

postatarget
creative

CENTRO NORD/00986/08.2018

VALIDO DAL 03/08/2018

a contatto con le Marche Cultura, Arte & Lifestyle

N°2 Dicembre 2018 - Anno XIII
www.marchedarte.it



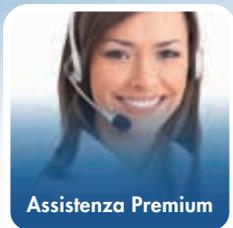
marche d'arte da

eventi
arte
enogastronomia
spettacolo
tradizione



ENGLISH TRANSLATION

www.iptelecom.it



Assistenza Premium



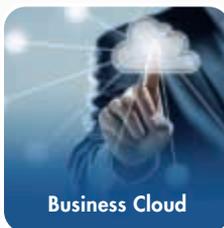
V-pbx



Connettività



Messaggistica



Business Cloud



Applicativi



Cyber Security



Data-Center

IP telecom Srl
S.P. Mezzina snc
63100 Ascoli Piceno
tel. 0736 6110



Un inverno ricco di arte, cultura, spettacolo: grandi eventi, prestigiose mostre, musei e contenitori culturali che si animano e si rinnovano, importanti opere d'arte che vedono le Marche protagoniste sul territorio e in giro per il mondo, con un'immagine sempre più forte e riconoscibile. Un'immagine sempre più connotata attraverso le spiccate peculiarità culturali, artistiche e creative che contraddistinguono la regione.

E come di consueto, tanti percorsi nella tradizione e nella tipicità del territorio, con excursus storici e culturali ma anche con veri e propri inviti all'assaggio, alla scoperta di prodotti e produttori d'eccellenza.

Come sempre, dunque, un buon viaggio a tutti!

Renato Pierantozzi
Direttore editoriale



m marche d'arte d'arte

a contatto con le Marche
Cultura, Arte & Lifestyle



Marche d'Arte
a contatto con le Marche - Cultura, Arte & Lifestyle
www.marchedarte.it

PICENI ART FOR JOB

Edizioni Piceni Art For Job SCC
Via dell'Airone, 21
63074 S. Benedetto del Tronto
Tel: 0735 657562 - Fax: 0735 651049
e-mail: edizioni@artforjob.it

Direttore editoriale:
Renato Pierantozzi - renato.pierantozzi@artforjob.it

Direttore responsabile:
Renato Pierantozzi - renato.pierantozzi@artforjob.it

Coordinamento editoriale:
Laura Ricci - laura.ricci@artforjob.it

Redazione: Laura Ricci, Nazzareno Menziotti, Germano Vitelli, Nikos Angelis

Progetto grafico e impaginazione:
Walter Malavolta - walter@ppylab.it

Fonti fotografiche: Piceni Art For Job (archivio fotografico - servizi F for Fake Comunicazione visiva), Germano Vitelli, Appy Lab, Ufficio Stampa Regione Marche, Camera di Commercio di Ascoli Piceno, Design Experience - Scuola di Ateneo in Architettura e Design "Eduardo Vittoria" (SAAD) dell'Università di Camerino, Archivio AMAT - Associazione Marchigiana Attività Teatrali, Comune di Ascoli Piceno, Integra Soc. Coop., Museo del Cappello di Montappone, Ditta Silvio Meletti, Dante Fazzini, Flavia Eleonora Tullio, Borgo Storico Seghetti Panichi, Associazione Culturale Medea

Traduzioni: Angela Arnone

Registrazione del Tribunale di Ascoli Piceno
15 aprile 2008, n. 465

Stampa: Fast Edit, Acquaviva Picena

Si ringraziano: Museo Archeologico di Ripatransone, Museo del Cappello di Montappone, Comune di Montappone, Don Angelo Ciancotti, Festival internazionale di musica antica "Gaudete!", Vincenzo Rossi, Giambattista Tofoni, Claudia Morganti, Dante Fazzini, Azienda Vitivinicola Ciu Ciu, Piceno Open, Enrico Paoletti e Figli, Borgo Storico Seghetti Panichi, Angelozzi Tartufi, Ristorante Papillon, Appy Lab, Integra Soc. Coop., Fideas, Ophiservice, Smarteam, Smart Consulting, Stones Fountain, IP Telecom, Adriatic Techno Park, Hotel La Perla Preziosa, Hotel Eurotel, Gourmet d'Italia, Alta Gamma, Bit Lounge, Nanopress, Xentek, Royal Row, Avel Lenttan, Fusion Wear, Claudia Cameranesi Elewedding, The Make Up Artist School, Gold Line, Gatti Gioielli, Sigismondo Capriotti, botteghe artigiane delle Marche

Redazione web: Guido Guidi Massi - guido.massi@artforjob.it
Laura Tommolini - laura.tommolini@artforjob.it

Web site: Liberi Cantieri Digitali

Anno XIII, n. 2, Dicembre 2018 - Distribuzione gratuita

SOMMARIO

- 3 Nuova vita alla Galleria d'Arte Contemporanea Osvaldo Licini
- 4 Il Museo Archeologico di Ripatransone
- 6 Lorenzo Lotto. Il pittore veneziano innamorato delle Marche
- 8 La Basilica Cattedrale di Sant'Emidio
- 9 Il Torrione di San Benedetto del Tronto
Intervista al castellano Vincenzo Rossi
- 10 Le opere di Osvaldo Licini in mostra alla Serenissima
- 11 Il San Francesco di Tiziano, dalle Marche al Brasile
- 12 Dante Fazzini: "L'arte è la mia libertà"
- 13 La Marca Verde in viaggio verso gli antichi giardini d'Oriente
- 15 A teatro
- 19 Requiem K 626 per Soli, Coro e Orchestra
- 20 Tra musica e natur.
La grande comunità eco-solidale di RisorgiMarche
- 23 XVI edizione del Festival Liszt
- 26 Non voglio mica la luna - A Wedding Web Series
- 28 Make-up, spettacolo e comunicazione
La stagione formativa 2019 della Scuola di Art For Job
- 32 I segreti del trucco cinematografico. *The Make Up Artist School*
- 36 Il design protagonista ad Ascoli
- 39 Avel Lenttan.
L'innovazione del lusso tra influenze globali e gusto italiano
- 43 Il Bouquet
- 47 Speciale paglia e pelletteria
- 48 Paglia e vimini nella tradizione marchigiana
- 50 I cappelli di Montappone, ieri e oggi
La tradizione del cappello nelle Marche
- 51 Cibarti - Le forme della paglia in cucina
- 53 Tolentino e il pregio del grande artigianato della pelle
- 54 Scarpe ma non solo
Origini e tradizioni della pelletteria made in Marche
- 55 Le aziende della pelletteria delle Marche
sul podio delle presenze a Lineapelle
- 59 Il merletto a tombolo di Offida nella storia e nell'arte
- 61 Incentivi per l'occupazione dalla Regione Marche
- 64 Scadenario delle agevolazioni finanziarie per le imprese
- 67 A San Benedetto il nuovo centro produttivo ed espositivo
dedicato agli artigiani
- 73 Il Piceno e le Marche al Salone del Gusto di Torino
- 74 Quasi 150 anni e non li dimostra
Storia e successi dell'Anisetta Meletti
- 76 Il Gelso, la bachicoltura e quei... fili di seta piceni
- 83 A Montedinove la mela regina dei Sibillini
- 86 Come affrontare il cambio di stagione.
Consigli per evitare carenze nutrizionali e rafforzare le difese immunitarie
- 88 Bibite Paoletti
Una bella storia italiana di frizzante passione
- 96 English abstract

Nuova vita alla Galleria d'Arte Contemporanea Osvaldo Licini



Un **restyling** in piena regola per valorizzare ancora di più le opere del grande maestro Osvaldo Licini e degli altri Maestri del Novecento, esposte alla Galleria d'arte contemporanea del polo culturale di Sant'Agostino ad Ascoli Piceno. Sono stati inaugurati a settembre i **nuovi spazi** che ora vedono la presenza di un **caffè letterario**, uno **spazio per bambini**, una **sala dedicata alle incisioni**, con tanto di corso di formazione ad hoc, e un rinnovato slancio anche per ospitare **mostre temporanee**.

Un **nuovo allestimento**, curato dall'**architetto Francesco Massari**, e reso possibile grazie alla **sinergia tra le cooperative Integra e Pulchra** insieme all'**associazione Arte Contemporanea Picena**, che servirà a rilanciare un museo che non sempre è stato apprezzato quanto merita dal grande pubblico, nonostante i capolavori che ospita.

Soddisfatti della nuova vita della galleria anche il sindaco Guido Castelli, il direttore dei Musei Civici, Stefano Papetti e il neo assessore alla cultura Piersandra Dragoni.

"Ascoli è l'unica città delle Marche che può contare su cinque musei - ha detto il **professor Papetti** nel presentare il nuovo allestimento - Inoltre la somma destinata annualmente sta a significare quanto rilevante sia l'impegno anche per l'arte contemporanea". "L'arte contemporanea - ha aggiunto l'**assessore Dragoni** - non è molto seguita. Ma è il presente che ci collega con il passato. Le cooperative coinvolte dimostrano che con la cultura si può creare lavoro".

Anche il **sindaco Guido Castelli** esulta. "La Galleria Licini - ha detto - torna alla cittadinanza con una ricca offerta di nuovi servizi e una veste completamente rinnovata.

Riapre dopo una pausa di qualche mese durante la quale si sono svolti lavori di ristrutturazione e riqualificazione che oggi valorizzano la struttura grazie alla nuova organizzazione e alla declinazione degli spazi. Una location per offrire non solo ai turisti ma anche ai cittadini e ai bambini nuove opportunità per una fruizione a tutto tondo del museo".

Sono stati **ampliati** anche i **giorni di apertura**: il **giovedì** e il **venerdì** dalle 15,00 alle 18,00, e il **sabato** e la **domenica** dalle 10,00 alle 13,00 e dalle 15,00 alle 18,00.

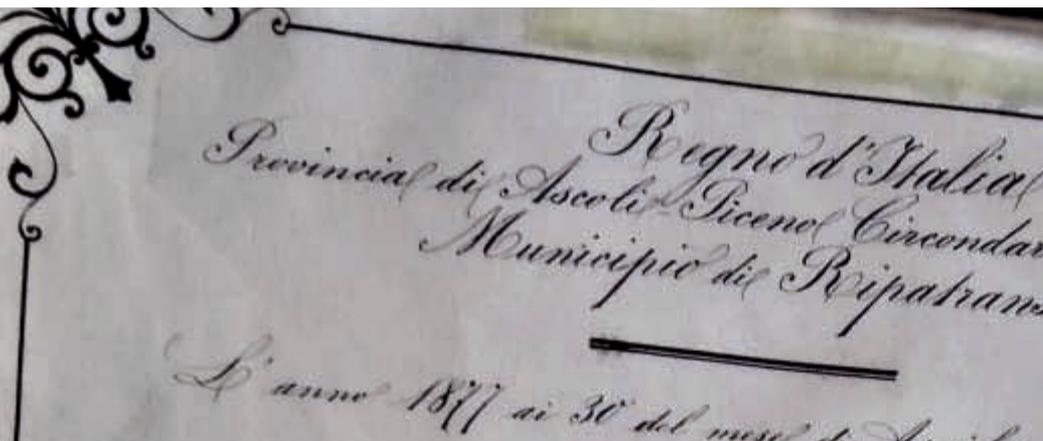
Negli altri giorni si possono sempre effettuare visite a richiesta da prenotare all'ufficio informazioni di Piazza Arringo. (333.3276129 - 0736.298213)

R.P.



Il Museo Archeologico di Ripatransone

Un pomeriggio all'insegna dell'Archeologia con l'operatore museale Ilene Acquaroli



Cosa significa per te lavorare come operatore museale?

Per me è una missione. Il museo è uno dei luoghi principali in cui si formano la cultura e l'identità del cittadino. Come operatore museale sento una grande responsabilità e, allo stesso tempo, spero di trasmettere la passione e l'entusiasmo per il mio lavoro ogni volta che qualcuno viene a visitare questo posto.

Quando inizia la storia del Museo Archeologico di Ripatransone?

È stato fondato nel 1877, quando **don Cesare Cellini**, Canonico della Cattedrale e Cavaliere della Corona d'Italia, con grande sensibilità per l'arte, decide di esporre la sua collezione di reperti in uno spazio destinato alla collettività.

Che arco temporale comprende l'attuale esposizione?

Dei circa 5.000 reperti del museo, ne sono esposti 400. L'arco temporale è notevole, dalla **Preistoria all'epoca medievale**. Il nucleo principale, anche in termini di quantità di resti rinvenuti, è dedicato alla **civiltà picena**.

A quando risale il primo insediamento documentabile di Ripatransone?

I primi insediamenti risalgono all'età eneolitica. Tuttavia Ripatransone, come centro abitativo, nasce solo nel **1205**, data in cui diventa libero comune. In epoca romana risulta essere, dalle fonti, una frazione facente capo all'*ager cuprensis*.

Sono presenti collezioni private?

Come si è arrivati all'attuale allestimento?

La collezione privata principale è quella del Cellini, nata unendo i vari reperti che i contadini locali trovavano fortuitamente nei propri terreni. Nell'Ottocento un punto di riferimento culturale era rappresentato dalla Chiesa, è per questo che i contadini, quando trovavano qualche oggetto insolito, si rivolgevano al prete del posto per sapere di cosa si trattasse.

Alla collezione Cellini si aggiunsero quelle delle famiglie locali, come le collezioni storiche dei marchesi Neroni, degli Sciarra-Condivi, delle famiglie Benvignati e Perazzoli, del marchese Alessandro Bruti Liberati e dei successivi donatori, tutti uniti dalla comune sensibilità di rendere fruibile il patrimonio archeologico del posto in cui vivevano.



L'attuale allestimento, realizzato dalla Soprintendenza Archeologica delle Marche tra il **1977 e il 1985**, segue il criterio cronologico e divide i reperti per forme e classi dei materiali, con un'attenzione particolare alla didattica: la Dott.ssa M. Silvestrini si è occupata della parte preistorica e la Dott.ssa E. Percossi della civiltà picena; l'Architetto Pierluigi Salvati della progettazione e del corredo didattico-didascalico, mentre la Dott.ssa Piattelli ha curato il settore numismatico della parte romana.



Da dove provengono i reperti?

Quasi tutti da Ripatransone. Nell'allestimento sono specificate le località dei ritrovamenti di ciascun reperto: Contrada Castagne, Fonte Bagno, Piazza di Coso, Macinadoro, Capo Termine, Brancuna, Trivio, Menocchia, Abaceto, San Giuseppe, Monte Bove, Colle S. Nicolò.

Potete anche notare, visitando il museo, **oggetti d'importazione**, provenienti da paesi limitrofi e da paesi più lontani (ceramica greca, italiota, vasellame etrusco), a sottolineare i rapporti di scambio economico e culturale che la civiltà picena intratteneva con le altre popolazioni.

Chi sono i Piceni?

È davvero un argomento molto vasto. Con "Piceni" si indica convenzionalmente la popolazione vissuta tra il **IX e il III secolo a.C.** in una regione storica delimitata a nord nella zona dell'Esino e, a sud, dal fiume **Aterno** (Pescara). La storia di questa civiltà è legata all'antichissimo rituale della primavera sacra (**ver sacrum**). Plinio il Vecchio nel III libro della *Naturalis Historia* dice "I Piceni sono nati dai Sabini per voto di Primavera Sacra" e Strabone, nel V libro della *Geografia*, aggiunge che in questo viaggio ebbero come animale totemico il picchio "picus", da cui presero il nome "Piceni".

Avevano abitudini simili alle nostre?

Sì, erano molto simili a noi, ne danno prova gli **oggetti di uso quotidiano** (anfоре, vasellame fittile, lucernari), **attrezzi per il lavoro** (rocchetti da telaio, fusaiole), **attrezzi per la guerra** (armature, pettorali, elmi, punte di lancia, pugnali, giavellotti, spade, asce), **monete, oggetti ornamentali** femminili (collane, pendagli, fibule, orecchini, bracciali e anelli).

Avevano delle buone **capacità artigianali** nella lavorazione dell'ambra e del bronzo. Davano molta importanza al **rito funerario**. Nell'aldilà il defunto portava con sé gli oggetti che utilizzava in vita.

Quali pezzi attraggono di più la curiosità dei visitatori?

Ad attrarre in maniera particolare i visitatori sono l'**urna cineraria monumentale** del I secolo a.C., con i resti del liberto Aulo Volumnio; la **tomba a fossa** con scheletro e corredo femminile, databile tra il VI e il V secolo a.C. rinvenuta nella necropoli picena di Contrada Capo di Termine, negli scavi del 1912; il **busto di Afrodite**, copia romana del II secolo a.C. che si rifà ad una scultura greca in bronzo del IV secolo a.C. e il **discobolo** databile al III secolo a.C., raffinatissima scultura greca in terracotta.

... e un reperto particolare?

Vi mostro dei reperti, a prima vista sembrano semplici oggetti di terracotta a forma di piccole brocche. Questi antichi manufatti, databili al VI secolo a.C., servivano per somministrare il latte ai bambini. Sono i **poppatoi, precursori dei moderni biberon**.

Sono stati rinvenuti nel 1890 durante gli scavi nella contrada Macinadoro. I vasetti poppatoi facevano parte dei corredi funebri delle donne e dei bambini morti prematuramente.

Notiamo le **due etichette che riportano il numero di catalogo e la scheda tecnica del reperto, poste proprio dal Cellini**. Tutti i reperti della sua collezione hanno questa caratteristica.

Sono **tra gli oggetti più affascinanti** di questo museo, hanno la **capacità di far viaggiare nel tempo, entrando nella sfera più intima della quotidianità di questa civiltà**.

La forma ergonomica permetteva una facile presa, il beccuccio era realizzato in modo da far uscire il liquido lentamente, il materiale fittile consentiva di scaldare e mantenere a temperatura il latte al suo interno.

Ci sono attestazioni di poppatoi utilizzati anche come sonagli, una sorta di *tintinnabula*, ottenuti ponendo al loro interno delle palline di argilla che avevano lo scopo di rendere l'oggetto un vero e proprio giocattolo dal cui suono il bimbo traeva serenità. Erano solitamente molto colorati.

Nikos Angelis



Lorenzo Lotto

Il pittore veneziano innamorato delle Marche

I rapporti di **Lorenzo Lotto** con le **Marche** hanno segnato profondamente la sua pittura. Nella nostra regione realizzò opere di **grande intensità pittorica e grande drammaticità**.

Nato a Venezia nel 1480, non si conoscono con certezza nozioni sulla sua formazione giovanile. È certo che la sua pittura mostra nei tratti tutta l'influenza dei grandi maestri che negli anni ebbe modo di conoscere, in special modo importanti esponenti del Rinascimento, come come **Albrecht Dürer** e **Raffaello Sanzio**, caratterizzarono particolarmente il suo stile.

Lotto, per il suo carattere anticonformista e mal disposto ai compromessi, lasciò ben presto la sua Venezia cercando attività e committenti, nel Nord e nel Centro Italia. Il suo lavoro non sempre apprezzato, lo costrinse ad una vita girovaga. Nel 1554, stanco e impoverito, diviene Oblato nella Santa Casa di Loreto, dove concluderà la sua carriera artistica dipingendo per i confratelli Lauretani, e dove morirà nel 1556-57.

Il **Vasari**, ne *Le vite de' più eccellenti pittori, scultori e architettori*, descrive **Lorenzo Lotto** come: "pittor veneziano, che dipinse a olio in Ancona la tavola di Santo Agostino, e lavorò in Vinegia infinite pitture. Ritrasse Andrea degli Odoni che in Venigia ha la sua casa molto adornata di pitture e sculture. Fece ancor nel Carmino di detta città, alla cappella di San Nicolò, una tavola; et figurette et animali in vari luoghi (...) Essendo anco questo pittore giovine et imitando parte la maniera de' Bellini e parte quella di Giorgione, fece in San Domenico di Ricanati la tavola dell'altar maggiore partita in sei quadri(...) Dopo queste opere, andando Lorenzo per Ancona quando appunto Mariano da Perugia aveva fatto in Santo Agostino la tavola dell'altar maggiore con un ornamento grande, la quale non sodisfece molto, gli fu fatto fare per la medesima chiesa, in una tavola che è in San Gianni e Polo di Santo Antonio arcivescovo di Fiorenza, et infinite altre cose che si veggono per Venezia. Fu tenuto molto valente nel colorito, leccato nella gioventù; e diletto di finire le cose sue".

Tuttavia la sua vita fu segnata da delusioni e insuccessi, una figura introversa e sofferta, che ha avuto la sua **rivalutazione artistica** solamente **dalla critica moderna dell'Ottocento**.



Pala dell'alabarda - 1539 Pinacoteca Civica Francesco Podesti - Ancona

Nelle Marche Lorenzo Lotto lascia 25 capolavori distribuiti in ben otto città: Ancona, Cingoli, Jesi, Loreto, Mogliano, Monte San Giusto, Recanati e Urbino.

Altre opere, invece, sono custodite nelle gallerie e nei musei più prestigiosi di tutto il mondo.

Per la prima volta, grazie ad una iniziativa del comune di Macerata insieme alla Regione Marche, 20 opere e 5 disegni del grande artista rinascimentale, sono esposti a **Palazzo Bonaccorsi di Macerata dal 19 ottobre 2018 al 10 febbraio 2019** nell'ambito della mostra "**Lorenzo Lotto il richiamo delle Marche**".

A Palazzo Buonaccorsi insieme alle opere di Lotto c'è anche la possibilità di ammirare opere di altri autori, come **Mantegna**. In parallelo, la mostra "**Lorenzo Lotto portraits**", alla **National Gallery di Londra dal 5 novembre 2018 al 10 febbraio 2019**, dà all'evento un carattere internazionale.

La data di chiusura della mostra di Londra coincide con la data di chiusura della mostra di Macerata, e le iniziative sono **in collaborazione con il Museo del Prado di Madrid e i musei lotteschi delle Marche**.

La mostra continua nelle otto città marchigiane nelle quali, di concerto con l'organizzazione generale, si può godere anche della bellezza degli altri 25 capolavori che l'artista ha lasciato alle nostre terre.



Ritratto di Andrea Odoni - 1527 Royal Collection - Windsor Castle

N. M.

Lorenzo LOTTO

IL RICHIAMO DELLE MARCHE

19 ottobre 2018
10 febbraio 2019

Macerata
Palazzo Buonaccorsi
Musei Civici

Centri lotteschi
Ancona, Cingoli, Jesi, Loreto,
Magliano, Monte San Giusto,
Recanati, Urbino

#lottonellemarche
www.mostralottomarche.it



www.mostralottomarche.it
www.nationalgallery.org.uk



La Basilica Cattedrale di Sant'Emidio



Il parroco don Angelo Ciancotti descrive le meraviglie del Duomo di Ascoli Piceno

Su piazza Arringo si affaccia maestosa la **Basilica Cattedrale di Ascoli Piceno dedicata a Sant'Emidio**, primo vescovo, patrono della città, protettore della popolazione contro il terremoto.

L'edificio presenta una **stratigrafia** molto interessante, frutto di innumerevoli adattamenti nel corso del tempo. Il basamento primitivo nasce sulla sezione marginale dell'antico Foro (corrispondente oggi all'attuale piazza Arringo) dalle fondamenta della Basilica Romana o di un tempio pagano.

La **facciata rettangolare**, interamente realizzata in travertino, pietra locale, è costruita tra il 1529 e il 1539, su disegno di Cola dell'Amatrice. Una chiara citazione classica: quattro imponenti colonne in rilievo la dividono in tre zone. Al centro, il severo portale con terminazione a timpano conduce all'interno della chiesa di aspetto romanico-gotico.

Sulla parete sinistra, appena entrati, si osserva un affresco di scuola giottesca (XIV secolo) rappresentante una *Crocifissione*, più avanti, il prezioso braccio reliquiario di Sant'Emidio (1482) di Pietro Vannini.

La **pianta si presenta a croce latina a tre navate** che terminano su absidi poligonali. Sull'abside centrale, più sporgente, ampliata tra il 1541-46, è posto il prezioso coro ligneo, stupendo capolavoro tardogotico.

Il pregevole **altare** in marmo, databile al XII secolo, è coperto dal **ciborio** realizzato nel 1895 dall'Architetto Giuseppe Sacconi. La navata centrale è scandita da una doppia fila di pilastri ottagonali che sostengono archi a tutto sesto e volte a crociera rinascimentali.

A ridosso del terzo pilastro, il **pulpito** in legno di noce, realizzato nel 1657-61 dall'intagliatore Paris Scipione di Matelica, presenta un barocco raffinato ed elegante.

All'altezza del presbiterio, la **cupola ottagonale** (databile all'XI secolo) e la pianta del battistero esterno richiamano la simbologia del numero "8" che nel pensiero medievale indicava la Resurrezione. Sulla navata destra, raggiungendo il transetto, si resta colpiti da una porta interamente cesellata con motivi floreali e con una ricca decorazione in stile veneziano ai lati: è la porta della attuale **sagrestia** (non sempre visitabile), realizzata intorno al 1414-25. Un ambiente coperto da volte a crociera costolata che custodisce, tra gli altri capolavori, la tarsia policroma firmata da Antonio Moys d'Anversa (1565) rappresentante la *Crocifissione di Cristo con Madonna e San Giovanni*.

Un passaggio interno della sagrestia porta alla Cappella del SS. Sacramento, meglio conosciuta come "**Cappella del Crivelli**" per la presenza al suo interno del celebre polittico dell'artista veneziano. "Opus Karoli Crivelli Veneti 1473", come si legge nel pannello centrale, raffigura al centro la Vergine in trono con il Bambino tra le braccia. Ai lati i Ss. Pietro, G. Battista, Emidio e Paolo. Nell'ordine superiore: Pietà con i Ss. Caterina d'Alessandria, Girolamo, Giorgio e Orsola. Lungo la base del polittico, Cristo e dieci Apostoli.



Cifre stilistiche del Crivelli sono il colore vivissimo e le figure a cui dà "grazia, movenza, espressione", uno spettacolo del nostro Rinascimento che ogni giorno affascina turisti provenienti da tutto il mondo. Luigi Lanzi commentava nella seconda metà del Settecento: "Per il succo delle tinte e per un nerbo di disegno questo pittore può a buon diritto chiamarsi pregevolissimo tra gli antichi". Ai piedi del polittico, un prezioso paliotto d'argento sbalzato (XIV secolo), con 27 formelle a gran rilievo che rappresentano episodi della vita di Cristo.

Continuando a percorrere la navata destra, le scale portano verso la **Cripta di Sant'Emidio**, databile all'XI secolo, realizzata per traslare le reliquie del Santo rinvenute al di fuori delle mura di Ascoli, nella zona in cui oggi troviamo il Tempietto di Sant'Emidio alle Grotte.

Una volta giunti nel succorpo si prospettano agli occhi del visitatore due meraviglie. Da un lato, i **cunicoli sotterranei** di epoca medievale che forniscono importanti indizi sulla stratigrafia precedente: sono visibili dei basamenti di colonne romane, immediatamente coperti dalle volte che sostengono i pavimenti superiori, e dei sarcofagi alcuni romani e altri, considerando le iscrizioni, sicuramente più tardi.

Dall'altro, la **parte deputata al culto del Santo** scandita in sette navatelle divise da colonne, una diversa dall'altra, provenienti da costruzioni preesistenti, tipico esempio di "reimpiego" architettonico.

La *simplicitas* medievale è interrotta, nella parte centrale della cripta, dal ricco colonnato in marmo rosso (1704) da Giuseppe Giosafatti, il cui figlio, Lazzaro, realizza l'imponente gruppo marmoreo di S. Emidio nell'atto di Battezzare la pagana Polisia, databile agli anni 1728-30. L'altare della cripta è un sarcofago romano del IV secolo che custodisce i resti di Sant'Emidio e i suoi compagni, come sottolinea l'iscrizione sul bordo superiore "Cum sociis aliis Emindius hic requiescit".

Nikos Angelis

Il Torrione di San Benedetto del Tronto

Intervista al castellano Vincenzo Rossi



Da sei anni la **Torre dei Gualtieri** è custodita dall'**Associazione "Amici del Paese Alto"** che ne ha delegato la cura e l'organizzazione di eventi all'artista **Vincenzo Rossi**.

Il monumento è il simbolo della città e ogni anno accoglie, tra le sue imponenti mura, scolaresche, gruppi di visitatori e turisti. Nel periodo estivo diventa sede espositiva per mostre di vario genere, dando la possibilità a tanti artisti di far conoscere le loro opere.

Vincenzo, quando inizia la storia della Torre?

Partirei senza dubbio dal 1146, anno in cui il Vescovo Liberto di Fermo concesse ai fratelli Gualtieri di erigere una torre a protezione di Castrum Sancti Benedicti in Albula, che assunse la denominazione di *castrum* a seguito dell'intervento di fortificazione del nucleo urbanistico primario.



A prima vista ricorda tanto una nave con la prua rivolta verso il mare, vero?

Sì, la struttura del Torrione è molto particolare, ha una pianta di forma esagonale, leggermente schiacciata ai lati sud/nord. È costituita su tre livelli: il primo, più antico, con una volta a botte e gli altri due, rivisti intorno al 1400, caratterizzati dalle volte e vela. Ogni lato è di 5 metri con uno spessore di 1,5 metri tra il muro esterno e quello interno.

L'apertura a terra che utilizziamo oggi fu realizzata durante il periodo napoleonico, in origine si accedeva tramite l'entrata posta attualmente a circa 6 metri dalla piazza.

È alta 22 metri e dal terrazzo è possibile godere di un panorama spettacolare sul mare e sulle nostre colline.

Cosa ci dici dell'orologio?

L'orologio fu installato nel tardo Settecento quando, a seguito dei lavori di ampliamento della chiesa di San Benedetto Martire, fu recuperato e posizionato nella torre.

Le ore sono regolate da un meccanismo del 1906 commissionato alla ditta milanese dei fratelli Fontana, specializzata in ingranaggi e meccanismi di orologi da torre. Realizzato con materiali molto pregiati, ebbe un costo di 2.513 lire, circa 70.000 euro in rapporto ai giorni nostri.

... e delle campane?

Il meccanismo è legato con dei tiranti alle campane. La campana maggiore, molto cara ai sambenedettesi e detta "lu campanò", fu realizzata dall'amministrazione comunale con il contributo dei "Parò" (proprietari di pescherecci) che per alcuni anni si autotassarono per sostenere l'acquisto.

La fusione avvenne a Rimini nel 1853.

La campana grande, il cui rintocco scandisce le ore, fu arricchita con fregi particolari divenuti in seguito simboli della città. L'iconografia in rilievo comprende, a partire dal lato nord l'*Annunciazione*, sul lato ovest *San Vincenzo Ferreri* (protettore dai fulmini), sul lato sud la *Crocifissione* e sul lato est lo stemma della Città di San Benedetto del Tronto.

La campana piccola fu realizzata a Montedinove nel 1866, pesa 450 chili e i rintocchi scandiscono i quarti d'ora. Sulla calotta superiore vi è un'iscrizione con l'invocazione in latino: **"A peste fame et bello libera nos Domine"**. Il 13 ottobre, in occasione della festa del Patrono, la campana grande viene suonata per oscillazione al posto del solito martelletto.

Grazie Vincenzo, alla prossima storia.

Grazie a voi!

Nikos Angelis



Le opere di Osvaldo Licini in mostra alla Serenissima



Osvaldo Licini nasce il 22 marzo 1894 a **Monte Vidon Corrado**. Il padre abile disegnatore e la madre responsabile di una casa di moda si trasferiscono a Parigi insieme all'altra figlia nel 1902, mentre il giovane artista resta nel paese natale con il nonno. Dal 1908 al 1914 frequenta l'Accademia di Belle Arti a Bologna dove espone per la prima volta all'hotel Baglioni esordendo con "la mostra dei secessionisti" a cui prende parte anche Filippo Tommaso Marinetti.

Perfezionatosi all'accademia di **Firenze**, inizia la sua carriera e per tutto il Novecento sarà punto di riferimento, insieme ad altri pittori del secolo, della corrente dell'astrattismo e del modernismo.

Dopo aver insignito il grande maestro con il premio internazionale della pittura alla XXIX Biennale del 1958, a 60 anni dalla morte dell'artista marchigiano che con la sua originalità ha saputo ricavarsi un posto particolare nella storia dell'arte del Novecento, interpretando il periodo artistico con una visione figurativa fantasiosa e piena di linee e di colori, la città di **Venezia** torna ancora a celebrare la sua figura e la sua arte con la mostra "**Osvaldo Licini. Che un vento di follia totale mi sollevi**", ospitata alla **Collezione Peggy Guggenheim di Venezia dal 22 settembre 2018 al 14 gennaio 2019**.

Circa **100 opere, in esposizione in 11 sale**, ripercorrono i **periodi creativi di Licini**, a partire dalla fase giovanile degli anni Venti con i paesaggi e le sempre care colline marchigiane, alla fase figurativa degli anni Trenta, per arrivare certamente agli anni più impegnati delle sue creazioni, gli anni Quaranta, nei quali la maturità artistica segna una grande evoluzione della sua opera.

I temi trattati assumono rilievo e appaiono di grande contenuto intellettuale, tele come "**Amalassunta**" consolidano la posizione di grande modernista nel panorama internazionale.

I poliedrici tocchi di pennello, sapientemente direzionati sulla tela, mostrano **tutte le sfumature del suo carattere e della sua personalità**, suscitando emozioni che avvicinano lo spettatore alle opere e lo proiettano in un susseguirsi di sensazioni uniche, attraverso la sua **arte e l'introspezione** del suo essere uomo.

Tra fantasia e immaginazione, la mostra alla Collezione Peggy Guggenheim di Venezia regala la pittura visionaria di un pittore che ha saputo tradurre l'arte in magia.

Nazzareno Menziotti



Il San Francesco di Tiziano dalle Marche al Brasile

Tiziano Vecellio, "San Francesco riceve le stigmate"
 1561 circa, olio su tela 298 x 177
 Pinacoteca Civica - Ascoli Piceno



Commissionato da Desiderio Guidoni, notiamo nel dipinto il tocco dell'inconfondibile **maturità artistica di Tiziano**, quando il pittore già anziano trasforma i colori intensi del **Rinascimento** rendendoli più tenui e bilanciando le sfumature. Crea così un gioco di luci che conferiscono all'opera un'impronta di **manierismo** tipica delle ultime produzioni del maestro, e di **grande impatto** nei confronti degli altri esponenti del Rinascimento, che giudicarono tale stile fin troppo all'avanguardia per il periodo.

Squarciando le nuvole, davanti ad una croce infuocata appare la gigantesca figura di Cristo che, irradiando raggi di luce verso Francesco, ne colpisce le mani, il piede e il torace. Visibile sul volto del Santo la condizione di dolore causata dalle folgoranti saette.

Nello spazio sacro della scena Fra' Leone, inseparabile compagno di Francesco, assiste seduto con in mano un testo di scritture sacre. Dall'altra parte, fuori dall'area sacra, probabilmente lo stesso **committente** in ginocchio e con le mani conserte in preghiera, con atteggiamento di grande devozione e remissione.

I libri e lo stemma araldico sistemati a terra probabilmente simboleggiano come **Desiderio Guidoni** fosse persona blasonata e colta.

Sullo sfondo un tipico paesaggio campestre, con un castello sopra la collina. A sinistra in basso, come consuetudine del tempo, la firma e il luogo di nascita di Tiziano Vecellio.

Dall'8 agosto al 21 ottobre 2018, il San Francesco di Tiziano, insieme ad altri capolavori di maestri italiani, è esposto in prestito, nell'ambito della mostra **"São Francisco na arte de Mestres Italianos"**, al museo brasiliano di **Belo Horizonte** e successivamente fino al mese di gennaio presso il **Museo Nazionale di Rio de Janeiro**. Un progetto che vede i dipinti della mostra **"San Francesco nell'arte. Da Cimabue a Caravaggio"**, tenutasi nelle Marche e in particolare ad Ascoli Piceno, varcare i confini nazionali. L'augurio è che, raggiungendo il grande pubblico brasiliano, queste opere possano fungere da veicolo e da traino per far conoscere anche oltreoceano la bellezza e la ricchezza della nostra regione.

Nazzareno Menziotti



Dante Fazzini: “L’arte è la mia libertà”



“L’arte è la mia libertà. Sogno piazza del Popolo patrimonio Unesco”

“La mia arte è libera, non appartengo a nessuna corrente e la mia bottega è un po’ la mia anima, il mio rifugio dove tutto quello che c’è frutto delle mie mani”. Quando si entra **nello studio del pittore ascolano Dante Fazzini** l’odore dei colori ti pervade, mentre l’ordine e la storia dei quadri appesi e accatastati ripercorrono la vita dell’artista.

“Sono fortunato – dice Fazzini – ho fatto un lavoro (insegnante alla Scuola Media D’Azeglio) che mi ha gratificato. Tuttora continuo la mia attività creativa (e mostra la nuova piella per allisciare il legno e costruire oggetti che poi prendono forma e anche vita, ndr) che prima trasmettevo ai ragazzi che erano molto ricettivi. Questo ritorno alla manualità in un’epoca dominata dal digitale aiuta a sentirmi libero”.

Che cos’è allora l’arte per Fazzini?

“Per me è libertà e creatività. Non mi sono mai legato ad un movimento particolare. Ho voluto il mio spazio per fare e non fare, per cambiare e per non essere costretto a fare determinate opere per il mercato”.



Il colore e Ascoli in tanti suoi quadri giocano un ruolo fondamentale. Che significato ha per lei?

“È senza dubbio accattivante, colpisce. Uno degli ultimi quadri che ho fatto (raffigura piazza del Popolo con il Caffè Meletti in primo piano, ndr) è piaciuto così tanto ad un importante manager americano del marketing che la stessa Fondazione Carisap ha voluto donargli il mio quadro. C’è poi piazza del Popolo, un luogo per me carissimo, visto che mia nonna che faceva la “vennericula” abitava proprio dove c’era il ristorante Tornasacco. Per me piazza del Popolo deve essere dichiarata patrimonio dell’umanità al pari di piazza dei Miracoli di Pisa e gli altri luoghi riconosciuti dall’Unesco”.

Che cosa fa oggi Dante Fazzini dopo la pensione dalla scuola?

“Ho girato il mondo, ma alla fine torno sempre al mio mestiere. Voglio imparare ancora, alla ricerca di quello stupore che insegnavo ai bambini, ai quali facevo spesso e volentieri dei ritratti. Facendo vedere loro come nasce un segno, creavo dello stupore e come un pifferaio magico me li portavo dietro. In tanti hanno a casa i ritratti che facevo a scuola”.

Dalle sue opere emerge sempre un forte attaccamento ad Ascoli, in cui in passato ha anche dato segno di impegno civile (organizzando la protesta contro i nuovi lampioni a led, ndr). È ancora pronto a mobilitarsi?

“Sento dentro l’ascolanità. Di recente ho dipinto quadri (e tira fuori due grandi opere, ndr) scendendo al mattino presto dalla Piazzarola dove abito o rientrando a casa, cercando di immortalare istanti di vita e anche profumi. La politica? Non ho tempo, dovrei rinunciare alle cose che faccio. Non ce l’ho contro i politici, sto dalla parte di chi vuole fare del bene a questa città”.

Tra i prossimi appuntamenti di Fazzini, c’è una **mostra a Natale al Caffè Meletti** di Ascoli Piceno.

Renato Pierantozzi

La Marca Verde in viaggio verso gli antichi giardini d'Oriente



Un gemellaggio del Borgo Seghetti Panichi e quelli della Cambogia, nell'antico regno Khmer.

È quello che si realizzerà grazie al **viaggio** che l'associazione **La Marca Verde**, presieduta dalla principessa **Stefania Pignatelli Gladstone**, ha organizzato in **Oriente** con partenza nel **gennaio 2019**.

“Si tratta - spiega la presidente - del primo dei viaggi internazionali a cura dell'Associazione La Marca Verde, che ci porta nel gennaio 2019 in Cambogia, nell'antico regno Khmer, in compagnia di S.A.R. il Principe Sisowath Ravivaddhana Monipong, la nostra guida nella terra dei suoi illustri antenati, la più antica dinastia regnante del Sud-Est Asiatico, e delle sue Apsara, ninfe celesti, divinità della musica e della danza che risiedono da oltre un millennio nei sontuosi templi di Angkor, la più vasta area sacra del mondo, tra giardini e foreste, in cui la natura si fonde con l'ingegno dell'uomo.

Anche il giardino del Borgo Storico disegnato dal botanico tedesco Ludwig Winter **ha una parte importante dedicata all'Oriente**. E così è stato naturale pensare alla Cambogia come prima meta dei nostri viaggi”.



Il programma del viaggio prevede 11 giorni con 10 pernottamenti. **L'itinerario ha inizio a Phnom Penh, l'attuale capitale del Regno** con visite a **Palazzo Reale**, alla **Pagoda d'Argento** e i suoi incantevoli giardini e a Wat Phnom, dove la tradizione vuole che nel XIII sec. sia nata la città: **l'antico tempio sulla vetta di una collina verdeggiante**.

Molte altre visite, senza dimenticare una serata dedicata alla danza, una forma d'arte sacra in Cambogia e di cui la massima espressione è il Balletto Reale.

Bellezze del passato e meraviglie del futuro, e anche un'immersione nell'artigianato di un Paese dalle antiche memorie quali la lavorazione della seta tra le più pregiate, del marmo e del legno.



Punti d'incontro con la popolazione locale sono il Mercato centrale e dei fiori, il cosiddetto Mercato Russo, e per la seta la Fondazione diretta da S.A.R. la Principessa Marie, che ha voluto ricreare quelle che erano le più antiche tradizioni della lavorazione, nello stile tipico degli antichi Khmer.

Il viaggio prosegue nelle antiche capitali dell'Impero, nell'area archeologica di Angkor presso Siem Reap, dove a testimonianza di un glorioso passato sono tutt'oggi presenti **oltre duecento templi, nel cuore di una giungla** che nei secoli ha avvolto gli edifici molti dei quali, dopo un attento restauro, sono tornati all'originario splendore.

Attornati da un **paesaggio favolistico di verde e di acqua** si possono ammirare i celebri canali d'irrigazione, progettati da un'ingegneria a tutt'oggi insuperata. Tra questi il Bayon dai mille volti di pietra che scrutano i quattro punti cardinali di un impero, il più vasto del Sud-Est Asiatico; il monumentale Angkor Wat; il tempio collina di Baksei Chamkrong, l'affascinante Banteay Srei che al tramonto sembra voler rapire il rossore del cielo, fondendosi in un incantesimo di rara suggestione; il misterioso Ta Prohm i cui marmi inghiottiti dalla giungla sembrano essere un tutt'uno con le imponenti radici che lo avvolgono.

"Un viaggio in un passato che si ripropone quanto mai nella sua attualità - continua Pignatelli - con strutture alberghiere accoglienti, sempre affacciate su caratterizzanti giardini, cibo raffinato dalle spezie d'Oriente. Confortevoli piscine all'aperto contorniate da fiori tropicali e succosi frutti, per i momenti di riposo".

R. P.



www.lamarcaverde.org
info@lamarcaverde.org
tel. 328.9767509

A Teatro



Tallis Scholars

Da oltre quarant'anni l'**AMAT, l'Associazione Marchigiana Attività Teatrali**, rende unica l'esperienza teatrale nella nostra regione.

La costante attenzione all'identità del luogo in cui opera, lo sguardo ampio e accurato su ciò che il teatro e lo spettacolo dal vivo italiano, stagione per stagione, offre in termini di titoli, protagonisti, allestimenti e firme di regia e di contenuti drammaturgici, coreutici e musicali si traduce in proposte che permettono al pubblico della nostra platea dei "cento teatri" di vivere momenti di evasione e occasioni di riflessione.

In questo «premio serale che l'uomo dà alla sua fatica diurna» – sono parole del saggista e artista Alberto Savinio – che ci concederemo fino alla tarda primavera trovano posto esperienze di teatro, nuovi linguaggi della ricerca, danza, nuovo circo e musica.

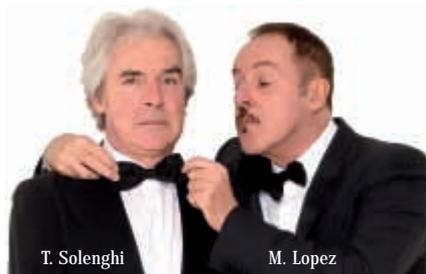
Il nuovo spettacolo di Arturo Brachetti e il **Massimo Lopez & Tullio Solenghi Show** hanno inaugurato le stagioni marchigiane.

Ma assisteremo ad altri musical: sempreverdi come **Grease** della Compagnia della Rancia (a Fano e Fabriano in gennaio), **Aggiungi un posto a tavola** con Gianluca Guidi (in novembre a Senigallia) o commedie moderne,



Grease

come **Shakespeare in love** con Lucia Lavia (a Jesi e a Pesaro in dicembre), **Belle ripiene. Una gustosa commedia dimagrante** di Massimo Romeo Piparo interpretata da Tosca D'Aquino, Rossella Brescia, Roberta Lanfranchi e Samuela Sardo (a Osimo in dicembre e a San Benedetto del Tronto a gennaio), **Figlie di Eva** con Maria Grazia Cucinotta, Vittoria Belvedere e Michela Andreozzi (in aprile a Civitanova e Jesi).



T. Solenghi

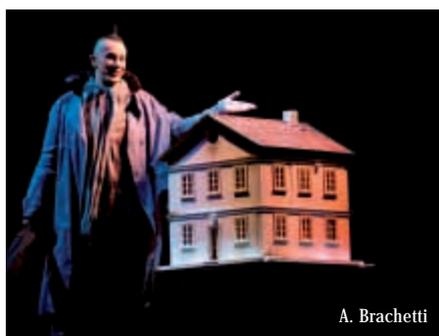
M. Lopez

Immacabili, naturalmente, i capolavori del teatro: dall'**Aminta** di Antonio Latella che a partire dall'opera di Torquato Tasso è "cresciuto" nella scorsa primavera in una residenza della compagnia del celebre regista nelle zone del terremoto (in scena a Macerata in novembre e a febbraio a Urbino) a **Il Gabbiano** di Cechov con



Shakespeare in love

Massimo Ranieri (in marzo a Macerata, Ascoli e Pesaro) passando per **Uno zio Vanja** ancora da Cechov diretto e interpretato da Vinicio Marchioni (in gennaio a Fabriano e Civitanova),



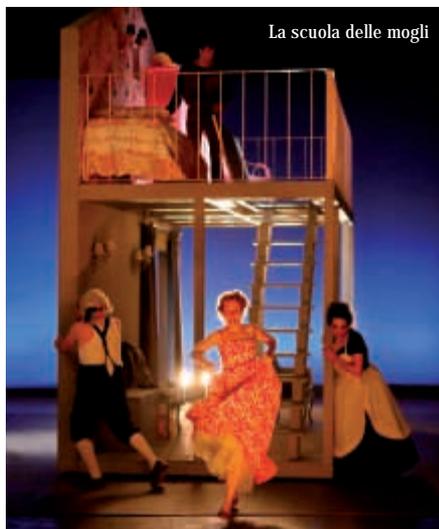
A. Brachetti



Aggiungi un posto a tavola



M. Ranieri



La scuola delle mogli

da **La scuola delle mogli** di Arturo Cirillo (in scena in febbraio e marzo), a **I fratelli Karamazov** con Glauco Mauri e Roberto Sturno (sempre in marzo ad Ascoli e Fano),

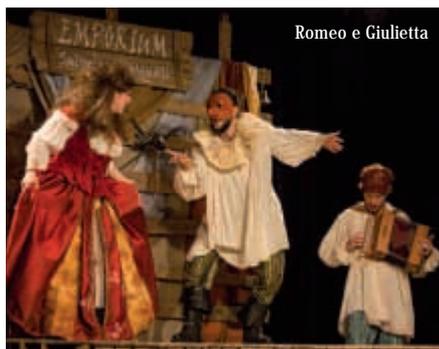


G. Mauri - R. Sturno



Macbeth

il dramma shakespeariano trasposto in sardo del **Macbeth** di Alessandro Serra/Teatropersona (a Macerata in febbraio) a **Romeo e Giulietta**.



