

MULINO BIANCO FESTEGGIA I SUOI 50 ANNI CON TUTTI COLORO CHE NE HANNO FATTO LA STORIA

# A Cremona coinvolti i 266 dipendenti

## Omaggio speciale agli addetti alla produzione, fino ai volti delle campagne pubblicitarie

**P**rosegono le celebrazioni per i 50 anni di Mulino Bianco con la campagna "50 anni di ricordi buoni". Il brand, che dal 1975 ha segnato l'immaginario collettivo, ed oggi porta sulle tavole degli Italiani oltre 140 prodotti da forno, ha organizzato una giornata speciale per tutti i dipendenti, coinvolgendo gli stabilimenti italiani, tra cui il sito di Cremona, in un momento di festa e condivisione.

Il 17 giugno, per due ore, gli impianti cremonesi di Mulino Bianco e, in contemporanea, quelli di Novara, Ascoli, Melfi, Rubbiano hanno messo in pausa la produzione per consentire ai lavoratori di ritrovarsi, festeggiare e condividere aneddoti, ricordi e testimonianze legati al marchio. Una celebrazione che ha dato voce a chi, ogni giorno, contribuisce con impegno e dedizione alla qualità dei prodotti Mulino Bianco.

Durante i festeggiamenti, tanti dipendenti hanno raccontato episodi significativi del loro percorso: dai primi anni in stabilimento al cambiamento tecnologico, dai legami umani nati tra le linee di produzione fino a momenti di difficoltà superati insieme. Racconti di passione, orgoglio, crescita personale e attaccamento all'azienda, che hanno restituito l'immagine autentica di un brand e di un'azienda vissuta come una famiglia.

### DENTRO LO STABILIMENTO DI CREMONA: STORIE DI PERSONE E PASSIONE

Lo storico sito produttivo di Cremona, fondato nel 1974, si estende su una superficie di 255.000 metri quadrati e si distingue per 8 linee produttive all'avanguardia e 25 ricette. È qui che vengono sfornate delizie dolci e salate come il Cornetto, PlumCake, Camille, Torte, Pagnottelle e Pan Bauletto.

Diretto da Mario Zanetti, il complesso impiega oltre 300 persone. E la collaborazione e l'affiatamento sono la base del lavoro quotidiano. Lo spiega bene Ro-

sangela Frassi, operatrice di reparto (installazione linea Pan Bauletto): «Quando abbiamo dato il via alla nuova linea del Pan Bauletto, abbiamo iniziato una fase di formazione con tecnici, softwaristi e macchinisti. Era un periodo di apprendimento continuo in un bel clima con tanta voglia di fare, entusiasmo e collaborazione nel gruppo. E quando abbiamo testato la linea, ricordo lo stupore e l'emozione di vedere uscire le prime teglie di Pan Bauletto. Sentivo, e tutt'ora sento, un forte legame con questa linea che ho visto nascere e che è stata un'opportunità per imparare davvero come si fa il pane, approfondendo allo stesso tempo la grande attenzione dell'azienda alla qualità e agli ingredienti. E saperlo fare è una soddisfazione enorme».

Ma non mancano l'impegno, il lavoro di squadra e la motivazione verso un progetto comune, come racconta Luca de Vito, Capoturno (avviamento linea Mooncake Pan di Stelle): «Avevo 35 anni e il ruolo di Tecnologo quando abbiamo avviato la nuova linea a vapore del Mooncake Pan di Stelle. È un prodotto molto particolare che deve la sua delicatezza ad una cottura a vapore che si ispira a quella usata nella tradizione giapponese. Si basa su una tecnologia complessa e, pertanto, una grande sfida. È servito tanto impegno da parte di tutti i team coinvolti nel progetto. Grazie alla perseveranza e al lavoro di squadra, nonostante le difficoltà siamo riusciti a rispettare i tempi e soprattutto ottenere ottimi risultati. Qui ho trovato un ambiente

### IL GRUPPO

140 referenze,  
6 stabilimenti,  
50 linee produttive  
e una "famiglia"  
di 1.892 persone



