

# Il Pastaio-Patarò, il gnocco 4.0 chiede una gestione manageriale

**Con 32 milioni di fatturato (+25%) l'azienda si affida a Project Group per il salto di qualità organizzativo**

## Food & Tech

**BERLINGO.** Una storia di imprenditoria, cultura, tradizione ma soprattutto di passione ed innovazione quella che da oltre trentacinque anni viene tramandata da Il Pastaio di Brescia, eccellenza nazionale ed internazionale, leader dell'industria alimentare, primo produttore italiano di gnocchi di patata.

**Maestri & Zampedri.** Attraverso le parole, appassionate e lungimiranti, di Pasquale Maestri, presidente de Il Pastaio, abbiamo ricostruito il percorso dell'azienda, una storia affascinante che prende vita nel 1983, anno in cui, insieme

all'amico Angelo Zampedri decidono di dar vita ad un nuovo business, quello della pasta fresca. Il lavoro prende vita in un laboratorio artigianale dedicato alla produzione dei tortelli, ma in pochi anni si comprende che il vero affare è quello legato alla patata e ai suoi derivati: gli gnocchi. Da artigiani i due soci crescono velocemente e la loro attività, ormai divenuta industria, si sposta da Brescia a Rodengo successivamente a Torbole Casaglia per poi aggiungere lo stabilimento di Berlingo.

**Numeri da capogiro.** 55 milioni di kg di gnocchi prodotti, 100 addetti, 10 certificazioni prodotto nazionali ed internazionali ottenute e manutentute ai massimi livelli e un fatturato sempre in crescita (+25% nel 2019) che supera i 32 milioni di euro (40% all'estero).

I prodotti del Pastaio sono disponibili presso la grande distribuzione organizzata attraverso i due marchi «Patarò» e «Il Pastaio», ma il 60% del fatturato arriva mediante il private label, ricette studiate ad hoc per i clienti che desiderano il proprio marchio nelle confezioni che troviamo sugli scaffali. Tra i principali clienti vi sono: Esselunga, Centrale del Latte di Brescia e Metro, oltre a numerosissimi e importanti gruppi esteri

**Visione e capacità.** Chiediamo a Maestri: quale è la chiave di successo di una realtà così longeva e prospera? «Non c'è solo una chiave di successo per avere un'azienda florida e sempre in crescita; i fattori che concorrono a questo risultato sono davvero molteplici. Innanzitutto, è necessario avere un progetto e una visione di lungo periodo, occorrono uomini capaci per realizzarlo unitamente a costanza, determinazione e passione.

**Seconda generazione.** A proposito di uomini capaci e volenterosi, oggi l'organizzazione vede come parte attiva e fondamentale la seconda generazione, Vincenzo, Marco e Roberto Zampedri ed Enrico Maestri grazie ai quali creatività e innovazione sono diventate le regole base della nostra crescita».

**20 milioni in 5 anni.** Oltre a questo, per restare al passo e non essere travolti dalla concorrenza, è necessario investire, nel corso degli ultimi 5 anni, aggiunge Maestri, l'organizzazione ha creduto molto in sé e nel mercato, inve-

stando oltre 20 milioni di euro (il 10% del fatturato viene investito ogni anno).

Tutte le linee, con particolare attenzione a quelle di nuova generazione, sono state realizzate secondo i dettami dell'industria 4.0 con lo scopo di monitorare e agire sulla gestione degli impianti in tempo reale: «Produciamo prodotti freschi per i quali i tempi di reazione sono fondamentali per offrire livelli di servizio altissimi».

**Tre progetti in campo.** I progetti più importanti che Il Pastaio ha in cantiere per i prossimi anni sono tre: la sostenibilità, la ricerca e sviluppo e il consolidamento del passaggio generazionale.

La sostenibilità ambientale è diventato un tema importante. Ora più che mai l'industria del confezionamento e di rifilare quella alimentare deve utilizzare packaging sostenibili. Uno dei progetti più importanti riguarda lo sviluppo di confezioni a ridotto impatto ambientale che presenteremo quest'anno.

