VOIELLO:
DALLA BOTTEGA DI TORRE ANNUNZIATA ALLO STABILIMENTO DI MARCIANISE NEL SEGNO DELL'ALTA QUALITÀ PASTIFICATORIA

Una storia ultracentenaria, quella del marchio Voiello: vero e proprio orgoglio gastronomico della Campania, conosciuto ed apprezzato in tutto il Mondo. Dall'antica bottega di Torre Annunziata all'acquisizione della Barilla, fino ai celebri spot con Marisa Laurito e Lucio Dalla, ripercorriamo le tappe di una delle più belle case-history del nostro Paese.

1839: LA PASSIONE NAPOLETANA, LA PRECISIONE SVIZZERA

Antica Marca Voiello è stata fondata nel 1879.

Ma per avere un quadro completo della sua storia, iniziamo con un piccolo passo indietro, nel 1839, quando un tecnico svizzero incontrò la figlia di un pastaio di Torre Annunziata, che già allora era il centro di un fiorente comprensorio dedito alla pastificazione. Mentre l'edizione definitiva de 'I promessi sposi' sta per vedere la luce, in Campania viene terminata la leggendaria ferrovia Napoli-Portici. Tra i tecnici giunti per seguire i lavori c'è lo svizzero August Vanvittel, che sposa Rosetta Inzerillo, figlia di un pastaio di Torre Annunziata.

1861: DA VANVITTEL A VOIELLO

Con l'annessione di Napoli al Piemonte, viene fondato il Regno d'Italia. Da qui in poi nei documenti ufficiali la famiglia Vanvittel compare con il cognome Vojello, che ben presto prenderà la forma attuale. All'epoca, tra le competenze più importanti di un pastaio, vi era la sensibilità di 'fiutare l'aria', avvertendo i repentini cambiamenti del vento e delle temperature per orientare l'essiccazione delle paste al sole.

1879: L'ANTICO PASTIFICIO GIOVANNI VOIELLO

In un'Italia che cerca di non perdere il passo dei Paesi europei, Teodoro Voiello, figlio di August, trova un terreno ideale in Contrada Maresca, a nord della città. Qui il figlio Giovanni darà vita all'Antico Pastificio Giovanni Voiello.

1892: SOLO IL MEGLIO DEL MEGLIO

Ricercando 'solo il meglio del meglio', Giovanni Voiello identifica nel grano Taganrog la varietà ideale per la propria pasta. Coltivato nelle terre nere e grasse dell'Ucraina, conferiva alla pasta una scioltezza e una tenacia sorprendenti. Ancora oggi il nome Taganrog evoca ricordi ed emozioni nei vecchi pastai della zona. Eccezionale per qualità, veniva imbarcato nella città natale dello scrittore Anton Cechov.

1910: 30.000 QUINTALI

Mentre la cometa Halley incanta l'Italia, Teodoro produce in un anno più di 30.000 quintali di pasta di alta qualità. Voiello si afferma come la marca preferita dell'aristocrazia napoletana e si diffonde anche tra i buongustai di tutta la penisola. Tra gli estimatori celebri della pasta Voiello c'era il filosofo Benedetto Croce, che la voleva rigorosamente al dente perché, come sosteneva lui stesso, 'così comanda San Gennaro'.

1917: RIVOLUZIONI

La Rivoluzione d'Ottobre porta alla scomparsa del Taganrog. Giovanni Voiello passa ai grani pugliesi Cappelli e Sangolla, selezionando personalmente la miglior produzione dei coltivatori. In quegli anni il pastificio raggiunge i 60.000 quintali annui. Già nei primi anni del
'900 la produzione e l'essicazione erano all'avanguardia: i macchinari erano azionati dall'energia elettrica e le tecnologie garantivano un perfetto controllo di umidità e temperatura.

1935-55: GUERRA E DOPOGUERRA

Dopo aver ricevuto la commenda nell'Ordine della Corona d'Italia, nel 1939 Giovanni Voiello si spegne. Lo stabilimento di Torre Annunziata viene gravemente danneggiato durante la Seconda Guerra mondiale. Ma l'impegno della famiglia non si arresta. Finito il dopoguerra, seguì una nuova prova da fronteggiare: l'arrivo dei supermercati, che richiesero confezioni e approcci alla vendita molto differenti dal passato. In questi anni nasce il Catalogo Prodotti Voiello.

1955-1973: TEMPO DI RIPRESA

Mentre in televisione debutta il mitico Rischiatutto, s'inaugura un moderno stabilimento nei pressi di Napoli. Diventerà presto sede dell'Antico Pastificio Giovanni Voiello, che adotterà tecniche di produzione all'avanguardia. In questi anni vengono migliorate sia la produzione, sia la comunicazione: il Rigattino è una nuova confezione che lascia trasparire la bontà della pasta, già prima dell'acquisto. Un abito su misura, per un prodotto impeccabile.

