



Un tour sul territorio e nelle industrie marchigiane fra Ancona, Macerata e Pesaro apre un mondo di storie di famiglia, abilità artigiane, ingegno e autentica passione

Testo di ISABELLA BREGA

Fabbriche aperte

Cesare Bora

Un colle, una siepe, una delle poesie italiane più amate. Nell'*Infinito* di Leopardi quella barriera vegetale sul monte Tabor di Recanati che preclude lo sguardo e nega al poeta la consolazione dell'orizzonte è uno stimolo per l'immaginazione. "Per poco il cor non si spaura", eppure Giacomo, prigioniero di un paese piccolo e provinciale, trasforma quell'ostacolo in un'opportunità per andare oltre i propri limiti.

Allo stesso modo nel secondo dopoguerra, facendo leva sulla propria intraprendenza e trasformando un elemento di debolezza come la mancanza di grandi centri urbani in un punto di forza, gli abitanti delle piccole Marche hanno saputo spezzare il proprio isolamento e traghettare un mondo agricolo e atavicamente immobile in una delle aree italiane più dinamiche e industrializzate. Un modello per il Paese negli ultimi venti anni del Novecento, con un'imprenditoria diffusa e uno sviluppo senza evidenti squilibri territoriali che, pur privilegiando la costa, coinvolge in modo uniforme ed equilibrato l'intera regione. Un passaggio non facile dalle forme tradizionali di una società agricola improntata sulla mezzadria a una rete capillare di laboratori e imprese manifatturiere basate su aziende a conduzione familiare e, almeno inizialmente, con un significativo ricorso al lavoro femminile e a domicilio, che nel Novecento ha avuto come prima conseguenza una sensibile emigrazione. Molti sono partiti ma molti sono anche tornati con idee nuove, frutto di uno spirito di



Antonio Nanni - Italia 31



Alessandro Giambertoni

osservazione e di una capacità di interpretare il domani partendo dal sapere di ieri. Quello che ho potuto cogliere grazie alle visite guidate proposte da *Visit Industry Marche* in tutta la regione per promuovere e valorizzare il territorio e la cultura d'impresa. Un'originale proposta di turismo industriale e marketing territoriale capace di trasformare, mettendolo a sistema, uno straordinario patrimonio di luoghi, eccellenze locali, competenze e know-how in un'importante leva di attrattività per le Marche.

Dal distretto cartario di Fabriano a quello calzaturiero del Fermano Maceratese, dal comparto del mobile di Pesaro Urbino a quello agroalimentare di San Benedetto del Tronto la crescita e la vocazione internazionale dell'industria marchigiana sono frutto dell'evoluzione delle diffuse abilità artigianali del territorio ed eredi del settore agricolo sia per quello che riguarda le materie prime sia per la forza lavoro. Negli anni Ottanta grazie all'intuizione di un sacerdote, Don Corrado Catani, che già nel 1956 aveva importato le prime macchine tessili industriali e produceva anche il marchio Jesus, ha origine quello che è stato per decenni il distretto del blue-jeans di Urbania, nel Pesarese. Da qui nel periodo d'oro ogni giorno partivano 40mila capi e sempre qui nasce la lavorazione dello *stone wash*, striature ottenute con pietre come la pomice introdotte nelle lavatrici industriali. A un altro sacerdote con una duplice vocazione, ecclesiale e imprenditoriale, Don Lamberto Pigni, si deve invece molto dello sviluppo industriale delle province di Ancona e Macerata. Negli anni dei preti operai infatti si fa imprenditore per creare posti di lavoro e impedire alla propria gente di emigrare. Vice parroco di Castelvidardo, cuore del distretto della fisarmonica, che alla sua

ALLA SCOPERTA DI UNA REGIONE E DELLA CULTURA D'IMPRESA

Nella foto, Vittorio Livi della Fiam riflesso in uno specchio della collezione Venus da lui stesso disegnata. A fronte, in basso, Le Murrine della Fratelli Guzzini, che dal 1912 porta il Made in Italy nel mondo.



UN PROGETTO CHE VALORIZZA L'IDENTITÀ REGIONALE

massima espansione contava quasi 15mila addetti ed esportava in tutto il mondo, Don Pigni assiste negli anni '50 alla crisi del settore, causato dal cambio dei gusti musicali e all'introduzione dell'elettronica negli strumenti. Uomo con il cuore nella propria terra ma la testa nel mondo, decide così di investire sul futuro, dando vita a una serie di scuole di riqualificazione professionale e nel 1972 a Euroschool, per insegnare l'inglese ai bambini con il principio della ludodidattica. È l'inizio di un cammino che, attraverso la riconversione e la capacità di sfruttare l'indotto e i tradizionali mercati di riferimento internazionali del comparto della fisarmonica, intuendo gli spazi che si potevano aprire e partendo da questa unica matrice ha dato vita a una realtà plurima nel mondo dell'editoria didattica, della chitarra, del gioco educativo.

