

Amaro Lucano, una storia di passione



Una stampa d'epoca; la famiglia Vena titolare dell'Amaro Lucano S.p.A.

TESTO Valeria Vairo

Ogni storia che si rispetti ha un segreto, un non so che di misterioso che la avvolge e che la rende più affascinante. Quella dell'Amaro Lucano non fa eccezione. Il mistero è la "formula magica", l'ingrediente segreto che fa di questo amaro un prodotto unico, genuino, naturale, autenticamente italiano amato e apprezzato in tutto il mondo.

Il mistero ha inizio nel 1894. Siamo a Pisticci, un paesino della Lucania, dove un uomo pieno d'ingegno e di iniziativa, Pasquale Vena, nel retrobottega dell'omonimo negozio di biscotti da lui prodotti, coltiva la passione dei liquori. Pasquale conosce bene gli aromi di pasticceria e li utilizza per creare un liquore costituito dall'infusione di circa 30 erbe officinali, tra cui l'assenzio, l'angelica, il sambuco e la genziana. Erbe pregiate giunte dal Nord d'Italia, dalla Provenza e dalle montagne lucane che, lavorate e trattate, danno vita all'Amaro Lucano, un liquore dal gusto morbido ed equilibrato con una gradazione di 28°. Ma non basta. All'appello manca lui, l'ingrediente segreto, che da 119 anni compone la ricetta, custodita gelosamente e tramandata di generazione in generazione fino ai giorni nostri. Dal quel lontano 1894 il successo del

prodotto nel giovane Regno d'Italia nato nel 1861 è inarrestabile: la premiata Casa Vena del Cavaliere Pasquale Vena diventa fornitrice ufficiale della Casa Savoia. I decenni che seguono vedono il consolidamento del prodotto, la cui produzione resta rigorosamente artigianale. È dopo la seconda guerra mondiale che la ditta fa il salto verso la modernità, diventando un'importante realtà industriale. Sono gli anni del boom economico, l'Italia corre veloce e felice incontro al futuro trasformandosi da Paese povero e contadino in una potenza economica mondiale. Amaro Lucano segue la scia del Paese: nel 1965 viene inaugurato il nuovo stabilimento a Pisticci Scalo mentre la produzione e la vendita dell'amaro sale a 117.000 litri. Il trend positivo continuerà anche negli anni a venire che vedranno la

produzione di nuovi liquori (il Limoncello, la Sambuca e il Caffè) e l'incremento costante delle vendite anche grazie alle campagne pubblicitarie che rendono Amaro Lucano facilmente riconoscibile al grande pubblico televisivo con i suoi slogan famosi come "Cosa vuoi di più dalla vita? Un Lucano!" o il claim attuale che recita "Amaro Lucano. Quel tocco italiano." L'italianità, la quali-



Pubblicità d'epoca dell'Amaro Lucano



Pubblicità: la donna nel tradizionale costume della Pacchiana. In basso: veduta su Pisticci

tà e la bontà del prodotto sono alla base del successo dell'amaro il cui fascino deriva dalla tradizione, da un liquore che nonostante le innovazioni tecnologiche, l'impatto pubblicitario, la globalizzazione è rimasto sempre quello di un tempo, originale, naturale, fedele a se stesso. L'abilità è stata l'essere riusciti a traghettare l'elemento tradizione nella modernità. Simbolo di questa tradizione è la famiglia Vena giunta alla quarta generazione, saldamente alla testa dell'azienda con Pasquale Vena, nipote del fondatore, affiancato dalla moglie Rosistella e dalle nuove leve, i figli Leonardo che si occupa di marketing, e Francesco, responsabile del legal. Le strategie per il futuro dell'Amaro Lucano SpA, azienda che fattura 25 milioni di euro all'anno, sono state già disegnate: rafforzamento della distribuzione su canale Ho.Re.Ca., espansione nei mercati esteri sensibili ai prodotti made in Italy (Germania, Gran Bretagna, Russia, Nord e Sud America e Australia), un nuovo prodotto a base di erbe a bassa gradazione alcolica in fase di preparazione e il rilancio di alcuni distillati presenti nel portafoglio. La tradizione continua.

© Amaro Lucano S.p.A.

AMARO LUCANO

Amaro Lucano per Ho.Re.Ca.

Il canale Ho.Re.Ca. rappresenta la parte minoritaria della quota di mercato dell'Amaro Lucano SpA, il cui fatturato deriva maggiormente (circa il 60%) dal canale GDO (Grande Distribuzione Organizzata), con una quota proveniente dalle esportazioni pari al 15%. Per i prodotti Lucano, così come per la maggior parte dei prodotti italiani all'estero, ha particolare importanza il canale "Etnico", e cioè quel canale i cui destinatari sono locali gestiti da italiani o che comunque sono legati all'Italia, come ad esempio le attività specializzate nella commercializzazione di prodotti italiani. I prodotti commercializzati dalla Lucano sono principalmente quattro. Il classico Amaro Lucano nella confezione di 0,70 lt, cui si aggiungono nella confezione da 0,50 lt il Caffè Lucano (liquore al caffè con note di cacao e vaniglia), la Sambuca Lucano (liquore dal sapore di anice stellato con sentori di spezie e fiori) e il Limoncello Lucano (liquore ottenuto dall'infusione di limoni), oltre a una serie di altri prodotti che vanno a completare la gamma. Su questi prodotti, recentemente, si è intervenuti con un restyling grafico dell'etichetta per dare loro una maggiore visibilità nel canale Ho.Re.Ca. Si è ritornati al passato, reintroducendo l'immagine originale della donna nel tradizionale costume della Pacchiana simbolo di Amaro Lucano. Su ogni etichetta poi, insieme alla Pacchiana, sono stati evidenziati i tre ingredienti base: chicchi di caffè, semi di anice stellato e limoni.



Per ordinazioni dalla Germania rivolgersi a:
PIRCHER BRENNEREI AG - S.p.A. www.pircher.it