



# AURICCHIO TRADIZIONE E MODERNITÀ

## AURICCHIO

N. dipendenti: 780

Fatturato: 408 Milioni

Mercato: Italia, UE, Extra UE

Sede: Cremona

Anno iscrizione  
Associazione Industriali:  
**1945**

[www.auricchio.it](http://www.auricchio.it)

"Auricchio. Fatto a mano. Da sempre". Tra le campagne di comunicazione della storica azienda specializzata nella produzione del provolone e di alcuni dei formaggi più rappresentativi del made in Italy, è probabilmente questa la frase che più è rimasta nella mente dei consumatori. Un messaggio che il Gruppo Auricchio ha scelto per caratterizzare in modo inequivocabile la propria vocazione artigianale, fondata sulla genuinità e sulla salvaguardia delle tradizioni locali. Una storia imprenditoriale che ha saputo inserirsi con successo nello scenario dell'internazionalizzazione ma che nasce nel 1877 a San Giuseppe Vesuviano, vicino a Napoli, con la "ricetta segreta di **Don Genaro Auricchio**". Un progetto familiare che, già alla fine dell'ottocento, ha individuato nella zootecnia e nei caseifici della provincia di Cremona il contesto più fecondo per espandersi e progredire. Un radicamento ribadito nel 1976 quando l'intera produzione è stata concentrata nello stabilimento di Pieve San Giacomo dove, attualmente, sono



processate 400 tonnellate di latte al giorno che giungono dalle stalle situate entro una distanza che non supera i cento chilometri. L'azienda, nel frattempo divenuta un Gruppo a cui fanno capo nove unità produttive in Italia e due sedi commerciali in Spagna e negli Stati Uniti, ha raggiunto i 408 milioni di euro di fatturato fornendo occupazione stabile a 780 dipendenti. Tutte le sedi sono dislocate in funzione delle zone di produzio-

ne dei rispettivi formaggi DOP: non solo per il celebre Provolone e il Pecorino Romano, che hanno conquistato il mercato statunitense, ma anche per il Parmigiano Reggiano e tutte le più prestigiose tipologie del settore lattiero-caseario. Tra queste figurano il Gorgonzola, il Taleggio, il Quartirolo, il Salva Cremasco oltre a mozzarelle, pecorini e ricotte di primissima qualità. Tutti prodotti rigorosamente concepiti e salvaguardati

all'interno di filiere controllate.

"L'eccellenza è un valore primario e irrinunciabile - dichiara **Guglielmo Auricchio** - che si sposa con il grande rispetto che abbiamo sempre dimostrato verso la storia dei prodotti e dei territori. Rimaniamo fedeli all'eredità delle generazioni e dei luoghi cercando di proiettare nel futuro un percorso antico". Guglielmo e il cugino **Vittorio**, insieme ad **Antonio** e **Lodovico**, rappresentano la quinta generazione imprenditoriale che ha fatto il suo ingresso a seguito di un patto di famiglia fortemente voluto da Gennaro e dai suoi figli **Antonio**, **Giandomenico** e **Alberto**. Nominato cavaliere del lavoro dal presidente della Repubblica **Carlo Azeglio Ciampi** nel 2001, Gennaro Auricchio è scomparso nel 2007 lasciando la guida ai tre figli che hanno aggiunto un'ulteriore fase di crescita e sviluppo ponendo le premesse per portare a termine il passaggio generazionale con il contributo dei consulenti di TEHA (The European House Ambrosetti) Group. "Il nostro percorso di inserimento - spiega Vittorio - ha la durata di un biennio nel quale siano chiamati a conoscere le varie funzioni strategiche e operative. Le nostre azioni vengono misurate e valutate in modo pragmatico come accade ad ogni altro dipendente. Dobbiamo raggiungere risultati precisi. Ognuno di noi può esprimere una preferenza in merito al settore di applicazione. Personalmente ho scelto il tema della sostenibilità e mi sto occupando dell'implementazione delle strategie di efficientamento produttivo, tutela ambientale e responsabilità sociale". Guglielmo si occupa dei mercati e del commercio internazionale, Antonio ha individuato come am-

biti prediletti l'amministrazione e la finanza straordinaria, Lodovico si dedica invece alle attività di pianificazione e controllo dei processi operativi. Specializzazioni che devono essere calate in una visione d'insieme di tutti i passaggi che determinano la creazione del valore ma che permettono, simultaneamente, di premiare le inclinazioni personali

e i relativi percorsi di studio. Un punto molto importante, quello accademico, che i consulenti di Ambrosetti hanno voluto ancorare saldamente ai saperi più funzionali alla gestione di un'impresa destinata ad esercitare un ruolo di player su scala globale. Guglielmo è un bocconiano specializzato anche alla Luiss, Vittorio si è laureato all'Università



