

TRADITION

SPECIAL EDITION FOR 130 YEARS

HAUSBRANDT



130 YEARS
1892 - 2022


HAUSBRANDT
TRIESTE 1892

TRADITION

experience the world of Martino Zanetti

special edition for 130 years

130 YEARS
1892 - 2022

Dal 1892 Hausbrandt è sinonimo di caffè di qualità. La città di Trieste è stata teatro della nascita di un grande marchio: iconico e rappresentativo della cultura imprenditoriale italiana. Un marchio che è stato ispirazione, arte, cultura, espressione di uno spirito innovatore capace di mutare negli anni restando sempre fedele a sé stesso. Una storia fatta di visioni, firme di artisti e scelte coraggiose.

130 anni

**CHE
CAFFÈ!**

La campagna per l'anniversario

2022 La celebrazione dei 130 anni di storia del brand è stata l'occasione per guardare indietro, ripercorrere le scelte comunicative e d'immagine di Hausbrandt e creare una nuova veste per la Moka Hausbrandt, che esprime il saldo legame con l'iconografia della pubblicità del brand nel primo '900. L'illustrazione briosa e colorata, nata da un'idea del Presidente Martino Zanetti, sprigiona energia e mette al centro il caffè e la sua qualità, con un gioco di elementi grafici di forte impatto, stile essenziale, colori forti e linee pulite.

130 YEARS
1892 - 2022




HAUSBRANDT
TRIESTE 1892

CHE CAFFÈ!
QUANDO È HAUSBRANDT LO SENTI



6 **2023** Il recupero e la promozione dei capolavori che negli anni hanno contraddistinto la comunicazione del brand, tracciano la direzione per l'immagine futura di Hausbrandt. Un'immagine che dialoga con il passato, che ne esalta lo spirito di innovazione e che rappresenta al meglio i valori di autenticità e concretezza.



