine, con la fondamentale complicità della sua inseparabile Luisa e della figlia Domizia, rincorse lungo le Cento Scale, ho pensato che fosse giusto ricordarne il multiforme ingegno, in particolare la sua particolare passione e versatilità per la riproduzione fotografica. È nato il "Concorso Fotografico Mario Carafòli", dapprima all'interno della "Contesa del pozzo della polenta", poi, resosi autonomo, sostenuto dalle Amministrazioni Comunali nel corso degli anni, sempre con la puntuale compartecipazione di "Pozzo" e Pro Loco; oggi, addirittura, compartecipato dal Comune di Senigallia che finanzia il premio della sezione dedicata per l'appunto a quella città, altrimenti nota per la sua cosiddetta "Spiaggia di Veluto": fortunato slogan coniato dallo stesso Carafòli negli anni '30 per l'allora Azienda di Soggiorno, dietro sollecitazione del presidente della Famiglia Marchigiana, Nello Zazzarini. Stacco temporale. Pensare, ora, all'imminente trentesima edizione del concorso mi fa riflettere, con una velatura di



CORINALDO

COMUNE DI CORINALDO

con la partecipazione di
CITTÀ DI SENIGALLIA e MUSINF

CORINALDO DOMENICA 4 OTTOBRE 2015

ore 10 > Residenza Municipale
Cerimonia di Intitolazione
Sala Mario Carafòli

ore 11 > Residenza Municipale - Sala Consiliare 'A. Ciani'
Cerimonia di Premiazione del
XXX Concorso Fotografico Nazionale Mario Carafòli
IL PAESE PIÙ BELLO DEL MONDO

La S.V. è invitata

XXX EDIZIONE 1995-2015

partner

BCC Corinaldo

BOXMARCHE

Bucci Senigallia

inevitabile ma intrigante abbandono sentimentale, a quante energie, quante vite, quante immagini e a quante emozioni si sono registrate, succedute, sovrapposte e (perché no?) contrapposte nel corso di tre decenni. "Il Paese più bello del mondo", titolo programmatico del concorso e della prima delle quattro sezioni di cui si compone, ci ha traghettato attraverso due secoli e addirittura due millenni; ci ha intrattenuato nel perenne dibattito sui modi e i mezzi della riproducibilità tecnica, verso le sperimentazioni viepiù dilaganti e coinvolgenti. Soprattutto, credo che il "Concorso Carafòli" conservi inalterate, e rivendichi con giustificato orgoglio, alcune peculiarità che l'hanno contraddistinto sin dall'inizio, ovvero la freschezza, l'entusiasmo partecipativo e l'autenticità di quanti vi sono stati (e vi sono) coinvolti a qualsivoglia titolo: dalla famiglia agli amministratori succedutesi nel tempo, dagli illustri componenti della commissione giudicatrice agli sponsor, ai partecipanti da tutt'Italia con opere non di rado memorabili. Stacco hic et nunc. Sorpreso, mi accorgo di aver parlato quasi sempre in prima persona, io, che solitamente, prediligo curare la regia in teatro e nelle cose del mondo che mi riguardano, in senso lavorativo e personale. In questo caso particolarissimo m'è però venuto naturale, come quando si parla di una persona cara o di un ricordo affettuoso. O, forse, è semplicemente il moto dell'animo, intenso e grato, di colui il quale ha avuto il privilegio, e la fortuna, di rimanere perduto nell'irritito nell'intrico dei vicoli, delle storie e volti, del Paese più bello del mondo. Un viaggio per quell'antica Scalinata, lungo una vita.