I grandi sogni nascono in piccoli posti. Se ci sono uomini di ingegno, di coraggio e di visione come Don Pigni, che coglieva il presente, intuiva il futuro e sapeva valorizzare i talenti delle persone. Come successo in quella che oggi è Pigni Group di Loreto, da lui affidata come amministratore delegato a Giuseppe Casali. È il 1972 infatti quando Don Lambert, per stampare il materiale per i suoi centri di formazione, fonda a Loreto Tecnostampa (che ora insieme a Rotopress produce annualmente oltre 50mila tonnellate di carta stampata, dai libri d'arte ai quotidiani, alle riviste). Nel 1977 dà vita alla Eli, casa editrice didattica che negli anni '80 ottiene i diritti per pubblicare le storie di Paperino e Topolino in latino e che ora, con oltre 300 titoli cartacei all'anno (oltre a un centinaio di app ed e-book), è leader per i testi della scuola primaria, nel settore delle lingue per la secondaria e unico editore italiano a vendere corsi didattici in oltre 100 Paesi. Ha 70

anni Don Lambert quando intuisce il talento di un giovane disegnatore, Iginio Straffi, che per la Eli produrrà alcuni cartoni animati e nel 2004, con la Rainbow, porterà alla nascita delle Winx, le fatine amate in tutto il mondo. Il fiuto commerciale è evidentemente una prerogativa dei Pigni. Nel 1959 si deve infatti al fratello di Don Lambert, Oliviero che, a seguito di un viaggio negli Usa ha colto il cambiamento in atto nella produzione degli strumenti musicali, la fondazione a Castelfidardo della Eko, storica azienda di chitarre che in poco tempo arriva a essere leader europeo e a competere con grandi marchi come Fender e Gibson. In quel periodo circa il 15% delle chitarre suonate nel mondo sono della Eko, che occupa ben 500 persone. Purtroppo nel 1967 un infarto priva l'azienda del suo comandante, Don Lambert cerca di continuare l'opera di Oliviero ma la crisi del settore, dovuta principalmente alla concorrenza dei produttori asiatici, costringe alla chiusura. Dopo vent'anni però Don Pigni (che tiene per sé solo la presidenza) e Giuseppe Casali fanno ripartire l'azienda che, grazie all'impegno dell'amministratore delegato Stelvio Lorenzetti e a importanti accordi di distribuzione con marchi internazionali, si riprende significative quote di mercato e clienti come i Jackson Five. Come ho potuto cogliere ammirando gli scintillanti esemplari che fanno bella mostra di sé insieme a foto e manifesti nel museo aziendale. Oggi la Algam Eko, con sede a Montelupone, Bandiera Arancione Tci, non dorme sugli allori ma guarda avanti e, grazie anche al maestro liutaio Roberto Fontanot, che passa con disinvoltura dalle riflessioni sul senso della vita alle caratteristiche tecniche dello strumento, sta sviluppando una chitarra adatta ergonomicamente alle donne.

Alla Fratelli Guzzini piovano bottigliette di plastica. Lo spot televisivo della storica azienda di Recanati che ha portato nel mondo il gusto italiano non lascia dubbi sull'attenzione alla sostenibilità che ne connota ora gli sforzi e sulla certezza che i rifiuti di plastica devono essere non un problema ma un'opportunità. Capacità di interpretare e influenzare il mercato unita alla ricerca sui nuovi materiali e a un'attenzione al mondo del design, la Fratelli Guzzini si apre al mondo con intelligenza e sensibilità. Una visita alla loro realtà è un tuffo nel colore, nella materia, nelle linee ma anche nell'ottimismo. Una storia, quella dei fratelli Guzzini, iniziata con Enrico, che emigrato da Recanati in Argentina, al suo ritorno nel 1911 con il background appreso nel quel Paese comincia a produrre oggetti in corno di bue, come posate per insalata e tabacchiere. Sono i primi passi di quella che, dall'introduzione nel 1931



Isabella Berge (2)



Sopra, a sinistra, foto degli anni '60 di una vetrina con le chitarre della Eko; a destra, immagine storica di un laboratorio di fisarmoniche.



Sopra, a sinistra, Villa Miralfiore, del XVI secolo, in primo piano le poltrone Ghost di Ron Arad; a destra, visita alla Algam Eko di Montelupone.



