

Da San Zeno a New York

La Avesani di Bussolengo si sta imponendo
come produttore alimentare emergente
nel settore della pasta fresca

Il marchio Avesani è sempre più conosciuto e si avvia ad essere una stella di prima grandezza nel panorama dell'industria alimentare veronese. Le radici di questa azienda, tuttavia, risalgono ad un negozietto di San Zeno, dove le donne tiravano la pasta e confezionavano i tortellini a mano. Forse è proprio questo DNA legato alla semplicità e alla tradizione di qualità il segreto del successo del Pastificio Avesani.

Ne parliamo con i due fratelli Avesani, i titolari che hanno costruito l'azienda.

Volete raccontarci la storia di Avesani?

L'azienda nacque nel 1951, fondata da papà Ugo e da mamma Iole, due artigiani completamente dedicati al lavoro, per i quali non esistevano orari. Mio padre era l'affarista, il commerciante, mentre mia ma-

dre, di carattere preciso, seguiva con attenzione la contabilità. Era una bella coppia che lavorava con dedizione e che ci ha sicuramente trasferito la passione per questo lavoro.

A quei tempi si impastava a mano nella sede di San Procolo, a San Zeno. Ecco perché abbiamo voluto sponsorizzare il Carnevale: perché siamo nati lì e ci sentiamo un po' sanzenati.

Come si è sviluppata?

A dodici anni abbiamo iniziato ad aiutare i genitori e

abbiamo continuato a farlo fino ai ventidue, ventitre anni. Poi, quando papà si è ritirato, abbiamo tentato il salto cogliendo l'opportunità di entrare in una nuova realtà, rilevando uno stabilimento che era andato in fallimento, ma che, per struttura, era già all'avanguardia.

Eravamo nel Settanta, e la nuova sede era





che c'era nel piccolo laboratorio venne portata anche nell'azienda, pagandone le conseguenze. Abbiamo sofferto, pagando lo scotto della nostra mancanza di esperienza. Siamo andati avanti a tentativi, sbagliando, ma poi riprovando, finché non siamo arrivati a trovare i giusti binari.

Quando avete che sentito eravate usciti dal periodo difficile?

Quando siamo riusciti a lavorare per un'azienda leader dell'epoca, com'era la Paf, che ci ha trasferito delle importanti commesse. All'epoca lavoravamo per terzi e non eravamo perciò a contatto con la grande distribuzione: il nostro nome non compariva mai. La Paf era una realtà tecnologicamente all'avanguardia e noi abbiamo iniziato a produrre in esclusiva per loro. Questa azienda ci ha aiutati nel perfezionamento della produzione, ma alla fine abbiamo

in zona industriale a La Rizza. È stato il primo trasferimento. Dal primo piccolo laboratorio a conduzione familiare a San Zeno, vicino alla piazza, ci siamo spostati a La Rizza con sette operai.

È stato un bel salto...

Sì, un salto che abbiamo pagato, perché venendo da una realtà piccola, non avevamo l'esperienza necessaria. Venivamo da una realtà dove c'era il contatto diretto con la massaia, dove le nostre collaboratrici chiudevano a mano i tortellini. Siamo arrivati ad avere anche una fila di trenta donne intente alla preparazione. Era un'avventura, c'era chi litigava, chi piangeva, otto, dieci ore lì a fare lo stesso lavoro. L'approssimazione

deciso di tentare l'avventura di produrre col nostro marchio.

Come è avvenuto il grande exploit?

Lavorando per la Paf conoscevamo bene Remigio Marchesini che, per noi, rappresentava l'immagine dell'azienda per cui lavoravamo e per il quale avevamo grande stima e rispetto. Quando è andato in pensione gli abbiamo chiesto di unirsi a noi per dare un forte impulso all'azienda e lui ha accettato con grande entusiasmo.

Grazie al suo apporto abbiamo costruito un pastificio che punta molto sulla qualità dei propri prodotti, come viene riconosciuto da tanti esperti, come Giorgio Gioco e altri, ma anche dalle massaie che fanno trenta chilo-

metri per comprare i prodotti al nostro spaccio.

Tra le varie scelte operative c'è stata quella di non abbassare mai la qualità. I risultati parlano chiaro: siamo passati dai due miliardi e mezzo di fatturato del 1996 agli attuali dodici milioni di euro.

Che cosa significa lavorare sulla qualità?

Innanzitutto bisogna partire da materie di primissima qualità. Questa è la nostra filosofia. La concorrenza sul primo prezzo è esagerata, non fa per noi. Il nostro è un prezzo ragionevole con una qualità ottima. Un altro punto importante quando si parla di qualità riguarda la sicurezza della lavorazione. Noi siamo certificati per vendere in tutta Europa e in America, dove le strutture di controllo sono particolarmente attente e severe.

Parliamo di ricette...

