



Street art Murales sulla facciata esterna dello stabilimento del presidente di Piccola Industria

Creatività urbana by Boccia

L'azienda salernitana come Adidas e Nike: la «B» disegnata da writers famosi

DI GABRIELE BOJANO

Il presidente della Piccola Industria di Confindustria, il salernitano Vincenzo Boccia, ha deciso di favorire la creatività dei giovani artisti. Da alcune settimane a Salerno sulla facciata esterna dello stabilimento di famiglia, le Arti Grafiche Boccia Spa, sono comparse nove gigantesche B disegnate da alcuni tra i più importanti creativi urbani italiani provenienti da tutta la penisola. Un esperimento arduo di street art che ha trovato perfettamente d'accordo anche il capostipite dell'azienda, il presidente Orazio Boccia, papà di Vincenzo, che parla della creatività come di «un valore da sostenere». «I bellissimi murales che occhieggiano ai nostri visitatori e che stupiscono le migliaia di passeggeri che ogni giorno viaggiano in treno e in auto tra Campania e Calabria — aggiunge Boccia senior — sono un segno dell'attenzione che poniamo al mondo dell'arte, alla cultura, a ciò che di innovativo e positivo si esprime nella società. Ormai sono diventati un «pezzo» di azienda, lo rivendichiamo con orgoglio; vogliono essere la dimostrazione di quanto abbiamo investito emotivamente, oltre che come filosofia d'impresa, in questa piccola ulteriore avventura».

I nove artisti coinvolti, rappresentanti delle principali Associazioni per la creatività urbana, sono stati Francesco Zentwo Palladino, Alessandro Etnik Battisti, Alberto Made Capozzi, Domenico Pencil Acampora, Aldo Opium Oliviero, Gianluca Zeus40 Caputo, Antonello Macs Piccinino, Vincenzo Caktus Mastroiorio e Maria Checchia. «In otto giorni di lavoro —



spiega Salvatore Pope Velotti, segretario generale

Inward - Osservatorio sulla Creatività Urbana che ha coordinato i lavori — sono stati chiamati a realizzare una grande opera collettiva di 420 metri quadri su una parete metallica di uno stabilimento del committente avente come tema l'interpretazione della lettera B, iniziale di Boccia, (da sempre il logo dell'azienda fondata negli anni '60 e leader nel settore a livello europeo, ndr) poi dettagliata su una tela che è entrata a far parte della collezione aziendale. Dalle nove tele si sono poi ricavate delle stampe nel numero di cento per ogni tela per un totale di 900, poi autografate ed autenticate». Successivamente il progetto è stato raccontato nel volume «Alephactory - Arti Grafiche Boccia sceglie la Creativi-

I writers in azione alle Arti Grafiche Boccia di Salerno e, nell'altra foto, Vincenzo Boccia

tà Urbana», che si apre con la prefazione del presidente della commissione cultura di Confindustria Alessandro Laterza e con il saggio istruttivo del direttore della Biblioteca Nazionale di Napoli Mauro Giancaspro. «Con questo progetto — sottolinea il direttore di Race Communication, Roberto Race, che cura la comunicazione strategica — Arti Grafiche Boccia entra nel "club" delle realtà che hanno puntato sulla creatività urbana come Adidas, Nike, Atari, Ecko, Volkswagen, Tim, Volvo, Calvin Klein, Figurine Panini, Fiat, Mtv, Intesa San Paolo, Walt Disney. Quest'ultima, mesi fa, con il progetto Bloc28, ha «trasformato» in un writer il suo personaggio di punta, Topolino».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tv e dintorni

di Paolo Cuzzo

Sul digitale terrestre c'è anche Padre Pio

È nata Padre Pio Tv, canale nazionale sul digitale terrestre. Le trasmissioni sono cominciate, in via sperimentale, venerdì 22 settembre, con la veglia di preghiera in preparazione alla festa liturgica di san Pio da Pietrelcina. Si tratta — è spiegato in una nota dell'emittente — di un'evoluzione del progetto editoriale intrapreso nel 1987 dai Frati Minori Cappuccini della Provincia religiosa di Sant'Angelo e Padre Pio con Radio Tau, poi divenuta Tele Radio Padre Pio. Padre Pio Tv trasmette sul canale 145 del digitale terrestre, nel bouquet di Telecom Italia Media Broadcasting. Protrarrà le sue trasmissioni fino al 31 dicembre prossimo, con la prospettiva di continuarle anche successivamente. In questi tre mesi, comunque, i frati cappuccini potranno raggiungere l'85 per cento della popolazione italiana. Continueranno, nel frattempo, le trasmissioni sui tre satelliti che diffondono il segnale che si irradia da San Giovanni Rotondo nel continente europeo, in quello nordamericano e in quello australiano.

