

Pressemitteilung

NEUE MARKENIDENTITÄT FÜR SAN FELICE

Borgo San Felice positioniert sich neu und schafft eine neue Markenidentität und Markenstrategie in einer Welt, die große Herausforderungen aber auch Chancen bietet

München / San Felice, 19. Juni 2023. San Felice, das historische toskanische Weingut, die Weinkellerei und das Fünf-Sterne-Resort der Allianz Gruppe, hat eine neue Markenidentität und Markenstrategie entwickelt und eingeführt.

Der Relaunch begann 2021 mit dem Ziel, ein einmaliges Erlebnis für Hotelgäste und Kunden des Weinguts zu schaffen. Mit neuen Angeboten wurde eine einzigartige Synergie geschaffen zwischen dem Resort und seiner natürlichen Umgebung, die sich über 685 Hektar Weinberge, Olivenhaine und Wälder erstreckt.

San Felice steht seit Anbeginn für Innovation und Experimentfreudigkeit. So war der Vigorello im Jahr 1968 der erste Supertuscan-Wein im Chianti Classico-Gebiet. Ende der 1980er Jahre verwandelte das Unternehmen einen alten mittelalterlichen Weiler in das erste Hotel mit mehreren Gebäuden in der Toskana. Dies war der Ursprung für die Definition der inneren Werte der Marke (wie elegante Authentizität, Nachhaltigkeit und das Streben nach Exzellenz) und ihrer Positionierungsstrategie auf dem Markt für gehobenen Luxus.

Nach Abschluss dieses Projekts entstand der Bedarf an einer neuen visuellen Identität, die das Wertesystem der Marke besser widerspiegeln sollte. Es wurde ein ikonisches Logo entworfen, das unverwechselbar und wiedererkennbar ist, zeitgemäß, aber dennoch die klassischen Wurzeln des Ortes respektiert. Das neue Logo, das von der internationalen Kreativagentur Landor & Fitch entworfen wurde, stellt ein Stadtzentrum dar und damit die Idee der Piazza des alten mittelalterlichen Dorfes, das auf das Jahr 714 n. Chr. zurückgeht und sich nach außen hin öffnet; ein Ort, der gemütlich, aber gleichzeitig groß und geräumig ist, an dem sich die Menschen treffen und eine Verbindung zwischen ihnen und ihrer Umgebung herstellen können. Das Logo spiegelt somit die Markenstrategie wider, indem es eine natürliche Verbindung und Interaktion zwischen den beiden Geschäftsbereichen Wein und High-End-Resort zum Ausdruck bringt.

Maurizio Devescovi, Generaldirektor der Allianz S.p.A., hebt hervor: „San Felice hat im Laufe der Jahre sowohl im Wein- als auch im Hotelbereich hervorragende Ergebnisse erzielt und genießt in Italien und im Ausland große Anerkennung.“

Gleichzeitig hat es aktiv zur Entwicklung der Gemeinschaft beigetragen, in der es tätig ist, indem es wichtige soziale und philanthropische Projekte unserer Stiftung unterstützt, wie Impariamo dall'Eccellenza und l'Orto e l'Aia Felice, bei denen es sich um Eingliederungsinitiativen zur Förderung von Arbeitsplätzen im Hotelgewerbe und in der sozialen Landwirtschaft handelt, worauf wir besonders stolz sind."

Diese Vision wurde von Mario Cuccia, dem Präsidenten von San Felice, und seinem Team vorangetrieben: „Aufgrund der Besonderheiten unseres Unternehmens und der Bereiche, in denen wir tätig sind - Gastgewerbe mit Borgo San Felice, Weinbau mit den Weingütern San Felice (Chianti Classico), Campogiovanni (Montalcino) und Bell'Aja (Bolgheri) - schauen wir stets in die Zukunft und arbeiten hart daran, authentische und hochwertige Produkte und Dienstleistungen anzubieten."

Das neue Erscheinungsbild von San Felice spiegelt sich auf der Website <https://www.borgosanfelice.it/en/index> und im abgestimmten Erscheinungsbild der Marke wider: vom Briefpapier über die Beschilderung bis hin zu allen internen und externen Kommunikationsmitteln. Die neue Website soll die neue Markenarchitektur transportieren und zum visuellen Ausdruck der Identität des Unternehmens werden.

In einer sich ständig verändernden internationalen Situation hat San Felice ein neues Kapitel seiner Geschichte aufgeschlagen, in dem es sein Potenzial als führendes Unternehmen im Bereich der Luxushotellerie und der hochwertigen Weinproduktion voll ausschöpfen kann.

ÜBER SAN FELICE:

San Felice liegt im Herzen des Chianti Classico-Gebietes, nur wenige Kilometer von Castelnuovo Berardenga und Siena entfernt, in einem Anwesen, das von 1700 bis 1968 im Besitz der Familie Grisaldi del Taja war, bevor es Ende der 70er Jahre von der Allianz-Gruppe erworben wurde. Es wurde von einem adeligen Landbesitz in ein bedeutendes Weingut umgewandelt, das sich heute auf etwa 685 Hektar erstreckt, von denen 188 Hektar Weinberge sind, die sich in den drei besten Gebieten für den Weinanbau in der Toskana befinden: Chianti Classico mit dem Unternehmen San Felice und dem Borgo Resort mit seinem renommierten Fünf-Sterne-Hotel, das seit 1992 zur internationalen Vereinigung Relais & Châteaux gehört; in Montalcino mit der Marke Campogiovanni, die für die Produktion von DOC, Brunello und Riserva bekannt ist, während das Weingut Bell'Aja in Bolgheri eine bedeutende Menge an DOC und Superiore erzeugt.

Auf dem Gelände stehen außerdem 15.000 Olivenbäume. Nachhaltigkeit ist für San Felice von zentraler Bedeutung: Terrassierung, ständige Erforschung der Flora und Mikrofauna in den Weinbergen, präzise Pflege der Reben, Georeferenzierung und Vegetationskarten, Kläranlagen, Photovoltaikanlagen, Einsatz einer Hackschnitzelheizung und ab 2023 die Einführung des regenerativen Weinbaus. Dabei handelt es sich um ein auf dem Kohlenstoffkreislauf basierendes Modell der Weinbergs Bewirtschaftung, das den Boden regeneriert, Erosion verhindert, die biologische Vielfalt fördert und die Auswirkungen des Klimawandels abmildert.

2021 und 2022 wurden San Felice und Campogiovanni außerdem mit dem Equalitas SOPD-Standard in der Kategorie "Nachhaltige Organisation" ausgezeichnet, der die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards bescheinigt. Der Hotelbetrieb setzt sich auch für die Optimierung und Steigerung des Recyclings ein, indem er die Abfallmenge reduziert und Plastik durch biologisch abbaubare oder recycelbare Materialien ersetzt. Die in den Küchen anfallenden organischen Abfälle werden kompostiert, und auch die Wäscherei arbeitet mit umweltfreundlichen Produktionszyklen, die ausschließlich mit Energie und Rohstoffen aus erneuerbaren Quellen betrieben werden.

ÜBER L'ORTO E L'AIA FELICE

L'Orto e l'Aia Felice ist ein Projekt der sozialen Landwirtschaft, das 2012 von der Fondazione Allianz UMANA MENTE in Zusammenarbeit mit der Regionalregierung der Toskana, der Koiné-Genossenschaft und der Vereinigung für das dritte Lebensalter ins Leben gerufen wurde. Es handelt sich um ein Programm zur Verbesserung der Lebensqualität von jungen Menschen mit Behinderungen, das die Integration durch Gartenbau unter Einbeziehung älterer Menschen aus der Region fördert. Es hat zu bedeutenden Synergien geführt, die dazu beigetragen haben, die lokalen landwirtschaftlichen Traditionen in einem generationenübergreifenden Wissensaustausch weiterzugeben, und ist zu einem Brennpunkt des Zusammenhalts für die gesamte Gemeinschaft geworden. Der Gemüsegarten versorgt auch die beiden Restaurants des Hotels mit frischem Obst und Gemüse aus der Region.

ÜBER IMPARIAMO DALL'ECCELLENZA

Nach einer pandemiebedingten Pause wurde Impariamo dall'eccellenza - das wichtigste Projekt der Fondazione Allianz UMANA MENTE zur beruflichen Eingliederung benachteiligter Jugendlicher - im Jahr 2021 wieder aufgenommen. Das Projekt wurde 2012 durch die Partnerschaft mit Borgo San Felice ins Leben gerufen und konzentriert sich auf junge Menschen aus schwierigen Verhältnissen. Es bietet ausgewählten Kandidaten eine Ausbildung und soll ihnen helfen, Arbeitsplätze in italienischen Spitzenhotels zu erhalten. Seit seinem Start hat das Projekt über 350 jungen Männern und Frauen eine berufliche Zukunft gegeben.

Für Informationen und Bildanfragen:

San Felice

Daria Triolo, Head of Marketing & Communication
Tel.: +39 0577 399 216/228; d.triolo@sanfelice.com

Pressebüro

SCHAFFELHUBER COMMUNICATIONS GMBH
LINDWURMSTR. 113 | 80337 MÜNCHEN
Anke Schaffelhuber: ANKE.S@PR-SC.DE
Petra Maier: Petra.M@PR-SC.de
Gaby Wehle: gaby.w@pr-sc.de
TEL +49 (0)89.78 79 791 -01