

Imprenditori & manager

Storie e testimonianze di persone e aziende

Un libro sui segreti e gli aneddoti

Just Academy, la scuola di formazione interna per la vendita diretta creata per chi intraprende l'attività di Consulente Just, con un team di oltre 40 formatori, nel 2018 anno

ha erogato oltre 20mila ore di formazione e 550 corsi.

La storia di Just è stata raccontata in un libro edito da Cierre Edizioni. L'ospite d'onore. Segreti e aned-

dotti di Just Italia, l'azienda di vendita diretta che ha portato il potere benefico della natura nella casa di milioni di famiglie, a cura di Stefano Filippi. M.C.C.

LA STORIA. Il 16 marzo 1984 aprì a Stallavena il primo magazzino e ora ha festeggiato con le oltre 3.000 venditrici

Just Italia compie 35 anni Da sfida a impresa leader

Pernigo: «Il successo è costruito sul rapporto fiduciario tra le consulenti e le clienti oltre alla qualità dei nostri prodotti naturali, formulati e realizzati in Svizzera»

Maria Cristina Caccia

«I magnifici 35». L'immagine è stata scelta per imprimere una ricorrenza che rende onore alla determinazione e alla capacità con cui un'azienda supera i limiti del tempo e guarda avanti con i valori che ne identificano le scelte e ne orientano il percorso. Siamo a Grezzana, nella sede di Just Italia, dove, dal 5 al 18 marzo, si sono tenuti i festeggiamenti per il 35° anniversario della costituzione, 16 marzo 1984. Oltre 3.000 consulenti da tutta Italia hanno raggiunto la sede per celebrare il traguardo alla presenza di colleghi da Austria e Spagna delle consociate Just Österreich e Just Iberia, in un clima entusiasmante, concluso con un momento conviviale in stile western.

CELEBRAZIONI. Le celebrazioni hanno coinvolto i collaboratori diretti ed esterni e le loro famiglie nel primo Family Day di Just Italia. E pensare che la forza propulsiva di un simile successo passa di casa in casa. Ma facciamo un salto all'indietro, quando tutto ebbe inizio. È la storia di una passione condivisa, quella di tre professionisti per la vendita a domicilio, di estrazione professionale differente. Era il 1983. Nel tritico un po' di Emilia e un po' di Veneto. Il capofila, Angelo Salvatori, si era costruito un'esperienza decennale nella vendita di contenitori di plastica di una multinazionale. Graziella Zanini e Claudio Hoelbling avevano competenze di contabilità e logistica. «Angelo, il più intraprendente, fu spinto dal desiderio di cercare nuove sfide e percorrere nuove strade», racconta Andrea Pernigo, Cfo di Just Italia. «Cinquant'anni da poco superati e la voglia di rimettersi in gioco, l'imprenditore abbandonò il noto brand d'oltreoceano e si mise a cercare ispirazioni e occasioni. Un robot da cucina lo condusse in terri-

torio veneto, dove incontrò Graziella e Claudio che già ne stavano gestendo la vendita a domicilio. Un oggetto apparentemente insignificante, eppure fu proprio il deus ex machina di un'impresa che, oggi, ha raggiunto il 35° anno di vita», aggiunge Pernigo. E continua: «Quel robot lasciava un po' a desiderare, pertanto si guardò altrove. Galeotto fu un bollettino Enasarco, dove Graziella notò l'annuncio di lavoro pubblicato da un'azienda svizzera, Just, di Walzenhausen, specializzata in spazzole e cosmetici naturali, alla ricerca di un distributore per l'Italia». Era una sfida con dubbi e titubanze legittime. Il marchio non era conosciuto in Italia. Messe da parte le perplessità, scelsero di crederci.

OLIO 31, TOCCO MAGICO. I tre imprenditori, dopo una visita alla sede in Svizzera, rientrarono in Italia con una bottiglietta di Olio 31 Just che stava quasi per finire fuori dal finestrino dell'auto, tanta era la diffidenza verso quella formula che poco convinceva. «Se fosse stata scaraventata, chissà, forse Just Italia non esisterebbe», commenta Pernigo. Casualità o coincidenze? «Il primo ordine di prodotti arrivò a destinazione in un magazzino di Stallavena di Grezzana, freddo e umido, riscaldato alla meno peggio con qualche stufetta a gas, che, di lì a poco, il 16 marzo 1984, diventò ufficialmente la sede di Just Italia, dopo l'aggregazione di un quarto socio, il commercialista milanese, Adriano Novarina», afferma Pernigo.

FORMULA DEL PARTY. «Il fondatore dell'azienda svizzera, a partire dagli anni Quaranta, Ulrich Jüstrich, oltre a commerciare spazzole si dedicò alla lavorazione delle piante officinali secondo la tradizione dei frati farmacisti addetti agli orti officinali dei conventi», aggiunge. Così natura, cultura e artigianalità si fusero e diedero vita a un'avventura in continua espansione. La qualità dei prodotti era sempre più apprezzata: la consulenza avveniva tramite la formula del Party, che la neonata Just Italia personalizzò, adattandola a uno stile più all'italiana, meno sensazionalista e più concreto. «Il Party è uno strumento fenomenale, in controtendenza rispetto all'evoluzione digitale», asserisce Pernigo. «A differenza dell'acquisto impulsivo effettuato sul web, la scelta Just è consapevole e ponderata, poiché ci si deve rivolgere a un'incaricata e partecipare alle presentazioni per capire come usare il prodotto, senza obbligo di acquisto», prosegue Pernigo.



