



## IL BIANCO DE 'I BIANCHI'

Da manuale il **bianco** è un colore con elevata luminosità, ma senza tinta e per questo è detto "colore acromatico". Ma esiste in realtà una vasta gamma di **bianchi** che comunemente, e specialmente nel mondo dell'arte, possiamo declinare in diverse sfumature, dal **bianco** avorio al **bianco** sporco, dal **bianco** optical al **bianco** latte...

Nella storia della maiolica italiana, con il termine **bianco** o meglio ancora "**bianchi**", si identifica una particolare tipologia ceramica che ha fatto del suo colore dominante il suo nome! In pieno Rinascimento, l'**esplosione del colore** in ogni sua forma ha reso unici e irripetibili capolavori assoluti dell'arte e anche nelle arti applicate, si poté assistere ad una ricerca continua di nuovi accostamenti, nuove sfumature, che quasi in competizione con la natura, potessero esprimere la gioia e la vivacità di un'epoca storica senza eguali.

Sul finire di questo periodo di rinascita, dalla metà del XVI secolo, si assiste ad una "rivoluzione cromatica" in campo ceramico; tutti i colori vivaci declinati con mezze tinte che avevano caratterizzato i grandi servizi da tavola istoriati, specie del Ducato di Urbino, sembrano annullarsi per lasciare spazio al **bianco** ottenuto con un rivestimento più o meno consistente di smalto ad alta percentuale di stagno. Così quel percorso di ricerca, e molte sperimentazioni, che aveva portato i figli del Quattrocento ad arricchire il repertorio decorativo fatto di tratti color **verde** ramina e **bruno** manganese con tocchi di **blu** cobalto e **giallo** ferraccia, sembrava davvero essere giunto al termine.

È come se le superfici concave e convesse avessero fatto scivolare il colore sugli orli vertiginosi di coppe, rinfrescatoi e crespine, lasciando spazio alla tinta neutra di fondo... ecco allora che si afferma prepotentemente una moda dettata da un nuovo gusto estetico ma anche da esigenze pratiche.

Infatti la richiesta di vasellame **bianco**, candido, con piccoli decori araldici o floreali che lambiscono i bordi o evidenziano il centro fisico dell'oggetto, nasce anche da un fatto di natura igienica. Sulle mense del XVI secolo, specie delle classi meno abbienti, si mangiava in scodelle di legno. Con l'usura tali manufatti assorbivano le sostanze liquide del cibo, specialmente quelle più grasse, causando nel ▶

Il volgo s'inganna  
pensando che i colori  
sieno qualità degli oggetti;  
quando lo sono della luce.

Giacomo Leopardi

tempo sgradevoli situazioni in cui diventava davvero difficile riconoscere il sapore del cibo, corrotto dai cattivi odori. Se alcuni si potevano permettere vasellame metallico, si optava spesso per il più economico peltro di tradizione nordica, ma anche questo materiale, graffiato con le posate e corroso dall'ossidazione, rilasciava sostanze sgradevoli. Così poter mangiare su di un piatto di maiolica **bianca** non era così scontato... Il candido vasellame era bello, facilmente lavabile, fragile ma abbastanza resistente per durare e soprattutto capace di esaltare con il proprio candore il cibo che accoglieva senza lasciare alcuna traccia nel sapore. Sul mercato iniziò di conseguenza una richiesta sempre maggiore di tale vasellame, semplice ma allo stesso tempo rivoluzionario, abbastanza economico e versatile per adattarsi a qualsiasi esigenza decorativa. Infatti la nobiltà italiana ed europea volle sovente impreziosire i propri servizi da mensa tutti **bianchi** con piccoli stemmi, evidenti segni distintivi per affermarne la proprietà ma soprattutto per esaltare il proprio casato. A primeggiare in Italia nella produzione di questa tipologia ceramica fu la città di Faenza che già dagli anni Quaranta del Cinquecento vide una produzione rilevante per il mercato interno e per le esportazioni. Tanta fu la fama di tale vasellame che la maiolica **bianca** venne chiamata in Europa *faïence* e in Italia semplicemente "i **bianchi**" di Faenza. L'importanza del neologismo *faïence* per maiolica, che ha legato per sempre il toponimo al prodotto artistico di una città quale Faenza, fu subito evidente presso i contemporanei dell'innovazione di successo, ovvero quei "**bianchi**" celebrati incessantemente in trattati, poemi e documenti vari. La diffusione capillare di ceramiche **bianche** faentine, portò la nuova tendenza estetica anche nei centri produttori delle Marche: principalmente a Castel Durante, Urbino e Pesaro ma anche in realtà minori non ancora indagate. Ne è un esempio il bel piatto che si conserva al Museo Civico di Corinaldo dove campeggia, a lambirne l'orlo, l'elegante stemma policromo della famiglia Orlandi.