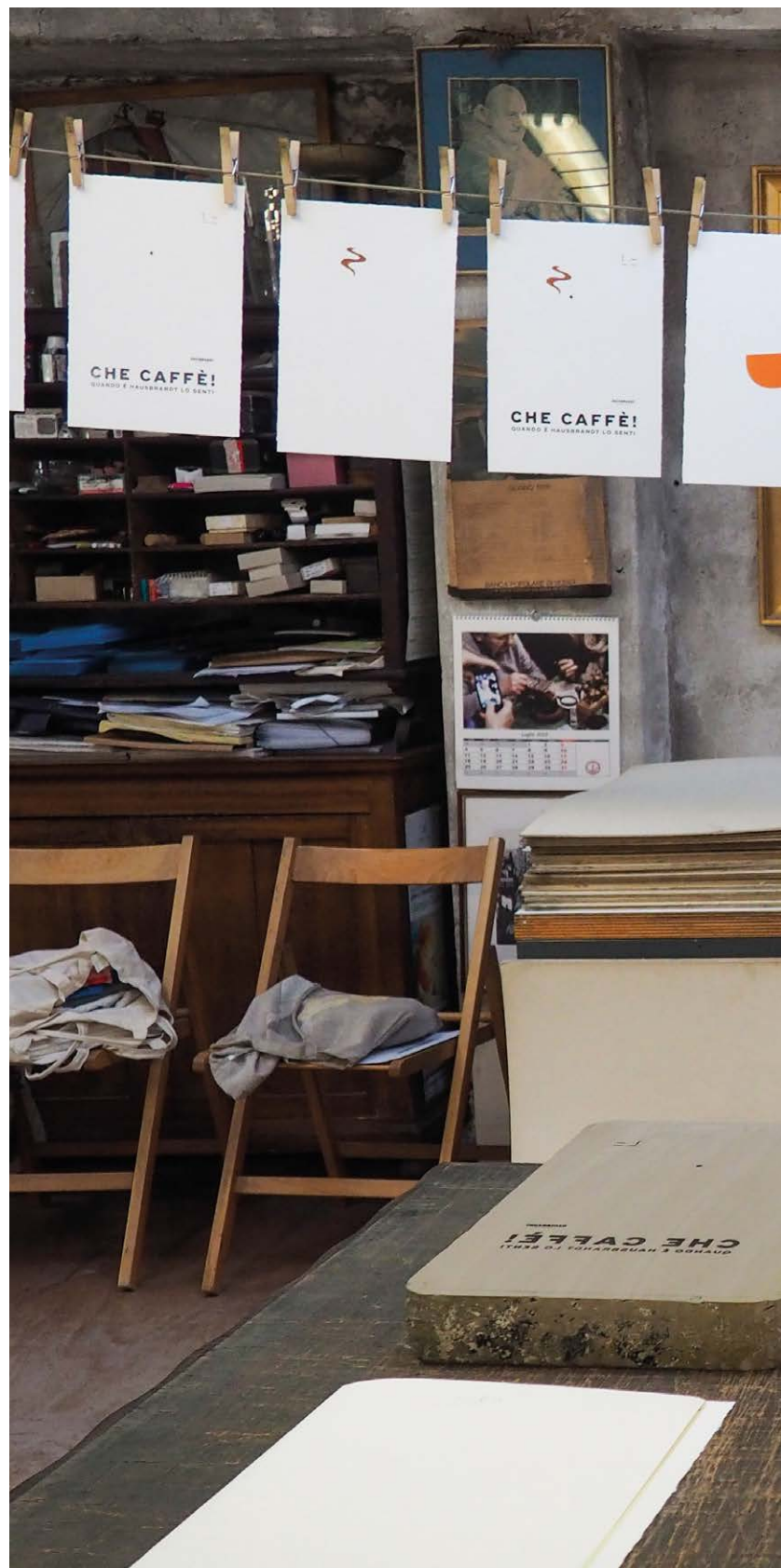


Illustrazione pubblicitaria nata da un'idea di Martino Zanetti

Litografia realizzata su pietra e stampata a mano con il torchio a stella litografico nella storica Stamperia d'Arte Busato di Vicenza

Tiratura limitata di 130 esemplari

2022 La litografia celebrativa con l'immagine simbolo dei 130 anni di Hausbrandt, diventa opera d'arte ed esprime, grazie ad una tecnica di stampa antica e manuale, tutta la cura e la passione che il marchio mette nella propria attività. La stampa litografica è stata realizzata a mano in sole 130 copie, irripetibili e numerate, e trasforma un'immagine in una fotografia di memorie, racconti, sensazioni.



STAMPERIA D'ARTE BUSATO
LITOGRAFIA - CALCOGRAFIA DAL 1946



130 YEARS
1892 - 2022



HAUSBRANDT
TRIESTE 1892

CHE CAFFÈ!
QUANDO È HAUSBRANDT LO SENTI

**Hausbrandt
1892: da 130
anni l'arte
esalta il gusto.**





C

H

E

A

F

F

È









over
to *Bea*
remember
1892 — 2022 *story*

entiful

1

130 anni di immagini, suggestioni, idee e creatività. Hausbrandt ha saputo elevare la grafica pubblicitaria e l'arte a elementi distintivi che raccontano i suoi valori e coinvolgono il pubblico nella sua quotidianità. Questa monografia celebra un percorso lungo 130 anni, che ancora non ha concluso la sua strada.

18
92

1892 — 1920



TRE PAROLE

SPECIALI
CAFFE'

HAUSB

**Uno slogan che
diventa marchio.**

TA'

RANDT

Un'intuizione per far risaltare le qualità del caffè.

Specialità caffè Hausbrandt Evidenziare al meglio la qualità del caffè. Con questo obiettivo nasce “Specialità Caffè Hausbrandt”: un messaggio semplice e diretto, che in brevissimo tempo diviene un vero e proprio marchio. Lo storico slogan viene inserito anche nelle confezioni e sui primi mezzi aziendali, attuando una campagna di comunicazione completa. La locandina “Tre parole: Specialità Caffè Hausbrandt”, con un omino col turbante a far da protagonista, stravolge l’immagine del marchio. Questa illustrazione incarna perfettamente il gusto dell’epoca e riscuote notevole successo, tanto da essere identificata in modo indissolubile con l’azienda per molto tempo.



TRE PAROLE

SPECIALITÀ CAFFÈ
HAUSBRANDT

La tostatrice



1892 Tostatrice Hausbrandt. La macchina è una Frigola & Co costruita a Breslau (Germania) nel 1859 ed è completamente originale. Risulta essere la prima macchina tostatrice “industriale” impiegata agli albori dell’attività artigianale da Hermann Hausbrandt alcuni anni prima della vera e propria fondazione della omonima Ditta e poi impiegata all’inizio della medesima attività. Oggi è custodita presso l’Headquarter di Hausbrandt a Nervesa della Battaglia (TV).

