

Bernadette Bevacqua: da una vita in Henkel, ora guida i tedeschi in Italia

Nata a Catania, si è formata in Bocconi: ha la responsabilità dei settori bellezza, detersivi, adesivi della multinazionale tedesca. L'impegno per le donne: aiutarle a trovare la loro strada

di PATRIZIA CAPUA

02 aprile 2017



Bernadette Bevacqua

Per presentarsi dice semplicemente "lavoro in Henkel". Tralascia il più delle volte di aggiungere che il suo ruolo nella multinazionale tedesca è presidente e amministratore delegato per l'Italia. "Per me non è importante quello che fai, ma quello che sei", spiega Bernadette Bevacqua, 41 anni, siciliana di Catania, laureata con lode in Economia aziendale e management alla Bocconi nel 1998. La ceo, general manager di Henkel beauty care retail Italy, guida la produzione e la commercializzazione di tre settori: cura della bellezza, del corpo e dei capelli; detersivi per la pulizia della casa; adesivi e sigillanti. Con i brand Testanera

Gliss, Neutromed, Antica erboristeria, Dixan, Pril e altri, l'anno scorso ha fatturato 750 milioni di euro.

Nel sistema industriale Henkel Italia, che ha origine dalla Società italiana Persil fondata a Lomazzo, vicino Como, nel 1933, lavorano mille persone di cui 400 a Milano e il resto in sei diversi siti produttivi, due per i saponi e i detersivi, il principale è a Ferentino vicino Roma, e quattro per le colle e gli adesivi. Bernadette Bevacqua è nata e cresciuta in questa azienda. Ci è entrata nel 1999, con uno stage nella divisione retail cosmetic.

"Parlavo bene l'inglese - racconta - e vivevo a Milano da quando avevo 18 anni, trasferita da Catania, ma non con la valigia di cartone. I miei genitori sono agenti di viaggio e io sognavo di lavorare nel turismo, ma entrata in Bocconi già mi avevano persa". Soltanto un intervallo dopo la laurea per andarsene con un'amica dell'università a girovagare tra America e Asia, "quello è stato il mio momento più bello", e poi subito il tuffo nel mondo del lavoro. "Non ho dovuto mandare nemmeno un curriculum. L'ufficio stage della Bocconi allora funzionava benissimo. A Natale avevo già molte offerte. Ho fatto colloqui con alcune aziende, da Mc Kinsey che prendeva direttamente i giovanissimi, a Gucci e a Diesel, spinta dalla mia curiosità e passione per il beauty fashion, e poi anche con Unilever, oggi nostro competitor".

Il tirocinio in Henkel, con il brand Testanera, specializzato nella colorazione dei capelli, le vale l'assunzione e nel giro di pochi anni la qualifica di senior brand manager. Nel 2004 le affidano l'intera divisione hair care e poi, come marketing manager, la body-oral care. "Da lì ho iniziato la mia carriera nel settore di cura e bellezza per l'igiene quotidiana,

STRUMENTI

[MARKET OVERVIEW](#)

[CALCOLATORE VALUTE](#)

GUARDA ANCHE

Sponsored Links



Roma, Teatro dell'Opera: la lirica insegna ai giovani la...
Gioco del Lotto



Più di 1 milione di persone sta imparando le lingue in 3 settimana...
Babbel

by Taboola

ricoprendo tutti i livelli gerarchici. Mi sono divertita. Il marketing non è pubblicità ma sono tanti numeri e analisi su come il consumatore sceglie un prodotto piuttosto che un altro". Partecipare alla 'Milano fashion week', una sua idea di cui va abbastanza fiera, ha dato un'immagine glamour alla linea Testanera, prima di allora un po' distante dal mondo delle tendenze, pur essendo un prodotto di qualità. "Siamo riusciti a dare appeal a questo brand. Bellissimo è stato lavorare su Neutromed e Antica erboristeria, prodotti al cento per cento italiani acquistati alla fine degli anni Ottanta. Siamo riusciti a mantenere posizioni di primo piano. E in questo apprezzo Henkel che ha avuto sempre una politica di ricerca e sviluppo internazionale ma rispettando il brand locale. Che magari ora va di moda, ma prima non era così".

Nel 2007 la manager rifà la valigia, destinazione Düsseldorf nel quartier generale della multinazionale tedesca. Cuore dell'azienda e degli stabilimenti produttivi, così grandi che ci entravano dentro i treni merci. Vi trascorre due anni a partire da quel mattino di gennaio a dieci gradi sotto zero, la neve, il buio. Per una ragazza cresciuta al sole della Sicilia poteva essere uno choc. "Lo è stato all'inizio - ammette Bernadette Bevacqua - ma si è rivelata una esperienza formidabile, una sfida professionale e personale molto ricca. Era una possibilità offerta a elementi che avevano potenzialità di crescita".

Si immerge nel ruolo di international marketing manager per gestire il coordinamento internazionale di diversi marchi di styling quali Taft, Pro Styling, Poly Swing, Clynol, Rilken. "Fare esperienza là è un must, conosci la tua azienda nel profondo, capisci cos'è il marketing strategico, come si inizia a testare la formula del prodotto, come si decide che profumo mettere nel bagno schiuma, che comunicazione fare. Ho attraversato una fase di adattamento con tutte le differenze culturali tra noi e i tedeschi. Sono persone corrette, abituate ad affrontare ogni situazione con decisione, in maniera costruttiva. Con loro ho imparato uno stile diverso ma sono anche io trasparente, diretta e amichevole. Le mie attese sono altrettanto alte, dagli altri mi aspetto dedizione e passione".

Il desiderio di tornare in Italia era comunque forte, ma bisognava attendere che maturassero le condizioni. E a Milano ci è arrivata come marketing director della divisione retail cosmetic dove ora ha un team di 80 persone. "La direzione generale, sì, una bella sorpresa, la desideravo, c'erano tanti candidati".