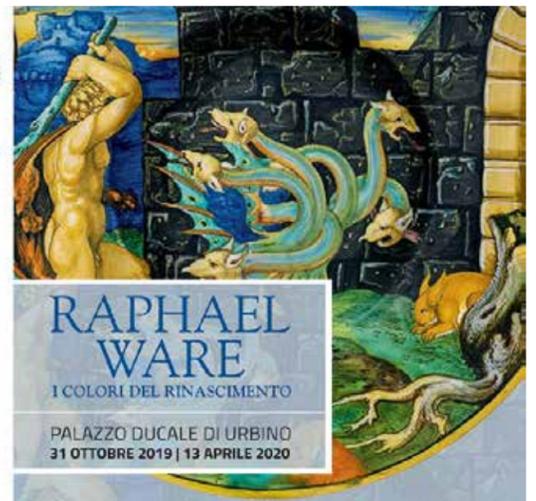


Claudio Paolinelli  
Professore di Storia della Ceramica  
Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Urbino

L'opera tardo cinquecentesca, nel tipico stile "compendiario" cioè risparmiato, con poche decorazioni leggere e stilizzate, si mostra nel suo candore. A rubare la scena allo stemma, il foro centrale realizzato quando il piatto non fu più ritenuto idoneo per la mensa, forse messo da parte perché non più alla moda o superstite di un ampio servizio andato in frantumi. Quel foro, benché ne rovini la percezione estetica, è significativo in quanto evidenzia la persistenza di certi oggetti che sopravvivono ai legittimi proprietari e ai gusti delle epoche. Un foro preciso, realizzato con un trapano per farvi scorrere la corda di sospensione di un salume e quindi salvarlo dagli attacchi dei roditori. Questa è la forza e la bellezza di una maiolica **bianca**: glorificare una famiglia di alto lignaggio, esaltare del buon cibo, salvare un salume dall'appetito di un insalubre roditore.



**RAPHAEL WARE.**  
**I COLORI DEL RINASCIMENTO**  
31 ottobre 2019 - 13 aprile 2020  
prorogata fino a settembre 2020  
Urbino, Palazzo Ducale  
Mostra a cura di  
Timothy Wilson e Claudio Paolinelli.  
Direzione di Peter Aufreiter



In occasione del Natale

2019, Benetton ci ha espresso la necessità di un restyling del packaging per diverse tipologie di prodotti, da esibire nelle vetrine di tutti i punti vendita. Si è sviluppata così una sinergia tra Boxmarche e il Marketing Benetton, che ha portato alla creazione di una nuova confezione con una grafica natalizia. Sottoposto e approvato dalla rete commerciale, il nuovo packaging è stato poi adattato ed esteso alle linee istituzionali del brand Benetton utilizzando il mix cromatico che ne caratterizza l'identità. Sulla nuova forma della confezione hanno trovato quindi spazio il verde, il blu oltremare, il celeste, il fucsia, il giallo, l'arancio...i colori globali che da sempre riconducono al mondo di United Colors of Benetton. Il packaging, dalle linee semplici e regolari, studiato in diversi formati per contenere le principali tipologie di prodotti, si è così colorato dell'allegria, vivace filosofia cromatica di Benetton per soddisfare al meglio gli acquisti dei propri clienti. Per noi di Boxmarche è stata una bella, colorata, interessante esperienza di concreta e utile collaborazione. La passione per il lavoro è un maglione troppo largo per indossarlo da soli.

Eleonora Sagrati, Michele Pierfederici  
Boxmarche Customer Desk

**CON BENETTON.  
UNA COLLABORAZIONE  
COLORATA.**



Fork More!



Fork, un concetto unico di food retail con estesa presenza in Cile, nasce nel 2017 con una grande sfida: essere leader della imminente rivoluzione alimentare con un prodotto da sempre stigmatizzato e criticato: il piatto pronto. Nello sviluppo dell'idea ci concentrammo su pochi valori essenziali: qualità della materia prima, qualità nell'esecuzione, convenienza e sostenibilità. Crediamo profondamente che siano questi gli ingredienti per la ricetta del successo in un settore - l'alimentare - molto concorrenziale e continuamente cambiante. Per tradurre questa volontà in un business redditizio e di rapida accettazione da parte del pubblico, abbiamo scommesso su una

tecnologia e un packaging di punta. La nostra scelta tecnologica per il packing dei piatti pronti fu l'atmosfera modificata (map), per garantire una shelf life ragionevole, mantenendo intatta la freschezza, l'apporto nutrizionale e senza ricorrere a trucchetti - quali i preservanti. Però, come trasformare un piatto pronto di plastica con il look della mensa dell'ospedale in un prodotto di moda, divertente e sostenibile? La risposta è solo una: **Halopack**. L'unico packaging che permette l'uso del map senza rinunciare ai colori e design di un packaging che dá valore al prodotto, realizzato con materiale riciclato e riciclabile. A questo Fork ha aggiunto il suo stile e il suo modo di scherzare con le regole del gioco: i colori e le scritte di questa scatoletta magica si sono alternati nel tempo, migrando dal bianco al cartone, dal potenziamento della marca al rafforzamento dei nostri valori: i clienti



hanno assolutamente apprezzato il nostro marchio differenziatore. All'interno, il cliente può spaziare dalla polenta e stracchino alla caponata, dal riso chaufá al salmone con quinoa: una miscelazione di ricette internazionali, locali ma con un occhio di riguardo al Made in Italy. Una scommessa assolutamente vinta: oggi siamo una catena con più di 15 punti vendita di proprietà, commercializziamo oltre 20.000 porzioni settimanali, con una varietà di oltre 50 prodotti a elaborazione propria, apprezzati dai nostri clienti, nuovi e *seriali*, e ci manteniamo coerenti con la proposta iniziale di economia circolare, onesta e accessibile a tutti per il bene delle persone che ci mantengono e la terra che ci ospita. Per Fork, *sky is the limit!*



Albertomaria Franzoni  
Direttore Strategia Prodotto\_ForkChile

Boxmarche è produttore e distributore esclusivo **Halopack** per l'Italia



scopri di più su Halopack

Io e il trapping

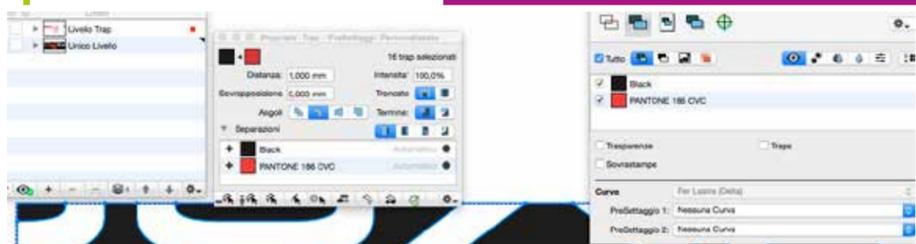
In un "incontro di parole" tenuto in azienda, mi è stato chiesto di associare una parola (la prima che veniva in mente) alla realtà Box Marche. Nel mio pensiero, una più di tutte, ha risuonato velocemente: Trapping. Una parola che sembra una gran 'parolona'; nella pronuncia quasi una parolaccia, e nella traduzione una mezza condanna (intrappolando)... tanto difficile (per me) da capire su due piedi e

soprattutto da applicare e farne un buon uso da subito. In due parole il Trapping è un metodo furbo per far sì che un colore confinante e diverso da un altro, passi delicatamente il proprio confine e si sovrapponga sull'altro colore affinché in fase di stampa i naturali fuori registro (gli spazi bianchi) che ci possano essere vengano grazie a questo metodo evitati e compensati. Questo strumento (conosciuto in

Ti fa capire ogni volta (perché ogni volta è diversa) che c'è un modo per lavorare sui colori (GLI UMORI), aggiustandone le distanze e le vicinanze ci si può umanamente accostare e passare, in punta di piedi, delicatamente i confini. Si evitano così gli spazi bianchi (I SILENZI) e quei naturali fuori registro (GLI SBANDAMENTI) che umanamente spesso si instaurano negli "spazi comuni"(I RAPPORTI UMANI). Dipende tutto dai colori, gli UMORI DI PRIMA, e allora quando il Trapping si veste umanamente di comprensione ed incontro, il LAVORO BEN FATTO diventa meravigliosamente nella vita di tutti i giorni .... un incontro BEN FATTO.

Il Trapping è un buon amico se applicato con pazienza e forza anche nella vita di tutti i giorni.

Gessica Pesaresi  
Boxmarche Prepress



# Next

idee & packaging

forNext

Per suggerimenti, idee, interventi scrivere a: [next@boxmarche.it](mailto:next@boxmarche.it)

Informativa ai sensi dell'Art. 13 GDPR - Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (UE/2016/679). 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](http://www.boxmarche.it) o rivolgendosi alla Box Marche S.p.A e-mail: [info@boxmarche.it](mailto:info@boxmarche.it), tel.071797891.

Silenzio.

Arrivavi in silenzio, ascoltavi in silenzio, stavi in mezzo a noi in silenzio sia che partecipassi ad un consiglio di amministrazione, ad una cena o in un viaggio... Con la tua silenziosa presenza riempivi i nostri cuori, le nostre coscienze, le nostre menti... Sì, perché tu eri un uomo dai profondi valori, ricco d'amore e di sentimento sincero; ti sei donato a noi con umiltà e passione, in silenzio, quasi avessi paura di disturbare... Quando mi (ci) chiamavi chiedevi sempre il permesso, "Toni, ti disturbo, posso?" dicevi con quella tua voce morbida...sapessi quanto ci faceva piacere sentire la tua voce, le tue parole...Sì, perché i tuoi consigli, le tue idee erano meravigliosi, erano profondi, erano di conforto per risolvere qualsiasi problema o per approvare qualsiasi progetto... Consigliere di "vita", ideale compagno di viaggio, amico leale, sincero... Ora sei passato dall'altra parte... è come se ti fossi nascosto nella stanza accanto! Noi siamo sempre noi e tu sei sempre tu. Quello che eravamo prima l'uno per l'altro lo siamo ancora. Continua a ridere di quello che ci faceva ridere, di quelle piccole cose che tanto ci piacevano quando eravamo insieme. Prega, sorridi, pensaci! La nostra vita conserva tutto il significato che ha sempre avuto...è la stessa di prima. Non siamo lontani, Sandro, siamo solo dall'altra parte, proprio qui dietro l'angolo. Rassicuriamoci, va tutto bene. Grazie Sandro per averci lasciato la bellezza del Silenzio... un Silenzio Assordante.

Toni(no) Dominici

20 anni. Ero convinta ci saresti sempre stato. Uno strappo al cuore, la disperazione della fine e poi uno sgomento che si poteva respirare. Ma sopra il cielo di Jesi, assieme ad un dolore straziante, si è riversato tutto l'amore che avevi generato con la tua vita. Misurato, riflessivo, silenzioso. Ti si scopriva piano. In realtà eri "appassionato". Dal ciclismo al design, dalla Harley all'arte, dai viaggi alla Juventus, dalla cultura di impresa alla buona tavola, la tecnologia, la meccanica, la solidarietà, i giovani. Per ogni passione l'energia per coltivarla, sapendo essere serio e scanzonato. Ti ho visto, sempre adeguato, rivestire ruoli nel mondo industriale, e sotto il sole della Jamaica, con le treccine rasta, giocare a "Buco mio Buco tuo" con i ragazzi dell'animazione. Ti ho visto reinventare la tua azienda investendo sulle persone, e ridere alle barzellette di Tonino sui pullman che ci portavano a scoprire le aziende da cui imparare nel mondo. Ti ho visto con la tua bellissima famiglia, festeggiare a sorpresa i tuoi 60 anni, cantando "Caterinella" con intorno l'amore e il coro di amici vecchi e nuovi. Ti ho visto, innamorato dei "trucioli", mettere piante di limone in officina e raccontare il futuro della tua Azienda con una capacità di visione rara. Ti ho scarabocchiato la faccia con le matite bianche e nere per la finale di Champions, festeggiando non la vittoria, ma la vita, in mezzo a un campo di grano. E ti ho visto ricostruire una scuola, investire nel restauro di opere d'arte. Hai dato un altro senso alla parola "Lavoro". Nutrire amicizie che diventano parte della famiglia, restituire valore al territorio, avere cura dei più deboli, investire nei giovani, rispettare le persone. Hai interpretato il lavoro come strumento per evolvere verso la versione migliore di sé. Ho perso un riferimento importante per ogni consiglio, progetto, idea. Ho perso un amico. Ma sono stata fortunata ad incrociare il tuo cammino, perché a te devo la mia sete di imparare, la curiosità di scoprire, la capacità di annusare venti nuovi, l'amore per la contaminazione, per la cura delle relazioni, la voglia di restituire, il rispetto per le persone.

