



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Barilla S.p.A., nel 145° anniversario della fondazione





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 6 dicembre 2022, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Barilla S.p.A., nel 145° anniversario della fondazione, tariffa B.

Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., 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: 30 x 40 mm;

formato tracciatura: 37 x 46 mm;

dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;

colori: quattro;

tiratura: trecentomilaquindici esemplari;

foglio: quarantacinque francobolli.

La vignetta riproduce la rivisitazione grafica di un manifesto pubblicitario della Barilla realizzato da Giuseppe Venturini nel 1947, in cui si incastona il logo ufficiale dell'azienda multinazionale italiana.

Completano il francobollo la legenda "DAL 1877", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzetto: a cura del Gruppo Barilla e ottimizzato dal Centro Filatelico della Direzione Operativa dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.

Roma, 6 dicembre 2022.

Corporate Affairs - Filatelia

Giovanni Machetti



Il Gruppo Barilla

La storia Barilla inizia a Parma nel 1877 con l'apertura, da parte di Pietro Barilla senior (1845-1912), del primo negozio di pasta e pane in Strada Vittorio Emanuele. Nel 1910 l'azienda costruisce il primo stabilimento in Via Veneto, appena fuori le mura cittadine, e lancia il primo marchio aziendale, che raffigura un garzone di bottega mentre versa il tuorlo d'un grosso uovo in una madia colma di farina. Nel 1912, con la morte di Pietro la guida dell'azienda passa ai figli Gualtiero (1881-1919) e Riccardo (1880-1947) che, dopo la improvvisa scomparsa del fratello, rimane a gestire da solo l'impresa. I mezzi pubblicitari utilizzati all'epoca sono semplici e limitati e fra questi spiccano i calendari. Alle soglie della Seconda guerra mondiale Barilla è uno dei pastifici tecnologicamente più avanzati del Paese.

Nel 1947 muore Riccardo Barilla e i figli Pietro (1913-1993) e Gianni (1917-2004) prendono in mano le redini dell'azienda. Nello stesso anno, a testimonianza della ripartenza postbellica, viene lanciato il poster "In alto dal 1877" di Giuseppe Venturini (1913-1979). Nel 1952 inizia la collaborazione con Erberto Carboni (1899-1984) che rappresenterà una svolta epocale per l'Azienda: un nuovo marchio, confezionamento di tutti i prodotti, immagine coordinata a stand fieristici, mezzi di trasporto e i primi comunicati pubblicitari in televisione con la presenza di artisti famosi (Giorgio Albertazzi, Dario Fo, Mina).

Negli stessi anni viene costruito il nuovo stabilimento lungo l'Autostrada del Sole vicino Parma (il più grande e moderno pastificio del mondo), ma il suo costo e il clima sociale conflittuale spingono i fratelli Barilla a vendere l'azienda alla multinazionale americana Grace nel 1971.

Nell'ottobre del 1975 le prime confezioni di biscotti Mulino Bianco Barilla fanno la loro comparsa nei punti vendita e in breve tempo il nuovo marchio diventa leader di mercato nel settore dei prodotti da forno.

Nel luglio 1979, dopo una lunga trattativa, Pietro Barilla torna in possesso della "sua" azienda, impegnandosi a rilanciare la pasta. Con lo spot "Alta Società" diretto da Federico Fellini inizia un lungo e fortunato periodo di pubblicità che, abbinate alla musica di Vangelis, sono ormai entrate nell'immaginario collettivo: il Treno, il Gattino, Fusillo..., con cui Barilla consolida la propria leadership a livello nazionale: l'eredità che Pietro Barilla lascia, morendo il 16 settembre 1993, ai figli Guido, Luca, Paolo ed Emanuela Barilla. Essi avviano un forte percorso di espansione internazionale attraverso acquisizioni, investimenti industriali, testimonial di eccezione sia in Italia che all'estero.

In occasione dei suoi 145 anni, Barilla ha rinnovato il suo impegno per la società e per il pianeta. Alla base di questo impegno c'è una nuova Purpose che racchiude in poche



parole la vera essenza del suo modo di fare impresa: *“La gioia del cibo per una vita migliore”*. Un impegno a offrire alle persone la gioia che il cibo buono e ben fatto può dare loro, prodotto con ingredienti selezionati provenienti da filiere responsabili, contribuendo in questo modo a un presente e a un futuro migliore.

Queste ed altre significative azioni, intraprese negli anni dal Gruppo grazie anche alla dedizione e passione delle proprie Persone, hanno portato l’Azienda familiare italiana a divenire oggi leader in diverse categorie di prodotto e ad essere riconosciuta tra le 20 aziende con la più alta reputazione al mondo.

Gruppo Comunicazione e Relazioni Esterne di Barilla