Romeo e Giulietta

L'amore è saltimbanco della compagnia di teatro popolare rivelazione Stivalaccio Teatro (in febbraio a San Benedetto e in aprile a Chiaravalle) fino al **Sogno di una notte di mezza estate** proposto dal

Teatro dell'Elfo, formazione storica del teatro italiano moderno (in aprile a Fano e Macerata).



Sogno di una notte di mezza estate



Copenhagen

I grandi interpreti delle diverse generazioni che calcheranno i palcoscenici delle Marche sono numerosi: Umberto Orsini, Massimo Popolizio e Giuliana Lojodice nel lucido e tagliente **Copenhagen**, Michele Placido nei pirandelliani **Sei personaggi in cerca d'autore** e, con Anna Bonaiuto, in **Piccoli crimini coniugali**, Ornella Muti in **La governante**, Elio Germano in **La mia battaglia**, Veronica Pivetti in **Viktor und Viktoria**.



La governante

E poi Alessandro Preziosi in **Vincent van Gogh**, Leo Gullotta in **Pensaci, Giacomo**, Gianfelice Imparato e Carolina Rosi in **Questi fantasmi!**



Viktor und Viktoria



A. Preziosi



L. Gullotta

Emilio Solfrizzi e Paola Minaccioni in **A testa in giù**, Sergio Rubini in **Sonata a Kreutzer**, Carlo Cecchi in **Enrico IV**, Luisa Ranieri in **The deep blue sea**, la coppia Haber - Della Rovere con l'intenso **Il padre**, Valentina Lodovini nel celebre monologo femminista di Dario Fo e Franca Rame **Tutta casa, letto e chiesa**.



L. Ranieri



Il Padre

A cavallo fra teatro e musica in inverno vedremo ancora in scena **Novecento**, capolavoro di Alessandro Baricco interpretato da Eugenio Allegri per il quale fu scritto (a Urbania in gennaio), il divertente **Coast to coast** di Rocco Papaleo (a San Benedetto in dicembre) e il delizioso **Hot Jazz** interpretato da Filippo Paolasini che, accompagnato da un fantastico quartetto di musicisti **manouche**, porta in scena (a Gradara in gennaio) la vita del grande chitarrista zingaro Django Reinhardt.



R. Papaleo

Ascolteremo, fra le moltissime altre proposte musicali, Nada in un suggestivo concerto acustico (a Chiaravalle a novembre) e Cristiano De André nell'anteprima del nuovo tour **Storia di un impiegato** (a Matelica in Novembre per due date). Per le celebrazioni del centocinquantenario della morte di Rossini, Pesaro propone, fra le numerose



Nada



P. Smith

altre iniziative, lo **Stabat Mater** diretto da Umberto Benedetti Michelangioli con l'Orchestra e Coro del Conservatorio Rossini (in novembre) e l'icona del rock Patti Smith preceduta da una "Playlist Rossini" composta da brani e arie di G. Rossini selezionati dalla stessa artista eseguiti dal vivo da altri musicisti (15 dicembre).

L'immane Gospel natalizio e un appuntamento del tour teatrale di Vasco Brondi e **Le Luci della Centrale Elettrica** (in gennaio a Pesaro) avviano in tutta la regione le iniziative di Playlist Marche ospitando nelle Marche i concerti dei migliori talenti italiani e stranieri della musica indipendente, d'autore e classica, come l'ensemble inglese di musica vocale antica **The Tallis Scholars**.



Tallis Scholars

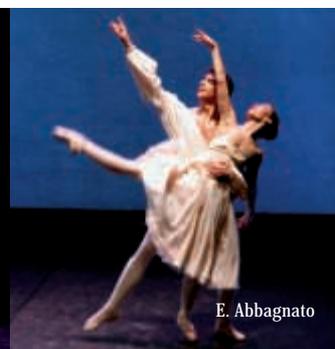


The Black Blues Brothers

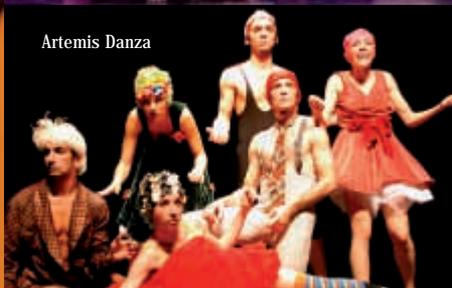
Danza



Chicos Mambo



E. Abbagnato



Artemis Danza



David Parsons Dance Company

Nella nostra regione la danza internazionale e nazionale è in scena, introdotta in ottobre ad Ascoli dalla stella del firmamento coreografico Eleonora Abbagnato, con gli strepitosi **Chicos Mambo**, la travolgente **David Parsons Dance Company**, i raffinati **Massala Dance Company**, la poetica **Compagnia Abbondanza Bertoni**, gli energici **Artemis Danza** di Monica Casadei e il **Nuovo Balletto di Toscana**, o l'entusiasmante show musical-acrobatico-circense della compagnia **The Black Blues Brothers**, lo storico **Balletto di Roma** e le eccellenti compagnie classiche di scuola russa **Moscow Classical Russian Ballet** e **Balletto di San Pietroburgo**.

Per gli spettatori più piccoli e per le famiglie sono infine tante le occasioni per vivere insieme le emozioni di storie fantastiche e per conoscere i bellissimi teatri marchigiani. Per il secondo anno torna anche **AbitiAMO le Marche** - progetto promosso da MiBAC, AMAT e Consorzio Marche Spettacolo con i Comuni del territorio nell'ambito di *Marche inVita. Lo spettacolo dal vivo per la rinascita dal sisma* - che intende sostenere la ricostruzione per le comunità colpite dal sisma, attraverso la promozione dello spettacolo dal vivo, nella consapevolezza del ruolo primario che la cultura può svolgere per favorire la coesione, rinnovare l'identità e promuovere la crescita personale.



Info: www.amatmarche.net



Tallis Scholars

AMATo spettatore card e progetti per spettatori appassionati

BONUS CULTURA 18app & carta del docente

per scegliere il teatro, la danza e la musica delle stagioni AMAT.

AMATo abbonato card

una card gratuita per partecipare a estrazioni-premio, riduzioni sui biglietti e continue sorprese.

AMAT _ young card

per chi ha meno di 30 anni una card gratuita per estrazioni-premio, punti per riduzioni, ingressi gratuiti e iniziative ad hoc.

SCUOLA DI PLATEA® avvicinare i giovani al teatro, stimolare la loro curiosità, sviluppare e rendere più acuta la sensibilità critica: sono questi gli obiettivi del progetto *Scuola di Platea* che l'AMAT svolge con gli studenti degli istituti superiori di tutta la regione con il coinvolgimento del sistema scolastico.

Il programma prevede un percorso in tre tappe: presentazione del testo agli studenti; visione dello spettacolo; incontro con le compagnie.

INCONTRI CON IL PUBBLICO

appuntamento che accompagnano lo spettacolo per tutti coloro che amano il teatro e vogliono approfondire la conoscenza dialogando con gli attori in scena.

MASTER CLASS gratuite per iscritti a scuole di danze con coreografi professionisti.

AMAT tra i protagonisti della cultura europea

La progettualità di AMAT guarda all'Europa e l'Europa risponde.

A conferma della capacità dell'ente marchigiano di realizzare nuovi progetti in un'ottica che non si limita ai confini nazionali, giunge l'eccezionale approvazione di due importanti progetti con partner europei di prestigio: *Craft e Sparse*.

In occasione dell'Anno europeo del patrimonio culturale (2018) il cui slogan recita "il nostro patrimonio culturale: dove il passato incontra il futuro", *Craft* intende rafforzare e sviluppare questa idea legando istituzioni deputate all'alta formazione, alla cultura e al design.

Partner del progetto con AMAT sono: AAU Aalborg University (Danimarca), Hans Thyge&Co (Danimarca), Universidad de Oviedo (Spagna), Universidade de Aveiro (Portogallo), Univerza V Ljubljani (Slovenia) e Randers+Radius (Danimarca). *Sparse. Supporting & Promoting Arts in Rural Settlements of Europe* vede la partnership di AMAT con Take Art Limited (Regno Unito), Sa Eesti Tantsuagentuur - National Dance Agency (Estonia), Fish eye (Lituania), Eurolocal (Spagna), Sogn og Fjordance Fylkeskommune (Norvegia), Region Varmland Rw (Svezia) e Creative Kernow (Regno Unito).

Il progetto intende sviluppare l'*audience development* e la mobilità degli artisti attraverso tour di danza in aree rurali, con un intenso lavoro di coinvolgimento delle comunità territoriali delle aree colpite dall'ultimo sisma anche nelle scelte artistiche e nella realizzazione degli eventi.

AMAT Associazione Marchigiana Attività Teatrali

*Presidente Gino Troli
Direttore Gilberto Santini*

Riconosciuta dal MiBAC come "circuito multidisciplinare", AMAT programma, organizza, gestisce e promuove i cartelloni di teatro, danza e musica delle Marche.

Oltre alle tradizionali stagioni in abbonamento, festival e rassegne l'associazione propone anche progetti speciali e internazionali, iniziative a sostegno della creatività giovanile, della promozione e formazione del pubblico, anche allo scopo di fornire occasioni di svago e divertimento, sviluppare momenti di aggregazione e innescare nuove modalità di relazione indispensabili per sostenere il benessere socio-economico dell'intera comunità.

AMAT nasce come organismo associativo nel 1976 e opera in accordo e in collaborazione con i Comuni e altri soggetti pubblici e privati, che a essa si associano, considerando le attività teatrali "bene culturale di rilevante interesse sociale", per promuoverne lo sviluppo e la diffusione. Da parte della Regione Marche, nel cui territorio opera in via esclusiva, l'ente ha ottenuto riconoscimento e sostegno come soggetto regionale sin dal 1981.

Grazie alla natura associativa, AMAT è un'istituzione di primario interesse per la realizzazione delle politiche culturali nelle Marche e, per l'azione di raccordo fra i soggetti che operano con le proprie specificità nel territorio, ricopre un ruolo centrale nel sistema culturale della regione.

Requiem K 626 per Soli, Coro e Orchestra

Si è concluso con la Messa da Requiem in Re minore K626 l'XI edizione del **Festival internazionale di musica antica "Gaudete!"**.

Il *Requiem in Re minore K 626* è l'ultima opera del grande compositore **W. A. Mozart**.

La leggenda narra che lo stesso Mozart, ricevendo l'incarico di realizzare una Messa da Requiem da un misterioso personaggio mascherato, immaginò che questi fosse un emissario del Regno degli Inferi mandato per annunciare la sua morte avvenuta a Vienna il 5 dicembre del 1791.

Quattro date per il gran finale che anche quest'anno ha visto come protagonista la musica storicamente ricercata. Due spettacoli in Piemonte, uno in Liguria e, per la prima volta - grazie alla coproduzione con l'**Associazione Culturale "Medea"** - anche uno nelle Marche.

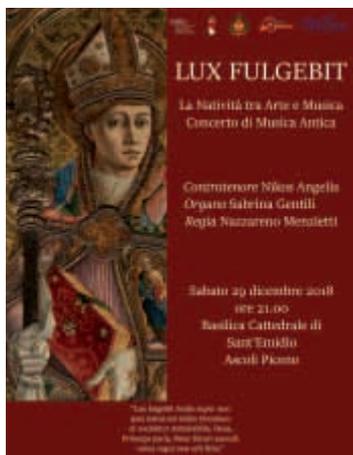
Il 3 novembre 2018 alle ore 21,00 nella **Basilica Cattedrale di Sant'Emidio** di Ascoli Piceno si è svolto il concerto fortemente voluto da **S.E. Mons Giovanni D'Ercole** per commemorare le vittime del sisma del 2016, e realizzato grazie alla grande tenacia del **Parroco Don Angelo Ciancotti**.

Ad eseguirlo, diretti dal maestro **Mara Colombo**, un'orchestra di strumenti storici, con il coro **Cantores Mundi** e i solisti **Fulvia Campora, Nikos Angelis, Riccardo Rigo e Roberto Brustia**.

La bellissima voce del giovane controttenore **Nikos Angelis** ha introdotto il concerto con la sequenza gregoriana del *"Dies irae"*.

L'evento è stato trasmesso in diretta FB da **Radio Incredibile**, la regia è stata curata da **Nazzareno Menziotti**.

Numerose le autorità civili e militari presenti, insieme ad un pubblico molto caloroso.



L'**Associazione Culturale Medea** si esibirà di nuovo nella **Basilica Cattedrale di Sant'Emidio** il 29 dicembre 2018 alle ore 21.00 con il concerto di Natale *"Lux Fulgebit La Natività Tra Arte e Musica"*.

Il Concerto si terrà Nella Cripta di Sant'Emidio, e per l'occasione sarà esposta una preziosa Natività quattrocentesca in terracotta policroma.



Il maestro Mara Colombo in concerto



Da sinistra: S.E. Mons. Giovanni D'Ercole vescovo di Ascoli Piceno, Nikos Angelis direttore artistico dell'Associazione Culturale Medea, Mara Colombo direttore artistico di Gaudete Festival Internazionale di Musica Antica, Nazzareno Menziotti Presidente dell'Associazione Culturale Medea e il parroco della Basilica Cattedrale di Ascoli Piceno don Angelo Ciancotti

Tra musica e natura

La grande comunità eco-solidale di RisorgiMarche



Giambattista Tofoni, direttore esecutivo di RisorgiMarche, nonché network manager di EJN - Europe Jazz Network e direttore artistico di TAM - Tutta un'Altra Musica, ci racconta le due **edizioni 2017 e 2018** del **festival** che, con la **direzione artistica di Neri Marcorè**, ha saputo unire solidarietà e passione per i territori colpiti dal sisma, con esibizioni irripetibili e coinvolgenti - in siti naturalistici unici - di grandi artisti del panorama musicale italiano. È questo l'obiettivo di RisorgiMarche: portare le persone a riscoprire i luoghi feriti dal sisma, mostrando la bellezza inalterata dei paesaggi, valorizzata attraverso ottima musica, fruita in modo semplice e naturale dopo aver condiviso alcuni chilometri di cammino.

Ci puoi raccontare lo spirito solidale ed ecologico di RisorgiMarche?

Nasce tutto da un'idea avuta insieme a Neri subito dopo il terremoto. Ci siamo sentiti immediatamente dopo la prima scossa, anche per sapere reciprocamente come stavamo, visto che lui era a Porto Sant'Elpidio.

Da lì il pensiero di organizzare qualcosa insieme c'è sempre stato. Poi Neri è stato invitato ad Arquata del Tronto e la gente del posto chiedeva accorata di non essere abbandonata, di non essere lasciata sola una volta che la bolla mediatica si fosse esaurita.

E allora è nata definitivamente l'idea di creare un evento solidale. L'aspetto ecologico e, quindi, la scelta dei luoghi è venuta di conseguenza. Abbiamo inizialmente ipotizzato come location i borghi colpiti dal terremoto, perché pensavamo che nell'estate 2017 le macerie sarebbero state ormai rimosse. Invece ci siamo resi conto già a gennaio-febbraio 2017 che questo non sarebbe stato possibile ed è venuta l'idea di fare gli eventi in questi luoghi naturalistici unici. Quindi non solo solidarietà ma anche rapporto con il territorio, per arrivare ad un concetto diverso di fruibilità dello spettacolo, collocato in questi luoghi di montagna, delicatissimi dal punto di vista ambientale, e che pertanto richiedevano un rispetto assoluto, sia da parte nostra come organizzatori, sia da parte del pubblico.

Per quanto riguarda il nostro lavoro abbiamo sempre operato nel pieno rispetto dell'ambiente, senza allestire palchi, ma solo una semplice pedana, e senza forti amplificazioni. Avevamo però il timore che la mole di spettatori che veniva ad assistere ai concerti potesse in qualche modo avere un impatto negativo su questo ambiente.

La gente ha invece pienamente capito e fatto proprio sia il messaggio solidale che quello ecologico.

Solidarietà anche e soprattutto degli artisti, amici di Neri, che hanno partecipato davvero convintamente e del tutto gratuitamente.

Anche perché la finalità principale e più importante non è tanto il concerto in sé, quanto mettere a frutto l'incredibile flusso di persone che con RisorgiMarche si è venuto a creare, per rivitalizzare le attività commerciali e ricettive dei luoghi colpiti dal terremoto.

RIS  **RGIMARCHE**





Ci interessa molto questa commistione, una fusione tra musica e natura, in luoghi immersi nel verde che sembrano sospesi nel tempo e nello spazio, allo stesso tempo così radicati nella memoria e nella tradizione delle comunità locali.

Il rapporto con le comunità locali è importantissimo. È, d'altronde, una manifestazione che ha origine dalla società civile. Detto questo, all'inizio non sapevamo come la gente del posto avrebbe reagito a questo progetto.

La risposta è stata meravigliosa e partecipata oltre le aspettative, sia da parte dei sindaci, che sono a capo di queste comunità, sia da parte di tutta la gente, che ha partecipato in maniera davvero trasversale, dalle famiglie, anche con bambini molto piccoli al seguito, ai giovani e agli anziani.

E la cosa più bella è stata che la gente del posto ci ha chiesto di tornare, di tenere accesi i riflettori su questi luoghi, e ancora una volta di non abbandonarla.

Hanno partecipato tutti e nella maniera più varia: prima del concerto di Elio e Rocco Tanica, ad esempio, un gruppo di organettisti locali ha messo su un estemporaneo spettacolo nello spettacolo.

Per questo e per tanti altri episodi coinvolgenti e commoventi di questi due anni, possiamo sicuramente affermare che lo spirito e il messaggio di RisorgiMarche sono stati recepiti e accolti appieno dal pubblico.

Un pubblico che affrontava il cammino per raggiungere i luoghi dei concerti come un vero e proprio "pellegrinaggio laico", come l'abbiamo definito.

Il rapporto con le comunità locali ovviamente è stato importante dal punto di vista dello scopo solidale. Ad esempio, la vendita dei gadget, t-shirt e cappellini, è stata data in gestione all'Anffas Sibillini Onlus (www.anffassibilini.org, ndr), e i proventi (42.000 raccolti solo nel 2018, ndr) hanno contribuito a finanziare il progetto *La Casa nel Cuore*, finalizzato alla costruzione di una struttura per ragazzi disabili nella quale potranno abitare e lavorare in un contesto protetto.

Così come per la vendita dei prodotti tipici nei borghi e lungo il percorso per arrivare ai luoghi dei concerti. Abbiamo insistito con i sindaci perché venissero selezionati solo produttori locali dell'area del cratere.

Abbiamo avuto anche un encomio dalla prefettura per l'organizzazione della manifestazione, nel pieno rispetto dell'ambiente e delle popolazioni locali.

E siamo ulteriormente soddisfatti anche per aver coinvolto il maggior numero possibile di strutture ricettive del territorio, dagli hotel, b&b, agriturismi, ai ristoranti, bar. Un altro motivo che ci ha spinto a dare vita a RisorgiMarche è infatti proprio legato alla crisi delle strutture ricettive del cratere del terremoto. A gennaio 2017 le stime parlavano di un 90% di annullamenti delle prenotazioni di soggiorni nelle Marche. Pensiamo che RisorgiMarche abbia dato un suo importante contributo, visto che la Regione ha potuto chiudere la stagione turistica 2017 passando da un -90% a un -5%.

Un bilancio delle due edizioni del festival? Numeri, artisti intervenuti, il popolo di RisorgiMarche.

Abbiamo organizzato 13 concerti nella prima edizione e 16 nella seconda. Sono state coinvolte tra le 500 e le 600 persone, tra artisti, musicisti e tecnici. A questo proposito ci teniamo di nuovo a ricordare che, mentre gli artisti non hanno percepito alcun compenso, musicisti, tecnici e staff, invece, sono stati regolarmente retribuiti.

230.000 persone hanno partecipato alle due edizioni di RisorgiMarche. Picco toccato con i concerti di De Gregori nel 2017 e di Jovanotti nel 2018. In quest'ultimo caso, ad esempio, RisorgiMarche ha fatto registrare il tutto esaurito nelle strutture ricettive marchigiane dalla provincia di Macerata a quella di Fermo.



Oltre alla stupenda filosofia e all'energia positiva che caratterizzano RisorgiMarche, la manifestazione è riuscita a portare un notevole indotto economico sul territorio, grazie anche alla collaborazione con enti e aziende locali che hanno organizzato attività collaterali al festival.

Due studentesse stanno preparando la loro tesi su questo argomento, e quindi stanno raccogliendo dati proprio sui risultati economici portati da RisorgiMarche sul territorio.

Possiamo dire innanzitutto che le 230.000 presenze delle due edizioni sono state valutate dalla questura.

Sappiamo inoltre che, sulla base di una stima che prevede di calcolare circa 3 persone per ogni auto, si sono presentate in occasione degli eventi ben 76.000 macchine in totale che hanno dovuto compiere un tragitto stimato in circa 40-60 km ognuna, con relativi pieni di benzina fatti sul territorio marchigiano.

Abbiamo anche notato, in particolare nella seconda edizione rispetto alla prima, un incremento di pullman privati di ditte marchigiane che si sono attivate, soprattutto appunto nel 2018, per organizzare questo tipo di servizio, anche nel rispetto dello spirito ecologico che caratterizza la manifestazione e che quindi preferisce mezzi di trasporto aggreganti per limitare il numero di mezzi.

Abbiamo accreditato circa 200 pullman di ditte locali, ognuno con circa 54 persone a bordo. Solamente l'indotto dei pullman accreditati ammonta a circa 200.000 euro.

10.000 persone hanno quindi utilizzato questo servizio pullman, pagando circa 20 euro a testa.

Le altre 220.000 persone, rimanenti dal totale delle presenze, hanno percorso, come si diceva, una media di 40-60 km in auto e quindi speso soldi in benzina.

Moltissime persone hanno inoltre raccontato di aver fatto colazione, pranzi, acquisti di prodotti tipici, e consumato bibite, gelati, ciambelloni e maritozzi preparati dai forni locali, prodotti andati a ruba già dalle prime ore del mattino. E questo sia lungo il tragitto, in auto, a piedi o in bicicletta negli ultimi chilometri nella natura necessari per raggiungere la meta, sia anche direttamente sui prati nei quali si svolgevano i concerti, prima degli spettacoli.

Sommato tutto questo, l'indotto economico stimato per il territorio marchigiano è di 5.000.000 di euro, con una spesa media di 20-25 euro a partecipante, che in molti casi è sottostimata.

A questo si aggiunge il fatto che nell'organizzazione dei concerti è stato coinvolto prevalentemente personale tecnico marchigiano, come anche il servizio catering e i bagni chimici; ogni ditta che ha offerto un servizio a livello organizzativo era marchigiana.

E sono quindi da aggiungere altri 450-500.000 euro di organizzazione degli eventi.

Per una quota complessiva di circa 5.500.000 di euro reali, portati sul territorio.



Visti questi numeri e risultati importanti, da cosa puoi dire che abbia origine il grande successo di RisorgiMarche, la sua capacità di coinvolgere e stimolare una così straordinaria partecipazione?

Prima di tutto dagli artisti coinvolti, di altissimo livello e di grande notorietà.

Poi è scattato il meccanismo solidale.

E sicuramente il pellegrinaggio, questo momento forte di condivisione ha inciso molto: il coinvolgimento completo della persona, la scoperta e riscoperta di borghi e di luoghi meravigliosi delle Marche.

Le persone ci hanno calorosamente ringraziato, per aver dato loro l'occasione di scoprire questi incantevoli luoghi.

La stessa modalità di partecipazione ai concerti richiedeva un coinvolgimento attivo e rispettoso: da una parte lo spirito ecologico e di tutela verso il sito ospitante, dall'altro il rispetto verso gli artisti che si esibivano. La risposta del pubblico è stata entusiasmante in entrambi gli aspetti: i prati sono rimasti puliti così come venivano trovati; il pubblico non ha mai tentato di oltrepassare quella minima barriera che li separava dal proprio beniamino, costituita non da transenne, ma da una semplice cordicella.

Si è quindi formata una vera e propria comunità.

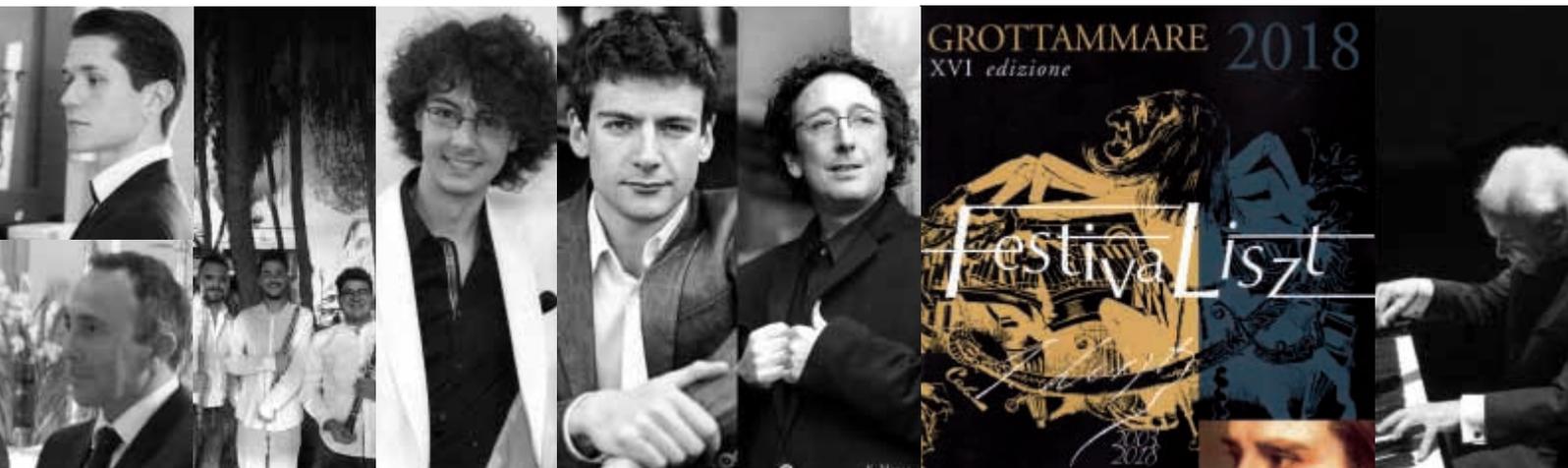
Sì, possiamo dire sicuramente che RisorgiMarche è un esempio concreto di festival comunitario.

www.risorgimarche.it

Laura Ricci



XVI edizione del Festival Liszt



“La musica va incontro alle più diverse necessità della nostra anima e le colma di tutte le impressioni di cui è capace”

Franz Liszt

Grottammare celebra uno dei suoi ospiti più illustri, il musicista Franz Liszt che, nel lontano 1868, soggiornò in una dimora, ospite del conte Fenili, commentando: **“Le sei settimane a Grotta Mare resteranno per me uno dei migliori e più dolci ricordi della mia vita...”**

Anche quest'anno tra gli eventi di punta proposti dal Comune di Grottammare, il Festival Liszt ha offerto una manifestazione di grande spessore culturale grazie all'organizzazione curata con entusiasmo e professionalità da **Rita e Francesca Virgili** e **Tiziana Capocasa**, responsabili della **Fondazione Gioventù Musicale d'Italia** sezione **L. Petrini** di San Benedetto del Tronto e Grottammare.



F. Liszt - Foto con dedica inviata al conte Fenili per ringraziarlo dell'ospitalità (Proprietà Comune di Grottammare)

Giunto alla XVI edizione, ha inaugurato la stagione concertistica (6 luglio), omaggiando la Sacra Giubilare, principale evento collettivo, popolare, civile e religioso della città Grottammare, con concerto “HIC EST QUI VENIT PER AQUAM. Alessandro III tra arte e musica”, in collaborazione con l'Associazione Culturale Medea, con **Nikos Angelis** e **Nazzareno Menziatti**. Dopo il tradizionale concerto sul prato con un giovane trio italiano di fiati, nella suggestiva cornice della Chiesa di San Giovanni Battista si sono esibiti i pianisti di fama internazionale **Alexander Ulmann**, **Can Çakmur**, **Jean-Marc Luisada**, per concludere con **Pierre Réach** (28 agosto).

L'edizione 2018 ha rispecchiato fedelmente l'idea lisztiana di promuovere non solo la propria musica, ma far conoscere anche quella degli altri, presentando alcune opere importanti degli autori ai quali Liszt era maggiormente legato, Beethoven, Chopin, Schumann, Schubert, senza tralasciare la musica più recente e, allo stesso tempo, con uno sguardo particolare verso la musica antica.



Le organizzatrici Rita Virgili, Francesca Virgili e Tiziana Capocasa con il vicesindaco Alessandro Rocchi

Un Festival cosmopolita e rivolto all'Europa, che rispecchia la vita e l'opera di Liszt, cittadino europeo *ante litteram*. Un Festival agganziato al territorio, che proietta Grottammare oltre i suoi confini.

Tutti gli eventi hanno suscitato interesse e partecipazione del pubblico e dell'amministrazione comunale, sempre presente con il sindaco **Enrico Piergallini**, il vicesindaco **Alessandro Rocchi**, assessori e consiglieri.

N. M.

SMART CONSULTING S.R.L.



- Elaborazione e digitalizzazione dati e documenti contabili ed amministrativi
- Digitalizzazione di archivi cartacei
- Acquisizione dati ed elaborazione documenti da utilizzare nei diversi sistemi aziendali downstream (database, ERP, DMS, SQAP, SharePoint)
- Automatizzazione dei processi aziendali basati sui documenti
- Realizzazione di applicativi informatici per Pc e dispositivi mobili di supporto alla gestione amministrativa, contabile e documentale
- Attività di consulenza di direzione ed organizzazione aziendale:
 - controllo di gestione, pianificazione economico-finanziaria, consulenza finanziaria
- Attività di formazione professionale, incluso e-learning



www.eurhotelgrottammare.com

Lungomare Alcide de Gasperi, 26

63066 Grottammare (AP) Italia

Phone: +39 0735 73171

Fax: +39 0735 632399

info@eurhotelgrottammare.com

NON VOGLIO MICA LA LUNA

A WEDDING WEB SERIES



Dalla formazione in aula alla pratica su un vero e proprio set cinematografico, insieme ai protagonisti Tom e Sibilla.

È l'esperienza che è possibile vivere grazie ai corsi della Scuola di formazione di Piceni Art For Job che s'integrano con le altre attività che il gruppo porta avanti, come appunto la **wedding web series "Non voglio mica la luna"**.



Si tratta di un progetto (sostenuto dalla Marche Film Commission - POR FESR Marche 2014 - 2020) che ha visto coinvolte le **migliori professionalità locali**, insieme **ad attori giunti da tutta Italia**, per dare vita ad una produzione che lancerà **le Marche come destinazione ideale per i matrimoni**.

La serie sarà sottotitolata anche in lingua inglese e presentata in occasione di eventi di respiro internazionale come il National Wedding Show di Londra e la Bit di Milano.



NON VOGLIO MICA LA LUNA

A WEDDING WEB SERIES



Dallo spettacolo dei **Sibillini** fino alla **Riviera Adriatica**, senza dimenticare **Offida**, le **dimore storiche** come il **Borgo Storico Seghetti Panichi** di Castel di Lama, il **Caffè Meletti**, **Piazza del Popolo** di **Ascoli Piceno**, **Urbino** e **Castelfidardo**.

Nei **sei episodi** della serie web sono racchiusi i tanti tesori delle Marche proposti come incredibile scenario di un matrimonio da favola.

R.P.



www.nonvogliomicalaluna.it



Make-up, spettacolo e comunicazione

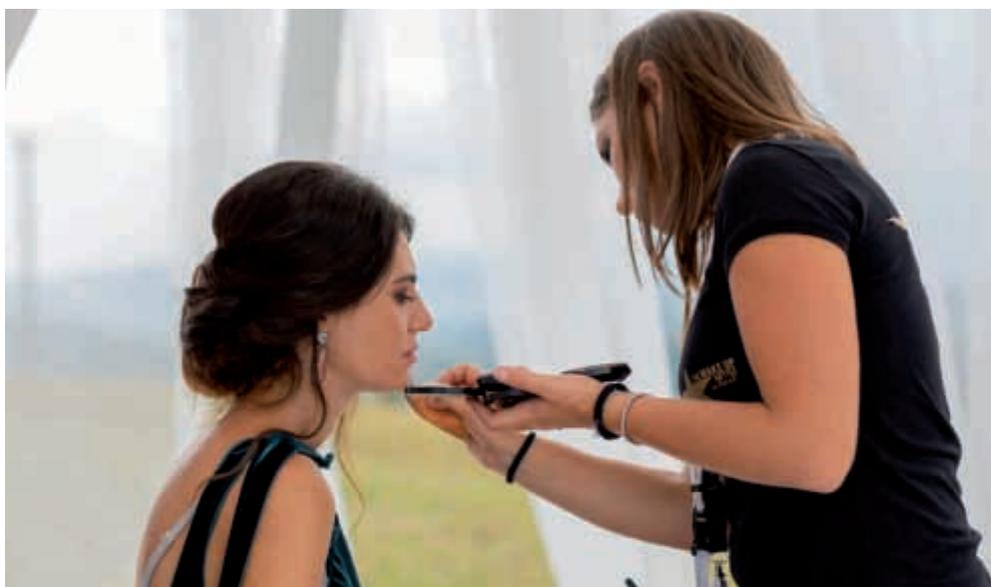
La stagione formativa 2019 della Scuola di Art For Job

 **Scuola** Corsi di Formazione
d'Artigianato

Un panorama variegato di proposte di corsi da parte della **Scuola di Piceni Art For Job** che nella stagione 2019 si arricchisce di interessanti novità: l'attenzione alla cura dell'**immagine** e in particolare al **make-up**, e un occhio al mondo dello **spettacolo** con i corsi a catalogo legati al **settore cineaudiovisivo**.

I **corsi** nell'area del **make up** saranno realizzati **in collaborazione con** la rinomata **"The Make Up Artist School"** diretta da **Monica Robustelli**.

I percorsi previsti sono due, uno di aggiornamento e di avvicinamento alla figura professionale del truccatore, e uno specialistico dedicato ad operatori del trucco artistico e al make-up nell'area dello spettacolo.



Il primo, **"Operatore Estetico Cosmetico: Visagista - Truccatore"**, è un **corso di aggiornamento professionale** dedicato agli **operatori estetici** che vogliono approfondire l'arte del trucco **ma aperto anche a coloro che vogliono apprendere l'arte del sapersi truccare**. Il corso è rivolto infatti a chiunque voglia imparare a truccarsi o migliorare la propria beauty routine, approfondire la cultura e la passione verso il mondo della bellezza ed esaltare la propria femminilità, imparando come valorizzare la forma del viso, degli occhi e labbra.

È un **percorso di 36 ore suddivise in 6 lezioni da 6 ore, (da gennaio 2019)**, durante le quali il **make-up trainer** illustrerà le differenze tra i diversi prodotti, i loro corretti metodi di applicazione, le tonalità e gli accostamenti cromatici giusti per le diverse carnagioni (a seconda del colore della pelle, dei capelli e degli occhi) e offrirà **consigli pratici**. Per rendere il corso interattivo e realistico verrà richiesto alle partecipanti di portare il proprio kit make-up, in modo da fornire beauty tips concreti e reali per ognuna. Partendo dallo studio delle diverse tipologie di pelle, individuando la propria, il corso si sposterà sull'analisi delle **armonie cromatiche** tra make-up, capelli e incarnato, per creare look e fornire **consigli personalizzati**.

La scuola fornirà un **set di cosmetici e pennelli professionali**; le dispense complete di teoria, fotografie e tutorial step by step per realizzare vari tipologie di look; attestato di partecipazione al corso di formazione e aggiornamento autorizzato dalla Regione Marche.

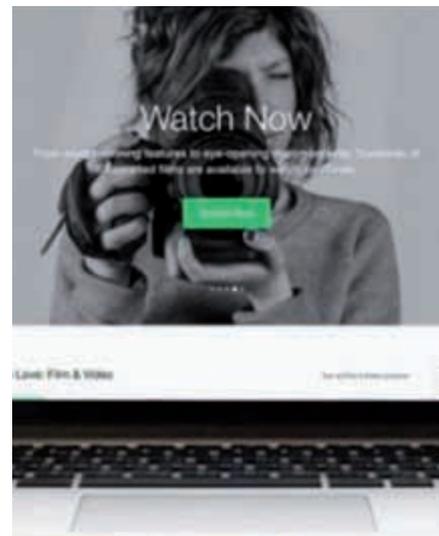
Il **programma del percorso formativo** prevede le seguenti tematiche: trucco giorno completo; analisi della pelle; preparazione al make-up; la base: scegliere e applicare i prodotti corretti per una durata estrema; correzioni piccoli e grandi difetti dell'incarnato; focus sugli occhi: la sfumatura perfetta e la scala cromatica; le sopracciglia: come delinearle; forme del viso e correzioni di base; labbra: il contorno labbra perfetto; cenni trucco sera.





Si prosegue con i **corsi dedicati al settore cineaudiovisivo, della comunicazione e marketing, e del 3D**, progettati da **Piceni Art For Job** (ente di Formazione accreditato tipologie OF FC FS con Decreto n. 54 del 26/01/2018) e **approvati dalla Regione Marche** (D.D.P.F. n. 335 del 05/04/2018 - corsi presenti nel Catalogo Regionale dell'offerta formativa a domanda individuale - FORM.I.CA), con i quali i partecipanti avranno la possibilità di entrare a diretto contatto con diversi ambiti di applicazione nel mondo del lavoro, unendo alla formazione teorica, un'importante **esperienza sul campo**, in particolare per ciò che riguarda i **corsi di specializzazione da 300 ore con stage** (schede corso dettagliate sul sito www.scuoladartigianato.it, Corsi > Corsi liberi autorizzati).

L'offerta formativa della Scuola di Art For Job è infatti arricchita da diversi **percorsi di specializzazione, corsi liberi autorizzati nel catalogo regionale della formazione**. In particolare, segnaliamo i due corsi dedicati al **social media marketing** (*"Tecnico del Marketing Operativo - E-commerce manager specializzato in Web Marketing, Social Media e SEO"*) e al **disegno e progettazione 3D**, entrambi di **300 ore (90 ore di stage)** e con rilascio di **attestato di specializzazione** valido ai sensi della legge 845/1978.



Il secondo, **"Operatore Estetico Cosmetico: Truccatore Artistico (Make-up Artist)"** è un **corso da 120 ore di aggiornamento professionale e tecnico**. Dal punto di vista dei contenuti, il percorso approfondisce particolarmente la formazione della figura professionale del Truccatore Visagista, attraverso un articolato modulo Beauty, nel quale vengono fornite le conoscenze e tecniche di base adeguate alla figura del **truccatore professionista**, applicando metodiche specifiche quali **contouring, highlighting, strobing e sculpting**, tecniche finalizzate alle creazioni di effetti multidimensionali, basandosi sullo studio della morfologia del volto.

Per passare poi ai settori specialistici del **trucco per il mondo cinematografico, televisivo, teatrale, musicale**, e infine al **Trucco Bridal**, specifico quindi **per matrimoni, cerimonie ed eventi**. Il trucco Bridal deve essere infatti eseguito basandosi sull'analisi del rapporto tra make-up (della sposa e degli invitati), caratteristiche dell'abito da sposa e degli accessori, e mood della cerimonia. L'obiettivo finale è quindi arrivare a valorizzare le caratteristiche fisiche dei diversi soggetti, elaborando uno stile e integrando il make-up nel total look dell'evento, catturato poi nel servizio fotografico dedicato.



Nel primo caso, parliamo di un corso dedicato al **linguaggio digitale**, nel campo della **comunicazione, promozione e commercializzazione**, attraverso l'utilizzo competente di **social network, web marketing, tecniche SEO**, in particolar modo applicate alla promozione dell'azienda e dei suoi prodotti, e alla loro vendita tramite **shop online**.

Il corso vuole quindi formare una **figura professionale** che si occupi della **realizzazione dei piani strategici di marketing**, volti a raggiungere gli obiettivi commerciali dell'azienda per la quale lavora. Una figura che si occupi dell'elaborazione delle **strategie per il lancio di un prodotto o di un servizio nel commercio elettronico**, che decida per quali beni e servizi è valida ed efficace la scelta del **canale di vendita online**, quali tipi di **campagne pubblicitarie** effettuare, come devono essere organizzate le **pagine web** nelle quali si offrono i servizi e prodotti da acquistare, e che sappia muoversi con disinvoltura nel mondo del **web marketing** in generale, e del **social media marketing** in particolare.



Nel caso della **progettazione 3D**, sono invece **aperte le iscrizioni** al corso di formazione professionale **per Industrial Designer** - "Tecnico 3D nel design, dalla progettazione alla raccolta dei finanziamenti attraverso piattaforme di crowdfunding".

Il corso di specializzazione, autorizzato nel catalogo regionale della formazione, in disegno e progettazione tecnica 3D, mira a creare la figura professionale dell'**Industrial Designer**, progettista nelle aziende artigiane, in settori che vanno dall'orafo-argentiero all'arredamento, alla confezione.

Si tratta di un percorso di specializzazione della durata complessiva di **300 ore**, comprensivo di stage finale, valido ai sensi della legge 845/1978. Il corso è destinato a 15 allievi che abbiano qualifica professionale o esperienza documentata o diploma di scuola media superiore attinenti al settore in cui si innesta la specializzazione. Il **corso, attivato da gennaio 2019**, ha una durata complessiva di circa 6 mesi. È previsto obbligo di frequenza per almeno il 75% delle ore totali.

L'obiettivo formativo è creare una figura professionale che abbia le capacità del disegnatore, con conoscenze approfondite dei principali **programmi di modellazione tridimensionale**, insieme a competenze nel **marketing e nel reperimento di finanziamenti** attraverso **piattaforme di crowdfunding**, per **tradurre l'idea creativa in un progetto concreto di design o artigianato**.

E ancora, spostando l'attenzione sul mondo del cinema e dello spettacolo, i corsi a catalogo **"Progettazione dei costumi per uno spettacolo o una produzione"**(36 ore), **"Videomaker: dall'ideazione alla post produzione"**(36 ore), **"Recitazione: acting e performing"** (42 ore), **"Set Decorator: dalla scenografia all'arredo di scena"**(36 ore).



Si continua con la formazione in **"Storytelling: scrittura creativa nel digital marketing"** (46 ore). Il corso ha l'obiettivo di formare una figura professionale in grado di **scrivere contenuti in maniera creativa ed efficace**. Fornire quindi le conoscenze e le capacità necessarie per creare e **gestire un blog**, catturare l'attenzione con **articoli, approfondimenti, storytelling**, immagini e video che consolidino la **brand reputation di un'azienda**, oppure scrivere la **sceneggiatura di una serie web** ad episodi, acquisendo competenze anche nel **linguaggio cinematografico**.



E poi, **un corso sempre attuale e di particolare utilità, spendibile in diversi settori del mondo del lavoro: "Lingua estera - E-business English"** (36 ore). Il percorso di formazione incentrato sull'e-business English mira a rafforzare le **competenze linguistiche** di coloro che operano nell'**area business**, nel settore **organizzazione eventi** e nell'**area legale di imprese che lavorano con l'estero** (Practical and Legal English for International Negotiation). È quindi finalizzato a rendere i corsisti abili nel gestire la negoziazione, redigere contratti con partner esteri e compiere operazioni connesse all'organizzazione di eventi internazionali.

È possibile usufruire di **voucher formativi regionali** per occupati e disoccupati (POR Marche FSE 2014-2020, Asse 1 - Priorità d'investimento 8.1 - Risultato atteso 8.5 - TdA 8.1B - Avviso pubblico per la richiesta e concessione di voucher formativi), che permettono la **frequenza gratuita o agevolata ai corsi**. I voucher saranno disponibili "just in time" e fino ad esaurimento delle risorse finanziarie, la **richiesta** va dunque effettuata il prima possibile ed **entro il 31/12/2018**. **L'Allegato A per presentare la richiesta voucher è scaricabile dal sito www.scuoladartigianato.it**

Le lezioni dei corsi si svolgeranno presso la **sede operativa di Piceni Art for Job** in Via dell'Airone, 21 (zona Sentina) a San Benedetto del Tronto.

Le **domande d'iscrizione ai corsi 2019 della Scuola di Art For Job** devono pervenire, entro e non oltre il **21 gennaio 2019** (le domande pervenute dopo tale data non saranno ritenute valide), **a mano o a mezzo raccomandata** (anticipare via e-mail al seguente indirizzo:

Piceni Art For Job SCC- Via dell'Airone, 21 - 63074 San Benedetto del Tronto (AP).

Per ulteriori informazioni su bandi dei corsi, moduli d'iscrizione e richiesta voucher formativi:

tel. 0735.657562

 **Scuola** Corsi di Formazione **d'Artigianato**



Nasce nel 2018 *Fusion Wear*, un coordinato di t-shirt e felpe da uomo **hip-hop & urban clothing**, in vendita prossimamente **online**.

Inoltre, nel pieno rispetto di una politica di **sostenibilità ambientale** in cui crede e che fa propria, *Fusion Wear* propone esclusivamente **prodotti dotati di certificazione OEKO-TEX 100**, standard internazionale che stabilisce un sistema completo di gestione ambientale. È un sistema indipendente di verifica e certificazione dei **materiali tessili grezzi**, dei **prodotti semi-finiti** e dei **prodotti finiti**, in tutte le fasi di produzione.

Anche gli **inchiostri** usati nelle stampe hanno quindi ottenuto la certificazione OEKO-TEX 100, che attesta nello specifico che i prodotti sono **sicuri nella stampa su tessuti per adulti e bambini**.



www.fusion-wear.com

I segreti del trucco cinematografico The Make Up Artist School



"The Make Up Artist School è il mio ambizioso progetto artistico e culturale, un percorso che consentirà la crescita di talenti creativi. Il mio obiettivo è condividere aspirazioni, ispirazioni ed esperienze, offrendo una piattaforma creativa che permetta di diventare Professionisti del Make Up", così **Monica Robustelli** definisce **la sua Academy dedicata al trucco per il mondo dello spettacolo.**

Creare professionisti capaci di realizzare e sviluppare nuove idee, e non semplicemente ripetere quello che già è stato fatto. Questa la convinzione che ha ispirato Monica dandole l'idea di fondare, agli inizi del **2012**, *The Make Up Artist School*, di cui è Art Director.