Fini incontra le associazioni delle Tv locali

Il presidente della Camera, Gianfranco Fini, ha ricevuto una delegazione delle associazioni radiotelevisive. Nella delegazione erano presenti Costantino Federico, Cnt-Tpd, editore di ReteCapri, Antonio Parisi, portavoce del CarTv, Domenico Siciliano, avvocato impegnato in importanti battaglie legali a tutela dell'emittenza locale e nazionale indipendente, Rocco Monaco, presidente dell'Utetel Consum, associazione nazionale Utenti Televisivi e Consumatori italiani. Costantino Federico, in qualità di Presidente del soffermato con il presidente Fini sul disastroso periodo che sta attraversando l'emittenza radiotelevisiva a causa del sempre più asfissiante «duopolio Rai-Mediaset». Il presidente di Utetel Consum, Rocco Monaco, ha consegnato nelle mani del presidente della Camera un fascicolo sulla campagna di comunicazione dell'importante progetto «Apollo 3-Puglia Decoder Digitale» attinente il passaggio al digitale terrestre in Puglia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nuova Audi A6. La leggerezza creata dalla tecnologia.

Con la nuova Audi A6 abbiamo raggiunto il massimo livello di stile e di tecnologia. Abbiamo sviluppato un nuovo modo di combinare acciaio e alluminio per creare una scocca ancora più leggera ma estremamente robusta. Il risultato è un'auto più dinamica e più efficiente, in grado di garantirvi un risparmio del 16% nei consumi rispetto al modello precedente. www.audi.it

Venite a scoprirla presso gli Showroom Audi.

Consumo di carburante circuito combinato (l/100 km) da 4,9 a 8,2; emissioni CO₂ (g/km) da 129 a 190.

Audi All'avanguardia della tecnica 



Audi All'avanguardia della tecnica

UNICA CONCESSIONARIA UFFICIALE PER SALERNO E PROVINCIA
G. Del Priore s.r.l.
Salerno • via Parmenide, 260 • tel. 089.332700 • fax 089.335295



ATTUALITÀ



Se i murales aiutano la produzione

Provate a immaginare dei normali corridoi di un'azienda. Sono bianchi, un po' anonimi, forse in un angolo c'è la macchinetta per caffè e merendine. Alle Arti Grafiche Boccia, tipografia salernitana, sono invece appese ai muri delle opere d'arte contemporanea. Sono nove e segnano un percorso che finisce proprio nello stabilimento, decorato con un grande murales. È la prima volta che una Pmi italiana (150 dipendenti) compie un'operazione di interior design puntando sui giovani e sulla creatività urbana. «L'idea ci è venuta nel 2008, quando abbiamo raddoppiato gli spazi, ma è stato decisivo l'incontro con il team di Inward, l'osservatorio sulla creatività urbana» spiega **Vincenzo Boccia**, amministratore delegato e proprietario assieme al fratello **Maurizio**, oltre che presidente di Piccola Industriache raduna il 90% dei 150 mila iscritti di **Confindustria**, quelli con meno

FABBRICA APERTA

Per la prima volta una pmi fa un'operazione di interior design. Facendo dipingere i capannoni da nove giovani artisti. È quella del presidente dei piccoli di **Confindustria**. Che cresce in... bellezza. di Gabriella Piroli

IMPRESA FAMILIARE

Da sinistra: **Vincenzo Boccia**, il padre **Orazio**, fondatore nel 1967 e oggi presidente della società, il fratello **Maurizio**, consigliere delegato.

di 100 dipendenti.

Perché avete deciso di fare questa operazione artistica?

