



Next®

idee & packaging 60

DICEMBRE 2018

Una rete di cuori impavidi

Si avvicina il Natale, simbolo di rinascita e rinnovamento, quindi di speranza e di fiducia. Per noi di Boxmarche il Natale è un incontro, una sosta lungo il cammino della nostra vita lavorativa. È un momento di riflessione, di connessione e scambio tra colleghi, amici, clienti, fornitori e comunità: l'occasione per alimentare questa rete di affetti e di 'nobili interessi' che ci lega alle persone con le quali condividiamo gli stessi principi e valori di vita.

Abbiamo una grande opportunità, quella di originare bene e benessere: creare il bene dentro noi stessi per poi donarlo agli altri, come semplice scambio, genera empatia, *pathos* verso l'altro senza abbandonare la nostra identità, anzi la rafforza e allo stesso tempo ci rende felici.

Nel lavoro, negli affetti e nella comunità, la vita ci riserva a volte oscurità, momenti di difficoltà, delusioni, amarezze, prove difficili da superare. È in questo attraversare gli 'inverni dell'esistenza' che il nostro Natale ci deve aiutare a recuperare le potenzialità creatrici e rigeneratrici che sono nei nostri cuori, per aprirci a orizzonti nuovi. Se ragioniamo in questi termini, dunque, quello che sembra impossibile, diventa possibile anche se, ovviamente il senso della possibilità è sempre osteggiato dal senso della paura: paura di sbagliare, paura di non riuscire, paura del nuovo. A quelli che nutrono la paura, ricordiamo un pensiero antico: *'Una notte la Paura bussò alla porta, la Speranza andò ad aprire: non c'era più nessuno!'*

Coltiviamo quindi il seme della Speranza mettendo insieme una rete di **cuori impavidi**, una rete di persone responsabili che condividono e credono in un valore fondamentale, il 'dono'. Lo spirito del dono è la ▶

1969
2019

50 anni di
saggezza
bellezza
attenzione
passione
competenza
condivisione
grazia
amicizia
generosità
grazie a tutti

► reciprocità tra persone e, in quanto tale, è **valore del sentimento**. Il **dono** è un 'comportamento morale', stabilisce una relazione tra persona e persone.

La **donazione** per contro è un **dare**, un'attività che presuppone il trasferimento di una cosa dal **valore equivalente**, cioè quantificabile, ovvero una relazione tra persone e cosa donata, quindi un atto di utilità.

Crediamo fermamente che l'uomo, in quanto essere vivente e pensante, fatto di cuore e anima, debba tendere alla felicità che si può raggiungere solo soddisfacendo i propri bisogni relazionali. Crediamo altresì che mentre i 'massimizzatori di utilità' possono farlo da soli, chi vuole raggiungere la felicità deve farlo insieme agli altri, 'non si è felici da soli' dice Aristotele.

Boxmarche si appresta a compiere, il prossimo anno, il traguardo dei cinquant'anni di attività; l'onestà, la schiettezza nei rapporti, il rispetto per la dignità delle persone e la saggezza del mondo contadino sono stati i valori ed i principi che ci hanno guidato.

Questo nostro navigare ci porterà presto al giro di boa e ci appresteremo a incominciare una nuova avventura all'insegna del cambiamento e dell'innovazione ma tenendo ben saldi i valori della nostra tradizione.

Continueranno a guidarci i principi della sostenibilità e responsabilità sociale verso le persone, i clienti, fornitori, soci, comunità locale e il pianeta che ci ospita. Metteremo anima e cuore, amore e passione nel nostro lavoro per creare valore diffuso e benessere vero.

Buon Natale e Buon 2019

Tonino Dominici
Presidente Boxmarche



Boxmarche al Philip Kotler Marketing Forum 2018

C'è stata un po' di Boxmarche alla **4ª edizione del Philip Kotler Marketing Forum**, l'importante appuntamento che quest'anno si è tenuto il 1 dicembre nella location esclusiva di FICO Eataly World a Bologna, il più grande parco agroalimentare del mondo. Coi suoi 100.000 metri quadri, la Fabbrica Italiana Contadina che racchiude la meraviglia della biodiversità italiana, ha ospitato il più importante evento di marketing strategico in Italia.