Paolo Pirani

Un territorio per un artista: le Marche di Mario Carafòli

"[...] Non lo rivedremo più nelle nostre riunioni, attento, garbato, in compagnia di sua moglie Luisa. [...] Ricordiamo sulla nostra rivista, che lo vide collaboratore, il giornalista, lo storico, l'appassionato curioso, l'osservatore raffinato. Molto a Mario debbono le Marche. Ed anche noi". Con queste parole Sergio Anselmi ricorda Mario Carafòli sul n. 15 di "Proposte e ricerche" di novembre 1985. Da pochi anni - per entrambe il 1978 - avevano preso il via due grandi realizzazioni fortemente volute da Sergio Anselmi: il Museo di Storia della Mezzadria e la rivista storica "Proposte e ricerche" e Mario Carafòli aveva con grande disponibilità partecipato alla vita dell'una e dell'altra, mettendo a disposizione la sua lunga esperienza di giornalista-fotografo che aveva viaggiato per l'Italia ma che amava incondizionatamente le Marche e la "sua" Corinaldo. Soprattutto all'area Misa-Nevola fanno riferimento le fotografie donate in tempi diversi per il Museo da Carafòli ad Anselmi, intenzionato a fare del Museo un Centro di studi con un grande archivio fotografico del territorio marchigiano, e a questo obiettivo ben rispondono le fotografie di Carafòli, nelle quali il rigore e la perfezione del tratto documentano in modo esatto ed emozionante a un tempo i caratteri della campagna marchigiana durante la mezzadria, quando la cura dei campi era affidata al lavoro faticosissimo del contadino e delle sue bestie. Questi i temi della raccolta Carafòli: 1) paesaggi delle Marche; 2) ritratti; 3) mare; 4) lavoro contadino; 5) case coloniche; 6) paesaggio agrario; 7) animali da stalla e da cortile. Fanno parte della raccolta anche le foto (in bianco e nero) relative a chiese, santuari, ex voto pubblicate nel 1980 in *Religiosità popolare e vita quotidiana. Le tavolette votive del territorio jesino-senigalliese*, a cura di Sergio Anselmi, Cassa di Risparmio di Jesi. Le fotografie coprono un lungo arco di tempo, 1934-1980, nel quale avvengono i cambiamenti essenziali nella storia agricola dell'Italia. Appartengono agli anni Trenta e Quaranta, quando la mezzadria è ancora un patto forte e vincolante di divisione a metà di oneri e utili tra padroni e contadini, le fotografie che mostrano l'uomo che



ara con l'aratro trainato dalle vacche e i campi con varietà di colture e ricchi di vegetazione; dagli anni Sessanta si registra la cosiddetta "morte della mezzadria" (nel 1964 una legge vieta la stipula di nuovi contratti di mezzadria, ma quelli vecchi restano in vigore) e le fotografie di Carafòli cominciano a documentare la perdita di alcuni aspetti che avevano caratterizzato il paesaggio marchigiano: le ultime case di terra e le case coloniche sono in stato di abbandono, non ci sono più pagliai sulle aie perché le macchine hanno ormai sostituito gli animali da lavoro, alberi e fossi scompaiono e al loro posto troviamo le "praterie del grano", ecc. Le foto di Carafòli sono davvero un prezioso documento storico e artistico.

Ada Antonietti

Direttrice del Museo di Storia della Mezzadria "Sergio Anselmi" di Senigallia

Dentro un cassetto di casa mia c'erano le foto con mio padre e mia madre, scattate da Mario di Senigallia, in spiaggia negli anni '60. Da adolescente le guardavo, le maneggiavo continuamente; piccoli provini su cartoncino spesso, con le figure che galleggiavano sulla sabbia. Una composizione che non lasciava incertezze fra neri chiusi e bianchi bruciati. Poi, in età adulta, ho incontrato il colore della campagna marchigiana nelle diapositive rigorose e delicate di un altro Mario, quello di Corinaldo: Carafòli. L'ordine e la fatica che la terra richiede si accompagnano alle figure sparpagliate nei campi. E poi ci sono i pagliai, quelle surreali costruzioni come templi orientali che si levano al cielo. Li ricordo come un

luogo di gioco nella casa dei miei vicini di casa. Li ho rivisti in un viaggio in Romania di qualche anno fa e non ho potuto pro-

Viaggio intorno a casa

Lorenzo Cicconi Massi

vare che un profondo senso di nostalgia. Così succede che quando ti metti sui crinali delle nostre colline fai fatica a liberarti dalle visioni dei due Mario, mescoli l'astrazione del bianconero alla dolcezza dei colori Ferrania. Il mezzo è la vecchia Yashica biottica con cui mio padre mi fotografava, oppure la macchina digitale, non importa in fondo. La ricerca è quasi sempre intorno a casa, la resa dei conti davanti all'ingranditore. Senza aver paura di esagerare posso dire che

un'immagine è buona solo quando, mentre l'acido la svela, il cuore accelera i suoi battiti. La fotografia che vorrei sempre è