H. HAUSBRANDT = TRIESTE

Telefono:

978 SCRITTOIO (via poste vecchie N. 4).
502 FABBRICA (via S. S. Martiri N. 6).

Trieste, li 10 Novembre 1900

P. T.

Con la presente mi pregio parteciparvi di aver eretto in Via S. S.
Martiri N. 6 uno

Stabilimento per la Tostatura del Caffè

col sistema patentato Grevenbroich,

che mi permetto raccomandarvi.

Il sistema da me adottato per tostare (abbrustolire) il Caffè, è reputato dagli intenditori e dalle autorità competenti, come il più perfezionato che oggi esista. I prodotti con esso ottenuti vennero più volte distinti coi massimi premi.

Lo stabilimento, a motore elettrico, è organizzato sul sistema dei grandi impianti del genere già esistenti da alcuni anni col massimo successo in Inghilterra, Germania e recentemente anche nelle città principali dell'Austria e dell'Italia.

L'intelligente negoziante comprende facilmente che nessuno può sottrarsi od opporsi alle esigenze del tempo moderno e che sta nel suo proprio interesse d'introdurre un articolo, il quale verrà sempre più richiesto e che lascia inoltre un discreto margine di guadagno.

Eredo essere esonerato dalla promessa che dal canto mio farò tutto il possibile onde servirvi in modo inappuntabile, avendo già dato prove sufficienti che mi sta sempre a cuore d'accontentare i miei clienti e spero quindi nel reciproco interesse che vi favorirete del vostro appoggio anche in questa nuova mia impresa.

Con distinta stima

H. Hausbrandt.

**Il
brevetto**

1900 Hermann Hausbrandt presenta il sistema di tostatura brevettato Grevenbroich il 10 Novembre 1900. Un frammento di storia che spiega e testimonia l'origine della tostatura perfetta Hausbrandt, che salvaguarda l'aroma, grazie al sistema basato su un motore elettrico ed un impianto di raffreddamento.

“i Vecchietti”
il piacere vero di
assaporare un
buon caffè.

1910- 1920 Le prime campagne pubblicitarie, o réclame, come venivano chiamate all'epoca, vengono interpretate raccontando scene di vita comune: il momento della degustazione del caffè condiviso da due gioiosi vecchietti. Le attente scelte cromatiche si combinano con la simpatia offerta dai due protagonisti, magistralmente collocati in un'ambientazione semplice ma rappresentativa. L'immagine viene utilizzata come pubblicità, inserita nelle confezioni e sui primi mezzi aziendali, attuando una campagna globale, dal carattere innovativo per l'epoca.



Caffè Tostato



CHE DE

H. HAUSBRANDT TRIESTE.



ELIZIA!





1915 I mezzi Hausbrandt personalizzati con la campagna “i Vecchietti” riempiono le strade di tutta Italia, rafforzando l’immagine e contribuendo a fissare nella mente dei clienti il marchio.

Il fascino della

BELLE

EPOQUE

1900 Hausbrandt promuove il proprio marchio affidando la propria comunicazione a illustri nomi del moderno cartellonismo quali Marcello Dudovich, Leopoldo Metlicovitz e Pietro Antonio Sencig. Ancora oggi le immagini da loro create vengono utilizzate come elementi caratterizzanti dell'immagine e della storia del brand.

1910

La narrazione del caffè viene resa di forte impatto con la rappresentazione di una tazza fumante in diversi momenti del quotidiano. Un racconto cronologico, in cui il caffè e i clienti diventano protagonisti.

Uno stile volutamente “retrò” ma realizzato solo successivamente, negli anni ‘90 con il desiderio di mantenere un legame con l’epoca sinonimo di prosperità ed ottimismo.