1973: L'ACQUISIZIONE DI BARILLA

Una nuova vita per il brand si ebbe negli anni Settanta quando l'azienda campana fu acquistata dalla Barilla, precisamente nel 1973. La crescita della Voiello permise l'acquisto di una nuova sede a Marcianise caratterizzata da impianti tecnologici e all'avanguardia. Grazie a questi nuovi investimenti i discendenti di August riuscirono a produrre più di 100.000 quintali di pasta. Nel 1978 Voiello dà alle stampe la prima campagna pubblicitaria nazionale. Di lì a qualche tempo, appare sui quotidiani anche il celebre omaggio al Presidente della Repubblica Sandro Pertini: una fumante pipa di pasta. Nel 1983, insieme al primo Apple computer, arrivano quindi 'Le Marille', disegnate dall'acclamato progettista Giorgetto Giugiaro. Le nuove tecnologie e il marketing rinnovano ogni giorno l'arte pastaia, salvaguardando al massimo la qualità.

1987: DA MARISA LAURITO A LUCIO DALLA

Inizia la memorabile campagna televisiva con Marisa Laurito, per diffondere la cultura della pasta con un tocco di simpatia. Coronato con l'Oscar della Pubblicità nel 1992, il felice incontro con Marisa Laurito sarà poi seguito dall'emozionante 'Caruso', cantata da Lucio Dalla. Negli spot con Marisa Laurito, la proclamazione del claim era affidata alla voce di Riccardo Paladini, indimenticato lettore del primo Telegiornale RAI, che conferiva 'un'aura di ufficialità e imparzialità al messaggio', come scrisse Aldo Grasso sul Corriere della Sera.

1991-1999: ANNI DA RECORD

Arrivano il cellulare, Internet e i centri commerciali. Festeggiati nel 1999 i 120 anni di attività, Voiello raggiunge nel 2002 il record di vendite in Italia: oltre 325.000 quintali, certificati dalle rilevazioni indipendenti di AC Nielsen. Agli anni '90-'94 risale la sponsorizzazione del leggendario Napoli di Zola, Ferrara e Cannavaro.

2004-2013: LA RICERCA DELLA PERFEZIONE CONTINUA

Mentre la nazionale di calcio festeggia l'oro ai Mondiali, Voiello continua a elevare gli standard qualitativi e a perfezionare i processi produttivi. Ma se la tecnologia avanza, le buone tradizioni non si cambiano: materie prime eccellenti, trafilatura al bronzo, lenta essicazione. A conferma di questi valori, dal 2007 le vendite segnano un nuovo, consistente incremento.

2013-2017: VOIELLO 100% GRANO AUREO.UNA NOVITÀ NEL SEGNO DELL'ECCELLENZA

Voiello diventa ancora più buona e sostenibile con la scelta di utilizzare per la sua produzione solo il pregiato grano Aureo coltivato al 100% nel Mezzogiorno italiano (v. comunicato stampa 1). Si tratta di una varietà top quality, caratterizzata da un elevato contenuto proteico e da un ottimo indice qualitativo del glutine, qualità che garantiscono la tenuta in cottura e la proverbiale consistenza al dente. E per le sue caratteristiche, la coltivazione di tale varietà consente di ridurre significativamente l'utilizzo di acqua, il consumo energetico e l'impatto ambientale.

Il Gruppo Barilla

Nata a Parma 140 anni fa da una bottega che produceva pane e pasta, Barilla è oggi tra i primi gruppi alimentari italiani, leader mondiale nel mercato della pasta, dei sughi pronti in Europa continentale, dei prodotti da forno in Italia e dei pani croccanti nei Paesi scandinavi. Il Gruppo Barilla possiede 28 siti produttivi (14 in Italia e 14 all'estero) ed esporta in più di 100 Paesi. Dagli stabilimenti escono ogni anno circa 1.700.000 tonnellate di prodotti alimentari, che vengono consumati sulle tavole di tutto il mondo, con i marchi: Barilla, Mulino Bianco, Harrys, Pavesi, Wasa, Filiz, Yemina e Vesta, Misko, Voiello, Academia Barilla.

Quando si apre la bottega nel 1877, Pietro Barilla ha come parole d'ordine fare cibo buono. Oggi, questo è diventato l'unico modo di fare impresa di Barilla: "Buono per Te, Buono per il Pianeta."

"Buono per Te" significa migliorare continuamente i nostri prodotti, incentivare l'adozione di corretti stili di vita e favorire l'accesso al cibo e l'inclusione sociale delle persone. "Buono per il Pianeta" significa promuovere filiere sostenibili e ridurre le emissioni di CO_2 e i consumi di acqua nella fase produttiva.

Per ulteriori informazioni si prega di visitare: www.barillagroup.com

Per informazioni:

Responsabile Media Relations
Luca Di Leo
Luca.dileo@barilla.com

Media Relations
Andrea Belli
andrea.belli@barilla.com
+39 0521 262217

INC - ISTITUTO NAZIONALE PER LA COMUNICAZIONE
Matteo de Angelis m.deangelis@inc-comunicazione.it; +39 0644160834; +39 3346788708
Simone Ranaldi s.ranaldi@inc-comunicazione.it; +39 0644160883; +39 3355208289