



RUBBETTINO

Settimanale

15-12-2025

Pagina 16

Foglio 1 / 3

L'Economia

del CORRIERE DELLA SERA



www.ecostampa.it

# AMARELLI, MAISON DI LUSO PER IL PROFUMO DI LIQUIRIZIA

Dopo quasi tre secoli di attività, la storica azienda della Calabria investe in Ai, sostenibilità ed export. E ora entra anche nella cosmesi con una casa francese. «Il segreto per resistere a lungo? Coniugare innovazione e tradizione», dice la presidente Pina Amarelli



di ALESSIA CRUCIANI

**D**a più di sette secoli il nome Amarelli attraversa la storia d'Europa come un filo nero, lucente e tenace quanto le radici della pianta che ne ha segnato il destino. Una famiglia di cui si trovano tracce ai tempi delle Crociate — con Alessandro Amarelli morto in Terrasanta nel 1103 — e che nei secoli ha saputo essere insieme militare, agricola, colta, imprenditoriale. Quando nel 1731, a Rossano, nasce l'attuale concio dedicato alla trasformazione della liquirizia, la dinastia aveva già fondato università, combattuto battaglie, guidato territori. Ma è a quella pianta antichissima, la *Glycyrrhiza glabra*, conosciuta fin da Ippocrate e citata in testi cinesi di 35 secoli fa, che gli Amarelli legano il proprio destino.

La liquirizia cresce in molti Paesi — dall'Iran alla Mongolia — ma, come ricorda l'autorevole Enciclopedia Britannica, la miglior qualità di liquirizia al mondo «is made in Calabria». È lì, lungo la costa ionica, che la composizione del suolo regala alla radice un equilibrio unico tra dolce e amaro. E sono queste terre a permettere alla famiglia Amarelli di compiere un gesto rivoluzionario in un'epoca in cui contavano solo tradizione e latifondo: innovare. Dalle prime bolliture settecentesche alla caldaia a vapore introdotta nel 1907, fino all'intelligenza artificiale di oggi. Innovazione che passa anche attraverso le donne. Prima alla fine dell'Ottocento, con Giuseppina Amarelli a guidare la fabbrica in un'epoca in cui persino viaggiare da sole era un atto di audacia. Poi con Pina Mengano Amarelli, nata a Napoli 80 anni fa, avvocatessa, docente, Cavaliere del Lavoro e oggi presidente onoraria, che dagli anni '70 ha incarnato un modello di emancipazione raro per una Calabria che allora faticava

cava perfino a riconoscere il lavoro femminile.

L'azienda — 40 dipendenti, un fatturato 2024 oltre i 5 milioni di euro e una crescita prevista del 5% nel 2025 — continua a esportare in tutto il mondo un prodotto identitario. E mentre il Museo della Liquirizia (premio Guggenheim 2001) celebra quasi tre secoli di storia, il futuro bussa alle porte: dopo le precedenti collaborazioni con Chanel e Guerlain, un'altra celebre maison francese lancerà un profumo costruito proprio intorno alla liquirizia Amarelli. Un progetto talmente importante su cui l'azienda mantiene ancora il massimo riserbo.

**Dopo essere stata pioniera in un Sud in cui le donne faticavano a emergere, come vede oggi la condizione del lavoro femminile in Italia?**

«È un momento difficile. Le donne arrivano a un certo livello e poi si fermano, c'è un regresso nell'occupazione femminile legato alla crisi industriale. Se il caro-vita aumenta, spesso è la donna a lasciare il lavoro per occuparsi della famiglia. Le disparità salariali restano fortissime: noi abbiamo completato la certificazione di genere, ma non è così nella maggior parte delle imprese. Negli anni '70 molte di noi hanno messo in atto una "rivoluzione gentile", con ostinazione. Oggi serve lo stesso impegno, non bastano le norme».

**Com'era essere una donna imprenditrice in Calabria negli anni '70?**

«Ero quasi un animale raro: televisioni, giornali, curiosità generale. Ma quell'attenzione ha cambiato molto l'azienda e il territorio. Ancora oggi persone che non conosco mi ringraziano. La mia generazione ha aperto un varco, e le donne calabresi sono molto più forti, consapevoli. In tante, negli ultimi anni, hanno avviato imprese nei momenti di crisi».

**La vostra è una delle aziende più antiche d'Europa: quali errori non bisogna mai fare per sopravvivere tre secoli?**

«Primo: trovare equilibrio tra famiglia e azienda. È facilissimo depauperare uno dei due. Secondo: pensare alla successione. A

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

006833

L'ECO DELLA STAMPA®  
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE



RUBBETTINO

Settimanale

15-12-2025

Pagina 16

Foglio 2 / 3

L'Economia

del CORRIERE DELLA SERA



www.ecostampa.it

noi è capitato un lutto improvviso e mi sono ritrovata alla guida. Oggi mio nipote è amministratore delegato e, nonostante sia ancora giovane, stiamo già pensando alla generazione successiva. E poi servono valori etici prima che economici, attenzione ai collaboratori e al territorio: un'azienda dura se è parte della comunità».