**Il caffè nei
momenti di
ogni giorno,
immagini che
parlano a tutti.**









19
20

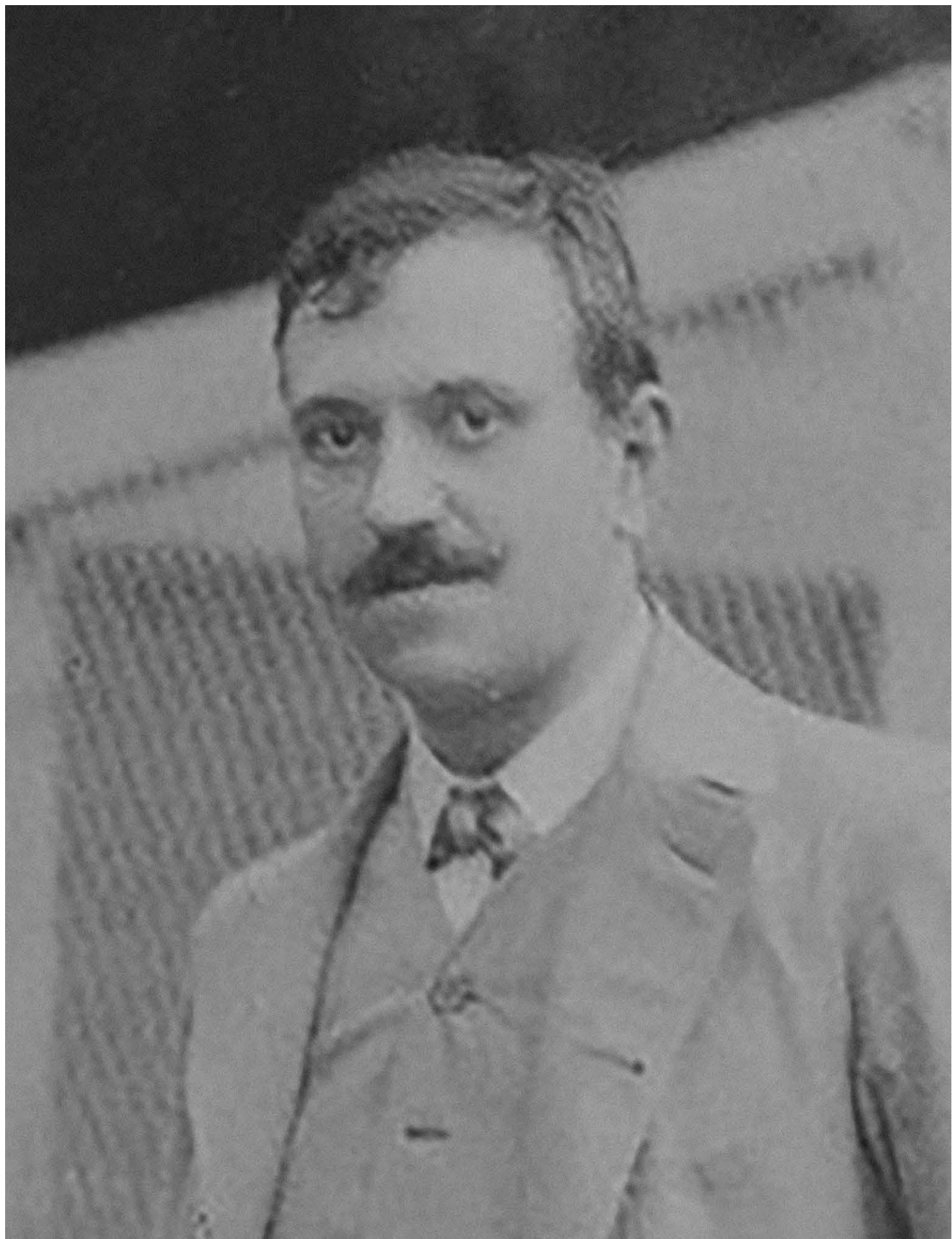
1920 — 1960

Grafica e immagine

Leopoldo Metlicovitz



1926 Leopoldo Metlicovitz, originario di Trieste, è uno dei maggiori artisti impegnati nella cartellonistica: dai manifesti di opere liriche alle immagini pubblicitarie del primo '900. Per Hausbrandt progetta e disegna un fondale e l'insegna di Casa Hausbrandt, il padiglione del brand nella Fiera Campionaria. Un'opera creativa che porta avanti la visione avveniristica della comunicazione del marchio.

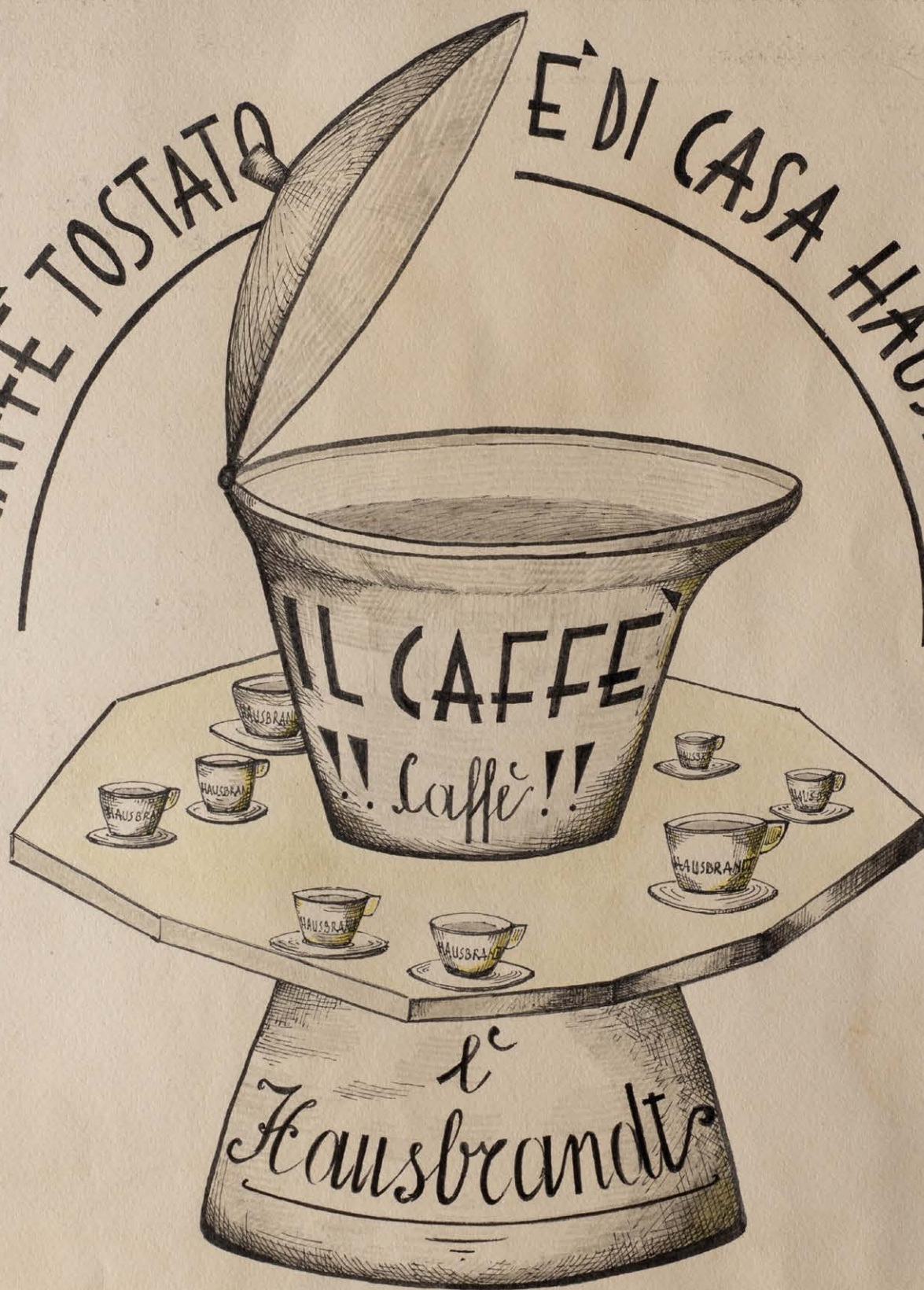


Leopoldo Metlicovitz

Archivio Hausbrandt
Anonimo
Ritratto fotografico

IL CAFFÈ TOSTATO

E' DI CASA HAUSBRANDT



HAUSBRANDT
! TOSTATO !

DA TRIESTE HAUSBRANDT





1926 Esce la prima linea di tazzine con il logo Hausbrandt. L'azienda, all'avanguardia nell'innovazione di prodotto e d'immagine, per prima sviluppa una linea di oggetti che sostengono e fanno crescere il valore percepito del marchio nella mente dei clienti.





Storico stabilimento Hausbrandt a Trieste

Anni 40 Le difficoltà del secondo conflitto mondiale non intaccano lo spirito imprenditoriale, che si afferma come maggiore industria di torrefazione italiana. Le sedi storiche in tutto il territorio e i tanti bar firmati Hausbrandt testimoniano la continua crescita del marchio.







19
60

1960 — 1990



LA MOKA

Luciano Biban

proporre slogan
come: il friulano
iniziativa commerciale
sosteni pubblicità

1960 Luciano Biban, veneziano di nascita e friulano d'adozione, si dedica con passione all'arte e alla pubblicità, riuscendo a raggiungere consensi in entrambi i campi. Per Hausbrandt sarà un tassello chiave nella comunicazione, perché realizzerà il logo che ancora oggi accompagna l'azienda.

29







HAUSBRANDT

1960 Iconica, gioiosa, la Moka è in linea con lo stile pubblicitario degli anni '60 ma capace di sfondare le barriere del tempo e rimanere impressa nella mente dei clienti per molto tempo.