«La nostra area di ricerca e sviluppo, storicamente interna, - continua Maestri - ha ora l'opportunità di condividere le proprie idee con esperti di settore e tecnologi alimentari per garantire un percorso di vera innovazione. Abbiamo infatti avviato una consulenza con Cast Alimenti, il riferimento nel campo della formazione alimentare, orgoglio sia bresciano che italiano.

**Organizzazione manageriale.** «Infine, con la collaborazione con Project Group, società bresciana che si occupa di consulenza di direzione e organizzazione aziendale, stiamo affrontando da due anni il delicato passaggio da azienda a gestione "padronale" ad organizzazione manageriale oltre all'efficientamento dei processi aziendali. Insieme abbiamo rivisto le priorità di sviluppo del nostro business e definito le linee guida dei prossimi anni facendo nostro il loro motto: crescere e far crescere credendo nella nostra idea d'impresa». //



55 milioni di chili. È quanto produce in un anno il gruppo Pastaio-Patarò

## BUONE IDEE DA COPIARE

In Brianza 13 aziende si sono messe insieme per fare un'academy

## SE MANCANO TECNICI PERCHÈ NON FARSELI?

Gianni Bonfadini - g.bonfadini@giornaledibrescia.it

**V**i prego di non considerarlo uno sfogo. No, riporto quello che Il Sole 24 Ore dell'11 dicembre ha scritto: «In Brianza un'academy per 13 aziende». Che è 'sta roba, mi son detto. E, riga dopo riga ho trovato che fanno una cosa sorprendente e molto utile, in apparenza persino banale, una cosa che da qualche tempo anch'io (e qualche altro, probabilmente) penso: ma perchè non possiamo far così?

E qui comincia a salirmi la pressione. Mancano tecnici, non si trova personale specializzato, senza tecnici lo sviluppo e la crescita sono a rischio, è mai possibile che non ci siano manutentori, specialisti sulle macchine, operatori cnc, ... eccetera eccetera. Toh, prendi i manutentori.

Qualche settimana fa ho partecipato ad un incontro dove una ventina di aziende si sono trovate a parlare di manutenzione programmata, predittiva, 4.0. Incontro utile, interessante, che si è chiuso con un dato che ha legato un po' tutte le aziende: il problema della manutenzione più o meno avanzata è che mancano manutentori. Ma è così difficile - ho chiesto alle aziende presenti - immaginare che un gruppo di voi si metta insieme per formare un po' di manutentori? Risposta: eh, sarebbe bello, ma come si fa, e poi siamo piccoli. Ma sempre qualche settimana fa, a Nave, in

una piccola azienda stavano pensando di farsi loro una scuola interna perchè cercano e non trovano tecnici. Ma gli esempi - qui, nel bresciano - potrebbero riempire una pagina. E tutti o quasi i progetti si fermano al problema organizzativo e dei costi.

E invece guarda cosa capita a scavalco fra Como, Lecco e Monza-Brianza. Ecco una bella cosa da copiare. 13 aziende si sono messe insieme, hanno creato un consorzio chiamato Roadjob academy, si sono appoggiate all'Enaip Lombardia (l'Agenzia formativa della Regione) per formare tecnici, perchè - dice Primo Mauri, presidente dell'associazione - «siamo consapevoli che ha un senso limitato sollevare il problema della carenza di giovani risorse specializzate senza proporre una qualche soluzione concreta». Mediamente non sono aziende piccole visto che in 13 occupano 6800 addetti. Si è partiti con 60 ragazzi (359 i candidati fra i 18 e i 29 anni), il percorso di formazione è gratuito, un terzo dello studio in azienda e il resto in aula. Il Consorzio sta pensando di "esportare" il modello anche in altre province e di portare a 40 le aziende aderenti. Quella segnata è una strada, una delle possibili, intendiamoci. Ma ha tutta l'aria di essere praticabile. Un salto a Monza meriterebbe...

# Patarò

GNOCCHI

L'ANIMA LEGGERA DELLO GNOCCHO

WWW.PATARO.IT