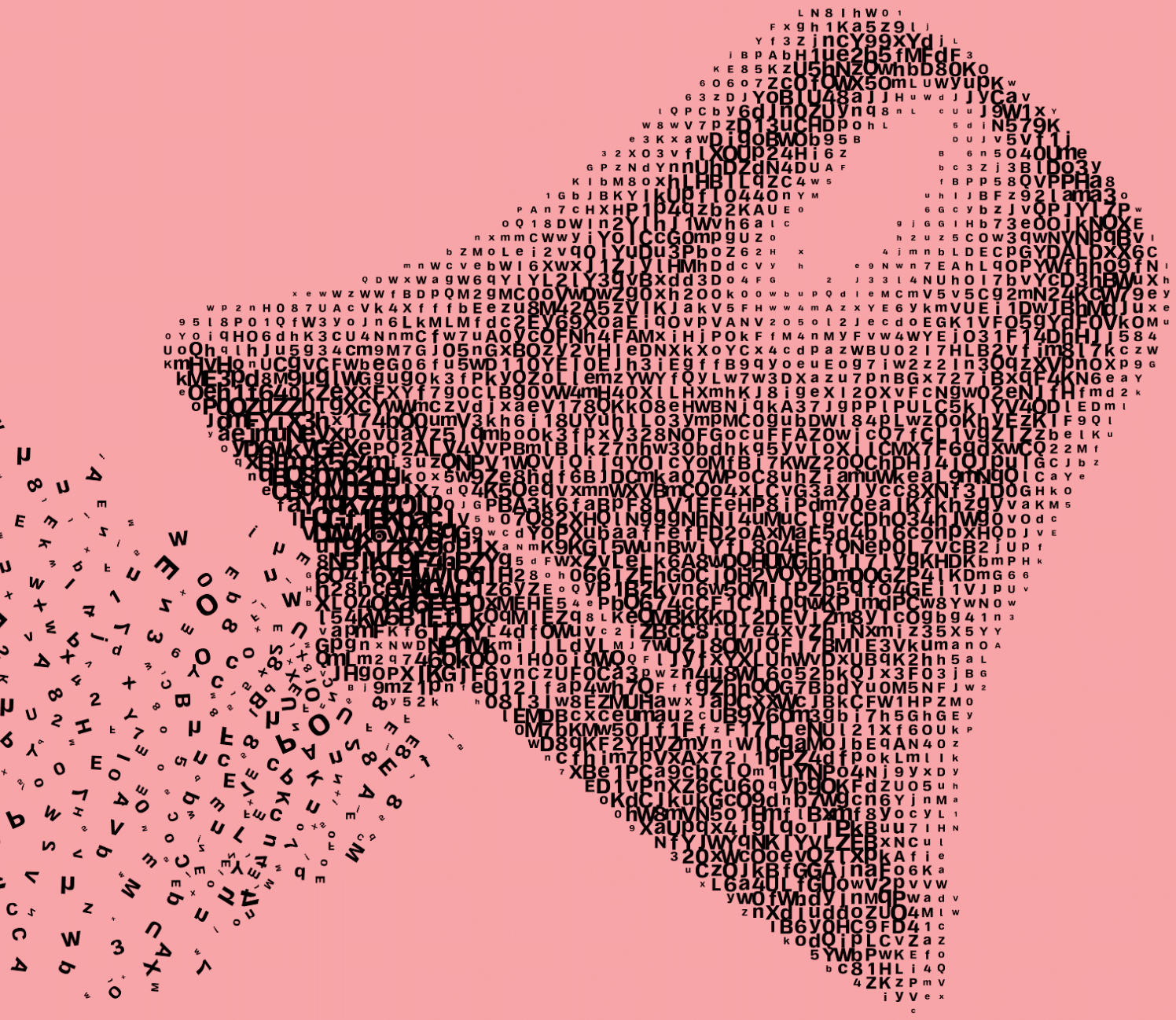
4 | 2023

rivista a cura di
RINASCIMENTO INDUSTRIALE

anno II, n. 4, aprile 2023/
Poste Italiane S.p.A.
Spedizione in Abbonamento
Postale - DL 353/2003, art. 1,
comma 1/ Rubbettino

RUBBETTINO

Lune Elettriche



focus/

I MARCHI STORICI, MEMORIA ATTIVA DEL MADE IN ITALY

L'ASSOCIAZIONE E L'IMPEGNO DEI SOCI FONDATORI

di **Associazione Marchi Storici d'Italia**

Tra i nostri Soci fondatori, Marchesi Antinori, eccellenza vinicola italiana da 26 generazioni, ha un *claim* che fotografa bene la *vision* associativa dei marchi storici: "Futuro antico". La famiglia Antinori ha lasciato un segno indelebile nella storia di Firenze, d'Italia e del vino italiano, che non può essere raccontata nello spazio di una pagina. Ma ci preme raccontare lo slancio con cui proprio la Vicepresidente dell'azienda, Alessia Antinori, anche Vicepresidente dell'Associazione, ha abbracciato sin da subito il progetto per dare un contributo attivo all'intero comparto, in cui tutte le aziende storiche abbiano pari opportunità di ascolto e di sviluppo. La ricerca e la sperimentazione sono sempre state al centro della visione della famiglia. Il loro contributo alle nuove tecniche vinicole in oltre 600 anni di attività, che hanno portato all'introduzione della DOC Chianti in Toscana e alla fondazione dell'Istituto Spumante classico, o alla creazione di vini che hanno segnato una svolta nell'enologia del Chianti Classico come il Tignanello, non sono qui sintetizzabili. Ma ci sembra significativo segnalare come la nuova generazione alla guida dell'Azienda, le sorelle Albiera, Allegra e Alessia, figlie del Marchese Piero, abbiano promosso progetti come la *Primum Familiae Vini* e la nostra Associazione, tutti volti alla tutela dell'attività economica storica quale patrimonio culturale e sociale della Nazione.

Marchesi ANTINORI 26 GENERAZIONI

terme di SATURNIA NATURAL DESTINATION

Mosso da questa stessa motivazione il nostro Presidente, Massimo Caputi, ha promosso il progetto associativo nel 2021, subito dopo aver ottenuto il riconoscimento di Marchio Storico per il Resort Terme di Saturnia, che ha valorizzato con un forte inserimento grafico e di contenuti in tutta la comunicazione aziendale. Terme di Saturnia è un'eccellenza del *Made in Italy* nell'ospitalità, e porta in Associazione la sensibilità del settore turistico, altro caposaldo dell'*Italian way of life* e del PIL nazionale. Il Parco termale è un'icona nel mondo dell'ospitalità e del benessere tra i più grandi d'Europa dove sgorga una sorgente millenaria già scoperta in epoca etrusca dalla quale scaturisce un'acqua termale potentissima, ricca di Bio-Plancton, un'alga che matura spontaneamente nella Sorgente, arricchendola di minerali e sostanze azotate benefiche. Nel 1454, con la concessione dei Bagni di Saturnia, ebbe inizio un periodo florido. Nel 1865, i Bagni furono acquisiti dalla famiglia Ciacci che creò una vera e propria SPA. Nel 1919, Gaspero Ciacci costruì l'hotel, con la sua struttura originale tuttora presente e valorizzata da interventi di riqualificazione e innovazione nell'offerta turistica per internazionalizzare il contesto originario, come la realizzazione del percorso *Golf* a 18 buche, da campionato *Geo-Certified*, progettato dal noto architetto americano Ronald Fream. Terme di Saturnia costituisce un esempio evidente del valore dell'impresa con Marchio Storico, che sa trarre il suo successo dal legame con la natura, restituendo valore in termini di sviluppo economico, formazione delle risorse umane locali, e divulgazione della bellezza paesaggistica italiana, realizzando una storia di comune successo che supera i 100 anni.