Mi hai lasciato un'eredità morale preziosa. Una eredità da nutrire.

Antonella Cipollone

Carissimo Sandro, ti scrivo, a nome anche degli amici e colleghi della comunità scientifica, imprenditoriale e sociale con cui condivido progetti che hanno al centro l'imprenditorialità civile, l'eccellenza imprenditoriale, la responsabilità sociale, di cui sei stato e sarai sempre testimone illuminato. In particolare, penso ai colleghi dell'Ateneo di Urbino che solo poco tempo fa, lo scorso dicembre, erano con me ad apprezzare la tua testimonianza e quella di Paradisi Srl presso la sede di Fano dell'Università degli studi di Urbino, assieme agli amici Tonino Dominici e Giuliano De Minicis. Ho avuto l'onore e il piacere di conoscerti e di "camminare un po' assieme a te" condividendo alcuni dei tanti progetti che hai saputo suscitare e alimentare. Ora rivolgo ai tuoi cari, a partire da tua moglie Alessandra, tua sorella Tiziana, dalle meravigliose figlie Emma e Gaia che abbraccio con affetto, e a tutta la comunità dell'azienda Paradisi, la mia vicinanza nella preghiera, per condividere il grande dolore della tua partenza verso una nuova dimensione di vita. Il tuo cuore di uomo e imprenditore continua a battere e scaldare il cuore e la mente di chi ti ha conosciuto, e come me si sente responsabile nel continuare a diffondere l'insegnamento che hai saputo trasmettere, dando forma e sostanza a progetti in cui il bene per le persone e la comunità sono sempre al centro. Grazie Sandro, per la gioia, l'entusiasmo e l'apertura fiduciosa che solo le persone buone, come te, regalano.

Mara Del Baldo



**A Sandro Paradisi che ha colorato le nostre vite**

Che diremo all'amico che dorme? La parola più tenue ci sale alle labbra dalla pena più atroce. E non c'è tempo per comprendere, tempo per sperare, tempo per accettare il silenzio. Parleremo allora alla notte che fiata sommessa di un uomo giusto, buono e lieve come un arcobaleno. Parleremo di sorrisi, ironie, sguardi che incontreremo ancora nei nostri ricordi più preziosi. Parleremo di attenzioni e gesti silenziosi donati per alleviare altrui fatiche e sofferenze. Parleremo di una mitezza elevata a virtù contagiosa. Parleremo di uno sguardo limpido e vero, curioso rivolto continuamente al nuovo, ai percorsi mai battuti. Parleremo di coraggio e tenacia, sfida permanente alle difficoltà del quotidiano. Parleremo di umiltà e saggezza, consapevolezza e conoscenza. Parleremo di amicizia leale e generosa, di disponibilità e altruismo. Parleremo di tenerezza e soavità, di vicinanza e nobiltà d'animo. Parleremo di radici recise che ricrescono nella condivisione, nella solidarietà appassionata e vera. Parleremo del nostro cuore spezzato per sempre di nostalgia. Parleremo di te, parleremo di Sandro senza altro parlare...

Giuliano De Minicis e gli amici della Fondazione Succisa Virescit e Accademia della Tacchinella

Siamo operativi, garantiamo la continuità del nostro lavoro, nel rispetto delle persone, osservando le più rigide direttive di sicurezza. Crediamo nei comportamenti responsabili e collaborativi di tutti.

**POSSIAMO CONTENERLO. INSIEME.**

**BOXMARCHE**  
idee & packaging dal 1969

DAL 5 MARZO AL 2 GIUGNO 2020  
**RAFFAELLO**  
ROMA, SCUDERIE DEL QUIRINALE

RAFAEL DA URBINO Quanto largo e benigno si dimostri talora il cielo collocando, anzi per meglio dire, riponendo e accumulando in una persona sola le infinite ricchezze delle ampie grazie o tesori suoi, e tutti que' rari doni che fra lungo spazio di tempo suol compartire a molti individui, chiaramente poté vedersi nel non meno eccellente che grazioso Rafael Sanzio da Urbino.

Giorgio Vasari 1550



I colori sono i sorrisi della natura  
**BUONA PASQUA**  
La gente di Boxmarche