

FERRERO ROCHER

ESISTE PIACERE
PIÙ DIVINO?



36

FERRERO ROCHER

Esiste piacere più divino?

Sull'Olimpo gli dei avevano un segreto per dare magia alle loro feste, finché un giorno ebbero l'idea di condividere Ferrero Rocher con gli uomini.

Così per volontà degli dei la pralina avvolta in carta dorata scivola dalle pendici dell'Olimpo, buca le nuvole e cade sulla Terra. Gli uomini ringraziano: possono finalmente assaggiare la perfezione. Quella pralina diversa da tutti gli altri, irregolare nella forma e nella sostanza, non concede nulla alla liscia rotondità industriale, sembra un prodotto di pasticceria fatto a mano. Ha l'aria elegante e schietta, si fa forte dei suoi contrasti. Dolce e ruvido, abbagliante e croccante. Un po' Palazzo di Versailles, un po' deserto di pietra.

Unione felice di un dentro e di un fuori che giocano a contraddirsi, accesso privilegiato a un'esperienza che coinvolge tutti i sensi. Regalare e regalarsi piacere: come nelle



vecchie pubblicità delle feste a casa dell'ambasciatore, come negli spot di culto con Ambrogio e la signora in giallo, o nella nuova versione divina. E' la vocazione di Ferrero Rocher, la pralina più offerta nel mondo, l'unico brand a portare il nome di chi lo ha creato. Michele Ferrero ha messo a punto la ricetta nel 1982 e con "orgoglio", come dicevano i primi inviti commerciali, ha voluto presentarla nella sua veste migliore. Finché quell'abito di carta stropicciata color oro è diventato parte del mito, l'inizio di un rituale scandito da molti passaggi. Per questo chiamarla ricetta è riduttivo: suona meglio architettura.

Talmente complessa da costringere le macchine ad adeguarsi al prodotto, e non viceversa. Questo la pubblicità non sarà mai costretta a raccontarlo. Così come alla Ferrero non hanno bisogno di ricordare quanto abbiano cari i dettagli e la qualità, convinti che se una nocciola è buona bisogna dimostrarlo ogni volta senza nascondersi dietro l'alibi dei grandi numeri (numeri enormi, trattandosi del gruppo industriale che di nocciole utilizza un terzo della produzione mondiale). Nel caso di Rocher la nocciola è l'anima della pralina e costituisce un problema filosofico serio, fatto di selezioni spietate. Altro problema è il wafer, costretto ad accettare una vera rivoluzione copernicana: da piatta, come è per sua natura, la cialda diventa rotonda per accogliere il resto: la nocciola intera, la crema di cioccolato alla nocciola, il guscio di cioccolato al latte, la granella di nocciole. Il duro, il morbido, il croccante.

Un'esperienza multisensoriale intensa che comincia appunto dal fruscio della carta dorata, continua con il clack del pirottino marrone plissettato simile a quello usato dai maestri pasticceri, torna alla carta da cui è difficile staccarsi, sensazione vicina alla nostalgia per qualcosa che sta per finire ma si prolunga fra le mani, nella creazione di piccole forme d'oro. Una pralina originale deve essere tale dal primo sguardo e

riconfermarsi al primo assaggio, nel crunch del guscio che si rompe. Ferrero Rocher ogni volta è diverso e suggerisce a ciascuno il suo percorso. C'è chi va dritto all'anima, chi adora fare a pezzi il cioccolato, chi decide di naufragare nella crema. Ma tutto fa parte di tutto, e questa è la parte migliore. Il senso globale è un'eleganza raffinata e misteriosa. E' la luce della festa fra i drappaggi in ombra dei momenti più intimi. Una pralina, certo. Però sensuale, avvolgente. Di cui prima si riconosce la forma per poi intuire la sostanza, che presuppone la cura estrema delle materie prime e la rigorosa attenzione alla qualità, dimostrata anche in occasione del ritiro del prodotto durante la stagione calda. Lo suggerivano le vecchie pubblicità: questa è la pralina da offrire per andare oltre il senso di ospitalità. E' un gioiello, una piccola pepita che oggi brilla di luce propria e può fare a meno dei testimonial. Teatrale quando entra in scena a forma di piramide scintillante. Evocativo quando anticipa il Natale in una confezione a forma di stella, si nasconde dentro l'uovo a Pasqua, fa battere il cuore a San Valentino. O semplicemente si lascia guardare dentro il suo guscio trasparente, perché la vera eleganza sa fare a meno dell'artificio. Non c'è confronto. Gli altri arrivano in grandi vassoi anonimi, quasi si nascondono. Lo diceva Forrest Gump paragonando la vita a una scatola di cioccolatini: non sai mai quello che ti capita. Con Ferrero Rocher la sorpresa è semplicemente una nuova declinazione del piacere.