Sopra, lo stabilimento di Cremona

che ha saputo valorizzare le mie aspirazioni, dandomi gli strumenti per lo sviluppo di nuove competenze». E anche Mario Maggi, Magazzino ricambi, racconta: «Ho iniziato il mio percorso come operatore sia di produzione che di confezione (soprattutto di Nastrine, Plumcake e Torte), poi sono passato al magazzino ricambi (mi è sempre piaciuto catalogare e ordinare in maniera precisa). Questa posizione mi ha permesso di aumentare la conoscenza di tutto quel mondo che sta dietro le linee: come funzionano, i pezzi che le compongono e come si ottengono determinati risultati. Tra i nostri prodotti mi ha sempre affascinato come realizziamo le torte, a partire da come viene costruita e formata la frolla. È una linea che c'è da tempo, che nonostante le innovazioni conserva l'anima delle origini e a cui sono molto legato».

Il polo produttivo non è dunque solo un centro all'avanguardia: è una comunità viva, dove l'esperienza incontra l'innovazione e le persone sono protagoniste di un percorso collettivo verso l'eccellenza.

### OMAGGIO A CHI HA SCRITTO LA STORIA DEL MARCHIO

Da chi ha lavorato in azienda fin dalle sue origini, fino alla creatri-

ce delle iconiche "Sorpresine", Graziella Carbone, o ai volti noti delle campagne pubblicitarie più amate, come Orietta Berti, Mulino Bianco ha voluto rendere omaggio alle persone che hanno fatto la storia del marchio attraverso un gesto simbolico, ma sentito. A tutti loro è stato consegnato un Maxi-Pack speciale con una fornitura del frollino Piccolo Mugnaio Bianco (uno dei personaggi più iconici fra quelli che hanno accompagnato la comunicazione del brand e che oggi diventa il testimonial della campagna "50 anni di ricordi buoni" per festeggiare il mezzo secolo del marchio): un omaggio a chi ha lasciato un segno, dietro le quinte o davanti alle telecamere, con passione, impegno e visione. «In questi 50 anni Mulino Bianco ha saputo ritagliarsi un posto speciale nella quotidianità degli Italiani e nei loro ricordi, grazie anche a chi, anno dopo anno, con passione, professionalità e dedizione, ha collaborato alla scrittura di ogni pagina di questa bellissima storia - commenta Carolina Diterlizzi, Marketing Vice President Mulino Bianco - Mulino Bianco oggi è un brand così amato anche grazie al cuore, alle mani e ai sorrisi di chi ogni giorno ha creduto in un sogno buono. Ed è proprio con queste persone che oggi vogliamo condividere

### NUMERI RILEVANTI

Dall'ottobre 1975 - con il debutto dei primi biscotti (Tarallucci, Molinetti, Pale, Campagnole, Galletti e Macine) - a oggi, Mulino Bianco ha portato sulle tavole degli italiani prodotti diventati parte dell'immaginario collettivo. Campagne memorabili, oggetti iconici come la tazza in coccio, la radio sveglia e le "Sorpresine", personaggi come il Piccolo Mugnaio Bianco e la gallina Rosita sono tutti elementi distintivi che hanno saputo costruire un legame profondo con generazioni di consumatori.

Oggi l'offerta Mulino Bianco comprende biscotti, merende, pani, cracker e altre specialità da forno, con oltre 140 referenze (per un totale di 180 formati), di cui circa la metà dedicati alla colazione, prodotte nei sei stabilimenti italiani del Gruppo Barilla, che insieme occupano una superficie di oltre 1.180.000 metri quadri e operano con 50 linee produttive, dove lavorano più di 1.892 persone.

questo traguardo, festeggiando insieme. È anche attraverso il loro supporto che Mulino Bianco si è evoluto ed è rimasto rilevante nel tempo. Mezzo secolo di storia in cui abbiamo contribuito a costruire un mercato che, anno dopo anno, continuiamo ad innovare con prodotti capaci di rispondere alle esigenze dei nostri consumatori. A tutti coloro che hanno fatto la propria parte per questo successo va il nostro grazie».