



Daniele Ferrero, 50 anni, amministratore delegato di Venchi



DANIELE FERRERO L'ad: facciamo concorrenza alla belga Godiva, che però fattura 900 milioni contro i nostri 100

“Nocciole e pistacchi sempre più cari Ma Venchi li vuole solo italiani e Igp”

INTERVISTA

LUIGI GRASSIA

Nessuna parentela con i Ferrero dell'omonimo gruppo dolciario. «Ahimè no!», risponde all'ovvia domanda Daniele Ferrero, proprietario e amministratore delegato dell'azienda Venchi (cioccolato e gelati) di Castelletto Stura, in provincia di Cuneo. «In Piemonte il cognome Ferrero è comune», spiega. Ed evidentemente è diffusa anche la passione imprenditoriale per il cioccolato e i dolci. «Nel 1998 - dice Ferrero - assieme ad alcuni soci ho acquistato una cioccolateria che fatturava l'equivalente di un milione di euro. Nel 2019 siamo cresciuti a 100 milioni, e per il 2020 prevediamo un ulteriore aumento a 115 o 120 milioni». Per combinazione Ferrero compie 50 anni proprio nel giorno di questa intervista.

La crescita di Venchi è avvenuta per linee interne o per acquisizioni?

«Nessuna acquisizione: per la nostra azienda non ci sarebbe vantaggio né economico né di marketing nel farne».

Come siete passati in una ventina d'anni da 1 a 100 milioni di euro?

«Una prima svolta è stata attorno al 2007-2008, quando abbiamo deciso di non limitarci più a produrre cioccolato da vendere ad altri perché

lo rivendessero confezionato con i loro marchi, ma di creare un rapporto diretto col cliente finale aprendo i nostri negozi, con il nostro marchio e i nostri prodotti. Poi c'è stato un mutamento graduale, che ha comportato una crescita sempre più forte dei punti vendita all'estero, e si è completata nel 2019, quando su 120 negozi col marchio Venchi, quelli fuori dai confini sono diventati numerosi come quelli in Italia. E nel 2020 ci sarà addirittura il sorpasso: programmiamo solo 3 aperture in Italia contro 7 in Cina, 3 in Giappone, 1 a Singapore, 2 in Indonesia, 3 negli Usa e 2 in Francia».

Come si distribuiscono i vostri dipendenti fra produzione e vendita?

«La maggior parte, cioè 700 persone, lavora nel settore commerciale, poi ci sono 300 addetti fra uffici e produzione. Nello stabilimento di Castelletto Stura i lavoratori sono 80».

Tutta la produzione è concentrata lì?

«A Castelletto Stura facciamo il cioccolato, ma poi c'è una seconda produzione importante per Venchi, cioè i gelati, e quelli vengono fatti in 120 siti nel mondo, utilizzando, in parte, anche dei semilavorati che arrivano dallo stabilimento italiano. Invece gli altri gruppi mandano in giro prodotti congelati».

Ma i negozi Venchi che cosa

sono? Cioccolaterie, o gelaterie, o tutte e due le cose?

«Tutte e due le cose: cioccolaterie. In stagioni diverse i nostri clienti apprezzano gli stessi sapori, poniamo, in versione cioccolatino e in versione gelato. Per le ricette usiamo i medesimi ingredienti: lo stesso cacao dell'Ecuador, le stesse nocciole piemontesi, lo stesso pistacchio di Bronte...».

Ma non c'è una strozzatura nell'offerta? Sulle nocciole, ad esempio, c'è stata una polemica recente di Matteo Salvini riguardo all'uso di quelle turche nei dolci italiani.

«Un polemica che non ci tocca proprio. Noi usiamo al 100% nocciole piemontesi Igp, nonostante il fatto che in pochi anni il loro prezzo sia raddoppiato, e hanno fatto +15% solo nel 2019. E anche le materie prime non italiane come il cacao sono molto rincarate».

Questo si è riflesso sui prezzi finali di Venchi? E il pubblico come ha reagito?

«C'è stato un riflesso sui prezzi, ma non sulle vendite».

Se la vostra clientela non reagisce ai rincari, vuol dire che è un po' di élite?

«Il nostro pubblico è in prevalenza femminile e se deve assumere calorie di cioccolato preferisce un prodotto come quello di Venchi che non ha tracce chimiche e offre quella che negli Usa chiamano una "etichetta pulita": nien-

te conservanti, tutto naturale. E progressivamente facciamo cioccolato e gelati con sempre meno zucchero. Un altro fattore che piace, e continua a piacere, ai nostri clienti, in particolare agli stranieri, è che i nostri negozi vengono percepiti come luoghi del made in Italy: chi ci passa davanti, soprattutto in Asia, spesso fotografa le facciate e le vetrine, poi entra e apprezza anche l'arredamento in stile italiano oltre ai prodotti, e in molti casi prova persino a usare parole italiane. Tutte queste cose non cambiano, anche se i prezzi crescono un po' a causa delle materie prime».