Il Marchio Storico non può essere considerato solo simbolo di memorie e tradizioni familiari, ma deve essere trattato quale leva strategica per la valorizzazione del Brand, uno strumento di marketing utile nella creazione di valore per il business aziendale; una "radice storica e memoria attiva", definizione che abbiamo adottato in Associazione Marchi Storici d'Italia, quale ponte tra valorizzazione del saper fare tramandato attraverso generazioni e del saper innovare per il futuro. L'Associazione è nata nel 2021, sulla scia dell'istituzione del Registro speciale dei Marchi Storici di interesse nazionale istituito presso l'allora Mise nel 2019, per iniziativa di un ristretto gruppo di imprenditori con aziende di marca storica molto diversificate, ma legate dal forte desiderio di rivendicare un riconoscimento e un ruolo di primo piano per tutti i Marchi Storici: Antinori, Benetton, Conserve Italia, Ekaf, Gabetti, Inghirami, Lucano, Terme di Saturnia. L'avvio dell'Associazione ha richiesto un periodo adeguato di confronto interno che ha portato a delineare un perimetro molto chiaro di azioni ben distinte dalla tipica rappresentanza di settore. Tra le iniziative prioritarie di carattere trasversale abbiamo in programma eventi, mostre e convegni con il fine di amplificare la comunicazione sui Marchi Storici, in Italia e all'estero, per arrivare a coloro che vorranno avvicinarsi al Made in Italy osservando le sue più profonde radici e comprenderne il futuro.

Con pari entusiasmo si è unito al progetto sin dalla fondazione Gabetti Property Solutions, il cui Amministratore Delegato, Roberto Busso, è il nostro Vicepresidente Vicario. Il Gruppo vanta una storia che dura dal 1950, anno dell'apertura della prima agenzia immobiliare a Torino, da parte di Giovanni Gabetti, definito da molti il padre degli agenti immobiliari e inventore del concetto moderno di agenzia immobiliare, oltre che essere precursore nelle strategie e strumenti di *marketing* e comunicazione del *Real Estate*. Il Gruppo è stato insignito del prestigioso riconoscimento di Marchio Storico nel 2020, anno di compimento dei suoi 70 anni. Giovanni Gabetti era prima di tutto un imprenditore, che ha da subito creduto nelle possibilità offerte dalla propria città e dal mercato immobiliare nei mitici anni Cinquanta, un periodo ancora di post-guerra, ma già agli albori del *boom* economico. Tra gli anni Cinquanta e gli anni Ottanta si realizza la diversificazione del *business* con l'introduzione di attività di finanziamento immobiliare e cantieristica, interventi nel settore industriale per il terziario, il potenziamento dell'attività di ricerca con l'Ufficio Studi e l'innovazione nella comunicazione. Per celebrare questo riconoscimento il Gruppo ha lanciato una campagna dal *claim* "Rendiamo Stabile l'Italia" che richiama due elementi del proprio DNA, l'italianità e l'immobiliare, per ribadire il merito di aver partecipato a rendere "stabile" l'Italia con i suoi 70 anni di attività, contribuendo al benessere degli italiani, degli immobili in cui vivono o lavorano e di ringraziare tutti coloro che lavorano o hanno lavorato in Gabetti e adesso realizzano altrove storie di successo.

