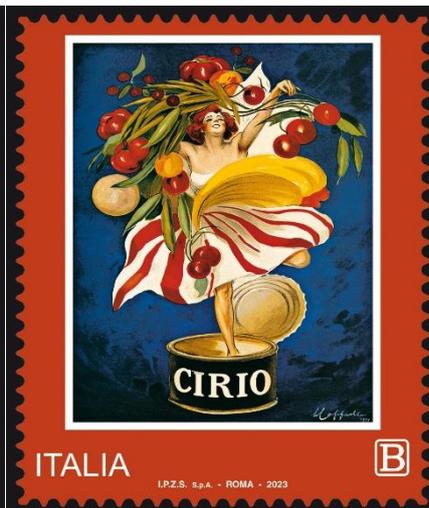




Ministero delle Imprese e del Made in Italy

Marchi storici del settore agroalimentare. Francobolli dedicati a De Cecco, Cirio, Vismara, Santa Rosa, Ambrosoli



Il Ministero emette oggi , 4 maggio 2023, cinque francobolli ordinari appartenenti alla serie tematica le Eccellenze del sistema produttivo ed economico dedicati ai marchi storici di interesse nazionale del settore agroalimentare: De Cecco, Cirio, Vismara, Santa Rosa, Ambrosoli, ciascuno con indicazione tariffaria B.

Le vignette propongono elementi figurativi tipici dei rispettivi marchi italiani storici e precisamente: per De Cecco, una spigolatrice, simbolo dell'azienda agroalimentare De Cecco che caratterizza da sempre i suoi prodotti, spicca in primo piano sull'attestato della medaglia d'oro conquistata all'Esposizione Universale di Chicago nel 1893. In basso, a sinistra, sono presenti le bandiere italiana e americana, rappresentative dei due Paesi dove il prodotto è più amato e conosciuto, e, in alto, è riprodotto il logo dell'azienda;

per Cirio, un manifesto d'epoca dell'azienda Cirio risalente agli anni Venti, realizzato dall'illustratore e pittore italiano Leonetto Cappiello;

per Vismara, un cameriere serve in un piatto da portata alcune eccellenze dei salumi insaccati firmati Vismara. In alto è riprodotto il logo dell'azienda;

per Santa Rosa, il logo dell'azienda Santa Rosa è incastonato al centro dell'iconico vasetto, da cui, idealmente, esplode un vortice di frutta;

per Ambrosoli, il caratteristico vasetto di miele Ambrosoli, con la storica etichetta su cui spicca il logo dell'azienda, svetta su alcuni fiori in cui un'ape raccoglie del nettare; sullo sfondo due bambini corrono felici su un prato.

Completano i francobolli la scritta "Italia" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzettisti: Fabio Abbati per il francobollo dedicato a De Cecco; a cura del Centro Filatelico della Produzione dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. per il francobollo dedicato a Cirio; Matias Hermo per i francobolli dedicati a Vismara e Santa Rosa; Gaetano Ieluzzo per il francobollo dedicato ad Ambrosoli.

Tiratura: duecentomila quattro esemplari per ciascun francobollo

Fogli: ventotto esemplari

I francobolli sono stampati dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato SpA, in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente; grammatura: 90 g/mq; supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq; adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco); formato carta e formato stampa: 40 x 48 mm; formato tracciatura: 47 x 54 mm; dentellatura: 9 effettuata con fustellatura; colori: quattro per il francobollo dedicato a De Cecco, cinque per i francobolli dedicati a Cirio e Vismara, quadricromia per i francobolli dedicati a Santa Rosa e ad Ambrosoli.

Poste Italiane comunica che oggi 4 maggio 2023 vengono emessi dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy cinque francobolli ordinari appartenenti alla serie tematica “*le Eccellenze del sistema produttivo ed economico*”, dedicati ai Marchi storici di interesse nazionale del settore agroalimentare: **De Cecco, Cirio, Vismara, Santa Rosa, Ambrosoli**, relativi al valore della tariffa B pari a 1,20€ per ciascun francobollo.

Tiratura: duecentomilaquattro esemplari per ciascun francobollo.

Fogli da ventotto esemplari.

I francobolli sono stampati dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente.

Bozzetti: Fabio Abbati per il francobollo dedicato a De Cecco; a cura del Centro Filatelico della Produzione dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. per il francobollo dedicato a Cirio; Matias Hermo per i francobolli dedicati a Vismara e Santa Rosa; Gaetano Ieluzzo per il francobollo dedicato ad Ambrosoli.

Le vignette: ognuna propone elementi figurativi tipici dei rispettivi marchi italiani storici e precisamente:

De Cecco: una spigolatrice, simbolo dell'azienda agroalimentare De Cecco che caratterizza da sempre i suoi prodotti, spicca in primo piano sull'attestato della medaglia d'oro conquistata all'Esposizione Universale di Chicago nel 1893. In basso, a sinistra, sono presenti le bandiere italiana e americana, rappresentative dei due Paesi dove il prodotto è più amato e conosciuto, e, in alto, è riprodotto il logo dell'azienda.

Cirio: un manifesto d'epoca dell'azienda Cirio risalente agli anni Venti, realizzato dall'illustratore e pittore italiano Leonetto Cappiello.

Vismara: un cameriere serve in un piatto da portata alcune eccellenze dei salumi insaccati firmati Vismara. In alto è riprodotto il logo dell'azienda.

Santa Rosa: il logo dell'azienda Santa Rosa è incastonato al centro dell'iconico vasetto, da cui, idealmente, esplode un vortice di frutta.

Ambrosoli: il caratteristico vasetto di miele Ambrosoli, con la storica etichetta su cui spicca il logo dell'azienda, svetta su alcuni fiori in cui un'ape raccoglie del nettare; sullo sfondo due bambini corrono felici su un prato.

Completano i francobolli la scritta “ITALIA” e l'indicazione tariffaria “B”.

Gli annulli primo giorno di emissione saranno disponibili presso lo Spazio Filatelia Roma per tutti i francobolli, presso l'ufficio postale di Pescara Centro per il francobollo dedicato a De Cecco; presso l'ufficio postale di San Lazzaro di Savena (BO) per il francobollo dedicato a Cirio; presso l'ufficio postale di Casatenovo (LC) per il francobollo dedicato a Vismara; presso l'ufficio postale di Bologna Centro per il francobollo dedicato a Santa Rosa e presso l'ufficio postale di Ronago (CO) per il francobollo dedicato a Ambrosoli.

I francobolli e i prodotti filatelici correlati, cartoline, tessere e bollettini illustrativi saranno disponibili presso gli Uffici Postali con sportello filatelico, gli “Spazio Filatelia” di Firenze, Genova, Milano, Napoli, Roma, Roma 1, Torino, Trieste, Venezia, Verona e sul sito filatelia.poste.it.

Per l'occasione sono state realizzate cinque cartelle filateliche, una per ogni francobollo, in formato A4 a tre ante, contenente una quartina di francobolli, un francobollo singolo, una cartolina annullata ed affrancata, una busta primo giorno di emissione e il bollettino illustrativo, al prezzo di 20€ ciascuna.

Emissione di francobolli ordinari appartenenti alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicati ai Marchi storici di interesse nazionale del settore agroalimentare: De Cecco, Cirio, Vismara, Santa Rosa, Ambrosoli





Data di emissione: 4 maggio 2023.

Valori: tariffa B.

Tiratura: duecentomilaquattro esemplari per ciascun francobollo.

Vignette: ognuna propone elementi figurativi tipici dei rispettivi marchi italiani storici e precisamente:

De Cecco: una spigolatrice, simbolo dell'azienda agroalimentare De Cecco che caratterizza da sempre i suoi prodotti, spicca in primo piano sull'attestato della medaglia d'oro conquistata all'Esposizione Universale di Chicago nel 1893. In basso, a sinistra, sono presenti le bandiere italiana e americana, rappresentative dei due Paesi dove il prodotto è più amato e conosciuto, e, in alto, è riprodotto il logo dell'azienda.

Cirio: un manifesto d'epoca dell'azienda Cirio risalente agli anni Venti, realizzato dall'illustratore e pittore italiano Leonetto Cappiello.

Vismara: un cameriere serve in un piatto da portata alcune eccellenze dei salumi insaccati firmati Vismara. In alto è riprodotto il logo dell'azienda.

Santa Rosa: il logo dell'azienda Santa Rosa è incastonato al centro dell'iconico vasetto, da cui, idealmente, esplose un vortice di frutta.

Ambrosoli: il caratteristico vasetto di miele Ambrosoli, con la storica etichetta su cui spicca il logo dell'azienda, svetta su alcuni fiori in cui un'ape raccoglie del nettare; sullo sfondo due bambini corrono felici su un prato.

Completano i francobolli la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzettisti: Fabio Abbati per il francobollo dedicato a De Cecco, a cura del Centro Filatelico della Produzione dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. per il francobollo dedicato a Cirio; Matias Hermo per i francobolli dedicati a Vismara e Santa Rosa; Gaetano Ieluzzo per il francobollo dedicato ad Ambrosoli.

Stampa: Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia.

Colori: quattro per il francobollo dedicato a De Cecco, cinque per i francobolli dedicati a Cirio e Vismara, quadricromia per i francobolli dedicati a Santa Rosa e ad Ambrosoli.

Carta: bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente.

Grammatura: 90 g/mq.

Supporto: carta bianca, Kraft monosiliconata da 80 g/mq.

Adesivo: tipo acrilico ad acqua, distribuito in quantità di 20 g/mq (secco).

Formato carta e formato stampa: 40 x 48 mm.

Formato tracciatura: 47 x 54 mm.

Dentellatura: 9 effettuata con fustellatura.

Fogli: ventotto esemplari.

Codici: 1000002306 per il francobollo dedicato a De Cecco, 1000002307 per il francobollo dedicato a Cirio, 1000002308 per il francobollo dedicato a Vismara, 1000002309 per il francobollo dedicato a Santa Rosa, 1000002310 per il francobollo dedicato ad Ambrosoli.

Prodotti filatelici correlati

Francobollo dedicato a De Cecco

Bollettino illustrativo: € 10,00, tiratura 500 esemplari numerati, cod. 1060014613.

Buste Primo Giorno: € 2,50, cod. 1060014614 (Pescara), cod. 1060014801 (Roma).

Cartolina non oblitterata: € 1,30, cod. 1060014615.

Cartolina oblitterata: € 2,50, cod. 1060014617.

Folder: € 20,00, formato A4 3 ante, tiratura 1.500 esemplari numerati, cod. 1060014618.

Tessera: € 2,50, tiratura 1.200 esemplari numerati, cod. 1060014619.

Francobollo dedicato a Cirio

Bollettino illustrativo: € 10,00, tiratura 500 esemplari numerati, cod. 1060014620.

Buste Primo Giorno: € 2,50, cod. 1060014621 (San Lazzaro di Savena), cod. 1060014802 (Roma).

Cartolina non oblitterata: € 1,30, cod. 1060014622.

Cartolina oblitterata: € 2,50, cod. 1060014624.

Folder: € 20,00, formato A4 3 ante, tiratura 1.500 esemplari numerati, cod. 1060014625.

Tessera: € 2,50, tiratura 1.200 esemplari numerati, cod. 1060014626.

Francobollo dedicato a Vismara

Bollettino illustrativo: € 10,00, tiratura 500 esemplari numerati, cod. 1060014627.

Buste Primo Giorno: € 2,50, cod. 1060014628 (Casatenovo), cod. 1060014803 (Roma).

Cartolina non oblitterata: € 1,30, cod. 1060014629.

Cartolina oblitterata: € 2,50, cod. 1060014631.

Folder: € 20,00, formato A4 3 ante, tiratura 1.500 esemplari numerati, cod. 1060014632.

Tessera: € 2,50, tiratura 1.500 esemplari numerati, cod. 1060014633.

Francobollo dedicato a Santa Rosa

Bollettino illustrativo: € 10,00, tiratura 500 esemplari numerati, cod. 1060014634.

Buste Primo Giorno: € 2,50, cod. 1060014635 (Bologna), cod. 1060014804 (Roma).

Cartolina non oblitterata: € 1,30, cod. 1060014636.

Cartolina oblitterata: € 2,50, cod. 1060014638.

Folder: € 20,00, formato A4 3 ante, tiratura 1.500 esemplari numerati, cod. 1060014639.

Tessera: € 2,50, tiratura 1.200 esemplari numerati, cod. 1060014640.

Francobollo dedicato ad Ambrosoli

Bollettino illustrativo: € 10,00, tiratura 500 esemplari numerati, cod. 1060014650.

Buste Primo Giorno: € 2,50, cod. 1060014651 (Ronago), cod. 1060014805 (Roma).

Cartolina non oblitterata: € 1,30, cod. 1060014652.

Cartolina oblitterata: € 2,50, cod. 1060014654.

Folder: € 20,00, formato A4 3 ante, tiratura 1.500 esemplari numerati, cod. 1060014655.

Tessera: € 2,50, tiratura 1.200 esemplari numerati, cod. 1060014656.

A commento dell'emissione vengono realizzati i rispettivi bollettini illustrativi con articoli a firma della Direzione Comunicazione e Media del Gruppo De Cecco; di Maurizio Gardini, Presidente di Conserve Italia, per il francobollo dedicato a Cirio; dell'Ufficio Marketing Vismara; della Direzione Marketing Santa Rosa Gruppo Valsoia S.p.A.; di Alessandro Ambrosoli, Presidente G.B. Ambrosoli S.p.A.

Gli Sportelli Filatelici degli Uffici Postali di Pescara Centro, San Lazzaro di Savena (BO) e Bologna Centro, gli Uffici Postali di Casatenovo (LC) e Ronago (CO) e lo "Spazio Filatelia" di Roma, sito in Piazza San Silvestro 20, utilizzeranno, il giorno di emissione, i relativi annulli speciali realizzati da Filatelia di Poste Italiane.

I francobolli ed i prodotti filatelici correlati possono essere acquistati presso gli Uffici Postali abilitati, gli "Spazio Filatelia" di Firenze, Genova, Milano, Napoli, Roma, Roma 1, Torino, Trieste, Venezia, Verona e sul sito filatelia.poste.it.

Il Ministero delle Imprese e del Made in Italy è l'Autorità emittente dei francobolli.

Roma, 4 maggio 2023

Testo bollettino

De Cecco celebra i suoi 130 anni di attività nel mercato americano. È una storia imprenditoriale quella della famiglia De Cecco che risale al 1831, quando Nicola Antonio De Cecco avviò la sua attività di molitura a Fara San Martino. Nel 1886, suo figlio Filippo Giovanni De Cecco iniziò a produrre pasta con gli ingredienti perfetti a portata di mano: la semola di alta qualità che suo padre produce e l'acqua pura della sorgente. Unita alla selezione rigorosa dei migliori grani. Ma è nel 1888, che Filippo ebbe l'idea che cambiò per sempre la De Cecco e tutto il mondo della produzione della pasta. Ideò, progettò e l'anno successivo mise in funzione il primo sistema artificiale di essiccazione ad aria calda. Questa invenzione rivoluzionò la produzione della pasta, poiché rese il processo più veloce, più controllato e più sicuro. Inoltre, estese la durata del prodotto, che manteneva inalterate le caratteristiche organolettiche. In questo modo la pasta De Cecco poteva essere spedita in Paesi lontani come gli Stati Uniti.

E i risultati non tardarono a venire. Nel 1893, infatti, De Cecco vinse la medaglia d'oro per la "migliore struttura, colore e consistenza dei suoi maccheroni e vermicelli". Una consacrazione internazionale che avvenne all'Esposizione universale di Chicago, seguita da diversi altri prestigiosi premi in diverse città del mondo.

Da allora la qualità superiore della pasta De Cecco è diventata sinonimo di eccellenza e punto di riferimento internazionale anche per i concorrenti.

Nei tempi moderni un'altra svolta si registra negli anni '70. Precisamente nel 1973, quando Filippo Antonio De Cecco, insieme ai suoi cugini Renato e Puccio, divenne amministratore dell'azienda. Dal 1993, è il presidente del Gruppo. Sotto la sua guida, De Cecco è diventato il terzo produttore di pasta al mondo. L'azienda ha registrato una significativa crescita, passando da player regionale a brand internazionale, senza per questo mai perdere di vista l'eccellenza dei suoi prodotti.

Direzione Comunicazione e Media del Gruppo De Cecco

Testo bollettino

Da oltre 160 anni Cirio rappresenta l'eccellenza della cucina italiana nel mondo. Questa storia di successo inizia nel 1856 quando Francesco Cirio (all'epoca un ventenne originario di Nizza Monferrato), avvia a Torino la sua impresa introducendo per primo in Italia la tecnica dell'appertizzazione per la conservazione dei prodotti ortofrutticoli e ricevendo nel 1867 importanti riconoscimenti alla Grande Esposizione Universale di Parigi. Alla morte del fondatore, avvenuta il 9 gennaio 1900, l'industria "Cirio – Società Generale delle Conserve Alimentari" risulta tra le più grandi in Europa nel settore agroalimentare.

