

La Fondazione investe su Artusi: «Lo porteremo in tutto il mondo»

Insieme al Comune di Forlimpopoli ha creato smArt, una società per commercializzare il marchio Investimento di 500mila euro in tre anni. «Valorizzeremo il grande lavoro di Casa Artusi»

di **Matteo Bondi**

Nasce la nuova società dei servizi – la chiamano, in inglese, *benefit company* – di Casa Artusi. Si chiama smArt, acronimo di società marketing Artusiana e avrà lo scopo di promuovere i marchi afferenti al mondo Artusi: cioè concedere o meno il marchio Pellegrino Artusi o Casa Artusi a quei prodotti che possano avvalersene per avere un riconoscimento maggiore sul mercato. A volere la creazione di questa nuova società, che avrà gli uffici negli spazi messi a disposizione dal Comune di Forlimpopoli, sono i soci fondatori della stessa Fondazione Casa Artusi: la Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì e il Comune artusiano.

«Il pensiero strategico che sta dietro a smArt – spiega il presidente della Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì, Maurizio Gardini – è quello di guardare lontano, con l'ambizione di non chiudersi a Forlimpopoli, ma di portare il nome di Pellegrino Artusi nel mondo vendendo, nel contempo, il nostro territorio e i

MAURIZIO GARDINI (FONDAZIONE)

«Insieme al padre della cucina italiana, venderemo il nostro territorio e i prodotti anche all'estero»



nostri prodotti. Si va a scindere l'attività culturale della Fondazione Casa Artusi da quella della *benefit company* con l'obiettivo di valorizzare, attraverso la commercializzazione, il marchio Artusi. Si tratta di un'iniziativa di rilievo per dare gambe al grande lavoro svolto da Casa Artusi in tutti questi anni».

Se ne parlava dal 2019. «Abbiamo dovuto fare i conti con la pandemia – spiega la sindaca di

Forlimpopoli, Milena Garavini –, ma abbiamo portato a casa il risultato. Non sono stati comunque anni persi, in quanto abbiamo nel frattempo studiato il mercato e le possibilità che questa compagnia ha di portare valore al lavoro di Casa Artusi». A guidare la nuova società è stata chiamata Monica Fantini, ex vicepresidente della Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì ed ex componente del consiglio di

Al centro, il presidente della Fondazione Maurizio Gardini e la sindaca di Forlimpopoli Milena Garavini. In alto, un attore nei panni di Pellegrino Artusi

amministrazione di Casa Artusi. «È una bella sfida quella che ci attende – ha commentato la Fantini –. Abbiamo la necessità di sostanziare il lavoro svolto da Casa Artusi attraverso la *benefit company*. Le parole guida per la concessione del brand saranno quelle tratte dal manuale artusiano: igiene, economia e buon gusto. Tre parole che ricorrono in tutti i piani di sviluppo del territorio e sulle quali andare ad operare creando reti virtuose con le aziende e gli enti. Opereremo anche con l'e-commerce e le piattaforme digitali, in quest'ottica sarà fatto un grande lavoro sui giovani».

SmArt s'insedierà nei prossimi mesi per poi scegliere i brand legati ad Artusi da commercializzare. La dotazione iniziale della nuova società è cospicua. «Artusi è un nome italiano da spendere in tutto il mondo – afferma il vicepresidente della Fondazione, Gianfranco Brunelli –. Ci crediamo fortemente, infatti l'impegno economico della Fondazione sulla nuova società sarà di 500.000 euro nei prossimi tre anni». Una dote da mettere a frutto affinché il nome di Artusi diventi un volano economico per tutto il territorio e i suoi prodotti.