Tra i Soci fondatori, icona di una delle quattro A del *Made in Italy* Abbigliamento-Moda, c'è la nota azienda di camiceria Inghirami, fondata dall'Avv. Fabio Inghirami nel 1949, a Sansepolcro in Toscana. L'azienda familiare, nata con l'obiettivo di produrre camicie sartoriali per l'uomo elegante e raffinato, è arrivata oggi alla sua quarta generazione e Tommaso Inghirami segue attivamente in Associazione i lavori del gruppo *marketing*. La Inghirami è stata la prima camicia firmata della moda Italiana e il suo fondatore un pioniere, protagonista dell'industrializzazione italiana e innovatore che ideò la prima camicia no-stiro. Dallo sviluppo post bellico dell'Alta valle del Tevere all'internazionalizzazione del Gruppo negli anni Novanta, Inghirami ha dimostrato che l'integrazione di sinergie e il potenziamento di aziende in crisi, acquisendole e risanandole, poteva assicurare lo sviluppo non solo del gruppo, con avanzamento tecnico e ammodernamento dei processi, ma dell'intero contesto socioeconomico. Sul finire degli anni Settanta già anticipava i tempi avviando acquisizioni di aziende in crisi con Marchio Storico evitando lo sperpero di risorse e preziose esperienze professionali. Ci piace pensare che oggi l'Avv. Inghirami plauderebbe all'impegno dell'azienda da lui fondata, non solo per aver ottenuto per i propri Marchi Storici Cassera e Pancaldi il prestigioso riconoscimento, ma per essere divenuta fondatrice dell'Associazione che si propone di tutelarli e valorizzarli.

Restando nel settore Abbigliamento-Moda, ha aderito subito all'iniziativa anche Massimo Renon per il gruppo Benetton, ambasciatore dello stile *casual chic* contemporaneo e uno dei *brand* più conosciuti, multiculturali e amati al mondo e che ha varato un'innovativa comunicazione universale, valida per tutti al di là dei confini, del colore della pelle, della lingua arrivando a costituire un centro di ricerca sulla Comunicazione, Fabrica, la cui sfida è l'innovazione e l'internazionalità, per coniugare cultura e industria non affidandosi più soltanto alle formule pubblicitarie tradizionali; ed è proprio il CEO di Fabrica Carlo Tunioli a curare la comunicazione di Benetton in Associazione. Nonostante il Gruppo sia stato sempre proiettato in una dimensione internazionale, ha mantenuto forti legami con il territorio d'origine, la Provincia di Treviso, in cui è nata nel 1965 a Ponzano Veneto, grazie ad attività culturali, centri studi e molti progetti che ruotano intorno allo sport promuovendo l'incontro tra giovani, e con l'impegno sociale nel controllo della filiera della lavorazione dei tessuti, nel rispetto dei principi etici, ambientali e di diritto del lavoro, per sottolineare l'inscindibile rapporto di crescita sinergica tra un Marchio Storico ed i valori fondanti d'impresa. La cura dell'azienda per il proprio patrimonio industriale è minuziosa: già nel 2009 l'Archivio Benetton situato in un sito produttivo riconvertito in area museale dall'Architetto Tobia Scarpa, custodisce il patrimonio dei 50 anni di attività, non per essere Museo, ma per raccontare ispirazione e valori del DNA del gruppo quali spunti di creatività per il futuro.

UNITED COLORS OF BENETTON.

Conserve Italia conta ben quattro Marchi Storici, Yoga, Cirio, Derby e Jolly Colombani. Una storia legata allo sviluppo del movimento cooperativo in Emilia Romagna, già con la nascita negli anni Sessanta del Consorzio CALPO, reso possibile dall'impegno di produttori che hanno scommesso sui processi di trasformazione e commercializzazione dei prodotti, valorizzandoli. E non a caso Maurizio Gardini, presidente del Gruppo, tra i promotori del nostro progetto, è anche presidente di Confcooperative. Le tappe fondamentali avvengono con l'acquisizione di importanti stabilimenti produttivi e marchi che hanno permesso di raddoppiare le proprie dimensioni industriali e commerciali. Alla base del successo di Conserve Italia vi è proprio il modello cooperativo, un gruppo di aziende che si muovono all'unisono con l'obiettivo di valorizzare i derivati della frutta, del pomodoro e dei vegetali con una forte politica di investimento sui marchi. Particolare menzione merita la storia di Francesco Cirio, fondatore dell'omonima azienda e tra i pionieri dell'industria alimentare italiana, che ha introdotto in Italia nel 1856 il metodo della conservazione degli alimenti, rivoluzionando le abitudini di consumo di milioni di famiglie, tanto da farne un romanzo "Che il mondo ti somigli. La saga di Francesco Cirio" per ripercorrere la vita del giovane piemontese che nell'Italia dell'Ottocento cerca riscatto per sé e la sua famiglia, giungendo nel 1867 ad importanti riconoscimenti all'Esposizione Universale di Parigi dando alla luce un *brand* ancora oggi conosciuto e apprezzato.

