



Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Martini & Rossi S.p.A., nel 160° anniversario della fondazione





Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 5 luglio 2023, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato a Martini & Rossi S.p.A., nel 160° 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: 30 x 40 mm;  
formato stampa: 28 x 36 mm;  
formato tracciatura: 37 x 46 mm;  
dentellatura: 11 effettuata con fustellatura;  
colori: tre;  
tiratura: settecentottomila esemplari in minifogli da dodici;  
minifoglio: dodici esemplari;  
colori: tre;  
formato carta minifoglio: 147 x 159 mm.

La vignetta raffigura un profilo femminile stilizzato con cappello a falda larga che tiene in mano un calice di Martini, delimitato, in basso, dal logo Martini.

Completano il francobollo la legenda "160 ANNI", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzettista: Tiziana Trinca.

Roma, 5 luglio 2023.

Corporate Affairs - Filatelia  
Giovanni Machetti



## L'aperitivo non sarebbe aperitivo senza MARTINI®

La storia di Martini & Rossi nasce a Torino nel 1863, quando i due soci Alessandro Martini e Teofilo Sola, fondarono la nuova società con il nome di Martini, Sola e C.ia, insieme al terzo socio, il liquorista Luigi Rossi.

Nel 1864 la produzione fu trasferita a Pessione, piccola frazione di Chieri situata strategicamente sulla linea ferroviaria Torino-Asti-Genova e punto nodale tra le colline del Monferrato produttore di vini, le Alpi Cuneesi da cui provenivano preziose erbe aromatiche e Genova, porta aperta su tutti i mercati mondiali. È qui che nasce, grazie alla ricetta ideata da Luigi Rossi, il MARTINI® Rosso, il vermouth che renderà l'azienda famosa in tutto il mondo, a cui presto seguiranno il MARTINI® Dry (1898) e il MARTINI® Bianco (1910), senza dimenticare la produzione di spumanti charmat (il fresco, fruttato e dolce Asti) e metodo classico, di China MARTINI® e Bitter.

Dopo i primi riconoscimenti ottenuti alle Esposizioni Internazionali di Dublino (1865) e Parigi (1867), una straordinaria sequenza di successi e riconoscimenti provenienti da tutto il mondo contribuisce ad arricchire il medagliere della Società, che nel corso della sua storia otterrà il titolo di "fornitore ufficiale" di molte Case Reali.

Il 1879 è l'anno della morte del socio Teofilo Sola: la ragione sociale diventa definitivamente Martini & Rossi. Nelle mani dei successori di Luigi Rossi, la strategia persegue il rafforzamento delle relazioni estere attraverso la creazione di filiali amministrative, distributive e produttive. Nacquero una nuova distilleria a vapore a Montechiaro d'Asti (1901), le filiali e i magazzini di Buenos Aires (1884), Ginevra (1886), Barcellona (1893) seguiti da Parigi, Bruxelles, Londra, New York, Hong Kong, Costantinopoli, Bucarest, Yokohama e così via fino a raggiungere, alla fine dell'Ottocento, gli angoli più remoti del mondo.

Nei manifesti pubblicitari, fin dalla fine dell'Ottocento, Martini & Rossi si avvale del talento di famosi illustratori come Marcello Dudovich, Jean Droit, Leonetto Cappiello, Armando Testa e molti altri artisti. In tempi più recenti, testimonial e celebrità di calibro internazionale e slogan indimenticabili come "No MARTINI® no party" hanno contribuito a rafforzare l'iconicità del brand.

La terza generazione alla guida dell'Azienda, rimasta in capo alla famiglia Rossi, a partire dagli anni Trenta del '900 avvia il potenziamento dello stabilimento di Pessione, proseguendo senza sosta nella distribuzione dei propri prodotti in ogni angolo del mondo.

Durante il proibizionismo americano, nel 1920 Martini & Rossi divenne la prima azienda italiana ad esportare un vermouth analcolico negli Stati Uniti. Cento anni più tardi, il marchio avrebbe creato ancora una volta un rivoluzionario aperitivo analcolico, questa volta per una nuova generazione che abbraccia il bere consapevole.



La comunicazione raggiunge nuove vette negli anni Cinquanta e Sessanta con la diffusione delle Terrazze MARTINI® a Parigi (1957), Milano (1958), Londra, Bruxelles, Barcellona, San Paolo e Genova (1965); con il Museo MARTINI® di Storia dell'Enologia, inaugurato a Pessione nel 1961, il primo museo del vino in Italia (oggi parte di Casa MARTINI® Brand Home); e nel 1968 con la creazione di MARTINI® Racing: il trionfo dell'impegno di Martini & Rossi nello sport, le cui radici affondano negli anni Venti del Novecento con le prime sponsorizzazioni sul ciclismo.

Martini & Rossi è da tempo pioniere nel fare la cosa giusta per l'ambiente. Nei decenni trascorsi a guidare le pratiche sostenibili, l'Azienda ha raggiunto molti traguardi significativi.

Da generazioni, Martini & Rossi ha a cuore l'ambiente, i suoi fornitori e le sue comunità. Già a partire dagli anni Trenta del '900 l'azienda avvia le opere sociali a favore dei lavoratori, la scuola materna, gli alloggi a basso costo per i dipendenti, la colonia estiva per i loro figli, per citarne solo alcune. Nel 1987, l'Osservatorio MARTINI® viene istituito in provincia di Asti come centro dedicato alla promozione di metodi di coltivazione sostenibili, in primo luogo per i vini e, più recentemente, per le numerose erbe aromatiche utilizzate per creare i vermouth e la gamma di aperitivi analcolici. Il 100% delle cantine dell'intero portafoglio Martini & Rossi è ora certificato come sostenibile. Dall'utilizzo di fonti di energia verde all'utilizzo di vetro riciclato, Martini & Rossi continua a fare la cosa giusta per il pianeta.

Il Gruppo Martini incontra un altro Gruppo a conduzione familiare, Bacardi, a cui affida la distribuzione dei suoi prodotti negli Stati Uniti. Questo crea un rapporto di fiducia e stima professionale reciproca che porterà alla creazione di importanti joint venture distributive.

Nel 1993 Bacardi acquisisce Martini & Rossi per creare un'unica realtà produttiva, commerciale e distributiva. Forte di solide tradizioni e orientata al futuro, Bacardi è la quarta più grande azienda di alcolici al mondo e Martini & Rossi è al centro del suo portafoglio di alcolici premium di livello mondiale.

Giorgio Castagnotti  
Presidente Martini & Rossi S.p.A.

Massimo Barboni  
General Manager Martini & Rossi S.p.A.