Alcune delle 3mila consulenti-venditrici della Just arrivate da tutta Italia per i 35 anni dell'azienda

«Ciò che a noi sta più a cuore è la costruzione di un rapporto fiduciario con le consulenti e con l'acquirente, per il 95% donna. Il contatto diretto è fondamentale, perché facilita il rapporto umano e lo scambio reciproco ed è alla base della nostra attività».

CONSULENTI E VENDITRICI. «Le nostre venditrici sono anche consigliere, confidenti, addirittura amiche, in molti casi», afferma Pernigo, «Contiamo su una rete di 25mila consulenti. Il fil rouge che le lega a noi è un senso di appartenenza a una community di interessi condivisi, amore per la natura e l'essenzialità». I prodotti Just sono ideati, formulati e prodotti in Svizzera in un ambiente intatto e incontaminato. Per questo necessitano di conoscenza. «La formazione continua è necessaria per rimanere al passo con i tempi».

FORMAZIONE. «L'approfondimento e le competenze sono un must nel nostro settore, per proporre, oltre la qualità del prodotto, un servizio di eccellenza. Nel 2014 è nata Just Academy, scuola di formazione interna, per fornire aggiornamento costante e strumenti utili all'attività commerciale». E conclude: «Ci interessa compiere un passo alla volta. Molte consulenti hanno trovato in Just stimoli, opportunità di riscatto professionale o, ancor più, un calore umano simile a quello di una famiglia. L'obiettivo è non deludere le loro aspettative e quelle delle clienti affezionate. È grazie, soprattutto, alla loro dedizione, che in inglese "trust" rende meglio, se abbiamo raggiunto un simile traguardo».

La Fondazione

Nata la onlus per progetti scientifici

«In Italia, Just è impegnata in iniziative di sviluppo e sostegno ambientale e sociale», sostiene Andrea Pernigo. «Ci stanno a cuore le persone e questo ci ha spinti a creare, nel 2008, Fondazione Just Italia, Onlus che sostiene progetti di solidarietà sociale, mettendo in relazione organizzazioni non profit, ricercatori, incaricati e clienti per generare il cambiamento». «Il comitato», precisa Pernigo, «è composto da dipendenti e dalla forza vendite ed è espressione della volontà e dell'impegno del cda L'80% dei fondi copre iniziative solidali nazionali, il restante 20% è destinato a bandi locali». «Attraverso la Fondazione sensibilizziamo l'opinione pubblica sulla necessità della comunità scientifica di fondi da destinare alla ricerca medica impegnata nella prevenzione e cura di malattie anche molto rare», continua Pernigo. La Fondazione ha tagliato il traguardo dei 10 anni, con oltre 4,4 milioni di euro devoluti a più di 60 progetti. Sul sito www.fondazionejustitalia.org è possibile candidarsi fino a giugno al bando locale 2019. «Con il programma aziendale "Ho cura della Natura", Just dedica risorse a progetti di tutela ambientale e punta a coinvolgere il pubblico nell'adozione di gesti quotidiani, per evitare sprechi e proteggere la Natura». M.C.C.



Andrea Pernigo, Cfo della Just Italia

Oltre 600mila consumatori

Primo mercato al mondo da 148 milioni di euro

Dal 1984, l'Italia è il primo mercato Just nel mondo. Alla sede di Grezzana, che si estende su una superficie di 15mila metri quadri, fanno capo le attività commerciali, amministrative, logistiche e di marketing. I prodotti sono realizzati, invece, a Walzenhausen, nel cantone svizzero di Appenzell dove, dal 2016, è operativo anche il nuovo sito produttivo con una capacità di oltre 14 milioni di pezzi l'anno.

Il 2018 per il Gruppo Just Italia spa si è concluso con un valore della produzione di oltre 158 milioni di euro, con l'Italia che aumenta dell'1,5% e raggiunge i 148 milioni di euro.

Risultati positivi anche per Slovenia e crescita a doppia cifra per le filiali di Croazia e Austria, mercati esteri controllati direttamente dall'Italia. Promettente il mercato spagnolo presidiato dalla giovanissima Just Iberia, azienda in fase di startup. In un anno i consumatori che aprono le porte, ogni giorno, ai «Party Just» sono oltre 600mila in tutta Italia con prospettive del mercato in controtendenza rispetto ad altri settori, decisamente incoraggianti per rafforzare ulteriormente la propria posizione ai vertici di un settore ormai presidiato da 35 anni. M.C.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ulrich Jüstrich a partire dagli anni Quaranta, iniziò a lavorare le piante officinali dei frati farmacisti

Nel 2014 è nata Just Academy, la scuola per la formazione interna all'azienda



Banca aderente al Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea

Invita la cittadinanza al convegno

«Finanza Sostenibile e Responsabile.
Il Doppio Valore degli Investimenti»

Relatore della serata:

Fabio Cappa

Senior Account Manager di Raiffeisen Capital Management

GIOVEDÌ 4 APRILE Ore 19,00

Teatro Salieri

VIA XX SETTEMBRE 26

LEGNAGO - VR

Al termine della serata è previsto un buffet.

Per informazioni e prenotazioni

348 9135280 marketing@bancaveronese.it

Evento organizzato in collaborazione con:

