Emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato ai Marchi storici di interesse nazionale del settore agroalimentare: Santa Rosa

Poste Italiane comunica che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha emesso, il giorno 4 maggio 2023, un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" dedicato ai Marchi storici di interesse nazionale del settore agroalimentare: Santa Rosa, 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: 40 x 48 mm;
formato tracciatura: 47 x 54 mm;
dentellatura: 9 effettuata con fustellatura;
colori: quadricromia;
tiratura: duecentomilaquattro esemplari;
foglio: ventotto francobolli.

La vignetta propone elementi figurativi tipici del marchio italiano storico e precisamente: il logo dell'azienda Santa Rosa è incastonato al centro dell'iconico vasetto, da cui, idealmente, esplode un vortice di frutta.

Completano il francobollo la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

Bozzettista: Matias Hermo.

Roma, 4 maggio 2023.

Corporate Affairs - Filatelia
Giovanni Machetti

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.