

Responsabilità sociale d'impresa come filo conduttore della Fabbrica e del Museo della Liquirizia Amarelli



Marketing territoriale, sostenibilità, valorizzazione del territorio, promozione culturale, contributo alla reputazione della Città e della regione come destinazione turistica di qualità, sostegno costante alla creatività ed al talento. Anche per il 2019 è stata la responsabilità sociale d'impresa il filo conduttore che ha contraddistinto ed ispirato risultati, riconoscimenti, partnership, iniziative ed eventi della Fabbrica e del Museo della Liquirizia Amarelli.

Da **Il Foglio** a **Touring**, dal **TG2 EAT PARADE**, la prima rubrica di telegiornale dedicata all'enogastronomia all'olandese emittente televisiva **POSVIDEO**, dall'inglese **WAG TV** che per **DISCOVERY CHANNEL** si è addentrata nelle stanze destinate allo stoccaggio, alla lavorazione e al confezionamento della liquirizia per costruire una puntata di **HOW DO THEY DO IT – COM'È FATTO**. – Sono, queste, solo alcune delle prestigiose testate giornalistiche che si sono occupate di Amarelli e del suo ruolo di impresa culturale e di ambasciatrice nel mondo del Made in Italy. L'esperienza imprenditoriale e familiare che da 300 anni ed 11 generazioni continua a distinguere la Calabria del fare e dell'eccellenza è stata, con Corigliano

Rossano, anche tra i protagonisti del viaggio sulla strada dell'eccellenza italiana raccontato per immagini da **Peugeot su Il Sole 24 Ore**.

Il 2019 in pillole. È stato l'anno del nuovo **amarelli.it**. Il sito della liquirizia italiana per antonomasia, geolocalizzatore e marcatore identitario di Corigliano-Rossano e della Calabria si è rifatto il look. Sulla stessa linea il restyling dell'espositore da banco che contiene tutta la gamma e le sfumature della liquirizia, riconosciuta ormai in tutto il mondo come la ricetta italiana. **Tutti i gusti della liquirizia** è il nome che ne sintetizza metodo ed obiettivi. – Creatività è la parola d'ordine della partnership con l'artista **Massimo Sirelli** che ha firmato la **limited edition** delle piccole confezioni di latta da 20 grammi, scrigni ed icone del brand della plurisecolare esperienza imprenditoriale e familiare, ricercate e apprezzate dai collezionisti di tutto il mondo. Le iconiche scatoline di metallo sono state inserite anche nella selezione del **Fattobene pop-up** ed esposte al **MoMa Design Store di Soho**, a New York. – Per la prima volta nel Sud Italia, Corigliano-Rossano ha ospitato l'Unione Imprese Storiche Italiane (UISI) per l'incontro d'estate, la convention periodica ed itinerante promossa dal prestigioso sodalizio. – Con la mostra **Amarelli: le radici della nostra storia, l'Azienda** ha inaugurato lo spazio espositivo Open Future di Confindustria a Matera, Capitale Europea della Cultura 2019. – Il **Museo della Liquirizia**, tra gli attrattori più forti di questo territorio, punto d'incontro tra tradizione e innovazione, ha superato anche quest'anno, nel mese di luglio, il proprio record di presenze e visite, confermando la capacità di emozionare lungo tutta la timeline identitaria che descrive la storia dell'impresa culturale.

Dalla partecipazione alla XVIII edizione della **Settimana nazionale della Cultura d'Impresa** e a **S.E.M.I. Storie di**

Eccellenza Merito e Innovazione, alla designazione della responsabile marketing e commerciale **Margherita Amarelli** quale membro della commissione che svilupperà il progetto di mobilità sul territorio nazionale rivolto agli studenti delle scuole secondarie di secondo grado, **Erasmus Italiae**, promosso con il Ministero dell'Istruzione. Partner del Festival di Villa Ada – Roma incontra il mondo. Rientrano tra i riconoscimenti ottenuti dalla Famiglia Amarelli anche i **Premi Ambrosoli** e **Elisa Frauenfelder** a **Pina Amarelli** e l'elezione dell'Amministratore Delegato **Fortunato Amarelli** a Presidente di Confindustria Cosenza