CHE PIACERE...
UN
BUON
CAFFE'

1960 Un logo semplice e immediato che unisce in sé molti significati: la tradizione dell'arte del caffè italiano, fatto in casa con amore, il gesto di sorseggiare il caffè come elemento costitutivo di un intero popolo, e la dichiarazione di qualità, espressa nello slogan "che piacere un buon caffè", detto direttamente dalla Moka antropomorfizzata. Un progetto complesso ma vincente, che è diventato l'immagine stessa di Hausbrandt.



1990

1990 — 2010



L'EVOLUZIONE DEL MARCHIO

1990 Alla fine degli anni '80, con la rivoluzione imprenditoriale del nuovo Presidente Martino Zanetti, "Moka" è protagonista di un radicale restyling che ne ridisegna i lineamenti in modo più sobrio e in linea con i gusti del periodo. Oro e rosso incorniciano la storica Moka trasformandola in un marchio moderno e visivamente di impatto, senza stravolgerne l'identità e i significati.



T R I E S T E 1 8 9 2

HAUSBRANDT

**Il piacere di un
caffè d'autore.**



Anno: 1993



2000 L'eleganza formale e la stilizzazione degli elementi grafici pervadono tutti gli strumenti comunicativi del brand. Dalle campagne pubblicitarie agli oggetti che arricchiscono l'offerta ai clienti, il concetto di caffè d'autore viene raccontato con linee e comunicazioni essenziali.



LA PASSIONE IN UNA TAZZINA.



www.hausbrandt.com

20

10

2010 — 2019

L'ARTE

Martino Zanetti



2010 Martino Zanetti, oltre che guidare l'azienda in una modernizzazione importante e in una continua affermazione a livello internazionale, arricchisce con la sua arte la comunicazione del brand. I raffinati colori di Martino Zanetti interpretano le linee di porcellane create da Hausbrandt per celebrare il rituale della pausa caffè nei locali più esclusivi.

L'ARTE HAUSBRANDT

In tutta la storia del marchio, l'arte, intesa come messaggio destinato alla fruizione, alla piacevolezza e lontana da didascalici tentativi pubblicitari, è stata la cifra stilistica del dialogo instaurato con il cliente. Immagini, stili, scelte cromatiche hanno raccontato epoche, sensibilità e tante piccole sfaccettature che hanno reso Hausbrandt protagonista della vita degli italiani.

Il colore, nelle ultime scelte comunicative, è il veicolo primario, che parla al pubblico e lo fa immergere in un'atmosfera aromatica, vivace, persistente. Una fotografia visiva di ciò che il nostro caffè trasmette ad ogni assaggio.



Collezione sketches "Rose", Martino Zanetti

Tecnica: acquerello
Anno: 2015
Dimensione: 14,8x21 cm

PAINTED BY *André Zúñiga*



ART IN A COFFEE CUP

I profili delle rose, rivelati dagli acquerelli, incorniciano lo sfondo bianco, dove lo sguardo può abbandonarsi a un piacevole equilibrio di sfumature e far riscoprire tutte le percezioni dei sensi. La collezione di porcellane Art in a coffee cup sono un'esplosione di vivacità e energia, la stessa che assicura il caffè Hausbrandt.



hausbrandt.it



"Fiori rossi e gialli", Martino Zanetti

Tecnica: smalti e acrilici su tela di sacco di juta montata su legno
Anno: Maggio 2016
Dimensione: 200x150 cm

PAINTED BY *Martino Zanetti*



ART IN A COFFEE CUP.

In edizione limitata, la linea di tazzine e mug firmata da Martino Zanetti è ispirata al dipinto Rose Morlacche, dove smalti ed acrilici fanno sognare distese di fiori immaginari che si abbracciano. Una potenza creativa che segna la materia bianca della porcellana e la rende viva.







ART IN A COFFEE CUP



20
19

2019 — 2022

RESTYLING DEL MARCHIO

2019 Una nuova importante tappa per lo storico logo. Grazie all'aspetto essenziale e alla semplificazione degli elementi, acquisisce forza e modernità. Il pittogramma della Moka, il lettering tipico della scritta Hausbrandt e la collocazione storica "Trieste 1892" si fondono in un unico elemento che rafforza l'immagine del brand e lo rende immutabile.



HAUSBRANDT

TRIESTE 1892

il Bar

Eccezione per alcuni, seconda casa per altri.

Un luogo dove le persone vanno per incontrarsi, lavorare, pensare, ripensare, lasciarsi o tornare insieme.