Sopra, *Le tavole della legge* di Emilio Isgrò, una delle opere di artisti e designer realizzate da Fiam e ospitate nelle cantine di Spazio Miralfiore.

della galatite all'utilizzo nel 1938 degli scarti di produzione del metacrilato (usato per i finestrini degli aerei), porterà i tre figli di Enrico a lavorare questo materiale per produrre oggetti per la casa. Nel dopoguerra l'azienda brevetta il *two tone*, una tecnologia bicolore a iniezione, mentre negli anni Cinquanta dà vita a pezzi termoformati e inizia dialogare con designer internazionali. Primo fra tutti Charles Josten, ma anche Luigi Massoni, Ornella Noorda, Ettore Sottsass e tanti altri che, grazie ai Guzzini, portano nelle Marche quella cultura del design che ha aperto la strada ai vari Frau o Ariston. La terza generazione, capitanata da Domenico, presidente anche dell'ecosistema Paesaggio Eccellenza, che ha dato vita a *Visit Industry Marche*, continua ad anticipare il futuro, lavorando sul tema della sostenibilità, con prodotti ricavati da scarti di biomasse vegetali, il polipropilene riciclato, e soprattutto con il *repet* ricavato dalle bottiglie di plastica. Ma anche con progetti come quello che a breve la vedrà impegnata a fornire le stoviglie in *repet* per un villaggio ecosostenibile alle Maldive, lanciando contemporaneamente un'iniziativa per ripulire il mare e le spiagge dell'arcipelago dalla plastica, che sarà conferita a un trasformatore per darle una nuova vita.

Da 60 anni Clementoni vuol dire giochi. Anche Mario Clementoni lavorava nel mondo degli strumenti musicali, commercializzando le pianole giocattolo Bontempi. E al mondo dell'infanzia decise di dedicarsi quando, dopo aver reclutato manodopera femminile, con la moglie Matilde aprì la sua azienda a Recanati, scegliendo un settore atipico per l'epoca, quello del gioco educativo in scatola. Mario era un creativo e disegnava i propri prodotti, come il mitico *Sapientino*, del 1967, il capostipite dei giochi educativi, che via via si sono adeguati ai tempi. Oggi l'azienda,

condotta dai figli, copre l'intera filiera, dall'ideazione alla commercializzazione, e ha grandi numeri: circa 400 operai, produce 30 milioni di pezzi, 1.500 prodotti nuovi all'anno e un fatturato annuo di 211 milioni di euro.

Dimenticate le sagre di paese e le balere. La fisarmonica è una cosa seria, con straordinarie potenzialità. Eppure questo strumento estremamente versatile è ancora prigioniero di se stesso e dell'opinione comune che lo relega al ruolo di Cenerentola: strumento facile, popolare, per musica facile, popolare, qualcosa che sa di antico, di cose passate, di provincia sonnolenta. Nulla di tutto questo. Quello della fisarmonica è un mondo attivo, vivace, propositivo. Giovane e persino "trasgressivo", come quella fisarmonica che Pilar, arrivata a Castelfidardo dalla Spagna per vedere dove era nata la sua fisarmonica Pigni, si è addirittura fatta tatuare sulla schiena, con tanto di logo in bella mostra. Se Recanati è il luogo dell'anima marchigiana, capace di trasformare i limiti in occasioni, Loreto, con la sua importanza religiosa, è stato il centro per fiere, commerci e opportunità grazie alla presenza dei tanti pellegrini. Come quello, forse austriaco, che intorno al 1850 dimentica uno strumento a mantice nella casa di Paolo Soprani, che lo studia e lo modifica, inventando in questa zona, che già vedeva all'opera piccoli produttori di organetti, l'industria della fisarmonica. A Castelfidardo la tradizione è portata avanti dai fratelli Pigni, Massimo e il figlio Federico, e Francesca, vera *passionaria* della fisarmonica. Il tour nel loro laboratorio artigianale mi ha dato l'opportunità di conoscere il ciclo di produzione di questo strumento, composto da ben 12mila pezzi, e di apprezzare tutta la passione per il bello e il ben fatto italiani, espressioni dell'intelligenza tattile



Nella foto sopra, a sinistra, una veduta di Ancona, dominata dalla cattedrale romanico-bizantina di S. Ciriaco; a destra, le grotte di Frasassi.

dei polpastrelli delle maestranze marchigiane. Frutto di una straordinaria eredità culturale, potente mezzo evocativo del legame con un territorio ricco di arte e cultura e fonte di interesse turistico per la sua espressione del *genius loci*. Profuma di mare, di terra e di qualità la storia di Umani Ronchi, famiglia di viticoltori che, partendo da Cupramontana, dal 1957 valorizza il patrimonio vitivinicolo marchigiano, patria del verdicchio, ma anche abruzzese, terra del montepulciano. Una delle molte eccellenze enogastronomiche della regione, alcune con un secolo di storia, apprezzate in tutto il mondo: dal vino ai distillati, dalla frutta alle bibite. Da Massimo Bernetti al figlio Michele, che oggi ne regge le sorti, le tappe del successo iniziano dalla vittoria nel 1997 dell'*International Wine Challenge* e il premio come *Miglior Vino Rosso dell'Anno* con il Pelago 1994. Oggi lungo la costa dell'Adriatico, fra Marche e Abruzzo, 210 ettari divisi in 12 vigneti,

