

25 ANNI DALLA SCOMPARSA DI PIETRO BARILLA

L'AZIENDA CELEBRA LA FIGURA DELL'UOMO E DELL'IMPRENDITORE CHE HA FATTO LA STORIA DI BARILLA

Intuito, tenacia, ottimismo e lungimiranza.

A un quarto di secolo dalla sua scomparsa, si è ricordato lo scorso 14 settembre, con un evento nella sede di Parma, l'indimenticato Pietro Barilla, tra gli imprenditori più importanti del '900 italiano.

Imprenditore illuminato, pioniere, padre, con una grande sensibilità per il mondo dell'arte. Ci sono delle parole che sintetizzano, meglio di ogni cosa, la straordinaria figura di **Pietro Barilla, di cui lo scorso 16 settembre sono ricorsi i 25 anni dalla scomparsa**. Ricorrenza celebrata il 14 settembre nella sede di Parma con un evento a cui hanno partecipato **circa 1.200 tra dipendenti ed ex dipendenti dello stabilimento**. Un'iniziativa voluta dalla famiglia per condividere l'eredità intellettuale del Sig. Pietro e che ha visto i figli, amici, ospiti ed artisti partecipare all'evento.

CHI E' STATO PIETRO BARILLA

Innanzitutto un **uomo capace di grandi imprese**, come quella di riacquistare con tutte le sue forze nel 1979 l'azienda di famiglia dopo averla ceduta nel 1971 al Gruppo americano WR Grace a causa della crisi economica che colpì il nostro Paese. Un **leader carismatico in grado di indicare la strada alle future generazioni**: *"Tutto è fatto per il futuro. Andate avanti con coraggio"*, amava ripetere alla sua gente. Con un'attenzione fuori dal comune per la qualità dei prodotti. Il tutto nell'interesse del **benessere dei consumatori** che lui preferiva chiamare persone: *"Date da mangiare alle persone quello che daresti ai vostri figli"* è il principio ispiratore su cui oggi ancora si fonda la missione di Barilla. **La Barilla di oggi, rispetto a quella del 1993, è un'azienda cresciuta: più sostenibile, più tecnologica, più internazionale, ancora più sociale e inclusiva (www.barillagrup.com)**. Eppure, nella sua essenza più profonda, è ancora l'impresa lasciata in eredità da Pietro Barilla: l'uomo che ha posto l'amore per le persone e per il territorio di Parma, l'innovazione, la visione e la qualità alla base della sua idea di azienda. Ripercorriamo allora le vicende umane e professionali di quello che è stato uno dei più grandi imprenditori del '900.

L'IMPRENDITORE ILLUMINATO

Capitano d'industria, Pietro Barilla ha rappresentato un vero esempio di umanesimo imprenditoriale: una figura lontana da quella dell'imprenditore così come tendiamo a conoscerla oggi. Dotato di un'italianità molto emiliana, volitiva e pragmatica è stato molto amato, in particolare dai suoi operai per i quali era semplicemente il "Signor Pietro". **E' lui che decide nel 1969 la costruzione del pastificio di Pedrignano (Parma) – che diventerà il più grande stabilimento di pasta al mondo** -dando così lavoro a migliaia di persone del territorio e contribuendo a rendere Parma sempre più centrale nei progetti dell'azienda. Nello stesso tempo **esporta l'azienda in aree economicamente difficili del nostro Paese scommettendo sulle potenzialità del Sud Italia**: ad esempio la costruzione dello stabilimento dei prodotti da forno di Melfi (PZ) in Basilicata nel 1987.