Vittorio e Guglielmo Auricchio negli uffici della sede centrale a Cremona

## PATTO DI FAMIGLIA

Vittorio e Guglielmo Auricchio appartengono alla quinta generazione. Ne fanno parte anche Antonio e Lodovico. Tutti hanno già fatto il loro ingresso in azienda seguendo il percorso disegnato in collaborazione con Teha Group Ambrosetti.



bili, determinate dai contesti locali, in cui i nostri collaboratori strutturano il lavoro a partire dai cicli stagionali. Un fenomeno che riguarda, per esempio, le produzioni che hanno origine in Sardegna. Il turn over delle risorse umane è davvero esiguo e questo credo che sia un dato molto importante. Il concetto della sostenibilità viene declinato anche sul piano sociale e della costruzione dei progetti di vita”.

Nel 2027 il marchio Auricchio compirà 150 anni e saranno proprio gli esponenti della quinta generazione ad essere pro-

di Trento in relazioni internazionali conseguendo la laurea magistrale in economia presso l'ateneo di Bologna, Antonio ha studiato alla Luiss e a Madrid mentre Lodovico si è laureato in Bocconi perfezionandosi a Roma sempre presso la Luiss. “Siamo consapevoli - dicono Guglielmo e Vittorio - che il passaggio generazionale sia un momento molto delicato nella vita di un'azienda e sappiamo che ci sono aspettative importanti in merito al nostro ruolo. Affrontiamo tutto questo con la consapevolezza che dobbiamo fare del nostro meglio, lavorare sodo, imparare il più possibile, continuare a credere nei valori che ci sono stati trasmessi dai nonni e dai nostri genitori”.

Una tappa strategica, ai fini dell'espansione del Gruppo, ha coinciso con la straordinaria serie di acquisizioni avvenuta negli anni '90. Un momento di grande e potente rilancio che ha seguito l'operazione di ricostituzione della proprietà familiare, con l'acquisizione al cento per cento di tutte le quote precedentemente cedute, e che ha generato un'offerta di prodotti molto più puntuale e selettiva. Sono stati integrati marchi di altissimo pregio come Ceccardi, Locatelli, Gloria, Caseificio Villa, Giovanni Colombo, La Pecorella, Cascine Emiliane, Caseificio Giordano fino alla recentissima inclusione di 3B Latte. La gamma dei formaggi è stata ampliata e diversificata facilitando il graduale ma convinto cammino sul fronte dell'internazionalizzazione e dell'innovazione in relazione ai formati e alle nuove sensibilità del consumo. “Il know-how è un fattore dirimente – prosegue Guglielmo – ma il ‘saper fare’ è sempre legato all'abilità, alle capacità e all'esperienza delle persone. È il motivo per cui abbiamo sempre proposto nel nostro processo di espansione, a chi ha saputo costruire un marchio e



## MADE IN ITALY

**L'azienda produce il provolone insieme ai formaggi italiani DOP più rappresentativi in nove stabilimenti collocati nei contesti locali dove sono attive filiere controllate. In Spagna e Stati Uniti, mercati strategici, operano due filiali di distribuzione**

una realtà imprenditoriale di successo, di rimanere nel progetto mantenendo quote di proprietà”. Una continuità che rispecchia coerentemente la politica verso le risorse umane come ribadisce il cugino Vittorio: “Il 98% dei nostri dipendenti è assunto con un contratto a tempo indeterminato e quando non accade è perché intervengono varia-

tagonisti di una realtà che esporta in oltre 60 paesi nel mondo e vede ‘i padri’ rivestire il ruolo di amministratori delegati mentre Guglielmo, Vittorio, Antonio e Lodovico stanno consolidando la loro presenza. Davanti a loro si prospettano sfide cruciali. Dall'implementazione delle politiche a tutela dell'ambiente e della responsabilità sociale all'incremento della competitività fino alla ricerca di soluzioni innovative per intercettare i cambiamenti in merito alle abitudini e alla cultura del cibo. Guglielmo, figlio del presidente della Camera di Commercio Giandomenico, ha già iniziato a misurarsi con l'impegno istituzionale diventando membro del consiglio dei Giovani Industriali della Provincia di Cremona e presidente del gruppo Giovani Imprenditori di Federalimentare: “Un'esperienza che ha ampliato molto la mia visione imprenditoriale e mi ha fatto comprendere il nesso che esiste tra l'efficienza del tessuto economico-produttivo e la capacità di un territorio di creare opportunità per il futuro”.