Philip Kotler ha scandito la seconda giornata del PKMF 2018 e tra le due case history, ricordate dal padre fondatore del marketing moderno durante la *lectio magistralis*, una era proprio Boxmarche.

La nostra azienda, rappresentata nell'occasione da **Giuliano De Minicis** e **Cesare Tomassetti**, è stata presa come esempio di un modo italiano di fare **responsabilità sociale d'impresa**.

La professoressa **Sabina Addamiano**, docente di Marketing Specialistico dell'Università Roma Tre, che condivideva il palco con Kotler, ha raccontato al pubblico come Boxmarche insieme ad altre piccole realtà imprenditoriali marchigiane abbia 'messo in piedi un progetto straordinariamente interessante nella espansione della catena delle reti del valore d'impresa'.

Ha così descritto il **Progetto Succisa Virescit** con cui insieme all'azienda **Paradisi** e alla **Dmpconcept** abbiamo contribuito e promosso la raccolta fondi per la costruzione della nuova **scuola definitiva di Pieve Torina** distrutta dal terremoto.

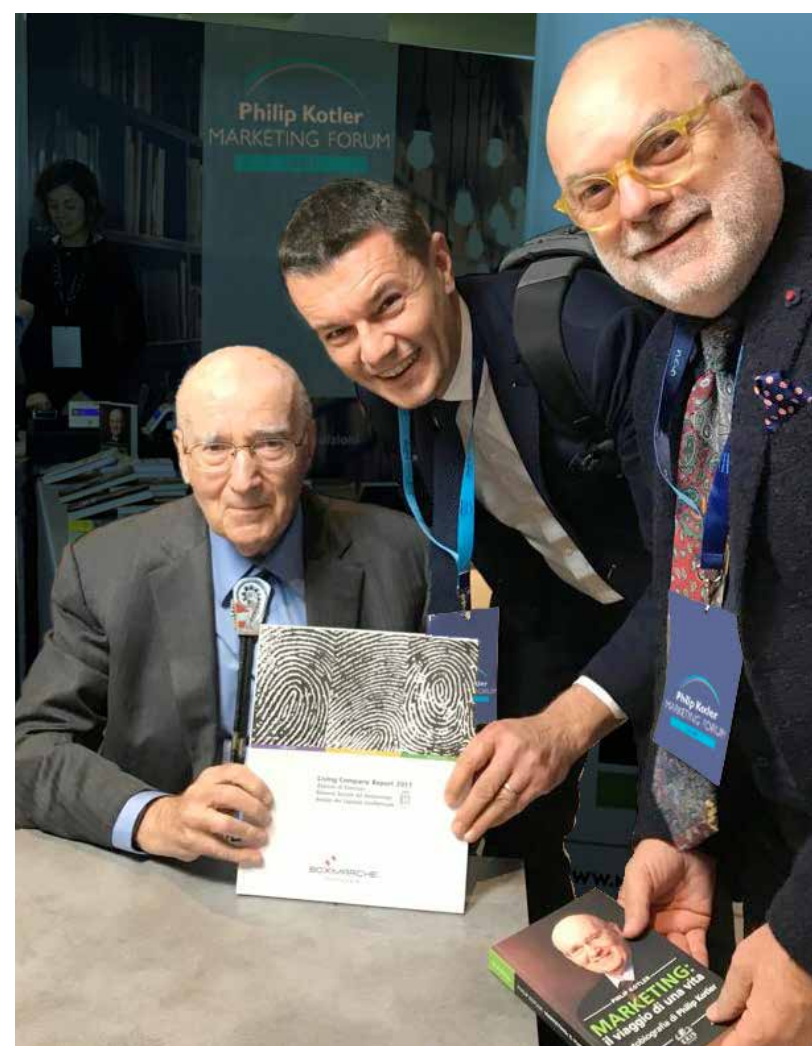
La professoressa Addamiano ha poi ricordato come insieme siamo riusciti 'a raccogliere più di 1.500.000 euro grazie a oltre 500 donatori che sono stati mobilitati dalla responsabilità sociale che queste imprese sono riuscite a rimoltiplicare sul territorio'.

Ha, infine, citato il **Living Company Report** di Boxmarche definendolo 'un meraviglioso Global Report nel quale, accanto al bilancio economico e societario, accanto al bilancio sociale, accanto al bilancio ambientale, c'è anche un bilancio del capitale intellettuale e del capitale relazionale. Che sono altri modi con i quali l'impresa in Italia sa essere anche rimoltiplicatrice di valore e agenzia formativa come modello d'intervento'.

Inutile dire quanto essere stati inseriti tra i tanti spunti e le indicazioni rivolte dal guru del marketing mondiale all'attenta platea del PKMF2018 di Bologna, ci abbia riempiti di legittimo orgoglio e rappresenti il coronamento dell'impegno profuso in cinquanta anni di attività da tutta la 'gente' di Boxmarche, una comunità di persone competente e appassionata del proprio lavoro. Non ultimo quello dei nostri collaboratori Giuliano De Minicis e Cesare

Tomassetti che da sempre ci affiancano nella comunicazione aziendale e nella stesura del Living Company Report, sia condividendo il nostro *modus operandi* orientato al sociale e al rispetto dei valori, che tramutandoli con coerenza in azioni concrete.

Boxmarche è stata citata come caso di studio da Philip Kotler





Reti del valore reti di valori

Nel 1985, Michael Porter mise a punto un modello, denominato **catena del valore**, che consentiva di identificare le attività di un'impresa che hanno rilevanza strategica poiché generano valore, e consentono quindi di creare e mantenere vantaggio competitivo. Il modello fu poi esteso alla comprensione delle relazioni dell'impresa con i fornitori e con i clienti, in modo da identificare ciò che viene chiamato **sistema del valore**. Il valore creato, infatti, è frutto dell'agire dell'impresa, ma anche del valore generato dalle catene del valore dei fornitori e dei clienti, e dell'interazione dell'azienda con entrambi. Dal quadro teorico sopra illustrato, e dalle analisi connesse al tema della qualità, si è poi sviluppato negli anni Novanta del Novecento il concetto di **rete del valore**. Mercato e ambiente, infatti, non generano soltanto relazioni lineari: intorno ad ogni specifica impresa si genera una rete di relazioni, che si influenzano reciprocamente e si evolvono nel tempo. Globalizzazione e diffusione dell'Information Technology hanno intensificato esponenzialmente le relazioni di rete delle imprese, e con esse la creazione di reti del valore in cui soggetti diversi apportano valore alla rete in modalità e con qualità diverse. Se questo ha reso più complesso il governo delle imprese (e con esso la missione del marketing come processo sociale e manageriale), ha anche aumentato straordinariamente la capacità delle imprese di comprendere il cambiamento e di innescare processi di innovazione. Nella crescita esponenziale delle relazioni di rete, la piccola e media impresa italiana gode di due vantaggi rispetto alle grandi imprese: la flessibilità operativa, che la rende capace di innovare con tempestività, e la relazione forte con i territori.

Questi due vantaggi stanno emergendo sempre più chiaramente come fattori cruciali non solo per il successo di mercato, ma per la sopravvivenza stessa delle imprese. L'innovazione, infatti, trova nei territori il terreno

di coltura che definisce e alimenta le culture aziendali; il radicamento forte delle imprese nei territori rende solide le reti del valore, e consente di comprendere bisogni che hanno come risposta naturale, oltre all'innovazione, forme concrete di responsabilità sociale e ambientale di impresa. Philip Kotler, padre del marketing moderno, riassume in tre parole la nuova missione delle imprese: **Profit, People, Planet**. Se la prima responsabilità dell'impresa è quella di essere profittevole, la ragione di esistere dell'impresa non si esaurisce più, come sostenevano gli economisti classici, nel produrre valore economico-finanziario: a questo l'impresa deve affiancare la creazione di valore per le persone, ovvero la responsabilità sociale, e l'attenzione all'uso delle risorse intese come valore, ovvero la responsabilità ambientale, in una prospettiva globale di lungo periodo. Forse ancora non ce ne rendiamo conto pienamente, ma lo sviluppo di queste nuove relazioni di rete poggia su valori profondi: il rispetto della differenza, la dignità del lavoro, un nuovo approccio all'uso - non più sfruttamento - delle risorse, lo sforzo consapevole per convergere verso linguaggi e valori condivisi. Ciò che sta avvenendo è il passaggio dalla rete del valore alla creazione di reti di valori, che nel loro crearsi e perdurare ridefiniscono il ruolo dell'impresa nella società attraverso l'azione concreta svolta con e per le persone e a favore dell'ambiente. È una strada nuova, che chiede a ciascuno consapevolezza, passione, disponibilità ad imparare un linguaggio nuovo per produrre significati nuovi. Forse, nel percorrere questa strada nuova, possiamo ricor-

dare le parole antiche di Dante: *'Et io a lui: l' mi son un, che quando Amor mi spira, noto, e a quel modo ch'ei ditta dentro vo significando'*.



Tullio Pericoli, *Infinito è del mondo ogni frammento*, 2011, olio e matite su tela



Sabina Addamiano
Docente di Marketing e Sustainability and Cultural Awareness
Università Roma Tre