Ciò che unisce tutte queste persone e le loro storie è la voglia universale di una tazzina di caffè perfetto, preparato con eccellenza dal Barista - l'incarnazione della tradizione artigianale italiana.

Sa cos'è buono, e sceglie ciò che è migliore. Ecco perché la gente ha fiducia nel barista.

Da esperto di caffè che vuole sempre soddisfare i suoi clienti, ha fiducia nel nostro marchio.

Perché il caffè per noi è più di una bevanda.

È uno stile di vita che puoi assaporare, una cultura che ispira, una vera e propria sorgente di pura emozione.

E noi siamo gli esperti nel far emergere le emozioni. Per questo motivo creiamo il migliore caffè italiano fin dall'inizio del nostro viaggio che è iniziato nel 1892.

Così un giorno, le persone non solo ordineranno "un caffè" presso il loro bar ma ordineranno "un Hausbrandt".

Siamo orgogliosi di chi siamo, da dove proveniamo e di ciò che facciamo. Ecco perché vogliamo convincere gli amanti del caffè, in tutto il mondo, a condividere la scelta di coloro che sono esperti nel farlo.

Al bar e a casa.

**The *Choice* of
those Who know.**



HAUSBRANDT

TRIESTE 1892

The *Choice*
of those
who know.



hausbrandt.it

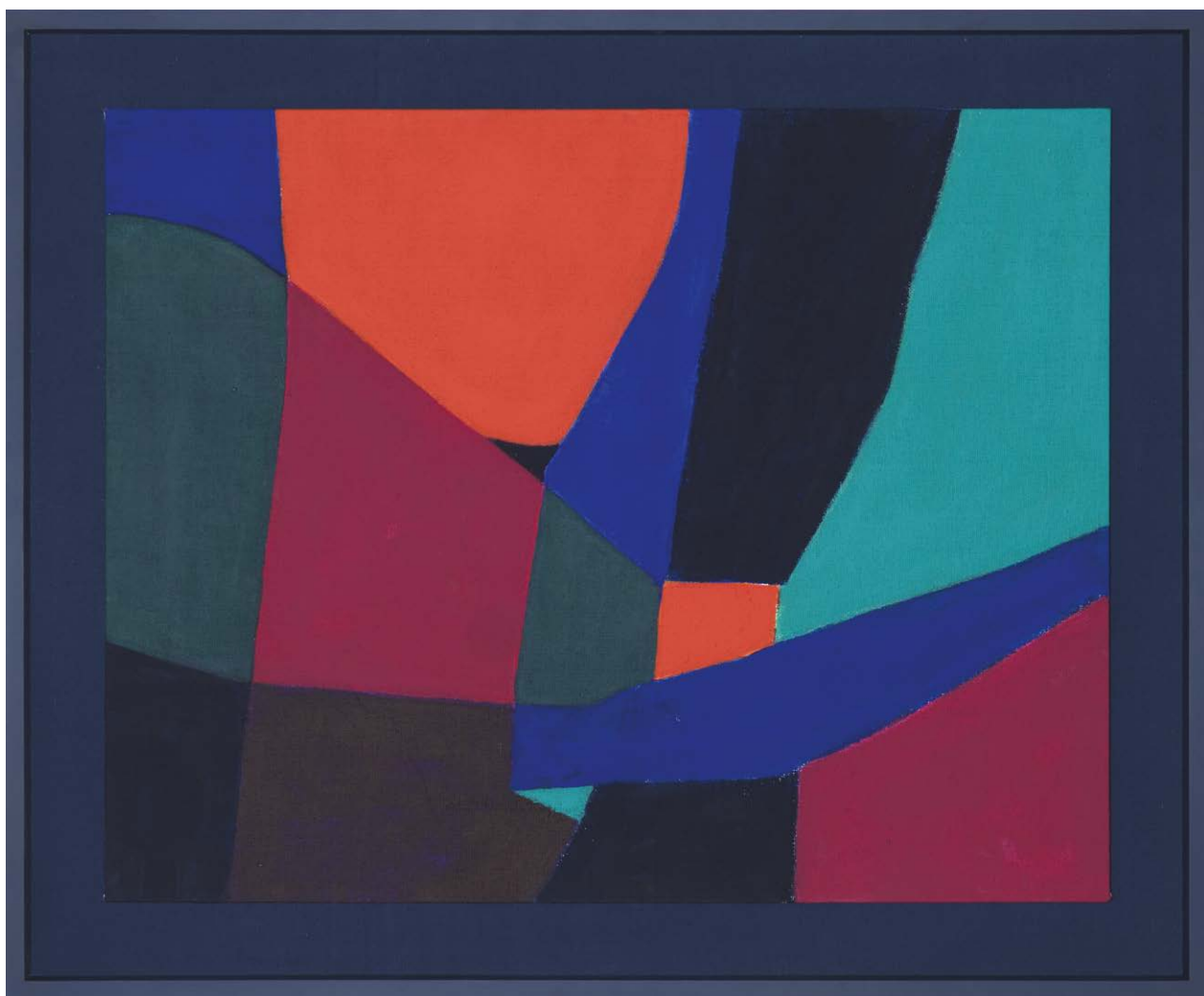


"Grey 1", Martino Zanetti

Tecnica: tecnica mista su tela di sacco di juta montata su legno
Anno: Luglio 2017
Dimensione: 80x60 cm



**Linee, colori,
forme piene e vuote,
celano un piccolo
grande segreto: il
piacere da svelare
in una profumata
pausa caffè.**



"Figura 1", Martino Zanetti

Tecnica: acrilico su tela di sacco di juta montata su legno
Anno: Giugno 2010
Dimensione: 95x120 cm

FIGURA 1



HAUSBRANDT COFFEE ART BY MARTINO ZANETTI

Le armoniose geometrie e gli intensi colori del dipinto «Figura 1» di Martino Zanetti esaltano l'eleganza della porcellana bianca, trasformando la tazzina in un'inedita opera d'arte. La ricercata creazione rinnova il prezioso momento della pausa caffè, arricchito di piacevoli suggestioni alla vista che lo rendono ancora più unico.


HAUSBRANDT
TRIESTE 1892
hausbrandt.it



"Fluid", Martino Zanetti

Tecnica: Acrilico su plexiglas
Anno: 2021



20

22

2022 — oggi