quella che avviene giocando, quando non mi prendo troppo sul serio, lontana da responsabilità e committenze. Quando nella mia testa riesco a sentire musica insieme al rumore del vento e l'emozione supera la testimonianza. Io non ho uno studio dove medito, il mio luogo è fuori, per la strada, o meglio ancora in campagna. Cerco il mio rifugio, il luogo ideale, l'essenzialità del pensiero; devo sottrarre: tolgo le forme che non mi piacciono, tolgo gli oggetti insigni-

ficanti, mi allontano dal tempo presente. Vedo in bianco e nero e muovo lo scatto. Qualcosa succederà di sicuro. Qualche volta provo il colore, ma non ho deciso ancora che intensità dargli. Guardo gli "alberini" e come scrive Manuela Audisio "le chiome diventano capelli, orizzonte rarefatto, realtà nuda. Una grafica essenziale, un disegno di china e non più fotografia. Sembra quasi di stare non più sulla collina ma in un giardino giapponese dove non c'è rumore se non quello del silenzio dell'intimità. E il suono di una carezza nascosta." Io ci provo a proseguire questo viaggio intorno a casa, un po' come facevano Loro, che hanno portato la nostra terra in giro per il mondo a stupire le persone di tanta bellezza.

Mario Carafòli giornalista, scrittore, fotografo 1902-1985

Provate a immaginarvi la Corinaldo del 1902. Un piccolo borgo di mattoni, chiuso nella possente cinta delle mura trecentesche, circondato da un vasto paesaggio collinare. Mario Carafòli vi nacque il 12 maggio di quell'anno, secondogenito di Michele, farmacista modenese, e di Anna, eugubina. Eppure Mario si sentirà sempre e soprattutto corinaldese, anche se da quel luogo allora così remoto, se ne andrà presto. Terminati gli studi superiori, si iscrive nel 1919 al Politecnico di Milano per poi trasferirsi a Torino. Sono gli anni duri e turbati del dopoguerra: nato in una famiglia di cultura risorgimentale, il giovane Mario si avvicina al nascente movimento fascista, mentre lascia gli studi di ingegneria per seguire nuovi interessi letterari e giornalistici. Nel 1930 è redattore alla *Stampa* di Torino che lascerà per passare alla *Gazzetta del Popolo* come inviato. Negli stessi anni nasce la passione fotografica, legata alla scoperta della nuovissima fotocamera Leica che introduce in Italia il rivoluzionario "piccolo formato". Da allora la



Leica sarà la sua inseparabile compagna nella Torino anteguerra - già vivace centro fotografico - in cui si dedicherà a un giornalismo dove l'immagine è parte integrante del testo. Oltre che nella fotografia, Carafòli esordisce nella narrativa con la raccolta di racconti brevi *Insalatina*, dove già si delineano le caratteristiche del suo stile in garbato equilibrio fra ironia e sentimento. La seconda guerra mondiale segna una profonda cesura nella vita e nell'attività di Mario Carafòli. Trovatosi dalla parte "sbagliata", perde il posto al settimanale *L'Illustrazione del Popolo* e rischia la vita nello scatenarsi delle feroci vendette contro i vinti. È in questo difficile momento che lo soccorre l'esperienza fotografica: diventa rappresentante di una ditta di cartoline illustrate, fino a quando la sua competenza gli varrà l'assunzione nella maggiore industria italiana di materiale fotografico, la Società Ferrania, dove rimarrà fino al 1966. Sono di nuovo anni intensi: Carafòli collabora alla rivista del Touring *Le Vie d'Italia* dove fra l'altro pubblica il racconto *La città smisurata*, ispirato alla faticosa esperienza per la ditta di cartoline, con il quale nel 1950 vince il concorso letterario bandito dallo stesso TCI. Con il fotografo torinese Stefano



