

AURICCHIO

La Gennaro Auricchio è stata fondata da Gennaro Auricchio a San Giuseppe Vesuviano nel 1877 e da sempre operante nel settore lattiero-caseario, leader mondiale nella produzione del provolone.

La Gennaro Auricchio fondata con caratteristiche artigianali da don Gennaro Auricchio a San Giuseppe Vesuviano (Napoli) nel 1877, è oggi una delle principali aziende italiane operante nel settore lattiero-caseario. Leader mondiale nella produzione di provolone, vanta una delle gamme più complete di formaggi, prodotti negli otto stabilimenti presenti sul territorio italiano. Attualmente la quota di export ha superato il 40% del fatturato totale a conferma della forte propensione della famiglia Auricchio a rappresentare il made in Italy nel mondo. Già a partire da fine Ottocento, il provolone piccante Auricchio si affermò velocemente e il cognome del suo produttore divenne sinonimo del formaggio stesso creando nel consumatore uno stretto legame tra marca e tipologia di prodotto. La fama del provolone crebbe ancor più rapidamente nel primo Novecento sia in Italia che all'estero quando varcò l'oceano e arrivò negli Stati Uniti, dove divenne per gli emigranti il simbolo concreto e quotidiano di testimoniare la fedeltà sentimentale alla terra natia. Ancora oggi, dopo oltre centoquaranta anni di attività, con le sue nove sedi in Italia, le due filiali commerciali in Usa e Spagna e un'esportazione in sessanta Paesi del mondo, l'Auricchio è tra i principali leader del mercato caseario.



Lo stabilimento di Cremona



Da destra Alberto, Giandomenico, Gennaro e Antonio Auricchio

ERRICO AURICCHIO (1885-1971). Sviluppò l'attività produttiva che il padre Gennaro conduceva a San Giuseppe Vesuviano, fino a diventare presidente della Gennaro Auricchio. Nel primo Novecento, per far fronte alla scarsità di latte presente in Campania e alla crescente richiesta di provolone Auricchio, decise di mettersi in viaggio per la Pianura Padana in cerca di latte buono e abbondante e a Cremona trovò una zona fertile e ricca di bovini. Iniziò così a organizzare il lavoro di casari locali insegnando loro come produrre il provolone, formaggio fino a quel momento quasi sconosciuto nel nord Italia. All'epoca la produzione avveniva in oltre cento piccoli caseifici distribuiti tra le province di Cremona e Piacenza. Avviò inoltre altri caseifici nella campagna romana e in Sardegna. Riparati gli enormi danni procurati dalla grande guerra, riprese in pieno l'attività produttiva con attrezzature modernissime, speciali sistemi di stagionatura e un'attenta selezione del prodotto. Nel 1949 la sede legale e amministrativa dell'Auricchio, ormai divenuta società per azioni, venne trasferita definitivamente a Cremona ed Errico Auricchio ricevette la nomina a Cavaliere del Lavoro nel 1959.

GENNARO AURICCHIO (1914-2007). Divenne presidente della Gennaro Auricchio e trasformò la società fondata dal nonno in un'azienda leader nel settore e in una delle più importanti realtà industriali della provincia di Cremona. Nel 1976 concentrò la maggior parte della produzione nel modernissimo stabilimento di Pieve San Giacomo e nel 1992, dopo la divisione delle quote azionarie in parti uguali tra i due rami della famiglia poiché una parte era decisa a vendere il 50% della società a una multinazionale americana, Gennaro Auricchio, contrario a questa operazione, comprò quella quota. In soli quattro anni riuscì a rilanciare la società, lasciandola alla guida dei figli Antonio, Alberto e Gian Domenico ma continuando lui stesso a operarvi direttamente con il potenziamento e il rinnovamento del reparto di produzione delle strutture di Somma Vesuviana e Pieve San Giacomo, dove creò nuove unità di packaging con i più moderni sistemi di tecnologie e di automazione. Nel 1994 l'inaugurazione di un concentratore di siero all'a-

vanguardia in Europa – i cui residui dei processi di lavorazione venivano rigenerati e destinati all'industria farmaceutica – portò inoltre l'Auricchio a essere tra le prime industrie alimentari al mondo a gestire una produzione eco-compatibile. Nel 1997 seguì l'acquisizione della divisione prodotti ovini Locatelli dalla Nestlé Italia e Stati Uniti, che permise all'azienda di coprire l'intero ciclo di lavorazione del latte ovino trasformando l'Auricchio in un'azienda casearia con una gamma completa di formaggi tipici italiani unica sul mercato. Seguì poi l'acquisizione dei marchi Ceccardi e Gloria industrie alimentari, degli stabilimenti a Macomer e il lancio del sigillo di qualità superiore Riserva Esclusiva Auricchio. Gennaro Auricchio è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2001.



Una fase della lavorazione del provolone

GIAN DOMENICO AURICCHIO (1957). È amministratore delegato della Gennaro Auricchio e presidente e amministratore delegato di Foi-Formaggi ovini italiani costituita nel 1996. Inizia la sua attività imprenditoriale nell'azienda di famiglia ancor prima di laurearsi in Giurisprudenza, occupandosi dell'apertura della filiale negli Stati Uniti e consolidando la presenza sul mercato americano. Nominato Cavaliere del Lavoro nel 2010, l'anno successivo rileva la Giovanni Colombo, storica azienda produttrice del gorgonzola cremificato, e il Caseificio Villa, produttore di mozzarella e formaggi freschi. Nel 2015 acquisisce il controllo di The Ambriola Company, uno dei più importanti importatori distributori di formaggi negli Stati Uniti: già da una ventina d'anni l'Auricchio utilizzava la società americana per distribuire i suoi prodotti in quel mercato che rappresenta ancora oggi la metà dell'export dell'azienda. Gian Domenico Auricchio pone grande attenzione all'innovazione tecnologica – con l'adeguamento costante degli impianti ai nuovi sistemi di produzione – e al rispetto ambientale. Oggi gli stabilimenti del gruppo di Pieve San Giacomo, Scandiano, Somma Vesuviana, Macomer, Cava Manara ed Erbusco sono dotati di impianti di cogenerazione e di produzione fotovoltaica dell'energia. Nel 2017, dopo avere festeggiato i centoquarant'anni di attività, l'azienda rileva il 90% di Cascine Emiliane, uno dei più noti stagionatori e confezionatori di parmigiano reggiano.

