

31 Maggio 2023

CASTELNUOVO BERARDENGA – San Felice, storica azienda vitivinicola toscana a Castelnuovo Berardenga (Siena) e prestigiosa struttura alberghiera a cinque stelle di proprietà del Gruppo Allianz, inaugura un percorso di innovazione volto alla creazione e al lancio di una nuova strategia ed identità di marca.

Il percorso è iniziato nel 2021 quando si è pensato di sviluppare un'offerta ricettiva e di prodotto orientata ad un'esperienza più ampia, in grado di coinvolgere l'ospite dell'albergo ed il cliente della cantina vitivinicola in una sinergia unica, ispirata dalla natura circostante al resort, che si estende su circa 685 ettari fra vigneti, uliveti e boschi.

Da un primo lavoro di analisi sulle peculiarità di San Felice è emersa da subito la storica capacità dell'azienda di accogliere l'innovazione e la sperimentazione; basti pensare al 1968 quando con il Vigorello ideò il primo vino Supertuscan del Chianti Classico o quando, alla fine degli anni '80, ebbe la felice intuizione di trasformare un antico Borgo medievale nel primo albergo diffuso della Toscana. Da qui è iniziato il percorso di definizione dei valori intrinseci della marca (come l'autenticità ricercata, la sostenibilità, la ricerca dell'eccellenza) e la strategia di posizionamento nel mercato del lusso di alta gamma.

A completamento del percorso si è resa necessaria una nuova identità visiva capace di interpretare al meglio il sistema valoriale della marca. È nato quindi un segno grafico iconico, dal tratto leggero ma identitario, contemporaneo ma rispettoso della radice classica del luogo. Il nuovo logo, realizzato dall'agenzia creativa internazionale Landor & Fitch, rappresenta un centro, idealmente la piazza dell'antico Borgo medievale, risalente al 714 a.d., che si apre verso l'esterno; un luogo raccolto ma allo stesso tempo ampio, diffuso, dove le persone possono ritrovarsi e creare una connessione fra loro e lo spazio, in un'esperienza multisensoriale. Il segno rappresenta quindi la strategia di marca, esprimendo una naturale connessione e interazione fra le due aree di business, quella del vino e quella del resort stellato.

Un progetto innovativo per affrontare le sfide del futuro mettendo al centro i valori del Gruppo e la persona, e che esprima in modo completo il potenziale dell'azienda.

Ne è sostenitore **Maurizio Devescovi**, direttore generale di Allianz Spa: "San Felice ha realizzato risultati di business eccellenti negli anni, sia nel vino che nell'hotellerie, ricevendo autorevoli riconoscimenti in Italia e all'estero. Al tempo stesso, ha contribuito attivamente allo sviluppo della comunità in cui opera, supportando importanti progetti sociali e di filantropia della nostra Fondazione, come Impariamo dall'Eccellenza, l'Orto e l'Aia Felice,

iniziative inclusive di avviamento professionale nei campi dell'hotellerie e dell'agricoltura sociale di cui siamo particolarmente orgogliosi".

Una visione portata avanti da **Mario Cuccia**, presidente di San Felice, e dal team che lo affianca: "Per le nostre caratteristiche aziendali e dei settori in cui operiamo - nell'alberghiero e nella ristorazione con Borgo San Felice, nel vitivinicolo nelle tenute della stessa San Felice (Chianti Classico), di Campogiovanni (Montalcino) e di Bell'Aja (Bolgheri) - non possiamo che guardare sempre avanti e lavorare intensamente per offrire sempre prodotti e servizi autentici e di alta qualità".

La nuova identità visiva di San Felice si esprime nel sito www.sanfelice.com e nell'immagine coordinata del brand: dalla stationary, alla segnaletica e a tutti i materiali di comunicazione interna ed esterna. Il nuovo sito ha l'obiettivo di esprimere appieno la nuova architettura di marca e diventa manifesto dello storytelling dell'azienda.

In uno scenario internazionale in costante evoluzione, San Felice si apre ad una nuova fase della sua storia in cui liberare appieno il suo potenziale come azienda leader nel settore alberghiero di lusso e della viticoltura di alto livello, forte di una solida identità e di una strategia di crescita ambiziosa e concreta.

San Felice si trova nel cuore del Chianti Classico, a pochi chilometri da Castelnuovo Berardenga e da Siena, in un territorio che fu di proprietà della famiglia Grisaldi del Taja dal 1700 al 1968 e dalla fine degli anni'70 acquisita dal Gruppo Allianz. Da nobile tenuta si trasforma in un'importante azienda vitivinicola, con proprietà che oggi si estendono su circa 685 ettari, di cui 188 vitati, nelle tre zone produttive più vocate della Toscana: il Chianti Classico con l'azienda San Felice e il Borgo Resort con la sua prestigiosa struttura alberghiera a cinque stelle, dal 1992 nel circuito internazionale di Relais & Châteaux; a Montalcino con l'etichetta Campogiovanni che spicca con la produzione di Doc, Brunello e Riserva, mentre a Bolgheri con l'azienda Bell'Aja è attiva un'importante produzione di Doc e Superiore.

La proprietà comprende anche 15.000 piante di ulivo. Per San Felice la sostenibilità è un punto cardine: terrazzamenti, costante analisi di flora e microfauna in vigna, viticoltura di precisione, geo-referenziazione e mappe di vigore, impianti di depurazione, fotovoltaico, l'uso di una centrale termica a cippato e dal 2023 la pratica della viticoltura rigenerativa, un modello di gestione viticola basato sul ciclo del carbonio che rigenera i suoli, blocca l'erosione, promuove la biodiversità e mitiga gli effetti del cambiamento climatico (San Felice e Campogiovanni hanno inoltre ottenuto nel 2021 e nel 2022 la certificazione Equalitas - Standard Sopd per il Modulo "Organizzazione Sostenibile - Os" che ne attesta la conformità agli standard di sostenibilità). Anche l'albergo è impegnato nell'ottimizzazione e nella

crescita della raccolta differenziata, nella riduzione dei rifiuti prodotti e nell'eliminazione della plastica sostituita con materiali biodegradabili o riciclabili. Inoltre, il residuo organico delle cucine viene riutilizzato per la produzione del compostaggio, i bucati sono green con cicli produttivi ad impatto zero, alimentati con energia e materie prime provenienti da sole fonti rinnovabili.

L'Orto e l'Aia Felice è il progetto di agricoltura sociale avviato nel 2012 dalla Fondazione Allianz Umana Mente in collaborazione con la Regione Toscana, la cooperativa Koiné e l'associazione della terza età. Un'iniziativa che si propone di migliorare la qualità della vita di ragazzi con disabilità, promuovendone l'integrazione attraverso attività di orticoltura con il coinvolgimento degli anziani del territorio. Grazie a loro è stato possibile dare vita ad importanti sinergie che hanno favorito la trasmissione della tradizione agricola del luogo in uno scambio intergenerazionale di "saperi", diventato collante per l'intera comunità. Inoltre, i prodotti dell'orto forniscono con verdure fresche a KM0 ai due ristoranti dell'albergo.

Dopo la pausa a seguito della pandemia, nel 2021 è ripreso Impariamo dall'eccellenza, il più importante progetto della Fondazione Allianz Umana Mente per l'inserimento lavorativo di giovani in difficoltà. Avviato nel 2012 grazie alla collaborazione con Borgo San Felice, il progetto è dedicato a ragazzi provenienti da contesti sociali difficili, per garantire loro un percorso che parte dalla selezione e dalla formazione ed è finalizzato all'inserimento lavorativo presso realtà alberghiere italiane di alta gamma. Dalla prima edizione progettuale, Impariamo dall'eccellenza ha permesso di offrire un futuro lavorativo a oltre 350 ragazzi e ragazze.