

La pasta si veste di nuovo

Lo sviluppo di Pasta Zara passa anche dal restyling delle confezioni

“**E**ssere i primi esportatori italiani di pasta e i secondi produttori per Pasta Zara non è un traguardo, ma una tappa di un percorso ancora lungo. Dove la parola d'ordine è: sviluppo”. Furio Bragagnolo, presidente di Pasta Zara, fotografa in maniera decisa il momento e i propositi della sua azienda. Sviluppo, appunto. Incessante, che dura da anni e resterà il perno delle strategie future. Sviluppo che trova pronto riscontro nei numeri: nel 1999 Pasta Zara vendeva annualmente 108mila tonnellate di pasta, nel 2011 ne ha vendute 220mila. Il doppio. La produzione giornaliera oggi è di circa 1.500 tonnellate. Un quantitativo enorme, reso possibile dalla piena efficienza di tre centri produttivi: Riese Pio X (Treviso), il polo direzionale, Muggia (Trieste) e Rovato (Brescia). Tre grandi poli dislocati in maniera strategica nel nord Italia, tali da permettere trasporti veloci e logistiche mirate. Il tutto finalizzato a portare sulle tavole di tutto il mondo una pasta completamente made in Italy. A Riese Pio X la produzione giornaliera è di 470 tonnellate, grazie a 8 linee di produ-

zione tra pasta lunga, corta e a nido. Dallo stabilimento di Muggia escono ogni giorno 610 tonnellate e a Rovato, infine, vengono prodotte quotidianamente 420 tonnellate, grazie a 9 linee produttive. Tutti e tre gli stabilimenti sono interessati da un piano di crescita che sarà completato solo nel 2015. Nuove linee, modernizzazione di linee, silos più grandi, ampliamenti degli stabili. Il centro più coinvolto è quello storico di Riese Pio X, dove è in atto il raddoppio della superficie adibita a uffici, una nuova viabilità e la costruzione di un avveniristico magazzino automatizzato da 25 mila posti pallet. Un ampliamento che consentirà al pastificio di assumere un ruolo di riferimento del settore a livello mondiale. Sviluppo, appunto. Che inevitabilmente ha ricadute positive anche sull'occupazione, visto che a Pasta Zara i dipendenti sono ormai quasi 400. Sviluppo, appunto. Negli stabilimenti, ma anche nei prodotti, con una ricerca costante della perfezione, inseguita e raggiunta passo dopo passo lungo la filiera.

Per arrivare a proporre al consumatore prodotti estremamente competitivi nel rapporto qualità-prezzo. Per arrivare a tanto, Pasta Zara opera una rigorosa selezione della materia prima, cioè la semola di grano duro, e propone ciclicamente nuove e interessanti varietà. Siccome anche l'occhio vuole la sua parte, il packaging ha un ruolo centrale in questo processo. Così il 2012 segnerà per Pasta Zara una grande novità sugli scaffali dei punti vendita: il restyling delle confezioni di diverse varietà. Confezioni che diventano sempre più informative (con tutte le caratteristiche tecniche e di tracciabilità del contenuto), nonché incisive e accattivanti dal punto di vista grafico. L'emblema di questi concetti è racchiuso nella nuova linea classica di Pasta Zara, la più conosciuta, un vero e proprio cavallo di battaglia. All'interno del pacco, una pasta ancora più selezionata, all'esterno un'approfondita visibilità del contenuto e una grafica che colpisce l'occhio con il colore rosso tipico del marchio. Sviluppo, appunto...

- G. B. -



PH: PASTA ZARA