



CENTRO ON LINE
STORIA E CULTURA
DELL'INDUSTRIA
il Nord Ovest dal 1850

Prodotti Ferrero
Giancarlo Subbrero

2009
Testo per Storiaindustria.it

Una delle caratteristiche di lungo periodo della produzione della Ferrero è data dalla focalizzazione sul prodotto dolciario: il “core business” dell’azienda è rappresentato essenzialmente da questo comparto; nel corso della storia dell’azienda sono presenti alcune diversificazioni produttive, ma quando queste avvengono si propongono sempre come snodi nella continuità, sono sempre correlate e frutto di attente ponderazioni, accurate analisi di mercato e precise programmazioni produttive.

Tutto nasce nel 1946, quando Pietro Ferrero inventa la “pasta gianduja” - che può essere considerata “l’origine” di gran parte dei prodotti Ferrero – e inizia a produrre il “giandujot”, un dolce composto da nocciole, zucchero, latte, cacao e burro in polvere, conservato in carta stagnola e venduto a fette, che ottiene uno strepitoso successo e la produzione di “giandujot” passa da 3 quintali del febbraio 1946 a 1.111 nel novembre dello stesso anno. All’inizio del 1947 Pietro mette sul mercato il “Cremino”, la confezione monodose, 21 grammi, della “pasta gianduja”, venduta a 5 lire. Nel 1949 è la volta della “Supercrema”, una crema da spalmare sul pane venduta in barattoli e bicchieri che è considerata l’antesignana della “Nutella”.

A partire dall’inizio degli anni Cinquanta è soprattutto Michele Ferrero ad occuparsi principalmente della produzione. Particolarmente attento alle innovazioni, la prima “creazione” di Michele è del 1951 con il “Sultanino”, una piccola stecca di cioccolato destinata alla merenda dei bambini, dove sostituisce il burro di cacao con il burro di cocco; la produzione di “Sultanini” passa da 60 quintali nel dicembre 1951 a 2.800 nel dicembre 1952. Nel luglio 1953 Michele lancia il “Cremablock”, un cioccolato ripieno di nocciola di piccole dimensioni, 36 grammi, venduto a 30 lire; anche questo prodotto ottiene un enorme successo tanto che, se la produzione complessiva della seconda metà dell’anno ammonta a 4.000 quintali, balza a 48.000 quintali l’anno successivo; nel 1954 la “Cremalba”, un dolce composto da latte in polvere, burro di cocco, uova in polvere e zucchero, con 40.000 quintali prodotti nello stesso anno. Con questi ultimi prodotti, più il “Cremino” e tranne la “Cremalba”, venduta in pani da 200 grammi, l’azienda, a differenza delle altre imprese del comparto che puntano ancora su costose confezioni di lusso, per raggiungere un mercato di massa si orienta sulle “pezzature minime”, facendo contemporaneamente leva sull’elemento psicologico dato dalle caratteristiche di freschezza, qualità, igiene e di elevata personalizzazione del prodotto. “A noi interessa soprattutto seguire il prodotto in tutte le sue fasi: – afferma Michele Ferrero nel 1966 in una delle pochissime interviste rilasciate – quando è frazionato nel greggio, quando prende corpo, quando esce dagli stabilimenti, quando arriva nei negozi e, finalmente, quando entra nelle case dove verrà emesso il giudizio. Un giudizio che può fare la nostra fortuna o la nostra rovina”.

Nel 1957, con la costruzione dello stabilimento di Allensdorf in Germania, avviene un primo snodo, e con il “Mon Chéri”, una pralina alla ciliegia destinata in un primo momento soprattutto al mercato tedesco – “Un po’ dell’infuocato fascino del Sud” è la pubblicità che accompagna il prodotto – l’azienda entra nel mercato delle praline. Anche la produzione di “Mon Cheri” che ottiene un immediato e strepitoso successo: i 90 quintali prodotti al giorno nel 1957 salgono a 200 l’anno successivo, per giungere a 500 milioni di pezzi nel 1966, sino a diventare ben presto la pralina più venduta in Germania. Infine, nel 1964 appare la “Nutella”, una crema da spalmare composta da zucchero, oli vegetali, nocciole (al 13%), cacao magro, latte scremato in polvere che ottiene un immenso successo: solo in Italia le vendite di “Nutella” passano da 120.000 quintali nel 1957 a 357.000 nel 1999, e a partire dagli anni Sessanta la “Nutella” diviene ben presto uno dei prodotti culto e senza età della società contemporanea. I “segreti” della fabbricazione della “Nutella” - gelosamente custoditi al pari di quelli della Coca Cola - sono contenuti nell’accurata miscela di oli vegetali – denominata in azienda “Nx” - e nell’altissima qualità delle nocciole e del cacao usati nella lavorazione.