Con sé porta anche i valori Henkel nella diversity. "A maggior ragione io, in quanto donna e donna del Sud. Henkel è sempre stata promotrice di inclusione in tutte le sue declinazioni di genere, nazione, religione e cultura. Il suo handicap è che pur facendo tantissime cose, ne fa tante bene ma non le pubblicizza abbastanza. Penso a tutte le iniziative sul fronte ambientalista, o a favore dei bambini come la costruzione di scuole nei paesi più emarginati, e a quello che stiamo facendo ora per il mondo femminile a cui questa azienda è molto vicina per la parte cosmetica. Adesso però alziamo anche i toni. Non solo facciamo del bene ma lo comunichiamo, perché l'esempio conta".

Henkel, quotata in Borsa dal 1985, in Italia è tra le top dieci del settore, nei detersivi è leader di mercato, top five nella cosmetica. A livello internazionale ha la leadership nei detersivi, è numero due nella cura dei capelli, leader globale negli adesivi.

Nella sostenibilità ambientale, dice la ceo Henkel Italia, noi siamo stati pionieri assai prima che la legge limitasse gli elementi chimici nell'industria dei detersivi. "Certa pubblicità è fuorviante. Quelle scritte sulle confezioni 'senza parabeni', 'senza nichel', ma chi ha detto che fanno male? Ne hanno fatto dei claim, la campagna mediatica del 'senza'. Tutto ciò che è dannoso è già stato escluso, gli ingredienti chimici ridotti, sono felice che il ministero italiano stia entrando un po' più in dettaglio per dare direttive chiare". Nella battaglia per la riduzione di consumi di acqua e di elettricità l'azienda tedesca sta chiudendo il 2016 con risultati a doppie cifre. I suoi prodotti hanno dei siti di educational che insegnano a dosare meglio le quantità, "perché la prima fonte di inquinamento sta proprio nell'uso eccessivo. E poi offrono piccoli suggerimenti. Per Antica erboristeria, quando spalmi il bagno schiuma, chiudi la doccia; chiudi il rubinetto quando ti lavi i denti: sono litri e litri d'acqua che si risparmiano. Per i detersivi, suggeriamo di utilizzarli a bassa temperatura e con cicli brevi di lavaggio".

Il concetto di sostenibilità è calato in un progetto di responsabilità sociale chiamato 'Million chances', un milione di opportunità, di Testanera in partnership con Piano C, il primo esperimento di coworking in Italia che supporta programmi di empowerment professionale

Seguici su

STASERA IN TV

20:30 - 21:25
Soliti ignoti - Il Ritorno

21:10 - 21:20
Camera Café - Stagione 6 - Ep. 65 - 66

21:10 - 01:00
Elisa - 20 anni in ogni istante 32/100

21:20 - 00:40
Le Iene Show 77/100

[Guida Tv completa »](#)

CLASSIFICA TVZAP SOCIALSCORE



1. Grande Fratello

84/100



SPEDIZIONI FREE PER GLI AUTORI

Stampare un libro, ecco come risparmiare



Programmazione con Oggetti Distribuiti: Java ...

Vittorio Scarano

NARRATIVA

[Pubblicare un libro](#)

[Corso di scrittura](#)

cobaby. Lo scopo è offrire alle donne che per vari motivi non hanno trovato fino ad oggi una strada, la possibilità di sviluppare l'idea e il proprio piano di lavoro.

Più di un terzo del mondo manageriale Henkel è donna, "in Italia nel mio leadership team ci sono quattro donne su sei e anche delle mamme. In questo periodo il direttore marketing ha appena avuto il suo primo bimbo. Ho deciso che lei lavorerà da casa, per me non è un problema dove è seduta, importa che insieme lavoriamo e portiamo i risultati. Se il bimbo è piccolo è naturale che stiano vicini. Lei è più felice e siamo tutti più sereni. L'organizzazione tedesca ci dà la possibilità di vivere questo evento in modo naturale. Faccio un esempio banale: i miei meeting si fanno solo al mattino, nel pomeriggio deve essere possibile uscire prima se necessario, lavorare da casa, cenare alle sette. Questo è il nostro standard quotidiano: organizzazione e flessibilità, dotati di cellulare, skipe, ipad. Non voglio sembrare un'idealista, lo faccio per l'interesse comune".

La determinazione e il talento per il business, sono stati il motore della carriera di Bernadette Bevacqua. "Ce la volevo fare e sono stata sempre molto umile. A casa mi chiamano Bernie, come il topolino. Mio marito mi prende in giro perché secondo lui in questo esagero. Fa il consulente aziendale, catanese come me, è il fratello della mia migliore amica delle elementari, ci siamo rivisti dopo tanti anni ad Acicastello. Gli ostacoli non mi spaventano, mi motivano, anche quando mi devo confrontare con gli altri leader. Io sono quello che dico e che faccio". Le promozioni in Henkel sono arrivate, racconta ancora, più o meno in coincidenza con la nascita delle due figlie, Viola, di tre anni e mezzo, e Stella di nove mesi: gennaio 2013 general manager, novembre 2015 la presidenza. "È l'ormone che mi dà la carica in più. Quando ero incinta volevo fare il triplo di quel che faccio oggi. Oggi la mia aspirazione è far crescere in maniera solida Henkel Italia, a breve termine non disdegno un ruolo più internazionale".

Mi piace Piace a te e ad altre 3,4 mln persone.



[donne impresa](#) [manager donna](#) [henkel](#) [Bernadette Bevacqua](#)

© Riproduzione riservata

02 aprile 2017

Divisione Stampa Nazionale — GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. - P.Iva 00906801006
Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA