Baci Perugina. Le ragioni di un successo italiano

Di *Daniela Puggioni*
Creato il *25/02/2014 - 18:49*
Articolo di: Daniela Puggioni

 [1]

Nell'**Ala Brasini del Complesso del Vittoriano** fino al 23 marzo 2014 sarà ospitata la mostra ad ingresso gratuito ***"Baci Perugina. Un amore italiano."***
Un'occasione per conoscere e comprendere tutti i diversi fattori che concorrono al successo di un'attività produttiva.

La mostra è divisa in due sezioni la prima è dedicata alla nascita della **Perugina**. La storia iniziò da un piccolo negozio di pasta a San Sepolcro aperto da **Giovanni Battista Buitoni** e **Giulia Buoninsegni** sua moglie, nel 1827 nacque poi, ad opera dei figli **Giuseppe** e **Giovanni** nel 1856 a Città di Castello la Buitoni, che ebbe come prodotto di punta la **pastina glutinata** per ammalati e bambini. **Francesco Buitoni**, figlio di Giovanni, decise di ampliare l'attività e il 30 novembre 1907, a Perugia, costituì insieme a **Spagnoli, Andreani** e **Ascoli** la ***"Società Perugina per la Fabbricazione dei Confetti"***, che diventerà poi ***"La Perugina - Cioccolato e Confetture"***.

Luisa Sargentini (1877- 1935), sposata a Spagnoli, uno dei soci, durante la prima guerra mondiale rimase da sola insieme ai figli, **Mario** e **Aldo** a gestire la fabbrica, che alla fine del conflitto da 15 iniziali dipendenti aveva già raggiunto le cento unità. Luisa, nata da un pescivendolo e una casalinga, fu attenta e sensibile alle esigenze delle operaie e, poiché nella azienda lavoravano soprattutto donne, **creò un asilo nido dotato anche della sala per l'allattamento, una struttura all'avanguardia anche in Europa**. Un esempio raro di persona che raggiunto il successo non dimentica le esigenze dei dipendenti ed è consapevole che la fatica più gravosa ricade sulla donna, costretta, oltre al lavoro fuori casa, a sobbarcarsi anche quello a casa.

A questa formidabile donna e imprenditrice insieme a **Giovanni Buitoni**, figlio di Francesco si deve una visione moderna di fare impresa. **Luisa**, che dette anche il nome alla **tavoletta di cioccolata fondente**, inventò il **Bacio**. L'idea partì dalla necessità di utilizzare la granella di nocciole derivata dalla lavorazione di altri prodotti. Gianduia, granella di nocciole, guarnita da una nocciola intera e ricoperta di cioccolato fondente Luisa così nacque il **Bacio**. All'inizio ebbe il nome di ***"Cazzotto"***, per la forma che ricordava il pugno, fu poi cambiato, su suggerimento di **Giovanni Buitoni**, in **Bacio**. Il **Bacio** nasce nel 1922, vista l'epoca, non è strano la sua creatrice abbia pensato al cazzotto.

Il celebre disegno, icona del prodotto e legato alla pubblicità del cioccolatino è ispirato al *Bacio* di **Francesco Hayez**. Fu realizzato negli anni '20 da **Federico Seneca**, direttore artistico della Buitoni-Perugina, un esponente del ***Futurismo***, una corrente artistica che innovò profondamente la grafica pubblicitaria e anche il linguaggio. Alla fine della guerra **Luisa Spagnoli** decise di dedicarsi anche all'allevamento del pollame e dei **conigli d'angora** . I conigli non erano uccisi e neanche tosati, ma pettinati per ricavare la **lana d'angora** per i filati; un procedimento utilizzato anche per la **lana cachemire** proveniente dalla pettinatura delle capre.

L'azienda nasce nel 1928, all'inizio la lana viene usata per le creazioni di scialli, boleri e indumenti alla moda è

l'inizio del marchio **Luisa Spagnoli**. **L'attenzione alle condizioni dei dipendenti** di Luisa fu continuata dai figli che, negli anni quaranta, in un periodo critico segnato dalla guerra regalarono ai loro operai per Natale maglie, calze e lana. C**ostruirono, inoltre, per i dipendenti casette a schiera, organizzarono nursery per i figli e una piscina nello stabilimento di Santa Lucia**. Nel 1923 il marito di Luisa si ritirò dalla società Perugina, probabilmente anche a causa della relazione che era iniziata tra la moglie e **Giovanni Buitoni**, più giovane di lei di quattordici anni, che così ebbe la quota di maggioranza nella società.

Ai fattori vincenti già descritti: **qualità del prodotto**, **creatività**, **innovazione** e **attenzione ai dipendenti**, si aggiunse una non comune capacità di di comprendere l'importanza della pubblicità e del nuovo strumento che poteva veicolarla: la radio. Proprio per la radio (**EIAR**), **Aldo**, figlio di **Luisa Spagnoli** e allora direttore della pubblicità, per superare la crisi indotta dalla tassa sullo zucchero, ideò nel 1934 **la prima campagna pubblicitaria di straordinario successo legata alla radio**, **primo caso di sponsorizzazione in Italia**. Si trattò di un concorso di figurine disegnate da **Angelo Bioletto** e basate sui personaggi della trasmissione radiofonica a puntate, la prima andò in onda il 18 ottobre 1934.

"I Quattro Moschettieri" di **Angelo Nizza** e **Corrado Morbelli** erano un adattamento dal celeberrimo romanzo di **Dumas**, creato dallo stesso **Spagnoli** in cui comparivano i più strampalati personaggi, anche contemporanei. Il concorso consisteva nell'acquistare prodotti della **Perugina** che contenevano figurine da raccogliere in un album, che una volta completato permetteva di partecipare ad un concorso radiofonico a premi, che aveva in palio, tra l'altro, la mitica automobile **FIAT Topolino**. Si scatenò una febbrile ricerca alle figurine: la Bella Sulamita, il Cardinale Richelieu, l'Abate Faria, le Figlie di Ramsete e la più famosa di tutte, perché introvabile, il **Feroce Saladino**. Il programma e il concorso furono soppressi nel 1937 del Ministro delle Finanze del regime fascista, per le proteste delle aziende concorrenti.

Ritornando al **Bacio**, a **Federico Seneca**, si deve anche l'ideazione del celeberrimo **cartiglio** all'inizio ironico, poi sentimentale, un altro fattore di successo. La seconda parte della mostra è proprio dedicata al mitico Bacio, in questa sezione è illustrata l'evoluzione delle confezioni e della pubblicità negli anni, sia cartacea che televisiva, compresa quella di un **Carosello** di annata dove compare anche **Vittorio Gassman**. La mostra è anche l'occasione per presentare la campagna ***"Autografi d'Amore"*** in collaborazione con **Agire** (**Agenzia Italiana Risposta Emergenze**) per sostenere **"Data4Life"**, progetto che mira a ottimizzare le risorse in casi di emergenze. A scrivere pensieri d'amore sui mitici cartigli sono stati chiamati Alessandro Siani, Beppe Fiorello, Claudio Amendola, Francesca Neri, Ficarra&Picone, Vincenzo Salemme, Claudia Gerini, Margherita Buy, Anna Valle, lo chef Alessandro Borghese, Nicoletta Romanoff, Benedetta Parodi, e Neri Parenti.

Apprendiamo da alcuni quotidiani (**Unità**, **Fatto Quotidiano**) che la **Perugina**, che ora è di proprietà della **Nestlé**, ha chiesto la **cassa integrazione** proprio per i lavoratori che producono i **Baci**, anche questa è una emergenza, sociale a cui prestare attenzione. La differenza di visione imprenditoriale e comportamento tra una **multinazionale** come la **Nestlé** e un'imprenditrice vera come **Luisa Spagnoli** può aiutare a comprendere le vere ragioni della crisi.

Pubblicato in: GN16 Anno VI 27 febbraio 2014
//
Scheda**Titolo completo:**
Baci Perugina
Un amore italiano
Roma, Complesso del Vittoriano
Sala Giubileo – Ala Brasini
13 febbraio – 23 marzo 2014
Ingresso gratuito
Orario: Tutti i giorni dalle 9.30 – 19.30
Ultimo ingresso: 45 minuti prima dell'orario di chiusura
Per informazioni: tel. 06/6780664; www.comunicareorganizzando.it [2]
L'esposizione, promossa da Nestlé, è organizzata da Comunicare Organizzando in collaborazione con l'Archivio Storico Perugina.

- Arte

URL originale: https://www.gothicnetwork.org/articoli/baci-perugina-ragioni-di-successo-italiano

Collegamenti:
[1] https://www.gothicnetwork.org/immagini/feroce-saladino
[2] http://www.comunicareorganizzando.it

??www.gothicnetwork.org | www.gothicnetwork.it??? ©2008-2026
Testata giornalistica registrata c/o Tribunale di Roma n. 391/2008 del 20/11/2008 | Informativa cookies