



Furio Bragagnolo

当意大利面显示力量的时候

Pasta Zara 通过投资创新的生态可持续产品来应对危机

“需要在夜里武装好装备，尤其要在黎明到来时准备好冲刺。” Pasta Zara Spa 公司总经理 Furio Bragagnolo 用这句形象的比喻总结了作为公司成功基础的企业哲学。一颗

Treviso 的心，在这些年的危机和萧条中一直伴随着这位企业家的神情而跳动着，他奋力战斗、敢于斗争、追求目标。简而言之，他用投资来应对。他建立了一个野心勃勃的发展计划，旨在加

强位于 Riese Pio X (Treviso 省) 和紧邻 Trieste 省的 Muggia 的 2 个生产中心，不过这还不是全部。由于物流在市场营销中起着关键的作用，Pasta Zara 于 2010 年 9 月接手了位于 Rovato (Brescia 省) 的前 Pagani 面条厂，将自己的工厂扩大至 3 家并在本次收购行动中拯救了 90 个工作岗位。这次收购奠定了产量的进一步增长，并保证了为西欧国家提供更好更快的服务，如英国、法国、和西班牙。总而言之，投资。为了增长、发展和征服。还有提供工作（现在员工总计 370 人）。这个一直以来作为领导公司 113 年之久的 Bragagnolo 家族（现在的家族成员包括 Furio, Arianna Umberto 和 Franca）特色的策略得到了 Friuli Venezia Giulia 大区的投资公司 Friulia（持有 Pasta Zara spa 公司 14.52% 的股份）的充分认同。这个策略以成果作为回报。2000 年 Pasta Zara 每年销售 11 万吨的面条。2010 年的销量是 21.1 万，营业额达 1.71 亿。也就是翻了一番。根据正在进行的发展计划，到 2014 年位于 Rovato 的面包厂也将满负荷生产，产能也将再翻一番，达到 42 万吨的年产量。Pasta Zara 现在是第一大面条出口商，14% 的意大利干面产品被销往世界上 97 个国家的消费者手里。Pasta Zara 在近几年里扩大了自己在东欧的市场，如俄罗斯、匈牙利和克罗地亚，以及中东和非洲，同时还面对着一些全新的市场，如美国和日本。作为意大利市场上第二大生产商的公司有意在 2012 年年内将 10% 的营业额再投入到该市场上。为此，公司增加了内部员工人数，并不断增加连锁百货公司货架上的 Pasta Zara 产品数量。

自有品牌的世界第一 Furio Bragagnolo 解释说：“百货公司自有品牌的销售在2010年取得了显著的增长，而我们也很好地加入了这种销售模式，这种模式多年来在欧洲取得了广泛的成功，现在也正在意大利扎根。消费者决定了自有品牌的增长，因此全球百货公司找出了能够抓住消费者的元素：质量、健康、道德和价格。百货公司发现 Pasta Zara 是能够保证所有这些元素的一位合作伙伴。” Pasta Zara 的成功贯穿于全面的质量之中。而产品投资也尤为重要。结合了其他先进研究成果的经典产品能够满足所有的需求。由此诞生了全麦面条、有机面条、重新挖掘出古老的谷物卓越营养价值的二粒小麦面条、以及不含腹筋的面条，特别适合患有腹腔疾病的人。所有的意大利制造面条。Furio Bragagnolo 强调说：“现在，我们正在开发一种以‘50岁以上’消费者为目标的产品新配方。一种将健康品质、风味特性和面条口感融合在一起的产品。这一切总是以地中海饮食为起点，在这方面，我们是世界范

围内的先驱者。”在公司的发展过程中，“Pasta Zara Green”项目正逐渐发挥着越来越大的作用，这个项目的目的就是在保护环境、土地和工作的发展框架下研究和采取所有可能的行为来实现注重环境可持续性的公司产品。一个包含了非传统运输、动物健康和通过采用可再生能源解决方案来降低能耗的项目。具体而言，Pasta Zara 将硬麦粗面粉常用的运输方式改成铁轨运输已有好几年，主要从意大利南方一直运到公司的工厂。整段路

程都由一辆由20节车厢和40个集装箱罐柜所组成的火车来完成。此外，得益于安装在工厂顶棚上的光伏设备，Pasta Zara 还大量使用可再生能源。最后，关于鸡蛋面，公司只使用走地鸡的鸡蛋。Furio Bragagnolo 总结说：“因为公司在这方面的关注，Pasta Zara 在2010年赢得了由 Compassion in World Farming 在巴黎颁发的 Good Egg 国际奖，这是动物健康最大的非政府组织。”

- G. B. -



图片 PASTA ZARA



图片 PASTA ZARA

产品