tutti a biologico, testimoniano l'impegno dell'azienda per valorizzare i vitigni minori come pecorino e lacrima di Morro d'Alba ma anche le grandi eccellenze, verdicchio, rosso Conero. Umani Ronchi produce 3,2 milioni di bottiglie all'anno e 20 tipi di vini, ed è presente in 60 mercati esteri. La bottaia di Osimo, ristrutturata nel 2000 insieme alla cantina, è un esempio di sostenibilità ed efficienza e di come tecnologia e design si possano integrare nel paesaggio. L'azienda punta anche all'eno-turismo di qualità grazie alle degustazioni al Wine Not?, il wine bar del rinnovato Grand Hotel Palace di Ancona, di proprietà della famiglia, ma anche alle tante esperienze in vigna e in cantina.

È un bimbo esile, con una grande testa riccia, si nasconde nel vasto parco incolto e sogna. Sogna di diventare un giorno il proprietario di Villa Miralfiore, abbandonata da tempo a se stessa e alle piante che la soffocano, e di risvegliarla



Nella foto sopra, a sinistra, Recanati, città natale di Leopardi; a destra, il presidente di Umani Ronchi, Michele Bernetti, e il padre Massimo.



L'abbazia di S. Vittore alle Chiuse (X sec.) a Genga, Bandiera Arancione.

dal suo sonno da Bella Addormentata. Sono gli anni Cinquanta e a Pesaro il piccolo Vittorio Livi è affascinato da questa residenza appartenuta a Sforza, Della Rovere, Medici e Albani. La sua è un'infanzia dura, costellata di sacrifici ma anche di grandi ideali. A otto anni con il padre fa l'ortolano nei giardini di Rocca Costanza, a 13 è garzone da un vetraio, frequenta la scuola d'arte e a 17 spicca il volo mettendosi in proprio. Ci vogliono trent'anni

perché il sogno diventi realtà. Il piccolo sognatore è ora un industriale. Nel 1973 ha dato vita alla Fiam, la prima azienda che è riuscita a piegare il vetro, ma non ha per questo smesso di sognare e tradito a se stesso. Nel 1992 compra la villa, la restaura con amore e rispetto e l'apre generosamente ai visitatori. Nasce così Spazio Miralfiore, museo che racchiude le opere in vetro di grandi artisti e i pezzi iconici disegnati per Fiam dai maggiori designer mondiali come Daniel Libeskind o Philippe Starck.

Dai giardini all'italiana alle cantine con opere di artisti come Pomodoro, Carmi, Isgrò, allo show-room ospitato nelle sale affacciate nel XVI secolo dagli Zuccari, Villa Miralfiore è il punto di arrivo ma anche di partenza di una vita sempre pronta a nuove sfide. La visita di questo luogo magico mi ha restituito il senso più profondo del turismo. Non una collezione di luoghi ma una storia di incontri, di strette di mano, di occhi negli occhi. Significa entrare nel percorso di un uomo che ha fatto del vetro, duro e fragile, trasparente e puro, un materiale duttile e versatile, trasformandolo da soprammobile a mobile. E trasparente, puro e tenace è Vittorio Livi, capace di unire sapere artigianale, innovazione tecnica, amore per il bello ma anche cuore e anima in una azienda perennemente in itinere. Così come il suo proprietario, pronto a lanciarsi in nuove avventure che si aggiungeranno a ricordi e cimeli personali nella "Stanza dell'Ego", di cui Vittorio conserva gelosamente la chiave in tasca. Quella stanza nella cui penombra un bambino riccioluto continua a sognare.

Un progetto unico

È un percorso di valorizzazione del patrimonio industriale, unito alla scoperta e promozione del territorio che lo ospita, che accresce il valore del brand e quello del territorio stesso. Grazie al progetto *Visit Industry Marche*, ideato da Paesaggio Eccellenza, un ecosistema di imprese, università e realtà pubbliche e private che operano nella regione, e dal gruppo turistico Goworld, specializzato in viaggi su misura in tutto il mondo, un ampio ventaglio di aziende abituate a ospitare solo clienti e fornitori aprono le porte a gruppi di visitatori e li conducono alla scoperta delle proprie realtà. Le proposte di itinerario, divise in sette aree tematiche (Luce, Suono, Carta, Gioco, Lifestyle, Futuro, Sapore), uniscono le produzioni industriali a luoghi della cultura, borghi, eventi, mettendo a sistema talento, competenze, processi creativi e patrimonio culturale e promuovendo l'identità delle Marche. **Info: visitindustry-marche.it.**