L'UOMO CHE AMAVA LE SFIDE (ANCHE LE PIU' DIFFICILI)

Il 1971 è un anno chiave nella storia della Barilla. Pietro e il fratello Gianni, insieme alla guida dell'azienda, non condividono lo stesso orizzonte strategico. Sono anni difficili a causa di un contesto storico dominato da terrorismo, recessione e crisi petrolifere che determinano una forte crescita dei prezzi del grano duro e una riduzione drastica dei margini per le aziende pastarie. Pietro non ha i mezzi per rilevare il 50% di Gianni e la decisione è inevitabile: la Barilla viene venduta al colosso americano W.R. Grace. Sentiva di aver abbandonato la nave che gli era stata affidata. Così, **dal giorno successivo la vendita e per tutti gli otto anni successivi, il pensiero fisso di Pietro Barilla fu quello di come riprendersi l'azienda, facendo di tutto per realizzare questa impresa.** L'imprenditore ci prova una prima volta nel 1978 ma non riesce a mettere insieme le risorse necessarie ed esce deluso, letteralmente in lacrime, dagli uffici americani della Grace. Ci prova una seconda volta l'anno successivo. Un'operazione caldamente sconsigliata dal *deus ex machina* della finanza italiana Enrico Cuccia: *"Cavalier Barilla, ho visto i conti e i numeri, non ne vale la pena"*, al quale Pietro si era rivolto per primo sperando nell'intercessione di Mediobanca. Fortunatamente mai previsione fu più sbagliata. Nel 1979 l'offerta di riacquisizione di Pietro Barilla va a buon fine e **la Barilla torna ad essere italiana, un caso straordinario nel mondo dell'imprenditoria** e invertendo quello che oggi è un trend molto diffuso, ovvero le aziende italiane di famiglia che vengono comprate da Gruppi stranieri.

IL PIONIERE

Pietro Barilla è stato un vero e proprio pioniere d'industria. Un personaggio capace di anticipare i tempi: nel 1950 il suo viaggio negli Stati Uniti si rivela uno spartiacque per la storia della Barilla ma anche dell'industria alimentare italiana. Qui infatti conosce da vicino le logiche della pubblicità, le tecniche del marketing, il valore della confezione del prodotto e la grande distribuzione organizzata. Il primo effetto di questo confronto con il nuovo è l'adozione della **confezione di cartone per la pasta**. E' un successo tale che **nel 1952 l'azienda abbandona la produzione del pane e punta tutto sulla pasta, che presto diventa un prodotto commercializzato su tutto il territorio nazionale.**

Anche sul fronte della comunicazione pubblicitaria Pietro Barilla è stato un precursore grazie soprattutto al sodalizio con il grafico Erberto Carboni che metterà a punto il logo dell'azienda - il brand incorniciato nell'ovale - il quale, seppur rivisto varie volte, è arrivato fino ai giorni nostri. Inoltre, per aumentare la notorietà del brand, Pietro Barilla decide di puntare sulla pubblicità, che in quegli anni muove i suoi primi passi in tv. Nel 1952 viene coniato il claim *"con pasta Barilla è sempre domenica"* grazie al quale l'anno successivo vince la Palma d'Oro per la pubblicità e vengono reclutati come testimonial attori italiani molto celebri in quegli anni: Giorgio Albertazzi, il futuro premio Nobel per la Letteratura Dario Fo, i cantanti Mina e Massimo Ranieri. Con la pubblicità di Mina la pasta è tornata al centro della cucina italiana, l'ha aiutata a diventare il fulcro della Dieta Mediterranea e Barilla è diventata l'impresa italiana più nota e più amata.

Non da ultimo, un'attenzione particolare per la **qualità del prodotto**, dalla qualità delle materie prime utilizzate fino alle tecnologie dei processi produttivi, per garantire sempre alle Persone una qualità eccellente e costante dei prodotti realizzati.