Bricarelli, edita e dirige dal 1952 al 1954 il prestigioso mensile *Il Corriere Fotografico* e nello stesso periodo è vicino al Gruppo Misa di Senigallia e intrattiene rapporti di amicizia e collaborazione con Giuseppe Cavalli e Mario Giacomelli. Precoce difensore dell'ambiente, Carafòli pubblica sul *Bollettino del Touring* la rubrica "Silenzio paradiso perduto" contro l'inquinamento acustico. Dal 1959 realizza per la Ferrania una serie di servizi foto-giornalistici con diapositive a colori sviluppate intorno a un testo scritto da lui stesso. Il primo di questi "film a immagini fisse" è *Vita e colore di Milano*, dedicato alla città in cui vive dal 1949, il secondo è un vasto affresco della sua regione natale, *Sguardo alle Marche* (1960). Seguiranno *Segreto di Volterra*, *Il viaggio dell'Arno*, *Roma curiosa*, *Volto di Tivoli* e *Venezia in campagna*. Intorno ai primi anni Settanta si colloca il "ritorno a casa" di Mario Carafòli, un ritorno sognato fin dagli anni amari della guerra civile, quando la sua terra gli era apparsa come un'oasi lontana di serenità, dove ritrovare quella convivenza civile che gli odii di parte avevano lacerato. Il piccolo borgo di Corinaldo da cui era partito tanti anni prima con un misto di insofferenza giovanile e di aspirazione a un indefinito "altrove" diventa il suo *ubi consistam* al termine di un faticoso percorso. Nei lunghi soggiorni marchigiani si intensificano i contatti con l'ambiente culturale senigalliese. A Senigallia lo lega il ricordo degli anni di scuola, per l'allora Azienda turistica aveva creato nel 1937 il fortunato slogan "Senigallia, la spiaggia di velluto". Collabora con gli storici Sergio Anselmi e Renzo Paci alla pubblicazione *Proposte e Ricerche* e a



volumi come *Senigallia - Album 1880* e *Religiosità popolare e vita quotidiana*. La collaborazione con Anselmi e la nascita del Museo di Storia della Mezzadria (a cui donerà decine di fotografie in bianco e nero) lo spingono ad affrontare la difesa di una terra sempre più minacciata, con articoli contro l'abbattimento indiscriminato delle querce e l'inquinamento dei corsi d'acqua. Al suo paese natale dedica molti brevi saggi: *Storie e storielle di Corinaldo e dintorni*, *Ricerca del Paese più bello del mondo*, *I matti di Corinaldo*, *Valerio Valeri - Poeta satirico corinaldese*, *Corinaldo - L'assedio del 1517*. Nel 1976 pubblica una selezione dei suoi racconti (*La Città smisurata - Le care Marche*) e lavora al libro *Amore di Leica* (tuttora inedito) e all'autobiografia *Di lassù si vede il mare* pubblicata postuma nel 1987.

Mario Carafòli muore improvvisamente il 6 ottobre 1985 nella sua casa sulle colline del "paese più bello del mondo".

Domizia Carafòli

Raccontare per immagini

Nel 2009 il Comune di Corinaldo pubblica, con la cura di Ada Antonietti e Domizia Carafòli il volume *Mario Carafòli. La campagna marchigiana negli anni Sessanta*; un libro dove sono pubblicate quarantuno foto che illustrano l'ambiente e le attività rurali, che hanno caratterizzato la vita e il paesaggio della regione; foto che documentano il paesaggio, l'ambiente, l'economia sui quali si è costruita la storia delle Marche. Ada e Domizia con queste frasi sintetizzano il significato e il valore del reportage che Mario Carafòli realizza nel 1960 e cui dà il titolo *Le opere e i giorni*. Il paesaggio, tema centrale del racconto così come l'Autore lo



