

27-05-2025 05:05

Margherita Amarelli insignita del premio internazionale Bronzi di Riace

L'evento si è tenuto a Firenze presso Palazzo dei Medici Riccardi



CORIGLIANO-ROSSANO – «L’heritage non è solo memoria, ma energia competitiva, capace di generare valore nel presente e nel futuro. Grazie alla coerenza nella comunicazione, alla valorizzazione della cultura d’impresa e alla capacità di innovare nel rispetto della tradizione, il brand Amarelli ha saputo trasformare la propria storia in leva di internazionalizzazione. In un’epoca in cui l’autenticità è più potente della pubblicità, le aziende che sanno valorizzare il proprio heritage possono diventare non solo marchi forti, ma vere e proprie icone culturali».

È quanto ha dichiarato il direttore marketing e commerciale Margherita Amarelli intervenendo nei giorni scorsi alla tavola

1 rotonda CULTURAL & BRAND HERITAGE. IL VALORE DEL
2 PATRIMONIO STORICO E CULTURALE PER IL SISTEMA PAESE E PER I
3 MARCHI DEL MADE IN ITALY ospitato dal Circolo degli Esteri, il
4 circolo del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione
5 Internazionale, sul Lungotevere dell'Acqua Acetosa, a Roma.

6 All'evento promosso su iniziativa del Ministero dell'Università e
7 della Ricerca in collaborazione con l'Università degli Studi di
8 Napoli Parthenope e l'Università degli Studi Internazionali di
9 Roma, coordinati da Alessandro De Nisco, dell'UNINT, insieme ad
10 Amarelli, sono intervenuti Daniela Brignone, curatrice
11 dell'Archivio storico e Museo Birra Peroni; Armando De Nigris, Vice
12 Presidente dell'Associazione Marchi Storici d'Italia; Domenico
13 D'Antonio, Direttore Marketing di Oropan, Laura Mori,
14 Professoressa ordinaria di glottologia e linguistica presso UNINT,
15 Francesco Silvestro, Senatore della Repubblica e CEO di Silver
16 Prince.

17 Tra gli altri presenti anche Roberto Luongo, Consigliere del
18 Ministro delle Imprese e del Made in Italy e Segretario Generale
19 del Comitato Leonardo e Fabrizio Lobasso, Vice Direttore
20 Generale per la Promozione del Sistema Paese e Direttore
21 Centrale per l'Internazionalizzazione Economica, Ministero degli
22 Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.

23 «Il brand Amarelli – ha spiegato il direttore marketing e
24 commerciale - si distingue per una identità forte e coerente che
25 si fonda su tre pilastri principali: l'autenticità garantita dalla
26 filiera corta e controllata e da una ricetta di tradizione senza
27 compromessi; la cultura, che si promuove attraverso il Museo
28 della Liquirizia Giorgio Amarelli che ogni anno attira migliaia di
29 visitatori e rappresenta un modello di marketing territoriale ed
30 esperienziale; la Storia ed il Made in Italy di cui Amarelli è
31 ambasciatrice nel mondo non solo per i prodotti, ma anche per il
32 packaging raffinato che richiama lo stile vintage e le radici
33 nobiliari della famiglia. Il Museo della Liquirizia – ha aggiunto
34 ancora Margherita Amarelli - non è solo uno spazio espositivo, ma

1 un'esperienza immersiva che permette di toccare con mano la
2 storia e la cultura dell'azienda. Questa leva esperienziale è
3 fondamentale per turisti e buyer internazionali, perché crea un
4 legame emotivo con il brand».

5 Sempre nei giorni scorsi, a Firenze, a Palazzo dei Medici Riccardi,
6 Margherita Amarelli che si è detta molto emozionata per il
7 riconoscimento tributato alla sua persona e al lavoro portato
8 avanti con il fratello Fortunato, Amministratore Delegato di
9 Amarelli, ha ricevuto il premio internazionale Bronzi di Riace -
10 XXIV Edizione, ideato e promosso dal Cavaliere Giuseppe Tripodi,
11 Presidente dell'Associazione Turistica Pro Loco Città di Reggio
12 Calabria, che celebra ogni anno figure che si sono distinte
13 come “valorosi guerrieri” nei vari campi del sapere e dell'attività
14 umana.

15 Giovane avvocato, piena di coraggio e spirito d'intraprendenza –
16 si legge nella motivazione del Premio – ha da sempre mostrato
17 una tenacia non comune. Da socio dell'impresa di famiglia ha
18 offerto un contributo fondamentale nella modernizzazione e
19 crescita dell'azienda grazie alla sua lungimiranza e visione
20 pionieristica. A lato della sua capacità imprenditoriale ha saputo
21 anche essere importante costruttrice di realtà culturali come il
22 Museo della Liquirizia. Con animo di vera fiera guerriera ha inoltre
23 saputo dimostrare come le Donne siano straordinarie
24 protagoniste della vita economica e sociale del Paese.

25
26 *Ecodellojonio.it è un giornale on-line calabrese con sede a Corigliano-*
27 *Rossano (Cs) appartenente al Gruppo editoriale Jonico e diretto da*
28 *Marco Lefosse. La testata trova la sua genesi nel 2014 e nasce come*
29 *settimanale free press. Negli anni a seguire muta spirito e carattere.*
30 *L'Eco diventa più dinamico, si attesta come web journal, rimanendo ad*
31 *oggi il punto di riferimento per le notizie della Sibaritide-Pollino.*