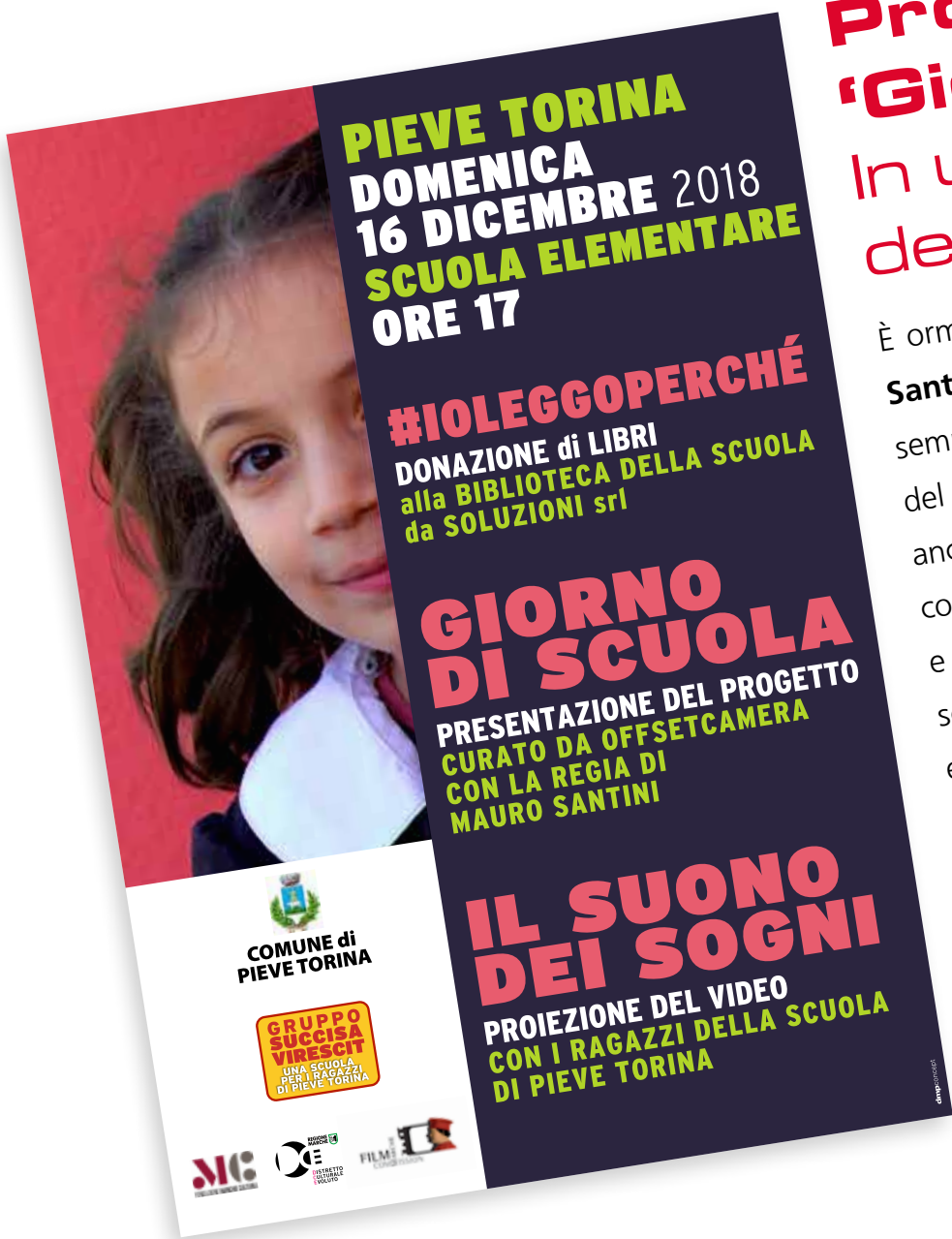
Next

idee & packaging

forNext

Per suggerimenti, idee, interventi scrivere a: m.bischi@boxmarche.it

Informativa breve ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 196/2003. Per inviarvi Next la BoxMarche, dispone del vostro nome, indirizzo, eventuale ruolo aziendale. I vostri dati sono trattati con procedure idonee a garantirne la sicurezza e la riservatezza. L'invio rivista avviene tramite FLAMINI TIPO-LITO di Ancona. Nel caso in cui non vogliate più ricevere la rivista siete pregati di comunicarlo alla Box Marche S.p.A. L'informativa completa si trova sul sito www.boxmarche.it o rivolgendosi alla Box Marche S.p.A. e-mail: info@boxmarche.it, tel. 071797891.



Progetto 'Giorno di scuola'

In uscita il docufilm dedicato ai ragazzi della scuola di Pieve Torina

È ormai imminente la presentazione di **Giorno di Scuola**, il docufilm del regista pesarese **Mauro Santini**, i cui protagonisti sono i giovani studenti di Pieve Torina. Il film racconta lo scorrere delle semplici giornate di lezione degli alunni della scuola primaria, testimoniando la ritrovata serenità del vivere quotidiano nella sicurezza del nuovo edificio antisismico. Un racconto visivo che abbraccia anche il territorio circostante, con uno sguardo anche su alcune delle trentacinque frazioni di cui si compone il comune di Pieve Torina. Un secondo video è stato realizzato con il concorso delle ragazze e dei ragazzi della scuola secondaria coinvolti direttamente nelle riprese, nel tentativo di raccontare la scuola dal suo interno, con un progetto didattico concordato insieme alle docenti. Il progetto ideato e curato da **Offsetcamera**, promosso e finanziato da **Succisa Virescit**, il gruppo di privati di cui fa parte anche **Boxmarche**, che ha reso possibile la costruzione del nuovo plesso, è stato selezionato da **Fondazione Marche Cultura** e **Marche Film Commission**, il cui contributo è stato erogato grazie a uno specifico bando che favorisce interventi culturali nell'area del cratere. Il film sarà indirizzato ai festival particolarmente attenti al genere 'Cinema del Reale' (Torino Film Festival, Cinema du Reel di Paris, Vision du Reel di Nyon, DocLisboa di Lisbona etc., tutti festival ai quali i film di Mauro Santini hanno già partecipato) e a canali televisivi e piattaforme di distribuzione online.

Boxmarche partner della stagione teatrale 2019 di Corinaldo



BUON NATALE e SERENO 2019 la Gente di Boxmarche



Rendiamo il cancro sempre più curabile.

15 dicembre

Serata di solidarietà Boxmarche a favore di AIRC

Dal 1965 sostiene con continuità, attraverso la raccolta di fondi, il progresso della ricerca per la cura delle patologie oncologiche e diffonde una corretta informazione sui risultati ottenuti, sulla prevenzione e sulle prospettive terapeutiche.

Alla base della nostra missione, valori e principi condivisi.

Si può donare a piene mani, la maniera di dare val molto più del dono