



italiane come la mitica “Fabbri”. Negli anni '60 scompaiono le storiche e pesanti casse di legno, sostituite dalle cassette di plastica. Più tardi il PET sostituirà in parte il vetro. L'avvento del PET (senza cauzione, comodo e più facilmente trasportabile del vetro) però, porta a una crisi delle piccole e medie imprese che non riescono più a competere con le grandi ditte nazionali e multinazionali che mettono in campo una produzione oraria cinque volte maggiore. La maggiore capacità di automazione e i grandi investimenti in pubblicità delle grandi ditte, contribuiscono inoltre ad aumentare le difficoltà delle piccole imprese italiane, come la Paoletti che, dal 1970 fino ai primi anni '90 incontra un momento tra i più difficili di tutta la sua storia. In seguito a questa crisi, tra il 1992 (anno in cui scompare Giovanni Cadorna) e il 1999, l'azienda ed il marchio vengono dati in affitto. La cattiva gestione del marchio da parte degli affittuari porta a un ulteriore aggravamento della crisi aziendale. La terza generazione Paoletti (i due figli di Giovanni Cadorna) vuole però a tutti i costi mantenere in vita l'azienda con tutto il suo capitale di storia. Il marchio infatti, è ancora significativo per un intero territorio dove più di una generazione è

cresciuta con la gassosa Paoletti. La Paoletti, che si è sempre identificata nel proprio prodotto simbolo e si è basata sul mercato locale, si deve confrontare da quel momento con un mercato più ampio. L'azienda vince questa scommessa ed oggi è presente prevalentemente nell'Italia centro-settentrionale (sia in supermercati che in esclusivi negozi di nicchia) e sta penetrando anche in alcuni mercati esteri (Germania, Svizzera, Francia e persino nella lontana Australia), grazie alla forza del made in Italy ed alla garanzia

di alta qualità del prodotto. Attualmente l'acqua del Pescara, che rifornisce tutto il territorio Piceno, non è più distribuita “direttamente” come in passato. Anche per questo l'azienda cerca oggi di produrre ricercando stabilimenti di eccellenza che utilizzano acqua di assoluta purezza, anzi “minerale”. La qualità del prodotto rappresenta infatti uno dei principali strumenti di posizionamento a disposizione delle piccole imprese e l'ascolana Paoletti individua nell'eccellenza delle sue bibite il requisito essenziale per la continuazione del successo. Già negli anni '20 arrivavano in Ascoli dalla Sicilia profumate botti di legno contenenti i vari succhi, rigorosamente depositate e conservate nell'azienda e aperte solo al momento della miscelazione “segreta” con gli altri ingredienti. Anche se questo resta ormai solo un ricordo, le varie generazioni alla guida dell'azienda, non hanno mai diminuito la ricerca della qualità dei propri prodotti, rimanendo fedeli alla iniziale filosofia aziendale. Pur con qualche innovazione, è essenziale infatti che ogni bibita trasmetta al proprio consumatore un costante riferimento – per quanto possibile – alle ricette tradizionali,



www.spuma.it