L'INTELLETTUALE APPASSIONATO

Le sue fonti d'ispirazione sono stati i principali artisti e intellettuali del tempo. Basti pensare che il famoso claim «*Con pasta Barilla è sempre domenica*» è nato al tavolino del bar Orologio di Parma conversando con due suoi amici: lo storico grafico Erberto Carboni e il critico cinematografico Pietro Bianchi. Un altro spot che ebbe un impatto altissimo, un effetto rivoluzionario e viene ancora oggi citato come uno dei più belli tra gli spot della Barilla è quello dei "Rigatoni" ideato e realizzato grazie al genio del Registra Federico Fellini che il Sig. Pietro conosceva da tempo. Tra i suoi amici c'erano anche il poeta Attilio Bertolucci - con il quale nel 1957 fondò la rivista letteraria Palatina - lo sceneggiatore Cesare Zavattini, il giornalista Orio Vergani. Nel 1987 la città di Parma gli ha assegnato la medaglia d'oro del Premio Sant'Ilario, onorificenza conferita a chi con la propria attività, ha contribuito a rendere migliore la vita dei singoli e della comunità o ad elevare il prestigio della città, distinguendosi nel campo delle arti, delle scienze, dello sport, dell'industria o della solidarietà. *"L'arte è una bellezza da condividere"* amava ripetere e proprio questa passione ha fatto nascere amicizie con giornalisti e intellettuali importanti come quelle ad esempio con Enzo Biagi, Indro Montanelli, Riccardo Muti, Valerio Zurlini. Ma anche con imprenditori straordinari come Enzo Ferrari.

IL MECENATE

Non solo grande imprenditore, Pietro Barilla è stato **appassionato d'arte e mecenate nel settore culturale**. Ha amato Parma finanziando e promuovendo iniziative d'interesse collettivo che oggi sono patrimonio storico e culturale di tutti i cittadini e la comunità lo ha sempre sostenuto e ripagato con affetto. **L'Ospedale dei Bambini di Parma**, ad esempio, oggi porta il suo nome. Collezionista «sui generis»: **nella sua visione l'arte s'intrecciava con l'impresa** e non era mai scollegata dal suo essere imprenditore, ma era funzionale all'idea di azienda ideale che perseguiva. La sede di Pedrignano ospita gran parte della sua collezione. Del resto **in molte occasioni l'arte ha segnato i momenti memorabili dell'azienda**: la scultura- piazza di Pietro Cascella, Campi di grano, è stata commissionata subito dopo che Barilla era tornata azienda di famiglia nel 1979. Così come il cavallo di bronzo di Mario Ceroli, è un omaggio alla prima generazione Barilla, in cui il cavallo trainava i sacchi di farina. Ma la lista delle amicizie con gli artisti è lunga: da Renato Guttuso a Carlo Mattioli, da Giorgio Morandi a Giacomo Manzù e Marino Marini.

Per maggiori informazioni:

Sito: **www.barillagroup.com**

Twitter: **[@barillagroup](https://twitter.com/barillagroup)**

Il Gruppo Barilla

Creato a Parma nel 1877 da una bottega di pane e pasta, oggi Barilla è uno dei principali gruppi italiani del settore alimentare, il leader mondiale per pasta e sughi in Europa continentale, per i prodotti da forno in Italia e per i pani croccanti nei Paesi Scandinavi. Il Gruppo Barilla possiede 28 unità produttive (14 in Italia e 14 all'estero) ed esporta in più di 100 Paesi. Ogni anno, i suoi stabilimenti producono 1.800.000 tonnellate di prodotti alimentari che arrivano sulle tavole di tutto il mondo con le seguenti marche: Barilla, Mulino Bianco, Harrys, Pavesi, Wasa, Filiz, Yemina e Vesta, Misko, Voiello, Academia Barilla. Il Gruppo Barilla ha un solo modo di fare impresa: "Buono per te, buono per il pianeta." "Buono per te" significa migliorare costantemente i nostri prodotti, motivando le persone ad adottare stili di vita sani e a migliorare l'accesso al cibo e l'inclusione sociale. "Buono per il pianeta" significa promuovere catene di fornitura sostenibili e ridurre le emissioni di CO2 che emettiamo e l'acqua che consumiamo nella produzione.

Head of Global Media Relations

Luca Di Leo

Luca.dileo@barilla.com

Media Relations

Andrea Belli

andrea.belli@barilla.com

+39 0521 262217