Il gusto classico va sempre per la maggiore. La maggior parte della nostra produzione va alla carne, al prosciutto crudo, a ricotta e spinaci, mentre il restante raggruppa gli altri prodotti. Il segreto del successo di una ricetta, a volte, è il fatto di essere locale. Nello studio di una ricetta si deve creare qualcosa che possa andar bene un po' per tutti per conquistare il maggior numero di persone. Al Sud, per esempio, la pasta piace molto spesso, qui da noi si arriva a produrre i sot-



tilissimi. Dobbiamo inoltre realizzare un prodotto la cui qualità sia omogenea dal primo al sessantesimo giorno di vita. Non usiamo conservanti, solo il trattamento termico, con il quale si stabilizza il prodotto all'interno.

Come viene accolto il marchio Avesani all'estero?

Il nostro prodotto è in generale apprezzato, ma certi paesi esteri non capiscono la qualità. In Germania, per esempio, non sono abituati a mangiare i tortellini, per cui faticano ad

apprezzare il prodotto di qualità. In Spagna, invece, sono buoni consumatori. In Inghilterra vogliono i peperoni nel ripieno, o aglio e cipolla, sapori forti. Sono altre culture. Noi cerchiamo di capire i gusti e di creare ricette su misura. In America è molto richiesta la nostra linea biologica che richiede una certificazione a parte, molto più rigida rispetto a quella europea.

Quali azioni di marketing avete previsto per l'azienda?

Abbiamo puntato molto sulla sponsorizzazione sportiva. L'Avesani Bike ci dà grandi soddisfazioni: è una squadra di settanta elementi di ottimo livello. Abbiamo anche una squadra di pallavolo a Mozzecane, un gruppo di podismo e di atletica. A tutti diamo i nostri prodotti: è un messaggio forse più diretto della pubblicità stessa. Sponsorizziamo anche la Maratonina del Garda, la Straver-



na e la Montefortiana, durante la quale in un solo giorno vengono preparati e mangiati sedici quintali di tortellini: una operazione da Guinness che coinvolge 80 cuochi!

Che progetti avete per il futuro?

Le prospettive sono buone, siamo ottimisti. Abbiamo iniziato con questo stabilimento facendo due capannoni, pensando che uno sarebbe stato sufficiente per molto tempo. Invece dopo due anni abbiamo iniziato a usare anche il secondo. Ora abbiamo acquisito un altro terreno per un ampliamento.

Il nostro sogno sarebbe arrivare a vedere i nostri figli proseguire con lo stesso entusiasmo che abbiamo noi. Questa sarebbe la soddisfazione più grande.

Scambiamo due parole con Remigio Marchesini, responsabile marketing che, con il suo apporto, ha contribuito in modo determinante all'exploit della ditta.

Quando è partita la sua avventura in Avesani?

Nell'aprile del '95 sono uscito dalla Paf e mi sono messo a fare consulenza nella panificazione a Modena, in un'azienda leader del settore della piadina e delle tigelle. Nel '96 i fratelli Avesani mi hanno chiesto di collaborare e, nell'aprile dell'anno successivo, ho iniziato la mia avventura qui. Conoscevo già l'azienda, e sapevo che aveva le potenzialità per produrre prodotti di qualità.

Da pensionato si è lanciato in questa nuova avventura; come la vive?

La vivo bene, anche perché non sono un uomo da bar. Nelle aziende, secondo me, bisogna rispettare i ruoli, essere un po' duri. Sono soddisfattissimo dell'esperienza. Pensi che quando sono uscito da Paf soffrivo di ipertensione, e ora mi è passata. Il lavoro mi piace, non mi pesa. Il lavoro, specialmente

quello che faccio io, regala la grande soddisfazione di ottenere dei risultati. Se ottenere un cliente nuovo dà la stessa soddisfazione di aprire una bottiglia di champagne, allora va bene. Se invece ci si ritrova a lamentarsi del fatto che il cliente è stressante, significa che non si è più soddisfatti del proprio lavoro.

In questi dieci anni cos'è accaduto?

È nata questa struttura, grazie anche alla fiducia della Fineco nei confronti delle persone. Ci siamo allargati, fatturiamo intorno ai dodici milioni di euro e ci stiamo ulteriormente espandendo; stiamo andando in tutta Europa e in America. Grazie ai fratelli Avesani e alle loro qualità ci stiamo ingrandendo; uno è l'uomo delle ricette, il gourmet, il mago della pasta, mentre suo fratello è il tecnico, per cui molte macchine di alta tecnologia vengono prodotte qui.

Per quel che mi riguarda, finché il lavoro non mi pesa, andrò avanti, quando mi peserà, smetterò.



Azienda

via Vassanelli Pietro, 19/A
Bussolengo
Tel. 045 6717737 - Fax 045 6717745
mail: info@avesani.com
sito web: www.avesani.com