



©Archivio della Memoria Elbana

## Le botteghe, ritagli di luoghi identitari

Patrizia Pellegrini



©Archivio della Memoria Elbana

Mi è capitato quasi per caso, rovistando tra vecchie carte, di ritrovare alcuni bozzetti pubblicitari realizzati dal mio babbo negli anni Sessanta del secolo scorso per la Flexografica Toscana, un'azienda livornese che produceva carta e carta velina per avvolgere i prodotti.

In quegli anni infatti in Italia, tutto, dalla frutta, ai fiori, ai dolci, ai vestiti, si vendeva sfuso: niente plastica o cellophane, ma pacchi confezionati dai negozianti con carta stampata specificatamente per loro.

Erano fogli pensati per essere usati e poi buttati, e che invece, a distanza di tanti anni, si sono trasformati in piccole tracce di memoria, che racconta qualcosa del luogo e di chi lo abitava. Quei disegni, semplici ma curati, rendevano ogni acquisto un po' più personale.

Scritte tracciate a mano, dove ogni disegno o parola sembra avere un carattere proprio, come se raccontasse qualcosa di chi stava dietro al bancone.

Sapere che quei bozzetti sono stati fatti dal mio babbo rende tutto ancora più significativo. In quei tratti riconosco la sua precisione, il suo modo silenzioso di osservare e di restituire ciò che vedeva. Con naturalezza e con quel pizzico di ironia, che rendeva l'idea accessibile a chiunque.



© Mario Pellegrini

The discovery of advertising sketches from the 1960s, drawn up by Mario Pellegrini for Flexografica Toscana, takes us on a journey down memory lane.

Those sheets of fine paper are showing us a period of commerce that was identity-based and human, in stark contrast to today's culture of consumption. Beyond the individual products, what emerges is the memory of a slow, authentic sense of community, now replaced by the cold, impersonality of modern packaging.

Der Fund von Werbeentwürfen aus den 1960er Jahren, die Mario Pellegrini für die Flexografica Toscana anfertigte, eröffnet einen Blick auf die Handelskultur jener Zeit. Die auf Transparentpapier ausgeführten Entwürfe dokumentieren eine Form des Handels, die stärker von persönlicher Beziehung und lokaler Identität geprägt war als von den heutigen Mechanismen des Konsums.

Über die Darstellung einzelner Produkte hinaus vermitteln sie die Erinnerung an ein noch intaktes gesellschaftliches Miteinander, das heute größtenteils einer normierten Gestaltung moderner Verpackungen gewichen ist.

Oggi quei fogli sono diventati, quasi senza volerlo, piccole testimonianze di un tempo che non c'è più.

Su questi ritagli compaiono anche negozi dell'Isola d'Elba: empori, fioristi, bar, pizzerie, confezioni, distillerie. Ritrovarli è stato come aprire una finestra su un passato vicino e lontano allo stesso tempo.

Molti di quei negozi oggi non esistono più. Alcuni sono diventati altro, altri hanno semplicemente chiuso. Ma insieme agli spazi è scomparso anche un certo modo di stare insieme. Le Botteghe di Marciana Marina, di Portoferraio, di Porto Azzurro, non erano solo posti dove comprare, erano luoghi identitari, come li definisce Marc Augé e non "spazi di transito, di attraversamento, pensati a prescindere dalla relazione".

Guardandoli ho avuto la sensazione di rivedere un'isola diversa, più lenta, fatta di abitudini quotidiane e di luoghi familiari, agli albori di un turismo che era ancora di prossimità.

Con l'avvento del boom economico e di altre forme di commercio moderno, la carta velina, il libretto dove si segnava il credito per la spesa, possono apparire nostalgiche rievocazioni della nostra identità passata.

Al loro posto imperversano il packaging, il sacchetto di plastica e la carta di credito, per inseguire le numerose promozioni, il costante e seducente invito a consumare di più, secondo una precisa logica del profitto, e non certo come risarcimento delle disuguaglianze di un'epoca passata. Allora osserviamo questi bozzetti legati ad un tempo dove il telefono (se c'era) aveva solo pochi numeri, per farne un viaggio che risvegli un po' la realtà sopita del presente.