



il marchio sono apparsi nella fiction televisiva di canale 5 "Tutti per Bruno" con Claudio Amendola. La Paoletti appartiene a quella categoria di aziende storiche, che hanno vissuto periodi felici e situazioni difficili. Nata appena dopo la fine della Prima Guerra Mondiale, ha vissuto nel pieno la Seconda, ha superato con estrema ostinazione la crisi del 1970 e la più recente crisi economica del 2008. La capacità dell'azienda di uscire da ogni cono d'ombra nel corso della sua lunga storia, è da attribuire esclusivamente all'elemento umano, vero filo conduttore tra passato e presente. E' la famiglia Paoletti che ha strategicamente voluto mantenere vivi e forti i tre principali fattori di successo del passato: qualità del prodotto, immagine dell'azienda e fidelizzazione della clientela. Oggi, questi elementi, riattualizzati in chiave moderna, hanno permesso all'azienda di riaffermarsi in un mercato diverso, dove i clienti sono cambiati e i concorrenti cresciuti. Parliamo di capacità uniche, che solo un'azienda "storica" può possedere, e che hanno accompagnato quattro diverse generazioni alla guida di questa impresa ascolana per 85 anni.



Testo di *Andrea Pagnoni* | Grafica *SchiccheroDesign*

richiamando in lui i vecchi sapori di un tempo.

Nel 2009 le bibite Paoletti sono state inserite tra le "Eccellenze Picene", nella categoria dei prodotti storici di maggiore qualità e prestigio della provincia di Ascoli Piceno. Un premio che ha sicuramente confortato gli sforzi dell'azienda ascolana, sempre attenta alla cura di ogni ricetta.

Per quanto riguarda le etichette, sin dal 1922 la Paoletti ne aveva progettate alcune che avevano l'obiettivo esclusivo di comunicare la marca e il luogo di produzione. Negli anni successivi ci si rende conto che i prodotti possono acquisire ancora più valore se associati a un'immagine precisa, capace di conquistare l'immaginazione e l'emozione dei consumatori. Nasce così Tina Frizzantina, la ragazza disegnata sulle etichette, una simpatica e "delicata" pin-up.

Quando i titolari di oggi, Giancarlo e Pierluigi Paoletti, riprendono l'azienda nel 2000, si rendono subito conto del buon potenziale che hanno tra le mani: un'immagine aziendale capace di trasmettere i valori e la storia di un'azienda giunta ormai alla quarta generazione con Gianluca Paoletti.

Tina Frizzantina oggi è la matura testimonial delle Bibite Paoletti,

sulle quali è impressa dal 2002. Lo stile decisamente vivace nelle illustrazioni di questa nuova campagna, caratterizzata da disegni che ricordano le pose della splendida Marilyn Monroe, regala alla modella un allure da diva d'altri tempi dalla sensualità innata e spontanea. L'immagine vintage della nuova donna, oggi presente nelle etichette di tutte le bibite Paoletti, ha contribuito in modo determinante alla crescita aziendale: la forza dell'immagine creata nel totale rispetto dello stile Paoletti, è risultato essere il vero fattore di successo dell'azienda.

La fama della rinnovata testimonial ha attirato l'attenzione oltre che di periodici e quotidiani nazionali (Vanity Fair, Repubblica, Il Venerdì di Repubblica etc.) anche del regista Sergio Rubini. Sul set della sua ultima commedia sentimentale, "L'uomo nero" (2009), ambientata nella Puglia degli anni '60, erano presenti le evocative immagini di Tina Frizzantina, la bellissima e ricercata testimonial Paoletti. Un altro film che ha portato sul grande schermo il marchio Paoletti è il "Cosmonauta" (2009), di Susanna Nicchiarelli, dove nella sezione comunista del Trullo di Roma si brinda alla prima donna nello spazio con una bottiglia di spuma Paoletti. Recentemente infine, i prodotti ed