a colloquio con GIAN DOMENICO AURICCHIO

Nel primo Novecento il provolone divenne per gli emigranti italiani negli Stati Uniti il simbolo della fedeltà sentimentale alla terra natia. Quanto è importante per un'azienda gestire un patrimonio così significativo, fondato, oltre che su prodotti, anche sui valori?

«Fatto a mano. Da sempre». È il nostro *pay off* e la perfetta sintesi del nostro stile di lavoro: siamo fedelmente impegnati a preservare le tradizioni e mantenere la promessa di offrire un prodotto artigianale di altissima qualità, ancora oggi modellato a mano da esperti casari che danno forma a ognuno dei provoloni marchiati Auricchio, con procedure rimaste identiche fin dalle origini. Se questa è la sintesi del nostro modo di operare è anche la conferma di quanto i valori siano importanti per noi e di quanto sia fondamentale per noi farci ambasciatori del Made in Italy di qualità nel mondo.

Nel 1992 l'offerta di una multinazionale porta a mettere in vendita il 50% dell'azienda. Suo padre decide di rilevare tutte le azioni messe in vendita e ricomporre la proprietà in un unico nucleo familiare, come era nel lontano 1877. È la dimostrazione che le ragioni del business possono coincidere con quelle del sentimento e della storia?

Absolutamente sì. Nel 1992 mio padre con me e i miei fratelli ha praticamente rifondato l'azienda di suo nonno e ne ha voluto preservare i capisaldi: ricetta originaria e spirito imprenditoriale. Tutt'oggi questi sono i valori sui quali ci impegnano ogni giorno.

La tradizione è importante, ma lo è anche saper innovare. Come è cambiata l'azienda sotto la sua direzione?

Auricchio non è più solo un'azienda ma un gruppo: siamo cresciuti per acquisizioni e quello che abbiamo fatto è stato acquisire non solo aziende con una storia e una tradizione ma soprattutto con prodotti di alta qualità. Tutta la nostra gamma offerta è composta da prodotti della tradizione, per questo per noi innovazione vuol dire soprattutto saper rispettare la capacità produttiva dei casari. L'innovazione è nella sicurezza alimentare e nei controlli qualitativi. L'innovazione è nei processi di confezionamento e nei *packaging*, che devono sempre più aderire al concetto di circolarità. Innovazione è nei canali di vendita digitali e in generale nella digitalizzazione dei processi. Penso che saper innovare voglia dire saper coniugare prodotti di alta qualità con i più moderni servizi oggi a disposizione.

Siete celebri per il provolone, anche se negli ultimi anni avete realizzato significative acquisizioni. Quanto è importante diversificare?

I miei fratelli e io abbiamo ritenuto necessario crescere più che diversificare. L'obiettivo delle nostre acquisizioni è quello di offrire maggior servizio e maggiori garanzie a un mercato in costante evoluzione. Il mercato competitivo non è più solo quello del tuo prodotto di riferimento ma è un mercato globale, soprattutto con lo sviluppo continuo del digitale e delle relative offerte. Pensiamo che essere competitivi in tale contesto sia possibile se le dimensioni te lo permettono. La gamma di formaggi che offriamo oggi è tra le più complete del mercato italiano e questo ci permette di garantire ai clienti di tutto il mondo il servizio che loro richiedono.

San Giuseppe Vesuviano, i caseifici distribuiti in Pianura Padana, lo stabilimento di Pieve San Giacomo, poi le sedi all'estero. C'è un luogo per lei che più di altri rappresenta l'identità del gruppo?

La nostra azienda è fortemente radicata al Sud Italia, ma oggi siamo un gruppo multinazionale e quello di cui siamo fieri è proprio il fatto di essere riusciti a mettere insieme tutti i prodotti della tradizione casearia italiana e averli saputi portare nel mondo. Siamo allo stesso tempo un'azienda familiare e un gruppo internazionale.

Stando al lato familiare, spesso si fa notare come uno degli aspetti più delicati delle aziende familiari sia il passaggio generazionale. Come siete organizzati da questo punto di vista?

Fortunatamente tutti i nostri figli hanno scelto di occuparsi dell'attività di famiglia. La quinta generazione è entrata in azienda proprio quest'anno dopo il loro percorso di studi ed esperienze professionali esterne alle aziende del nostro gruppo. Già da tempo abbiamo stipulato un patto di famiglia che regola sia le condizioni di ingresso delle nuove generazioni sia quelle in uscita di noi padri. Pensiamo che il passaggio avverrà in maniera graduale e quello che stiamo vedendo è che i nostri figli stanno certamente condividendo le scelte che abbiamo fatto in questi anni e sono d'accordo con noi per portare avanti i nostri obiettivi di crescita per acquisizioni. Allo stesso tempo stanno introducendo idee fresche che risulteranno certamente utili anche in relazione a nostri nuovi possibili obiettivi futuri.