vede e lo narra attraverso gli scatti. Il paesaggio, dunque, che attraversa secoli dell'arte figurativa italiana: dipinti, affreschi, foto. Rimutò l'arte del dipingere di greco in latino e ridusse al moderno, scrive a proposito di Giotto, Cennino Cennini, alla fine del Trecento. Tra le novità che questo grande artista introduce nella sua pittura, vi sono gli sfondi paesistici, un'arte più naturale e fedele alla realtà. Saranno poi i pittori senesi a riprendere il modello giottesco e a proporre ambienti naturali o urbanizzati. Come non ricordare l'*Allegoria ed effetti del buono e cattivo governo* che Ambrogio Lorenzetti dipinge nel Palazzo Pubblico di Siena tra il 1338 e il 1339. Negli *Effetti del Buon governo in campagna* sono raffigurati contadini che seminano, zappano, arano la terra e battono il grano, vigne e uliveti, case coloniche, ville e borghi fortificati, maiali, muli, cacciatori e viandanti. Nel 1423 il conterraneo Gentile da Fabriano dipinge la sua *Adorazione dei Magi*. Anche lui, nella lunetta centrale che sovrasta il racconto principale, raffigura Betlemme circondata da una fertile campagna con terreni coltivati, boschi, una fattoria, le mucche, una fedele descrizione di quella che doveva essere allora la campagna marchigiana con la casa colonica, l'orto, il seminativo, l'uliveto, ovvero quanto necessario ad una economia di autosussistenza alimentare. Grandi artisti, anonimi pittori, ma anche "birocciai" e "pittori di santuario" hanno lasciato ampia testimonianza del paesaggio e delle persistenze che hanno contraddistinto l'ambiente rurale marchigiano: un esempio fra tutti; la coltivazione dell'olmo, ovvero il "foraggio di frasca" necessario all'allevamento del bestiame bovino. E così olmi compaiono nel foglio pergamenaceo del 1648 che riproduce un affresco del 1471 opera di Andrea Aquilini; in una tavoletta votiva del 1895 conservata nella chiesa di Santa Maria del Piano di Corinaldo e in una delle foto che Mario Carafòli pubblica nel suo *Le opere e i giorni*.

Eros Gregorini





La nostra terra marchigiana è ricca di storie sapienti e silenziose, di uomini che mirando il profilo dell'ultimo orizzonte, di là da quello spostano la loro immaginazione, il loro istinto, il loro coraggio, tanto sereni e consapevoli che nulla li spaura, perché sanno ascoltare il cuore e capire quando le stagioni stanno per cambiare. C'è una storia che mi lega a Boxmarche che ha come protagonista un uomo della terra, un agricoltore, proprio come i miei nonni e altri della mia famiglia. È una storia che si racconta dal 1969, prima era solo agricoltura, grano, vigna, animali, fatica, sudore della fronte. Io l'ho sempre vista con lo stesso affetto e ammirazione che ho per i miei, come in un film proiettato all'aperto con quel riverbero di voci che ti sta sulla pelle. Era sera e il capoccia stanco tornava verso casa, lì sulla collina, e irrequieto pensava, rifletteva, immaginava di dare qualcosa di diverso ai suoi figli, qualcosa che non fosse