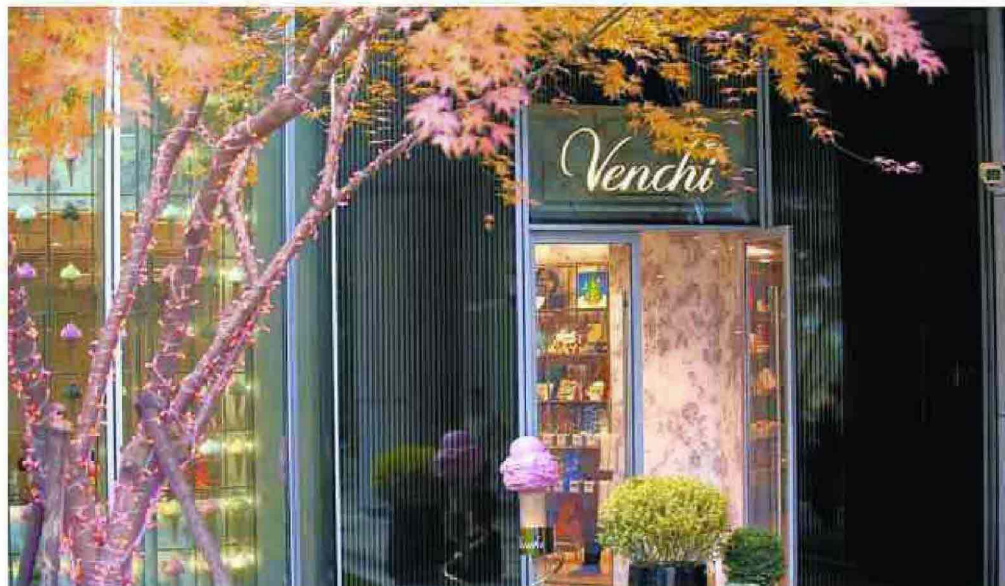
Chi sono i vostri concorrenti nel mercato mondiale?

«Non consideriamo concorrenti le aziende che si limitano a produrre il cioccolato e i gelati, ma quelle che in più hanno, come noi, una rete di negozi propri e che propongono un'esperienza particolare di consumo ai clienti. Penso al gruppo Godiva, di origine belga. Che però fattura 900 milioni di euro contro i nostri 100».

Investite per crescere?

«Crescere è un imperativo. Gli imprenditori italiani sembrano aver smarrito l'ottimismo. Nel mondo ci sono tante opportunità: per coglierle bisogna rischiare e investire. Noi investiamo ogni anno il 15% del fatturato». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DANIELE FERRERO
 AMMINISTRATORE
 DELEGATO DI VENCHI



Io e i miei soci
 siamo partiti
 con il cioccolato
 Adesso puntiamo
 molto sui gelati

Dal 2020 avremo
 più punti vendita
 all'estero che in Italia
 In totale le aperture
 nell'anno saranno 21

Nel mondo ci sono
 grandi opportunità
 Ma gli imprenditori
 italiani sembrano
 aver perso il coraggio

L'azienda in cifre

Venchi
 il cioccolato dal 1878

Anno
 di nascita
1878

Fatturato
100 milioni di euro
 (di cui export 33%)

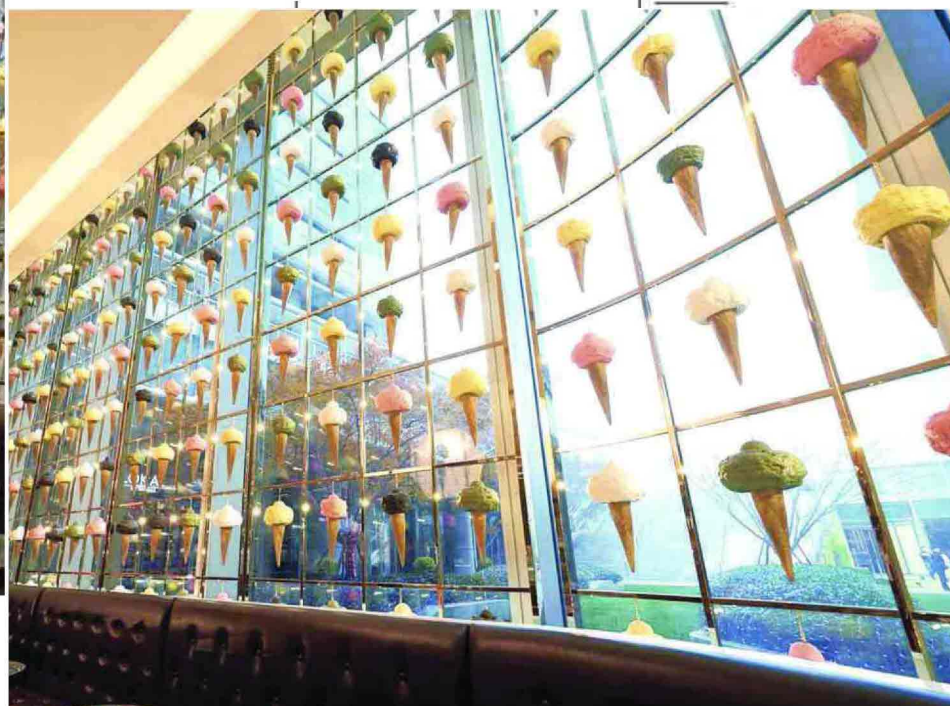
Stabilimento
**Castelletto Stura
 (Cuneo)**

Negozi
120 in 70 Paesi

Ricette di cioccolato
350

Gusti di gelato
90

centimetri - LA STAMPA



Qui e nella foto grande in alto due immagini del negozio aperto da Venchi a Shanghai (Cina)