L'eredità di Francesco Cirio viene raccolta dalla famiglia Signorini che promuove lo sviluppo dell'Azienda con nuovi stabilimenti conservieri in Campania. Dalla metà degli anni Venti, Cirio entra nel vissuto delle famiglie italiane con un sapiente utilizzo degli strumenti pubblicitari. Il claim "Come natura crea, Cirio conserva" accompagna questa crescita.

Nel 1970 la Cirio viene ceduta alla SME (società del Gruppo IRI) che la controlla fino al 1993, anno della privatizzazione.

Nel 2004 Cirio passa a Conserve Italia, Gruppo cooperativo leader europeo dell'industria conserviera. Si avvia così il processo di internazionalizzazione del marchio, che diviene sempre più ambasciatore del Made in Italy nel mondo. Nel 2013 si rinnova l'immagine di Cirio secondo i valori di sempre e con uno sguardo al futuro che valorizza qualità e italianità dei prodotti.

Maurizio Gardini
Presidente di Conserve Italia

Testo bollettino

Nel cuore della Brianza, in una terra fertile, ricca di tradizione e cultura gastronomica, nel 1898 Francesco Vismara fondò una delle imprese che segneranno la storia della salumeria italiana. Un marchio che, come recita lo storico claim “*Ho una fame che vedo Vismara*”, è entrato nel tempo a far parte della quotidianità degli italiani che riconoscono la qualità e il gusto unico dei suoi prodotti.

Nel periodo tra le due guerre mondiali, Vismara comincia a crescere, nonostante fosse un momento molto difficile per l'economia italiana del tempo; negli anni '50 superati i confini nazionali, Vismara comincia a farsi conoscere in tutto il mondo esportando i suoi prodotti in Paesi come Francia, Germania e persino Canada. Vismara è stata una delle prime aziende ad esportare i tipici salumi italiani in Europa e nel mondo.

È negli anni '60 che Vismara entra nelle case degli italiani non solo con i suoi prodotti ma anche attraverso la televisione, con le prime pubblicità. La storia di Vismara è imprescindibilmente legata al territorio.

L'azienda ha avuto, fin dagli inizi, un importante ruolo sociale, rappresentato innanzitutto dalla centralità dello stabilimento di Casatenovo. Ogni giornata lavorativa anziché dalle campane della chiesa, era scandita dal suono della sirena che richiamava gli operai al lavoro. «*Un'ape previdente operosa solo al calar del sol riposa*». Questa era la scritta che troneggiava sul muro appena superato l'ingresso dello stabilimento. Del resto il motto nel primo marchio «*labor non clamor*» che circondava l'ape non lasciava dubbi: alla Vismara si lavorava e non si perdeva tempo!

Negli anni '80 e '90 si susseguono cambi di gestione, prima con Carlo De Benedetti, allora proprietario della Buitoni, quindi con la multinazionale Nestlé; nel 2000 il marchio e l'impresa, simbolo dell'imprenditorialità del nostro Paese tornano di proprietà italiana: Vismara entra a far parte del Gruppo Agroindustriale Ferrarini. Le sinergie del gruppo hanno portato ad incrementare la produzione con la conseguente costruzione, a pochi km dalla storica sede, di un nuovo stabilimento che diviene operativo dal 2012.

Dal 1898 ad oggi la filosofia Vismara è quella di produrre nel rispetto assoluto delle tradizioni contando sull'utilizzo delle più avanzate tecnologie produttive. Tutto il sapore della tradizione Vismara si ritrova nella produzione delle sue mortadelle che sono il risultato di un mix di tagli nobili e spezie opportunamente dosate secondo la ricetta brianzola. La Vismarissima, “l'originale dal 1898”, rappresenta il fiore all'occhiello della produzione.

La tradizione Vismara si ritrova anche in ogni salame. Tutte le tipologie di salame nascono da una miscela di macinato di carne e grasso di suini selezionati, sale e la cosiddetta “concia”, ovvero l’insieme di spezie, aromi e ingredienti aggiunti secondo le tradizioni locali. Questa, insieme alla stagionatura, contribuisce a dare ad ogni salame Vismara la sua spiccata personalità.