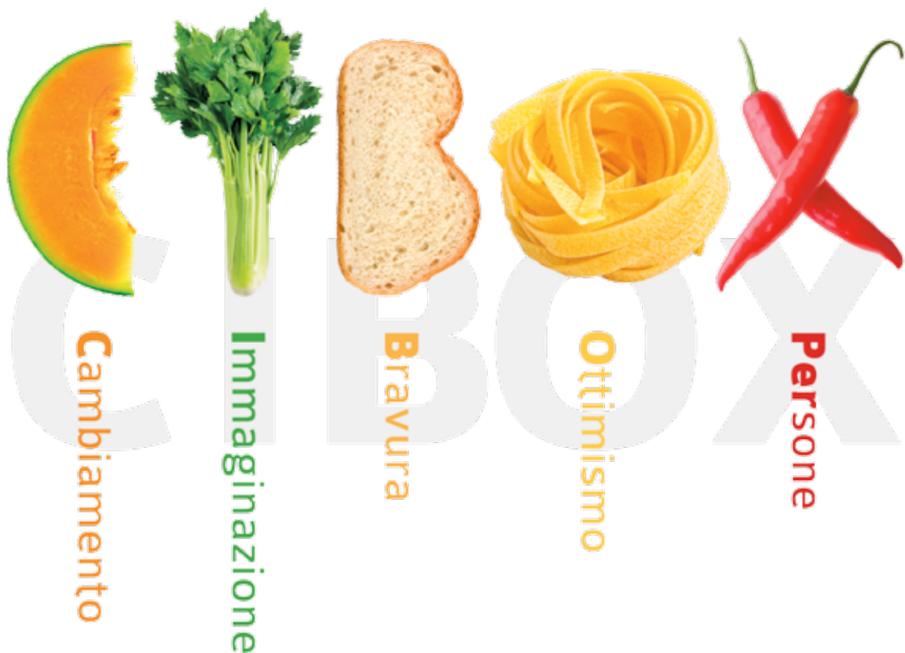
Una zolla di carta

così incerta per tanta fatica. Un foglio di carta fuggito da chissà dove si contorceva leggero sobbalzando sulle zolle di terra. Gli venne incontro e si aggrappò alla sua cavaglia. L'uomo si abbassò, lo prese in mano curioso di leggere cosa ci fosse scritto, ma il foglio era totalmente bianco, come se andasse incontro ad una scrittura. Lui era Giuseppe Baldassarri, per tutti Peppe, 'l'agricoltore di idee', l'uomo fiero delle sue origini contadine, che proprio dentro quel foglio bianco riuscì a vedere l'immagine che non c'era ancora, che nella sua testa era ancora troppo sfocata. Sul quel foglio stropicciato Peppe ci lesse i colori di una opportunità, quella carta che per lui era sempre stata superflua, perché una stretta di mano val più di qualsiasi contratto scritto, proprio quella era la superficie su cui

riusciva ad immaginare i caratteri del futuro che stava cercando. Che ispirazione! Propose così al suo indomito amico Sesto Pierfederici di fare 'qualcosa' proprio con la carta, di fare 'scatole', di farle belle, di stamparle per le tante aziende calzaturiere che erano nella zona. Un'innesto così poteva dare frutti senza sottostare alle bizzarre malvagità del tempo. Iniziò così per due famiglie il futuro che oggi è un presente per tante altre famiglie. Molte delle aziende calzaturiere di allora oggi non ci sono più. C'è invece ancora il frutto succoso di quell'idea insolita, fatta di valori forti, di rispetto, di autenticità vissuta, di amore per gli altri. Mi perdonerà chi conosce le circostanze più autentiche, ma a me piace pensare che Boxmarche sia nata da un foglio bianco che correva sulle zolle della terra di Corinaldo e dalla mente di un contadino coraggioso e di un suo amico, che seppero immaginare una cosa nuova ed affidarla, insieme ai loro figli, ad un'altra persona, Tonino Dominici, che non veniva dal loro mondo, ma che sa leggere l'anima stampata dai gesti delle persone e tutta la vivacità dei colori...in un foglio di carta bianco.



Giuliano De Minicis



Contadino, fornaio e un po' angelo custode Dino Roso Agricoltore Custode del frumento Jervicella (*)

L'ho già detto sul palco di CIBOX e lo ripeto ancora: che c'entravo in mezzo a tanti laureati, giornalisti, professori non l'ho ancora capito. Però quando Giuliano (De Minicis N.d.R.) mi ha telefonato chiedendomi di partecipare a questa serata per parlare del grano Jervicella non ci ho pensato più di tanto e ho accettato. Perché a questo particolarissimo frumento, diffuso nel fermano, ho dedicato tutti gli ultimi anni della mia vita. Non è facile da coltivare, lo Jervicella. È una pianta che, rispetto alle altre varietà, raggiunge un'altezza considerevole. Quindi è più difficile da raccogliere e il fusto alto e sottile la rende più soggetta alle intemperie. Basta un niente che "si corca" col vento e con la pioggia si piega e si rovina. È più delicato e ha una resa molto più bassa rispetto ad altri grani teneri. Però è un prodotto straordinario. È ricco di fibre e proteine ed è consigliato nelle diete grazie al basso apporto di zuccheri e carboidrati. Oltre a coltivarlo, ci faccio il pane cotto a legna, i dolci e le tagliatelle. Poi è famoso perché si usa per realizzare i cappelli di paglia e per questo negli anni ha avuto ampia diffusione nelle zone di Montappone e in tutto il distretto del cappello. La signora Giulia lo racconterebbe meglio di me, perché il grano Jervicella è stato scoperto da suo padre Giuseppe negli anni trenta nel territorio di Monte Giberto, dove a tutt'oggi lo coltivo anch'io. Giuseppe Jervicella individuò un robusto cespuglio che spiccava in mezzo ad un campo da cui selezionò questo grano tenero che si rivelò eccellente e si diffuse rapidamente nel territorio del sud delle Marche. Almeno fino agli anni sessanta quando le campagne si spopolarono in favore dell'industria e di altre attività. Da allora, anche per i problemi di bassa resa che vi ho descritto prima, siamo in pochi a coltivarlo. Anzi, per me è quasi una ragione di vita. Per questo, dopo l'entrata in vigore della legge regionale 12/2003 sono convenzionato con l'A.S.S.A.M come 'Agricoltore Custode del frumento Jervicella' (accessione n.60 del Repertorio per la tutela delle risorse genetiche, animali e vegetali autoctone del territorio marchigiano). Perché credo che il grano Jervicella sia una delle tante cose buone della nostra terra che rischiano di essere dimenticate e superate da una logica solo legata alla quantità e non alla qualità. Possiamo chiamare a testimoniare i partecipanti alla cena di BoxMarche che hanno potuto assaggiare le mie fettucine. Un'occasione speciale. Devo confidare che non mi capita spesso di uscire la sera, perché poi devo svegliarmi presto per fare il pane. Infatti, la mattina dopo CIBOX le pagnotte mi sono venute tutte storte. Pazienza. È stata davvero una bella serata.