Considerata tra le top seven in grado di fornire agli allievi tutti gli strumenti teorici e pratici, ad oggi la scuola è conosciuta, nel panorama italiano dei make up artist, per la sua capacità di offrire un percorso professionale, qualificato e curato nei dettagli.

La scuola è un **progetto artistico multidisciplinare** che consente lo **sviluppo di talenti e creatività.**

I **percorsi didattici** proposti si compongono infatti di **molteplici discipline:** regia, fotografia, dress style, hair dress, lingua inglese (madrelingua), arricchiti da **stage internazionali.**

Molto interessanti, pratici e creativi i percorsi formativi specificamente dedicati al trucco cinematografico e teatrale, come il **Corso SFX-3D/Cine-Teatrale (640 ore):**

studio artistico della nascita e dell'evoluzione del make up, dal teatro al cinema, e differenze di applicazione dei diversi materiali nel trucco teatrale e cinematografico.





La **parte teorica** comprende: studio artistico della nascita e dell'evoluzione del make-up dal teatro al cinema; tecniche e materiali utilizzati per le trasformazioni nel campo cine-teatrale; trucco d'epoca e di scena, e scelta della tecnica di utilizzo, pittorica o con applicazione di protesi e posticci; progettazione e studio del disegno dal vero per lo studio della modellatura; tecniche di calco dal positivo al negativo e diverse tipologie di cere modellanti per creare protesi.

La **parte pratica** esplora: conoscenza e differenze di applicazione dei diversi materiali nel trucco teatrale e cinematografico; messa in opera del trucco d'epoca e differenze nel musical, teatro dell'opera, prosa, cinema; il trucco di carattere con la realizzazione pittorica; modellatura con diversi materiali dall'argilla alle cere senza zolfo; calco, positivo e negativo, per la creazione di protesi, maschere, motivi decorativi; tecniche e materiali di applicazione per protesi in lattice, gelatine, silicone; disegno dal vero con l'ausilio di un soggetto tridimensionale; creazione di calotte ed applicazioni per creare una trasformazione; progettazione e realizzazione di un trucco fantasy fashion.

The Make Up Artist School nasce inoltre come scuola **itinerante** e continua ad essere tale, garantendo corsi di formazione in tutta Italia in collaborazione con i più prestigiosi brand nazionali (nel 2019 si concretizza **la collaborazione con la Scuola di Piceni Art For Job**, dalla quale nascono due interessanti **corsi di makeup**), pur vantando anche quattro sedi: Napoli, Milano, Londra, New York.

Spazi creativi di oltre 500 metri quadri che, grazie alle ampie vetrate, usufruiscono di quella luce naturale che è strumento essenziale per i creatori. Sviluppata su due livelli, cinque aree ben distinte e suddivise in area shooting, laboratori, sala riunioni, area kitchen e relax, in un'atmosfera tutta familiare tra alunni e insegnanti, nella quale si privilegiano l'aspetto umano e l'esplorazione dei mondi reciproci, chiavi essenziali per assicurarsi la dose quotidiana di creatività.

Sono previsti **corsi itineranti e in sede con moduli diversi e personalizzati**, in modo da mantenersi sempre in linea con gli ultimi metodi e con gli standard professionali. La scuola di trucco è inoltre una struttura dinamica che cerca di insegnare ai propri allievi a mettere in discussione il proprio punto di vista, per trasformarlo e ricrearlo ogni volta, in base alla propria ispirazione, e senza mai perdere di vista la professionalità.

La scuola ha aperto le sue porte a **tanti giovani studenti**, mettendoli in contatto, tramite **stage formativi**, con **l'industria della moda, il cinema, la tv, le aziende cosmetiche**. Molti diplomati della scuola sono già inseriti nelle attività del service oppure svolgono un lavoro a ottimi livelli.

The Make Up Artist School di Monica Robustelli è partner e make up artist ufficiale della serie web Non voglio mica la luna, un progetto di Piceni Art For Job Productions, con il patrocinio e il contributo di Marche Film Commission e Fondazione Marche Cultura.

www.themakeupartistschool.com





La Xentek nasce nel 2001 dall'unione dei soci Giorgio Ciccanti, Nicola Mesticelli, Roberto Paoletti.

Si avvale dei migliori professionisti del broadcast.

Da sempre la Xentek si è contraddistinta per la sua creatività a 360°,
l'aggiornamento tecnologico, la versatilità e la qualità del proprio operato.

www.xentek.it





XENTEK
PRODUZIONI TELEVISIVE



TROUPE DI RIPRESA

Effettuiamo troupe di ripresa per programmi televisivi, servizi giornalistici, telepromozioni, spot, reportage e documentari.

AUTOMEZZI KA-SAT

Con questi mezzi possiamo offrire i servizi di montaggio ed invio ftp, dirette tv/web monocamera o con regia. Sono di compatte dimensioni e ci permettono di operare in ogni situazione e luogo, pratici anche nei centri cittadini.



POSTAZIONI DI MONTAGGIO

Disponiamo di sale di montaggio AVID - EDIUS - FINALCUT - PREMIERE e di postazioni di montaggio portatili.

VIDEO ISTITUZIONALI

Realizziamo ogni tipologia di video industriale, aziendale e social mettendo a disposizione tutta la nostra creatività ed esperienza nella comunicazione.



RIPRESE AEREE

Siamo operatori riconosciuti ENAC abilitati alle operazioni critiche. Questo ci permette di volare senza pre-autorizzazioni nella maggior parte del territorio italiano per effettuare riprese video aeree 4k.

DIRETTE TV e WEB

Siamo esperti nelle tecnologie di rete, capaci di effettuare dirette Tv, streaming per Web e trasferimenti FTP da ogni parte del mondo.



Il design protagonista ad Ascoli



Dalla capsula per schiacciare un pisolino alla sfera cattura odori ed emozioni, per proseguire poi con il lettino da mare anfibio e i sensori anti sismici. Sono alcuni degli oggetti creati dai team di docenti e ricercatori giunti da tutto il mondo alla **prima edizione della "Design experience week"**, svoltasi ad **Ascoli Piceno** dal 24 al 29 settembre, e che ha avuto come **ospite d'onore Fabio Lenci, mostro sacro del design italiano** e autore nella sua lunga carriera di oltre 700 oggetti.

L'evento è stato organizzato e curato dalla **Scuola di Architettura e Design dell'Università di Camerino**, in collaborazione con il **Comune e la Camera di Commercio di Ascoli Piceno** e con il patrocinio della **SID - Società scientifica del Design**, di **ADI MAM - Associazione per il Disegno Industriale Marche Abruzzo e Molise**, e di **Confindustria Centro Adriatico Ascoli Piceno e Fermo**.

La manifestazione ha visto la partecipazione di **6 università di 4 differenti Paesi** (Messico, Israele, Grecia, Italia) e il coinvolgimento di **più di 100 tra ricercatori, designer, imprenditori, studiosi**.

L'edizione 2018 ha avuto come **tema "Il futuro presente e il presente futuro**. Il design tra immaginazione e innovazione - utopie, metodi, ricerche, progetti" e il protagonista di quest'anno è stato il designer **Fabio Lenci**.

Il programma della manifestazione, che ha l'obiettivo principale di sviluppare visioni progettuali per un futuro più sostenibile, inclusivo e sicuro, si è articolato intorno a quattro principali attività/eventi:

1. una conferenza di apertura della manifestazione, per condividere e discutere il tema, i metodi, il programma, i contenuti, l'attività e i progetti del protagonista dell'edizione 2018;

2. un workshop intensivo di ricerca progettuale, condotto da 8 team di ricercatori e designer di 4 differenti Paesi, guidati e ispirati da **Fabio Lenci**;

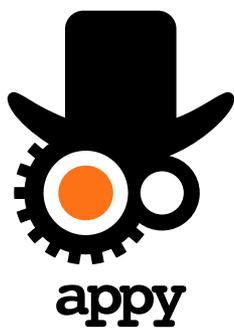
3. una presentazione delle visioni e dei progetti per il futuro, sviluppati dai team durante il workshop, che si terrà nell'ambito della **Notte Europea dei Ricercatori**, una notte dedicata in tutta Europa alla divulgazione e disseminazione verso il grande pubblico dei risultati della ricerca scientifica.

4. il convegno finale sul tema della manifestazione, moderato dallo storico e critico del design, **Vanni Pasca**, che ha visto, come relatori e testimoni delle proprie visioni del futuro, due importanti imprenditori, **Giuliano Mosconi** e **Massimiliano Guzzini**, e due studiosi di scienze umane, l'antropologo **Alessandro Bertirotti** e il sociologo **Maurizio Busacca**. Il Convegno si è concluso con la consegna di riconoscimenti al designer protagonista Fabio Lenci e agli 8 team di ricercatori e designer che hanno partecipato al workshop.

"La **Design Experience Week** - hanno spiegato gli organizzatori - non è solo un evento, ma è un processo culturale e progettuale aperto e collettivo, una manifestazione esperienziale, guidata dal design, in cui scambiare idee, competenze, progetti ed esperienze, appunto, con una visione ed un obiettivo comune: un futuro più sostenibile, sicuro ed inclusivo".

Renato Pierantozzi





3D SERVICE

PROGETTAZIONE, PROTOTIPAZIONE E STAMPA 3D

STAMPA UV E LAVORAZIONE LASER

WEBSITES

ACCESSORI COSPLAY

Appy Lab è uno spazio creativo in cui prendono forma le idee.

Elabora, personalizza e produce, utilizzando tecnologie di stampa 3D, laser e UV.

Appy realizza e dà concretezza ai progetti attraverso un efficace percorso di studio, prototipazione e lavorazione finale del prodotto.



Accanto ai servizi offerti, Appy Lab sperimenta le sue capacità grafiche e tecniche anche nella creazione di proprie linee tematiche di oggettistica, accessori, gadget, bijoux.

I suoi designer spaziano tra l'arte della grafica 2D e l'innovazione della stampa e modellazione 3D, offrendo un mix di competenze e servizi unico nel suo genere, capace di assecondare ogni esigenza creativa e richiesta di personalizzazione.



www.appylab.it

Avel Lenttan

L'innovazione del lusso
tra influenze globali
e gusto italiano


A V E L L E N T T A N



Eclettica, cosmopolita, attuale. La personalità di **Avel Lenttan** è un **melting pot di suggestioni** raccolte da ogni angolo del mondo, grazie alla sua curiosità, la passione per il **viaggio** e la scoperta di culture sempre nuove. Suggestioni che vengono interpretate secondo una propria, originale visione. A questo si aggiunge la sua ammirazione per il **Made in Italy** e per il tocco inconfondibile del design italiano.

Avel Lenttan è un **nuovo brand** di lusso che comprende **gioielli, accessori e interior design**. Un marchio poliedrico che associa l'unicità dello **stile italiano** con una **dimensione internazionale**, partendo dal concetto creativo e approcciando il mercato attraverso il **web** come principale **canale di vendita**.

L'**innovazione** associata alla produzione e al prodotto rappresenta il segno distintivo del **brand** che ha un'**anima multidisciplinare**, per cui è in grado di chiudere in maniera completa l'intero ciclo creativo e produttivo, dal bozzetto alla vendita del pezzo finito.

Un **team di professionisti interno** coadiuvato da **partner** per la **produzione**, il **marketing**, la **distribuzione** e la **tecnologia** alla base del progetto rendono il brand totalmente auto-consistente e in grado di rispondere in maniera rapida alle richieste del mercato di lusso.

Alla base dei gioielli e degli accessori Avel Lenttan ci sono **tre cardini espressivi**. Come si diceva, la **vocazione cosmopolita** e la **ricerca continua di suggestioni eterogenee**. Avel Lenttan presenta infatti al pubblico internazionale un "lifestyle concept", un contenitore aperto a contributi creativi e culturali diversi, che prende ispirazione dalle molteplici esperienze professionali vissute in vari paesi e culminate in Italia, e che ha come propria stella polare un mood coinvolgente e passionale, diffuso attraverso vari settori del design e della creatività.

E poi c'è la **propensione all'eccellenza che impone scelte senza compromessi**. Avel Lenttan sceglie la strada dello stile e dell'unicità, con una grande attenzione a design ed estetica di alto livello, basati su valore e qualità: lusso ma non ostentazione. Un **mix di antico e nuovo**, dal design casual-chic, in gioielli, accessori e complementi d'arredo raffinati e contemporanei, ma allo stesso tempo capaci di rompere gli schemi e osare, con un inusuale e costante **richiamo all'arte**, con curiosità e senza paura di mettersi in gioco.

Da qui, l'impiego di sapienti **manualità artigiane italiane** in fase di produzione, come espressione di una **artigianalità** e di un **design** da sempre rinomati in tutto il mondo. L'uso esclusivo di metalli nobilipreziosi, l'utilizzo di pietre preziose e semipreziose di altissima qualità e non sintetiche caratterizzano ogni gioiello. La sagomatura delle pietre utilizzate nelle collezioni è sinonimo di ricerca e esclusività, qualcosa di unico e non ritrovabile sul mercato a causa di problemi di costo e approvvigionamento che rappresentano una barriera all'ingresso.



Lo **stile** è d'altra parte il caposaldo di ogni creazione Avel Lenttan, e **viene prima del prodotto** gioiello, un prodotto che sta acquistando nuovamente valore in termini di preziosità e **"lifetime value"**, contro l'attuale massificazione, e che ha un occhio di riguardo nei confronti delle donne, che sempre più stanno conquistando potere d'acquisto rispetto ai coetanei maschili. Ciò si sostanzia, ad esempio, nella **cura maniacale dei dettagli** all'esterno e all'interno di ogni gioiello (superfici lucide). In particolare, **la lucidatura delle parti poste al di sotto del gioiello**, quasi nascoste, comporta il ricorso a strumenti particolari che solamente artigiani molto esperti e professionali possono utilizzare. **In ogni pezzo è presente un dettaglio** e ogni dettaglio è curato nei minimi particolari; nulla è lasciato al caso, così come il consueto ricorso all'utilizzo di pavé laterali di pietre che contribuiscono ulteriormente a impreziosire ogni gioiello.

Tutto ciò è possibile perché ogni prodotto è prima di tutto inserito nell'ambito di un **coordinato** di stile: le collezioni creano infatti un mood riconoscibile perché caratterizzate da prodotti in coordinato. Un catalogo **completo**, con varianti di prodotto dal gioiello alla bag fino al sandalo prezioso, rispondendo alle richieste dei clienti più attenti ed esigenti.

Le **linee stilistiche** sono inoltre **continuative**, dando linearità e **riconoscibilità** al brand, senza abbandonare il core design. Accanto a questo aspetto, le linee sono allo stesso tempo del tutto personalizzabili, dando la possibilità ad ogni cliente di scegliere tra diversi metalli e colori delle pietre tra le referenze disponibili, potendo così avere versioni speciali e su misura di alcuni prodotti.



AVEL LENTTAN



Il design di Avel Lenttan è inoltre scalabile e modulare, fatto su misura e progettato per durare nel tempo (oro e pietre preziose). Gioielli e accessori che evidenziano uno status di livello, uno stile personale e sartoriale: design modulare, visualizzazione 3D per coordinare al meglio il proprio stile con accessori e abbigliamento. La multietnicità del brand la ritroviamo nei colori delle pietre preziose, molteplici come i colori della terra e delle culture sparse sul pianeta e che rispecchiano l'identità di ogni donna. Avel Lenttan offre ad ognuna di esse la possibilità di scegliere un gioiello che rappresenti al meglio la propria essenza e le proprie radici culturali. Le linee prodotto sono scalabili, in quanto permettono di avere in collezione **prodotti entry level**, prodotti **di nicchia** di alto valore e prodotti **semi-personalizzati** partendo da una **medesima base**.

Grazie poi ad un processo di **prototipazione digitale** avanzata la **produzione è automatizzata** e resa semi-industriale, pur mantenendo l'artigianalità tipica del made in Italy.

Un **concept che si vuole quindi distinguere**, con un **percorso di lungo termine**, dalle attuali tendenze di design, creazione di gioielli e accessori. Ed è per questo che la linea creativa **aperta e multiculturale** di Avel Lenttan si rivolge a **personalità fortemente connotate**, coraggiose, **innovative**.

Donne esigenti, attente alla qualità, **stilose**, amanti dei **viaggi**, dell'**arte** e della **cultura**, e capaci di interpretarla con uno stile personale e senza età. Raffinate ma non monotone, amanti dell'innovazione, attente alle ultime tendenze del lusso e a ciò che possa donare al proprio stile un valore aggiunto concreto.

E poi **l'uomo, elegante e ambizioso**, che associa tendenza e raffinatezza indossando abiti e accessori che rendano il suo **stile unico** ma riconoscibile. Ama l'arte e la sua espressione e non disdegna l'indossare un gioiello oltre che regalarlo per un'occasione particolare. Osa abbinamenti **casual chic** senza essere mai eccessivo, ama la creatività e **l'innovazione**.



Ecco quindi l'importanza del fattore innovativo per eccellenza: la **tecnologia a supporto del prodotto**. La tecnologia è infatti alla base dell'intero progetto Avel Lenttan (dai prodotti ai canali di vendita) e rappresenta un plus importante, posizionando i prodotti ad un livello ibrido e al momento non battuto dai produttori e distributori di gioielli presenti sul mercato.

La **piattaforma online** creata per la **vendita dei gioielli** (che si affianca alla vendita diretta in negozi in posizioni chiave nell'ambito di mercati del lusso, al social media selling attraverso Facebook e Instagram, e alla presenza in marketplace specializzati nel settore lusso) rende innanzitutto possibile un alto livello di personalizzazione, grazie alla presenza di un **visualizzatore tridimensionale** che permette ai clienti di **selezionare, tra diverse combinazioni, quella più adatta al proprio stile** scegliendo tra misure, metalli, pietre e incastonature.

Il **back-end** utilizzato dalla piattaforma è estremamente evoluto in quanto consente, grazie alla codifica di ogni singolo prodotto e all'assegnazione di un ID per ciascun utente, di abbinare con precisione un prodotto a un cliente, gestendo quindi non solo la tracciabilità degli acquisti e delle preferenze ma anche offrendo un servizio di **personalizzazione dei prodotti** e un **customer service mirato**.

Il contenuto innovativo del progetto si esprime anche in una certificazione tracciabile dei gioielli che rende possibile l'automazione dei processi di produzione, spedizione e resi. Tutto ciò garantisce l'autenticità del marchio al cliente finale, la **tracciabilità** del prodotto, l'efficienza della spedizione e della gestione presso i punti vendita e un servizio clienti avanzato, grazie alla corrispondenza tra codice prodotto e ID cliente che permette interventi immediati e mirati. Il numero di registrazione conferisce inoltre al gioiello un'esclusività tipica delle collezioni numerate e a tiratura limitata.

L'azienda si doterà inoltre di un sistema **di sicurezza** che consentirà, ad esempio, di avere una **trasparenza** migliorata: **documentare il percorso di un prodotto** lungo l'offerta e la catena di distribuzione, così come la verifica di certificazioni o determinate proprietà di prodotti fisici, e il collegamento di beni fisici a numeri seriali, codici a barre e tag digitali, rivelano infatti la vera origine e le caratteristiche reali del prodotto, **accrescendo la fiducia** e aiutando a **eliminare il pregiudizio** nei confronti delle **transazioni online**.



A V E L L E N T T A N



JEWELLERY & INTERIOR DESIGN

INFO: +39 02678159
MARKETING@THREEC.COM

Il Bouquet



Renoir sosteneva che la vita fosse un mazzo di fiori, sarà per questo che nel giorno più bello di una donna, il **wedding day**, è importantissima la scelta del **bouquet**.

Che esso sia bianco, colorato, rotondo, allungato, a grappolo, a fascio, a cascata, che sia arricchito da fili di perle, gemme, piume o frutti, diventa una creazione fatta di equilibri e proporzioni, di profumi e di colori.

È il segno per eccellenza della sposa e deve armonizzarsi con l'abito per esprimere la personalità e lo **stile del bridal look** della promessa.

La **scelta dei fiori** è immensa e coglie l'estetica personale di ogni bouquet, fino ad evocare il ricordo di un prato fiorito, o la magia di un quadro impressionista o un giardino romantico di rose inglesi.

Un mix fondamentale, da abbinare non solo alla cerimonia religiosa o civile ma anche alla location scelta dagli sposi.

Se il matrimonio sarà metropolitano, i fiori saranno aristocratici, calle, peonie, orchidee, rose inglesi se invece sarà un country side party i fiori da scegliere saranno ortensie, rose da giardino, erbe aromatiche e frutti.





A proposito di questo, ora vorrei parlarvi, di un matrimonio sontuoso ed elegante . Alessia, una sposa dolcissima, ricercata e da sempre attenta ad ogni piccolo grande dettaglio.

Dopo un'accurata selezione , scelse una location del '700 nel cuore delle Marche, inconfondibile. Lo ricordo come un matrimonio ricco di luci,charme e splendidi fiori in una calda e stellata notte di luglio.

A tal proposito vorrei soffermarmi sul suo meraviglioso bouquet dalla forma tondeggiante, classica con un leggero movimento. I fiori, scelti insieme, dopo un lungo progetto, raccontano di lei e della sua bellezza.

Un bouquet composto da quattro tipologie di garden roses, ortensie bianche, peonie sfumate di un audace rosa pallido e un tocco di eryngium sulle tonalità del blu.

Un bouquet, creato dalla bravissima **Claudia Cameranesi**, in arte Elewedding. Le foto immortalano, la magia di un giorno indimenticabile ed irreperibile, forever, wherever!

Sabrina Proietti



Claudia Cameranesi
Elewedding

Floral Wedding Designer
www.claudiacameranesi.it
348.0532795
elewedding@hotmail.com



ROYAL ROW

BRITALIAN CLUB





Gold Line S.r.l.
Via Manlio Mercatali 8/10
60022 Castelfidardo (Ancona) Italy
Phone +39 071 780444 - 071 7821463
Fax: +39 071 7821810

www.goldline.it



Speciale
Paglia &
Pelletteria



Paglia e vimini nella tradizione marchigiana

Dalla natura materie prime versatili che da secoli stimolano un artigianato utile e creativo

L'**artigianato della paglia** è caratterizzato dal **recupero di materiale di scarto delle produzioni agricole**. Già nel Settecento si definisce nelle Marche un'area specifica che assume presto i caratteri del "distretto" produttivo. L'area, ben delimitata, è quella compresa tra i comuni di Falerone, Monte Vidon Corrado, Montappone e Massa Fermana ("paesi della treccia").

Nella **lavorazione della treccia, prodotto primo nella lavorazione della paglia per la successiva confezione di cappelli e manufatti vari**, è impegnata la quasi totalità della popolazione. La lavorazione della paglia e la fabbricazione dei cappelli conosce il **momento di massimo splendore nell'Ottocento**. Verso la fine del secolo si registrano infatti circa 4.000 lavoratori su un totale di 5.000 abitanti in età lavorativa.

La **paglia necessaria per la treccia** è prodotta nel luogo stesso di lavorazione, acquistata nelle campagne circostanti. La **varietà più diffusa per questo tipo di lavorazione** è quella del **grano marzuolo**, della **calvigia, calvigiotto e mazzocchetta**. Raccolte le spighe al tempo della mietitura, la paglia viene lasciata sul campo per molti giorni ad essiccare al sole. Viene poi raccolta in fasci, issati su appositi pioli, per procedere, stelo per stelo, ad asportare dal gambo gli internodi. Le paglie vengono quindi divise a seconda della dimensione e poste a sbiancare in stanze, casse o botti, con vapori di zolfo. Bagnate per renderle flessibili, si passa ad intesserle. La treccia di paglia così realizzata viene spurgata e stirata con l'ausilio di un torchio, per essere resa lucida e pronta per essere cucita.

I **prodotti realizzati** vanno dai **cesti, cappelli, ventagli, alle sporte, stuoie, portasigari**. Uno dei prodotti principe di questo artigianato è proprio il **cappello**. Già verso la fine dell'Ottocento i cappelli confezionati nel territorio fermano, la cui produzione ammonta ad alcuni milioni di esemplari, hanno un mercato florido nelle grandi città italiane, europee e statunitensi. Sono ancora molti oggi i laboratori artigianali in funzione tra Massa Fermana e Montappone.



Alla lavorazione della paglia si accompagna quella della rafia, del giunco e del mais. Agli accessori d'abbigliamento sono stati affiancati articoli d'arredamento e complementi d'arredo, manufatti di rivestimento per contenitori, bottiglie e fiasche. Molto importante anche la cesteria con la sua varietà di scatole, cassetti da lavoro, gettacarte, cofanetti, culle.

La lavorazione del **vimini**, e anche di **giunco e bambù**, si è estesa, **dal distretto piceno della paglia, alla vicina provincia di Macerata** dove, specialmente a **Mogliano**, è divenuta una delle attività artigianali prevalenti. **Nella provincia di Pesaro-Urbino**, l'intreccio del **vimini** caratterizza l'artigianato del comune di Cartoceto.

L'intreccio del vimine nella tradizione rurale



Nel territorio piceno i **materiali da intreccio** più utilizzati sono il **salice (vimine)** e le **canne**. Sono poi usati i **ramoscelli d'olivo**, di **ginestra**, **sanguinello**, **olmo**, **vitalba**, oltre a tutto ciò che può essere raccolto in campagna e ha una flessibilità sufficiente per essere intrecciato.

Per l'intreccio il vimine è utilizzato sia naturale, mantenendo la sua buccia color marrone scuro, per un prodotto più grezzo e rustico, o senza buccia, bianco, scelto per i cesti più eleganti, non quindi per un uso domestico quotidiano.

Molto caratteristici alcuni manufatti, tipici della cultura rurale. Tra questi, la **gavagnola**, contenitore **per la raccolta delle olive**. Si portava a mo' di marsupio, attaccato alla vita con uno spago, consentendo di raccogliere agevolmente le olive.

Si va poi dai grandi **cesti di canne o vimini**, usati **per conservare le granaglie**, ai **cesti** per fare la spesa nei mercati o per portare il cibo ai contadini nei campi. Questi ultimi, grandi e molto grandi, **per trasportare il cibo** in genere, sono caratterizzati da due o quattro manici ad arcate, bloccati da un ramo di salice che funge loro da supporto. Il fondo dei cesti è realizzato in salice, l'alzata con canne. Un altro manufatto tradizionale, di forma svasata, in salice grezzo o bianco, è il cesto **per la raccolta dei funghi**.

Un cesto molto ingegnoso è quello **per raccogliere la frutta**. La sua particolarità è il gancio incorporato nel manico, un ramo di sanguinello, che gli permette di essere appeso direttamente alla pianta, con gran comodità di chi svolge l'operazione di raccolta. Era usato per raccogliere frutti non troppo pesanti, come ciliegie, more o altri frutti di piccola e media dimensione. Tipico anche il **cestino in giunco per la formatura del formaggio**, che gli attribuisce le caratteristiche scanalature.

E poi i **porta-formaggio da tavola**, utilizzati per appoggiare il formaggio, tagliarlo e servirlo. Il classico **cestino per il pane**, realizzato con la tradizionale tecnica "a fette", strisce di salice che hanno un andamento che va a salire e a scendere lungo l'alzata del cestino, tecnica differente da quella classica e che contraddistingue proprio i cesti da pane.

Infine, le utilissime **protezioni per bottiglie, fiaschi, damigiane** e altri contenitori **in vetro**, realizzate in vimini. Questi manufatti intrecciati servivano anche a mantenere il contenuto fresco, grazie al vapore che il rivestimento in vimini riesce a trattenere tra se e la superficie del vetro.

Gli strumenti da lavoro e le tecniche d'intreccio del vimine

Pochi gli essenziali attrezzi da lavoro per la lavorazione e l'intreccio del vimine e ramoscelli di altre piante spontanee reperite in campagna.

Prima di tutto serve un **coltellino**, usato per tagliare rami e canne. Poi, un **punteruolo** in legno o in osso, per aprire fessure tra le fibre intrecciate. **Cesoie** per tagliare i ramoscelli più grandi. Infine una **cannetta**, appositamente intagliata per realizzare la treccia nei cesti, e quindi per far seguire contemporaneamente nella tessitura a più ramoscelli uno stesso andamento (s'inseriscono all'interno della cannetta i ramoscelli che devono procedere insieme).

Poi degli strumenti semplici ma interessanti per la loro efficacia: Lo **spacca-venco**, per rompere il ramo di salice in più parti uguali, più strisce, utilizzate poi per l'intreccio, per risparmiare materiale.

Lo **spacca-canne**, per dividere le canne fresche e secche in più strisce. Una volta era realizzato in legno ma, per la sua funzione, finiva per corrodersi facilmente. I contadini usavano quindi in alternativa una piccola croce tagliante realizzata con le canne la quale, premuta sull'estremità della canna da spaccare, ne permetteva la rottura. Anche tagliando le canne in strisce, come per il salice, si riusciva a risparmiare molto materiale.



Tecnica base d'intreccio del vimine e di altri materiali naturali

Si inizia il **fondo** del cestino partendo con un numero pari di ramoscelli, ad esempio otto. Quattro di questi vengono spaccati al centro con il punteruolo;

si crea quindi un'apertura nella quale vengono fatti passare gli altri quattro ramoscelli, formando una **croce** che costituisce la struttura radiale della base; a questo punto inizia l'**intreccio** di ramoscelli di piccolo diametro, intorno al centro della croce; si continua con la formazione della **struttura**, con ramoscelli di diametro maggiore (montanti), su cui si baserà l'alzata del cesto. I montanti devono essere posizionati ben equidistanti tra loro, proprio perché costituiscono la struttura dell'alzata;

si procede quindi con la **tessitura**. La tessitura classica prevede l'utilizzo di tre ramoscelli: ogni ramoscello che va a formare il tessuto del cesto deve essere intrecciato attorno ai montanti, passando prima sopra a due e poi sotto a uno;

quando i ramoscelli usati per la tessitura si esauriscono, essendo utilizzati in tutta la loro lunghezza, devono essere sostituiti con dei nuovi, lasciando la parte terminale tagliata dei vecchi ramoscelli sotto la **base** del cesto, in modo da non rendere visibili le giunzioni e non rovinare l'estetica del manufatto.

Laura Ricci

I cappelli di Montappone ieri e oggi

La tradizione del cappello nelle Marche

Il cappello di paglia nasce dall'arte antica di **intrecciare steli di grano**. Le **treccie** ottenute dalla lavorazione della paglia di frumento vengono cucite sovrapposte o riunite orlo per orlo, senza che le cuciture risultino visibili, conferendo poi al manufatto finale, con l'utilizzo di forme in legno, la foggia voluta. I cappelli sono poi trattati con una soluzione di gomma che li renda più rigidi, e infine lucidati.

Dati risalenti al **1860** testimoniano una **produzione massiccia di cappelli nel territorio del Fermano**, così ripartita: 150.000 cappelli prodotti annualmente da Massa Fermana e 300.000 a Montappone. Una fonte del **1889** parla di **1.200.000 cappelli prodotti solo a Montappone**. Il notevole incremento produttivo è da imputare all'introduzione di macchinari sempre più massicciamente impiegati nelle fasi di lavorazione.

La **confezione di cappelli in paglia** ha il suo momento di **massimo sviluppo nell'Ottocento**, grazie alla **moda** che a quei tempi imponeva l'uso del copricapo. I produttori di cappelli si sbizzarriscono in questo periodo nell'utilizzo di forme, colori e qualità per i loro prodotti. A Fermo, nel 1869, è possibile trovare ben 45 tipi differenti di cappelli in paglia.



Cappelli per uomini, donne, bambini, giovani e anziani, per il giorno e per la sera, tradizionali e di moda, per uso quotidiano e per cerimonie, tutti **nati da un semplice stelo di paglia** e lavorati con maestria. Convivono con la **storia e la tradizione** testimoniate da vecchie fotografie, treccie di paglia, attrezzi e antiche macchine, e con il **design contemporaneo** di altri **copricapi** che rappresentano le **eccellenze della realtà produttiva delle Marche**, interpretando l'impegno, l'originalità e la determinazione della gente. Oggi come nel passato.

Montappone, Massa Fermana, Monte Vidon Corrado e Falerone costituiscono oggi il **distretto** della produzione di **cappelli** più importante d'Italia e d'Europa. Le aziende hanno saputo diversificare la produzione utilizzando, oltre alla paglia, altri materiali naturali (lana, feltro, canapa, tessuto), dando continuità alla tradizione, nella creatività e nell'innovazione.

Quello del cappello è quindi un **museo aperto al nuovo**, al territorio, ai giovani, agli appassionati, immagine del distretto del cappello ed elemento di riappropriazione di una **memoria storica** da conservare, valorizzare, diffondere e tramandare.

www.museodelcappellomontappone.it

Info e visite guidate:

Piazza Roma, 5

63835 Montappone

Apertura su prenotazione: tel. 0734.760134

Facebook: Museo del Cappello Montappone

I numeri del distretto del cappello in Italia e nel Fermano - Maceratese

La Federazione Italiana dei TessiliVari e del Cappello ha divulgato le stime basate sui **dati Istat al primo trimestre 2018**.

Paolo Marzialetti, presidente nazionale Settore Cappello e vicepresidente Federazione Italiana TessiliVari, fotografa l'**attuale distretto del cappello** su scala nazionale ed evidenzia l'importanza del nostro **Distretto Fermano - Maceratese, che da solo** rappresenta circa il **70% del valore**, in termini di aziende, addetti e fatturato, **dell'intero settore nazionale** del cappello.

Nell'ambito del **Distretto del Cappello Fermano** (che comprende i Comuni di Montappone, Massa Fermana, Monte Vidon Corrado, Falerone) - **Maceratese** (Mogliano, Loro Piceno, Sant'Angelo in Pontano), i soli Comuni di **Montappone e Massa Fermana** rappresentano il **fulcro produttivo del business del cappello**: vi risiedono infatti oltre l'**80% delle aziende del distretto** e circa il **50%** di quelle **nazionali**.



IMPRESE 100 circa *

ADDETTI 1650 circa *

FATTURATO 100 milioni di Euro *

EXPORT 75 milioni di Euro circa *

* *compreso l'indotto*

Il comparto del cappello su scala nazionale, nel periodo gennaio-dicembre 2017 presenta un aumento sia delle esportazioni che delle importazioni, rispetto allo stesso periodo del 2016. **Il trend è confermato**, anche se in forma più contenuta, **nel primo trimestre 2018**.

Per quanto riguarda in particolare i cappelli di paglia, le esportazioni ammontano nel 2017 a 21 milioni di euro, con un aumento dello 0,8% rispetto al 2016, mentre nel primo trimestre 2018 ammontano a 8 milioni di euro, con un consistente calo dell'11,3%.

I **berretti**, al contrario, nel **2017** evidenziano un **aumento delle esportazioni**, con un ottimo **+21,3%**. La stessa tendenza viene confermata nel **primo trimestre 2018** con risultati per le esportazioni, con un più contenuto ma comunque importante **+14,9%**.

Per quanto concerne i mercati di riferimento delle **esportazioni del settore nazionale del cappello, nell'intero 2017 in testa c'è la Germania** (21 milioni di euro, +17,5%), mentre nel primo trimestre 2018 si registra un inaspettato calo, con un -4,6%. **A seguire la Francia**, che passa dal +8,4% del 2017 al +5,8% del primo trimestre 2018. E poi **il Regno Unito**, che malgrado la Brexit, dà ottimi riscontri, con un +25,7% nel 2017 e un +15,1% nel primo trimestre 2018.

Continuano invece gli **straordinari risultati sul mercato svizzero**, per via delle triangolazioni commerciali con vari paesi tra i quali la Russia: +163,9% nel 2017 e +97% nel primo trimestre 2018.

Mentre sono in **recupero gli Stati Uniti**, che passano dai 10,7 milioni di euro, +0,9% dell'anno scorso a 1,6 milioni di euro, +20,2% nei primi tre mesi di quest'anno. Sempre in buona evidenza la Spagna ormai stabilizzatasi con un +14,4% nel 2017 e +14,1% nel primo trimestre 2018.

Come evidenziano i buonissimi numeri della Svizzera, dunque, **anche la Russia continua il suo forte ritorno**, malgrado le sanzioni commerciali ancora in essere, (+69,3%) nel 2017, mentre l'Austria passa da un +25,4% del 2017 ad un +7,6% nei primi tre mesi del 2018.

Buone anche le esportazioni verso i Paesi Bassi (+37,7%) nel 2017 che scendono a +10,8% nel primo trimestre 2018. Sempre notte fonda invece per il Giappone (-17,4%) nel 2017 e -25,7% nei primi tre mesi del 2018. Lo stesso discorso vale per Israele (-20,5%) nel gennaio-marzo 2018.

Le forme della paglia in cucina



Le **pagliarole** (*pajarole*) di Acquaviva Picena sono **cesti intrecciati in paglia di frumento e vimini**. La semplicità del materiale e della lavorazione, e il quotidiano utilizzo dei prodotti rendevano quella delle pagliarole **una vera arte povera**, popolare e collettiva.

Nella **pagliarola** è evidente infatti il **legame di tutto un paese e del suo nucleo sociale** con un artigianato semplice, ma allo stesso tempo indispensabile e prezioso.

Già **nel 1798** si faceva menzione **ad Acquaviva Picena dell'antica arte di fabbricazione delle pagliarole**. **Nell'Ottocento** si contavano infatti in paese circa **cento persone addette** alla realizzazione di pagliarole. La lavorazione, completamente manuale, era affidata quasi esclusivamente alle donne, sin dalle fasi iniziali di preparazione delle materie prime. Le bambine, infatti, terminate le scuole elementari, cominciavano ad imparare l'arte della creazione delle pagliarole, lavorando accanto ai genitori e ricevendo in cambio corde per giocare.

L'importanza sociale delle pagliarole e la sua appartenenza al contesto culturale del paese, l'inclusione nelle sue attività, negli usi e costumi, erano evidenti nelle varie fasi di lavorazione, produzione e scambio che le coinvolgevano. Le pagliarole erano infatti offerte come compenso ai contadini che procuravano le materie prime per la loro realizzazione, paglia e vimini. Gli acquavivani barattavano inoltre le pagliarole con patate, castagne e carbone, trasportandole fino ai paesi di montagna, giungendo anche ai confini con Lazio e Abruzzo. Una serie di legami e scambi che si intrecciava secondo la più genuina tradizione della società rurale.

Naturalmente le pagliarole sono legate nelle loro **forme e dimensioni**, sin dalle fasi iniziali di produzione, alla **vita rurale familiare e domestica**, e alle sue esigenze. Le pagliarole sono infatti utili complementi alle attività quotidiane specialmente **in cucina**, dove vengono impiegate nelle più varie funzioni e utilizzi.

Nell'uso domestico sono in origine innanzitutto **contenitori** per legumi, cereali e frutta appena raccolta. Le forme adoperate in cucina a questo scopo sono la **pagliaroletta** (*pajarlitt*) e la **coppetta** (*cupptelle*), di forma circolare, e la **nannetta** (*nannettell*), di forma ovale. La coppetta è utilizzata anche per riporre il pane o per mantenere in caldo le castagne arrostiti vicine al fuoco, coperte da un panno. I **crivelli** (*crvlliee*), ovali o tondi, sono invece cestini caratterizzati da un particolare fondo a grata composto da cannule: vi si appoggia la verdura, la frutta o il pesce.

Una particolare pagliarola, composta da due elementi, è la **sfarinapesce**, formata da una nannetta (cestino ovale) sulla quale si inserisce un crivello (cestino con fondo a grata) come coperchio. Il cavo della nannetta viene riempito per circa metà della sua capienza di farina, nella quale viene immerso e rivoltato il pesce (o altri ingredienti da friggere). Una volta infarinato, il prodotto è posto sopra la grata del crivello, che viene reinserito nella sottostante nannetta, e quindi scosso perché si liberi della farina in eccesso.

Un altro utilizzo tipico delle pagliarole nell'ambito della cucina è come **sottopentola**, o piatto di base per sorreggere dolci caratteristici, come il *fristingo*: qui la fantasia delle pagliarolare acquavivane si sbizzarrisce, creando combinazioni di forme e colori sempre differenti. La stessa fantasia caratterizza anche i graziosi **cesti a smerlo** (*cuppitt sbzrate*), utilizzati durante le feste come **contenitori per dolci**, dagli spumini alle ciambelline di Pasqua, dai fichi alla frutta secca, e ai confetti. Per lo smerlo si utilizzano crolle tinte in rosso, verde o turchino per rendere le pagliarole più eleganti e personalizzate.

La **pagliarola è uno dei più allegri e caratteristici dei prodotti artigianali del territorio piceno**: un prodotto che ha il profumo del suo territorio e che nel suo intreccio di fili racconta ancora oggi tanta parte della sua storia.



Come si facevano (e si fanno) le pagliarole

Le pagliarole sono realizzate in **paglia di frumento legata da fili di vimini, le crolle**. Queste ultime si ricavano dalla potatura dei salici da vimini: i rami vengono uniti in fasci e immersi in acqua perché germoglino, diventando più teneri.

Ogni ramo flessibile e ammorbidito dal trattamento, viene diviso in più parti con il **paccacrolle**: ad ogni parte ottenuta viene asportato il lume centrale, alleggerendo ulteriormente la crolla. Facendo pressione con un coltello, ognuna delle crolle viene fatta scorrere sulla gamba, in modo da **eliminare la pellicola esterna**. A volte l'involucro esterno viene mantenuto, ottenendo un filamento più scuro per la realizzazione di lavori dal gusto più rustico.

Per realizzare lavorazioni più vivaci, le **crolle** vengono **colorate di rosso, verde o blu, tramite ebollizione** in apposite soluzioni. Per alcuni particolari tipi di pagliarole si usano anche cannette selvatiche, *quadrella*, rametti di *capanna*, *rovi*, *càrciola*, *carciolù*, e altre piante palustri.

La produzione delle pagliarole è un'attività che le donne acquavivane svolgono stando sedute su una piccola panca o su sedie basse, appoggiando **sulle gambe un grembiule di stoffa pesante** (*la parnanze*).

Ad Acquaviva la mostra permanente "La pagliarola racconta"

Dalla metà del secolo scorso, sull'uscio di casa, nelle stradine del centro di Acquaviva Picena, le donne lavoravano la paglia per creare le pagliarole.

L'**Associazione Laboratorio Terraviva** è da parecchi anni impegnata nella salvaguardia di questa antica tradizione, attraverso l'organizzazione di corsi di formazione a cura delle Maestre pagliarolare.

È stata quindi scelta come custode dell'attuale collezione di manufatti in paglia di proprietà comunale, avviata dalla **Prof.ssa Rinnuccia Napoletani**.

A terra, da un lato, è posta una **mannella di paglia** (steli ricavati dalla mietitura del grano con la falce, battuti, puliti, piegati in fasci e lasciati ad essiccare) sulla quale di tanto in tanto si getta un po' d'acqua per rendere la paglia più tenera e consentire una migliore foggatura.

Dall'altro lato, in un secchio (*la cacciole*), è immersa una **treccinella di vimini**, formata da crolle legate circolarmente servendosi delle bucce asportate. Prima della lavorazione, le treccinelle vengono essiccate e conservate appese su asticelle di legno disposte a forma di corona. Nel periodo di realizzazione delle pagliarole, devono essere immerse slegate in secchi d'acqua per divenire più maneggevoli.

La tecnica fondamentale nella realizzazione dei manufatti consiste nel **forare la paglia e far posto di volta in volta alla crolla**, nel susseguirsi di punti nei vari giri. Lo strumento di lavoro utilizzato per questa operazione è il **punteruolo** (*lu puntarule*). Inizialmente vengono utilizzati pochi fili per avviare il lavoro a spirale: si ottiene così *lu cecellitte*, circolare o ovoidale, da cui si ricavano rispettivamente la coppetta o la nannetta.

Si procede quindi in modo piatto fino a **formare il diametro di base** (*lu fennitte*). Si inizia poi a realizzare giri in alzata, modellando la sagoma finale dell'oggetto. Terminato il lavoro, i cesti vengono riposti nelle **secchie** (contenitori dell'uva vendemmiata), nelle quali viene fatto ardere lo zolfo, contenuto in un barattolo di latta, per rendere la paglia più chiara e disinfettarla. Il tutto viene coperto e lasciato riposare per diverse ore. Dopo essere stati esposti all'aria, i cesti sono pronti per essere utilizzati.



La mostra è visitabile presso:
Associazione Laboratorio Terraviva

Via del Cavaliere, 50
63075 Acquaviva Picena

Orari di apertura:

Lunedì ore 09,00/12,00 – 15,00/17,00

Mercoledì ore 15,00/17,00

Giovedì ore 15,00/17,00

Sabato e domenica su prenotazione al 347.0461759

Tolentino e il pregio del grande artigianato della pelle

La **storia della lavorazione della pelle** ha origini lontanissime. Già nella preistoria si conosce l'utilizzo delle pelli come materiale con cui vengono realizzati rozzi indumenti. Con il passare del tempo i Romani affinano le tecniche di conciatura. La lavorazione della pelle diventa un vero e proprio mestiere e nell'**Alto Medioevo** dà avvio alla creazione di **botteghe artigiane** che consentono a molte generazioni di imparare un mestiere, fornendo un valido supporto alle economie di molte famiglie che, lavorando lo stesso prodotto, finiscono per unirsi in corporazioni.

Nascono così **in Italia** dei veri **distretti di mastri artigiani pellettieri**, specializzati nella lavorazione di pelle e cuoio, e ben presto la lavorazione di questo nobile e pregiato prodotto diventa simbolo di qualità, raffinatezza e lusso.

Nel corso dei secoli il lavoro del **conciatore di pelli** acquisisce tutte le caratteristiche di una vera e propria arte. L'evoluzione dei metodi di lavorazione, l'utilizzo di tecniche innovative, fanno sì che anche la percezione di questo lavoro cambi: da un lavoro umile, affidato prevalentemente ad una categoria sociale bassa, all'arte di un vero e proprio mastro artigiano.

La **lavorazione della pelle** rappresenta una delle manifestazioni più tipiche dell'artigianato nel territorio del **Maceratese**, e si accompagna da secoli ad altre forme di artigianato tradizionale come, ad esempio, la lavorazione della carta e la realizzazione di manufatti tessili.

Nel distretto marchigiano è **Tolentino** ad avere la più **antica tradizione** dei **conciatori** e della **lavorazione della pelle**, tradizione perfettamente inserita nel tessuto urbano di una città che da secoli dà vita, attraverso la creatività e la competenza degli artigiani locali, a prodotti di lusso e alto livello manifatturiero.

I prodotti artigianali di Tolentino sono il frutto di passione ed esperienza maturate negli anni. La qualità, la cura dei dettagli, le finiture e la ricerca dei



materiali fanno di ogni creazione un pezzo unico destinato ad acquisire valore nel tempo.

Se si vuole trovare, infatti, il meglio della **lavorazione della pelle** destinata al mondo dell'**abbigliamento**, dell'**arredamento**, degli **accessori** e del **design** occorre dirigersi a Tolentino, città in cui la tradizione della lavorazione della pelle ha radici antichissime, tanto che era considerata tipica della zona **già nel Quattrocento**.

La grande esperienza degli **artigiani della pelle e del cuoio** di **Tolentino** è posta **oggi** al servizio sia dell'industria dei **mobili**, per la creazione di divani e poltrone famosi ed esportati nei cinque continenti, sia della **moda**, per borse e accessori in pelle che tengono alto il vessillo del made in Italy nel mondo. Non è un caso che proprio nel territorio di Tolentino operino marchi celebri a livello internazionale.

