

Qualità e cura del cliente, così si diventa leader del mercato

L'azienda dei fratelli Alfredo e Giovanni Romaniello porta il Made in Italy alimentare nel mondo. E si differenzia per una filosofia imprenditoriale unica



A sinistra, Alfredo Romaniello, nelle altre foto alcuni dei nuovi prodotti dell'azienda salernitana



Gli emigranti di un tempo sono diventati imprenditori globali. E in fondo, a ben guardare, per riuscire bene in entrambi i ruoli servono tenacia, spirito di sacrificio, visione. Valori che Don Vincenzo Romaniello, emigrante in Germania nel dopoguerra, ha trasmesso ai figli Alfredo e Giovanni. Che, oggi, con la Best Italian Selection, girano il mondo per portare ovunque il meglio del food made in Italy, dai prodotti alla cultura culinaria.

Con un payoff, "La Qualità siamo Noi", che è la sintesi del pensiero imprenditoriale di quest'azienda. "La Qualità è il filo conduttore che lega ognuno di noi a una comunità - evidenziano i Romaniello - e in questo contesto è determinante diffondere le esperienze positive, perché se le rendiamo visibili riusciamo a non avere più alibi".

Qualità e non solo. "Per noi questo concetto ingloba quello di Sostenibilità, e dipende dall'azione di ciascuno di noi. Andando ancora oltre potremmo parlare di Total Quality, intesa come approccio scientifico alla gestione dei processi aziendali. Il miglioramento continuo è un allenamento fondamentale per stimolare l'attitudine all'innova-

zione, che si realizza cercando sempre soluzioni nuove".

Un approccio, quello della Best Italian Selection, che è molto concreto. Soprattutto quando si parla di clienti.

"Nell'era della digital transformation si rischia, a volte, di investire in soluzioni molto attraenti ma non in linea con l'esigenza finale del cliente. Noi siamo molto attenti a evitare la qualità superflua, così da mettere in campo investimenti che abbiano un impatto concreto sulla soddisfazione del cliente, che a un'impresa chiede qualità, affidabilità e semplicità. Un discorso simile si può fare, per quel che ci riguarda, relativamente alla gestione dei disservizi, che va considerata come il modo migliore per stupire il cliente e farsi ricordare, nel futuro, per la gestione eccellente del disservizio stesso più che per l'inconveniente".

Best Italian Selection accompagna nel mondo tante aziende italiane del food che vogliono allargare il proprio mercato.

"La nostra missione non è solo quella di supportare le aziende italiane produttrici per dare loro modo di diventare leader internazionali ma, principalmente, valorizzare il loro sacrificio e i loro valori". E qui torna molto la formidabilità di una famiglia che ha vissuto

sulla propria pelle l'emigrazione e l'esigenza di mantenere sempre un livello alto di qualità e produttività per poter stare sul mercato. Quello del lavoro all'epoca del papà, quello degli affari al giorno d'oggi.

"Per noi il Valore Etico della Qualità significa avere un rapporto di partnership con i fornitori. Crediamo fermamente che qualsiasi persona, indipendentemente dal suo stato socio-economico, debba ricevere un servizio di qualità. E questo aspetto, a nostro avviso, fa parte di quel Valore Etico della Qualità che misura anche ricchezza e civiltà di un Paese".

Valore Etico e attività imprenditoriale si legano "quando le aziende riescono a supportare i fornitori per farli crescere, coinvolgendoli nello sviluppo del prodotto o del servizio. Il cliente stesso può fare la differenza, riuscendo a essere stimolo al miglioramento, se esprime in modo civile i propri diritti, segnalando disagi e disservizi. Importante è anche il territorio, il fare rete e l'aver cura dell'ambiente".

E veniamo a un altro aspetto fondamentale, la formazione.

"La scuola, che è il caposaldo dal punto di vista formativo, è un po' distante da quelle che possono essere le esigenze e le sfide che le aziende stan-

no cercando di affrontare. Bisognerebbe educare di più i ragazzi al valore di ciò che siamo".

Doveste indicare voi la strada ai giovani? "Intanto diremmo loro di sentirsi responsabili, a livello individuale, e vedere i propri spazi di azione. Poi di considerare i problemi come tesori e gli errori come fonte di apprendimento, senza accontentarsi mai, perché aprono all'innovazione".

Mai fermarsi, ma essere sempre propensi al miglioramento. "Del resto in Toyota, da anni, si ricorda ai dipendenti che 'Per migliorare il mondo dobbiamo prima migliorare noi stessi'. Oppure potremmo usare le parole di Jeff Bezos quando dice che 'Il nostro peggior nemico siamo noi stessi. Il nostro cliente ci sarà fedele fino a quando non troverà un concorrente migliore di noi'. Concetti che un po' tutti dovrebbero tenere a mente". Qualità, Valore Etico, ricerca dell'innovazione. Cos'altro serve per vincere la sfida dei mercati internazionali? "Nel nostro caso possiamo dire che l'elemento distintivo è quello di essere problem solver. Anticipiamo le esigenze dei clienti e le traduciamo in prodotti. Ogni azienda, soprattutto quelle che - come noi - traggono dall'export il 99% del fatturato, si plasma sulle esigenze della clientela".

Nel post pandemia, con la ripresa degli affari, la Best Italian Selection ha inserito nel proprio paniere di prodotti un nuovo vino rosso, Taurasi Collezione, una Grappa, il caffè e il latte.

"Vino e Grappa recano l'etichetta Don Vincenzo, in omaggio a mio padre, e sono accompagnati da una lettera che ricorda i grandi sacrifici che quest'uomo ha fatto, da emigrante, e noi che siamo la sua famiglia insieme a lui".

Un'altra lettera, di ringraziamento, Best Italian Selection l'ha rivolta a Ice e Ministero degli Esteri, in occasione dell'Expo "Antad & Alimentaria" di Guadalajara in Messico del 18-20 ottobre 2021.

"Avete lottato come leoni - c'è scritto nella missiva - e questo è servito perché l'export e il Made in Italy ripartissero. Sono molto fiducioso che ora siamo più forti di prima. Voi avete tracciato la strada che porterà il tanto atteso cambiamento in questo Paese. Il cambiamento che in questi due anni tutti abbiamo desiderato". E ancora. "Alla mia azienda voglio dare una continuità e un futuro pieno di soddisfazione nel nome del Made in Italy! Lo voglio con tutte le mie forze e con tutto il mio staff e conto anche su di voi perché ciò avvenga".

Il futuro, per Best Italian Selection, è un'altra sfida da vincere.