(*) testo raccolto da **Cristiano Boggi**

Bag in Box Anima, territorio, azienda

contribuiscono ad arricchire la storia di un territorio mediante tradizioni lavorative, tramandate di generazione in generazione, che affondano le proprie radici nella storia e nella cultura di una comunità, qualificando il patrimonio con una precisa identità. È l'insieme di queste componenti che differenziano la tipicità del vino rendendolo unico e irripetibile. Considerando che le tecnologie enologiche sono replicabili nei diversi contesti, sono tutti gli elementi incorporati nei territori e nei luoghi di appartenenza a suscitare una specifica reputazione e a generare una determinata percezione. Basti pensare a quei territori che, solo a evocarne il nome, rimandano a significati di emozionalità quali notorietà, qualità e fiducia. Un prodotto è tanto più identificabile nella tipicità, fino all'unicità, quanto più è radicato nell'evocazione territoriale di origine, contemporaneamente quanto più un'area si identifica per determinate caratteristiche tanto più richiama la tipicità dei suoi prodotti, rendendoli distintivi agli occhi dei consumatori. È facilmente deducibile che, anche nel comparto vinicolo, risulti fondamentale la comunicazione della terra d'origine del prodotto, con un richiamo alla sua tipicità e unicità, che sia per realtà o percezione. Il consumatore ricerca un rapporto emozionale con il vino e il modo migliore per creare tale rapporto è attraverso immagini e

forme che esprimono la vivibilità, la vivacità e le bellezze naturali e culturali. Ecco che emerge il ruolo, sempre più importante, del packaging, in particolar modo del "bag in box", sistema di imballaggio che offre elevate capacità comunicative (grazie ad un'ampia superficie stampabile), eco-sostenibilità e che evita l'ossidazione del vino più a lungo rispetto ad una bottiglia o una dama in vetro. Proprio su questi temi Boxmarche il 2 Luglio ha organizzato una conferenza avente l'obiettivo di disegnare il mercato dei bag in box e di fare interagire tutti i protagonisti della filiera del settore, coin-



volgendo i principali produttori di vino italiani, importatori e produttori internazionali, opinion leader, produttori di sacche e agenzie di packaging design. Da varie ricerche è emerso che per le aziende vinicole è proficuo investire nella comunicazione dell'origine del vino, poiché sono due i fattori principali sulla base dei quali i consumatori acquistano il vino: l'origine e il confezionamento. Il bag in box è uno "strumento" straordinario che rispecchia e racconta, attraverso immagini e rappresentazioni grafiche esplicative, la storia e i valori del territorio di un'azienda vinicola. Un bag in box dal design "ricco" permette di esprimere Ricchezza, Preziosità ed Emozione e di rendere l'esperienza d'acquisto unica, proprio come quando guardiamo un paesaggio incantevole che ci consente di dare libero sfogo all'immaginazione, ci fa stare ad occhi chiusi, e ci trasmette voglia di correre e di volare, voglia di vivere e di libertà. Questa proposta corrisponde al desiderio del consumatore di oggi.