Perché la fabbrica è progetto, è idea, è energia. Abbiamo nove opere, ciascuna l'abbiamo poi stampata in cento esemplari nel formato 70/100 (con certificazione del notaio). I primi a ricevere le litografie sono stati i nostri dipendenti. Non so se la bellezza salverà il mondo, ma certamente può contribuire a riqualificare la produzione. E poi noi volevamo caratterizzare il nostro stabilimento rispetto al territorio. Adesso la sera il murale è tutto illuminato, a volte ci sono delle macchine che si fermano a guardarlo. Siamo vicini alla ferrovia, ci piace pensare che la gente dai finestrini osservi queste opere d'arte.

Ma nel 2008 sono iniziati tagli e risparmi. Per voi, invece...

Per noi è stato un momento di svolta. In pochi anni siamo passati da un fatturato di 10 milioni

ai 43 di quest'anno. Un aumento di più del 300%.

In un settore maturo come la stampa?

Esattamente. Nel 2008 abbiamo investito in macchinari, prendendo delle rotative giapponesi. A tutt'oggi siamo gli unici in Europa ad avere questi impianti che coniugano flessibilità e potenza industriale: permettono tirature basse in rotativa e restano performanti anche per i grandi numeri.

La versatilità come gioca?

Ci sono due aspetti. Il primo, di mercato, dice che in questa fase le tirature scendono ma le testate aumentano, in un processo di segmentazione. Dunque, occorre più flessibilità che potenza. Il secondo predica che grazie al web si allarga il raggio di azione dello stampatore. La stampa è diventata globale, delocalizzata. Noi siamo a Salerno, ma facciamo il 30% del fatturato in Francia e Inghilterra.

E il resto?

Tra la stampa nazionale abbiamo *Eva Tremila*, *Autocapital*, *Motociclismo*. Tra i quotidiani, *La Repubblica*. Ma stampiamo anche le etichette di Ferrarelle, Acqua Lete, Fiuggi, Sangemini; poi le etichette per le industrie alimentari, tipo Divella, infine i volantini Carrefour, Auchan, ecc. Se si analizza il comparto dei nostri clienti, siamo presenti in segmenti ciclici, anticiclici e aciclici.





Arti Grafiche Boccia

NOVE B per stupire il mondo

Nove gigantesche B dipinte da alcuni tra i più importanti creativi urbani italiani sulla facciata esterna dello stabilimento di Salerno della Arti Grafiche Boccia Spa stupiscono le migliaia di passeggeri che ogni giorno viaggiano in treno e in auto tra Campania e Calabria. Le nove B nascono dal progetto Alephactory di Inward, l'osservatorio internazionale sulla creatività urbana, coordinatore per il ministro della Gioventù e il Cnel del primo Tavolo Tecnico sul tema, realtà unica al mondo nel suo genere, animata dai presidenti di tutte le associazioni per la Creatività Urbana d'Italia, alcuni dei quali direttamente coinvolti in questa produzione artistica.

Arti Grafiche Boccia, una delle più significative realtà dell'industria tipografica italiana, caratterizzata da un'elevata vocazione al mercato europeo e del Mediterraneo, sceglie così di raccontarsi al territorio e ai principali stakeholders del settore con una sapiente strategia di comunicazione firmata da Roberto Race, fra i professionisti più innovativi nel settore e promotore in Italia della figura del direttore relazioni esterne-portavoce "in affitto".

Le nove B contribuiscono ad accendere i riflettori sul nuovo capannone rilevato pochi anni fa e nel quale sono pre-

senti alcuni degli impianti tecnologicamente più all'avanguardia, prime installazioni in Europa.

"Il cuore di quest'iniziativa di cultura e di impresa - scrive il presidente della Commissione Cultura di Confindustria Alessandro Laterza nel volume "Alephactory - Arti Grafiche Boccia sceglie la Creatività Urbana" che racconta l'importante operazione culturale - sta nel ricordarci la dimensione specifica della piccola e media impresa come progetto di vita. La promozione del marchio aziendale viene rovesciata in una sollecitazione creativa a un'ideale comunità di artisti. L'esperienza d'impresa viene tradotta in emozione visiva tra-

L'azienda, una delle principali realtà dell'industria tipografica italiana, promuove la creatività urbana per raccontare la sua crescita. Le lettere sono disegnate sulla facciata esterna dello stabilimento salernitano dai più importanti artisti italiani



Da sinistra:
Vincenzo, Orazio e Maurizio Boccia

LA SCHEDA

Arti Grafiche Boccia Spa è una delle industrie leader nel settore a livello europeo. Si caratterizza per la presenza di alcuni dei più innovativi impianti, in alcuni casi prime installazioni in assoluto in Europa. Arti Grafiche Boccia stampa quotidiani, riviste specializzate, cataloghi, prodotti per la grande distribuzione organizzata, etichette per i comparti dell'agroalimentare, del beverage e del pet food.

