

Quarant'anni in Ferrero

Glauco Leone

Sono entrato in Azienda il 6 giugno 1961. Appena assunto ho prestato servizio come impiegato di magazzino presso la filiale di Pescara. Ricordo ancora l'invidia dei compagni di scuola per la mia assunzione: anche allora, infatti, non era semplice trovare lavoro.

In principio, lo ammetto, ero un po' scoraggiato, il lavoro era pesante, dovevo scaricare dai camion i prodotti Ferrero e, soprattutto, quelle enormi latte di

Supercrema Montriol, la progenitrice della Nutella, che pesavano 30 chilogrammi ciascuna.

Mi sono confrontato subito con la filosofia del gruppo Ferrero, ed ho imparato in fretta a dare il giusto valore al lavoro e ad avere cura e rispetto per i prodotti.

Dopo aver trascorso due anni a Pescara, dopo l'annessione delle filiali Fervec a quelle Ferrero, sono stato trasferito a Vercelli, in qualità di capo contabile.

Quel periodo fu particolarmente significativo, sia sul piano lavorativo sia su quello personale, perché fu segnato dalla nascita del mio primo figlio.

Qualche tempo dopo mi venne affidato l'incarico di ispettore amministrativo presso la sede di Alba. Grazie a questa carica,

conosciuta tecnicamente come Internal Auditor, ho avuto la possibilità di visitare la maggior parte delle filiali Ferrero e soprattutto di incontrare e conoscere centinaia di colleghi.

Mi capita di ripensare con commozione alle persone che ho incrociato in quegli anni, anche perché spesso rivedo i loro volti sulle pagine di «Filodiretto». I miei viaggi in Italia, come Ispettore Amministrativo si sono interrotti nel 1972, quando sono diventato capo deposito della filiale di Roma, incarico che ho ricoperto per 4 anni.

Viaggiare, del resto, è sempre stata una costante della mia vita. Nel 1976 ho, infatti, preso parte con entusiasmo al progetto Ferrero Overseas.

La mia prima meta è stata l'Australia, che ho raggiunto dopo 36 ore di viaggio trascorse tra lunghi tempi di volo, soste in aeroporto e disagi trasferimenti in macchina.

Ho sperimentato la vita in un nuovo mondo, ho imparato una nuova lingua, mi sono confrontato con una cultura molto diversa dalla mia e

con un nuovo modo di guidare (a sinistra!).

Lo stabilimento australiano produceva Nutella e Tic Tac partendo direttamente dalle materie prime e, ancora oggi, fornisce gli stessi prodotti al mercato australiano e a quello asiatico.

Aprire una fabbrica così lontano dall'Italia significava per la Ferrero trasferire in un

...nel 1976 ho preso parte con entusiasmo al progetto Ferrero Overseas... La mia prima meta è stata l'Australia, l'ultima Portorico



altro continente la propria tecnologia, oltre a personale qualificato in grado di testimoniare anche la filosofia dell'Azienda.

L'ultima tappa dei miei continui viaggi è arrivata nel 1999, quando sono stato nominato direttore d'azienda dello stabilimento di PortoRico che produce e distribuisce sul mercato americano circa 500 milioni di astucci di Tic Tac all'anno. Sono molto fiero di essere stato il direttore della prima azienda Ferrero fuori Europa. Oggi, dopo quarant'anni di lavoro, posso dire che una grande passione mi lega al mio lavoro e sento sempre viva quella voglia di fare che mi animava il primo giorno, quando incominciavo a muovere i primi passi in Ferrero.

Giuseppe Quaglia

Nel 1960, dopo aver conseguito ad Alba il diploma di specializzazione presso la scuola professionale INAPLI, sono entrato in Ferrero come tornitore.

Lavorai per un lungo periodo presso l'officina centrale, insieme ad altri colleghi, coordinati e scrupolosamente sorvegliati dall'allora capo officina generale, il signor Giancarlo Costantini.

Nel 1969 sono stato nominato capo squadra. Una carica che fino ad allora era riservata a persone con molti anni di anzianità ed esperienza poiché prevedeva anche l'organizzazione del lavoro di altre persone.

Un incarico che non sarei riuscito a svolgere senza la stima e l'intelligenza dei colleghi.

Successivamente, come responsabile della manutenzione, ho avuto modo di lavorare in diversi reparti. In quel periodo ho potuto approfondire le mie conoscenze tecniche e trasferirle poi anche ai miei collaboratori.

Allora, la maggior parte degli impianti per

la produzione dei prestigiosi prodotti Ferrero era ideata, progettata, installata e messa in funzione da personale interno. Si sperimentava una grande collaborazione tra gli enti di progettazione, manutenzione e produzione.

Tutto si svolgeva sotto la vigile supervisione dell'ing. Eugenio Caruso, allora direttore tecnico, che, con grande professionalità e carisma, riusciva a trasmettere a tutti noi la voglia di migliorare e di condividere i risultati.

In quegli anni ho anche imparato che la collaborazione, unita all'amicizia, alla stima e alla fiducia reciproca permette di raggiungere, oltre a considerevoli soddisfazioni personali, degli ottimi risultati a beneficio dell'azienda.

Nel 1984 sono passato al settore industrializzazione. In particolare ho seguito, con altri colleghi, lo sviluppo di alcuni progetti relativi agli stabilimenti della Dolciaria Sud. Nel 1987 mi sono trasferito per un anno a Sant'Angelo dei Lombardi, in provincia di

Avellino, per coordinare l'installazione e la messa in funzione degli impianti di quel nuovo stabilimento.

Da allora sono sempre rimasto nel settore tecnico e, in particolare, negli ultimi anni, mi sono occupato di tecnologie di processo. Il mio incarico era seguire la progettazione, la ristrutturazione di vecchi impianti, l'installazione di nuove unità

produttive e potenziamenti in genere. Oggi, dopo quarant'anni, sento un po' di nostalgia se penso agli inizi della mia attività lavorativa, ma non ho rimpianti, anzi guardo al passato con un pizzico di orgoglio, per aver contribuito, insieme a tutte le persone con cui ho avuto modo di lavorare, all'espansione di una grande azienda come la Ferrero.



...guardo al passato con un po' di nostalgia e un pizzico di orgoglio per aver contribuito all'espansione di una grande azienda come la Ferrero

In Ferrero ogni prodotto è una conquista mentale e affettiva, frutto di un immenso lavoro e impegno.

Giuseppe William Salice

Quando nell'autunno del 1960 sono entrato in Ferrero come venditore sulla piazza di Milano, non avrei mai detto a me stesso che sarei rimasto in Ferrero per tutto il resto della mia vita.

Avevo allora conosciuto la Ferrero come un'azienda dolciaria piemontese che si era prefissa l'obiettivo di uscire fuori dai confini regionali e di diventare un punto di attrazione per i consumatori italiani (e non soltanto italiani).

Non avevo certo l'immaginazione per pensare, allora, che la Ferrero sarebbe diventata leader mondiale di riferimento nei suoi settori produttivi.

Eppure queste due cose straordinarie si sono verificate.

Ho speso la mia vita di lavoro in Ferrero e la Ferrero è diventata leader mondiale di prima grandezza.

Se chiudo gli occhi e nella mia mente vado indietro e ripercorro con la velocità del pensiero questi quarant'anni di storia aziendale e personale, sono infiniti i ricordi che mi assalgono, troppi gli avvenimenti che affiorano alla mia memoria. Ma alcune evidenze si collocano davanti ai miei occhi e restano lì, immobili nella grandezza dei loro significati.

Infatti, vivendo in Ferrero, molto spesso a fianco del signor Michele prima, e dei figli Pietro e Giovanni poi, ho appreso e assimilato uno spirito aziendale unico ed esclusivo, radicalmente innovativo, capace di anticipare i tempi. È questo spirito che ha fatto davvero grande la Ferrero e che ha arricchito la mia esistenza personale. Penso che alla radice di questo spirito aziendale ci sia l'amore per il prodotto.

E per "amore" intendo un atteggiamento di grande e continua attenzione, di profonda cura e di totale dedizione al prodotto medesimo. Il prodotto – ogni prodotto

– è il cuore della Ferrero. Questo significa dedicare tutte le proprie risorse creative e inventive necessarie per trovare un prodotto che non esiste ancora sul mercato e che vada incontro alle aspettative dei consumatori.

È una cosa facile a dirsi, ma difficilissima da realizzare.

Un prodotto nuovo richiede un'idea nuova, un pensiero divergente rispetto a ciò

che già il mercato offre, un'originalità profonda e solida.

Ma richiede anche un lungo e paziente lavoro di ricerca in laboratorio (per mettere a punto la dose e la tecnologia) e sul campo (per individuare il marketing più efficace). In Ferrero ogni prodotto è una conquista mentale e affettiva, frutto di un immenso lavoro e impegno.

Ma "amore per il prodotto" significa anche adottare e mettere in

pratica la concezione del prodotto impressa. In Ferrero ogni prodotto deve essere in grado di generare risorse per autoalimentarsi e per rigenerarsi costantemente nel tempo.

Ogni prodotto deve sapersi rinnovare nel corso degli anni per mantenere sempre fresca e giovane la propria immagine e per continuare ad avere un alto potere di attrazione presso il consumatore.

Questi concetti che oggi sono uno dei capisaldi del patrimonio culturale della Ferrero sono estremamente difficili da mettere in pratica. Me lo ricordo bene quando – a partire dalla fine degli anni Settanta – per oltre venti anni sono stato il responsabile della Kinder.

Nel corso di quegli anni ho avuto l'opportunità di lanciare sul territorio italiano tutti i prodotti Kinder (da Kinder Cioccolato a Kinder Pinguì), oggi ancora presenti sul mercato.

Ogni lancio è stata una sfida, quella di tra-



sformare un prodotto in un “prodotto impresa”.

Fra tutti, Kinder Sorpresa è sempre stato al centro del mio cuore, perché Kinder Sorpresa significa bambini, emozione, magia, realtà sempre nuove.

È un marketing difficilissimo, che richiede di riuscire a mantenere sempre alta, nel corso degli anni, la potenzialità emozionale della sorpresa in un mondo che cambia sempre più rapidamente.

Accanto al signor Michele Ferrero ho appreso che cosa vuol dire in concreto avere “amore per il prodotto”.

Vuol dire offrire sempre qualcosa di attraente e di importante per il consumatore.

Se è impossibile consumare prodotti senza consumare significati, allora i prodotti della Ferrero devono essere carichi di significato per il consumatore.

E questo comporta considerare e trattare il consumatore come un re, studiarlo per capire i suoi gusti e i suoi desideri, per comprendere le sue tendenze e i suoi valori, per anticipare le sue esigenze.

Prodotto e consumatore costituiscono un binomio indissolubile.

Nella mia vita in Ferrero ho imparato ad apprezzarli e a rispettarli entrambi.

Quando ho iniziato l'avventura internazionale in Europa, nel 1992, mi sono attenu-

to a queste linee guida e ho potuto constatare che il consumatore internazionale sa apprezzare un prodotto preparato con attenzione e con cura nei dettagli e nei particolari.

Dopo quarant'anni di lavoro in Ferrero non posso che essere grato alla Famiglia Ferrero e all'Azienda per la possibilità di lavoro che mi ha dato, e soprattutto per le opportunità di esperienza e di apprendimento che mi sono state offerte. Ringrazio, infine, i tanti amici che ho trovato in Ferrero e che con il loro sorriso e con la loro amicizia mi hanno accompagnato in questa entusiasmante avventura.

E V V I V A L A F E R R E R O !!!

La Redazione di Filodiretto esprime le proprie congratulazione anche a tre collaboratori della Ferrero France, premiati per 40 anni di servizio in azienda:

BELLENGER EDITH

MOREL DANIEL

PETIT CLAUDE

40 ANNI, L'ALBO D'ORO

1987

Carlo Gastaldi, Riccardo Roggero

1988

Dario Boeris, Agnese Zorogniotti

1989

Ottavio Barbero

1990

Giuseppe Viglino

1991

Agostino Giacosa

1992

Giulio Ferrero

1993

Edoardo Magnani

1994

Sergio Bernocco, Giancarlo Bio
Giovanni Raimondo

1995

Amilcare Dogliotti, Secondina Fiora

Giovanni Garombo, Franco Montanaro
Michele Sansoldo

1996

Luciano Chierici,
Francesco Stirano

1997

Piero Arlorio, Severino Chiesa
Carlo Marchisio, Vincenzo Rabino
Franco Sappa

1998

Federico Fiorino, Ezio Heffler
Giovanni Nasi, Fortunato Tarable

1999

Giuseppe Bruno, Domenico Foglietta
Rosanna Giacosa, Pierfranco Manzone
Piercarlo Sibona

2000

Ada Aimasso, Luigia Amata
Francesco Bergia, Pietro Chiale
Domenico Dogliani,
Giandonato Nicola, Mario Viberti