Alessia Ugucioni

Un bel paesaggio, piacevole e identificativo di un determinato luogo, è un bisogno per tutti. Un buon paesaggio produce senso di benessere: tutti noi cerchiamo costantemente luoghi in cui la vista dia un senso di armonia, vivacità e singolarità. Si tratta di quei luoghi che rimandano a immagini passate, a momenti vissuti, anche malinconici ma che in fondo amiamo ricordare. La qualità di un paesaggio deriva da aspetti estetici, emozionali e di identità, cioè da tutte quelle caratteristiche che esprimono la tipicità e unicità di un territorio. Il territorio ha da sempre rappresentato una componente costante dello sviluppo sociale ed economico. Questo è particolarmente vero nel comparto vitivinicolo, dove la simbiosi tra impresa e territorio d'origine è talmente indissolubile e differenziante che nella maggior parte dei casi rappresenta l'elemento distintivo alla base del vantaggio competitivo. Il prodotto vino è inescindibilmente legato al proprio "terroir" in quanto da esso trae la propria specificità e riconoscibilità sul mercato, in termini di tradizione e di eccellenza. Il vino viene ad essere espressione e interpretazione di un determinato luogo, caratterizzato da una precisa personalità. I produttori di vino re-interpretano il passato e

industriali vicine alle istituzioni e desiderose di ricevere progetti innovativi e inediti mediante nuove ed originali soluzioni a costo zero. Cinque diverse aziende italiane ed internazionali del settore parafarmaceutico e dei bag in box - Johnson&Johnson, Angelini, Gruppo Cevico Vini Romagnoli, MGM Mondo del Vino e la norvegese Stenberg&Blom - hanno fornito i brief relativi alla realizzazione di nuovi prodotti e al restyling di altri esistenti, sulla base dei quali gli studenti si sono potuti sbizzarrire e dare sfogo a tutta la propria creatività (per visualizzare

(CREATIVITY BOX) Concorso di Packaging Design

circa 200 proposte a dimostrazione di come l'iniziativa abbia suscitato un forte interesse da parte dei giovani studenti di packaging e graphic design. Concluso il termine di consegna dei progetti, la giuria composta da Davide Perini - Innovation Manager Boxmarche Spa - Sara Urtesi - Packaging Development Cosmint Spa - e Claudio Rimondi - Responsabile Packaging Prodotto a Marchio Coop - ha attentamente valutato e selezionato tutte le proposte presentate decretando i tre progetti migliori. A ciascun progetto è stato assegnato un punteggio massimo ottenuto dalla media aritmetica dei giudizi espressi in termini numerici da ciascun membro componente la giuria. I criteri di valutazione per gli elaborati sono stati: - Creatività/Originalità/Estetica - Funzionalità/Maneggevolezza

- Costo ipotizzato/Economicità - Materiali/Ecosostenibilità/Riuso Venerdì 3 Luglio sono stati ufficialmente comunicati e proclamati i tre progetti vincitori che hanno ottenuto il punteggio più alto, in occasione del Living Company Report Boxmarche per la presentazione del bilancio sociale, quest'anno intitolato CIBOX, acronimo di Cambiamento, Immaginazione, Bravura, Ottimismo, Persone. Un titolo che esplicita il sistema valoriale illustrato nel Living Company Report presentato durante l'incontro: «Un documento che è espressione del "pensiero forte" sulla responsabilità sociale di tutta la gente di Boxmarche».

Quest'anno Boxmarche Spa ha inaugurato la prima edizione del concorso di packaging design 'CreativityBox', una sfida stimolante ed originale che ha coinvolto gli studenti amanti del design industriale in una competizione in cui l'obiettivo finale è stata la premiazione della migliore idea creativa di packaging cartotecnico. Boxmarche ha voluto creare un legame fra il mondo dell'impresa ed il mondo universitario. Il contest si è rivolto, da una parte agli Istituti Universitari o di pari livello nazionali e internazionali orientati alle discipline del packaging e del graphic design, dando la possibilità ai giovani studenti di esprimere concretamente le proprie competenze al di fuori delle aule universitarie e avvicinarsi al mondo del lavoro; dall'altra alle aziende dei vari settori

tutti i brief forniti dalle aziende aderenti andate sul sito Boxmarche nella sezione CreativityBox). Gli istituti che hanno partecipato al concorso sono stati Politecnico di Ancona, l'Accademia Italiana Arte Moda Design di Firenze, l'Istituto ISIA di Faenza, la Libera Accademia Belle Arti di Firenze e la Nuova Accademia Belle Arti di Milano. Questi hanno realizzato campioni mock up, rendering 3D e una breve presentazione nella quale hanno riportato materiali, finiture e lavorazioni del prodotto finito. In totale le aziende hanno inviato 14 progetti per i quali i cinque istituti che hanno preso parte del contest hanno elaborato