Sono presenti infatti a **Tolentino botteghe artigianali specializzate** nella produzione di accessori e oggetti in pelle di ogni tipo: portafogli e borse in pelle di struzzo, pitone o coccodrillo, cinture in cuoio, agende, taccuini, libri, pregiati set da scrittoio, rivestiti con le pelli più raffinate che conferiscono a questi prodotti un carattere di vera esclusività.

Il trattamento della pelle è uno dei settori su cui si basa il modello economico marchigiano. Considerato l'alto livello manifatturiero di questi prodotti, risulta quindi di notevole interesse l'indotto economico prodotto e il mercato del lavoro che ne consegue.

Le **imprese attive** nelle **Marche** nel **2018** nel settore della **lavorazione della pelle** sono infatti circa il **20% delle imprese manifatturiere regionali**, con il **71%** di queste **a carattere artigiano**. La **Regione Marche** con il suo distretto di produzione di accessori in pelle risulta essere **tra le prime regioni in Italia** sia **per la qualità e quantità prodotta**, che **per le esportazioni** all'estero. Tra i paesi al mondo che maggiormente ricercano i nostri prodotti, troviamo al primo posto la Germania, seguita da Stati Uniti, Francia e Russia.

N.M.



Scarpe ma non solo

Origini e tradizioni della pelletteria made in Marche

Dalla lavorazione del cuoio trae origine la moderna **industria calzaturiera delle Marche**. Nella **provincia di Ascoli Piceno**, **laboratori artigianali** per la lavorazione del cuoio sono presenti in numerosi centri (Amandola, Ripatransone, Massignano, Carassai), ma l'area di maggiore concentrazione dell'attività è circoscritta, già **dal Quattrocento**, entro i confini della città di **Ascoli Piceno**.

Il cuoio è utilizzato in prevalenza per la **produzione di scarpe**, ma gli artigiani dell'epoca ne fanno largo uso anche in altri settori della manifattura artigianale. Le **copertine dei libri** sono infatti realizzate esclusivamente in cuoio fino all'introduzione di materiali più economici. Nel settore dell'**arredamento**, il rivestimento di poltrone, sedie e divani è spesso realizzato in pelle.

Nella **seconda metà dell'Ottocento** iniziano a diffondersi **nel Fermano** laboratori per la **produzione di scarpe**. Per la fine del secolo si contano a **Montegranaro** oltre **50 laboratori**. Con il passare degli anni la produzione della calzatura raggiunge una grande diffusione, e gradualmente l'attività artigianale si trasforma in un'industria vera e propria. Un'industria che ha sempre mantenuto caratteri artigianali, conservando l'impostazione tipica delle piccole imprese a conduzione familiare.

La **provincia di Macerata, fino a metà Ottocento**, è il **centro dell'arte della concia**. Può usufruire infatti di **risorse naturali** che favoriscono lo sviluppo di tale attività. Numerosi corsi d'acqua, greggi e mandrie che forniscono una buona base di pellame, e una rilevante **produzione locale di materie da concia ricche di tannino**, come la corteccia di quercia, le noci, o le tradizionali foglie di scotano, una pianta che vive spontanea nei terreni brulli e sassosi dell'Appennino.

Nel **Cinquecento** il centro più florido è **Camerino**, ma la lavorazione delle pelli è diffusa anche a Sanseverino, Visso, Matelica, Macerata e Recanati. L'importanza dell'**arte della concia** per l'economia dell'epoca è **documentata dagli statuti** di Sanseverino e Treia che esentavano dal rispetto delle feste religiose, fatta eccezione per Natale e Pasqua, i conciatori impegnati nel lavaggio e nella calcinazione dei cuoi, due fasi delicate del procedimento di concia.

I **diversi tipi di cuoio ottenuti con la concia** del pellame sono usati come materia prima da vari artigiani, prevalentemente **per la produzione di scarpe**, ma anche di **valige, selle e finimenti** per animali. Un'applicazione di alto livello decorativo è quella dei **cuoridori o corami** (cuoi dorati e istoriati), utilizzati per ornare abitazioni gentilizie, frontali d'altare e interni di carrozze.

I lavori realizzati in cuoio istoriato, conservati a Camerino, offrono una testimonianza dell'alto livello tecnico raggiunto da queste lavorazioni artistiche. A Tolentino, rinnovando l'abilità e il gusto artistico dei decoratori di corami, si affermano nel corso del Novecento imprese che, con lavorazioni del tutto artigianali, producono **oggetti artistici in pelle**, dalle **poltrone ai complementi d'arredo**, come **set da scrittoio** di alta qualità.

L'**odierna industria calzaturiera** trova oggi i suoi maggiori centri di sviluppo nei **comuni maceratesi** di Monte San Giusto e Civitanova Marche, e si integra con i vicini **centri dell'Alto Ascolano** a formare il **distretto calzaturiero marchigiano**, uno dei comparti più importanti dell'economia regionale.

L.R.



Le aziende delle Marche sul podio delle presenze a Lineapelle

Sara Santori, Confindustria:
“L'intuizione dell'imprenditore non basta più, serve ricerca”

Alla 95ma edizione della Mostra internazionale di pelli, accessori, componenti, tessuti, sintetici e modelli **Lineapelle** (Fiera di Milano - Rho, 25-27 settembre 2018), principale fiera del settore **e momento chiave per conciatori e accessoristi**, le Marche hanno sfiorato il **record di presenze**, con ben **125 aziende** da tutta la regione.

La Regione Marche, seconda solo alla Lombardia (153 espositori), ha portato in fiera una selezione rappresentativa delle migliori produzioni nel campo dell'**abbigliamento, materiali e accessori** per il **segmento fashion & luxury**.

Il distretto marchigiano che ha partecipato con il maggior numero di aziende è quello di Fermo e provincia, con 62 espositori; a seguire Macerata (45), quindi Ancona (11), Ascoli Piceno (4) e Pesaro-Urbino (3). Le aziende sono state guidate nella partecipazione alla fiera dalla **presidente degli accessoristi di Confindustria Centro Adriatico, Sara Santori**.

“Due i punti chiave al termine della fiera: una **buona affluenza da un lato, luci e ombre sulle aziende dall'altro** – così Sara Santori presenta il bilancio dell'appuntamento fieristico – Parto dal primo: buyer da Cina, India, Spagna, Medioriente e Russia hanno permesso, soprattutto al settore conciario, di lavorare. Qualche difficoltà in più per gli accessoristi per la frenata del mercato italiano, in particolare del settore calzaturiero.



Per quanto riguarda invece le luci e le ombre, la differenza è legata al prodotto presentato in fiera. Mai come in questa edizione **i buyer hanno cercato prodotti innovativi, hanno premiato la ricerca**. La seconda differenza tra chi torna in azienda più o meno soddisfatto è dovuta alla tipologia di cliente: chi lavora con l'estero ha sicuramente avuto una chance in più di chiudere ordini”.

“Il nostro distretto - aggiunge la Santori - sta cercando di affrontare da protagonista il cambiamento. Il punto è che non basta più solo l'intuizione dell'imprenditore, che resta un valore aggiunto. Poi **serve la ricerca, serve l'investimento**. I grandi gruppi, che si sono affacciati anche in questa fiera, chiedono sempre qualcosa di più e sono un riferimento importante per le nostre imprese. Vengono e chiedono tutto, dal tacco alla suola passando per la pelle, e vogliono ad esempio tutto biodegradabile. Dobbiamo e possiamo essere pronti. Bisogna stare al passo con le tendenze”.

Biodegradabile ma anche **innovazione tecnologica**: “Se da un lato c'è l'ecosostenibilità con i prodotti rifiniti con l'acqua senza solventi, anche per tacchi e soles, dall'altro c'è la spinta all'**alta tecnologia**, con **tessuti lavorati a laser o alta frequenza**, che danno l'**effetto 3D**. Non abbiamo altre risposte alla difficoltà del calzaturiero che quella di **guardare lontano**. Sapendo però che all'estero la concorrenza è ancora più forte e che **il cliente chiede sempre maggiore qualità e novità**” - conclude Sara Santori.

L.R.





Cappelli *al borgo*

INAUGURAZIONE
19.12.2018 ore 18.00

Mostra di cappelli antichi e moderni

SHOWROOM

19.12.2018

CIÙ CIÙ

27.02.2019

Salute, moda, sogni!

Piazza del Popolo 20
T 0736 618024

OFFIDA

lun - dom 10:00 - 19:00 • ingresso libero



Comune
di OFFIDA



MUSEO
DEL CAPPELLO
MONTAPPONE



Comune di
MONTAPPONE

CIÙ CIÙ

SOLCHI RADICI SOGNI

Nella splendida Piazza del Popolo di Offida (AP) si trova lo showroom dell'azienda vitivinicola Ciù Ciù, ospitato all'interno del cinquecentesco Palazzo Mercolini Tinelli, uno degli edifici più importanti dello splendido borgo medievale. Uno spazio recentemente restaurato in cui fermarsi per assaporare le eccellenze enogastronomiche marchigiane, a partire dalla gamma completa dei vini biologici Ciù Ciù, bianchi, rossi e spumante, abbinata ad una serie di piatti tipici della tradizione.



Ogni anno migliaia di appassionati di vino fanno visita allo showroom. All'interno del palazzo, che si sviluppa su tre piani e presenta ancora intatto e ben conservato il portale cinquecentesco, sono presenti numerosi oggetti di antiquariato e di modernariato che rimandano alla tradizione contadina, e non solo, marchigiana ed italiana. Il piano nobile vanta soffitti completamente affrescati e in ottimo stato di conservazione, grazie al recente restauro.

VISITE E DEGUSTAZIONI SU PRENOTAZIONE:

Tel. +39 0736 618024 - degustazioni@ciuciuini.it
nello showroom in Piazza del Popolo OFFIDA  

PICCOLI PASTICCI

La Vita Dolce



• • • • •
CAPRIOTTI

• • 1954 • •

www.capriottigioielli.it

Il merletto a tombolo di Offida nella storia e nell'arte



Con il termine **tombolo** si intende sia il prodotto finito della lavorazione che il cuscino cilindrico imbottito di segatura (in dialetto, *lu capzza*) su cui si appoggiano, fissandoli con degli spilli, i disegni da seguire e riprodurre fedelmente. Esistono diversi tipi di lavorazione a seconda dei fusi utilizzati e generalmente, per ottenere il merletto, si utilizzano filati di cotone. Grazie ad un lavoro di grande precisione, l'artigiano incrocia quindi velocemente i fusi e, con grande maestria e pazienza, ottiene il pregevole merletto.

Di origini antichissime, anche se difficilmente databile, il **merletto a tombolo**, realizzato in diverse aree d'Italia, trova quasi sicuramente **ad Offida le sue radici più profonde**.

Persino **Simone de Magistris**, in una tela del 1589 conservata nel Polo Museale cittadino, esalta i **dettagli del merletto** dipingendoli sui bordi del lenzuolo che avvolge Gesù e sulla candida tovaglia che copre l'altare dietro alle sacre figure. Nel **1511** troviamo il **primo documento** in cui si cita esplicitamente la **donazione di una serie di pizzi** da parte del Comune alla Chiesa di Santa Croce.

A partire dal 1600, la **lavorazione del tombolo** si sviluppa **fiorentemente in città** e nelle zone limitrofe, ben presto il tombolo, oltre ad un' apprezzata e richiesta manifattura, diventa una forma di sostentamento per i maestri artigiani e per le famiglie locali.



Già nella seconda metà del **1300** il **Maestro di Offida**, artista molto attivo nel territorio marchigiano e abruzzese, **ritrae il famoso merletto** in alcune delle sue opere ancora oggi presenti nello splendido borgo. Gli **eleganti pizzi** sono ben visibili ad impreziosire forme e colori nella raffinata **veste dell'Angelo dell'Annunciazione** ritratto su un **portale della Chiesa di Sant'Agostino**.

Mostrandoci i suoi lavori, la signora **Franca Mandozzi** (Maestro d'arte) racconta infatti che nelle civiltà contadine **le donne facevano il tombolo non solo per impreziosire il proprio corredo, ma anche per offrire un valido supporto all'economia della casa**: con buona frequenza, ai maestri d'arte venivano commissionate opere per conto di ricchi signori che, apprezzando la grande qualità dei particolarissimi pizzi, ne facevano sfoggio nei loro eleganti palazzi.

Oggi non sono molte le persone capaci di realizzare questi capolavori. Offida, nel 2009, ha ottenuto il marchio di qualità **"Merletto a Tombolo di Offida"**, che nasce con l'obiettivo di tutelare e far conoscere questa rara manifattura.

Nazzareno Menziotti



WE MAKE YOUR GOLDEN DREAM



WWW.GATTIGIOIELLI.IT

LABORATORIO/WORKSHOP

VIA MARSALA, 101/103

TEL & FAX: +39 0735 757355

63074 S. BENEDETTO DEL TRONTO (AP) ITALY

INFO@GATTIGIOIELLI.IT

Incentivi per l'occupazione dalla Regione Marche



Fideas Srl Borgo Cappuccini n. 3, 63073 Offida (AP) Via Calatafimi n. 44, 63074 San Benedetto del Tronto (AP)
Tel. + 39 0736 880843 - Fax + 39 0736 888235 fideas@topnet.it www.fideas.it Voip Skype: fideasinfo Facebook: FideasSrlOffida

La Regione Marche ha emanato negli ultimi mesi una raffica di bandi a sostegno di nuova occupazione e al consolidamento di quella esistente, stanziando un budget iniziale di 12 milioni di euro, che potrebbero finanziare fino a 1.000 nuove assunzioni.

Queste le opportunità offerte alle imprese che creano occupazione:

Aiuti stabilizzazione lavoratori precari

Decreto n.254/SIM del 18/10/2018, Fondi disponibili: Euro 3.000.000;

Aiuti assunzioni disoccupati e svantaggiati

Decreto n.187/SIM del 02/08/2018, Fondi disponibili: Euro 2.000.000;

Aiuti assunzione Manifattura e Lavoro 4.0

Decreto n. 85/SIM del 09/04/2018, Fondi disponibili: Euro 1.000.000;

Aiuti assunzione Area di crisi del Piceno

Decreto n.224/SIM del 18/09/2018, Fondi disponibili: Euro 4.000.000;

Aiuti assunzione tirocinanti area cratere sismico

Decreti n. 341/SIM del 07/11/2017 e n. 396/SIM del 13/12/2017, Fondi disponibili: Euro 2.000.000.

1) Aiuti per la stabilizzazione lavoratori precari

Soggetti aventi diritto a presentare la domanda: imprese che stabilizzano, cioè trasformano i contratti precari in contratti a tempo indeterminato full-time o part-time. La stabilizzazione deve avvenire dopo la presentazione della domanda di finanziamento.

Destinatari dell'intervento: trasformazione in contratti di lavoro a tempo indeterminato, part time o full time, delle tipologie di contratto non a tempo indeterminato sottoelencate, in essere al 25 ottobre 2018:

- Contratto a tempo determinato
- Contratto di lavoro ripartito a tempo determinato
- Contratto di lavoro intermittente a tempo determinato
- Contratto a progetto/Collaborazione coordinata e continuativa

L'importo massimo del contributo, erogato solo a titolo di "de minimis", è pari ad un massimo di euro 10.000 per ogni contratto trasformato a tempo Indeterminato.

Ogni impresa, relativamente al presente Avviso, può inviare più domande di finanziamento per un numero massimo di 10 (dieci) stabilizzazioni.

2) Aiuti per l'assunzione di disoccupati

Soggetti aventi diritto a presentare la domanda: Possono presentare domanda a valere sul presente Avviso Pubblico le imprese che assumono soggetti disoccupati ai sensi del D.Lgs. 150/2015 e ss.mm.ii.

L'aiuto può essere concesso a scelta dell'impresa:

In regime "de minimis" nel rispetto delle disposizioni di cui al Reg. UE 1407/2013: Euro 10.000 per assunzioni a tempo indeterminato ed Euro 5.000, per assunzioni a tempo determinato di almeno 24 mesi.

In regime di "esenzione" ai sensi del Reg. UE n. 651/2014: contributo varia **dal 25% al 75% dei costi salariali dei primi 12 o 24 mesi di assunzione (vedi sotto).**

Ciascuna impresa, relativamente al presente Avviso, può inviare più domande di finanziamento per un numero massimo di 10 (dieci) assunzioni.

3) Aiuti per le assunzioni nell'ambito dei progetti Manifattura e Lavoro 4.0

Soggetti aventi diritto a presentare la domanda: esclusivamente le micro, piccole e medie imprese che risultino beneficiarie del bando "Manifattura e Lavoro 4.0" (Sostegno ai processi di innovazione aziendale e all'utilizzo di nuove tecnologie digitali nelle MPMI) di cui al DDPF n. 194/IRE del 31/08/2017 e che:

Assumono con contratto a tempo determinato o indeterminato, tirocinanti avviati, e che hanno terminato il periodo di **tirocinio previsto.**

Assumono soggetti disoccupati ai sensi del D.Lgs.150/2015 che risultino aggiuntivi rispetto all'organico risultante al momento della presentazione della domanda e con profili professionali **coerenti** rispetto al programma di investimento presentato.

L'aiuto può essere concesso a scelta dell'impresa:

In regime "de minimis" nel rispetto delle disposizioni di cui al Reg. UE 1407/2013: Euro 10.000 per assunzioni a tempo indeterminato ed Euro 5.000, per assunzioni a tempo determinato di almeno 24 mesi.

In regime di "esenzione" ai sensi del Reg. UE n. 651/2014: contributo varia **dal 25% al 75% dei costi salariali dei primi 12 o 24 mesi di assunzione (vedi sotto).**

Ciascuna impresa può accedere, al massimo, a n. 1 (uno) finanziamento, per l'importo totale delle assunzioni previste.

4) Aiuti per le assunzioni nell'ambito dei progetti Area di crisi del Piceno

Soggetti aventi diritto a presentare la domanda: esclusivamente le imprese che sono risultate beneficiarie del contributo della Regione Marche o del MISE nell'Area di crisi del Piceno.

Destinatari dell'intervento: i soggetti disoccupati ai sensi del D.Lgs. 150/2015 residenti o domiciliati in Regione indipendentemente dal genere, dalla classe di età, dalla cittadinanza e dalla eventuale appartenenza a categorie svantaggiate.

Tipologia di contratti e Importo del contributo. Il contributo sarà erogato per i contratti che verranno stipulati per la realizzazione dei piani occupazionali presentati nell'ambito del DDPF n. 59/ACF/16 e ss.mm.ii. o dell'Avviso di cui alla Circolare del MISE n.120340/2017, dopo la presentazione della domanda L'aiuto può essere concesso a scelta dell'impresa:

In regime "de minimis" nel rispetto delle disposizioni di cui al Reg. UE 1407/2013: Euro 10.000 per assunzioni a tempo indeterminato ed Euro 5.000, per assunzioni a tempo determinato di almeno 24 mesi.

In regime di "esenzione" ai sensi del Reg. UE n. 651/2014: contributo varia **dal 25% al 75% dei costi salariali dei primi 12 o 24 mesi di assunzione (vedi sotto).**

Ciascuna Impresa può presentare una o più domande **fino ad un numero massimo di n. 15 assunzioni** e comunque per un numero pari a quelle previste nei piani occupazionali presentati nell'ambito dei progetti di investimento approvati dalla Regione Marche o dal MISE.

5) Aiuti per le assunzioni dei tirocinanti in area cratere sismico

Soggetti aventi diritto a presentare la domanda: esclusivamente i datori di lavoro privati (inclusi i liberi professionisti) che intendono **trasformare i tirocini formativi attivati e finanziati in area cratere sismico** (DDPF n. 155/SIM/2017) in contratti a tempo indeterminato o a tempo determinato di almeno 24 mesi.

L'aiuto può essere concesso a scelta dell'impresa:

In regime "de minimis" nel rispetto delle disposizioni di cui al Reg. UE 1407/2013: Euro 10.000 per assunzioni a tempo indeterminato ed Euro 5.000, per assunzioni a tempo determinato di almeno 24 mesi. Gli importi sono elevabili del 30% in caso di assunzioni di lavoratori disabili, aggiuntive alla quota del collocamento obbligatorio.

In regime di "esenzione" ai sensi del Reg. UE n. 651/2014: contributo varia **dal 25% al 75% dei costi salariali dei primi 12 o 24 mesi di assunzione (vedi sotto).**

La richiesta del contributo per l'assunzione, deve essere effettuata entro e non oltre i 6 (sei) mesi successivi alla conclusione del tirocinio.

Norme comuni a tutti i bandi

Aiuti alle assunzioni in regime "de minimis"

Importo del contributo erogato in "de minimis" ai sensi del Reg. UE 1407/2013:

in caso di assunzione con contratto a tempo indeterminato - contratti a tempo indeterminato: importo contributo pari a euro 10.000.

in caso di assunzione con contratto a tempo determinato di almeno 24 mesi: importo contributo pari a euro 5.000,00.

Nei casi di assunzioni part-time, l'importo del contributo sarà ridotto proporzionalmente al numero di ore settimanali previsto dal contratto di categoria applicato e, nel caso di part-time verticale, si terrà conto della media settimanale dell'orario prestato.

Aiuti alle assunzioni in regime di esenzione

Nel caso in cui l'impresa opti per il regime di esenzione:

le nuove assunzioni devono rappresentare un aumento netto del numero di dipendenti rispetto alla media dei 12 mesi precedenti, fatti salvi i casi in cui la riduzione di personale sia stata determinata da dimissioni volontarie, invalidità, pensionamento per raggiunti limiti di età, riduzione volontaria dell'orario di lavoro o licenziamento per giusta causa";

Le assunzioni devono riguardare esclusivamente soggetti svantaggiati, molto svantaggiati o con disabilità, così come definiti nei seguenti sottoinsiemi dell'art. 2 del Reg. (UE) 651/2014 e ss.mm.ii.

Importo del contributo erogato in esenzione ai sensi del Reg. UE n. 651/2014:

a) In caso di assunzione a tempo indeterminato:
quota pari al 50% dei costi salariali riferiti ad un periodo di 12 mesi, per i soggetti svantaggiati,
quota pari al 50% dei costi salariali riferiti ad un periodo di 24 mesi, per i soggetti molto svantaggiati
quota pari al 75% dei costi salariali riferiti ad un periodo di 24 mesi, per i soggetti disabili

b) in caso di assunzione a tempo determinato di almeno 24 mesi:
quota pari al 25% dei costi salariali riferiti ad un periodo di 12 mesi, per i soggetti svantaggiati,
quota pari al 25% dei costi salariali riferiti ad un periodo di 24 mesi, per i soggetti molto svantaggiati.
quota pari al 40% dei costi salariali riferiti ad un periodo di 24 mesi, per i soggetti disabili.

"Costi salariali": ai sensi del Reg. UE 651/2014 si intende "l'importo totale effettivamente pagabile dal beneficiario dell'aiuto in relazione ai posti di lavoro interessati, comprendente la retribuzione lorda prima delle imposte e i contributi obbligatori, quali gli oneri previdenziali e i contributi assistenziali per figli e familiari".

"Soggetti svantaggiati":

Soggetti disoccupati da almeno 6 mesi.

Soggetti di età compresa tra i 15 e i 24 anni.

Soggetti in possesso del solo titolo di scuola secondaria inferiore.

Soggetti che abbiano completato il proprio percorso di istruzione/formazione da non più di due anni e non abbiano ancora ottenuto il primo impiego.

Soggetti che abbiano superato i 50 anni di età.

"Soggetti molto svantaggiati":

Soggetti disoccupati da almeno 24 mesi.

Soggetti disoccupati da almeno 12 mesi e che abbiano un'età compresa tra i 15 e i 24 anni.

"Soggetti con disabilità":

Chiunque sia riconosciuto come soggetto con disabilità a norma dell'ordinamento nazionale o presenti durature menomazioni fisiche, mentali, intellettuali o sensoriali, in possesso del riconoscimento dello stato di invalidità o disabilità rilasciato dall'INPS.

Limiti e vincoli

La domanda di richiesta contributo alle assunzioni può essere presentata **prima di procedere all'assunzione o stabilizzazione.**

Le domande presentate sono periodicamente esaminate da Commissioni di Valutazione **sulla base dell'ordine cronologico di presentazione** delle stesse e fino ad esaurimento delle risorse finanziarie stanziate.

In tutti i casi (eccezion fatta per le stabilizzazioni), i destinatari dell'aiuto non possono aver avuto precedenti rapporti di lavoro con le imprese beneficiarie o con imprese a queste collegate ai sensi dell'art. 2359 del codice civile e devono risultare disoccupati ai sensi del D.lgs. 150/2015 e successive modificazioni.

Le imprese richiedenti non devono aver effettuato licenziamenti, fatti salvi quelli per giusta causa e per giustificato motivo soggettivo e fatti salvi specifici accordi sindacali con le organizzazioni territoriali più rappresentative, **nei 6 mesi precedenti la presentazione della domanda di finanziamento.**

Il contratto a tempo indeterminato deve essere mantenuto per **almeno 3 anni.**

Il contratto a tempo determinato deve essere mantenuto fino alla naturale scadenza (minimo 24 mesi).

il contributo, in quanto assicurato con risorse del POR FSE 2014/20, **non è soggetto alla ritenuta del 4%** di cui all'art. 28 del DPR 600/1973.

È ammessa la possibilità di cumulo dell'aiuto economico concesso con altre agevolazioni contributive o finanziarie pubbliche nazionali o regionali, purché il cumulo non comporti il superamento delle intensità di aiuto più elevate previste dalla normativa di riferimento: fino ad un massimo del 100% dei costi ammissibili, in quanto contributi concessi in regime di "De minimis", oppure, fino a concorrenza dei limiti di contribuzione fissati dal Reg. UE 651/2014, in quanto contributi concessi "in esenzione".



PER ESSERE AGGIORNATO IN TEMPO REALE

Scarica la app **android** di FIDEAS 

Canale Telegram: FIDEAS 

Guide ai Fondi Europei

www.fideas.it/fondi-europei



I libri sono acquistabili in tutte le librerie, online e non, e sul sito dell'editore EPC www.epc.it/Area-tematica/Finanziamenti-e-Fisco



Guida operativa per conoscere ed utilizzare i fondi europei.

Giuliano Bartolomei, Alessandra Marcozzi

Seconda edizione ampliata ed aggiornata dopo l'approvazione dei Programmi Operativi Nazionali, Regionali e di Cooperazione Territoriale Europea.



I fondi europei nazionali e regionali per l'agricoltura e l'agroalimentare.

Giuliano Bartolomei, Alessandra Marcozzi, Marcello Pierini

Guida pratica per conoscere ed utilizzare le agevolazioni ed i finanziamenti per lo sviluppo del settore primario.



Come finanziare una start-up innovativa

Giuliano Bartolomei, Alessandra Marcozzi

Guida pratica per l'accesso ad agevolazioni e contributi europei, nazionali e regionali per start-up innovative, incubatori certificati e Pmi innovative. Aggiornato con la Legge 33/2015 di conversione del D.L. 3/2015 "Investment Compact".



I fondi europei 2014-2020 per professionisti

Giuliano Bartolomei, Alessandra Marcozzi

Come finanziare uno studio professionale singolo, associato o Società tra professionisti.



Fondi europei nazionali e regionali per la formazione

Giuliano Bartolomei, Alessandra Marcozzi, Mariella Poggi

Guida pratica per l'accesso ai contributi per la formazione ed alla loro rendicontazione.



Fondi europei nazionali e regionali per il lavoro e le assunzioni

Giuliano Bartolomei, Alessandra Marcozzi

Come accedere alle agevolazioni per il lavoro e le assunzioni dopo il Jobs Act e l'avvio della programmazione dei fondi europei 2014-2020.

PER ESSERE AGGIORNATO IN TEMPO REALE

Scarica la app **android** di FIDEAS Google Play
Canale Telegram: FIDEAS



Scadenziario delle agevolazioni finanziarie per le imprese



Evidenziati in **GIALLO** gli interventi per **AREE SISMA**

Agevolazione	Soggetti e settori ammissibili	Territori ammissibili	Investimenti ammissibili	Entità agevolazione	Scadenza
PSR sottomisura 6.1. AIUTI ALL'AVVIAMENTO PER L'INSEDIAMENTO DI GIOVANI AGRICOLTORI IN AREA SISMA	Giovani imprenditori agricoli under 40	Aree Sisma Regione Marche	Premio forfettario insediamento giovani	Contributo forfettario da 40.000 a 60.000 € per azienda	04 dicembre 2018
PSR sottomisura 6.4.A e 4.1 SOSTEGNO AD INVESTIMENTI DI GIOVANI AGRICOLTORI (PACCHETTO GIOVANI)	Giovani imprenditori agricoli under 40	Aree Sisma Regione Marche	Investimenti attività agricole di produzione, trasformazione, commercializzazione e attività extra-agricole (agriturismo, etc.)	Contributi % variabili fino a 250.000 € per attività agricole e 200.000 € (de minimis) per attività extra-agricole.	04 dicembre 2018
PSR sottomisura 4.2. INVESTIMENTI REALIZZATI DA IMPRESE AGROALIMENTARI ANCHE IN AMBITO ENERGETICO	Imprese agro-alimentari (escluse quelle vitivinicole)	Aree Sisma Regione Marche	Investimenti materiali ed immateriali	Contributo a fondo perduto dal 40 al 60% fino a 3,5 mln €	15 dicembre 2018
SUPER-AMMORTAMENTO 130%	Tutti i settori economici	Italia	Investimenti materiali ed immateriali anche in leasing (esclusi immobili)	Risparmio fiscale pari a circa il 10% dell'investimento	31 dicembre 2018
CONTRIBUTI PER INVESTIMENTI IMPRESE TURISTICHE	Imprese turistiche ed enti no profit gestori per soci, con almeno 7 camere	Regione Abruzzo, esclusi comuni dell'area Basso Sangro	Aumento standard di qualità, riduzione del rischio sismico, ICT, sostenibi. ambientale, accessibilità, riutilizzo patrimonio edilizio esistente	Investimento minimo 50.000 €. Contributo massimo 60% dell'investimento ammissibile e max 150.000 €	16 febbraio 2019
PSR sottomisura 6.4. Az. 2 AGRINIDO DI QUALITÀ PSR sottomisura 6.4. Az. 2 LONGEVITÀ ATTIVA	Aziende agricole	Regione Marche	Immobili (max 10% solo giovani), Fabbricati, impianti, macchine, attrezzat., hdw/stw	Contributo a fondo perduto fino a 200.000 € (de minimis)	28 febbraio 2019
CREDITO D'IMPOSTA per la quotazione delle PMI	Tutti i settori	Italia	Costi di consulenza finalizzati alla loro quotazione in un mercato regolamentato	50% delle spese di consulenza sostenute, fino a un massimo di 500.000 €	31 marzo 2019
Autorizzazione di azioni formative e per L'ammissione delle stesse al catalogo regionale FORM.I.CA	Tutti i settori economici	Regione Marche	Costi di partecipazione a corsi di formazione	Fino al 100% a fondo perduto	31 dicembre 2019
CREDITO D'IMPOSTA INVESTIMENTI NEL SUD	Tutti i settori economici (esclusa agricoltura)	Abruzzo, Molise e Sardegna, Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sicilia,	Investimenti innovativi di importo superiore a 500.000 €	Fino al 45%	31 dicembre 2019

Fideas Srl Borgo Cappuccini n. 3, 63073 Offida (AP) Via Calatafimi n. 44, 63074 San Benedetto del Tronto (AP)
Tel. + 39 0736 880843 - Fax + 39 0736 888235 fideas@topnet.it www.fideas.it Voip Skype: fideasinfo Facebook: FideasSrlOffida

Smarteam Soc. Coop. Via Pasubio n. 77, 63074 San Benedetto del Tronto (AP)
Tel. +39 0735 432808 - Mobile 339 5852890 info@smartesm.net www.smarTEAM.net Facebook: Smarteam

Scadenzario delle agevolazioni finanziarie per le imprese

Evidenziati in **GIALLO** gli interventi per **AREE SISMA**

Agevolazione	Soggetti e settori ammissibili	Territori ammissibili	Investimenti ammissibili	Entità agevolazione	Scadenza
IPER-AMMORTAMENTO 250%	Tutti i settori economici	Italia	Macchinari, attrezzature, hardware e software in ottica Industria 4.0	Risparmio fiscale pari a circa il 36% dell'investimento	31 dicembre 2018
CREDITO D'IMPOSTA RICERCA & SVILUPPO	Tutti i settori economici	Italia	Consulenze specialistiche, personale, ammort. impianti e attrezzature	Credito d'imposta del 50% sulle spese sostenute al 31.12.2020	31 dicembre 2020
PSR sottomisure varie FILIERE AGROALIMENTARI REGIONALI, CORTE E MERCATI LOCALI	Imprese agricole ed agro-alimentari	Arete Sisma Regione Marche	Investimenti materiali ed immateriali	% di contributo variabili fino al 100%	In attesa di pubblicazione del bando
INVESTIMENTI ED OCCUPAZIONE IN AREA SISMA	Imprese	Comuni Area Sisma Centro Italia	Investimenti in beni mobili ed immobili dal 24/08/2016	Fino al 50% a fondo perduto	In attesa di decreto attuativo regionale
CREDITO D'IMPOSTA PER INVESTIMENTI IN AREA SISMA CENTRO ITALIA	Imprese	Comuni Area Sisma Centro Italia	Macchinari, attrezzature, hardware e software fino al 31.12.2019	Credito d'imposta fino al 45%	In attesa di decreto attuativo ministeriale
INAIL INVESTIMENTI IN SICUREZZA IMPRESE AREA SISMA	Imprese	Comuni Area Sisma Centro Italia	Interventi di rafforzamento, messa in sicurezza e miglioramento sismico di immobili destinati ad attività di impresa e/o produttiva	70% dei costi ammissibili fino a 200.000 € (de minimis)	In attesa di decreto attuativo INAIL
PSR FILIERA LEGNO ENERGIA E NON FOOD	Imprese agricole e di forestazione	Regione Marche	Contributi % variabili		In attesa della pubblicazione del bando
PSR ACCORDI AGRO-AMBIENTALI D'AREA PER DISSESTO IDROGEOLOGICO	Imprese agricole e di forestazione	Regione Marche	Contributi % variabili		In attesa della pubblicazione del bando
AIUTI ALLE IMPRESE PER L'ASSUNZIONE DI SOGGETTI DISOCCUPATI SVANTAGGIATI	Tutti	Regione Marche	Trasformazione a tempo indeterminato di contratti di lavoro precari	Contributo fino a 10.000 € per ogni trasformazione	In attesa della pubblicazione del bando
INNOVAZIONE E COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE ITALIANE	Fabbrica intelligente, agrifood e scienze della vita	Italia	Progetti di ricerca industriale e di sviluppo sperimentale (R&S) nei settori applicativi della Strategia nazionale di specializzazione intelligente. Investim. minimo 800.000 €		In attesa della pubblicazione del bando

PER ESSERE AGGIORNATO IN TEMPO REALE

Scarica la app **android** di FIDEAS



Canale Telegram: FIDEAS



Costruiamo insieme il tuo Percorso Digitale

Digital Strategy

Integra e sfrutta efficacemente il digitale nella tua strategia di vendita.

Web Marketing

Sviluppa campagne pubblicitarie online sulle migliori piattaforme quali Google Adwords e Facebook.

Formazione e Consulenza

Sviluppa le tue competenze digitali per cogliere le opportunità che offre il mondo digitale.

Siti Web e Applicazioni mobili

Crea un'esperienza multicanale per i tuoi clienti, efficace su tutti i dispositivi.

www.bitlounge.it

www.metaping.it

Siti web per Professionisti

Il sito web per il commercialista o avvocato, aggiornato, mobile e facile da utilizzare per te e per i tuoi clienti.

Rassegna stampa Fiscale e Legale

Ricevi ogni giorno per email i più importanti articoli a tema legale e fiscale riassunti della nostra Redazione.

Scadenario Fiscale

Tutte le scadenze dei prossimi 30 giorni: la descrizione operativa e i codici tributo necessari per gli adempimenti.

Prodotti e servizi digitali per il Professionista

A San Benedetto il nuovo centro produttivo ed espositivo dedicato agli artigiani

Il progetto ha l'obiettivo di **creare e sviluppare un Centro Nazionale Produttivo ed Espositivo d'Artigianato Artistico**, animato da operatori specializzati, e valorizzato da produzioni originali, rigorosamente e autenticamente artigianali, tradizionali e contemporanee, garantite da rilascio di certificazione.

Il Centro, produttivo ed espositivo, si svilupperà a S. Benedetto del Tronto nell'ambito del **complesso commerciale L'Arca**, situato sulla **Statale Adriatica**, nei pressi del **casello autostradale San Benedetto Sud - Ascoli Piceno**.

Avrà una superficie complessiva di **5.000 metri quadri** e ospiterà, in **locali destinati alla vendita e all'affitto, botteghe d'artigianato artistico** di varie dimensioni, le cui vetrine si affacceranno sulle ampie e luminose passeggiate interne e sul porticato esterno, che verso Ovest supera i quattro metri di larghezza e i cento di lunghezza.

Ogni artigiano potrà disporre di un laboratorio, di un deposito e di uno spazio da destinare ad ufficio. Tutti gli spazi saranno caratterizzati dalla stessa pavimentazione e disporranno di servizi igienici e impianti autonomi. Gli impianti termici saranno a pompa di calore. Oltre ai laboratori sarà presente anche una nursery, e sarà inoltre predisposta una **sala multimediale**, gestita dagli stessi artigiani, che potrà ospitare **incontri di formazione, workshop, convegni, presentazioni** di grandi **produzioni artigianali** del territorio, riconosciute quali eccellenze a livello internazionale, e **degustazioni** di prodotti enogastronomici locali.



Ogni mestiere sarà **rappresentato da un unico artigiano** che verrà selezionato sulla base di un progetto globale che mira soprattutto alla **valorizzazione di tipologie di artigianato ora particolarmente in difficoltà e degne di tutela**: dall'oggettistica d'arredo alla decorazione, dall'artigianato dei tessitori a telaio al restauro, dall'ebanisteria all'intarsio, dall'oreficeria al ricamo, dalla rilegatura all'intreccio, dalla lavorazione della ceramica, rame, ferro battuto, e tanto altro.

Il Centro, così organizzato e attrezzato, consentirà ai visitatori di ammirare **differenti tipologie di produzioni artigianali** e di **assistere alle fasi di lavorazione e creazione dei prodotti**. Il progetto, unico nel suo genere, prevede, oltre allo svolgimento delle attività produttive, nell'ambito di laboratori e botteghe artigianali in loco, l'organizzazione di attività di **aggiornamento e formazione**, per l'**innovazione** tecnica, produttiva e organizzativa, e per una migliore **integrazione** dell'artigianato artistico nel **tessuto delle attività turistiche** verso le quali il territorio è fortemente vocato.



Papillon

sweet & restaurant

 **PAPILLON**
PRODUCTS



PAPILLON
PARTY 

www.papillonristorazione.com

Ristorante Papillon
Via N.Sauro 158
San Benedetto del Tronto (AP)
tel. 0735 751902

Artigianato e design

Il **Centro specializzato**, collocato in una località strategica come **San Benedetto del Tronto**, dà quindi la possibilità di favorire il recupero di un settore in crisi, consentendo allo stesso tempo al pubblico di avere a disposizione, **in un unico articolato spazio, un insieme di variegati laboratori artigianali**, finora dispersi e difficilmente rintracciabili nei piccoli centri extraurbani.

L'obiettivo è creare un **Centro produttivo ed espositivo vivo e vivace** che dia nuovo impulso all'artigianato, permettendo sia un costante aggiornamento e confronto tra gli stessi artigiani e operatori, sia un contatto più diretto tra le attività artigianali ed il pubblico.



Partecipare a questo progetto è quindi **per le attività artigianali una preziosa occasione** per entrare a far parte di un **Centro d'artigianato** profondamente integrato nella realtà produttiva, e che si pone l'obiettivo di divenire un **punto di riferimento a livello regionale e nazionale** per la produzione, l'aggiornamento e la promozione coordinata dell'artigianato artistico autentico e di qualità.

Il **progetto** è **promosso** dal titolare dell'immobile **Ottavio Medori** e si avvarrà della collaborazione delle **associazioni di settore** e della **Camera di Commercio di Ascoli Piceno**. Avrà inoltre ampia visibilità sul web, tramite attivazione di un **sito dedicato** e costantemente aggiornato sulle botteghe presenti, le attività comuni intraprese, le iniziative ed eventi organizzati, oltre ad una presenza sui **siti delle istituzioni e associazioni partner**.

Per ulteriori informazioni:
Medori Ottavio srl
Corso Mazzini, 264
63074 San Benedetto del Tronto (AP)
tel & fax: +39 0735 583581
mobile: +39 335 6866023
e-mail: info@medoriottaviosrl.it





smarteam

diamo forma alle idee



**Corso
GRATUITO
con Voucher
della Regione
Marche**

Catalogo corsi smarteam 2018-2019



Accedi gratuitamente ai Master e Mini Master Smarteam

Smarteam, per contribuire al cambiamento del lavoro, organizza progetti formativi finalizzati ad una formazione più adeguata ed innovativa per specifici ambiti, più a misura di imprese e persone (professionisti, startupper, giovani post-diplomati, giovani post-laureati, disoccupati e/o inoccupati), e rispondenti ai fabbisogni formativi dei settori produttivi del territorio, così come individuati dalla Regione Marche.

I percorsi formativi Smarteam, inseriti all'interno del Catalogo Form.i.ca. e autorizzati dalla Regione Marche (*consultabile dal sito della Regione nella sezione Formazione, catalogo Form.i.ca.*), mirano a sfruttare al meglio i driver di sviluppo personale ed aziendale e a far acquisire nuove competenze a soggetti occupati e/o disoccupati e inoccupati allo scopo di creare un matching tra le esigenze individuali e quelle dei sistemi economici e produttivi.



Cerca il tuo percorso formativo nell'elenco dei corsi programmati da Smarteam:

- **Mini Master COMUNICAZIONE DIGITALE PER IMPRESE E PROFESSIONISTI, 100 ore**
- **Mini Master IN CULTURA E TURISMO, 42 ore**
- **Mini Master GESTIONE IMPRESE AGROALIMENTARI ECO-INNOVATIVE, 42 ore**
- **Master EUROPROGETTAZIONE, 400 ore**
- **Master CONSULENTE PER START-UP (Consulente Terziario Avanzato), 400 ore**
- **Master MANAGER PER LA GESTIONE DI IMPRESE AGROALIMENTARI ECO-INNOVATIVE, 497 ore**
- **Master OPERATORE DEI SERVIZI TURISTICI E CULTURALI, 497 ore**
- **Master OPERATORE PERSONAL COMPUTER, 492 ore**

Il **Master Europrogettazione** è aperto a tutti coloro che intendano affrontare gli aspetti legati alla redazione e allo sviluppo di un progetto europeo, con una impostazione altamente pratica.

Il **Master Consulente start-up** (Consulente Terziario Avanzato), è volto allo sviluppo di competenze tecniche specifiche per la creazione e il consolidamento di un'impresa.

Il **Master e Mini Master Manager Gestione di Imprese Agroalimentari Eco-innovative** sono finalizzati a sviluppare competenze e conoscenze economico-commerciali, di marketing, di comunicazione, gestionali, amministrative e giuridiche, da impiegare nel settore agroalimentare.

Il **Master e Mini Master Operatore dei Servizi Turistici e Culturali** portano alla formazione di figure high-skill, altamente specializzate nell'ideazione, nella progettazione e nell'erogazione di servizi culturali.

Il **Master e Mini Master Operatore Personal Computer** sono rivolti ad una conoscenza delle nuove tecnologie digitali e allo sviluppo di competenze digitali per imprese e professionisti.

Per la partecipazione a tali corsi la Regione Marche ha messo a disposizione dei voucher formativi che consentiranno agli interessati residenti o lavoratori nella regione Marche, o all'impresa interessata, di poterne usufruire.

Il contributo del voucher è a copertura del 100% dei costi d'iscrizione ai corsi.

Per ulteriori informazioni sui contenuti dei corsi visita il sito Smarteam (www.smarteam.net), invece, per conoscere le modalità per la richiesta del voucher della Regione Marche contatta il numero di telefono 351 8920860, oppure invia una mail a formazione@smarteam.net



smarteam società cooperativa
sede: via Calatafimi, 44 uffici: via Pasubio, 77
63074 San Benedetto del Tronto (AP), Italy tel. 351 8920860
e-mail: info@smarteam.net website: www.smarteam.net
P.I. e C.F. CCIAA AP 02247850445
sezione speciale start-up innovative

PicenoOpen

VINEA QUALITÀ PICENA



Il Piceno, terra naturalmente vocata alle produzioni agroalimentari di qualità ottenute dall'utilizzo di tecniche rispettose dell'ambiente e del paesaggio, è l'oggetto centrale del progetto di filiera **Piceno Open - Vinea Qualità Picena**.

Il progetto è realizzato da **Vinea**, Cooperativa di Produttori Viticoli operanti nella provincia di Ascoli Piceno, con l'obiettivo di promuovere i prodotti a denominazione di origine controllata e quelli derivanti da agricoltura biologica del territorio piceno.

Nello specifico, gli eccellenti vini la cui gamma si compone dell'**Offida Docg (Passerina, Pecorino e Offida Rosso)**, del **Rosso Piceno Doc**, anche nella versione Superiore, del **Falerio Doc** e della **Doc Terre di Offida** che trova la sua massima espressione nella **Passerina spumantizzata**.

Eccellenze da bere dunque, ma anche da addentare. Non poteva infatti mancare nel paniere dei prodotti del territorio l'**Olio Extravergine di Oliva**, prodotto dell'attenta Agricoltura Biologica territoriale.

Piceno Open è anche sinonimo di **promozione turistica**: il territorio offre infatti innumerevoli itinerari paesaggistici, naturalistici e di villeggiatura che si concretizzano nel prezioso lavoro di agriturismi, country house, bed&breakfast ed ancora aziende e cantine che promuovono positivamente profumi e sapori locali. Il marchio, dunque, intende imporsi a metà fra tradizione e innovazione, garantendo la provenienza e la **tracciabilità del prodotto** di qualità e diffondendo la conoscenza di un **territorio tutto da scoprire**.

Il cuore pulsante del progetto Piceno Open è l'**Enoteca Regionale di Offida**, ospitata nelle suggestive sale del trecentesco complesso di San Francesco, sede dinamica di iniziative legate a vino e territorio, luogo di incontro conviviale rivolto a scoprire tradizioni, arte e cultura in cui si svolgono numerosi eventi, dedicati al grande pubblico, siglati Piceno Open.

Ma come recita il nome stesso del progetto, il **Piceno si apre** e intende farsi conoscere ed apprezzare lungo tutta la penisola italiana, con la partecipazione ad eventi di richiamo nazionale, all'insegna della passione e dell'amore per l'enogastronomia di questo splendido territorio.

www.picenopen.it



Vinea Società Cooperativa Agricola Via G. Garibaldi, 75 Offida (AP) T +39 0736 880005 F +39 0736 880561 info@picenopen.it

Il Piceno e le Marche al Salone del Gusto di Torino



Alta qualità a prezzi ancora accessibili. I prodotti del Piceno e delle Marche hanno conquistato tutti al **Salone del Gusto Terra Madre di Torino** organizzato da **Slow Food** e svoltosi dal 20 al 24 settembre. E grazie al gioco di squadra tra **Regione Marche e Camera di Commercio di Ascoli Piceno**, una ventina di **produttori locali** hanno potuto essere presenti al grande evento del Lingotto.

“Ho negli occhi le code di visitatori, che si sono fermati e hanno interagito con i nostri produttori -ha commentato il **presidente camerale Gino Sabatini** - una presenza di operatori stranieri superiore alle edizioni passate e la soddisfazione dei nostri imprenditori per aver partecipato a un evento strategico per il settore agroalimentare”.

Le Marche erano presenti con una **collettiva, finanziata dalla Regione Marche e dall'ente camerale piceno**: “Non è la prima volta che partecipiamo insieme a eventi legati al food – ha sottolineato la **vicepresidente della Regione Marche, Anna Casini** – e sono convinta che presentarsi a queste iniziative facendo squadra ha un potere enorme per la valorizzazione dei nostri prodotti e del territorio. Alla squadra, per questa edizione, si è unito Slow Food, una presenza che conferma una volta di più la qualità dell'agroalimentare marchigiano in tutti i suoi aspetti”.

“Presentarsi insieme e fare rete è il modo migliore per utilizzare le risorse pubbliche – ha aggiunto Sabatini – è una sfida prima di tutto per i produttori, che così superano la logica dei campanili e si possono concentrare sul mercato e su come commercializzare i propri prodotti. È anche una sfida per gli enti pubblici, che aumentando la propria capacità di ascolto delle esigenze dei territori, possono dare quel sostegno atteso soprattutto dalle aziende più piccole, che pur avendo prodotti eccellenti fanno fatica a presentarsi a una platea di acquirenti significativa. Della produzione agroalimentare delle Marche presente al Lingotto sono stati apprezzati due elementi in particolare: la qualità e l'accessibilità dei prezzi”.

“Abbiamo una ricchezza immensa che ci permette di competere a livello mondiale - ha aggiunto Casini - che possiamo e dobbiamo sfruttare per promuovere le Marche: ognuno dei prodotti del nostro settore agroalimentare, infatti, è un formidabile attrattore di interessi verso la nostra regione”.

“Continueremo a fare squadra con la Regione Marche - ha concluso Sabatini - e insieme agli eventi fieristici, abbiamo tanti temi che l'agroalimentare ci chiede di affrontare: la tracciabilità e la lotta alla contraffazione per quanto riguarda la difesa delle nostre produzioni, la formazione e la digitalizzazione sul fronte della crescita degli imprenditori del settore”.

Queste **le 19 aziende marchigiane presenti al Lingotto**: Agrobiologica Fogliani & Amurri (Petritoli - FM), Angellozzi Tartuficoltura (Roccafluvione - AP), Anice Verde di Castignano (Castignano - AP), Azienda Agricola Lorenzo (Montemonaco - AP), Azienda Agricola Monte Monaco (Montemonaco AP), Azienda olicivola biologia Conca d'Oro (Appignano del Tronto AP), Birrifico dei Castelli (Arcevia - AN), Birrifico Le Fate (Comunanza - AP), Cooperativa di comunità dei Sibillini (Montemonaco - AP), Corte Luceoli (Cantiano - Pu), Fattoria Petrini (Monte San Vito - AN), Filotei Lino (Pescara di Arquata del Tronto - AP), Il Panaro Food (Urbino - PU), La Cerca Tartufi bio delle Marche (Cagli - PU), Magna Mater srl Società agricola (Monteprandone - AP), Nerobio Tartufi (Fossombrone - PU), Rinci (Castelfidardo - AN), Serena società agricola (Fermo), Spinosi (Campofilone - FM).

R.P.



Quasi 150 anni e non li dimostra

Storia e successi dell' Anisetta Meletti

Praticamente un secolo e mezzo di vita senza cambiare mai ricetta, sapore e tradizione, portando nel mondo il nome di Ascoli e del suo fondatore. **L'Anisetta Meletti, aristocrazia dei liquori italiani**, ha compiuto il 20 settembre scorso **148 anni**



È nata nel **negozio della madre di Silvio Meletti** che da ragazzo di bottega approfondisce sui manuali di chimica francese le reazioni per creare un liquore all'anice che poi sarebbe diventato l'Anisetta.

Il successo arriva ben presto: **nel 1878 la Meletti** ottiene la **menzione all'Expo di Parigi** e l'anno dopo entra come prodotto a disposizione della **Real Casa Savoia**. Dal 1870 al 1914 sono ben 20 i premi ottenuti dalla Meletti in Italia e nel mondo (Parigi, Roma, Milano, Torino, Napoli, Ostenda, Atene, Bruxelles), tra cui la medaglia d'oro concessa nel 1911 a Torino allo stesso Silvio Meletti, in qualità di fondatore della Casa.

Inizia anche l'**export** con il primo carico verso gli Stati Uniti (1934). Uno spirito internazionale da pionieri, partendo da una minuscola realtà di provincia, se si pensa che al giorno d'oggi molte aziende non riescono ancora ad affacciarsi sui mercati mondiali.

Inoltre il grande **spirito imprenditoriale e commerciale di Silvio Meletti** lo porta a realizzare, all'inizio del Novecento, un altro dei simboli di Ascoli: il **caffè Meletti**. Un locale degno di una capitale europea realizzato in una piccola città di provincia, nella **Belle Epoque** in cui i caffè erano luoghi dell'arte e dello stare insieme. Il nome di Meletti si lega sempre di più e indissolubilmente a quello di Ascoli. Iniziano poi le **campagne pubblicitarie** con i **manifesti** realizzati dal grande **artista triestino Marcello Dudovic** e le sponsorizzazioni ai grandi eventi sportivi (soprattutto ciclistici) dell'epoca.

Oggi la produzione della ditta Meletti, giunta alla **quinta generazione con Silvio, Aldo e Matteo**, si è allargata anche ad altri prodotti tra cui l'**Amaro** che **negli Stati Uniti** sta conseguendo un incredibile successo, grazie al suo gusto floreale e meno "medicale" degli altri che si abbina perfettamente nei **cocktail**. Una bottiglia è finita **in prima pagina sul sito del New York Times** e nella **guida agli amari italiani** redatta dal **blogger statunitense Brad Thomas Parsons** in cui campeggia una grande immagine di Ascoli e del Caffè Meletti.

Nei mesi scorsi, inoltre, c'è stato il primo sbarco in Cina dei prodotti Meletti, al ristorante **Gemma** di Shanghai dove è apparsa una speciale insegna luminosa dedicata alla casa di produzione ascolana. Inoltre una bottiglia di Anisetta è stata avvistata anche nella serie cult di Netflix "Orange is the new Black". Ma i prodotti Meletti si trovano in tutta Europa e anche in Australia: in un ristorante di Adelaide, infatti, un maxi-manifesto della ditta Meletti copre un'intera parete del locale.



R.P.

ANISETTA MELETTI
ascoli piceno

L'ANISETTA MELETTI
con
Acqua di Seliz
è la bibita estiva più
gustosa ed esselante

SPECIALITÀ
SILVIO MELETTI

ASCOLI PICENO

Meletti
ANISETTA
MELETTI

ANISETTA MELETTI

Silvio Meletti
Ascoli Piceno

ANISETTA MELETTI
ASCOLI PICENO

SPECIALITÀ
Car. Silvio Meletti
ASCOLI PICENO

ANISETTA MELETTI

SPECIALITÀ -
SILVIO MELETTI
ASCOLI PICENO

ANISETTA MELETTI

Premio Espo 1900
una Medaglia d'oro una di Oro
Napoli Espo d'igiene
Medaglia d'Argento

SILVIO MELETTI

ESINI
MELETTI

ANISETTA
MELETTI

BIBIUM
MELETTI
Ascoli Piceno

ANISETTA MELETTI

squisita al seliz

ANISETTA MELETTI
LA GRAN MARCA ITALIANA

SILVIO MELETTI
ASCOLI PICENO

al dessert

ANISETTA MELETTI

ARLITOGRAFIA DEI LI

Il Gelso, la bachicoltura e quei ... fili di seta piceni

Se pensiamo alla “Via della seta” vengono in mente intrepidi mercanti, l'Oriente, Marco Polo, la via millenaria commerciale percorsa da carovane incessanti che univano all'Occidente; ci rimanda a immagini esotiche, alle meraviglie di merci preziose, mitiche città (si pensi solo a Samarcanda), palazzi lussureggianti e profumi di spezie.

Eppure **dalla metà del 1800**, per quasi un secolo, un “cuore di seta” pulsava lungo la **Valle del Tronto** e nei **Comuni vicini**: un pullulare di allevamenti domestici, bigattiere, imprenditori pionieri, manifatture attrezzate, piccole filande.

Il motore di questa economia era costituito principalmente dallo strenuo lavoro di **donne e bambini**, manodopera a buon mercato: le prime le si dicevano inclini all'attività, i fanciulli con le piccole mani si prestavano al minuzioso lavoro.

Un lavoro paziente, direbbe Confucio, possente: “La pazienza è potere: con il tempo e la pazienza, ogni foglia di gelso diventa seta”. Al leggero e luminoso fruscio di eleganti tessuti di seta, status degli ambienti di corte e del più recente ceto borghese, l'Ariosto (che gli ambienti di corte ben li conosceva) proponeva una parodistica visione esistenziale *“In casa mia mi sa meglio una rapa, / ch'io cuoca, e cotta su 'n stecco me inforco / e mondo, e spargo poi di aceto e sapa, / che a l'altrui mensa tordo, starna o porco / selvaggio; e così sotto una vil coltre, / come di seta o d'oro, ben mi corco.”* (Satire, IV,43-48: “In casa mia preferisco una rapa che preparo da me stesso, e cotta allo spiedo mi gusto / sbucciata, dopo aver condito di aceto e sapa [mosto cotto ristretto], / piuttosto che come in altre mense un tordo, una starna o un cinghiale [fig. pasti opulenti]; / e così [sobrio] sotto una semplice coperta, / che potrei immaginare di seta o d'oro, mi appaga il riposo”). Più di recente, per augurare la 106esima vittoria a Valentino Rossi, il giornalista sportivo Guido Meda utilizzava la seguente felice espressione: quest'oggi trova una pista di velluto e una giornata di seta sul tuo cammino!



La gelsicoltura

Della generosa e un tempo diffusissima **pianta di gelso** - che Plinio definì “il più saggio tra gli alberi perché germoglia in una sola notte solo dopo che i freddi sono passati”-, impiegata da sempre come **alimento esclusivo del baco da seta**, oggi ne apprezziamo a malapena il gradevole e poco reperibile frutto consumato fresco o trasformato in confettura.

Le **more** posseggono preziosi minerali e molte vitamine, apprezzate sostanze antiossidanti, proprietà antibatteriche e antinfiammatorie, sono **decongestionanti e rinfrescanti**, ottime per dissetare, **farcire dolci o aromatizzare liquori**; con il **gelso nero fermentato** se ne faceva una bevanda simile al vino e uno sciroppo dal gusto acidulo dissetante, o si impiegava per tingere di rosso il vino bianco.

In chirurgia i fili di seta sono utilizzati per le suture mentre la **sericina** che si ricava dai bozzoli è un ottimo **cicatrizzante**. Sotto una pianta di gelso si consumò il triste amore tra Piramo e Tisbe (trasformati da frutti bianchi in more vermiglie perché macchiati del loro sangue) che il poeta Ovidio rese famoso e Dante evocò nel *Purgatorio*.



Originario dell'**Asia**, il **Gelso** (*Morus*) appartiene alla **famiglia delle Moracee** ed è noto in Europa con le **due varietà, bianca e nera**; pur essendo una pianta rustica che ben sopporta potature anche drastiche, presenta un bel portamento con rami espansi e ombrosi che recano foglie di forma ovale o polilobate caduche. In natura si presenta con un fusto alto che può raggiungere i 20 metri di altezza ma più di frequente nelle coltivazioni estensive le rigogliose piante che disegnavano il caratteristico paesaggio rurale, si educavano a mezzo fusto o a ceppaia, lungo le strade comunali, i viali delle ville agresti, i confini interpoderali, nei perimetri umbratili delle aie coloniche o nei più recenti parchi pubblici.

Non poche piante residuali sono ancora presenti in diversi Comuni del territorio, come per esempio lungo una strada provinciale di Petritoli, Lungo la Monterubbianese di Monte Vidon Combatte, in un viale del centro storico di Massignano, o il bellissimo esemplare monumentale che si trova nel parco della Madonnina di Grottammare. Il loro impiego economico è talmente importante che risultano **protette in molti Statuti comunali medievali** e Sisto V, per incrementarne la produzione nello Stato Pontificio - che in merito interverrà a più riprese nel corso del tempo -, nel 1586 dispone che si piantino un albero di gelso all'anno in ogni vigna, orto o convento, e comunque cinque esemplari, in filoni o in ordine sparso.

Tra il 1836 e il 1838, il facoltoso **Filippo Panichi**, uno dei protagonisti della bachicoltura picena, per accedere ai contributi statali impiantò nelle sue colonie di **Colli del Tronto** 240 piante di gelso con foglie destinate alla vendita, che durerà fino al 1930: nel 1859 furono vendute 56.000 libbre di foglia, pari a circa 187 quintali. Non di rado i proventi delle foglie di gelso destinate alla vendita erano di intera pertinenza padronale.

Intorno alla metà dell'800, quasi in concomitanza alla diffusione della disastrosa pebrina dei bachi, **i gelsi bianchi incominciarono a manifestare una particolare infezione radicale** che li portava rapidamente alla morte, con il rischio di mettere in crisi l'intero settore sericolo che rappresentava una significativa fonte di reddito anche per la popolazione rurale.



Per contrastare questa emergenza **si sperimentò l'impiego di una pianta che era stata introdotta in Italia soltanto un ventennio prima, la *Maclura pomifera*** della famiglia delle *Moraceae*, conosciuta anche come gelso del Texas in quanto originaria del Nordamerica, che ebbe diffusione soprattutto nel Lazio, in Toscana e in Lombardia, e di cui **alcune piante sono ancora attestate sul fosso S. Egidio di Cupra Marittima e una a Monte Vidon Combatte** vicina a viali con gelsi.

Un eclettico possidente del Trentino ne affrontò con iniziale successo l'impiego in bachicoltura ma con il tempo si dovette constatare l'esito negativo dovuto all'insoddisfacente potere nutrizionale della *Maclura* rispetto al Gelso.

Dopo la metà del secolo scorso, quando l'industria serica conobbe il declino definitivo, le foglie di gelso servirono a nutrire i più umili buoi.



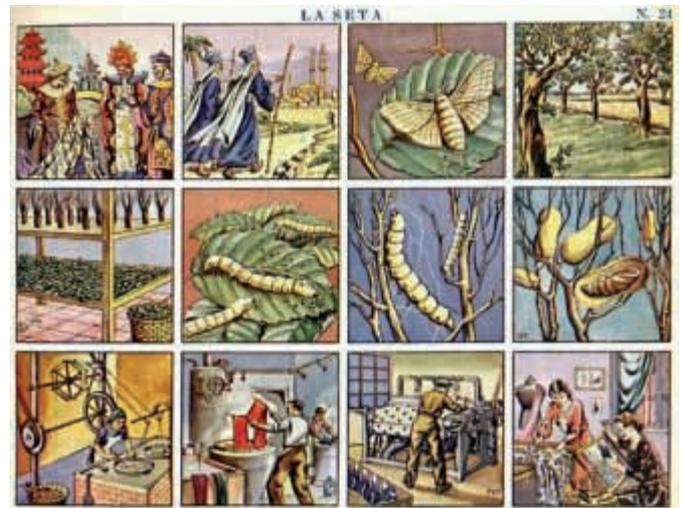
Il baco da seta

La **farfalla (*Bombix mori*)** che produce il baco da seta è originaria dell'Asia centro-orientale e in Cina veniva allevata già agli inizi del **III millennio a.C.** In **Europa** sembra sia stata **importata dagli Arabi nel X secolo** quando conquistarono la **Sicilia**, mentre secondo altri le uova del *Bombix* giunsero con alcuni **monaci cristiani** che nel **552 d.C.** le nascosero nel cavo dei loro bastoni e **le consegnarono all'Imperatore Giustiniano.**

Questo tipo di allevamento nelle Marche risale al XIII secolo e, fatta salva la fascia meridionale dove fino agli anni venti del Novecento sembra rimanere marginale alla piccola industria stagionale, a partire dal XV secolo, unitamente alla manifattura serica, trova invece un fiorente sviluppo nelle restanti province della regione, dove **già nel Trecento è presente un dinamico commercio di bozzoli.** Tra i **secoli XV e XVII**, specie nell'alto Maceratese e a San Severino, **si registra l'epoca florida dell'arte della seta**, che tra il Settecento e l'Ottocento interesserà particolarmente l'Anconitano e la Vallesina fino a Pesaro e Fossombrone.

Un'inchiesta del 1824 attesta nel Fermano una produzione delle filande raddoppiata rispetto all'inchiesta napoleonica del 1808, seppure limitata all'esiguo numero di poco più di 100 "caldarette" nell'intera provincia; pure in quella ascolana nella prima metà dell'Ottocento è provato un incremento dell'intera filiera. **Negli anni immediatamente precedenti l'Unità nazionale la produzione di bozzoli era diffusa su tutto il territorio provinciale**, con una concentrazione in particolare su **10 Comuni** prevalentemente nella vallata del Tronto, con Ascoli in testa che annualmente ne produceva 53.000 Kg, seguita da Spinetoli con 12.300.

Nell'arco di soli tre anni (1861-63), **a causa della diffusione della calamitosa pebrina** (il *Nosema bombycis*, una malattia che provocava nel baco la morte o l'atrofia, con il conseguente impedimento della produzione del filo di seta e la perdita dal 60 all'80% del prodotto, riconoscibile al microscopio nei corpuscoli simili a granelli di pepe -da cui pebrina- presenti sulle



farfalle e sulle uova), **la produzione di bozzoli si ridusse di oltre il 75%**, costringendo successivamente gli allevatori ad importare notevoli partite di sementi dal medio ed estremo Oriente, senza risolvere il problema perché il seme sano poteva essere contagiato da quello infetto.

Prima dell'avvento delle apposite incubatrici, era uso comune delle donne covare i semi bachi entro i seni, e una volta avvenuta la schiusa l'allevamento dei filugelli avveniva prevalentemente in campagna e **costituiva un lavoro stagionale di breve durata**, che cadendo subito dopo la rigida stagione invernale, restituiva una boccata di ossigeno alle povere economie delle famiglie contadine; **la lavorazione dei bozzoli**, che si svolgeva nelle fasi successive, era invece **un'attività prettamente urbana**. Il borbice ha cinque fasi di crescita, le "età", contrassegnate da quattro mute: 1a età, dalla nascita alla prima muta (5 giorni); 2a età, fino alla seconda muta (4 giorni); 3a età, fino alla terza muta (5 giorni); 4a età, fino alla quarta muta (6 giorni); 5a età, fino alla formazione del bozzolo (10 giorni, la cosiddetta "grossa" perché la più lunga delle quattro dormite relative alle mute) ...quando si dice "dormire della grossa" ... e che sonni!



Le manifatture



Le **tecniche di allevamento** dei baci, per secoli affidate alla lunga esperienza degli allevatori, **rimasero inalterate fino agli inizi del XIX secolo** quando, a seguito della rivoluzione industriale, i nuovi progressi tecnologici e delle scienze naturalistiche portarono ad una più razionale metodologia.

Mentre in aprile si schiudevano le foglioline di gelso, il **bachicoltore** acquistava le sementi confezionate in particolari telai e le **sistemava in un apposito ambiente riscaldato a 15-16°C** che sarebbero aumentati per 12 giorni **fino a 22°C**; la temperatura mantenuta costante per altri 4 giorni avrebbe permesso la **nascita dei primi filugelli**, le "spie".

In tempi serrati si preparava la **bigattiera**, opportunamente ventilata e ben riscaldata con apposite stufe fino a raggiungere la stessa temperatura dell'incubatrice, e al mattino seguente vi si portava il restante seme che si stava schiudendo.

In queste **bigattiere pulite e ben illuminate** i baci, alimentati con foglia di gelso dapprima finemente trinciata, vi rimanevano per tutto il loro sviluppo (fino alla fase precedente la formazione del bozzolo, circa 30-40 giorni), entro **"graticci" con pareti in legno e fondo di canne** (o filo di ferro) **incastellati** a una distanza di 40 cm, a una **temperatura** che veniva **gradualmente aumentata a 25°C**. Per evitare l'insorgenza di pericolosissime infezioni che potevano portare alla distruzione dell'intero allevamento e propagarsi ad altri, occorreva cambiare spesso i "letti", ponendo sopra i graticci delle "carte forate" (con grandezza dei fori adeguata alla crescita dei baci) cosparse di foglia di gelso che venivano raggiunte dai filugelli.

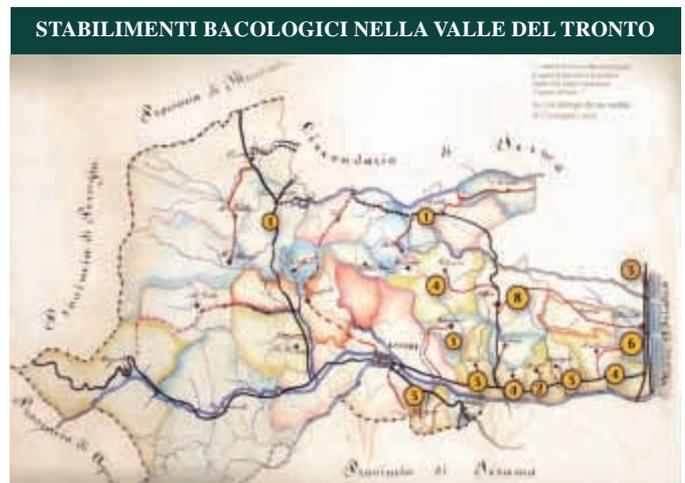
Prima che i baci si preparassero a tessere il **bozzolo** (che pesa circa **due grammi e ha una lunghezza media del filo di circa 900 metri**) venivano fatti risalire nel cosiddetto "bosco", predisposto con **ramoscelli asciutti di erica, di ginestra o di quercia, dove in otto giorni avveniva l'impupamento**. **Nei successivi cinque giorni** si trasformano in crisalidi e avanti la schiusa delle farfalle, onde evitare il perforamento dei bozzoli destinati alle filande, si effettuava **entro apposite stufe mantenute a 70 gradi** per circa un'ora la soppressione delle crisalidi, la "stufatura". I bozzoli poi subivano un'accurata cernita per forma, grandezza, grana e colorito, e una volta pesati attentamente su una grossa stadera, venivano raccolti in capienti sacchi di juta e opportunamente muniti di cartellino con dati relativi al peso, alla qualità e alla provenienza, quindi inviati in filanda. Quelli lasciati per la produzione del seme proseguivano lo sviluppo fino alla fase dello "sfarfallamento" che avveniva alle prime ore del mattino dopo, a circa 18 giorni la formazione del bozzolo; **il ciclo poteva durare anche un mese**, prolungando così l'opportunità di lavoro alla metà di luglio.

I **Cinesi**, fino a un determinato periodo, seguendo il loro credo religioso e indifferenti per la minore quantità di filo prodotto, **facevano uscire vivi i baci da seta forandone il bozzolo**.

Nonostante la manifattura sericola conobbe una crisi nei secc. XVII e XVIII, a **Camerino** dopo il crollo del settore laniero si costituì nel Seicento un importante **centro di produzione di tessuti in seta**. Tra il 1820 e il 1850, l'aumento crescente in Italia dei prezzi di vendita dei prodotti in oggetto spinse gli imprenditori del settore ad investire ingenti capitali in previsione di cospicui profitti che nonostante la rovinosa parentesi della pebrina, a cavallo tra il 1855 e il 1875 portò a livello mondiale ad un **incremento della produzione fino al 1907**.

Fu il Veneziano **Vincenzo Dandolo** a dare lo slancio innovativo alla bachicoltura moderna, pubblicando nel 1815 la monumentale *Dell'arte di governare i baci da seta per trarre la maggior copia di ottimi bozzoli* con la quale si dava l'avvio ad un sistema razionale ed industriale della bachicoltura, introducendo delle "bigattiere" attrezzate e l'utilizzo di nuove strumentazioni adeguate (termometri, igrometri, disinfestanti, ecc.), che ebbe grande diffusione nei decenni a seguire.

Filippo Panichi, esponente di una ricca famiglia dell'epoca, impiantò nel 1830 a **Colli del Tronto**, seguito da un altro imprenditore ascolano, **Francesco Marcatili** e poi da numerosi altri stabilimenti, la "bigattiera sistema Dandolo", contribuendo ad una rapida espansione locale dell'allevamento dei baci. Dal 1860 si andò affermando lungo la **vallata del Tronto** un vero e proprio distretto sericolo che nel volgere di pochi anni, grazie alla specializzazione relativa alla produzione di seme baci "cellulare" ma anche alla bassa remunerazione delle operaie, divenne il più importante a livello nazionale, come si evince da diverse inchieste governative.



Quella pontificia del 1824 censì nell'Ascolano **7 filande**, di cui 6 create tra il 1800 e il 1823 (ridotte a due nel 1882 e praticamente scomparse nel 1890 perché si privilegiò il più redditizio allevamento di bozzoli da riproduzione), numero dovuto all'abbondanza di gelsi, alla vantaggiosa piazza commerciale costituita dalla **fiera di Senigallia** da cui si fornivano i principali mercati europei, infine dall'andamento crescente dei prezzi di vendita fino al 1845, quando l'**arrivo epidemico della pebrina, mise a repentaglio l'intera industria serica europea** e una delle entrate più rilevanti delle classi dirigenti del nuovo Regno.

Comparsa dapprima in Francia nel 1840, dal 1852 iniziò a manifestarsi in Italia nel distretto Piemontese, favorita dalla presenza delle bigattiere industriali. **Gli allevatori tentarono di sopperire alla grave carenza di bozzoli** ponendo un quantitativo maggiore di seme ad incubare, la qual cosa **non fece che aumentare il contagio** rendendolo inarrestabile. Nel distretto ascolano la malattia si manifestò soltanto fra il 1860 e il 1863 e in maniera non altrettanto pandemica, grazie alla sporadica presenza di grandi manifatture e alla diffusa conduzione domestica degli allevamenti, di fatto delle cellule separate che non permisero la diffusione del morbo.

Fu così che gli allevatori delle zone interessate dal contagio iniziarono a ricercare il seme sano nelle località non ancora interessate dall'epidemia e lo scarto di tempo favorì alcuni imprenditori locali intelligenti e informati (tra questi in primis l'Ascolano **Giovanni Tranquilli**) che iniziarono a separare, dislocandoli, la produzione del seme dall'allevamento dei bachi, unitamente all'**aggiornamento sulle recenti scoperte del settore** che i maggiori scienziati stavano elaborando, non ultime le soluzioni che **Pasteur** anticipò in una missiva del 1869 ai colleghi europei (di cui fu vantaggiosamente edotto Tranquilli) e pubblicò l'anno seguente.



Tra gli altri rimedi, il grande scienziato propose l'espedito risolutivo di **far riprodurre le farfalle ponendo ogni coppia entro sacchetti di carta o di garza** che venivano numerati ed appesi in **appositi telai** in modo da poter individuare in ogni singola deposizione e con l'ausilio del microscopio l'eventuale presenza di infezioni sulle uova e sulle farfalle, distruggendo nel qual caso l'intera "cella".

Si avviò così il **nuovo metodo riproduttivo definito "cellulare"**, rispetto a quello tradizionale "industriale" (sistema Dandolo) che permise a Tranquilli, e soltanto ad un altro bacologo milanese, di esporlo con successo al **Congresso bacologico di Milano del 1869** e di trarne il vantaggio di tornare al rapporto seme incubato-quantità bozzoli precedente la diffusione della pebrina, ricavando notevoli proventi anche sulla vendita delle indenni semente.

A livello governativo si cercò altresì di arginare la profonda crisi del settore e nel 1871 venne istituita la **Regia Stazione Sperimentale di Padova** con le finalità di effettuare studi, raccogliere dati, ricercare innovazioni, testare nuovi incroci, formare gli operatori sericoli, assistere le industrie; per trasmettere queste finalità sul territorio nazionale si avvale di strutture periferiche, gli **Osservatori Bacologici**, fondati l'anno successivo in numero di 11, di cui 1 ad **Ascoli** diretto da **Erasmus Mari** (che presto divenne il più importante a livello nazionale fino al fallimento, indotto dalla crisi sericola, nel 1932, e l'altro ad Offida (Mercolini).

Annesso all'Osservatorio, Mari riuscì a dar vita anche a un **Istituto Bacologico Provinciale** che nel 1878 fornì, tra i primi in Italia, di una **cella frigorifero** per lo svernamento dei semi i cui risultati sorprendenti lo fecero diventare il **primo produttore di seme bachi in Italia** a vantaggio delle pregiate razze di Giallo Indigeno e Ascolano, ponendo fine all'importazione di seme giapponese: occupava 180-200 dipendenti per l'anno intero e oltre 400 nella fase dello sfarfallamento.

Nel 1857 i 61 quintali di seta grezza che uscivano dalle filande ascolane, attraverso la via di Ancona e Milano raggiungevano i **mercati finali di Parigi, Lione e Londra**, ma già dal 1861, con l'estendersi della pebrina la produzione iniziò ad oscillare negativamente e due anni più tardi **la quantità si ridusse drasticamente** a 17,34 quintali, fino a raggiungere il record negativo di 12,94 quintali nel 1865. Una prima modesta ripresa, che non superò mai i 25 quintali, durò fino al 1870, quando però **risultarono attive soltanto due filande**, seguita da un deciso miglioramento nel rapporto semi incubati-quantità di bozzoli e qualità del decennio successivo, come si riscontra nelle statistiche del 1881.



Tra i **proprietari di stabilimenti bacologici** vi erano **industriali del nord Italia** che avevano approfittato della situazione favorevole per aprire **succursali o nuovi impianti nell'Ascolano**, e il fenomeno andò in crescendo nel secolo successivo. Nel 1904 su 146 ditte operanti in Italia, 72 si dislocavano tra Umbria e Marche e 52 nella sola provincia di Ascoli Piceno. La **Regia Commissione d'inchiesta sulle industrie bacosericole**, itinerante dal 1905 al 1912 in numerosi distretti nazionali, tenne una sessione ad Ascoli nel 1908; nelle sue conclusioni manifestò l'esigenza di diffondere gli allevamenti nell'Italia centro-meridionale, con l'occorrenza di attivare una nuova **Stazione Bacologica con sede ad Ascoli**, che avrebbe dovuto replicare l'attività della Stazione di Padova a cui rimaneva la competenza dell'Italia settentrionale, della Toscana e della provincia di Pesaro.

La nuova Stazione, pronta alla vigilia della Prima guerra mondiale, poté essere aperta solo **nel 1920 nei locali di villa Panichi**, alla ripresa del mercato che era stato notevolmente contratto dal conflitto e dalla una malattia diffusasi dal 1913, la Cocciniglia del gelso, che ne colpiva la parte aerea. Contemporaneamente, a Milano venne creata la Federazione Italiana Produttori Seme Bachi -la cui missione principale era quella di arginare la forte concorrenza francese ed aprire nuovi mercati internazionali, **stabilire i prezzi di vendita dei semi e quelli di acquisto dei bozzoli** da riproduzione- alla quale aderiva gran parte dei semai nazionali con alla guida due esponenti della Federazione omonima Ascolana: nel 1921 su 84 associati, 30 erano della vallata del Tronto con preponderanza ascolana.

Una **ennesima seria contrazione dei mercati** si verificò nel triennio 1928-31 quando **dei 112 stabilimenti controllati dalla Stazione di Ascoli ne rimasero aperti 88** con una riduzione della produzione del 34%. Fino ad ora, più di un terzo della produzione nazionale di semi era stata confezionata negli stabilimenti ascolani. Tornava adesso **l'ascesa dell'industria serica giapponese** che negli anni '30, come ai tempi passati, aveva già surclassato quella italiana; a questo fattore si unì la concorrenza del **rayon** e di altri **tessuti sintetici** che causarono, nel volgere di qualche anno, il tracollo definitivo della sericoltura europea: **l'ultimo stabilimento bacologico ascolano, del marchese Pietro Sacconi Natali, chiuse i battenti nel 1969.**

In filanda, una volta separati con apposite attrezzature i bozzoli per sesso e per razza, **il primo lavoro era costituito dalla "trattura"**, ovvero **l'immersione degli stessi in bacinelle di acqua molto calda** per sciogliere la sericina e trarre i capi-filo dai bozzoli, accuratamente massaggiati dalle mani esperte della maestra filatrice che li avvolgeva attorno ad un **aspo**. Seguiva la **"torcitura"**, che accoppiava da 3 a 5 filamenti per ottenere così il filo grezzo, quindi la **"cottura"**, per asportare le sostanze residue. Le ultime fasi, quelle della tintura e della tessitura, eseguita su appositi telai, avevano procedimenti simili a quelli della lana.



In **autunno**, infine, una minima parte della manodopera impiegata per le precedenti operazioni dava luogo alla **pulitura delle sementi da riproduzione** attraverso due lavaggi, intervallati da una fase di essiccazione, quindi si procedeva alla conservazione nelle **celle frigorifere** fino alla distribuzione che avveniva prima di aprile, quando ricominciava il lavoro stagionale dell'allevamento dei bachi. Come da inveterata prassi, anche dopo la commercializzazione del seme cellulare sanificato permaneva la presenza di **venditori ambulanti di sementi**, che si spostavano per le campagne a smerciare materiale non selezionato (concorrente pertanto a diffondere il morbo della pebrina) e verso i quali gli industriali cercarono di prendere provvedimenti imponendo agli allevatori di acquistare il seme solo dai committenti-acquirenti.

Condizioni del lavoro infantile e femminile



Sulla **misera condizione del lavoro femminile** nelle filande ci dà conto un redattore del diffuso settimanale **La Provincia Maceratese** che, ancora nel **1904**, annotava: "Avevo tante volte veduto una filanda e le povere donne, curve sull'acqua bollente della caldaia, ove i bozzoli si dibattono in vortice strano e il filo tenue d'oro si esprime e corre via, rapido, a raccogliersi in matassa, e mi avevano dato una stretta al cuore: **l'aria greve, umida, pesante, satura del vapore bollente** e del nauseabondo odore dei bozzoli, rendeva terribile l'ambiente, in cui quelle povere creature fragili erano condannate a vivere e lavorare per **lunghe ore interminabili**, sotto una sorveglianza tenace sempre, poliziesca talvolta".

Il **degrado psico-fisico** degli addetti all'industria manifatturiera, specie **di donne e bambini**, la cui media oraria era uguale a quella degli adulti e poteva arrivare fino alle 15 ore, spinse il Governo unitario a promulgare nel febbraio del **1886** la **prima legge contenente talune restrizioni in ordine all'impiego dei fanciulli in lavori industriali**, con limitazioni irrisorie (l'età minima di ammissione al lavoro era fissata a 9 anni negli opifici industriali, comprese le miniere e le cave, e l'orario di lavoro di otto ore valeva solo per i bambini fino a 12 anni).

Al *Congresso Nazionale di Bacologia e di Sericoltura* tenutosi a Varese nel settembre dello stesso anno, gli industriali discussero anche della legge Berti sul lavoro dei fanciulli, invocando, nelle peculiari circostanze della loro industria "uno speciale trattamento di favore, soprattutto avuto riguardo alla eccessiva, dannosa e non giustificata limitazione imposta al lavoro dei fanciulli si prevede che chi ne porterà più grave la pena, sarà la stessa classe operaia che con quella si voleva tutelare e difendere. ... Dove la giornata di lavoro per i fanciulli possa essere ridotta alla metà della sua misura attuale, si dovranno contemporaneamente ridurre al 50 per cento i loro già scarsi e meschini salari. ... Ora c'è pericolo che le famiglie operaie -specialmente dove la popolazione agglomerata vive soprattutto del lavoro delle fabbriche- già avesse a fare assegnamento non piccolo sui guadagni dei proprii fanciulli, cui si è fatto di buon'ora apprendere un mestiere od una professione, private così ad un tratto di questi, per quanto tenui, pure nella loro misera condizione presente non disprezzabili mezzi di sussistenza, imprecheranno allo Stato ... e lungi dal cooperare col Governo a far rispettare le

disposizioni delle leggi, si cureranno soltanto di trovare il modo di poterle impunemente eludere e trasgredire".

Terminata l'esposizione del relatore, "niuno avendo domandata la parola", l'Assemblea approvò le seguenti conclusioni: "Per non danneggiare un'industria poco prospera e non generare il malcontento in un gran numero di operai, il Congresso fa voti che, ove non si possa modificare la legge 11 febbraio 1886, il Governo introduca nelle disposizioni transitorie del regolamento la facoltà al Ministro d'industria e commercio d'accordare le necessarie proroghe rinnovabili quando concorrino, come nell'industria serica, circostanze eccezionali di carattere economico speciale, debitamente accertate".

La legge, che non poté trovare concreta applicazione per l'opposizione degli ambienti industriali e per la mancanza di una efficace azione di vigilanza da parte dello Stato, si andò perfezionando con altra del 1902 integrata successivamente dalla legge 7 luglio 1907 che provide a una migliore tutela del lavoro dei fanciulli e delle donne.

Una diversa categoria che godeva di un vantaggio di condizione e di retribuzione era costituita dalle **"microscopiste"**, le lavoratrici specializzate che dalla metà di luglio e per tutto il mese di agosto procedevano alla **selezione dei bozzoli e del seme bachi** sano.

E oggi?

Dal 1987 il **Circolo Ricreativo di Brecciarolo** (Ascoli Piceno) gestisce un piccolo allevamento di bachi da seta e svolge attività di sensibilizzazione e didattica per le scuole del territorio. Anche **"La Campana" di Montefiore dell'Aso**, azienda capofila nel progetto pilota per "l'introduzione di tecniche innovative nel tradizionale allevamento del baco da seta" da tempo sviluppa ricerche nel settore. Con il concorso di altri soggetti ed Enti, lo scorso 23 aprile è stato presentato l'**Osservatorio Bacologico Ascolano** (OBA) per il rilancio della gelsi-bachicoltura nel territorio Piceno (ad Arquata del Tronto sono state piantare 20 varietà di gelsi) e la valorizzazione del marchio "Adriatic Silk".

Germano Vitelli

Si ringraziano:

Cristina Ravara Montebelli
(www.facebook.com/cristinaravaramontebelli/photos, figg. 12, 15, 16)
autrice del volume *Le vie della seta a Rimini. Artefici e luoghi produttivi (XVI-XX sec.)*, Bookstones, 2014; il Museo Bacologico "Celsio Ascenzi" di Colli del Tronto (figg. 7, 9, 10, 14); l'OBA (Osservatorio Bacologico Ascolano).

Bibliografia di massima:

- Ercole Sori, 1989, a cura di, *L'artigianato nelle Marche. Storia e tendenze*, Maroni Editore.
- *Proposte e Ricerche* 53/2004, numero monografico sull'Industria bacologica nell'Ascolano.
- Gabriele Cavezzi, 2007 (a cura di) *Colli, il piccolo cuore di seta della valle del Tronto*, Banca Picena Truentina (figg. 6, 11).
- Per gli stabilimenti bacologici di Offida si veda (<https://offidatorrentelava.wordpress.com/bachi-da-seta/stabilimenti-bacologici-di-offida>, fig. 13).



A Montedinove la mela regina dei Sibillini



Da frutto quasi sparito ad autentico tesoro dei Monti Sibillini, in grado di generare nuovo reddito per gli agricoltori e tutta la filiera agricola. È la **mela rosa**, da sempre **coltivata nelle Marche**, nella fascia **tra i 450 e i 900 metri di altitudine fino ai versanti dei Monti Sibillini**, oggi utilizzata anche per produrre **liquori, birra** e, ultima novità, anche **l'aceto**.

Proprio la **prima produzione di aceto**, realizzata grazie ad un **progetto sperimentale dell'Istituto Agrario di Ascoli con il professor Luigi Costantini**, è stata **presentata** nel corso di una trasmissione **sul canale Alice** (canale 221 del digitale terrestre).

Dietro alla riscoperta della mela rosa ci sono anche altri ingredienti fondamentali: dal **presidio Slow Food**, che ha individuato **ben otto ecotipi di mele** appartenenti a tre gruppi, al lavoro fatto dal **Comune di Montedinove**, guidato dal sindaco Antonio Del Duca, e dalla **Comunità Montana dei Sibillini**.

Al Comune di Montedinove si deve un grandissimo intervento per l'incremento della mela rosa, con l'ultimo progetto che prevede l'acquisto di quasi **tremila piante da mettere a dimora** in un terreno di proprietà di una società comunale. Una **mela** magari non troppo bella da vedere come purtroppo richiede il mercato, ma **perfetta per torte e dolci** e in grado di **conservarsi senza problemi da ottobre ad aprile**.

Proprio per celebrare la regina dei Sibillini, **Montedinove** dedica alla mela il grande evento **Sibillini in rosa**, il **3 e 4 novembre**.

“Abbiamo iniziato nel 1996 insieme all'Assam e alla Comunità Montana – dice il **sindaco Del Duca**, autentico vulcano di idee e iniziative - Con il passare del tempo la produzione è cresciuta. Nel 2000 è nato il presidio Slow Food che ci garantisce anche sulla qualità del prodotto. Vogliamo dare opportunità agli agricoltori nel momento in cui il grano e l'orzo, ad esempio, non rendono più tanto come una volta. Ma vogliamo dare opportunità di lavoro anche agli studenti che escono dall'Istituto Agrario o a chi vuole mettersi in proprio. L'obiettivo è anche quello di specializzarsi sulla trasformazione per settori seguendo ad esempio le filiere dell'anice, della marmellata, delle composte e dei succhi di frutta senza farsi concorrenza e puntando sul marketing”.

Renato Pierantozzi





www.ophiservice.it



- Attività di formazione professionale e di orientamento, inclusi attività di organizzazione e gestione
- Organizzazione ed effettuazione di ricerche e indagini di tipo economico, aziendale, statistico, storico e sociologico
- Ricerca e sviluppo
- Elaborazione dati
- Informazione e assistenza tecnica relativi all'utilizzo di fondi comunitari, nazionali, regionali, provinciali e locali resi ad imprese, enti pubblici e privati
- Consulenza finanziaria
- Servizi informativi e banche dati offline e online via internet e con altri strumenti informatici, telematici e multimediali; consulenza relativa al project financing
- Altri servizi di direzione ed organizzazione aziendale, come: gestione, sviluppo, marketing, distribuzione, qualità totale, ambiente, sicurezza e logistica
- Servizi integrati di direzione ed organizzazione aziendale
- Internazionalizzazione delle imprese
- Marketing e comunicazione

AUTONOLEGGIO ALYDAMA

- Impegno verso i nostri Clienti
- Passione per l'eccellenza
- Visione innovativa

Franco Tommasi costituisce ALYDAMA nel 2007, con la volontà di creare una realtà imprenditoriale - nel settore del noleggio a breve e lungo termine specializzata in veicoli commerciali e professionali - al servizio di imprese e privati, nella quale far confluire tutto il know-how acquisito durante la propria ventennale esperienza professionale svolta in multinazionali operanti nel terziario.

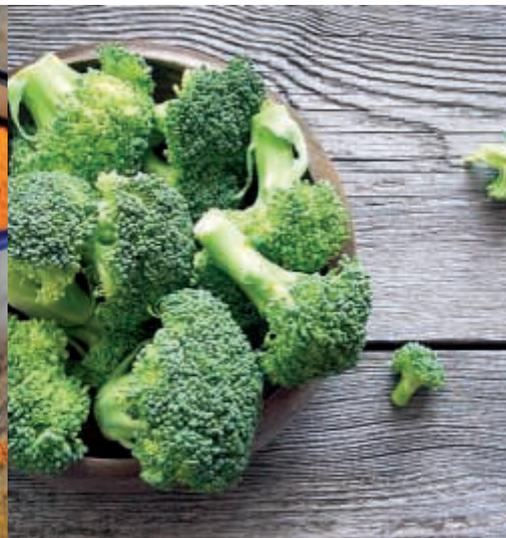
Dopo una fase di sperimentazione su alcuni punti pilota, il Signor Tommasi sviluppa il sistema che viene proposto sul mercato con la modalità del franchising, ricevendo sin da subito una grande accoglienza.

L'Autonoleggio Alydama si pone l'obiettivo di offrire soluzioni di trasporto innovative e modulari che risultino apportare un indiscusso valore aggiunto al successo e alla mobilità delle aziende e delle persone che serviamo.

www.autonoleggioalydama.it

Come affrontare il cambio di stagione

Consigli per evitare carenze nutrizionali e rafforzare le difese immunitarie



L'estate ormai è lontana ed i suoi colori accesi lasciano il posto a sfumature più spente e scure. Il cambio di stagione è un periodo di transizione critico per il nostro organismo: ci si deve preparare ad affrontare il freddo invernale, a rafforzare le difese immunitarie ed evitare carenze nutrizionali.

Come in ogni periodo di transizione e cambiamento, il nostro organismo subisce uno **stato di malessere generale**, pigrizia, scarsa attenzione verso il proprio corpo, senso di stanchezza, insonnia e una voglia irrefrenabile di dolce o carboidrato.

Perché succede tutto ciò e soprattutto che cos'è? Questi sono i sintomi della sindrome del "**cambio di stagione**" che colpisce e contagia tutti. Per spiegarla meglio occorre fare una piccola precisazione: dobbiamo sapere che esiste un rapporto vitale tra il corpo e il sole. Infatti quando le ore e l'intensità della luce si riducono, nel nostro corpo si ha un aumento della **melatonina**, conosciuto come **ormone del sonno**. Quindi la secrezione di melatonina è favorita dal buio mentre in presenza di luce è favorita la secrezione del cosiddetto **ormone del buonumore** e precursore della melatonina, e cioè la **serotonina**, la quale a sua volta deriva da un amminoacido essenziale ovvero il **triptofano**.

Da questa piccola spiegazione si può capire quanto il **cambio di stagione** possa influenzare sia il **ritmo sonno-veglia** che il nostro **umore**. Semplificando si può affermare che quando fa buio prima, aumenta di conseguenza la secrezione di melatonina e si riduce quella di serotonina: questo è il meccanismo fisiologico che permette di spiegare perché in questo periodo della stagione abbiamo più sonno, stanchezza e anche una costante fame di dolce. Perché proprio il dolce? Perché i carboidrati fanno aumentare la serotonina. Purtroppo questa continua voglia di carboidrati può portare ad un circolo vizioso in cui più mangiamo e più saremo stanchi e tenderemo ad aumentare di peso.



Allora cosa occorre fare? In primis, cercare di preferire l'assunzione di alimenti che contengono sostanze che possano modulare i livelli di melatonina-serotonina ovvero gli **alimenti che contengono triptofano**, come ad esempio **legumi, frutta secca** (noci e mandorle), **cereali non raffinati** tipo avena, mais, grano saraceno, riso, ma anche **kiwi, banane, cavoli e broccoli**.