Nel corso degli anni Sessanta e Settanta – nel 1970 la *Ferrero* è già una multinazionale di tutto rispetto, con un fatturato del gruppo pari a 120 miliardi 7.700 dipendenti e una produzione giornaliera di 5.000 quintali – viene avviato un articolato processo di diversificazione della produzione, ma sempre sostanzialmente correlata, non più rivolta esclusivamente al cioccolato,

ottenuto lavorando non solo le nocciole ma anche il cacao – anticipata nel corso degli anni Cinquanta dalla produzione della “Ducalba”, una stecca di cioccolato fondente di altissima qualità – ma anche ai prodotti da forno, alle caramelle, alle bevande, ai prelaborati e semilavorati.

Nel 1961 esce “brioss” che segna l’esordio dell’azienda nel settore dei prodotti da forno, linea arricchita nel 1964 con “fiesta snack”; nel 1968 è la volta di “Kinder cioccolato”, una barretta di cioccolato al latte ripiena di latte. Nel 1974 viene creata la “Kinder division”, una intera linea di prodotti alimentari per ragazzi che emblematicamente rappresenta la filosofia dell’azienda del “prodotto come impresa” che identifica non solo un prodotto ma una intera famiglia di prodotti. “Nella filosofia di Michele Ferrero - si legge in una delle poche storie giubilari dell’azienda – ciascun prodotto è visto come un’impresa a se stante. E, come tale, non ha un ciclo di vita che si esaurisce in un determinato numero di anni. Al contrario deve essere in grado di autorigenerarsi adattandosi alle diverse esigenze che provengono dai nuovi tempi o dai nuovi mercati”. E in effetti nella linea “Kinder” dopo la barretta di cioccolato e gli ovetti si aggiungono nel 1975 “Kinder brioss”, nel 1976 “Kinder cerali”, successivamente “Kinder colazione più” e “Kinder delice”.

Se la linea “Kinder” è sostanzialmente orientata ai più giovani la Ferrero contemporaneamente sviluppa strategie di prodotti orientati anche agli adulti. Nel 1968 è prodotto il “Pocket coffe”, abbinamento del cioccolato con il caffè; nel 1969 è lanciata la caramella “Tic Tac”, che segna l’entrata dell’azienda nel comparto dei pastigliaggi e nel 1972 con l’“Estathè”, un soft drink monodose, la *Ferrero* entra nel settore delle bevande fresche.

Nel corso degli anni Ottanta seguono numerosi altri prodotti, come “Ferrero Rocher” nel 1982 o “Duplo” nel 1987, oppure “Raffaello”, tutti destinati a clamorosi successi. In particolare, “Ferrero Rocher” può essere considerato come il simbolo della storia della produzione dolciaria dell’azienda: cuore della pralina è una nocciola – la “Tonda Gentile delle Langhe” – ricoperta di “Nutella”, con sopra uno strato di wafer, a sua volta ricoperto da cioccolato e scaglie di nocciola. “Raffaello” rappresenta una svolta nella produzione delle praline: l’azienda rinuncia al cacao e punta sul cocco e il cuore della pralina è rappresentato da una mandorla intera, differenze produttive che consentono il consumo anche nei mesi più caldi dell’anno. All’inizio degli anni Novanta “Kinder Fetta al latte”, “Kinder Pinguì” e “Kinder Paradiso” rappresentano l’ingresso dell’azienda nel comparto delle merendine fresche, mentre nel 1989 “Kinder gran sorpresa” segna l’ingresso dell’azienda nel mercato delle uova pasquali. Nei primi anni del nuovo secolo nelle praline di aggiungono “Opera mini”, “Garden” e “Rond noir”; nel 2006 viene lanciato sul mercato “Gran Soleil”, un sorbetto proposto con diversi gusti – limone, mandarino, frutto della passione, caffè, vaniglia, cappuccino – mentre nel 2008 è la volta di “Pocket espresso to go”, una cioccolata liquida al caffè. Attualmente la *Ferrero* è presente sul mercato con una vastissima offerta di prodotti che vanno da quelli classici, commercializzati sotto il marchio “Ferrero” (“Nutella”, “Duplo”, “Fiesta”) alla linea “Kinder”, articolata in snacks, semifreddi, uova, brioche e mix, dalle praline (“Mon Cheri”, “Pocket Coffee”, “Ferrero Rocher”, “Raffaello”) alle caramelle (“Tic Tac”), alle bevande (“Estathé”). Caratteristica fondamentale di tutti i prodotti della *Ferrero* è la loro spiccata differenziazione, che li rende difficilmente imitabili. Inoltre, alla base di ogni prodotto non vi è solo una profonda conoscenza del mercato e dei gusti dei consumatori, ma accurati e lunghi studi sui processi produttivi e la ricerca di materie prime di assoluta qualità. Una vera e propria “esplosione di prodotti”, alcuni con una storia di lungo periodo, anche se continuamente rinnovati, che ottiene un importante riconoscimento: nell’ultima inchiesta annuale (2009) condotta dal Reputation Institute sui marchi globali la *Ferrero* è la società che ha la migliore reputazione ed affidabilità al mondo.

Principali prodotti Ferrero

Kinder	Snacks
	Kinder Cioccolato
	Kinder Maxi
	Kinder Bueno
	Kinder Cereali
	Kinder Happy Hippo
	Semifreddi
	Kinder Fetta al Latte
	Kinder Pinguì
	Kinder Maxi King
	Kinder Choco-Fresh
	Kinder Paradiso
	Uova
	Kinder Sorpresa
	Kinder Gran Sorpresa
	Kinder Shoko-Bons
	Kinder Merendero
	Kinder Softy
	Brioche
	Kinder Délice
	Kinder Brioss
	Kinder Colazione più
	Kinder Pan e Cioc
	Kinder Frutti
	Mix
	Kinder Fiends
	Kinder Circus
	Kinder Maxi Mix
	Kinder Mini Mix
Ferrero	Nutella
	Nutella Snack & Drink
	Nutella & Go
	Duplo
	Duplo Nocciolato Leggero
	Fiesta
	Hanuta
	Tronky
	Yogurette
	Noggy
Praline	Ferrero Rocher
	Raffaello
	Mon Chéri
	Pocket Coffee
	Giotto
	Ferrero Kusschen
	Ferrero Garden

	Ferrero Rond Noir
	Ferrero Opera
Caramelle	Tic Tac
	Tic Tac Silvers
	Tic Tac King Size
Bevande	Estathé

Fonte: http://www.ferrero.com/index_.php

Principali prodotti e quote di vendita in Italia della Ferrero nel 2007

Mercati	Brand	Posizione	Competitor
Creme spalmabili a base di cioccolato	Nutella	85,6%	
Tavolette di cioccolato	Kinder	13,0%	La Novi (Gruppo Elah-Dufour); Gruppo Nestlé
Praline (cioccolatini ripieni)	Mon Chéri; Pocket Coffee; Rocher; Raffaello	39,3%	
Uova al cioccolato	Kinder Gran Sorpresa	21,9%	Perugina (Gruppo Nestlé)
Uova al cioccolato (inferiori a 50 grammi)	Kinder Sorpresa	85,3%	
Ovetti pieni	Noggy; Schoko-Bons; Kinder Softy	29,3%	Witor's
Pastigliaggi	Tic Tac; Mon Amour	6,0%	Perfetti Val Melle
Soft drinks	Estathé	23,7%	
Merendine	Brioss; Kinder; Fiesta	24,5%	Barilla
Semifreddi	Kinder	89,7%	
Snack al cioccolato	Duplo; Kinder; Tronky	60,5%	Dolma (Divisione Mars)

Fonte: Ricerche e Studi – R &S, 2007.



Corso Unione Sovietica, 216 - Torino
tel. 011 316 8677
info@storiaindustria.it
www.storiaindustria.it