

## Premessa

La Perugina, e con essa la Buitoni, è ormai da un ventennio uno dei casi industriali più studiati in Italia. I motivi sono vari e diversi. Il primo, e più rilevante, è rappresentato dal riordino in due fasi – la prima tra il 1982 e il 1985, la seconda tra il 1995 ed il 1997 – dell'archivio storico dell'azienda<sup>1</sup>. Il secondo è di carattere scientifico. La Buitoni e la Perugina rappresentano un caso di studio esemplare di ascesa e declino delle forme di capitalismo familiare in Italia, di azienda cresciuta enormemente nel corso di un sessantennio grazie all'attività di cinque generazioni di Buitoni che, tra gli anni settanta e ottanta, vede esaurirsi il ruolo della famiglia, la sua uscita dal novero dell'imprenditoria italiana e il passaggio delle aziende ad altri soggetti: prima un grande gruppo finanziario italiano, la Cir di Carlo De Benedetti, poi una società multinazionale: la Nestlé. Ciò ha gemmato un'abbondante letteratura che ha indagato su molti aspetti della vita della società, del gruppo, dei Buitoni, con una attenzione particolare nei confronti di Giovanni, la cui figura di imprenditore è stata ritenuta centrale per comprendere la crescita delle aziende e del gruppo<sup>2</sup>.

Se sulla storia della famiglia e delle società, in generale e su singoli aspetti – primo tra tutti la pubblicità<sup>3</sup> – molto è stato scritto, meno note sono due vicende parallele che si intrecciano strettamente con la storia aziendale. La prima è quella dei lavoratori e delle loro organizzazioni all'interno dell'azienda, cui solo recentemente – in occasione del centenario – per iniziativa della Cgil è stato dedicato un volume di interviste e testimonianze di operai e sindacalisti<sup>4</sup>. La seconda è rappresentata dal rapporto tra la fabbrica e la città, più stretto di quello che appaia a prima vista, soprattutto per quanto riguarda il quarto di secolo compreso tra il 1960 ed il 1985.

L'ambizione di questo lavoro è quella di correlare tra loro le diverse "storie" che si coagulano intorno alla fabbrica e soprattutto i legami tra quest'ultima e la città dal punto di vista sociale, dei processi di sviluppo economico ed urbanistico. L'ipotesi è che le specifiche vicende siano legate da molteplici fili che tessono una trama unitaria.

Più semplicemente l'ipotesi è che la Perugina sia la fabbrica di Perugia, l'azienda che ne ha in buona parte determinato il cambiamento. Lo sviluppo impetuoso dell'occupazione negli anni sessanta e settanta portò ad una presenza di oltre 3.000 lavoratori che, dopo le crisi e le ristrutturazioni, ancora nel 1984 erano circa 2.200; manager e tecnici cresciuti nell'impresa nel corso degli anni si diffusero nel tessuto produttivo cittadino; nuove relazioni industriali si affermarono nella fabbrica di San Sisto; rapporti intensi vennero sviluppati con i luoghi dell'innovazione sia per quello che riguarda la pubblicità, il *marketing*, il *packaging*, la logistica, mentre continuo fu il legame con i centri internazionali dell'innovazione. Già in precedenza, tuttavia, la Perugina aveva introdotto, in un tessuto sociale apatico e apparentemente inerte, forme di organizzazione moderna del lavoro, costruito momenti di *workfare* aziendale. L'azienda, peraltro, negli anni trenta, attraverso Giovanni Buitoni, assume la stessa direzione amministrativa della città, cercando di modernizzarne le funzioni e l'aspetto. La fabbrica, infine, induce processi di cambiamento rilevanti nella struttura urbana. È il primo stabilimento che si trasferisce in una sede nuova vicino alla stazione di Fontivegge, rappresentando il nucleo iniziale della zona industriale di Perugia fin dagli anni dieci del Novecento. La costruzione, nei primi anni sessanta del secolo scorso, dello stabilimento di San Sisto determina lo sviluppo di una nuova area insediativa per strutture produttive ed accentua il policentrismo della città. Anche nella fase discendente l'azienda determina, con la cessione dell'area del vecchio stabilimento, gli equilibri urbani attraverso la costruzione del nuovo centro direzionale.

Basterebbero solo gli aspetti prima ricordati per definire un rapporto stretto tra la Perugina e Perugia. Accanto ai corposi legami derivanti dall'economia, dalla società e dalla struttura urbana ce n'è, però, un altro, forse meno evidente, ma non per questo meno importante, che riguarda l'immaginario collettivo.

Nell'Ottocento le città umbrine tesero a caratterizzarsi come centri "climatici", un altro modo per definirsi luoghi turistici. Il fascismo volle creare una specializzazione delle funzioni attraverso metafore retoriche. Perugia, punto di partenza della marcia su Roma, divenne la Capitale della rivoluzione fascista e l'Atene dell'Umbria<sup>5</sup>. In realtà con il susseguirsi dei decenni il suo rapporto con il mondo venne, in gran parte, assicurato dal prodotto e dalla pubblicità della Perugina. Già nel 1911 Giovanni Buitoni comprende la forza di una sinergia tra città e impresa e il marchio dell'azienda diviene il Grifo dello stemma del Comune. Non basta. L'impresa nel 1920 cambia la sua denominazione da Società Perugina per la fabbricazione dei confetti in Perugina cioccolato e confetture, quasi ad esaltare il suo carattere cittadino. Poco dopo il nome viene trasformato semplicemente in Perugina. Fu Giovanni Buitoni a volere il cambiamento:

avevo avuto sempre antipatia per il nome della ditta La Perugina, non solo per se stesso, ma perché vi erano a quei tempi tanti altri nomi consimili: La Fiorentina, la Torinese, La Milanese, eccetera<sup>6</sup>.

In realtà, quello che è ritenuto dall'imprenditore come uno snellimento utile a livello pubblicitario si trasformerà in un ulteriore processo di identificazione. In un filmato del 1930, che avrebbe dovuto documentare i mutamenti intervenuti nell'azienda grazie all'adozione di metodi di organizzazione scientifica del lavoro, le prime immagini sono quelle relative alla città storica. Analogamente, su un documentario aziendale del 1956 le due immagini continuano a sovrapporsi, segno di un processo volto a coniugare tradizione e modernità. Se all'inizio la città traina il marchio, successivamente è l'azienda a caratterizzare l'immagine della città, quasi come una forma di pubblicità istituzionale.

Non è questa, tuttavia, la sola traccia che la Perugina lascia nell'immaginario cittadino. Essa è la fabbrica dove tutti avrebbero voluto lavorare, il luogo dell'opportunità e, via via che crescono i livelli di consapevolezza operaia, il luogo della solidarietà. Significative sono da questo punto di vista le testimonianze dei lavoratori. Per qualcuno la Perugina è una grande famiglia<sup>7</sup>, altri affermano "Io devo tutto alla Perugina, mi ha aiutato a vivere bene, prima con un buono stipendio, ora con una buona pensione"<sup>8</sup>, per altri ancora la fabbrica è un grande contenitore di

vite, storie, persone. Tutti noi, ci sentivamo privilegiati a lavorare in Perugina. [...] Ho sempre difeso la fabbrica e ancora oggi la difendo. Le devo moltissimo, mi ha aiutato a crescere, anche culturalmente. Credo che non ci siano dubbi su questo: la Perugina è sempre stata un pezzo fondamentale di questa città<sup>9</sup>.

Infine: "Sono innamorato della Perugina e di quello che è stata per questa città e per questa regione"<sup>10</sup>.

Insomma più di una fabbrica. Un luogo di crescita umana, di educazione sentimentale, di realizzazione personale che garantisce più del salario e della sopravvivenza. Un approccio alla modernità, a nuovi stili di vita, a diverse forme di relazione collettiva.

Lo sforzo di questo lavoro è stato appunto questo: mettere in rete fonti, informazioni, testimonianze diverse, cercando di tratteggiare una storia d'impresa che sia anche storia di chi vi ha lavorato e della città che l'ha ospitata.

*Francesco Chiapparino*  
*Renato Covino*