

Nutella
Siamo
noi



072

In ogni cucchiata c'è una formula magica che trascende gli ingredienti:

zucchero, olii vegetali, nocciole, latte scremato in polvere, cacao, emulsionanti, aromi.

Non è semplice come suggerisce l'etichetta, non si tratta solo di una crema da spalmare. In quel barattolo opulento che evoca la soddisfazione è contenuto molto di più: energia e gioia di vivere, voglia di aggregazione, cartoline dall'infanzia e frammenti di storia italiana.

Un mondo di valori che va oltre il prodotto, i gusti, le mode. Un dolcissimo amarcord acquistato regolarmente da milioni di famiglie su tutta la terra, icona del piacere, capace di stabilire un legame che è impossibile esaurire nella logica del consumo.

Nutella è un mistero felice. Il caso più clamoroso di long seller alimentare che da più di quarant'anni sta sulla bocca di tutti tagliando trasversalmente la popolazione. Il segreto, allora, forse sta lì: Nutella siamo noi. Innamorati di un sapore, di una consistenza, di un nome cui la concorrenza non è mai riuscita a porre rimedio. Suffisso inglese (nut) e vezzeggiativo italiano, la doppia elle che scivola come crema sul pane.

Un caso planetario che secondo il New Yorker ha sostituito addirittura la pasta come simbolo dell'italianità, un fenomeno celebrato in libri, canzoni, film, opere d'arte. Altro mistero: Nutella non invecchia.

Dopo aver accompagnato alla maturità i ragazzi degli anni '60 (il primo barattolo uscì dagli stabilimenti di Alba il 20 aprile del '64) ha conquistato il palato e il cuore dei loro figli. E oggi i ventenni si ritrovano a ragionare sul mito e i suoi accessori nell'agorà virtuale della rete, luogo di un'evangelizzazione senza precedenti, festa permanente di tutti i nutellomani a portata di mouse.



Il sito www.mynutella.it è teatro di un discorso amoroso quotidiano fatto di pensieri e fotografie, aggrega una comunità di 13.600 persone che interagiscono con l'azienda e confermano il valore relazionale del brand.

Ma la maturità ecumenica di Nutella ha trovato anche altri modi di espressione. La specialità, che si deve alla capacità imprenditoriale di Michele Ferrero, consolida il suo legame con la Nazionale italiana di calcio. Nutella, infatti, è una buona prima colazione anche per gli azzurri campioni del mondo, che hanno bisogno di una corretta alimentazione e della giusta carica fin dal mattino.

Nutella è anche con gli atleti nelle maratone, sugli sci, in bici, perché Nutella alimenta lo sport. Ancora una volta è questione di valori: la tradizione, la semplicità, lo stare insieme, lo sport, insomma la gioia di vivere.

Senza bisogno di testimonial, da sempre, perché Nutella offuscherebbe chiunque. Basta la sua N nera, basta un cucchiaino. E in certe occasioni persino quello diventa superfluo. Il piacere esce infatti dal consumo familiare e trova nuove declinazioni, incontrando come sempre i gusti delle nuove generazioni, sempre "cool", sempre al posto giusto: raggiunge bar e gelaterie, corregge il caffè e diventa milkshake per l'estate, si presta al rito del finger food, del brunch, dell'after dinner nei locali più esclusivi, così come abbinata alla frutta rende la natura ancora più gustosa. Anche dopo quarant'anni Nutella conserva ancora la sua tipicità, che ne fa uno degli alimenti più tradizionali per la colazione e la merenda delle famiglie italiane.

Infine rimane sempre l'antico dilemma: che mondo sarebbe senza di lei.



NUTELLA® La prima colazione dei Campioni del Mondo

