

■ کیندر، شرکتی کوچک با چشم انداز جهانی ■

## تخم مرغ شانسی



محصول بعدی فررو «تیک تاک» بود که در سال ۱۹۶۹ معرفی شد. تیک تاک در جعبه‌های پلاستیکی شفاف عرضه می‌شد که درپوش تاشو داشت. بعدها در کنار طعم نعنای تازه، چاشنی‌های مختلف دیگری از جمله: دارچین، پرتقال، لیمو، گیلاس و ... نیز به آن اضافه شد و جعبه‌های پلاستیکی برای هر طعم، رنگ مخصوص به خود پیدا کردند. تیک تاک گزینه مناسبی برای ورود به بازارهای آمریکای شمالی بود؛ زیرا نوتلا برای فروش در آنجا باید با محصول پرفروش «کره بادام زمینی» رقابت می‌کرد. در همان سال فررو شعبه خود را در نیویورک افتتاح کرد. موفقیت آنها در فروش تیک تاک باعث تأسیس شعبه بعدی فررو در نیوجرسی شد.

در سال ۱۹۷۲ تخم مرغ شانسی‌های فررو با نام «کیندر» روانه بازار شد. تخم مرغ‌های شانسی از جنس شکلات بودند و داخل آنها اسباب‌بازی‌های مخصوص کودکان قرار داشت که معمولاً نیاز به سرهم کردن داشتند. این اسباب‌بازی‌ها توسط طراحان داخلی و خارجی (مثلاً آندره روشه، هنرمند فرانسوی) طراحی و در کارخانه‌های مختلف ساخته می‌شدند. یکی از آنها شرکت کوچک «Roduzioni Editoriali Aprile» بود که توسط دو برادر به نام‌های روگرو و والریو آپریل در تورین ایتالیا تأسیس شده بود.

علاوه بر طعم خوشمزه تخم مرغ‌ها، جنبه کلکسوتی این اسباب‌بازی‌ها باعث علاقه بیشتر کودکان به خرید آنها می‌شد. خیلی از بزرگسالان اروپایی نیز به جمع‌آوری اسباب‌بازی داخل تخم مرغ‌ها علاقه پیدا کردند و حتی بازاری نیز برای آن درست شد. در آمریکا فروش تخم مرغ‌های شانسی کیندر، در صورتی که داخل آن اسباب‌بازی باشد از سوی دولت آمریکا به خاطر مسائل ایمنی ممنوع شد. در عوض در آنها، شکلات دیگری قرار دادند و به آمریکا صادر کردند.

فررو به سرعت به گسترش جهانی خود ادامه داد و شعبه‌هایی در برزیل، آرژانتین، کانادا و اکوادور باز کرد و سپس به سمت استرالیا و نیوزیلند کشیده شد. همچنین از زادگاه خود نیز غافل نبود و دو کارخانه بزرگ دیگر در ایتالیا ساخت و با تولید شکلات روشه به عرصه شکلات‌های لوکس وارد شد.

در اواخر دهه ۱۹۹۰ فررو به بازارهای شرقی اروپا وارد شد و فروش آن به مرز ۳ میلیارد یورو رسید که بیش از سه چهارم آن مربوط به فروش خارج از ایتالیا بود. برای حفظ این بازار، در سال ۱۹۹۷ کارخانه جدیدی با سرمایه ۱۰۰ میلیون دلار در برزیل که بزرگترین تولیدکننده قهوه و کاکائو جهان است، تأسیس شد.

اکنون فررو بیش از ۲۰ محصول تولید می‌کند و گماکان به دنبال معرفی محصولات جدید می‌باشد. در سال ۲۰۰۰، شرکت اقدام به تولید نوشیدنی‌های گرم آماده نمود و همچنین شکلات «مون امور» را معرفی کرد. در حال حاضر بیش از ۲۱ هزار نفر در سراسر دنیا برای فررو کار می‌کنند و فروش شرکت در سال گذشته میلادی بیش از ۵ میلیارد یورو برآورد شده است. در سال ۲۰۰۹ طبق آمار موسسه اعتبار، فررو را به عنوان مشهورترین نام در سراسر جهان معرفی کرد. /

«پیترو فررو»، یک کلوجه‌ساز و شیرینی‌یز ایتالیایی بود که در سال ۱۸۹۸ در شهر داگلیاتی به دنیا آمد و برای کار به تورین رفت. او در جنگ جهانی دوم مجبور شد شیرینی‌فروشی خود را به شهر آلبا منتقل کند.

پیترو به کار خود بسیار علاقه داشت و به همراه همسرش پیرا که به او در کارهای قنادی کمک می‌کرد، همیشه شیرینی‌های جدید و خوشمزه درست می‌کرد. او در سال ۱۹۴۶ از ترکیب فندق و کاکائو محصول جدیدی ابداع کرد که شبیه شکلات بود و طعم و مزه دلچسبی داشت. او این محصول را «پاستا چیاندوچا» نامید. پاستا چیاندوچا مورد استقبال سوپرمارکت‌های ایتالیایی قرار گرفت و آنها نان را از مشتریان خود می‌گرفتند و روی آن شکلات مخصوص فررو را قرار می‌دادند. پس پیترو به فکر افتاد تا برای بازاریابی این محصول شرکت جدیدی با نام خود تأسیس کند. برادرش حیوانی و پسرش میشل نیز به او پیوستند.

اولین فروش این محصول، بالغ بر ۳۰۰ کیلوگرم بود که این تازه محصول جامد چند سال بعد او چیاندوچا «سوپر کرم» را معرفی کرد که مانند خامه روی نان آغشته می‌شد. در پایان آن سال شرکت حدود ۵۰ نفر را استخدام کرده بود. همچنین پیترو خودروهایی ارسال محصولات خود را برای کاهش هزینه‌های شرکت خریداری کرد که با نصب آرم فررو، از آنها برای تبلیغات شرکت نیز استفاده می‌برد.

سه سال بعد پیترو فوت کرد و کارخانه را به برادرش سپرد. کارخانه آنها به تولید محصولات جدید ادامه داد و با معرفی «مون چری» به موفقیت دیگری دست یافت. مون چری شکلاتی بود که درون آن با شربتی از گیلاس پر شده بود. در اوایل دهه ۱۹۵۰ میشل پس از فوت پدر و عمویش، مدیریت شرکت را به عهده گرفت. او با یک شرکت کوچک با چشم‌اندازهای بزرگ جهانی روبه‌رو بود و هدفتش رساندن شرکت به اوج قله‌های پیشرفت و موفقیت بود. پس در سال ۱۹۵۶ اولین کارخانه خارجی خود را در شهر «آلندورف» در نزدیکی فرانکفورت آلمان تأسیس و شروع به تولید شکلات فنقی یا دو برابر کارامل برای بازار آلمان کرد. کارخانه دیگری نیز در سال ۱۹۵۹ در فرانسه ساخته شد.

در سال ۱۹۶۳ میشل، فروش سوپرکرم را با توزیع در سراسر اروپا چندین برابر کرد و نام آن را برای سهولت تلفظ در سایر زبان‌ها به «نوتلا» تغییر داد. اولین شیشه با نام جدید در ۲۰ آوریل ۱۹۶۴ از کارخانه خارج و بازاریابی برای آن در خارج از ایتالیا آغاز شد. امروزه «نوتلا» پرفروش‌ترین شکلات خامه‌ای در اروپا به شمار می‌رود و تولید متوسط آن از ۱۸۰ هزار تن در سال تجاوز می‌کند.