Una regola sempre valida è seguire un'**alimentazione naturale, sana e varia** in cui non dovrebbero mai mancare le **5 porzioni di frutta e verdura** al giorno. Rigorosamente **fresche e di stagione**, ricche in vitamine e sali minerali molto utili al nostro organismo. È importante assumere, soprattutto in questo periodo della stagione, alimenti ricchi in **Vitamina C** che aiutano il sistema immunitario a proteggerci dalle malattie influenzali, andando a rafforzare anche l'organismo. Quindi, largo spazio a kiwi, agrumi, rucola, cavolfiore, broccoli e spinaci.

Tra la frutta e verdura presente in questo periodo, è molto importante assumere gli **ortaggi di colore giallo-arancione**, come zucca e carota, che essendo ricchi di betacarotene e antiossidanti aiutano a contrastare l'insorgenza delle infezioni, supportano l'azione dei linfociti T e contribuiscono ad eliminare i radicali liberi, contrastando l'invecchiamento cellulare.

Abituiamoci a portare sulle nostre tavole anche **cereali integrali, legumi, semi oleosi** e germogli di frumento, che come detto in precedenza ricchi in **triptofano**, sono anche caratterizzati da una forte presenza di **Vitamine del gruppo B**, importanti per la loro azione immunoprotettiva.

In natura sono presenti molti rimedi che permettono di rafforzare le difese immunitarie, come ad esempio l'**Echinacea**, di solito consigliata in fitoterapia per prevenire le tipiche malattie da raffreddamento, in quanto è in grado di agire aumentando la capacità dei globuli bianchi di distruggere virus e batteri. E poi altri rimedi come **propoli, zenzero, curcuma e miele** che sono dei veri e propri **antibiotici e antibatterici naturali**.

Ultimi consigli, ma non meno importanti, sono: ridurre lo stress e praticare almeno 30 minuti di attività fisica moderata al giorno, preferibilmente all'aria aperta, per stimolare maggiormente la produzione dell'ormone del buonumore.

Claudia Morganti - Biologa nutrizionista
Riceve per appuntamento ad Ascoli Piceno presso il proprio studio situato in via Berardo Tucci n. 6 e presso il Centro Kinesia - Ambulatorio di Idrokinesiterapia e Riabilitazione di "Fisioterapisti Associati Gilberto & Luzi S.N.C.", in via dell'Aspo n. 38/40



UN PROGETTO SALUTARE



WWW.ALTAGAMMA.EU

Bibite Paoletti

Una bella storia italiana di frizzante passione



Da **oltre 100 anni la storica azienda ascolana opera nel settore delle bevande tradizionali**, un cammino di successo, arricchito dalla direzione familiare che da sempre ha creduto nella ricerca della qualità e nella scelta degli ingredienti migliori.

Bibite tradizionali italiane, dalla gassosa alla spuma.

L'ambizione è quella di regalare agli amanti delle bevande gassate, delle **bibite buone come quelle di una volta**, grazie alle preziose ricette custodite di generazione in generazione, ben quattro, e alla forza di una famiglia che, come molte aziende storiche, ha superato due guerre mondiali e le crisi a venire, cercando sempre di mantenere intatta la qualità degli ingredienti. Già negli Anni Venti arrivavano ad Ascoli dalla Sicilia profumate botti di legno contenenti i vari succhi, rigorosamente depositate nell'azienda e aperte solo al momento della miscelazione "segreta" con gli altri ingredienti.

La storia dell'azienda Paoletti premiata anche come azienda storica, inizia intorno al **1910** a Folignano, piccolo paese vicino ad Ascoli Piceno, quando il messo comunale Enrico Paoletti, gestore anche dell'osteria del paese, decide di mettersi in proprio dando vita a una piccola produzione di bibite gassate. In quei tempi la consumazione abituale in osteria era il famoso "quarto di vino con la gassosa". Il fornitore di gassosa però era spesso in ritardo con le consegne e fu proprio questo ritardo a spingere Enrico a produrre in proprio la bibita da aggiungere al vino.

Nella fabbrica allestita sotto la casa paterna, negli stessi locali dell'osteria, si iniziano a produrre le prime gassose e spume nella **storica bottiglietta con la pallina di vetro che faceva da tappo**. Vengono impiegate nella produzione molte donne del paese che a sera, come ultimo lavoro, incollano a mano sulle bottiglie le etichette colorate. Le bibite, sistemate in cassette di legno, sono distribuite col carretto tirato da un cavallo in tutte le osterie di Ascoli e dei paesi vicini.



Le bibite. Diversi sapori, tipici dell'Italian Style, perfetti per tutti quei momenti in cui nasce la voglia di dissetarsi, dalla gassosa alla spuma, dall'aranciata alla tonica, senza dimenticare il classico chinotto, o le più estive limonata, pompelmo e cedrata. Bevande analcoliche per ogni gusto alle quali si aggiungono bevande ottime per l'aperitivo e per la mixology, come il bitter, l'Ap, il ginger ale e il ginger beer.

Gli Anni Cinquanta e Sessanta

Le bibite Paoletti, e in particolare la Gassosa e la Spuma, si affermano in tutto il territorio piceno in cui sono distribuite diffusamente, e la posizione nel mercato della ditta si rafforza.

Negli Anni Sessanta la produzione viene trasferita a Marino del Tronto in un oleificio di famiglia ristrutturato e ampliato. In seguito all'acquisto di una nuova linea automatica di produzione (la celebre "Rigamonti e Villa" di Milano), la manodopera scende a circa venti unità anche se la produzione aumenta di molto. Nasce anche una produzione per conto terzi di importanti ditte italiane come la mitica "Fabbrì". Negli Anni Sessanta scompaiono le storiche e pesanti casse di legno, sostituite dalle cassette di plastica.



I riconoscimenti

Due anni dopo la fondazione, l'azienda comincia a riscuotere i primi significativi successi nelle Esposizioni Internazionali dell'Industria e del Lavoro di Milano e Roma. Nel 1925 Enrico Paoletti porta i suoi prodotti all'**Esposizione Internazionale di Bruxelles**: la sua produzione di "eaux gazeuses" riscuote un grande successo, ottenendo la **Gran Palma d'Onore e la Medaglia d'Oro**, riconoscimenti che attestano la bontà dei prodotti che sin dalla nascita si erano caratterizzati per la qualità delle materie prime impiegate.

Dal 2012 l'Unioncamere Nazionale ha iscritto l'Azienda nel "Registro Imprese Storiche - Le aziende che hanno fatto la storia d'Italia". Enrico scompare prematuramente nel 1927, a seguito di una banale caduta da cavallo, e l'azienda passa alla seconda generazione (tre fratelli). Tra questi, il figlio minore di Enrico, Giovanni Cadorna Paoletti, mette al servizio della "Enrico Paoletti e figli" le solide conoscenze di meccanica acquisite durante il lungo servizio militare quale comandante di autoreparto. Sotto la sua guida, nella seconda metà degli Anni Quaranta, la produzione viene significativamente meccanizzata. Aumenta in questo periodo anche il numero delle maestranze impiegate, che raggiunge nel periodo estivo anche le quaranta unità. Crescendo la domanda, aumenta notevolmente anche la produzione, e si acquistano i primi camion per la distribuzione, dei "Dodgè" e "Chevrolet" residuati di guerra.



La maggiore capacità di automazione e i gli investimenti in pubblicità delle grandi ditte, contribuiscono inoltre ad aumentare le difficoltà delle piccole imprese italiane come la Paoletti che, dal 1970 fino ai primi Anni Novanta, incontra un momento tra i più difficili di tutta la sua storia. In seguito a questa crisi, tra il 1992 (anno in cui scompare Giovanni Cadorna) e il 1999, l'azienda e il marchio vengono dati in affitto. La cattiva gestione del marchio da parte degli affittuari porta a un ulteriore aggravamento della crisi aziendale.

Giancarlo e Pierluigi, terza generazione Paoletti (i due figli di Giovanni Cadorna), pur provenendo da diverse esperienze professionali, hanno voluto a tutti i costi mantenere in vita l'azienda, con tutto il suo capitale di storia.

Il marchio, infatti, è ancora significativo per un intero territorio in cui più di una generazione è cresciuta con la Gassosa e la Spuma Paoletti.





La qualità e la forza del Made in Italy

La Paoletti, che si è sempre identificata nel proprio prodotto simbolo e si è basata sul mercato locale, si deve confrontare da quel momento con un mercato più ampio. L'azienda vince questa scommessa: oggi è **presente su gran parte del territorio nazionale** (sia in supermercati che in esclusivi negozi di nicchia) e sta penetrando anche in **alcuni mercati esteri** (Germania, Svizzera, Francia, Repubblica Ceca, Emirati Arabi, Florida e Australia), **grazie alla forza del made in Italy** e alla garanzia di alta qualità del prodotto.

L'azienda produce in stabilimenti di eccellenza che utilizzano acqua con le particolari caratteristiche organolettiche e di purezza necessarie ad assicurare l'elevato e storico standard di qualità dei prodotti. Proprio la qualità rappresenta uno dei principali strumenti di posizionamento a disposizione delle piccole imprese e l'ascolana Paoletti individua nell'eccellenza delle sue bibite il requisito essenziale per la continuazione del successo.

Nel 2009 le **bibite Paoletti sono state inserite tra le "Eccellenze Picene"**, nella categoria dei prodotti storici di maggiore qualità e prestigio della provincia di Ascoli Piceno. Un premio che ha sicuramente confortato gli sforzi dell'azienda ascolana, sempre attenta alla cura di ogni ricetta.



I cocktail

Se la Paoletti nasce prendendo spunto dall'unione di vino e gassosa, l'abbinamento con le bevande alcoliche non può che essere ottimo. Possiamo tranquillamente affermare che l'idea del cocktail fa parte della sua antica storia. Per questo si è scelto di dare un particolare risalto a questo drink e non solo, ideando una linea pensata da alcuni dei migliori bartender che hanno realizzato dei mix unici con le bibite Paoletti, come lo *Spuma male* e la *Sprissosa*, e tanti altri ancora (www.paolettibibite.it/cocktail).

La mitica "FrizzanTina"

Per quanto riguarda le etichette, sin dal 1922 la Paoletti ne aveva progettate alcune che avevano l'obiettivo esclusivo di comunicare la marca e il luogo di produzione. Negli anni successivi ci si rende conto che i prodotti possono acquisire ancora più valore se associati ad un'immagine precisa, capace di conquistare l'immaginazione e l'emozione dei consumatori.

Nasce così Tina Frizzante, detta anche "FrizzanTina", una simpatica e delicata figura femminile di chiara provenienza italiana, che compare per la prima volta sulle vecchie bottiglie di spuma con etichetta smaltata a colori sul vetro. FrizzanTina oggi è l'adulta testimonial delle Bibite Paoletti, sulle quali è ricomparsa dal 2002 dopo un accurato restyling. Il suo volto, il suo sguardo, il sorriso le conferiscono quell'allure da diva d'altri tempi, dalla sensualità innata e spontanea.

"FrizzanTina" sul set



La sua presenza ha contribuito in modo determinante alla crescita aziendale. La fama della rinnovata testimonial ha attirato l'attenzione, oltre che di periodici e quotidiani nazionali (Vanity Fair, Repubblica, Il Venerdì di Repubblica), anche del regista Sergio Rubini. Nella sua commedia sentimentale, "L'uomo nero" (2009), ambientata nella Puglia degli Anni Sessanta, erano infatti presenti le evocative immagini di Tina Frizzantina, la bellissima e ricercata testimonial Paoletti. Un altro film che ha portato sul grande schermo il marchio Paoletti è il "Cosmonauta" (2009), di Susanna Nicchiarelli: nella sezione comunista del Trullo di Roma si brinda alla prima donna nello spazio con una bottiglia di Spuma Paoletti. I prodotti e il marchio sono apparsi nella fiction televisiva di Canale 5 "Tutti per Bruno" con Claudio Amendola, nel programma di Rai 1 "I migliori anni" condotto da Carlo Conti e, grazie ad Alessio Paoletti che si è prestato al gioco, come identità nascosta nel programma di Rai 1 "I soliti ignoti" condotto da Fabrizio Frizzi. Dal 2013 compare con ricorrenza nella fiction Sky "I delitti del Bar Lume", come uno dei prodotti in vendita nel bar stesso. Nel 2018 le nostre bibite appaiono nel programma televisivo "La cucina delle ragazze", in onda su Gambero Rosso Channel (Sky HD Canale 412).

Nel 2017 antiche versioni delle **bottiglie** e della **birra Paoletti appaiono nel film del pluripremiato regista Ridley Scott, candidato a tre Golden Globe "All the Money in the World"**. Da non trascurare infine, la presenza e il gradimento nel settore della moda, con partecipazioni a diverse edizioni del Pitti di Firenze, la collaborazione per il catalogo di "Duck farm" e, nel 2011, la presenza alla Fiera Mondiale della Moda di Parigi.

Enrico Paoletti & Figli S.r.l.
Via Dei Peschi n. 5
63100 Ascoli Piceno
www.spuma.it

Bibita
Spuma
dal 1922



E. PAOLETTI&FIGLI SRL © ALL RIGHTS RESERVED

SchlucheroDesign



PAOLETTI

www.spuma.it

Osteria Cantina Offida



L'**Osteria Cantina Offida** nasce dall'idea di creare un punto di ristoro dove assaporare e degustare il cibo e il buon vino della tradizione offidana.

Situata in Piazza del Popolo, la piazza principale della storica quanto bellissima città di **Offida**, è punto vendita di tutti i vini prodotti da Cantina Offida ed anche punto ristoro della cucina e dei prodotti tipici della tradizione offidana.

Organizzazione di serate con degustazione di vini della Cantina Offidana.

www.cantinaoffida.com



CIÙ CIÙ

SOLCHI RADICI SOGNI

La storia dell'azienda vitivinicola biologica **Ciù Ciù** nasce nel 1970 ad Offida (AP), in una delle zone maggiormente vocate alla produzione del vino. Grazie alla passione dei fondatori Anna e Natalino Bartolomei e all'innovazione dei figli Walter e Massimiliano, che oggi guidano l'azienda, vengono prodotti vini che sono l'espressione più autentica del territorio. Un'ampia selezione di etichette biologiche che comprende bianchi, rossi, rosati e spumanti.

Solchi, radici, sogni che portano in tavola i profumi e i sapori delle Marche.



ESPERANTO

Idioma in grado di accomunare popoli, razze e culture, ... anelito di questo vino capace di unire ricche, profonde e potenti radici territoriali con suggestioni internazionali, eleganti e fini. Montepulciano e Cabernet, meticolosamente allevati e vinificati in purezza utilizzando barriques di rovere selezionate, uniti poi, giungono a voi dopo ventiquattro mesi di invecchiamento, di cui almeno dodici in bottiglia.



Info: azienda vitivinicola CiùCiù

Offida (AP), Loc. S.Maria in Carro, Contrada Ciafone 106
Tel. +39 0736 810001 - www.ciuciuvini.it



La Locanda di Aida



La locanda di Aida è un posto unico dove ancora si assaporano i piatti della cucina tipica dell'entroterra marchigiana. Una cucina eccellente frutto di una lunga ricerca nel tempo di prodotti originali.

Qui potrete gustare l'**autentica amatriciana DOC**, dopo una attenta selezione degli ingredienti: dal **pecorino** proveniente da un'antica tradizione di casari al **guanciale** con giusto livello di stagionatura. Il tutto cucinato dalle mani sapienti di **Aida**, la locandiera che dopo 10 anni ha deciso di portare **i prodotti dei due parchi (Sibillini e Laga) al mare**, una decisione azzardata ma già molto apprezzata.

Acquasanta Terme (gioiello tra i parchi) è terra di **tartufi, porcini e marroni**: i frutti più belli e più rari raccolti dai cercatori del luogo. E proprio partendo da questi tesori del luogo la locanda ha creato dei piatti esclusivi.



Partendo dagli antipasti, con un fritto misto di olive ascolane classiche al tartufo e ai porcini, al **formaggio primo sale** di pecora con sopra fette di porcino condito in vari gusti, taglieri selezionati di salumi nostrani, pecorino stagionato con degustazione di **marmellate** e tante altre prelibatezze, come l'**uovo strapazzato con tartufo grattugiato**, patate con la buccia e pollo ruspante che rievocano le cucine delle nostre nonne. Un locale capace di fermare il tempo e la frenesia, per ritrovare il piacere di gustare ogni attimo.

Entrando nella locanda di Aida il profumo di bosco è enfatizzato da cesti di **castagne** appoggiate qua e là. La locandiera è un tutt'fare in moto perpetuo, e da poco sta producendo olio proveniente dal suo uliveto di Controguerra: luogo di cantine e di frantoi, in cui a breve realizzerà un resort con veduta sugli amati Monti Sibillini.

La locanda di Aida è a San Benedetto del Tronto, sempre con il suo risotto ai funghi porcini e il tiramisù ai marroni, che qui hanno il fascino degli opposti. Infatti **la locanda è a pochi metri dal mare**: il gusto del bosco si mescola alla salsedine.



Via Catullo 14/16 - tel: 329 5793780
Orario: 12:00-15:00 / 19:00-2:00
38 posti - Gradita la prenotazione

lalocandadiaida@gmail.com
www.lalocandadiaida.it





ANGEL
LOZZI
Tartuficoltura



www.angelozzi.it

Angelozzi Tartuficoltura
Via Ponte Pugliese, 13
63093 Roccafluvione (AP)
tel: +39 0736 365719
info@angelozzi.it

Piceno Open

VINEA QUALITÀ PICENA



The Piceno, a land naturally suited to quality food production, obtained from environmentally and landscape friendly techniques, is the main theme of the **Piceno Open - Vinea Qualità Picena chain project**.

The project is carried out by Vinea, a Viticultural Producers Cooperative, operating in the province of Ascoli Piceno, with the aim of promoting controlled denomination products and those from organic farming in the Piceno area.

Specifically, the excellent wines whose range consists of the **Offida Docg (Passerina, Pecorino and Offida Rosso)**, Rosso Piceno Doc, also in the Superior version, of **Falerio Doc** and of **Doc Terre di Offida** which finds its maximum expression in the **Sparkling Passerina**.

Excellence to drink therefore, but also to bite. In fact, the **Extra Virgin Olive Oil**, produced by the attentive local organic agriculture, could not be missing from the basket of local products.

Piceno Open is also synonymous with **tourism promotion**: the territory offers countless itineraries of landscape, nature and holiday that are embodied in the precious work of farmhouses, country houses, bed & breakfasts and even companies and wineries that positively promote local aromas and flavors. The brand, therefore, intends to establish itself in the middle **between tradition and innovation**, ensuring the **origin and traceability** of the quality product and spreading the knowledge of a territory to be discovered.

The beating heart of the Piceno Open project is the **Offida Regional Enoteca**, housed in the evocative rooms of the fourteenth-century San Francesco complex, the dynamic center of initiatives linked to wine and territory, a meeting place for discovering traditions, art and culture where numerous events are held, dedicated to the general public, signed by Piceno Open.

But as the name of the project says, the **Piceno opens itself** and intends to be known and appreciated along the Italian peninsula, with the participation in national events, in the name of passion and love for the food and wine of this splendid territory.

www.picenopen.it



Vinea Società Cooperativa Agricola Via G. Garibaldi, 75 Offida (AP) T +39 0736 880005 F +39 0736 880561 info@picenopen.it



Unione Europea / Regione Marche
PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020
BANDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE (CONFERMA INIZIATIVE NELLE ZONE RURALI)



A Facelift for the Galleria d'Arte Contemporanea Osvaldo Licini



A fully-fledged **restyling** to showcase to greater effect the works of the great artist Osvaldo Licini and other twentieth-century masters exhibited at the Galleria d'Arte Contemporanea in Ascoli Piceno's Sant'Agostino cultural centre. The **new spaces** opened in September and now include a **literary café**, a **children's area**, a **room dedicated to engravings**, complete with a special training course, and renewed commitment to hosting **temporary exhibitions**.

A new layout, curated by **architect Francesco Massari**, and made possible thanks to the **synergy between the Integra and Pulchra cooperatives** together with the **Arte Contemporanea Picena association**, was conceived to give new verve to a museum that has not always been as appreciated as it deserves, despite the masterpieces it houses.

Mayor Guido Castelli, the director of the Musei Civici, Stefano Papetti, and the newly-appointed councillor for culture, Piersandra Dragoni, are also satisfied with the new lease of life for the gallery.

"Ascoli is the only city in the Marche that can boast five museums," says **Professor Papetti** when presenting the new layout. Moreover, the sum allocated annually shows how the commitment is also important for contemporary art, which, adds **councillor Dragoni** "is not so popular, but it stands for the present that connects us to the past. The cooperatives involved are proof that with culture we can create employment."

Mayor **Guido Castelli** is also delighted. "The Licini gallery offers citizens a broad range of new services and a completely new look" he says. "The location reopens after a break of a

few months during which renovations and redevelopment have been carried out to enhance the structure thanks to the new layout and arrangement of spaces.

A location offering tourists as well as citizens and children new opportunities for an all-round use of the museum."

Opening has also been **extended**: Thursday and Friday from 3pm to 6pm, and Saturday and Sunday from 10am to 1pm, and from 3pm to 6pm.

Visits may be booked in advance on other days by contacting the information office in Piazza Arringo.

(+39.333.3276129 – +39.0736.298213)



Ripatransone Archaeology Museum

An afternoon of archaeology
with museum curator Ilene Acquaroli

What does it mean for you to work as a museum operator?

For me it's a mission. The museum is one of the key places where people develop culture and identity. As a museum curator I feel a great responsibility, and at the same time, I hope to transmit passion and enthusiasm for my work every time someone comes to visit.

When did the Museo Archeologico di Ripatransone begin life?

It was founded in 1877, when Father Cesare Cellini, canon of the cathedral, *Cavaliere della Corona d'Italia*, a man with a passion for art, decided to show his collection of findings in a space open to the community.

What period of time does the current museum cover?

Of approximately 5,000 items owned by the museum, 400 are on show. The timeframe is remarkable, from Prehistory to the Middle Ages. The main nucleus, also in terms of the quantity of relics found, is dedicated to Piceno civilization.

When was Ripatransone's the first settlement documented?

The first settlements date back to the Eneolithic age. However, Ripatransone did not become a residential site until 1205, when it became a free municipality. Sources suggest that in Roman times it was a village in the *Ager Cuprensis*.

Are there private collections? How did the current layout come about?

The main private collection is Cellini's, born of the various findings that local farmers brought to light by chance on their land. In the nineteenth century the church was a cultural reference point, and this was why when peasants when found some unusual object, they turned to the local priest to find out what it was. Local families added their collections to Cellini's: Marquis Neroni, Sciarra-Condivi, Benvignati and Perazzoli families, Marquis Alessandro Bruti Liberati, and subsequent donors, all united by a shared receptivity to rendering public the archaeological heritage of the place where they lived.

The current exhibition, created by the Marche Archaeological Department between 1977 and 1985, follows a timeline and separates the findings by form and class of materials, with particular attention to teaching: Prof. M. Silvestrini curated the prehistory and protohistory sections; Prof. E. Percossi supervised the Piceno civilization; the architect Pierluigi Salvati supervised design and teaching tools; Ms S. Piattelli, the numismatic display of the Roman part.



Where are the findings from?

Almost all from Ripatransone. The origin of each finding is specified: Contrada Castagne, Fonte Bagno, Piazza di Coso, Macinadoro, Capo Termine, Brancuna, Trivio, Menocchia, Abaceto, San Giuseppe, Monte Bove, Colle San Nicolò. The museum also displays imported objects from neighbouring and from more distant countries (Greek or Italic ceramics, Etruscan pottery), which underscores the economic and cultural exchanges that the Piceno civilization enjoyed with other populations.

Who were the Picenes?

It is really a very vast subject. "Picene", by convention, indicates the population that lived between the ninth and third centuries B.C. in a region bordered to the north by the Esino area and, to the south, by the River Aterno (Pescara). The history of this civilization is linked to the ancient *ver sacrum* ritual of the Sacred Spring. Pliny the Elder, in Book Three of his *Natural History* wrote that the Picenes derived their origins from the Sabines who had made a vow to celebrate a Sacred Spring. Strabo, in Book Five of *Geography*, adds that on this journey their totemic animal was the woodpecker or "picus", from which the name "Picene" derived.

Did they have habits similar to ours?

Yes, they were very similar to us and this is proved by everyday objects (amphorae, clay pots, skylights), work tools (frame spools, spindles), battle (armour, breastplates, helmets, spear points, daggers, javelins, swords, axes), coins, women's jewellery (necklaces, pendants, brooches, earrings, bracelets, rings). They were skilled artisans of amber and bronze. Funeral rites were very important. In the afterlife, the deceased took with them the objects they used in life.



Which pieces rouse visitor curiosity the most?

Visitors are particularly attracted by the monumental cinerary urn of the first century B.C., with the remains of the freedman Aulo Volumnio; the grave with a female skeleton and trousseau, dating sixth-fifth century B.C., found in the Picene necropolis of Contrada Capo di Termine, during the excavations of 1912; the bust of Aphrodite, a Roman copy of the second century B.C., which refers to a Greek sculpture of fourth century B.C.; the third-century B.C. discus thrower, another fine Greek sculpture.



And... can you point out a remarkable exhibit?

I can show you findings that at first sight look like simple earthenware objects in the shape of small jugs. These ancient artefacts, dated sixth century B.C., were used to give milk to babies and are the forerunners of modern bottles. They were found in 1890 during the excavations in the Macinadoro district. We note the two labels that show the catalogue number and technical data sheet of the items, placed by Cellini himself. All the findings in his collection have this characteristic and they are among the most fascinating objects in this museum: they have the ability to take us back in time, entering the most intimate sphere of everyday life of this civilization. The ergonomic shape granted an easy grip, the spout was made in such a way as to let the liquid dribble out slowly, the clay material could be heated, and the milk left inside. There is documentation of baby bottles also used as rattles, a sort of tintinnabula, obtained by placing clay balls inside them and intended to make the object a real toy; they were usually very colourful. These bottles were part of the grave goods of women and children who died young.

Lorenzo Lotto

The Venetian painter enamoured of Marche

Lorenzo Lotto's relationship with Marche shows clearly in his painting. In our region he produced **dramatic works of great pictorial intensity.**

Born in Venice in 1480, we know little about his youth and training but there is no doubt his style shows he was influenced by the great masters he came to know over the years, especially the leading artists of the Renaissance, like **Albrecht Dürer** and **Raphael Sanzio**, who both moulded his approach to a large extent.

Lotto, who shrugged off convention and was unwilling to compromise, soon left Venice looking for work and patrons, in northern and central Italy. His work was not always appreciated, and this forced him to a wanderer's life. In 1554, tired and impoverished, he became an oblate in the Holy House of Loreto, where he ended his artistic career painting for his Loreto brethren, and where he died in 1556-7.

In his *Lives of The Most Excellent Painters, Sculptors and Architects*, Vasari describes Lorenzo Lotto as: "a Venetian painter, who in Ancona painted a panel of Saint Augustine, and he produced many paintings in Venice. He portrayed Andrea degli Odoni whose house in Venice is full of paintings and sculptures. He also painted a panel in the Carmini church of that city, for the San Nicolò chapel; and figures and animals in various places (...) When he was still a young painter he also imitated the manner of Bellini and in part that of Giorgione, producing an altar-piece for San Domenico, in Recanati, with six paintings for the high altar (...) After these works Lorenzo went to Ancona, at the very time when Mariano da Perugia had finished a panel-picture, with a large ornamental frame, for the high altar of Sant'Agostino.

Ritratto di Andrea Odoni
1527 Royal Collection - Windsor Castle



Pala dell'alabarda - 1539 Pinacoteca Civica Francesco Podesti - Ancona

Lorenzo was commissioned to paint a picture, which is placed at the centre of the same church. He made an altar-piece for the Chapel of Sant'Antonino, Archbishop of Florence, in SS. Giovanni e Paolo. Many other things are seen in Venice. He was considered an expert in colour, perfected in youth; and always happy to finish his works."

However, his life was marked by disappointments and failures, and he was an introverted, anguished figure, whose talent was not acknowledged until **modern critics reassessed him in the nineteenth century.**

In the Marche region Lorenzo Lotto left twenty-five masterpieces in eight cities: Ancona, Cingoli, Jesi, Loreto, Mogliano, Monte San Giusto, Recanati, and Urbino. Other works, however, are kept in the most prestigious galleries and museums all over the world. For the first time, thanks to an initiative by Macerata Municipal Council in tandem with Marche Regional Council, twenty paintings and five drawings by the great Renaissance artist will be on show at Palazzo Bonaccorsi in Macerata from 19 October 2018 to 10 February 2019 as part of the exhibition **Lorenzo Lotto il richiamo delle Marche.**

Alongside the works of Lotto, Palazzo Buonaccorsi will also offer a chance to admire works by other authors, such as **Mantegna** and **Dürer.**

In parallel, the exhibition Lorenzo Lotto Portraits, London's National Gallery will run from 5 November 2018 to 10 February 2019, and gives the Marche event an international character.

The London exhibition closes on the same date as that in Macerata and they are part of a **joint venture with the Prado in Madrid and the other Lotto museums in Marche.**

The exhibition continues in the eight Marche towns where the general organization has arranged for visitors to enjoy the beauty of the other twenty-five masterpieces left by the artist.

www.mostralottomarche.it
www.nationalgallery.org.uk

The Cathedral Basilica of Sant'Emidio



Parish priest, Father Angelo Ciancotti describes the wonders of Ascoli Piceno Cathedral

The majestic Cathedral Basilica of Ascoli Piceno is on Piazza Arringo, and is dedicated to Saint Emygdus, the first bishop, who protected the city and its population from the earthquake.

The building is the result of countless adaptations over time and these are seen in its **fascinating layers**.

The primitive base was erected on the edge of the ancient forum (which is now Piazza Arringo) using the foundations of the Roman Basilica or a pagan temple.

The **rectangular façade** is all travertine, a local stone, and was built between 1529 and 1539, designed by Cola dell'Amatrice. A clear classic homage: four impressive relief columns divide it into three sections. At the centre, the rigorous portal with gable termination leads into the Romanesque-Gothic church.

On the left wall, as we enter there is a fresco of the Giotto school (fourteenth century) depicting a Crucifixion. Further ahead we find the precious reliquary arm of Saint Emygdus (1482) by Pietro Vannini.

The church has a **Latin cross layout with a nave and two aisles** ending on polygonal apses. The precious wooden choir – a wonderful late-Gothic masterpiece – is in the longer central apse, enlarged in 1541–6. The precious **marble altar**, datable to the twelfth century, is covered by a ciborium built in 1895 by architect Giuseppe Sacconi. The nave is delimited by a double row of octagonal pillars supporting round arches and Renaissance rib vaults.

Close to the third pillar, a walnut pulpit, created in 1657–61 by carver Paris Scipione of Matelica, expresses a refined, elegant baroque.

By the presbytery, the octagonal dome (datable to the eleventh century) and the layout of the external baptistery recall the symbolism of the number eight, which in Mediaeval belief indicated the Resurrection.

On the right aisle, at the transept, there is a door entirely carved with floral motifs and with a rich Venetian-style decoration on the sides: it is the door to what is now the sacristy (not always open to visitors), built around 1414–25. An area with rib vaulting houses, among other masterpieces, the polychrome intarsia signed by Antonio Moys d'Anversa (1565) depicting the *Crucifixion of Christ with Our Lady and Saint John*.

An internal passage of the sacristy leads to the SS. Sacramento chapel, better known as the **Crivelli Chapel** for the famous Venetian artist's polyptych. The "Opus Karoli Crivelli Veneti 1473", as stated on the central panel, depicts the Virgin Enthroned with Child Jesus in her arms. At her sides are saints Peter, John the Baptist, Emygdus and Paul. In the higher order: a Pietà with saints Catherine of Alexandria, Jerome, George and Ursula. Christ and ten Apostles are shown along the base of the polyptych.



Crivelli's stylistic figures are brightly coloured and he endowed them with "grace, movement, expression", a Renaissance masterpiece attracting tourists from all over the world.

Luigi Lanzi commented in the second half of the eighteenth century: "For the intensity of the colours and the verve of the drawing, this painter can rightfully call himself a most precious artist among the ancients".

At the foot of the polyptych, a lovely embossed silver **antependium** (fourteenth century), with twenty-seven relief panels represents episodes of the Life of Christ.

Continuing along the right aisle, the stairs lead to the **Crypt of Saint Emygdus**, datable to the eleventh century, made to house the relics of the saint found outside the walls of Ascoli, in the area where today we find the Tempietto di Sant'Emidio alle Grotte.

Down in the undercroft, two wonders await the visitor's eyes. On one hand, the **Mediaeval tunnels** that provide important clues to the previous strata: the Roman columns are visible, immediately covered by vaults to support the upper floors, and some Roman sarcophagi and others certainly of a later date considering the inscriptions.

On the other, **the part dedicated to worship of the Saint**, divided into seven aisles by columns, no two the same, brought from old buildings, typical example of architectural upcycling.

In the central part of the crypt, Mediaeval simplicity is interrupted by the rich red marble colonnade built in 1704 by Giuseppe Giosafatti, whose son, Lazzaro, created the imposing marble group of Saint Emygdus Baptizing the Pagan Polisia, **datable to 1728–30**. The **crypt altar** is a Roman sarcophagus of the fourth century that houses the remains Saint Emygdus and his companions, as indicated by the inscription on the upper edge "Cum sociis aliis Emindius hic requiescit".

The story of San Benedetto del Tronto's Torrione

Interview with Vincenzo Rossi



For the past six years, the Torre dei Gualtieri has been maintained by the "Amici del Pese Alto" association, which delegated the care and organization of events to the artist Vincenzo Rossi.

The monument is the symbol of the city and every year its mighty walls welcome school groups, and many visitors and tourists. During the summer it becomes a venue for exhibitions of various kinds, offering many artists the opportunity to make their works known.

Vincenzo, when did the tower's history begin?

I'd certainly estimate 1146, when Bishop Liberto of Fermo granted permission to the Gualtieri brothers to erect a tower to protect Castrum Sancti Benedicti in Albula, which had been designated a castrum following the fortification of the primary urban core.

At first sight it resembles a ship whose bow faces to the sea?

Yes, the structure of the tower is very particular: hexagonal, slightly flattened on the south and north sides. It is built on three levels: the first is the most ancient, with a barrel vault; the other two, rebuilt in around the 1400s, have characteristic rounded vaults. Each side is five metres long and one and a half metres deep between the outer and inner wall.

The entrance in use today was built during the Napoleonic period. Originally access was through the entrance currently about six metres from the square.

It is twenty-two metres high and from the terrace there is a spectacular view of the sea and local hills.

What about the clock?

The clock was installed in the late eighteenth century when, following the expansion works of the church of San Benedetto Martire, it was recovered and placed in the tower.

The time is kept by a 1906 mechanism commissioned from the Milanese Fontana company, specialized in turret clocks and mechanisms. It is made with top-grade materials and cost 2,513 lira, about 70,000 of today's euros.

... and the bells?

The turret clock is linked to the bells. The great bell, very dear to the locals, which they call "lu campanò", was commissioned by the municipal administration with contributions from the "parò" or who owned fishing boats, who taxed themselves for several years to pay for it. The bell was cast in Rimini, in 1853.

The great bell tolls the time and was decorated with special friezes that later became the symbols of the city. The relief iconography includes, from the north side, the *Annunciation*, on the west side Saint Vicent Ferrer, who protects against thunderbolts; on the south side the *Crucifixion*; on the east side the emblem of San Benedetto del Tronto.

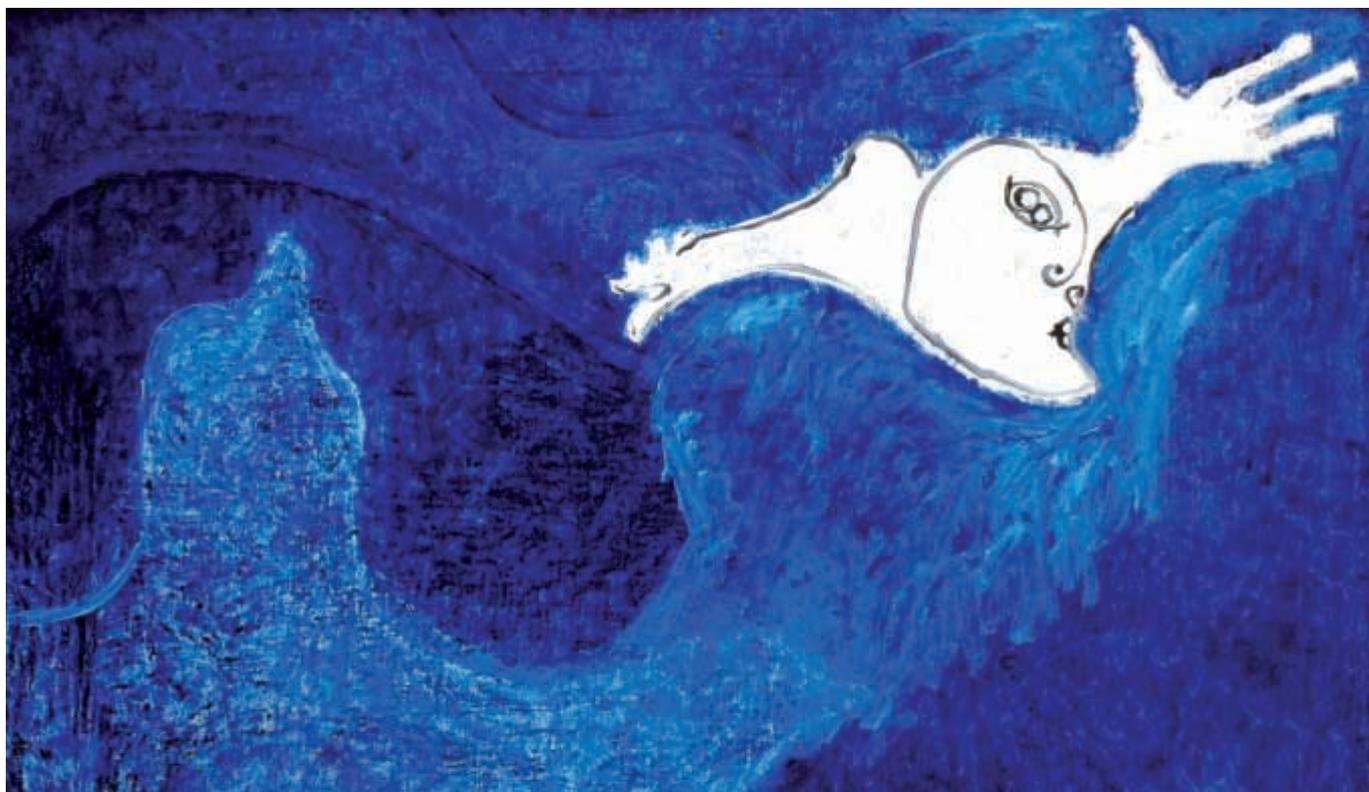
The small bell was cast in Montedinove in 1866, weighs 450 kilos and it chimes the quarter hour. On the upper cap there is an inscription in Latin: "**A peste fame et bello libera nos Domine**". On the patron saint's feast day, 13 October, the great bell is rung by oscillation rather than the usual hammer.

Thanks Vincenzo. Speak soon for another story.

Thank you!



Oswaldo Licini's works on Show in Venice



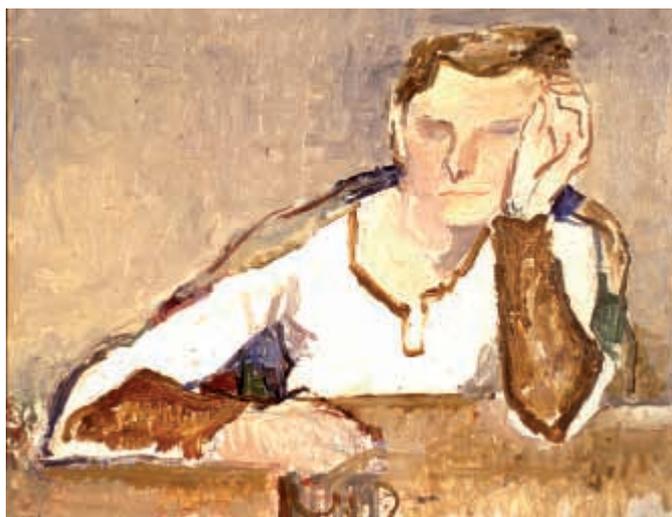
Oswaldo Licini was born on 22 March 1894, in Monte Vidon Corrado. His father was a skilled draftsman, and his mother ran a couture house. With their daughter they moved to Paris in 1902, while the young artist stayed in Italy with his grandfather. From 1908 to 1914 he attended Bologna Academy of Fine Arts, and he exhibited in the city for the first time at the Hotel Baglioni, making his debut in the Secessionist exhibition in which Filippo Tommaso Marinetti was also present.

After refining his skills at the Florence Academy of Fine Arts, he began his career and throughout the twentieth century he was a point of reference along with other contemporary painters who were Abstract and Modernist artists.

About one hundred works are displayed in eleven rooms and retrace Licini's creative periods, starting from his youth and the 1920s landscapes of the Marche hills he adored, to the figurative phase of the 1930s, then what was certainly the busiest decade for his creations, the 1940s, in which his artistic maturity is evident in the massive evolution of his work.

Licini dealt with important themes and paintings such as *Amalassunta* reveal immense intellectual content, consolidating his position as a great Modernist on the international scene.

The exhibition at Venice's Peggy Guggenheim Collection in Venice travels through flair and fantasy in the visionary painting of an artist who cast a magical spell with his art.



Titian's Saint Francis from Marche to Brazil

**Titian, Saint Francis Receiving
the Stigmata, c. 1561**
oil on canvas 298 x 177
Pinacoteca Civica - Ascoli Piceno

Commissioned by Desiderio Guidoni, in the painting we can discern the touch of **Titian's** unmistakable **artistic maturity**. Here the artist is older, and he tones down the intense colours of the **Renaissance** to softer shades, balancing the nuances to create a play of light that affords the canvas a **Mannerist** imprint typical of the master's later productions. Other Renaissance artists were affected by this shift and judged it far too avantgarde for the period.

Ripping through the clouds, a gigantic figure of Christ appears before the flaming cross, radiating rays of light towards Francis, which strike his hands, foot and chest. The face of the saint betrays the agony caused by the dazzling lightning bolts.

In the sacred space of the scene, Francis' inseparable companion Brother Leone watches seated, holding a volume of sacred writings. On the other side, outside the sacred area, the figure seen is probably the patron, on his knees, with his hands folded in prayer, in an attitude of great devotion and humility. The books and the heraldic crest placed on the ground might symbolize the nobility and learning of **Desiderio Guidoni**.

In the background a typical country landscape, with a castle above the hill. Titian added his signature and place of birth on the lower left corner, as was usual at the time.



From 8 August to 21 October 2018, Titian's Saint Francis and other Italian masterpieces are on loan as part of the exhibition **São Francisco na arte de Mestres Italianos**, at **Belo Horizonte** museum in Brazil. Subsequently, they will be moved to **Rio de Janeiro's National Museum** until January.

For this project the paintings of the **San Francesco nell'arte. Da Cimabue a Caravaggio** exhibition, held in the Marche region and in particular in Ascoli Piceno, travel beyond national borders.

The hope is that in reaching the general public in Brazil these works will serve to stir interest and spread word of the region's beauty and culture overseas.



sistemi di intelligenza artificiale
per fornire prestazioni ripetitive

sistemi innovativi di
digitalizzazione documenti

stones fountain
s.r.l.

machine learning e chatbot
per interazioni ed assistenza
ai clienti su problematiche
semplici e ripetitive

ricerca e sviluppo

Dante Fazzini

“Art is my freedom”

Fazzini: “I am free thanks to my art. My dream is to see Piazza del Popolo become a World Heritage Site”

“My art is freedom. I’m not part of any current and my studio is like my soul, my refuge, where everything you see has been made by my own hands.” When we enter **the studio of Ascoli painter Dante Fazzini**, we breathe in the smell of paint, while the order and story of the artworks hanging and heaped are the order and story of the artist’s life.

Fazzini says “I’m lucky: I taught at the Scuola Media D’Azeglio middle school, a job that gratified me. I go ahead with my creative work [Ed. he shows us a new lathe for smoothing wood and making objects that then take shape and even come to life], which I used to share with my students, who loved it. This return to manual work in an era dominated by the digital is something that lets me feel free.”

So what is art for Fazzini?

“For me, it’s freedom and creativity. I’ve never been part of any special movement. I wanted my own space to do or not to do, to change and not to be forced to produce specific works for the market.”

Colour and Ascoli both play a crucial role in many of your paintings. What do they mean for you?

“Without doubt colour is captivating, striking. A top US marketing manager liked one of my last paintings [Ed. of Piazza del Popolo with the Caffè Meletti in the foreground] so much that the Fondazione Carisap decided to make him a gift of it. Then Piazza del Popolo, a place dear to my heart, where my grandmother was a ‘vennericula’, a greengrocer, right where the Tornasacco restaurant is now. For me Piazza del Popolo should be declared a world heritage site, like Pisa’s Piazza dei Miracoli and other UNESCO locations.”

What does Dante Fazzini do now he has retired from teaching?

“I travelled the world but, in the end, I always came back to my craft. I still want to learn, seek out the wonder I used to teach the children. Often I painted portraits of them to show them how a sign is made and they were astonished, so they followed me as if I were the Pied Piper. Lots of them have portraits at home painted by me.”



Your works reveal a strong attachment to Ascoli, a city you have also stood up for in the past [Ed. he organized a protest against new LED streetlights]. Are you still ready to stand up and be counted?

“Inside I’m an Ascoli man. I recently painted these [Ed. he shows us two large works], walking down from Piazzarola, where I live and going back home again, trying to capture moments of life, but also the odours. Politics? I don’t have time. I would need to stop doing the things I do. I don’t have any argument with politicians: I’m with anyone who wants to do the best for this city.”

Upcoming appointments with Fazzini include a **Christmas exhibition at Caffè Meletti**, Ascoli Piceno.

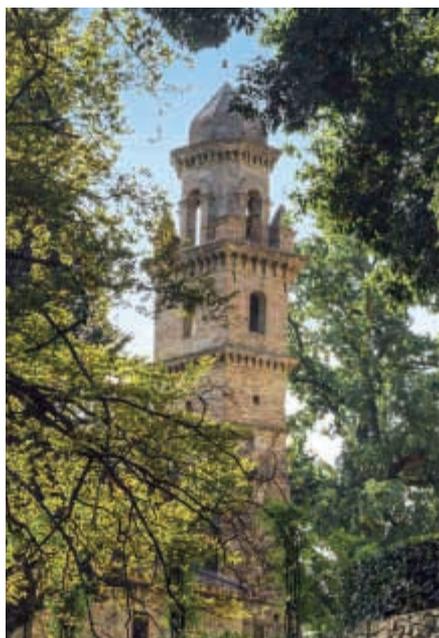


La Marca Verde heads for the Ancient Gardens of the East

An ideal twinning between the historic Borgo Seghetti Panichi garden and those of Cambodia, in the ancient Khmer kingdom. This is the mission for the trip organized by the **La Marca Verde** association, chaired by Princess **Stefania Pignatelli Gladstone**, organized in the Far East from January 2019.

The Princess explains that “this is the first of the international trips scheduled by the Marca Verde association. The destination is Cambodia, in January 2019, precisely to the ancient Khmer kingdom, in the company of His Royal Highness Prince Sisowath Ravivaddhana Monipong, who will be the guide in the land of his illustrious ancestors, the most ancient reigning dynasty of Southeast Asia, and its Apsaras, celestial nymphs, deities of music and dance who have resided for over a thousand years in the sumptuous temples of Angkor, the world’s largest sacred site, with its gardens and forests,

Beauty of the past and wonders of the future, as well as a full immersion in the arts and craft of a country with an ancient history that includes the processing of the finest silk, marble and wood. Meeting places with the local population are the central and flower markets, the so-called Russian Market and, for silk, the Foundation chaired by Her Royal Highness Princess Marie, who wished to revive the oldest traditional processes, in the style typical of the ancient Khmer.



and where nature fuses with human ingenuity. The **Borgo Storico** garden, designed by German botanist Ludwig Winter, also has an **important section dedicated to the Far East**, so it was natural to think of Cambodia as the first destination for a trip.” The schedule is eleven days and ten nights, **beginning in Phnom Penh, today the capital of the Kingdom, with visits to the Royal Palace, the Silver Pagoda** and its enchanting gardens, and to **Wat Phnom**, the **ancient temple at the top of a green hill**, where tradition has it that the city was founded in the thirteenth century. There will be many other visits, not to mention an evening dedicated to dance, a sacred art form in Cambodia and of which the maximum expression is the Royal Ballet.

The journey continues in the ancient capitals of the Empire, in the Angkor archaeological site, near Siem Reap. More than two hundred temples bear witness to a glorious past, in the heart of a jungle that over the centuries has engulfed the buildings, of which many have now been meticulously restored to their former glory. Surrounded by a **fabulous landscape of vegetation and water** it is possible to admire the famous irrigation canals, designed by engineering still considered ahead of its time. Among these, the Bayon with a thousand stone faces that inspect the four cardinal points of an empire, the largest of Southeast Asia; the monumental Angkor Wat; the temple hill of Baksei Chamkrong; the enchantment of Banteay Srei that seems to seek to embrace the blushing sky at sunset; the mysterious Ta Prohm, whose marble has been submerged by the jungle and fuses with the imposing roots around it.

“A journey into a past that is more than ever part of today,” continues Pignatelli, “with welcoming hotel facilities, also overlooking the distinctive gardens, refined food with the spices of the East. And comfortable outdoor pools surrounded by tropical flowers and luscious fruit, when it’s time to relax.”

Info:
www.lamarcaverde.org
info@lamarcaverde.org
tel. 328.9767509



For over forty years, the **Associazione Marchigiana Attività Teatrali - AMAT** has made going to the theatre in the Marche region a special experience.

The constant attention to the identity of the district in which it operates, the wide-ranging, vigilant observation of what the theatre and live Italian performing arts offer season by season in terms of titles, performers, productions, directors and drama, dance and music content translates into proposals that allow the audiences sitting in the stalls of our "one hundred theatres" to be entertained but also to be given some food for thought. In this "nightly reward that humans endow on their daily toil" (in the words of essayist and artist Alberto Savinio), offered to the public until late spring, there will be theatre, research into new languages, dance, new circus, music.

Just recently the new Arturo Brachetti performance and the **Massimo Lopez & Tullio Solenghi Show** inaugurated the Marche seasons, with other musicals coming up including evergreens like **Grease** (Compagnia della Rancia, in Fano and Fabriano in January), **Aggiungi un Posto a Tavola** with Gianluca Guidi (in November in Senigallia).



Then there are modern comedies, like **Shakespeare in Love** with Lucia Lavia (in Jesi and Pesaro in December), Massimo Romeo Piparo's **Belle Ripiene. Una Gustosa Commedia Dimagrante** with Tosca D'Aquino, Rossella Brescia, Roberta Lanfranchi, and Samuela Sardo (in Osimo in December and in San Benedetto in January), **Figlie di Eva** with Maria Grazia Cucinotta, Vittoria Belvedere and Michela Andreozzi (in April in Civitanova and Jesi).

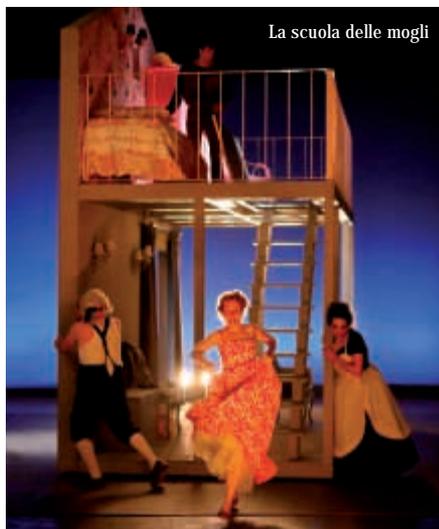


There are also stage classics: Antonio Latella's **Aminta**, developing from Torquato Tasso's work since last spring in a residence of the famous director's company of actors, found in the earthquake zones (staged in Macerata in November and in February in Urbino); Chekhov's **Seagull** with Massimo Ranieri



(in March in Macerata, Ascoli and Pesaro); another Chekhov – **Uncle Vanja**, directed and performed by Vinicio Marchioni (in January in Fabriano and Civitanova);





La scuola delle mogli

Arturo Cirillo's **La Scuola delle Mogli** (staged in February and March); **The Brothers Karamazov** with Glauco Mauri and Roberto Sturno (again in March, in Ascoli and Fano);

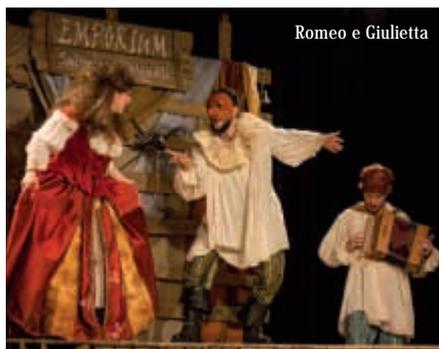


G. Mauri - R. Sturno



Macbeth

Shakespeare's **Macbeth** transposed into Sardinian as **Macbettu** by Alessandro Serra/Teatropersona (in Macerata, in February); **Romeo e Giulietta**.



Romeo e Giulietta

L'Amore è Saltimbanco by the upcoming popular theatre company Stivalaccio Teatro (in February in San Benedetto and in April in Chiaravalle); **A Midsummer Night's Dream** by Teatro dell'Elfo,

a renowned modern Italian theatre company (in April in Fano and Macerata).



Sogno di una notte di mezza estate



Copenhagen

There are numerous great actors of different generations who will grace Marche stages: Umberto Orsini, Massimo Popolizio and Giuliana Lojodice in the polished, cutting **Copenhagen**; Michele Placido in Pirandello's **Six Characters in Search of an Author** and also, with Anna Bonaiuto, in **Piccoli Crimini Coniugali**; Ornella Muti in **La Governante**; Elio Germano in **La Mia Battaglia**; Veronica Pivetti in **Viktor und Viktoria**.



La governante

Also Alessandro Preziosi in **Vincent van Gogh**; Leo Gullotta in **Pensaci, Giacomino**; Gianfelice Imparato and Carolina Rosi in **Questi Fantasmi!**



Viktor und Viktoria



A. Preziosi



L. Gullotta

Emilio Solfrizzi and Paola Minaccioni in **A Testa in Giù**; Sergio Rubini in **Sonata in Kreutzer**; Carlo Cecchi in **Enrico IV**; Luisa Ranieri in **The Deep Blue Sea**; the couple Haber - Della Rovere with the intense **Il Padre**; Valentina Lodovini in Dario Fo and Franca Rame's famous feminist monologue **Tutta Casa, Letto e Chiesa**.



L. Ranieri



Il Padre

A joint theatre - music venture, in winter **Novecento** will once again be on stage: a masterpiece written by Alessandro Baricco for actor Eugenio Allegri (in Urbania in January); Rocco Papaleo's comedy **Coast to Coast** (in San Benedetto in December); the delightful **Hot Jazz** performed by Filippo Paolasini who is accompanied by a fantastic quartet of manouche musicians to evoke (in Gradara, in January) the life of the great gypsy guitarist Django Reinhardt.



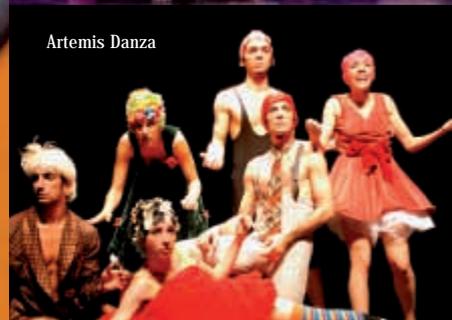
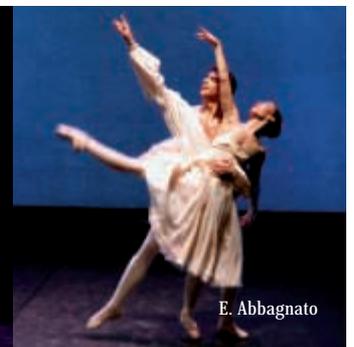
R. Papaleo

Among the many other musical evenings, **Nada** offers a suggestive acoustic concert (in Chiaravalle, in November); Cristiano De André previews his new tour **Storia di un Impiegato** (in Matelica, in November, two dates). For the celebrations of the 150th anniversary of Rossini's death, Pesaro has a calendar of events including a **Stabat Mater** directed



by Umberto Benedetti Michelangeli with the orchestra and choir of the Conservatorio Rossini (November); rock icon Patti Smith, preceded by a "Rossini Playlist" made up of pieces and arias by the composer and selected by Smith, performed live by other musicians (December 15).

The tradition for Christmas Gospel will be upheld and there is also an appointment with the Vasco Brondi and Le Luci della Centrale Elettrica theatre tour (in January, in Pesaro) to start the **Playlist Marche** events across the region, featuring concerts of the best Italian and foreign talents of independent, singer-songwriter, and classical music, including the British ancient vocal music ensemble, **The Tallis Scholars**.



International and national dance is on stage in Marche starting in October, in Ascoli, in the capable hands of étoile Eleonora Abbagnato, with the amazing **Chicos Mambo**, the irresistible **David Parsons Dance Company**, the refined **Massala Dance Company**, the poetic **Compagnia Abbondanza Bertoni**, Monica Casadei and the **Nuovo Balletto di Toscana's** energetic **Artemis Danza**, or the exciting musical-acrobatic-circus show of **The Black Blues Brothers** company, the venerable **Balletto di Roma**, and the remarkable **Moscow Classical Russian Ballet** and **Saint Petersburg Ballet** companies.

For younger spectators and all the family, many opportunities are offered to experience together the emotions of fantastic stories and get to know Marche's beautiful theatres. **AbitiAMO le Marche** is back for a second year in the project promoted by MiBACT, AMAT and Consorzio Marche Spettacolo, with the municipalities of the territory within the **Marche inVita. Lo Spettacolo dal Vivo per la Rinascita dal Sisma** project to support reconstruction of earthquake-affected communities, through promotion of live entertainment, conscious of the primary role culture can play to grow cohesion, renew identity and promote personal growth.



Info: www.amatmarche.net

Requiem K 626 for Solo Voices, Choir and Orchestra

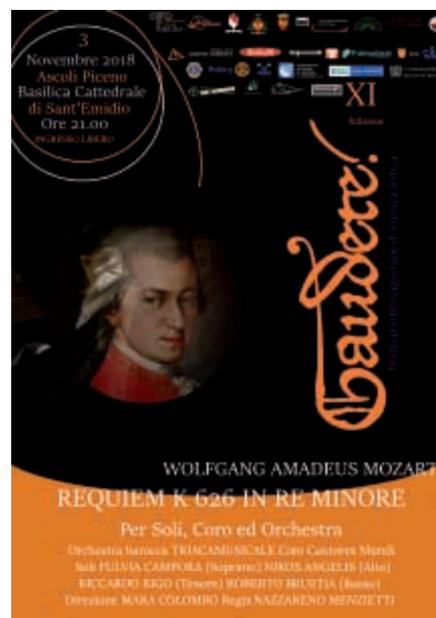
The 11th edition of the **International "Gaudete!"** Early Music Festival closed to the notes of Requiem Mass in D minor K626.

The *D minor K 626 Requiem* is the last work of the great composer W. A. Mozart, before his death.

A legend says that Mozart himself was tasked with writing a requiem mass by a mysterious masked figure, and the composer imagined this to be an emissary from the Underworld, foretelling his death, which occurred in Vienna on 5 December 1791.

The grand finale this year was again graced with music beloved throughout history and included four concerts: two in Piedmont, one in Liguria and, for the first time (thanks to a co-production with the **Medea Cultural Association**) one also in Marche.

On 3 November 2018, at 9pm in Ascoli Piceno's **cathedral basilica of Sant'Emidio**, a concert was held to commemorate the victims of the 2016 earthquake. The event was put in place thanks to the determination of **H.E. Mon. Giovanni D'Ercole** and achieved also because of the great tenacity of parish priest **Father Angelo Ciancotti**.



From left:
Mons. Giovanni D'Ercole,
Nikos Angelis, Mara Colombo,
Nazzareno Menzietti,
don Angelo Ciancotti

Conducted by director **Mara Colombo**, with an orchestra of historical instruments, with the choir **Cantores Mundi** and soloists **Fulvia Campora, Nikos Angelis, Riccardo Rigo** and **Roberto Brustia**.

The stunning voice of young countertenor **Nikos Angelis** opened the concert with the Gregorian *Dies irae* sequence.

The event was broadcast live on Facebook by Radio Incredibile, directed by **Nazzareno Menzietti**.

Numerous civil and military authorities were in attendance, along with a friendly audience.



The **Medea Cultural Association** will perform again in the Basilica Cathedral of Sant'Emidio on **29 December 2018 at 9 pm** for the Christmas concert *Lux Fulgebit. La natività tra arte e musica*.

The concert will be hosted in the **Sant'Emidio crypt** and for the occasion a precious fifteenth-century Nativity in polychrome terracotta will be exhibited.

CIÙ CIÙ

SOLCHI RADICI SOGNI

Ciù Ciù is an organic winery, founded in 1970 in Offida (AP), in some marvellous winemaking country. For founders Anna and Natalino Bartolomei, the cellar was a labour of love and their sons Walter and Massimiliano are now at the helm. The wines made here are an authentic expression of their terroir and the wide selection of organic labels includes reds, rosé and sparklers. The rows, the roots, the dreams that bring the Marche to your senses in every way.

Furrows, roots, dreams that bring to the table the aromas and flavours of the Marche.



ESPERANTO

A language shared by peoples, races and cultures... the sigh of this wine as it brings together the rich, deep, mighty roots of the vineyards in a subtle, elegant international style. Montepulciano and Cabernet from grapes tended with loving care, processed singly in oak barriques then blended before ageing for twenty-four months, at least twelve in bottle. Then ready to meet you.



Info: azienda vitivinicola CiùCiù
Offida (AP), Loc. S.Maria in Carro, Contrada Ciafone 106
Tel. +39 0736 810001 - www.ciuciuvini.it



Music in nature RisorgiMarche's great eco support community



Giambattista Tofoni, executive director of RisorgiMarche, as well as network manager of EJN – Europe Jazz Network, and art director of TAM – Tutta un'Altra Musica, tells us about the **2017 and 2018 editions** of the festival that brought together solidarity and passion to support the districts affected by the earthquake. **With Neri Marcorè as art director**, engaging, once-in-a-lifetime performances were offered by great Italian musicians in unique nature sites. The goal of RisorgiMarche was to draw people back to places damaged by the earthquake, revealing the unaltered beauty of the landscapes, showcasing them through excellent music, enjoyed in a simple, natural way after walking the few kilometres together to get there.



Can you tell us about the solidarity and ecological spirit of RisorgiMarche?

It all stems from an idea we shared with Neri right after the earthquake. We were in touch immediately, after the first quake, also to check if we were all safe, because he was in Porto Sant'Elpidio. Then the idea of organizing something together never went away. When Neri was invited to Arquata del Tronto, the locals made a heartfelt request not to be neglected, not to be left alone once the media ran out of steam.

So that sealed the decision to create a supportive event.

The ecological aspect then developed in the choice of venues. We initially identified the villages hit by the earthquake as locations, because we thought that by the summer of 2017 the rubble would have been removed. Instead, by January–February 2017 we realized this was not an option, so we thought of scheduling events in these unique natural sites. Thus, not only solidarity but also a rapport with the territory, to achieve a different concept of performing arts, staged in these mountain locations, fragile from an environmental perspective, and for this reason entitled to absolute respect, both on our part as organizers and on the part of the public. Regarding our work we always operated in full respect of the environment, we never set up stages just simple platforms, and amplification was kept to a minimum.

Nonetheless, we were concerned that the sheer numbers of spectators coming to watch the concerts might somehow have a negative impact on this setting, but people understood and took on board both the solidarity and the ecological messages.

The solidarity also and above all came from the artists, friends of Neri, who participated heart and soul, and entirely for free. Not least because the main and most important aim was not so much the concert itself, but how to put to good use the incredible flow of people that RisorgiMarche gradually generated, to revive trade and accommodation operations in the places hit by the earthquake.

Tell us about in this union, this fusion of music and nature in locations immersed in greenery that seem suspended in time and space, but also profoundly rooted in the memory and tradition of local communities.

The rapport with local communities is very important and this project is one originating in civil society. That said, initially we had no idea how local people would react to it. The response was wonderful and not only the mayors – who lead these communities – but all the citizens engaged, the latter involved across the board, including families, who even

brought small children along, to the older age group.

Then the best thing was that the locals asked us to come back, to keep the spotlight on the district and, once again, not to abandon it. Everyone participated in their own unique way: before Elio and Rocco Tanica's concert, for example, a group of local concertina players gave an impromptu performance within the main show.

This and many other touching moments over the last two years certainly show that the spirit and the message of RisorgiMarche were received and taken on board by the general public.

The public was composed of people who hiked up to the concert venues, an outright "lay pilgrimage", as we defined it.

From a solidarity point of view, the relationship with local communities was clearly crucial. For example, the sale of souvenirs, t-shirts and caps was entrusted to the non-profit ANFFAS Sibillini Onlus (HYPERLINK "<http://www.anffassibillini.org>") whose 2018 proceeds (42,000 euros) helped fund the *Casa nel Cuore* project to build a centre where disabled children can live and work in a protected environment.

The sale of typical products in the villages and along the route to the concert venues was managed in a similar way: we insisted that mayors authorized only producers local to the earthquake crater to trade.

We also received a commendation from the prefect for the organization of an event in complete respect of the environment and local populations.

Another source of satisfaction was involvement of the largest possible number of hospitality facilities in the area: hotels, B&Bs, farms, restaurants, coffee bars. Another reason that had prompted us to set up RisorgiMarche was actually linked to the recession in such facilities in the earthquake crater. In January 2017, estimates reported a 90% cancellation of bookings for stays in the Marche region. We think that RisorgiMarche has made an important contribution, given that Marche was able to close the 2017 tourist season with a reduction of that 90% to just 5%.



An overview of the two editions of the festival? Numbers, artists taking part, RisorgiMarche people.

We organized thirteen concerts in the first edition and sixteen in the second. Between five and six hundred people were involved, including artists, musicians and technicians. By the way, we should remember that while artists performed free of charge, the musicians, technicians and staff were all properly paid.

There were 230,000 people in attendance at the two editions of RisorgiMarche, with the most popular concerts those of De Gregori (2017) and Jovanotti (2018). For the latter, for example, RisorgiMarche sold out all accommodation in the Marche region in the provinces of Macerata and Fermo.

In addition to the wonderful philosophy and positive energy that characterize RisorgiMarche, the scheme brought significant economic returns to the area, also thanks to partnerships with local organizations and companies who organized side events for the festivals.

Two students are preparing their thesis on this topic, so they are collecting data on the positive economic impact brought by RisorgiMarche for the territory.

We can say, first of all, that the data of 230,000 attendees of the two editions were calculated by police headquarters.

We also know – based on an estimate of about three people per car – that 76,000 cars overall reached the events, for estimated journeys of about 40–60 kilometres each, all filling their tanks on Marche territory.

We also noted, more in the second edition than in the first, that private coach hire rose in Marche-based companies, who worked to organize this type of service. By offering group transport, numbers of vehicles on the road fell and thus aligned with the eco-friendly spirit typifying the event.

We accredited about two hundred local coaches, each with a capacity of about fifty-four passengers. Income for accredited coaches amounts to around 200,000 euros calculated on 10,000 people paying about 20 euros each to use the bus service.

The other 220,000 people attending travelled, as we said, an average of about 40–60 kilometres by car, purchasing fuel in the region. Many people also reported buying breakfast, lunch, local products, beverages, ice cream, and various pastries prepared by local bakeries, all selling fast from the early hours of the morning. All along the route, by car, on foot or by bike in the last few kilometres through the countryside to reach the venue, but also directly in the meadows where the concerts took place, before they began.

Adding it all up, the estimated business generated for the Marche Region is five million euros, with an average expenditure of 20–25 euros per participant, but in many cases this was an underestimate.

Added to this is the fact that concerts organized were staffed mainly by technical personnel from Marche, with catering services, chemical toilets and other logistical support provided by companies all based in the region. So a further 450–500,000 euros should be added for events organization.

In real terms, this meant about five point five million euros left on the territory.

Given these impressive numbers and results, how do you sum up the great success of RisorgiMarche, its ability to engage and stimulate so many people?

First of all, thanks to the hugely famous, top-calibre artists involved. Then the solidarity mechanism that was triggered and certainly the “pilgrimage”, this profound moment of sharing had a great impact, engaging people completely as they discovered and rediscovered Marche’s stunning landscapes and locations. People thanked us warmly for giving them the chance to discover these enchanting places. Even the way people participated in the concerts required active, respectful engagement: on one hand a desire to protect the environment and the host site; on the other, respect for the artists who performed. The response of the public was thrilling in both respects: the meadows were left as pristine as they were found; fans never tried to get past the simple rope barrier and small space that separated them from their idols. So a true community grew. Yes, we can certainly say that RisorgiMarche has been an authentic example of a community festival.

www.risorgimarche.it



Sixteenth edition of Grottammare's Liszt Festival



"Music meets the most diverse needs of our soul and fills them with all the impressions of which it is"

Franz Liszt

Grottammare celebrates one of its most distinguished guests, musician Franz Liszt who was a houseguest of Count Fenili in 1868. He remarked: **"The six weeks in Grottammare will remain for me one of the best and sweetest memories of my life..."**



F. Liszt
Image Property of Comune di Grottammare

This year, as one of the flagship events proposed by the Municipality of Grottammare, the Liszt Festival stood as an event of great cultural depth thanks to the enthusiastic, expert organization put in place by **Rita** and **Francesca Virgili** and **Tiziana Capocasa**, at the helm of the **L. Petrini** Italian branch of the **Musical Youth Foundation**, based in San Benedetto del Tronto and Grottammare. Now in its sixteenth edition, the programme opened on 6 July paying tribute to the Holy Jubilee, Grottammare's main collective lay and religious event, with the concert *Hic Est Qui Venit Per Aquam. Alessandro III Tra Arte e Musica*, in collaboration with the Medea cultural association, **Nikos Angelis**, and **Nazzareno Menziotti**.



Rita Virgili, Alessandro Rocchi,
Francesca Virgili, Tiziana Capocasa

After the traditional open-air concert with a young Italian aerophone group, the internationally renowned pianists **Alexander Ulmann**, **Can Çakmur**, and **Jean-Marc Luisada** performed in the evocative setting of the church of San Giovanni Battista, with **Pierre Réach** closing the event on 28 August.

The 2018 edition honoured Liszt's conviction of promoting not only one's own music, but also that of others. Hence performances included important works by the composers to whom Liszt was most closely linked - Beethoven, Chopin, Schumann, Schubert - but without neglecting more recent music and at the same time looking carefully at ancient music.

A cosmopolitan festival with a European feel that reflected the life and works of Liszt, a citizen of Europe before its time. A festival linked to the district projecting Grottammare beyond its borders.

All the events roused interest and attracted the public and the municipal administration, always represented by **Enrico Piergallini**, deputy mayor **Alessandro Rocchi**, and town councillors.



From classroom learning to hands-on real film set training, together with the protagonists Tom and Sibilla.

Just one experience on offer thanks to the Piceni Art For Job training courses that integrate with other activities pursued by the group, just like the wedding web series **Non Voglio Mica la Luna**.

The project (supported by the Marche Film Commission - POR FESR Marche 2014 – 2020) has brought together the **best local professionals**, along with **actors from all over Italy**, putting in place a production that will launch **Marche as an ideal wedding destination**.



The series will also be subtitled in English and presented at international events such as the National Wedding Show in London and Milan's BIT.

From the wonder of the Sibillini mountain range to the Adriatic Riviera, without forgetting Offida, stately homes like **Borgo Storico Seghetti Panichi** in Castel di Lama, Ascoli Piceno's **Caffè Meletti** and **Piazza del Popolo**, and the towns of **Urbino** and **Castelfidardo**.

The six episodes of the web series showcase the many treasures of Marche suggested as an incredible scenario for a fairy-tale wedding.

www.nonvogliomicalaluna.it



Movie make-up at the Make-up Artist School



"The Make-up Artist School is my ambitious artistic and cultural project, a path that will allow me to develop my creative talents. My goal is to share aspirations, inspirations and experiences, offering a creative platform for becoming make-up professionals," says **Monica Robustelli about her academy dedicated to make-up for the entertainment world.**

Training professionals able to come up with and develop new ideas, and not simply repeat what has already been done. This is the conviction that inspired Monica and gave her the idea of founding The Make-up Artist School - of which she is Art Director - in early **2012**. Considered one of the top seven able to provide students with all the theoretical and practical tools, to date the school is known among Italian make-up artists for its ability to offer a professional development path and its attention to detail.

The goal of the school, with its cutting-edge teaching functions, is to share aspirations, inspirations and experiences, offering a creative platform: a **multidisciplinary artistic project** that allows the growth of talent and creativity. The **courses** offered include **several subjects**: direction, photography, dress style, hairstyling, English taught by a native speaker, and vaunting **international internships**.

Very interesting, practical and creative training courses are dedicated to film and stage make-up (**SFX-3D/Cine-Theatre; 640 hours**): an art-oriented study of the birth and evolution of make-up, from stage to filmset, and the differences in application of different materials in theatre and movie make-up.

The **theory** includes: an art-oriented study of the birth and evolution of make-up from stage to filmset; techniques and materials used for transformations in the film-stage field; vintage and stage make-up, and choice of technique of use, pictorial or with application of prosthetics and hairpieces; design and study of life drawing for the study of modelling; positive-to-negative casting techniques and different types of modelling waxes for creating prosthetics.

The practical part of the course explores knowledge and differences in the application of different materials in film and stage make-up; application of vintage make-up and musical, opera, prose, and film differences; character make-up with pictorial creation; shaping with different materials from clay to sulphur-free wax; positive and negative moulds for creation of prosthetics, masks, decorative motifs; application techniques and materials for latex, gelatine and silicone prosthetics; life drawing with the help of a three-dimensional subject; creation of caps and applications to create a transformation; design and implementation of fashion fantasy make-up.

The Make-up Artist School was also conceived as itinerant and continues to be so, providing training courses throughout Italy in partnership with the most prestigious national brands (in 2019 the venture with the **Piceni Art For Job School** was put in place, generating two interesting **make-up courses**), while also boasting four locations: Naples, Milan, London, New York.

Creative spaces boast over 500 square metres whose large windows benefit from the natural light that is an essential tool for the creators.

There are two floors, five distinct areas divided into shooting area, laboratories, meeting room, kitchen and lounge, in a very friendly atmosphere between pupils and teachers, in which the human aspect and exploration of the reciprocal worlds are privileged: essential keys to ensuring the daily dose of creativity. There will be **itinerant and on-site courses with different and personalized modules**, to keep up to speed with the latest methods and professional standards.

The make-up school is also a dynamic structure that tries to teach its students to question their point of view, to transform and reformulate it repeatedly, based on their inspiration, and never lose sight of professionalism.

The school has opened its doors to **many young students**, connecting them through **internships with the fashion and film industries, TV, cosmetic companies**. Many graduates are already engaged in service activities or working at top levels.

Monica Robustelli's Make-up Artist School is the partner and official make-up artist of the web series Non Voglio Mica La Luna, a project by Piceni Art for Job Productions, with the patronage and contribution of the Marche Film Commission and Fondazione Marche Cultura.



www.themakeupartistschool.com



Design experience week: looking to and planning for the future



From the power-nap capsule to the ball that captures odours and emotions, the amphibious sun lounge and anti-seismic sensors. These are some of the objects created by the teams of professors and researchers who came from all over the world to the **first edition of Design Experience Week**, hosted by **Ascoli Piceno** from 24 to 29 September. Guest of honour was **Italian design guru and author Fabio Lenzi**, who boasts over seven hundred objects on his lengthy curriculum.

The event was organized and curated by the **University of Camerino's School of Architecture and Design**, in collaboration with **Ascoli Piceno Municipal Authority and Chamber of Commerce**, and with the patronage of **SID – Scientific Society of Design**, **ADI MAM – Marche, Abruzzo and Molise Industrial Design Association**, and **Ascoli Piceno** and **Fermo Confindustria Centro Adriatico**.

In attendance were **six universities from four different countries** (Mexico, Israel, Greece, Italy), involving more than **one hundred researchers, designers, entrepreneurs, and scholars**.

The 2018 edition focused on **“future present and present future”**. Design based on imagination and innovation – utopias, methods, research, projects, with the stellar presence this year of designer **Fabio Lenzi**.

The week's main objective was to develop design visions for a more sustainable, inclusive and secure future, with the programme revolving around four main activities/events:

1. **Fabio Lenzi's** opening of the **conference**, sharing and discussing the theme, methods, programme, contents, activities, and his own projects;
2. **an intensive design research workshop**, conducted by eight teams of researchers and designers from four different countries, led and inspired by **Fabio Lenzi**;
3. **a presentation of visions and projects for the future**, developed by the teams during the workshop, to be held during **European Researchers' Night**, a night dedicated throughout Europe to sharing and diffusing scientific research results with the general public.

4. finally the **closing conference** on the theme of the event, moderated by historian and design critic, **Vanni Pasca**. Speakers describing their vision of the future were two top businessmen, **Giuliano Mosconi** and **Massimiliano Guzzini**, and two Human Sciences scholars, anthropologist **Alessandro Bertirotti** and sociologist **Maurizio Busacca**. The conference ended with awards presented to top designer **Fabio Lenzi** and to the eight teams of researchers and designers who took part in the workshop.

“The **Design Experience Week**”, explain organizers, “is not just an event, but an open and collective cultural and planning process, an experiential occasion, guided by design, in which to exchange ideas, skills, projects and knowledge. Indeed, a shared vision and goal: a more sustainable, secure and inclusive future.”



Avel Lenttan

L'innovazione del lusso
tra influenze globali
e gusto italiano



Avel Lenttan. The innovation of luxury between global influences and Italian taste.

Eclectic, cosmopolitan, modern. **Avel Lenttan's** personality is a **melting pot of suggestions** gathered from the four corners of the world, thanks to her curiosity, passion for **travelling** and discovering ever-new **cultures**. Suggestions that she interprets on the basis of her original vision. Add to this her admiration for things **Made in Italy**, with the unmistakable touch of Italian design.

Avel Lenttan is a **new luxury brand** that includes **jewelry, accessories** and **interior design**. A many-faceted brand that blends the uniqueness of **Italian style** with an **international dimension**, from the creative concept and on to the market, with the **web** as its main **sales channel**.

The **innovation** inherent in both the production and the product is **brand's** distinctive sign, its **multidisciplinary soul**, thanks to which it's able to cover the entire creative and production cycle, from initial drafts to the sale of the finished product.

The project includes an **in-house team of professionals** flanked by **partners for production, marketing, distribution** and **technology**, that make the brand completely self-reliant and able to respond rapidly to the demands of the luxury market.

At the basis of Avel Lenttan's jewels and accessories there are **three expressive mantras**. As we were saying, the **cosmopolitan vocation** and the **continuous search for varied ideas**. Indeed, Avel Lenttan presents a "lifestyle concept", a container open to different creative and cultural contributions for international clients. She gets her inspiration from her many professional experiences in many countries which culminated in Italy, and her polar star is a captivating and passionate mood, spread out through various sectors of design and creativity.

And then, there is her **dedication to excellence that imposes no-compromise choices**. Avel Lenttan has chosen to take the road of style and uniqueness, with great attention to high-level design and aesthetics, based on value and quality: luxury, yet never ostentation. **A mix of the old and the new**, with casual-chic design in jewels, accessories and refined and contemporary furnishing accessories. At the same time, they can break through patterns and they can dare, with an unusual and constant **reference to art**, with an attitude of curiosity and no fear of putting themselves into play.

This is why in the production phase, she uses **Italian artisans**, who express **artisans' world famous** sense of **design**. The exclusive use of noble-precious metals, of precious stones and high-quality semi-precious, non-synthetic ones are the mark of each jewel. The shapes of the stones used in the collections are synonymous with research and exclusivity, something unique that can't be found on the market because of cost and supply problems that create entry barriers.

Style is the hallmark of each and every Avel Lenttan creation, and actually comes before the jewelry "product", a product that - in contrast to today's mass market - is gathering value in itself once again, as well as **lifetime value**. Our jewels hold women in special consideration, as women are conquering ever-more buying power compared to their men. This translates, for example, in a **manic attention to details** - outside and inside each jewel (shiny surface). In particular, **polishing the parts under the jewel** that are almost hidden, requires using special instruments that can only be used by very expert and professional artisans. **Each piece contains a detail**, and each detail is dealt with in its most minute elements. Nothing is left to chance, such as our habit of using lateral stone "pavé" that contribute further to making each jewel more precious.



Besides, **Avel Lenttan's designs are scalable and modular, made to measure and made to last over time** (gold and precious stones). Jewels and accessories that give status, a personal and tailored style: modular design, 3D visualizing so as to coordinate accessories and clothes well. The brand is multi-ethnic, which is mirrored in the colors of the precious stones: they're as varied as the colors of the earth and the cultures spread over our planet, to reflect each woman's identity. Avel Lenttan offers every one of them the possibility to choose a jewel to represent her essence and cultural roots best. The lines we produce are scalable, so it's possible to have **entry level products** from the collection, high value **niche products**, and to **semi-personalize** products **starting from the same base**.

All this is possible because each product is first inserted in a **coordinated** collection of style: in fact, the collections create a distinctive mood because they are characterized by coordinated products. It's a **complete** catalogue with product variations from the jewel to the bag, up until precious sandals, that fill the requirements of our most attentive and demanding clients.

Demanding women, attentive to quality, **stylish**, who love **travelling, art and culture**, and who are able to interpret them with a personal, ageless style. Refined but not monotonous, they love innovation, are attentive to the latest trends in luxury and to the concrete extra value these can give to their personal style.

And then, the **elegant and ambitious man**, who associates trendiness and refinement by wearing clothes and accessories that make his **style unique** but recognizable. He loves art and its expressions and doesn't disdain wearing a jewel himself, and also gives jewels as presents on special occasions. He dares to dress **casual chic** without ever being excessive, he loves creativity and **innovation**.

The **back-end** used by the platform is extremely evolved as it makes it possible to match a product to a client thanks to the fact that each single product has a code and each user is given his/her ID. Therefore, we can manage both traceability of the purchases and preferences, but we can also offer a service of **product personalization** and **focused customer service**.

The project is also innovative because the jewels have a traceable certification that makes it possible to automate the production processes, delivery and returned goods. All this guarantees the brand's authenticity to the end client: the product is **traceable**, delivery and management of the sales points are efficient, and there is an advanced client service: indeed, we can intervene immediately and well thanks to the correspondence between product code and client ID. Besides, the registration number gives the jewel the typical exclusiveness of numbered collections and limited editions.



Besides, the **lines of styles** are **continuous**, and make the brand linear and **recognizable**, without abandoning core design. At the same time, the lines can be perfectly personalized, and each client can choose from various metals and colors of stone from the referenced ones, so that they can have special made-to-measure versions of some of our products.

And thanks to an advanced **digital prototyping** process, **production** is **automated** and becomes semi-industrial, while maintaining the typical "Made in Italy" artisan's art.

Therefore **it's a concept that wants to distinguish itself** from today's trends in design and creation of jewels and accessories, and it has its own **long-term planning path**. This is why Avel Lenttan's **open and multicultural approach** is for **strong**, courageous and **innovative people**.

So here is the important innovative factor by excellence: **technology supports the product**. In fact, technology is at the basis of all of Avel Lenttan's projects (from products to sales channels) and is an important plus. It places her products at a hybrid level, something no jewel producers or distributors are doing on the market at present.

Our online platform created for the **sale of jewels** (together with direct sales in shops in key positions in the luxury sector, social media selling through Facebook and Instagram, and our presence in specialized marketplaces in the luxury sector) make a high level of personalization possible, thanks to the presence of a **tridimensional visualizer** that allows clients to **select the combination that fits his/her style best**: measurements, metals, stones, settings.

The company will also soon add a **security system** that will make it possible, for example, to become even more **transparent: to document a product's route** along the chain of offer and distribution, as well as to check the certifications or specific characteristics of physical products. Physical goods are linked to serial numbers, bar codes and digital tags, that all reveal the real origin and characteristics of the product. All this should **increase confidence** and help us **eliminate lack of trust in online transactions**.



Renoir said that life was a bouquet of flowers. Perhaps that is why on the happiest day of your life – your wedding day – the choice of bouquet is very important. Whether it is white, coloured, round, long, cluster, sheath, cascade, enriched with strings of pearls, gems, plumes or fruits, it becomes a creation of balance and proportion, fragrance and colour.

It is the quintessential bridal accessory and must harmonize with the dress, expressing the personality and style of the bride's look. There are countless flowers on offer and they capture the personal aesthetic of each bouquet, to the point of evoking the memory of a flowering meadow, or the magic of an Impressionist painting, or a romantic English rose garden.



Her wonderful bouquet is worth describing – it was rounded, classic, gently rippling. We chose the flowers together, after a long design process, to tell her story and reflect her beauty.

A bouquet composed of four types of garden roses, white hydrangeas, peonies nuanced with a bold pale pink, and a touch of eryngium in shades of blue. A bouquet created by the talented Claudia Cameranesi of EleWedding.

The photos do justice to the magic of a unique, unforgettable day. Forever! Wherever!



A fundamental mix, to be combined not only with the religious or lay ceremony but also with the location chosen by the bride and groom. For a metropolitan wedding, flowers will be aristocratic calla lilies, peonies, orchids, English roses. For a country ceremony, the arrangement to prefer will include hydrangeas, garden roses, aromatic herbs, and fruits. In this respect, now I would like to tell you about a sumptuous, elegant wedding.

Alessia was a very sweet bride, refined and attentive to every little detail. After careful pondering, she chose a perfect eighteenth-century location in the heart of the Marche region. I remember it as a charming, light-filled wedding immersed in breath-taking flowers, on a warm, starry July night.



Floral Wedding Designer
www.claudiacameranesi.it
 348.0532795
elewedding@hotmail.com



LA PERLA PREZIOSA

Hotel & Restaurant ★★ ★



Hotel LA PERLA PREZIOSA

Gestione IN ITALIA soc. Coop. arl

63066 GROTTAMMARE (AP)

Telefono: (+39) 0735 631498

Fax: (+39) 0735 730959

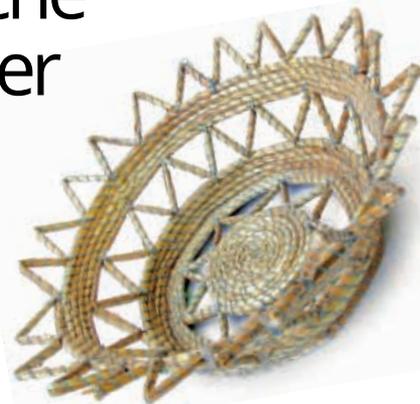
www.laperlapreziosa.com

Traditional Marche Straw and Wicker

From Nature, versatile raw materials for centuries-old practical, creative artisanal products

Artisanal straw products are woven from agricultural waste materials. As early as the eighteenth century a specific production district was defined in Marche, with all the relative traits. The area of production was demarcated among the municipalities of Falerone, Monte Vidon Corrado, Montappone and Massa Fermana (“the plaiting towns”). Almost all the population was engaged in **making braids, the first stage in the processing of straw for the subsequent manufacture of hats and various artefacts.** The processing of straw and manufacture of hats reached its **peak** in the nineteenth century. In the latter part of the century about four thousand inhabitants of a total population of five thousand of working age worked in the industry.

The **straw** needed **for the braid** is produced locally, purchased in the neighbouring countryside. The **most common variety for this type of processing** comes from **timilia, calvigia, calvigiotto, and mazzocchetta** grains. After harvesting the ears, the straw is left in the field for many days to dry in the sun, then collected in bundles, arranged on special supports where – stem by stem – the internodes are removed from the stalk. The straws are then sorted by size and whitened in rooms, crates or barrels using sulphur vapour. They are later dampened to make them pliable, so they can be woven. Straw braids made in this way are then purged and flattened with the help of a press, making them glossy and ready to be stitched.



Straw products range from **baskets to hats, fans, shopping bags, mats, cigar cases.**

A popular artefact crafted from straw is the **hat.** These were already being made in the Fermo district towards the end of the nineteenth century, then reaching sales figures in the millions and in demand on busy markets in Italian, European and US cities. There are still many artisan workshops in operation between Massa Fermana and Montappone.

Alongside straw, there is also a tradition of raffia, rush and corn to make clothing accessories, furnishings and decorative items, coverings for containers, bottles and flasks. Basketry was also significant, with its variety of boxes, work trays, waste paper baskets, cases, and cradles.

The processing of **wicker** as well as **rush** and **bamboo** expanded from the **Piceno straw district to the nearby province of Macerata** where, especially in **Mogliano**, it has become one of the prevailing craft activities. In the province of Pesaro-Urbino, the town of Cartoceto is known for its wicker weaving artisanal businesses.

Wicker weaving as a rural tradition

In the Piceno district the most popular weaving materials are **willow (wicker)** and reeds, followed by **olive, broom, common dogwood, elm, old man’s beard**, as well as anything that can be harvested in the countryside and is pliable enough to be woven. Wicker is used for weaving both in its natural dark brown hue, for a more natural, rustic product, or peeled, so it is white, and this is preferred for more elegant baskets, but not suitable for everyday domestic use. Some artefacts, typical of rural culture, are quite unique, like the **“gavagnola”**, a basket for harvesting olives. It would be worn around the waist, tied with a cord, leaving hands free to pick olives easily. Then there are large **reed or wicker baskets**, used to store grains, and **shopping baskets** taken to markets, or baskets to take food out to the farmers in the fields.

The latter, large and extra-large, to **carry food** in general, typically have two or four arched handles, kept in place by a willow branch serving as a support. The bottom of the baskets is wicker, while the side walls are woven reeds. Another traditional, flared shape, in raw or white willow, is the **mushroom-picking basket.**

A very ingenious basket is one designed for fruit picking. Its peculiarity is a hook embedded in the common dogwood branch handle, which allows it to be hung directly on the tree, very handy for the person picking the fruit. It was used for fruit that was not too heavy like cherries, blackberries or other small and medium-sized berries. Another typical **basket is made in rattan for cheese moulds**, which leaves the characteristic grooves on the cheese. Then there was the **cheese tray**, used to take this foodstuff to table, cut and serve it.



The classic **bread basket**, made with the traditional “slice” technique using willow strips that move up and down along the side walls of the basket, a different technique from the classic method and which distinguishes bread baskets.

Finally, the very practical **wicker casings used to protect bottles, flasks, demijohns**, and other **glass** containers. These woven artefacts also served to keep the contents fresh, thanks to the steam that the wicker casing manages to trap between itself and the surface of the glass.

Wicker processing tools and weaving techniques

Processing and weaving wicker and twigs of other wild plants found in the countryside require only a few essential tools.

First of all, a **small knife** to cut branches and reeds.

Then, a wood or bone **awl**, to cut cracks between the entwined fibres. **Shears** to cut the biggest twigs.

Lastly, a notched **cane tube** for braiding inside the baskets and weaving multiple twigs in the same direction at the same time (the twigs that must proceed together are inserted in the tube).

There are then some other simple but very effective tools. The **willow splitter** is used to cut branches into several equal sections, so several strips then used for weaving and this saves material. The **reed splitter** divides fresh and dry reeds into several strips. It used to be made of wood, but it corroded easily because of its function. Country folk then used an alternative tool, a small sharp cross made of reeds which was pressed on the end of the cane to be split and allowed it to be broken. Again, much material could be saved by cutting the reeds into strips, as with the willow tree.



Basic weaving technique for wicker and other natural materials

1. The basket begins with the base, with an even number of twigs, for example eight. Four of these are split down the centre with the awl;
2. An opening is then made so the other four twigs can pass through and form a **cross**, which forms the radial structure of the base;
3. This is when to start **weaving** small-diameter twigs around the centre of the cross;
4. The next step is to form the structure, with twigs of a larger diameter (uprights), which will support the side walls of the basket. The uprights must be positioned precisely at equal

distances from each other as they will be the structure of the sides;

5. Now weaving can begin. Classic weaving involves the use of three twigs, and each one forming the weave of the basket must be woven around the uprights, first passing over two and then under one;

6. When the twigs used for weaving finish, their entire length used up, they must be replaced with new twigs, leaving the cut end of the first twigs under the basket **base**, so the joints are not visible, which would spoil the look of the item.

Montappone Hats as They Were and as They Are



The **straw hat** is made thanks to the ancient art of **weaving grain stems**. The **braids** obtained from processing wheat straw are stitched together by overlapping or joining edge to edge. The seams are invisible and the headware is given the desired shape using a wooden mould. The hats are then treated with a rubber solution to stiffen them, and lastly they are polished.

Documentation dated **1860** testifies to massive hat production in the Fermo district: 150,000 hats produced annually in Massa Fermana and 300,000 in Montappone. An **1889** source speaks of **1,200,000 hats produced in Montappone alone**. The significant growth in production was due to the introduction of machinery used on an increasingly large scale.

Straw hat production reached its **peak in the nineteenth century**, thanks to **fashions** of the time, which required hats to be worn. Hat makers were able to indulge their imagination in this period, using different shapes, colours and styles for their products. In 1869 Fermo it was possible to find as many as forty-five different types of straw hats.



Hats for men, women, children, young and old, for day and for evening, traditional and trendy, for daily use and for ceremonies, all expertly **crafted from a simple straw stem**.

They are part and parcel of the **history and traditions** documented by old photographs, **straw braids**, tools and ancient machines, and with the **contemporary design** of other hats embodying the excellence of Marche production today, showing the commitment, originality and determination of local folk. No different today than it was in the past.

Montappone, Massa Fermana, Monte Vidon Corrado and **Falerone** combine to make up the leading **headwear** production district in Italy and in Europe today.

Companies have successfully diversified production using not only straw but other natural materials like wool, felt, hemp, and fabric to give continuity to tradition, showcasing creativity and innovation.