#### **Dal vapore all'Ai: su cosa state investendo oggi?**

«Abbiamo iniziato a usare l'intelligenza artificiale per le etichette e per progetti di tracciabilità. Siamo sempre stati aperti alle novità: siamo entrati nell'e-commerce subito dopo Amazon. Il segreto è coniugare tradizione e innovazione».

#### **La vostra storia ha visto già una donna alla guida nell'Ottocento. Quanto pesò quella scelta?**

«Fu rivoluzionaria: Giuseppina Amarelli, educata ai collegi di Napoli, si ritrovò a fare contratti, litigare con fornitori, viaggiare, gestire contabilità e operai. Era quasi uno scandalo».

#### **Quanto producite oggi?**

«Circa una tonnellata di liquirizia al giorno. Abbiamo 40 dipendenti tra fabbrica, museo e shop, più stagionali. E un'unica sede: usiamo solo materia prima della costa ionica, dove nasce la liquirizia migliore al mondo».

#### **Il cambiamento climatico minaccia questa eccellenza?**

«Poco: la radice cresce sottoterra e ha bisogno soprattutto di spazio. È una pianta anti-

ca e resistente».

#### **Siete presenti anche all'estero?**

«Siamo in 30 Paesi. I mercati migliori restano Svezia, Danimarca e Norvegia. Bene Francia, Spagna, Stati Uniti. La Cina no: la loro liquirizia è medicina, troppo amara. Non riusciamo a fargli capire che ci si può mettere lo zucchero».

#### **Quali segmenti trainano oggi il business?**

«Le liquirizie ricoperte al cioccolato, la linea salata, mandorle, i panettoni. Stanno arrivando mentine bianche con filini di liquirizia per chi teme l'ipertensione. Facciamo delle cipster con grani particolari aromatizzati alla liquirizia, così come birra e sambuca. Con Marvis abbiamo realizzato anche un dentifricio, questo sì apprezzato anche in Cina».

#### **Collaborate molto con l'alta cucina.**

«Davide Oldani lavora spesso con noi. Anche Ducasse, gli Alajmo. Gli iaccarino fanno un dolce e mettono il nostro nome sulla carta».

#### **Aprirete mai il capitale a investitori esteri?**

«Per ora no. Ma nella vita mai dire mai».

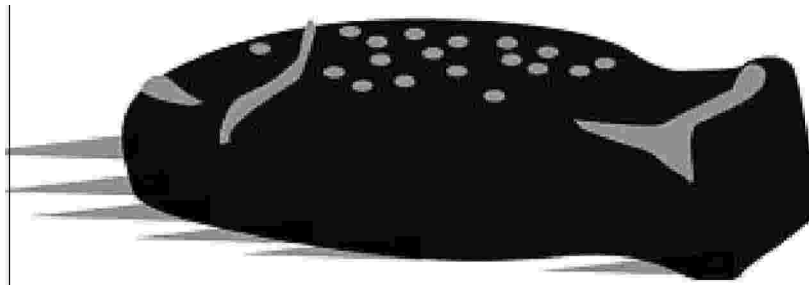
#### **Quale innovazione di oggi ammireremo nel vostro Museo della Liquirizia tra un secolo?**

«La sostenibilità energetica: fotovoltaico, cabina elettrica, ricarica auto. Ogni epoca ha la sua rivoluzione: questa è la nostra».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il libro** La storia Amarelli è narrata in un bel volume, ricco di foto e documenti, edito da Rubbettino



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

006833

L'ECO DELLA STAMPA®  
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE



RUBBETTINO

Settimanale  
15-12-2025  
Pagina 16  
Foglio 3 / 3

**L'Economia**  
del CORRIERE DELLA SERA



www.ecostampa.it



# 1731

## La fondazione

Nasce l'attuale concio per lavorare la liquirizia



# 1840

## Sviluppo

L'attività si è estesa fino a raggiungere Napoli

# 1907

## Caldaie a vapore

Ne installano due: impianti molto moderni per l'epoca

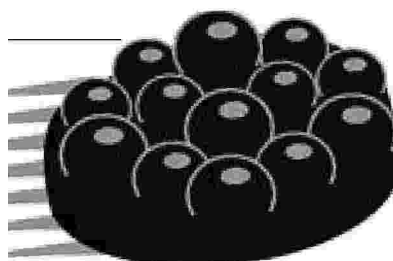
# 2001

## Cultura

Inaugurato il Museo della liquirizia «Giorgio Amarelli»



**Al vertice** L'avvocato Pina Mengano Amarelli è presidente onorario e Cavaliere del Lavoro



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

006833



**L'ECO DELLA STAMPA®**  
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE