

Quando nel 1968, accanto ad alcuni campioni di Mon Chéri, arrivò a New York il primo espositore di Tic Tac alla menta dalla caratteristica forma ad albero, era chiaro che lo sviluppo della Ferrero negli Stati Uniti avrebbe seguito un corso diverso rispetto a quanto accadeva in altre aziende.

Nel 1969 viene costituita la Ferrero U.S.A., la cui prima sede fu impiantata nella città di Yonkers, poco più a nord di New York City. All'inizio i nostri prodotti Ferrero venivano distribuiti da Progresso Foods/Imasco, una divisione della "British American Tobacco".

Nel 1972 la giovane attività della Ferrero USA apre il suo "periodo newyorkese", che dura 22 anni, trasferendosi prima nei piccoli uffici di Park Avenue, poi negli spazi più ampi della 5th Avenue, andando ad occupare infine un intero piano in Madison Avenue e sulla 41st Street, tutto nel cuore della "grande mela".

Tic Tac

Negli Stati Uniti è stato proprio Tic Tac a diventare il prodotto principale della Ferrero: l'alberello espositore degli inizi, contenente 50

astucci, viene poi affiancato nel 1975 da un altro espositore per i Tic Tac al gusto di cannella. I primi spot pubblicitari usciti negli U.S.A. facevano ricorso a un'espressione locale che invitava gli americani col motto: "Metti in bocca un Tic Tac per gustarti una botta di vita."

Tic Tac conosce un momento difficile nel 1979, quando è costretto a confrontarsi con la forte espansione sul mercato delle mentine senza zucchero. La strategia fu allora di rilanciare il Tic Tac posizionandolo su un mercato più adulto, aggiungendo alla linea anche le versioni dei Tic Tac dei due gusti classici: menta fredda e wintergreen.

Come portavoce dei Tic Tac fu scelta un'attrice non molto famosa, Kelly Harmon, che annunciava a tutta l'America che il Tic Tac è il "respiro alla menta in 1 caloria e 1/2".

Il rapporto con Kelly Harmon era destinato a durare più di 20 anni, considerata la continua crescita che andava registrando il piccolo confetto di Alba; è interessante notare come negli U.S.A. il Tic Tac sia generalmente considerato un prodotto americano, diventando addirittura un'icona che si vede regolarmente in TV e al cinema. Il Tic Tac ha di recente sponsorizzato una vettura e un pilota che hanno corso sul circuito NASCAR negli Stati Uniti.



Da un alberello cresce un'Azienda

La storia dello sviluppo dell'azienda americana





Nel 1975 la produzione dei Tic Tac viene trasferita in Porto Rico, uno stato libero associato agli U.S.A.; grazie alla continua espansione e al costante perfezionamento, lo stabilimento di Caguas rappresenta oggi uno dei più importanti poli produttivi di Tic Tac del Gruppo, accanto allo stabilimento Ferrero di Quito, che è allo stesso modo un importante fornitore di Tic Tac per il mercato statunitense.

Tic Tac continua a crescere e nel 1978 la società statunitense assume da Progresso tutte le funzioni di vendita e distribuzione. Gli uffici dell'amministrazione, del marketing e gli uffici finanziari vengono dunque insediati a New York City, mentre viene aperto un nuovo impianto Ferrero a Moonachie, nel New Jersey, con un reparto spedizione e un deposito che serve l'est degli U.S.A., un reparto acquisti e un reparto in cui si svolgono limitate attività di confezionamento.

La storia di Somerset

L'espansione che la Ferrero U.S.A. conosce all'inizio degli anni '90 la pone di fronte all'esigenza di trovare un'unica sede che accentri tutte le funzioni aziendali, nonché alla necessità di incrementare le capacità produttive e di confezionamento sul territorio statunitense. Nel 1994 viene acquistato uno spazio di 22 ettari presso Somerset, nel New Jersey, che comprendeva un complesso di 24.000 m². La ristrutturazione del nuovo complesso dura circa sei mesi e nell'agosto del 1994 tutte le attività U.S.A. vengono trasferite in questa nuova struttura, che si trova a circa un'ora da New York City.

Nel mese di giugno del 1995 la Famiglia Ferrero e il management del Gruppo sono giunti negli Stati Uniti per inaugurare il nuovo stabilimento di Somerset, nel New Jersey.



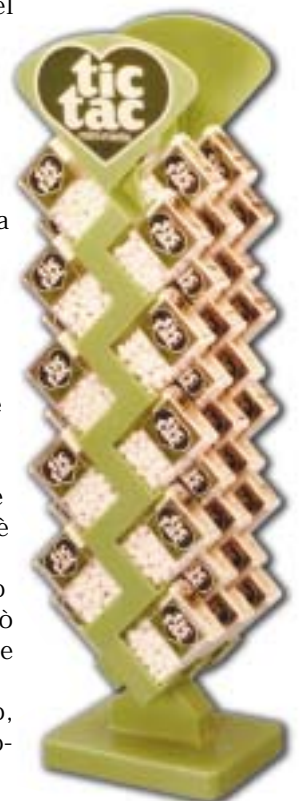
La zona di Somerset è abbastanza interessante da un punto di vista storico. Durante la guerra d'indipendenza americana, proprio in quest'area il generale George Washington condusse importanti battaglie a capo dell'esercito coloniale contro le forze britanniche.

Per oltre 300 anni, grazie alla ricchezza del terreno e favorita dalla vicinanza con New York, la regione intorno a Somerset, nel New Jersey, rimase prevalentemente agricola: si producevano frutta e ortaggi che venivano poi spediti a New York sfruttando il corso del fiume Raritan e del canale che scorre in prossimità degli uffici della Ferrero. Negli ultimi due decenni le fattorie che disseminavano l'area di Somerset hanno ceduto il posto ad aziende e centri di deposito. Oggi, tra le centinaia di aziende vicine alla Ferrero U.S.A., troviamo anche: Aventis, Nissan, Royal Dalton, Sprint/PCS e Ortho-McNeil Pharmaceuticals.

Proprio come è successo in Piemonte nel 1994, anche il New Jersey, conosciuto come "lo stato giardino", nell'estate del 1999 è stato colpito dall'alluvione.

La pioggia dell'uragano Floyd, provocando lo straripamento del fiume Raritan, causò serie inondazioni sia a Somerset che nelle vicine Bound Brook e Manville.

Lo stabilimento Ferrero fu risparmiato, mentre furono purtroppo colpite le abitazioni e le vite di molti dipendenti.





Oggi

La Ferrero U.S.A. opera oggi su un mercato moderno e molto esteso, che conta una variegata popolazione di 285.000.000 persone. Il consumo pro-capite di dolci negli Stati Uniti oggi è pari a 10,3 kg.

Nel corso degli anni quel piccolo alberello che esponeva gli astucci di Tic Tac "è fiorito", dando la possibilità a tutti gli americani di qualunque peso, forma e provenienza di comprare i Tic Tac in qualunque angolo degli Stati Uniti. Il Tic Tac in effetti ha conosciuto una crescita costante che lo ha portato a diventare il n° 1 delle mentine in America. Adesso il Tic Tac festeggia il suo 25° compleanno nella Times Square di New York offrendo bibite e una torta di compleanno fatta di 25.000 astucci di Tic Tac.

La recente aggiunta dei Tic Tac Silvers promette un'ulteriore espansione del marchio.

Rocher

Negli anni '90 la Ferrero U.S.A. ha aggiunto anche Rocher alla gamma dei suoi prodotti.

Negli Stati Uniti le praline, che qui vengono chiamate "Boxed Chocolates", non hanno generalmente un alto livello di qualità o di prezzo come quelle europee. Il mercato statunitense delle "Boxed Chocolate" è dominato dal gruppo Russell Stover/Whitman's, che produ-



ce circa 200 diverse confezioni di cioccolatini, noccioline, caramelle toffee e praline alla frutta, oltre alle caramelle dure e alle novità di stagione.

Altri produttori locali di praline negli Stati Uniti sono: Sees nel Midwest, Ghirardelli nell'Ovest e Archibald all'Est.