L'azienda, fondata negli anni '60, è stata sempre all'avanguardia per intuizioni e scelte imprenditoriali. Attualmente occupa circa centocinquanta addetti. Oltre alla sede produttiva nell'area industriale di Salerno, Arti Grafiche Boccia è presente a Londra, Parigi, Roma e Milano. Negli ultimi anni, nonostante la crisi del settore, l'azienda ha avuto incrementi di fatturato di oltre il 270 per cento, passando da 16 milioni nel 2004 a 43 milioni nel 2010. Alcune tra le tante testate stampate: Eva Tremila, Autocapital, Motociclismo, e il quotidiano Repubblica. Tante anche le aziende clienti: si va dalle etichette di Ferrarelle, Acqua Lete, Fiuggi, Sangemini e Divella ai volantini di Carrefour e di Auchan.

www.artigraficheboccia.it

sferita anche a chi attraversa l'area industriale. Il racconto azienda viene poi incastonato nella narrazione del progetto artistico. Questo ci ricorda che per chi produce beni c'è sì una bellezza intrinseca all'apparato produttivo, ma ci può essere anche l'idea di coltivare un germe di bellezza che genera una produttività diversa".

A Laterza non può che far eco il Presidente di Arti Grafiche Boccia Orazio

Boccia, per il quale "Alephactory è stata un'esperienza pienamente integrata con il nostro modo di essere e di porci verso le svariate espressioni della società. I bellissimi murali che occhieggiano ai nostri visitatori e che, per quanto abituati alla loro presenza, continuano a rallegrare i nostri sguardi, sono anche un segno dell'attenzione che Arti Grafiche Boccia pone al mondo dell'arte, alla cultura, a ciò che di innovativo e positivo si

esprime nella società. Sono diventati un "pezzo" di azienda, lo rivendichiamo con orgoglio; vogliono essere la dimostrazione di quanto abbiamo investito emotivamente, oltre che come filosofia d'impresa, in questa piccola ulteriore avventura."

Ed il progetto è diventato così anche il modo per raccontare una delle più belle aziende italiane. "Arti Grafiche Boccia - sottolinea il direttore di Race Communication Roberto Race, che cura la comunicazione strategica dell'azienda - ha deciso di raccontare la sua storia di successo al di fuori dai soliti schemi: descrivendo i traguardi raggiunti da una realtà passata da azienda di famiglia ad impresa comunità che scommette costantemente su se stessa, attraverso la forma di arte contemporanea più innovativa, apprezzata e fatta propria anche dalle più importanti multinazionali. Con il progetto Alephactory, infatti, Arti Grafiche Boccia entra nel "club" delle realtà che hanno puntato sulla creatività urbana, come Adidas, Nike, Atari, Ecco, Volkswagen, Tim, Volvo, Calvin Klein, Figurine Panini, Seven, Fiat, Mtv, Kuwait Petroleum Italia, Eagle Pictures, Intesa San Paolo, Walt Disney. Quest'ultima, mesi fa, con il progetto Bloc28, ha "trasformato" in un writer il suo personaggio di punta, Topolino".

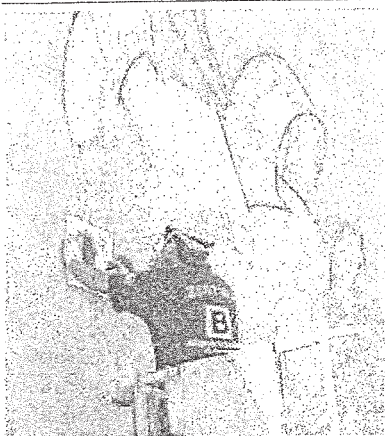
Per il direttore di Inward Luca Borriello "Arti Grafiche Boccia ha compiuto una scelta strategica puntando sulle Associazioni per la creatività urbana, rivolgendosi alle più alte professionalità creative italiane attive nel campo, in linea con uno stile aziendale che fa della ricerca della qualità e dell'eccellenza il suo credo quotidiano. Oggi questo è uno dei progetti di cui si parla di più tra gli addetti ai lavori a livello mondiale."