Completano la gamma prodotti, i prosciutti cotti e crudi, le migliori specialità della salumeria italiana e il mondo del libero servizio, con gli affettati in vaschetta e gli Ingredienti.

Ufficio Marketing Vismara

Testo bollettino

La confettura Santa Rosa nasce nel 1968, presso l'azienda bolognese Panigal, che decise di produrre a livello industriale un prodotto che unisse tutte le caratteristiche di bontà della confettura fatta in casa, con la garanzia di sicurezza, la capacità di selezione della frutta migliore e la costanza di qualità che solo una lavorazione organizzata può consentire.

Da allora, Santa Rosa ha sempre tenuto fede alla sua promessa di offrire prodotti di elevata qualità, che rispettassero e mantenessero inalterata la bontà della frutta. La selezione della materia prima era ed è elemento centrale della filosofia Santa Rosa, che da sempre assicura ai propri consumatori un prodotto che affonda le sue radici nella migliore tradizione conserviera in cui la frutta è protagonista indiscussa: una confettura con tanta frutta a pezzettoni.

Nei primi anni Settanta Santa Rosa rinnovò le abitudini alimentari del nostro Paese inventando La Passata Pomodorissimo, la prima passata di pomodoro in bottiglia - novità assoluta - e ottenuta dalla sgrondatura del pomodoro e non dalla concentrazione, processo che consente di mantenere maggiormente le caratteristiche organolettiche del pomodoro appena colto.

Da allora Pomodorissimo Santa Rosa ha aggiunto alla sua gamma nuovi prodotti al passo con i gusti e le esigenze dei consumatori, come i Pezzettoni, la prima polpa cubettata fatta solo con pomodori italiani in un sugo ristretto e i Sughi senza grassi, una vera novità nel mercato dei sughi pronti, preparati solo con pomodoro e verdure fresche senza olio e senza grassi aggiunti.

A fine anni '80, a seguito della cessione della società, il marchio fu acquistato da CPC e poi da Unilever. Nell'ottobre del 2011 il marchio Santa Rosa è stato infine acquistato da Valsoia: tale acquisizione risulta essere coerente con la promessa di Valsoia di firmare solo prodotti sani, equilibrati e buoni.

Fin dalle origini Santa Rosa si è affermata per la sua bontà anche grazie alle campagne pubblicitarie che da sempre comunicano sapori tradizionali e genuini, un prodotto adatto a tutta la famiglia e un'ottima colazione per i bambini.

Un marchio oggi noto a tutti, capace di accompagnare per anni le famiglie italiane e riconosciuto come lo specialista della confettura, da sempre.

Oggi Santa Rosa è una marca affermata che si avvale di una grande esperienza nella lavorazione della frutta e conserva una modalità produttiva che rispetta il prodotto e le sue caratteristiche peculiari.

Allo stesso tempo però è una marca capace di interpretare le esigenze in evoluzione dei consumatori, adeguando la sua offerta e ampliandola seguendo le più recenti tendenze del mercato, tra cui le confetture senza zuccheri aggiunti.

Direzione Marketing Santa Rosa
Gruppo Valsoia S.p.A.

Testo bollettino

La storia di Ambrosoli è legata a quella del suo fondatore, Giovanni Battista Ambrosoli, che nei primi anni del Novecento, a Ronago in provincia di Como, sviluppa un'autentica passione per l'apicoltura.

“Divenni apicoltore perché ero un consumatore appassionato di miele”.

Ufficialmente la ditta G.B. Ambrosoli nasce con l'iscrizione alla Camera di Commercio di Como nell'anno 1923.

In pochi anni l'azienda riuscì a sviluppare un'apicoltura moderna e iniziò a confezionare il miele in vasetti, con particolare riguardo alla qualità della materia prima.

Il nuovo prodotto si diffuse rapidamente grazie anche alla pubblicità per radio di recente invenzione, che diede la possibilità di far conoscere al pubblico i pregi e i valori del miele.

Nel 1930 l'innovazione e la ricerca portano alla creazione di due nuovi e rivoluzionari prodotti: le caramelle ripiene di miele e la “Cera Ambra”, cera d'api per pavimenti e mobili.

Negli anni successivi entra nella gestione dell'impresa Costantino Ambrosoli, figlio del fondatore e rientrato da una preziosa esperienza negli Stati Uniti d'America, con cui l'azienda avrà sempre ottimi rapporti commerciali.

Una tradizione di famiglia che continua ancora oggi.

Negli anni '30 abbiamo assistito a un primo boom di richieste di prodotti a base di miele. Per far fronte alla domanda sempre crescente, abbiamo iniziato a selezionare i migliori produttori di miele anche all'estero, inaugurando così un modello di business che ancora oggi rappresenta la chiave del nostro successo.

Dati i limiti della produzione di miele in Italia, ci affidiamo anche a produttori insediati nelle zone tra le più pure del mondo, come le pianure incontaminate dell'Argentina e

le praterie più remote di Ungheria e Moldavia. Zone scarsamente popolate, dall'aria pulita, e il cui miele si distingue per la sua eccezionalità.

Il nostro miele oggi viene fatto come una volta, per poi essere confezionato con tecniche moderne. L'obiettivo è quello di un secolo fa: il lavoro costante e meticoloso a favore della qualità, la ricerca e la sperimentazione di nuove tecniche di apicoltura, la diffusione della cultura e della tradizione dei territori di cui l'azienda si fa interprete.

Nel 2023 siamo orgogliosi di poter celebrare i 100 anni di storia della nostra azienda, costruita giorno dopo giorno sulla relazione diretta con i nostri produttori, selezionati in maniera rigorosa, sul legame con i nostri dipendenti, divenuti ormai una grande famiglia con cui condividiamo entusiasmo e scelte, e sul rapporto di fiducia con i nostri clienti nazionali e internazionali.

Una leadership proiettata nel futuro.

Oggi siamo riconosciuti in tutto il mondo per la qualità dei nostri prodotti a base di miele. Il nostro successo si fonda sulla passione per l'apicoltura nel rispetto delle tradizioni e sulla costante inclinazione per l'innovazione.

In Italia, il nostro miele è il più venduto e le nostre caramelle al miele sono le più scelte. Alla conoscenza approfondita di tutti i processi naturali affianchiamo la ricerca e la sperimentazione di nuove tecniche di apicoltura.

Questa è la ragione per cui ogni giorno consumatori e partner commerciali continuano a sceglierci in diversi Paesi.

“Al miele non si aggiunge e non si toglie nulla”: è il primo dei valori in cui la nostra azienda crede e su cui basa la sua attività da un secolo. Lo disse il fondatore Giovanni Battista Ambrosoli a suo figlio, consegnandogli il segreto del successo di un'impresa profondamente connessa con la natura.

Crediamo nel rispetto per i delicati equilibri del nostro ecosistema, che contribuiamo ogni giorno a preservare con politiche attente alla vita delle api e all'ambiente in cui vivono.

Crediamo nella famiglia come valore fondante di ogni nostro progetto: la famiglia Ambrosoli che dal 1923 offre al mondo il suo miele migliore, le famiglie dei

collaboratori e dei produttori che ne garantiscono la qualità, le famiglie che in tutto il mondo scelgono il miele per la loro alimentazione.

Crediamo in un'etica del lavoro che fonda le sue radici nella tradizione italiana, ricca di saperi e competenze che si tramandano da generazioni, con cui riusciamo a trasformare ancora oggi una materia prima semplice ma complessa nella sua essenza in un prodotto in grado di suscitare la stessa meraviglia di una volta.

La qualità è sempre certificata.

È passato un secolo, ma il rigore che mettevamo nella selezione dei produttori di miele non è mai cambiato. Ancora oggi, i nostri fornitori devono superare diversi test di conoscenza e livelli di fiducia che possono durare anche anni.

Le materie prime dei nostri prodotti sono ottenute nel rispetto dell'ambiente e della biodiversità, nella consapevolezza del ruolo fondamentale svolto dall'apicoltura nell'ecosistema.

Trasformiamo il miele con tecnologie che ne proteggono l'integrità organolettica e nutrizionale, sottoponendolo a costanti controlli, attraverso analisi in laboratori sia interni, sia esterni e indipendenti.

Ambrosoli è un marchio che significa qualità e sicurezza per le persone che lo scelgono ogni giorno in tutto il mondo.

Dott. Alessandro Ambrosoli
Presidente G.B. Ambrosoli S.p.A.