So the **hat museum is therefore open** to new developments, to the territory, to young people, to enthusiasts, as well as being an image of the hat district, while standing as an element of reappropriation of **historic memory** to be preserved, enhanced, shared and handed down.

Info and guided tours:

Piazza Roma, 5 - 63835 Montappone
To book a tour: tel.+39. 0734.760134
Facebook: Museo del Cappello Montappone
www.museodelcappellomontappone.it



Some numbers for the headwear industry in Italy and in the Fermo-Macerata area



The Federazione Italiana Tessilivari e del Cappello released estimates based on ISTAT data for the first quarter of 2018.

Paolo Marzialetti, national chairman of the headwear sector and deputy chairman of the Federazione Italiana Tessilivari, offers an overview of the **current national headwear industry** and highlights the importance of the **Fermo-Macerata District**, which alone accounts for about 70% of its worth in terms of Italy's hat enterprise, employees and turnover.

In the **Fermo-Macerata District** (Fermo including the municipalities of Montappone, Massa Fermana, Monte Vidon Corrado, Falerone; Macera with Mogliano, Loro Piceno, Sant'Angelo in Pontano), the municipalities of **Montappone** and **Massa Fermana** are the **hat production hub**. Indeed, more than **80% of the companies in the district** and about **50% of those on a national scale** are located there.

FERMO-MACERATA HEADWEAR DISTRICT

COMPANIES approximately 100
(including satellite industries)

EMPLOYEES approximately 1,650
(including satellite industries)

TURNOVER approximately 100,000,000 €
(including satellite industries)

EXPORT 75,000,000 € (including satellite industries)

In the period January-December 2017, the national headwear industry showed an increase in both exports and imports, compared to the same period in 2016.

The trend was confirmed, albeit on a lesser scale, **in the first quarter of 2018**.

With regard to straw hats in particular, exports amounted to ≈21,000,000 in 2017, with an increase of 0.8% compared to 2016, while in the first quarter of 2018 they amounted to ≈8,000,000, with a significant drop of 11.3%.

Cap exports, conversely, showed an increase in 2017, with an excellent **+21.3%**. The same trend is confirmed in the **first quarter of 2018** with exports showing a more contained but still significant **+14.9%**.

As regards reference markets for **Italian headware exports, Germany** (21,000,000 euros, +17.5%) **led the way in 2017**, while in the first quarter of 2018 an unexpected fall of -4.6% was recorded. **Next in line was France**, which rose from +8.4% in 2017 to +5.8% in the first quarter of 2018.

Then the **United Kingdom**, which despite Brexit gave excellent results, with +25.7% in 2017 and +15.1% in the first quarter of 2018.

On the other hand, **extraordinary results on the Swiss market** continued due to the trade triangle with various countries, including **Russia**: +163.9% in 2017 and +97% in the first quarter of 2018.

The **United States is recovering**, from 10,700,000 euros, +0.9% last year to 1,600,000 euros, +20.2% in the first three months of 2018. **Spain** is now well established, stabilizing at +14.4% in 2017 and +14.1% in the first quarter of 2018.

The excellent results from Switzerland mean that **Russia is also on its way to a strong return**, despite trade sanctions still in place (+69.3% in 2017), while **Austria** went from +25.4% in 2017 to +7.6% in the first three months of 2018.

Exports to the **Netherlands** were also good (+37.7% in 2017, but stood at +10.8% in the first quarter of 2018). Still no headway in **Japan** (-17.4% in 2017 and -25.7% in the first quarter of 2018). The same applies to **Israel** (-20.5%) in January-March 2018.

Straw and Wicker in Piceno Traditional Products Acquaviva pagliarole



The **pagliarole** made in Acquaviva Picena are baskets woven from corn straw and wicker. They are an expression of the strong ties between artisan productions, society and the family nucleus. The simple materials used, the straightforward process and the everyday use of the craft product made the art of weaving **pagliarole** an authentic form of humble art, of common people and common use. The preparation and processing of the basic raw materials, tiring and laborious but simple gestures and the secrets of the trade, with basic tools, awls, and the obvious manual dexterity needed, have been carefully handed down from generation to generation. As far back as 1798 the production of **pagliarole** was mentioned in Acquaviva Picena. In the nineteenth century about one hundred people in the town were employed in their production. The work was all manual and performed entirely by women, from the first stages of the preparation of the raw material. The social importance of the **pagliarole** and its relevance in the town's cultural context were

evident in the various phases of processing, production and exchange involved. The **pagliarole** were offered as compensation to the farmers who supplied the raw materials for their making. The people of Acquaviva also traded the **pagliarole** for potatoes, chestnuts and coal, transporting them to the mountain towns. A series of ties and exchanges woven into the genuine tradition of rural society. The shape and size of the **pagliarole** were tied domestic rural life and its needs. Useful complements to everyday activities, especially in the kitchen, they were originally containers for legumes, cereals, and freshly-picked fruit. The types in the kitchen were the **pagliaroletta** and the **coppetta**, which were round, and the **nannetta**, which was oval. The **coppetta** was used to store bread or to keep roasted chestnuts warm near the fire, covered with cheesecloth. The oval or round **crivello**, on the other hand, characterized by a lattice base made with short cane-shaped straw and used to hold vegetables, fruit or fish.

A special **pagliarola** basket, composed of two elements, is the so-called **sfarina pesce** (fish flourer), one part is the oval **nannetta** and the other is the **crivello**, with the lattice base, used as a lid. The concave **nannetta** was filled half full with flour and the fish or other foods to be fried were dipped into it. Once coated, the fish was placed on top of the **crivello** lattice, which was replaced on top of the **nannetta** and shaken until excess flour was eliminated. Another typical kitchen use of the **pagliarola** is **under hot pots** on the table as a tray for deserts. Pretty **baskets with scallop edging**, with wicker coloured in red, green or turquoise, are used during holidays as containers for sweets, figs, dried fruits and sugar-covered almonds.

The **pagliarola** is therefore one of the cheeriest characteristic artisan products of Piceno territory: a product imbued with the nature of the territory and still today highlights an important part of its history.

Tolentino and its exquisite Leather Crafting



The **processing of leather has very ancient roots**: since their origins, humans have engaged in making the most of this precious material offered by nature. The use of hides as a material for making basic garments was known even in prehistoric times. With the passing of time the Romans refined tanning techniques and leather processing became an outright trade. In the early Middle Ages, the foundation of trades that allowed many generations to learn a craft provided valuable support to the economies of many families who worked on the same product, and this led to the establishment of the corporations.

This is how outright **districts of master leather artisans** developed in Italy, specialized in processing skins and hides, and soon this noble, precious product became a symbol of quality, refinement and luxury. Over the centuries the work of the **tanner** acquired all the characteristics of a true art. The evolution of working methods and the use of innovative techniques also changed the perception of this trade from that of a humble task, mainly entrusted to lower social ranks, to the skill of a true master artisan.

Leather processing is one of the most traditional crafts in the **Macerata** district and

has been accompanied for centuries by other forms of time-honoured techniques including papermaking and textile manufacturing.

In the Marche district, **Tolentino** has the **oldest tradition of tanners and leather processing** and one that is perfectly incorporated in the urban fabric of a town that through the creativity and expertise of local artisans has given life to luxury goods and top manufacturing standards for centuries.

Tolentino's crafted products are the result of passion and experience gained over the years. The quality, attention to detail, finishes and the search for materials make each creation a unique piece destined to acquire value over time. Anyone seeking the best **leather processing** for the world of **clothing, furniture, accessories, and design** would do well to head for Tolentino, where the tradition of working with leather has ancient roots, so that was considered typical of the area as early as the **fifteenth century**.

The vast experience of the **leather and hide artisans** of **Tolentino** is **now** at the service of both the furniture industry, for the creation of renowned sofas and armchairs exported around the world, and the fashion scene, for

leather bags and accessories that fly the flag of Made in Italy around the world. It is no coincidence that internationally renowned brands operate in the Tolentino area. There are **workshops in Tolentino specialized** in the production of leather accessories and items of all kinds: wallets and bags in ostrich, python or crocodile skins; leather belts; diaries, notebooks, books, precious desk sets, finished in the most refined leathers that give these products a truly exclusive touch. Leather processing is one of the sectors upon which the Marche economic model is based. Considering the high manufacturing standard of these products, the income generated, and ensuing employment are of considerable interest. Indeed, the **companies active in Marche** in the **leather processing** sector in 2018 account for about **% of regional manufacturing companies**, with 71% of these being of an artisanal nature.

The **Marche Region**, with its leather accessory production district is **one of Italy's top regions** both for **quality and quantity produced**, and for **exports abroad**. The countries where our products are in high demand are Germany at the top of the list, followed by the United States, France and Russia.

Shoes and More

Origins and traditions of Made in Marche Leather Goods

Marche's modern footwear industry originates from **local leather processing**. In the province of Ascoli Piceno, artisanal workshops for processing leather are found in many towns (Amandola, Ripatransone, Massignano, Carassai), but the most concentrated area is quite small and had already established itself within the urban boundaries of **Ascoli Piceno** as early as the fifteenth century.

The leather is used mainly for **footwear production**, but the artisans of the time also made use of it in other manufacturing. In fact, **book covers** were always made from leather until the introduction of cheaper materials. In the **furnishing** sector, armchairs, chairs and sofas were often upholstered in leather. In the **latter half of the nineteenth century, footwear production** began to spread in the Fermo area and by the end of the century there were over **fifty workshops** in **Montegranaro**. Over the years, footwear production became widespread and gradually a craft business grew into a full-scale industry. Nonetheless, production retained its artisanal



character, preserving the typical organization of a small family-run business.

Until the mid-nineteenth century, the **province of Macerata** was a leather tanning hub as it was able to exploit natural resources that supported the development of this activity. There were countless watercourses, and many herds and flocks providing decent hides, as well as significant **local production of tanning materials rich in tannin**, such as oak bark, walnuts, or the traditional smoke tree leaves from a plant that grows wild in the stony, rough Apennine soils.

In the **sixteenth century** the most prosperous centre was Camerino, but leather processing was also widespread in Sanseverino, Visso, Matelica, Macerata, and Recanati. The importance of **tanning** for the economy of the time is **documented by the statutes** of Sanseverino and Treia, exempting from the observance of religious festivals, except for Christmas and Easter, tanners engaged in the washing and liming of hides, two delicate phases of the tanning procedure. The **different types of leather obtained**

with the **tanning** of the hides were used as raw material by various craftsmen, mainly for the production of **footwear**, but also of **suitcases, saddles and harnesses** for animals.

A stunning decorative technique was "cuoridori" or "corame" (gilt, historiated leathers), used to decorate stately homes, altar fronts and carriage interiors. The works made with historiated leather found in Camerino offer a testimony of the advanced technical level achieved with this artistic expertise. In Tolentino, during the twentieth century, companies revived the skills and artistry of corame decorators, and with entirely artisanal processes produced **artistic objects** in leather, from **armchairs** to **furnishing accessories**, like quality **desk sets**.

Today's footwear industry has now developed chiefly in the **Macerata municipalities** of Monte San Giusto and Civitanova Marche, and has integrated with the nearby upper Ascoli area to form the Marche footwear district, one of the most important for regional economy.

Marche Leather Goods: a numerous attendance at Lineapelle



Sara Santori, Confindustria: "A nose for business is no longer enough, we need research."

At the 95th **Lineapelle** international exhibition of leather, accessories, components, fabrics, synthetics and models (Fiera di Milano, Rho, 25-7 September 2018), the leading trade fair and a **key event for tanners and accessory producers**, Marche ranked high for participants, with 125 companies from all over the region.

The Marche Region, second only to Lombardy (153 exhibitors), brought a representative selection of top productions in the field of **clothing, materials and accessories** for the **fashion and luxury segment**.

The Marche district arriving with the largest number of companies was Fermo and its province, with 62 exhibitors; next was Macerata (45), then Ancona (11), Ascoli Piceno (4), and Pesaro-Urbino (3). The companies were assisted in organizing participation in the fair by **Sara Santori, chair of Confindustria Centro Adriatico accessory producers**.

"Two key points emerged at the end of the fair: **a good turnout on one hand, pros and cons of the companies on the other**" says Sara Santori weighing up the results of the exhibition. "I can start with the first: buyers from China, India, Spain, Middle East and Russia brought work, above all in the tanning sector.

Rather trickier for accessory producers as the Italian market is dragging its heels, especially the footwear sector.

As for the pros and cons, the difference is due to the product presented at the fair. As never before in this edition **buyers looked for innovative products and they rewarded research**.

The second difference between those who go home more or less satisfied is due to the type of customer: those who work with foreign companies certainly had an extra chance of closing orders."

"Our district is trying to tackle the change as a top player," adds Santori. "The point is that a nose for business is no longer enough, although it is still an added value.

Then **research is needed, investment is needed**.

The large groups also attending this fair always seek something extra and are an important reference for our enterprise. They come and want everything, from heel to sole to leather and, for example, they want it all **biodegradable**. We must and can be ready. We must keep up with trends."

Biodegradable but also state-of-the-art **technology**: "On the one hand there is eco-sustainability with products finished with water without solvents, also for heels and soles, on the other there is the push for **high tech**, with **fabrics treated with laser or high frequency** to give a **3D effect**. The only response to the footwear crisis is to **look ahead** but keeping in mind, however, that competition abroad is even stronger and that the customer wants increasing quality and more new products," concludes Sara Santori.



History and Art of Offida Pillow Lace



In pillow or bobbin lace, the term **“pillow”** refers to both the finished product and the bolster stuffed with sawdust (in dialect, *“lu capzsal”*) which supports patterns – secured with pins – to be followed and reproduced faithfully. There are different types of lace, depending on the bobbins chosen and generally the lace is made from cotton yarns. The artisans work with great precision as they skilfully overlap the bobbins and patiently make the precious lace.

Of ancient origins, even if difficult to date, **pillow lace** is made in different areas of Italy and almost certainly **has been a presence in Offida since ancient times.**

As early as the latter half of the **1300s**, the **Master of Offida**, an artist very active in Marche and Abruzzo, **portrayed the famous lace** in some of his works still found today in the beautiful town. The **elegant artefact** is clearly visible in the colourful **tunic worn by the Angel of the Annunciation** depicted on a door in the **church of Sant’Agostino.**



When she shows her work, **Franca Mandozzi** (a Master Lace Maker) tells us that **in rural culture women made bobbin lace not only to enrich their trousseau, but also to add precious support to family income.**

Frequently expert lace makers were commissioned by wealthy nobles who appreciated the quality of this very special lace and displayed it in their elegant stately homes.

Today few people are left who can make these masterpieces and in 2009, Offida established the **“Merletto a Tombolo di Offida”** quality label, created with the aim of protecting and promoting this rare craft.



In a 1589 painting in the Offida museum hub, **Simone de Magistris** also decorates with **lace details**, painting them onto the edge of the veil wrapped around Jesus and on the white tablecloth covering the altar behind the sacred figures.

The first documents explicitly mentioning the donation of lace pieces by the municipal authority to the church of Santa Croce are **dated 1511.**

From in the 1600s, bobbin lace production **flourished in the town** and in the surrounding areas. Soon the manufacture of lace grew from being a respected and necessary art to a form of sustenance for master artisans and local families.



Artistic Handicraft Centre in San Benedetto del Tronto

An innovative, productive
exhibition centre



The purpose of the project is to create and develop a **productive National Exhibition Centre of artistic handicraft**, undertaken by specialized operators, enhanced with original, authentic, traditional and contemporary productions. Goods guaranteed by release of certification.

The centre will be located in the mall "L'Arca" in San Benedetto del Tronto, on the Adriatic Highway, near the tollbooth "San Benedetto Sud" - Ascoli Piceno.

The centre will have a general surface of **5000 square metres**; it will host shops of artistic handicraft of various dimensions whose showcases will lean out on the wide and bright inside walks and on the external paves. Toward West it overcomes four meters width and one hundred length.

Every artisan will have a laboratory, a deposit and an office area. All the areas will be characterized by the same flooring with hygienic services and autonomous fittings. The thermal fittings will served by an heat pump.

Besides the laboratories it will be present also a **nursery** and a **media room** managed by the same artisans, it will host **workshops, conferences, presentations** of great handicraft productions of the territory, recognized excellences at the international level, and wine & food events.

Every craft will be represented by an artisan selected on the base of a global project that aims to enhance **typologies of craftsmanship**, now in particular difficulty and worthy of safeguard: furniture, decor, weaving, restoration, cabinetmaking, inlay, jewellery, embroidery, bookbinding, ceramic, copper, iron processing, and more.



The centre will allow the visitors to **admire different typologies of handicraft productions and to observe the phases of workmanship and creation** of the products.

The project foresees, besides the carrying out of productive activities, the promotion of activities of updating and training for a technical, productive and organizational innovation, and **for a best integration of the artistic craftsmanship in the tourist activities**.

The specialized centre, situated in the strategic position of San Benedetto del Tronto, gives therefore the opportunity to favour the recovery of a sector in crisis, allowing the audience to enjoy **in a single articulated space those scattered handicraft laboratories till now hardly traceable in the backcountry**.

The objective is to create **an alive productive exhibition centre** that gives new impulse to the craftsmanship, allowing a constant updating and encounters among the artisans and operators, and a more direct contact among the handicraft activities and the public.

Taking part in this initiative is therefore for the handicraft activities a valuable opportunity to become a member of a **centre of integrated craftsmanship in the productive reality**, the intention is to become a point of reference at regional and national level with regard to the production, the updating and the promotion.

The project is promoted by the holder of the real estate property **Ottavio Medori in collaboration with handicraft associations and the Chamber of Commerce of Ascoli Piceno**.

The initiative will have a wide visibility on the Internet, through the activation of a dedicated and constantly updated **website** about the stores, the ordinary activities, the initiatives and organized events, in addition to a strong visibility on the websites of the institutions and partner associations.



For further details:

Medori Ottavio srl
Corso Mazzini, 264
63074 San Benedetto del Tronto (AP)
tel & fax: +39 0735 583581
mobile: +39 335 6866023
info@medoriottaviosrl.it



The Piceno district and Marche Region stars of Turin's Salone del Gusto



Top quality but at affordable prices. Piceno and Marche products took the **Salone del Gusto Terra Madre** by storm. Held in **Turin** and organized by **Slow Food** from 20 to 24 September, thanks to teamwork involving **Marche Regional Authority** and **Ascoli Piceno Chamber of Commerce**, about twenty **local producers** were able to attend the great Lingotto event.

"I can still see the queues of visitors who stopped to chat with our producers," commented **Chamber of Commerce** chairman, Gino Sabatini. "There were far more foreign operators than in the past editions and our businesses were happy to have participated in such a strategic event for the agri-food sector."

Marche was present as a **collective**, financed by **Marche Regional Authority** and **Ascoli Piceno Chamber of Commerce**: "It's not the first time we've taken part in food events together," points out Marche Regional Authority vicechair, Anna Casini. "I'm sure that attending these fairs as a team has enormous impact in promoting our products and our district. For this edition, the team joined forces with Slow Food, a presence that once again confirms the quality of all agri-food industry aspects."

"Taking part as a team and networking is the best way to use public resources," adds Sabatini. "It's a challenge first of all for producers, who thus overcome an insular approach, concentrate on the market and on how to sell their goods. It's also a challenge for public agencies, who improve their ability to listen to the needs of the districts and provide

the expected support especially to smaller companies, who have excellent products but find it hard to catch the eye of a significant number of buyers. Marche agri-food production at Lingotto was appreciated above all for two reasons: quality and affordability."

Casini adds: "We have immense wealth and that allows us to compete at global level, so we can and must exploit and promote Marche. Each product in our agri-food sector is a huge magnet attracting interest in our region."

"We will continue to team up with Marche Regional Authority," concludes Sabatini. "As well as trade fairs, there are many other issues the agri-food industry asks us to tackle: traceability, fighting counterfeit products, protecting products, training, and digitalization for helping businesses in the sector grow."

These are the **19 Marche companies present at Lingotto**: Agrobiologica Foglini & Amurri (Petritoli, FM), Angellozzi Tartuficoltura (Roccafluvione, AP), Anice Verde di Castignano (Castignano, AP), Azienda Agricola Lorenzo (Montemonaco, AP), Azienda Agricola Monte Monaco (Montemonaco AP), Azienda olivicola biologia Conca d'Oro (Appignano del Tronto AP), Birrificio dei Castelli (Arcevia, AN), Birrificio Le Fate (Comunanza, AP), Cooperativa di comunità dei Sibillini (Montemonaco, AP), Corte Luceoli (Cantiano, PU), Fattoria Petrini (Monte San Vito, AN), Filotei Lino (Pescara di Arquata del Tronto, AP), Il Panaro Food (Urbino, PU), La Cerca Tartufi bio delle Marche (Cagli, PU), Magna Mater srl Società agricola (Monteprandone, AP), Nerobio Tartufi (Fossombrone, PU), Rinci (Castelfidardo, AN), Serena società agricola (Fermo), Spinosi (Campofilone, FM).



Almost 150 Years Old and still Going Strong

The Anisetta Meletti Success Story



Virtually a century and a half in business without ever changing the recipe, taste and tradition, taking the name of Ascoli and its maker around the world. **Anisetta Meletti, an aristocrat among Italian liqueurs**, celebrated its **148th** birthday on 20 September.

It saw the light of day in **the shop belonging to Silvio Meletti's mother**. In his role as apprentice, Silvio read French chemistry manuals to understand how he could blend an aniseed liqueur that he later named Anisetta.

Success was just around the corner and in **1878 Meletti was awarded a mention at the Paris Expo**. The year after it was given royal patronage by the **House of Savoy**. From 1870 to 1914, Meletti took home twenty awards in Italy and the world (Paris, Rome, Milan, Turin, Naples, Ostend, Athens, Brussels), including the 1911 gold medal awarded in Turin to Silvio Meletti as the founder of the business.

Exports began with the first cargo to the United States (1934). An international pioneering spirit, starting from a tiny provincial reality, considering that nowadays many companies are still unable to penetrate world markets.

Moreover, at the turn of the twentieth century **Silvio Meletti's great entrepreneurial and commercial spirit** led him to create another of Ascoli's icons: the **Caffè Meletti**. A venue worthy of a European capital built in a small provincial town, in the **Belle Epoque**, when cafés were meeting places even for artists. The Meletti name strengthened its ties to that of Ascoli.

The next step was to put in place **advertising campaigns** with posters designed by the great **Trieste artist, Marcello Dudovic**, and sponsorships for major sporting events (especially cycling) of the time.

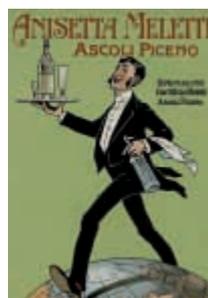
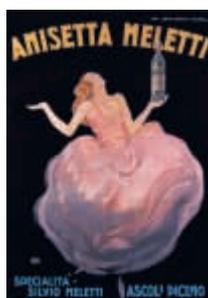
Today the Meletti company is in its **fifth generation with Silvio, Aldo and Matteo**, and its range has expanded to other products including Amaro, which is incredibly successful in the **United States**, thanks to a floral, less "medicinal" taste than that of other brands, and a great ingredient in cocktails.

A bottle was featured on the **front page of the New York Times website** and in the **Italian bitter guide by American blogger Brad Thomas Parsons**, which includes a large image of Ascoli and Caffè Meletti.



Furthermore, in the past few months, Meletti products have made their first appearance in China, at the Gemma restaurant in Shanghai, where a special lighted sign is dedicated to the Ascoli producer.

In addition, a bottle of Anisetta has also been spotted in the Netflix cult series *Orange is the New Black*. Of course, Meletti products are found throughout Europe and in Australia ... yes, an Adelaide restaurant features a maxi Meletti poster that covers an entire wall of the dining room.



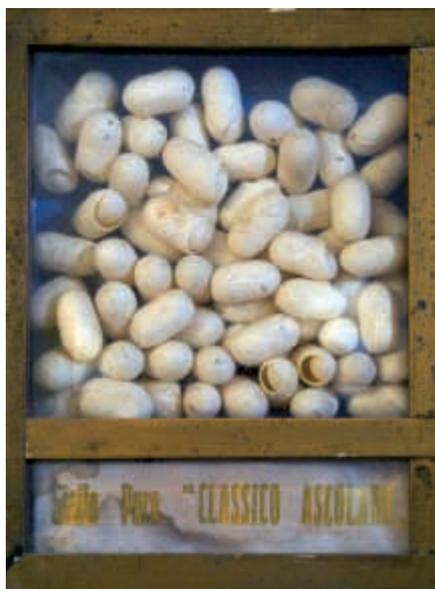
Mulberry, silkworms and those ... silk Piceno threads

Germano Vitelli



If we think of the "Silk Road", intrepid merchants, the Orient, and Marco Polo come to mind, but **from the mid-1800s** and for almost a century, a "silk heart" also pulsed along the **Valle del Tronto** and the neighbouring municipalities. The district was the **top Italian silk producer** of the time, known above all for the shady rows of mulberry trees, whose leaves fed the silkworms.

The industry was driven by pioneering entrepreneurs, and **women and children** were the seasonal **workforce**. Silkworms have been bred in Marche since the thirteenth century and its busiest areas were in the northern-central part of the region, but with discontinuous production affected by wavering international markets.



When disastrous **pepper disease** attacked **silkworms**, spreading in the mid-nineteenth century, it **jeopardized the entire European silk industry**, with losses of up to 80% of product. Paradoxically this gave the Ascoli district a helping hand as it had specialized in production of the healthy eggs and prized cocoon types (including an indigenous yellow and the Ascolano), curtailing imports of Japanese eggs. **In 1904**, there were **one hundred and forty-six silk manufacturers operating in Italy**, of which **fifty-two** were **located in Ascoli Piceno** and its province.



The state also sought to fight the recession by setting up **silkworm experimental stations** and bacteriological observatories which reached excellent levels in some local branches. After the curbing of pepper disease, there was a worldwide increase in production until 1907, when **competition arrived in the form of new synthetic fabrics** and markets deflated significantly in the three years from 1928 to 1931, when the Japanese silk industry recovered, and Italy's disappeared definitively.



The **last silkworm plant in Ascoli** closed its doors **in 1969**.

Currently, a number of organizations partnering other agencies and bodies have created the **OBA (Ascoli silkworm observatory)** for the revival of mulberry and silkworm breeding in the area, and promotion of the **"Adriatic Silk" brand**.



Montedinove home of the sovereign Sibillini apple



From being an almost extinct fruit, the **pink apple** is now an authentic treasure of the Sibillini Mountains, able to generate new income for farmers and the entire agricultural supply chain. It has always been **grown in the Marche, at an altitude of 450-900 metres above sea level, as far as the Sibillini slopes**, but today it is also used to produce **liqueurs, beer** and, last but not least, **vinegar**.

The **first vinegar production**, the result of an **experimental project** undertaken by **Ascoli Agricultural Institute, supervised by Professor Luigi Costantini**, was **presented** on the **Alice** TV station (Italian digital terrestrial channel 221).

The rediscovery of the pink apple was also supported by other key contributions like the **Slow Food Presidium** identifying **eight apple ecotypes** belonging to three groups, the work done by the **Municipality of Montedinove**, led by Mayor Antonio Del Duca, and **Sibillini Mountain Community**.

The town of Montedinove has worked hard to increase popularity of the pink apple, with the latest project involving the purchase of almost **three thousand trees to be planted** on land owned by a municipal company.

It may not be a pretty **apple** to look at so is less appealing to the market, but it is **perfect for cakes and desserts**, and can be **stored without problems from October to April**.

To celebrate the monarch of the Sibillini Mountains, **Montedinove** organised the large-scale **Sibillini in rosa** event, on **3-4 November**.



"We started in 1996, working with the ASSAM trade association and the Mountain Community," says Mayor Del Duca, who is a real mine of ideas and initiatives, "and production has grown over the years. In 2000 the Slow Food Presidium was founded, which guarantees apple quality for us. We want to give farmers added opportunities, for instance when grain and barley don't yield as much as they used to. But we also want to create employment for students graduating from the agricultural institute or who want to start their own business. The goal is also to specialize sector processing, so that the anise, jam, compote and fruit juice chains don't compete against one another, and focus on marketing."



Coping with the arrival of winter

Tips for avoiding nutritional deficiencies and strengthening immune defences



Summer is now a distant memory and its bright colours have given way to more muted, darker shades. The transition from summer to autumn is a critical time for our bodies and we have to prepare to face the winter cold, strengthen immune defences, and avoid nutritional deficiencies.

As in any period of transition and change, our organism suffers a **state of general discomfort**, we become lethargic, paying little attention to our bodies, with a sense of tiredness, insomnia and an irrepressible desire for sweet things or carbohydrates. Why does all this happen and what is it? These are the symptoms of what can be called the "change of season syndrome" that affects and infects everyone. To explain it better, we should clarify one small aspect.

We should know there is a vital relationship between the human body and the sun. Indeed, when hours and intensity of sunlight are reduced, our body increases production of **melatonin**, known as the **sleep hormone**. So the secretion of melatonin is encouraged by the dark while the presence of light fosters the secretion of **serotonin**, the so-called **good humour hormone**, precursor of melatonin, which derives from an essential amino acid or **tryptophan**.

From this short explanation we understand how a **change of season** can influence both the **sleep-wake cycle** and our **mood**. In plain words, we can say that in the autumn, as it gets dark earlier and secretion of melatonin increases as a consequence, serotonin secretion is reduced.

This is the physiological mechanism that allows us to explain why we are sleepier, more tired, and even yearn for sweet food at this time of year. Why sweet? Because carbohydrates increase serotonin. Unfortunately, this continuous craving for carbohydrates can lead to a vicious cycle whereby the more we eat, the more tired we will be, and we will tend to gain weight.

So, what should we do? First, try to consume foods containing substances that can regulate the levels of melatonin-serotonin, or **foods** that contain **tryptophan**, such as pulses, walnuts and almonds, **unrefined cereals** like oats, maize, buckwheat, rice, and also **kiwi, bananas, cabbage, and broccoli**.

A valid rule is to follow a **natural, healthy and varied diet** and always consume **five portions of fruit and vegetables**. Strictly **fresh and seasonal**, rich in vitamins and minerals that are very useful to our organism. It is important, especially at this time of year, to eat foods rich in **vitamin C** that help the immune system to protect us from flu and also strength the organism. So, plenty of **kiwi, citrus fruits, rocket, cauliflower, broccoli, and spinach**.



As winter draws on, it is best to consume fruit and vegetables that are yellow-orange in colour – pumpkin and carrot, for instance – which are rich in beta-carotene and antioxidants that help counteract the onset of infections, support the action of T lymphocytes, and help eliminate free radicals, slowing down cellular aging.

We should make a habit of serving **whole grains, pulses, oilseeds, and wheat sprouts**, rich in tryptophan as already mentioned but also characterized by a strong presence of the **B-vitamin group**, important for its action in protecting the immune system.

In nature there are many remedies that work to strengthen immune defences, like **echinacea**, usually recommended in phytotherapy to help prevent colds as it is able to stimulate white blood cell ability to destroy viruses and bacteria. Then other remedies like **propolis, ginger, turmeric and curcuma** are real antibiotics and natural antibacterials.

Last but not least: reduce stress and take at least half an hour of moderate physical exercise per day, preferably in the open air, which will stimulate production of the good-humour hormone!

Claudia Morganti
Nutritionist and biologist

For a consultation in Ascoli Piceno
Via Berardo Tucci 6
or the *Centro Kinesia - Ambulatorio di*
Idrokinesiterapia e Riabilitazione di "Fisioterapisti
Associati Giliberto & Luzi S.N.C"
Via dell'Aspo 38/40

CIÙ CIÙ

SOLCHI RADICI SOGNI

In the splendid Piazza del Popolo, in Offida, is located the showroom of Ciù Ciù winery, housed in Palazzo Mercolini Tinelli, a 16th century building and one of the most important buildings in the splendid medieval village. A recently restored space, where you can stop and taste the excellence of the Marche gastronomic products, starting from the complete range of Ciù Ciù organic white, red and sparkling wines, combined with a series of traditional dishes.



Thousands of wine lovers visit the showroom every year. Inside the three floors building, with the sixteenth-century portal still intact and well preserved, numerous antiquities are preserved together with many modern antiques concerning the traditional rural life and other items from Marche Region and Italy. The main floor boasts completely frescoed ceilings in excellent conditions, thanks to the recent restoration.

VISITS AND TASTINGS BY APPOINTMENT:
Tel. +39 0736 618024 - degustazioni@ciuciuini.it
showroom in Piazza del Popolo OFFIDA  

Aida's Inn



Locanda da Aida is a unique place where you can still taste typical Marche recipes. Our excellent cuisine is the result of lengthy research to find original produce.

Here you can taste the **authentic Amatriciana DOC**, made with meticulously selected ingredients; from a **Pecorino cheese** sourced from a cheesemaker who works in the time-honoured way, to **pork jowl** with just the right amount of seasoning, all cooked by the skilled hands of **Aida**, the owner. Her decision, after ten years, to bring **the products of the Sibillini and Laga national parks to the coast** was a risky step but it was soon a success. **Acquasanta Terme** - one of the gems of the parks - is known for its **truffles, pore mushrooms and chestnuts**, the tastiest, most sought-after fruits collected by local folk. It is from these local treasures that Locanda da Aida has created its exclusive dishes.



Starting with appetizers that include classic fried Ascoli-style olives with truffles and pore mushrooms, the **Primo Sale ewe's-milk cheese** with sliced pore mushrooms seasoned in various ways, platters of select local salami and aged **Pecorino cheese with a tasting of preserves**, and many other delicacies like **scrambled eggs grated with truffle**, potatoes in their skins and free-range chicken that conjure up memories of grandma's kitchen. Locanda da Aida is a place where time and chaos stand still to allow you to rediscover the pleasure of enjoying every second.

The first thing you notice at the Locanda is the scent of the forest, highlighted by baskets of **chestnuts** resting here and there, while Aida hustles and bustles without pause. Recently she also began making EVO from her own olive grove in Controguerra, famous for its wineries and oil mills, where she soon will be opening a resort with an enchanting view of our beloved Sibillini Mountains.

Locanda da Aida is in San Benedetto del Tronto, a seaside town but nevertheless ready to welcome you with a delicious pore mushroom risotto or delight your senses with a chestnut tiramisu. Aida offers the charm of the Sibillini Mountains right by **your favourite beach**. The magic of opposites: the taste of the woods mixed with the brine of the sea.



Via Catullo 14/16 - tel: 329 5793780
 Open: 12:00-15:00 / 19:00 - 2:00
 38 seats - Reservation is appreciated

lalocandadiaida@gmail.com
www.lalocandadiaida.it



Paoletti Bibite a Sparkling Italian Love Story



For over a century the venerable Ascoli company has been active in the traditional beverage sector, a road to success nurtured by the management of a family that has always believed in seeking quality and selecting the best ingredients.

Gassosa and spuma: traditional Italian soft drinks. The mission is to offer fans of carbonated drinks beverages as tasty as those of the past. The secret is to use precious recipes handed down over four generations and rely on the strength of a family that has survived two world wars and subsequent recessions like many other long-standing companies, while never losing sight of the quality of ingredients. As early as the 1920s aromatic wooden barrels containing the various juices arrived in Ascoli from Sicily, stored strictly by the company and opened only at the time of the “secret blending” with the other ingredients.

The Paoletti story is that of an accredited historic company, which opened in about 1910 in Folignano, a small town near Ascoli Piceno. When the municipal messenger Enrico Paoletti, who was also the innkeeper, decided to start his own business, he began by producing carbonated drinks on a small scale. In those days the usual tittle in the tavern was the popular glass of wine topped up with sweetened carbonated water called *gassosa*. However, the *gassosa* supplier was often late with deliveries and it was precisely this delay that prompted Enrico to produce his own beverage to add to the wine.

In the factory he set up downstairs from his family home, where the inn was located, he began to produce his first bottles of *gassosa* and *spuma*, in the **now-iconic bottle capped with a glass sphere**. He employed many local women for production, and their last task of an evening was to glue coloured labels onto the bottles by hand. The drinks, placed in wood crates, were delivered by horse and cart to all the inns of Ascoli and neighbouring towns.



Beverages. Different and typically Italian flavours, perfect thirst-quenchers, from classic *gassosa* and *spuma* to orangeade, tonic water, and of course another classic, the bitter orange chinotto, not to mention more summery lemonade, grapefruit and citron. Soft drinks for every palate as well as excellent aperitif and mixology ingredients like bitter, Ap, ginger ale and ginger beer.



Awards. Just two years after opening, the company began to garner its first significant successes, first of all at the International Expositions of Industry and Labour in Milan and Rome. In 1925, Enrico Paoletti took his products to the **International Expo in Brussels**, where his production of “eaux gazeuses” met with great success, taking home the **Grande Palme d’Honneur** and the **Gold Medal**, awards confirming the quality of the products that has always excelled for the standard of the raw materials used. In 2012, Unioncamere Nazionale added the company to its register of historic companies: companies that have made the history of Italy.



Enrico died suddenly in 1927, following a minor fall from his horse, and the company was inherited by the second generation of three siblings. Enrico's youngest son, Giovanni Cadorna Paoletti, stepped in with his solid mechanical expertise acquired during his long military career as commander of the motorized vehicle corps. So the family business – “Enrico Paoletti e figli” – moved forward to extensive mechanized production in the latter 1940s, while also increasing the number of employees, which grew to forty people in the summer season. Increasing sales demand meant production had to keep pace and it came to the point where the first trucks for distribution were purchased: a war surplus Dodge and Chevrolet.



The Fifties and Sixties

Paoletti soft drinks, in particular *gassosa* and *spuma*, became established across the Piceno district and were widely distributed there, reinforcing the company's market position.

In the 1960s, production was moved to Marino del Tronto, to the family's oil mill, which was refurbished and expanded. Following the purchase of a new automated production line (the famous Milanese Rigamonti e Villa), the workforce decreased to about twenty although production was rising significantly. Paoletti also began to produce for major Italian labels like the legendary Fabbri. In the Sixties, the iconic but heavy wooden crates were replaced by plastic versions.

Increased automation and extensive advertising investments by big companies also contributed to putting pressure on small Italian businesses like Paoletti. From the 1970s to the early 1990s, the company suffered one of the most challenging periods in its history. Following this recession, from Giovanni Cadorna's death in 1992 until 1999, the company and the brand were leased. Nevertheless, poor brand management by the lessee further aggravated the corporate crisis. Giovanni Cadorna's two sons, Giancarlo and Pierluigi – the third generation of the Paoletti family – were determined to keep the company and all its history alive, despite working in different professional fields. **Indeed, the brand is still important for this entire district**, where more than one generation has grown up drinking Paoletti *gassosa* and *spuma*.

The quality and strength of "Made in Italy" Paoletti, which had always identified itself in its iconic product and based itself on the local market, then had to come to terms with a broader market. The company won this wager: today it is **present across most of the domestic market (both in supermarkets and in exclusive niche stores) and is also penetrating some foreign markets**

(Germany, Switzerland, France, Czech Republic, United Arab Emirates, Australia, and the state of Florida) **thanks to the strength of the "Made in Italy" concept**, and the guarantee of a quality product.

The company manufactures in first-rate facilities that use water with unique sensory and purity characteristics that are fundamental



to ensuring the superior and valued quality standards of its products. Quality really is one of the main positioning tools available to small businesses and Ascoli-based Paoletti identifies the excellence of its drinks the essential requirement for the continuation of success. In 2009 **Paoletti drinks were included in the list of "Eccellenze Picene"**, in the category of historical products of top quality and prestige for the province of Ascoli Piceno. An accolade that certainly bore out the efforts of the Ascoli company, always attentive to creating each specific recipe.

Cocktails

Paoletti was inspired by the blending of wine and carbonated drinks, so combination with alcoholic beverages could only mean the way to go. It is safe to say that the idea of the cocktail is ancient history for the company, so the spotlight turned to this style of drink and more, to create a line designed by some top bartenders who have devised unique mixes with Paoletti drinks, including *Spuma Male*, *Sprissosa* and many others (www.paolettibibite.it/cocktail).

FrizzanTina ... a myth

Since 1922 Paoletti had been designing labels whose sole task was brand communication and promoting the place of production. In the years that followed it became clear that added value for products comes from associating them with a precise image that will appeal to the imagination and emotions of consumers. So, say hello to Tina Frizzante, also called FrizzanTina, a sparkling, delicate and very Italian lady who made her debut on the vintage *spuma* bottles with the colourful label enamelled onto the glass. Today FrizzanTina has come of age as the face of Paoletti soft drinks, reappearing in 2002 after careful restyling. Her face, her eyes, her smile are those of the diva-like allure of a bygone age, of a natural sensuality of immediate impact.



FrizzanTina ... on set

Her presence has contributed decisively to company growth. The fame of the restyled testimonial has attracted attention not only from national newspapers and magazines like *Vanity Fair*, *Repubblica*, *Venerdì di Repubblica*, but also from film director Sergio Rubini. In his romantic comedy *L'Uomo Nero* (2009), set in 1960s' Puglia, he used the evocative images of Tina Frizzantina, Paoletti's stunning, sought-after icon. Another film that brought the Paoletti brand to the big screen is Susanna Nicchiarelli's 2009 *Cosmonauta*: in Rome's Trullo communist section, the first woman in space is toasted with a bottle of Paoletti *spuma*. The products and the brand appeared in Canale 5's *Tutti per Bruno*, a TV series with Claudio Amendola; in Rai 1's *I Migliori Anni* show, presented by Carlo Conti; and with Alessio Paoletti in person taking part as the secret guest in Rai 1's *I Soliti Ignoti*, presented by the late Fabrizio Frizzi. Since 2013 the brand has appeared recurrently in the TV series *I Delitti del Bar Lume*, as one of the products on sale in the bar itself. In 2018, Paoletti drinks featured in *La Cucina delle Ragazze* show broadcast on the Gambero Rosso Channel (Italy's Sky HD Channel 412). In 2017, vintage versions of Paoletti **bottles** and of the **beer appeared in *All the Money in the World*, a film by multi-award-winning director Ridley Scott, nominated for three Golden Globes.**

Last but not least, the brand has made its presence felt and appreciated in the fashion industry, seen in various editions of the Florence Pitti catwalks, a partner in the Duck Farm catalogue and, in 2011, present at the Paris Fashion World Fair.

Enrico Paoletti & Figli S.r.l.
Via Dei Peschi n. 5
63100 Ascoli Piceno
www.spuma.it





Fusion Wear was founded in 2018, producing coordinated t-shirt and sweatshirt sets for men **hip-hop & urban wear**, soon to be sold online.

With Fusion Wear, classic USA-style street wear, originality of design and high-level skills in the field of digital printing are combined to create a contemporary, very affordable clothing line. In addition to being committed to

environmental sustainability,

Fusion Wear offers only **products with OEKO-TEX 100 certification,**

an international standard that establishes a complete environmental management system. It is an independent system of verification and certification of **raw textile materials,** semi-finished and **finished products,** at all stages of production.

The **inks** used in the prints have therefore obtained OEKO-TEX 100 certification, which verifies that the **products are safe for printing on fabrics for adults and children.**



www.fusion-wear.com

Osteria Cantina Offida



The **Osteria Cantina Offida** idea of creating a point of dining where you can enjoy and taste the food and wine traditions of Offida.

Located in **Piazza del Popolo**, the **main square** of the historic town of **Offida**, Osteria is the point of sale of all wines produced by Cantina Offida and also refreshment kitchen and typical products of Offida tradition. *Organization of evenings with wine tasting of Offida Cantina.*

www.cantinaoffida.com

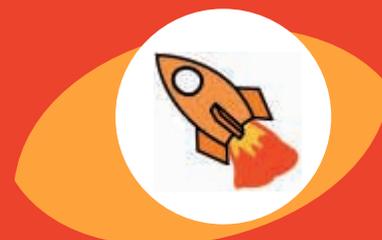
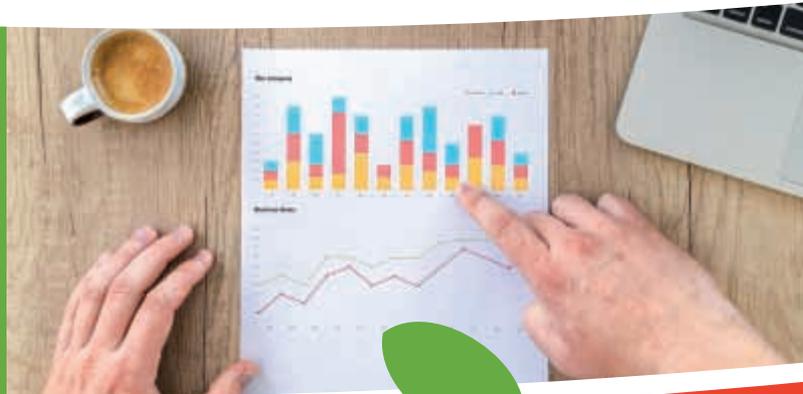


Gourmet d'Italia





ATTRAZIONE INVESTIMENTI



BUSINESS INCUBATOR



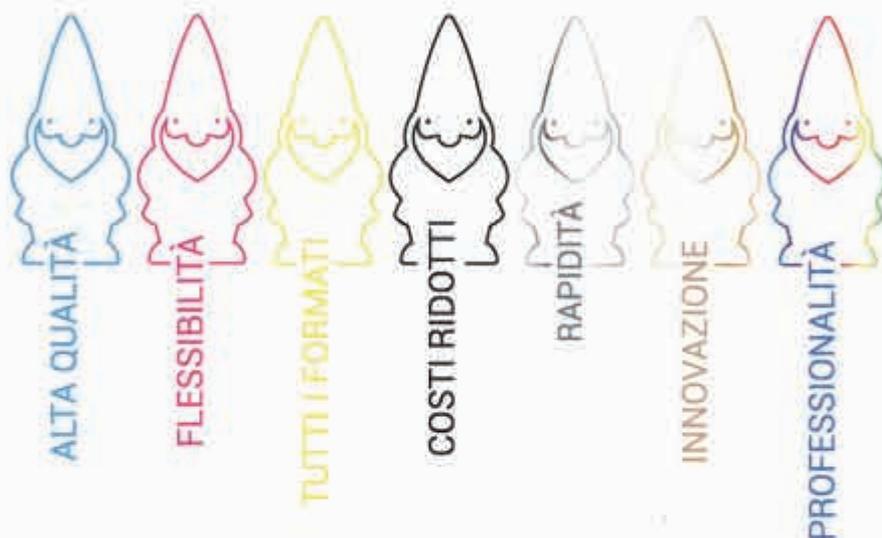
INTERNAZIONALIZZAZIONE



RICERCA E INNOVAZIONE

SETTE BUONI MOTIVI PER SCEGLIERE

NANO **PRESS**



NANOPRESS, ALTA QUALITÀ DIGITALE

Grazie ad un'esperienza ventennale nel settore tipografico, oggi sappiamo sfruttare al meglio le possibilità che la stampa digitale ha da offrire. Conosciamo bene le risorse e ci appassioniamo alle innovazioni. Ricerchiamo e offriamo la soluzione migliore per ogni esigenza, curando con attenzione l'intero processo produttivo dalla progettazione grafica, alla stampa, fino alla consegna, garantendo alta qualità, tempi competitivi, costi adeguati e ampia libertà di scelta per formati e quantità.

Via Gramsci, 11 63075 Acquaviva Picena [AP] tel. e fax +39 0735 764417
info@nanopress.pro