Ekaf Industria nazionale del Caffè ha alle proprie spalle una storia di eccellenza che ha fatto del marchio un sinonimo di eccellenza italiana. La Torrefazione "Columbia", aperta dalla famiglia Pieri a Livorno nel 1946 punta subito ad offrire un caffè di qualità. L'attività decolla rapidamente e giunge all'apertura di un nuovo stabilimento a Livorno nel 1973, segnando il passaggio da una Torrefazione artigianale classica, realizzata in laboratorio-magazzino, ad un opificio industriale e moderno che unisce gli aspetti migliori della torrefazione tradizionale ad un processo produttivo certificato e tecnologico. Ma è nel 1990 che avviene la svolta con l'acquisizione della più grande Torrefazione della Liguria, la Ekaf di Genova, con il marchio Eureka creato dal "mago del caffè" Ugo Meraldi e la bolognese Filicori, nata a Bologna nel 1883. Nel 1996 i tre marchi storici Columbia, Filicori ed Ekaf, si uniscono per dare vita al nuovo *brand* "Cellini" che rapidamente diffonde i valori cui si ispira l'attività imprenditoriale per portare all'estero l'esperienza del vero espresso italiano. La nascita nel 2005 di un nuovo e avanzato stabilimento consentirà di continuare a puntare sul valore aggiunto della storia dei propri *brand* mantenendo viva la tradizione. L'attuale conduzione del gruppo, il cui Amministratore Delegato Giorgio Boggero ha anche lui voluto l'azienda tra i soci fondatori della nostra Associazione, sta dimostrando come il marchio storico sia un valore irrinunciabile nel quadro di un riassetto distributivo, tecnico e finanziario tra i maggiori dell'industria del caffè italiano.

Lucano 1894 è la storica azienda che, partita da un liquore nato dalla più profonda tradizione locale, è diventata una dei più importanti gruppi nazionali nella produzione e commercializzazione di *spirits*. Amaro Lucano nasce a Pisticci, in provincia di Matera, a fine Ottocento grazie all'intuizione del suo giovane fondatore, Pasquale Vena, riscuotendo subito un incredibile successo tanto da diventare fornitori ufficiali di Casa Savoia. In poco tempo Amaro Lucano passa da azienda locale a realtà imprenditoriale apprezzata in tutta Italia, fino ad essere tra i primi precursori nella pubblicità, con investimenti in comunicazione su nuovi prodotti e mercati, a partire dal famoso e più conosciuto *claim* "Cosa vuoi di più dalla vita? Un Lucano" che l'azienda ha registrato in quanto identificativo del Marchio stesso. Oggi Lucano 1894 punta molto alla valorizzazione del marchio storico, evidente nel museo aziendale "Essenza Lucano" dove giovani artisti grafici hanno saputo contestualizzare la storia dell'azienda in un linguaggio, anche figurativo, accessibile alle nuove generazioni, e rimanendo ancora fortemente legato al territorio lucano. La famiglia Vena, giunta con Francesco, Leonardo e Letizia, alla quarta generazione, ha aperto l'ingresso a *manager* e consulenti di esperienza rimanendo attiva sul mercato internazionale. Un *brand* storico tra i nostri fondatori che contribuisce al racconto e alla valorizzazione di marchi che hanno una lunga storia alle spalle, ma che al tempo stesso sono stati capaci di rinnovarsi ponendo l'attenzione sulla qualità dell'offerta e sui temi di sostenibilità, sempre al servizio dei consumatori.