ERIKA TERMINIO



SALERNO

Il caso



Artisti La realizzazione di una delle opere sullo stabilimento

Le «B» di Boccia all'Alephactory di Inward

Arte in fabbrica. Alle Arti Grafiche Boccia sono appese ai muri delle opere d'arte contemporanea. Sono nove e segnano un percorso che finisce proprio nello stabilimento, decorato con un grande murales. È la prima volta che una Pmi italiana (150 dipendenti) compie un'operazione di interior design puntando sui giovani e sulla creatività urbana.

Sono le gigantesche nove B dipinte da alcuni tra i più importanti creativi urbani italiani sulla facciata esterna dello stabilimento di Salerno a stupire le migliaia di passeggeri che ogni giorno viaggiano in treno ed in auto tra Campania e la Calabria. E le nove B nascono dal progetto Alephactory di Inward, l'osservatorio internazionale sulla creatività urbana, coordinatore per il Ministro della Gioventù ed il Cnel del primo Tavolo Tecnico sul tema, realtà unica al mondo nel suo genere, animata dai presidenti di tutte le Associazioni per la Creatività Urbana d'Italia.

Le nove B contribuiscono ad accendere i riflettori sul nuovo capannone rilevato pochi anni fa. «Alephactory - dice il Presidente di Arti Grafiche Boccia, Orazio Boccia - è stata un'esperienza pienamente integrata con il nostro modo di essere e di porci verso le svariate espressioni della società».

«Arti Grafiche Boccia - sottolinea Roberto Race, che cura la comunicazione strategica l'azienda - ha deciso di raccontare la sua storia di successo», così come hanno fatto già Adidas, Nike, Atari, Ecco, Volkswagen, TIM, Volvo, Calvin Klein.

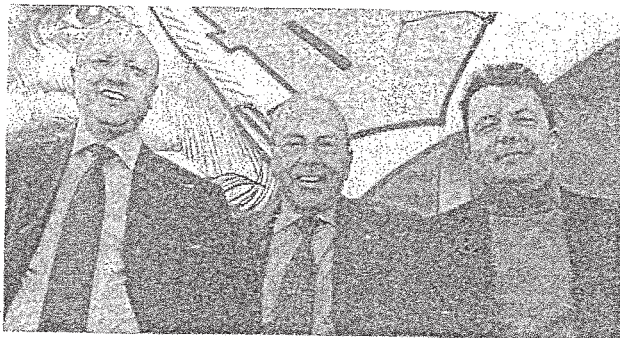
▶ Arti Grafiche Boccia ◀

Nove B per stupire il mondo

Creatività urbana e arte di strada per raccontarsi al territorio: lettere dipinte sull'impianto, progetto affidato all'osservatorio internazionale Inward

Nove murales con altrettante gigantesche lettere "B" dipinte all'interno per raccontare la storia dell'azienda. Anni di lavoro riassunti sulle pareti esterne di uno stabilimento grazie all'inventiva degli artisti di strada, i writers che combinano forme e colori pare dare vita a idee o immagini del passato. Arti Grafiche Boccia di Salerno, una delle principali realtà nazionali dell'industria tipografica, sceglie questa forma innovativa di comunicazione per fare marketing sul territorio e raccontarsi a consumatori, partner e fornitori.

Le opere, affidate a nove tra i più importanti creativi urbani d'Italia, sono ospitate sulla facciata esterna dello stabilimento rilevato qualche anno fa dal gruppo per alloggiare impianti tecnologicamente avanzati con i quali realizzare la stampa di quotidiani, riviste specializzate e cataloghi ma anche etichette per le imprese dei settori agroalimentare, beverage e pet food. Il progetto che ripercorre la storia del-



I fratelli Vincenzo (a sinistra) e Maurizio Boccia e il padre Orazio (al centro)

l'azienda Boccia attraverso i murales si chiama Alephactory ed è realizzato in collaborazione con Inward, l'osservatorio internazionale sulla creatività urbana.

Dall'esperienza nasce anche un volume che contiene all'interno gli interventi di **Alessandro Laterza**, presidente nazionale della commissione Cultura di Confindustria, e **Mauro Giancaspro**, direttore della biblioteca nazionale di Napoli. Le opere allestite presso lo stabilimento dei Boccia a Salerno sono visibili sia dall'autostrada che conduce a Reggio Calabria che dalla tratta ferroviaria che lambisce il sito.