The background of the page is a complex, abstract composition of black and red lines and shapes. A large, thick black line forms a large, irregular loop that dominates the lower half of the page. Several thinner black lines crisscross the upper and middle sections. Red lines and shapes are interspersed throughout, including a prominent red line that forms a large, irregular loop in the upper left, and various smaller red strokes and shapes scattered across the page. The overall effect is one of dynamic, expressive movement.

I NUOVI COLORI DEL MARCHIO



HAUSBRANDT

TRIESTE 1892

Carattere e passione, colori che lanciano messaggi

Il rosso Indissolubilmente legato alla storia di Hausbrandt è il colore del cuore, dell'energia, espressione di una tendenza al movimento. Il rosso esprime certezza e dinamicità, è il punto fermo che spinge al domani.

Il nero Colore che comunica autorità e sicurezza, prestigio e certezza. Trasmette il desiderio di mantenere sempre elevato il livello qualitativo dei prodotti. La chiara leggibilità, soprattutto grazie all'abbinamento con il rosso, crea un marchio di grande impatto.



Acrilico su plexiglas
Artwork by Martino Zanetti

2022 L'esplosione cromatica diventa segno e comunicazione che lascia a chi guarda il piacere di viverla, leggerla, sperimentarla. Le suggestioni artistiche si trasformano, nella nuova immagine di Hausbrandt, in elementi di arredo che vestono bar e locali, installazioni e stand fieristici, ancora una volta all'insegna dell'arte.



“Fluid”, Martino Zanetti

Tecnica: Acrilico su plexiglas
Anno: 2021

“Non è casuale l’uso del colore che si rivela in righe e spazi con un riferimento calligrafico. E’ intenzionale la completa vestizione sopra e sotto, dal pavimento al soffitto, una parafrasi cromatica di quanto io ritengo la realtà dal punto di vista del colore. Noi viviamo e percorriamo il colore. Il colore percorre la nostra via.”

Martino Zanetti









ARTE è COMUNICARE

“...il colore, come il suono, ha una velocità di propagazione: il colore in sé è un fenomeno fisico. La superficie cromatica di un’opera artistica è una perfetta sequenza matematica sino al punto nel quale il pittore, l’artista, lo scrittore, il musicista concedono una percentuale d’interpretazione al percettore finale dell’opera (il pubblico). Per tal maniera l’opera si realizza perfettamente nel singolo attimo relativo della pubblica manifestazione. Il pubblico, l’individuo percepiente è la condizione sine qua non alla realizzazione dell’opera, la quale porta in se stessa il relativo messaggio estetico.”

**Per chi ama
scegliere
*l'Eccellenza.***



CHE

hausbrandt.it