Il Gruppo Caffo acquisisce il marchio Borsci

9eb12223-db6a-4698-93d8-8ab74f40b8ba-01c3b384



È ufficiale. L’elisir San Marzano Borsci diventa di proprietà del Gruppo Caffo.

Si chiude finalmente una vicenda durata quasi 10 anni, da quando la storica azienda entrò in crisi.

Una notizia questa davvero importante per il mercato liquoristico italiano: un’azienda con una grande storia che rischiava di scomparire, torna agli antichi splendori grazie alla lungimiranza e alla dedizione riservata al brand di Taranto dai patron dell’Amaro del Capo.

Correva l’anno 2013 quando Caffo si aggiudica l’affitto di ramo d’azienda per il marchio Borsci la cui attività produttiva era cessata da circa un anno a causa del fallimento della società.

La crisi della Borsci era iniziata nel 2009. La lenta agonia si era conclusa con un crack da 10 milioni di euro e la liquidazione. L’azienda era stata poi presa in fitto prima da un’azienda di Ostuni e poi da un imprenditore bresciano. Dopo uno stop durato quasi un anno era stato proprio il Gruppo Caffo ad aggiudicarsi la gestione per 24 mesi, poi più volte prorogata.

Oggi dopo ben 4 anni, durante i quali il gruppo CAFFO ha dovuto combattere con le lentezze burocratiche generate anche da ricorsi di altre aziende del settore interessate all’acquisizione dello

storico marchio della più antica azienda liquoristica italiana, “grazie a uno staff di professionisti – ha dichiarato Sebastiano Caffo – siamo riusciti a superare molti ostacoli quindi mi preme ringraziare principalmente Rosario Gentile e Antonio Gagliardi che insieme all’Avv.Valerio Scimemi coadiuvato dall’Avv.Enrico De Francesco, hanno creduto in questo progetto che farà fare un ulteriore salto di qualità al nostro gruppo”.

ORIGINI DEL BRAND

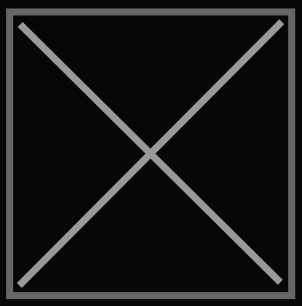
La famiglia Borsci è originaria del Caucaso e si trasferì in Albania a causa di sommovimenti politici. Un ramo della famiglia si trasferì in provincia di Taranto, a San Marzano di San Giuseppe, dove si era sviluppata una cospicua comunità Arbereshe. Lì Giuseppe Borsci nel 1840 ideò un elisir divenuto col tempo uno dei liquori più apprezzati d’Italia. Dagli anni Sessanta è operativo lo stabilimento che si trova alle porte di Taranto. Al massimo del successo commerciale, la società, divenuta una Spa, vantava fatturati a sette zeri ed una trentina di dipendenti. Poi la debacle.

L’interesse dell’azienda di Capo Limbadi verso Borsci risale al 2010. La Caffo aveva già avviato i contatti con Taranto l’anno prima, dando a Egidio Borsci la disponibilità a una collaborazione per evitare il fermo della produzione. Che poi invece ci fu.

Poi venne concesso l’affitto con durata di 12 mesi prorogabili per ulteriori 12 e l’impiego di 10 dipendenti, con diritto di prelazione da esercitare sull’eventuale acquisto dell’azienda fallita.

“Siamo partiti nel 2013 cercando di ottimizzare l’intero ciclo produttivo dell’elisir Borsci San Marzano – spiega Nuccio Caffo – La nostra attenzione iniziale è stata rivolta principalmente alla valorizzazione del capitale umano offrendo giuste garanzie occupazionali ai 10 lavoratori impiegati alla ripresa dell’attività. Poi abbiamo azzardato piccoli investimenti economici canalizzati alla penetrazione commerciale del marchio storico di Taranto su un mercato che non doveva e non poteva essere solo locale e regionale ma anche nazionale ed europeo. Abbiamo fatto poi una mossa “identitaria” rimettendo in etichetta la dicitura “San Marzano, Taranto, Puglia” e inserendo un po’ di storia del prodotto nel retroetichetta, illustrando ad esempio cosa significano la stella e la luna o le due aquile. Del resto il marchio Borsci da sempre si è contraddistinto per una grafica di grande impatto e all’avanguardia che noi abbiamo voluto evidenziare. Infatti, accanto alla spiegazione del prodotto, pure la comunicazione non ha rinunciato del tutto ai suoi baluardi emblemi dei territori turco e albanese ma, anzi, li ha valorizzati tenendo conto della curiosità del consumatore moderno, che del prodotto vuole sapere tutto, specie cosa rappresenta, come quando e dove trae le sue origini. Con l’acquisizione definitiva del marchio possiamo avviare anche obiettivi più ambiziosi cercando di riportare il marchio

agli antiche splendori facendo scoprire le virtù dell’Elisir Orientale anche alle nuove generazioni che non hanno mai gustato il gelato affogato al S.Marzano e gli altri impieghi che lo rendono “giusto per ogni gusto”. Il nostro obiettivo è teso a fare volumi sia nel canale Horeca che GDO partendo dalla consapevolezza che abbiamo in mano un vero ‘gioiello’ da sempre nella tradizione e nel cuore degli italiani.

[caption id="attachment_127682" align="alignleft" width="150"]  Egidio Borsci e Nuccio Caffo[/caption]

Un grazie speciale lo rivolgo a Egidio Borsci, che da subito ha dato la sua disponibilità a portare avanti insieme a noi il progetto di rilancio di questo famoso liquore, accettando di dirigere la produzione dello stabilimento fondato dal suo avo Giuseppe Borsci nel 1840, garantendo cosi un apporto importante per dare continuità ad una produzione di qualità basata sull’antica ricetta che prevede l’impiego di erbe e spezie orientali”.

Il Presidente del gruppo Caffo - Giuseppe Caffo - ha dichiarato: “oltre 50 anni fa quando seguendo le orme di mio padre ho iniziato la mia attività nel campo liquoristico, vedevo la Borsci come un riferimento ed un esempio di azienda del Sud che lavorando bene aveva saputo lanciare il suo prodotto unico anche al di fuori dei confini della Puglia, quindi oggi è per me un grande orgoglio annoverarla tra le aziende del mio gruppo che si impegnerà al massimo per farla ritornare un player importante sul mercato degli alcolici”.

Insomma, un’acquisizione “strategica” quindi per CAFFO che dopo essere diventato leader nel campo degli amari con il famoso Vecchio Amaro del Capo, punta anche alla crescita per linee esterne con un prodotto che completa una gamma già molto profonda di liquori e distillati che rappresentano l’italianità.