Esistono poi segmenti ristretti di mercato occupati dalle praline speciali, vendute a prezzi elevati principalmente nei negozi di specialità e nei grandi magazzini; tra esse troviamo: Godiva, Lindt, Guylan e Perugina. Ferrero è entrata nel mercato di massa degli Stati Uniti introducendo Rocher come prima pralina d'importazione di alta qualità, disponibile a prezzi accessibili nei luoghi in cui i consumatori fanno spesa tutti i giorni. Dopo una breve periodo di prova all'inizio degli anni '90, i Rocher hanno conosciuto una rapida espansione. Oggi la distribuzione del Ferrero Rocher raggiunge livelli ragguardevoli sia per l'astuccio da 3 pezzi che si trova alle casse, sia per la confezione 'formato famiglia' da 12 pezzi, nelle corsie delle caramelle; senza tralasciare la sempre maggiore presenza della pralina nelle confezioni regalo natalizie. Grazie alle campagne pubblicitarie e a un eccellente servizio di assistenza-consumatori, gli americani hanno abbracciato il gusto unico di Rocher e la sua particolare consistenza. L'eleganza di Ferrero Rocher e la sua versatile confezione, che cambia in base alla stagione, hanno consentito al marchio Ferrero di essere presente in occasione di eventi ufficiali o legati alle Nazioni Unite, come ad esempio cene di gala. Ferrero Rocher oggi è distribuito a livello nazionale in tutti gli U.S.A. e rappresenta il secondo marchio più importante per l'azienda. Nell'anno commerciale 2000/2001 la azienda americana è diventata la n° 1 del Gruppo per le vendite di Rocher.

Nutella

Nutella è entrata negli Stati Uniti da principio come specialità di importazione, venduta principalmente nei negozi dei quartieri italiani. Poi gli americani hanno cominciato pian piano a scoprire la Nutella, tanto che oggi questo prodotto si trova nella maggior parte dei supermercati, proprio

accanto al tradizionale burro di arachidi. Il marchio Nutella è stato anche un importante sponsor per il calcio giovanile negli U.S.A. Recentemente l'azienda U.S.A. ha firmato un accordo con uno dei giocatori di basket più famosi della NBA, Kobe Bryant dei Los Angeles Lakers, che sarà testimonial del prodotto.

Per molti anni Nutella ha registrato forti vendite in Canada e un trend in continua crescita negli Stati Uniti.

Nel febbraio 1995 è stata avviata la produzione nello stabilimento Ferrero di Somerset. Oggi la produzione di Somerset, che di recente ha sperimentato l'uso dei barattoli in plastica, serve a

soddisfare la domanda di Nutella di tutta l'area del NAFTA (*North American Free Trade Agreement*, sigla inglese dell'accordo di libero scambio del Nordamerica, stipulato nel 1992 tra Stati Uniti, Canada e Messico per la creazione di un'area di libero commercio, ndr). Mentre la Ferrero U.S.A. importa e commercializza grandi quantità di confezioni finite provenienti direttamente da Alba o da altri stabilimenti produttivi Ferrero, una parte ragguardevole dei cioccolatini venduti negli U.S.A. vengono riconfezionati o finiti nello stabilimento di Somerset, utilizzando la produzione di massa importata da Alba, dal Brasile e da Allendorf. Per la maggior parte di questa produzione viene utilizzata la robotica d'avanguardia di Ferrero.



di un'azienda ancora giovane, il numero di pensionati è finora abbastanza esiguo; ogni anno, tutti i dipendenti andati in pensione vengono invitati a partecipare alla festa in qualità di ospiti. Da quando la sede è stata trasferita nel New Jersey, la Ferrero U.S.A. ha anche avviato la consuetudine di riunire, nel mese di settembre, i dipendenti e le loro famiglie, organizzando un grande Picnic aziendale. Negli ultimi tre anni questo felice evento è stato organizzato negli spazi di Somerset, con musica, corse e gare per i bambini e la tradizionale partita di calcio della Ferrero U.S.A.

Il futuro

Nonostante il mercato statunitense sia senza dubbio esteso e complesso, il continuo successo di Ferrero dimostra che è possibile annoverare gli Stati Uniti nell'elenco dei paesi in cui i nostri prodotti, la nostra esperienza e la nostra competenza promettono per la Ferrero un futuro brillante e sconfinato.

Gary Foote
Ferrero U.S.A.

Il personale

Lo stabilimento di Somerset della Ferrero USA conta attualmente 175 dipendenti fissi e fino a 200 collaboratori part-time, a seconda della stagione. Altri 100 dipendenti lavorano fuori Somerset, e un rilevante numero di merchandiser part-time vivono e lavorano a livello locale su tutto il territorio degli Stati Uniti.

Fin dalla sua fondazione, la Ferrero U.S.A. ha organizzato ogni anno un party di Natale per i propri dipendenti. È un'occasione per festeggiare i risultati dell'anno. Trattandosi



Foto di gruppo del management Ferrero U.S.A.