Cento anni di Motta: un volume celebrativo e la ricerca Doxa sul Natale

Si è svolto mercoledì 30 ottobre, nella suggestiva cornice di Terrazza Martini, l'evento di **celebrazione dei 100 anni di Motta**: un secolo all'insegna di innovazione e modernità per un'azienda che ha fatto la storia dell'industria dolciaria in Italia.

Sono trascorsi infatti 100 anni da quando **Angelo Motta** ha inventato il pirottino che ha reso il **Panettone**, quello originale, il dolce che conosciamo e amiamo, alto e soffice; da quel momento è iniziata una storia unica, fatta di prodotti innovativi, scelte di comunicazione d'impatto e grandi successi, che ancora oggi rendono il marchio Motta un vero e proprio classico nelle case degli italiani.

Proprio per rendere ancora più particolare questo anniversario, è stato realizzato lo speciale **volume celebrativo** Motta edito da Utet Grandi Opere per i tipi Fmr che si avvale di una rigorosa e attenta ricerca contenutistica e iconografica nonché degli scatti effettuati espressamente per questa iniziativa dal fotografo **Francesco Piras**. I saggi originali di **Fabiana Giacomotti**, "Motta è Motta è Motta" e "La pubblicità Motta", ricostruiscono i momenti più importanti di 100 anni intensi e ricchi di vicissitudini insieme ai suoi protagonisti. Non soltanto personaggi noti e artisti che hanno contribuito a rendere iconici i prodotti e la comunicazione del marchio, ma anche coloro che con il proprio lavoro e le proprie intuizioni hanno fattivamente reso possibili i grandi successi Motta: un'edizione speciale del volume, contenente le foto di chi lavora oggi in azienda, è stata infatti data in omaggio a tutti i dipendenti.

Il volume sarà **consultabile online sul sito Motta**, completamente rinnovato, per permettere a tutti di conoscere da vicino la storia di un'azienda entrata a far parte del patrimonio culturale degli italiani, e prodotto in **due edizioni speciali**: una versione brossurata con copertina rigida e una in tiratura limitata e numerata con copertina in seta e un esclusivo cofanetto, entrambe in vendita su **Amazon**. Un'occasione unica per venire in contatto con una vera e propria eccellenza italiana, anche tramite le immagini storiche che, recuperate per l'occasione, fanno da sfondo al suggestivo racconto della storia del brand.

“La collaborazione con il **Gruppo Bauli** per celebrare uno dei marchi che ha fatto la storia industriale italiana”, ha dichiarato **Marco Castelluzzo**, Presidente di Utet Grandi Opere, “è per noi motivo di orgoglio ed è perfettamente in sintonia con il nostro modo di intendere l’editoria. Diversi marchi e linee editoriali con lo stesso obiettivo: far conoscere la bellezza del nostro Paese, la sua grande storia e valorizzare la creatività e l’ingegno produttivo che l’Italia sa esprimere”.

“Le ricerche svolte per realizzare questo volume”, ha dichiarato Fabiana Giacomotti, “mi hanno permesso di entrare in contatto con testimonianze e memorabilia unici, uno spaccato di grande interesse sul costume italiano nel corso di un secolo di storia. Prendere parte all’ideazione e allo sviluppo di un volume di così grande fascino ha rappresentato per me un’attività che ho svolto con grande passione e partecipazione”.

L’evento è stato anche l’occasione per presentare i risultati di una **ricerca realizzata da Doxa per Motta**, che ha indagato le abitudini alimentari degli italiani durante le ricorrenze, con un **focus particolare sul Natale**. “Secondo l’analisi che abbiamo condotto, **il panettone è presente sulle tavole dell’83% degli italiani nel periodo natalizio**” ha commentato **Daniela Conti**, Head of Consumer Goods BU di BvaDoxa. “Tra i dati più rilevanti, inoltre, sottolineiamo che ben il 37% degli intervistati inizia a consumarlo molto tempo prima del 25 dicembre, non appena compare sugli scaffali dei supermercati, a riprova del fatto che si tratta di un prodotto che accompagna i nostri connazionali in tutto il periodo di attesa del Natale”.

E quest’anno sugli scaffali spiccherà la **nuova grafica celebrativa del Panettone Originale Motta**, ispirata alle confezioni storiche: “Abbiamo voluto rendere ancora più speciale questo centenario con un pack particolarmente distintivo, che richiama la storia Motta ma con un’impronta moderna e originale”, ha dichiarato **Paolo Isolati**, Sales & Marketing Director Gruppo Bauli. “In questi 100 anni Motta ha sempre spiccato per il suo stile all’avanguardia, che dai caroselli agli ultimi spot permette ancora oggi ai nostri consumatori di distinguere tutti i nostri prodotti sul mercato; non solo Panettone, ma anche **Buondì, Girella** e molti altri: tante anime, ma un solo grande cuore”.

Proprio di cuore e passione ha parlato anche **Michele Bauli**, Presidente del Gruppo Bauli, attraverso un suggestivo excursus sulla storia e sulle radici comuni che legano tre brand storici quali **Bauli, Alemagna e appunto Motta**: aziende che hanno contribuito fortemente a costruire l’industria dolciaria e a cambiarne le sorti e che ora, ognuna con la propria identità, fanno parte di un Gruppo leader in Italia nel mercato dei prodotti da ricorrenza. “Motta ha unito gli italiani sotto un comune dolce tradizionale natalizio e per questo ricordo l’orgoglio di tutti noi per aver acquisito, nel 2010, un’azienda che abbiamo sempre guardato con rispetto”, ha commentato Michele Bauli. “Festeggiare oggi i 100

anni di Motta e del Panettone Originale è per noi un modo per condividere con tutti la passione che, ieri come oggi, ci guida nella creazione dei nostri prodotti”.

Una storia di innovazione, dunque, quella di Motta: cent’anni vissuti all’avanguardia, pensando sempre ai gusti degli Italiani e alla loro evoluzione, per diventare un brand pop, vicino ai consumatori e ai loro stili di vita. Una storia che non si ferma, ma guarda al futuro senza dimenticare un passato che ha cambiato le sorti dell’industria dolciaria italiana.