"Il cuore di quest'iniziativa di cultura e di impresa - osserva Laterza - sta nel ricordarci la dimensione specifica della piccola e media impresa come progetto di vita. L'esperienza d'impresa vie-

ne tradotta in emozione viva trasferita anche a chi attraversa l'area industriale". Marketing del territorio, promozione, tradizione, sostegno alla cultura. Nei dipinti a muro ci sono il racconto e la filosofia che ispira l'iniziativa.

"Alephactory - dichiara il presidente dell'azienda, **Orazio Boccia** - è stata un'esperienza pienamente integrata con il nostro modo di essere e di porci verso le svariate espressioni della società. I murales che occhieggiano ai nostri visitatori sono anche un segno dell'attenzione che Arti Grafiche Boccia pone al mondo dell'arte, alla cultura, a ciò che di innovativo e positivo si esprime nella società".

La comunicazione strategica dell'azienda è affidata a **Roberto Race** (Race Communication).

F. G.

MARCHI STORICI

Boccia dà spazio alla creatività con la "street art"

"B" come business. Ma anche come bilancio, benessere, bancnote. E, soprattutto, come il marchio di fabbrica: Arti Grafiche Boccia. Sono nove i murales realizzati da altrettanti artisti italia-

ni sulle mura esterne del capannone della storica ditta salernitana che compongono il progetto di creatività urbana "Alephactory" di Inward, l'osservatorio internazionale sulla creatività urbana.

Un'iniziativa realizzata in partnership con il ministero per la Gioventù ed il Cnel. Le nove coloratissime "B" contribuiscono ad accendere i riflettori sul nuovo capannone rilevato pochi anni fa e nel quale sono presenti alcuni dei più innovativi impianti, prime installazioni in Europa, per la stampa di quotidiani, riviste specializzate, cataloghi, stampati per la grande distribuzione organizzata ed etichette per i comparti dell'agroalimentare, delle bevande e del cibo per animali.

Il progetto è stato raccontato nel volume "Alephactory - Arti Grafiche Boccia sceglie la Creatività Urbana", che si apre con la prefazione del presidente della commissione cultura di Confindustria Alessandro Laterza e con il saggio istruttivo del direttore della Biblioteca nazionale di Napoli Mauro Giancaspro. «Alephactory - ha sottolinea-



to il presidente di Arti Grafiche Boccia, Orazio Boccia - è stata un'esperienza pienamente integrata con il nostro modo di essere e di porci verso le svariate espressioni della società. I bellissimi mura-

In alto
Vincenzo,
Orazio
e Maurizio
Boccia



LA SCHEDA

Arti Grafiche Boccia è una delle industrie leader nel settore a livello europeo. Fondata negli anni '60, oggi occupa circa 150 addetti. Oltre alla sede produttiva nell'area industriale di Salerno, Arti Grafiche Boccia è presente a Londra, Parigi, Roma e Milano. Negli ultimi anni, nonostante la crisi del settore, l'azienda ha avuto incrementi di fatturato di oltre il 270 per cento, passando da 16 milioni nel 2004 a 43 milioni nel 2010.

les che occhieggiano ai nostri visitatori e che, per quanto abituati alla loro presenza, continuano a rallegrare i nostri sguardi, sono anche un segno dell'attenzione che Arti Grafiche Boccia pone al

mondo dell'arte, alla cultura, a ciò che di innovativo e positivo si esprime nella società. Sono diventati un "pezzo" di azienda; vogliono essere la dimostrazione di quanto abbiamo investito emotivamente, oltre che come filosofia d'impresa, in questa piccola ulteriore avventura».

Le aziende che hanno aderito alla singolare iniziativa rappresentano dei marchi internazionali importanti: dall'Adidas alla Nike, passando all'Intesa San Paolo e la Walt Disney. «Arti Grafiche Boccia - sottolinea il direttore di Race Communication Roberto Race - ha deciso di raccontare la sua storia di successo a modo suo: descrivendo i traguardi raggiunti da una realtà passata da azienda di famiglia ad impresa comunità che scommette costantemente su se stessa».

Diletta Turco

© RIPRODUZIONE RISERVATA