

## Un style sans pareil, qui distingue également le nouveau siège de la firme

### Interview du président Marco Pellini

Marco Pellini, président du Groupe depuis neuf ans, aime très peu parler de lui-même. Manager discret, il n'accorde que rarement des interviews mais quand il décide de le faire, c'est avec enthousiasme et sans être avare d'informations.

Cinquante ans, une maîtrise en économie et commerce, un mariage heureux (il aime à le faire savoir), deux enfants et une grosse entreprise lui venant de sa famille : Pellini Caffè Spa, avec un compte de résultat qui dépasse 68 millions d'euros.

**Présente dans trente pays, occupant tous les marchés (intérieur et extra-domestique), la marque de café bien connue, originaire de Vérone, avec le petit grain de la qualité (symboliquement mis en évidence par le grain de beauté de la campagne publicitaire), a connu, au cours des dix dernières années, un accroissement de son chiffre d'affaires de plus de 83%.**

Une société par actions qui a crû rapidement (après la constitution du Consortium Sao Cafè, les acquisitions furent nombreuses à commencer par Mokaceleste, Moka Adi, Caffè Roberta pour finir avec l'acquisition, en 2004, de la marque Café Guarany et, en janvier, de Caffè Incas de Padoue) et de manière exemplaire, tant il est vrai qu'en 2004 **l'agence Dun & Bradstreet lui a assigné le Rating 1**, c'est-à-dire le meilleur indice pour l'évaluation de la situation financière et des performances économiques.

Une prime à la qualité qui découle de la fiabilité élevée de la société dans tous les domaines, dont Marco Pellini et tout son management ne peuvent qu'être fiers. Un indicateur reconnu par toute la Communauté économique (il n'y a que trente entreprises au total à l'avoir obtenu), le signe distinctif d'une manière de travailler très spéciale. Et, **pour Marco Pellini, c'est vraiment une question de style. Style dans la production, style dans la gestion de la distribution, style dans la gestion financière, style dans la communication.** Le plus possible sans égal.

En somme, Pellini et son équipe n'aiment pas trop la standardisation, ils ne misent pas sur des chiffres gigantesques et sans nuance, même si, **au sein du classement des plus importantes entreprises de torréfaction en Italie, la spa de Vérone se situe quand même à la cinquième place**, ils prennent leurs distances par rapport à l'idée du café national-populaire mais, avec le brand de prestige Pellini TOP, comptent promouvoir la culture du café comme cela a été fait jusqu'à présent avec le vin.

Alors que la mission de l'entreprise est : faire de chaque moment de pause quelque chose de spécial pour tous les consommateurs pour qui le café est un rite à respecter et non pas une habitude alimentaire automatique, en amplifiant ainsi leur sensation de bien-être.

Il va de soi que les investissements en *recherche et développement* représentent une poste considérable du rapport annuel de l'entreprise, de même que revêt une importance considérable le poste spécifique *sélection des matières premières à l'origine*, opération effectuée par un personnel extrêmement spécialisé.

Éléments fondamentaux : le monitoring constant de la stratégie adoptée, par le biais du *Balanced Scorecard* (Tableau de bord de performance), l'organisation de l'entreprise par processus selon les règles de l'Activity Base Management de même que la gestion et le développement des ressources humaines.

Mais la grande nouveauté, qui récompense les stratégies et les ressources jetées dans la bataille, est représentée par le nouveau siège, inauguré le 23 septembre dernier. Dix mille mètres carrés, formés d'installations de production et d'une zone directionnelle déjà préparés en vue d'un redoublement.

Un grand pôle industriel qui regroupe toutes les unités territoriales et les marques de l'entreprise (Pellini Top, Pellini Bio, Caffè Roberta, Guarany, Incas, Sao Caffè, Crema Caffè, Uik Decaffeinato) et le secteur des épices avec Eda et Eda Bio.

Un joyau d'esthétique et de haute technologie qui saute aux yeux lorsque l'on parcourt l'autoroute Vérone – Brennero, signé par l'ingénieur véronais Francesco Barbi du Cabinet Barbi Arca Progetti.

**Qui, en passant à côté du chantier au cours des dernier mois de réalisation, n'a pas jeté un regard curieux, en y décelant aussitôt quelque chose d'inédit?**

**Du reste, il faut bien dire que technologie et séduction esthétique ne représentent pas un binôme tellement fréquent dans le monde de l'architecture industrielle ...**

*"Ceci est notre quatrième siège, et nous souhaitons qu'il soit vraiment attrayant, absolument en harmonie avec notre philosophie en matière de produit : de haute qualité, particulièrement avancé, fonctionnel et évocateur. Au cours des dix dernières années, nous avons beaucoup mûris, en choisissant de grandir culturellement. Nous nous orientons déjà dans une telle direction à l'époque de la naissance du Consortium Sao Caffè, mais nous avons voulu éviter toute banalisation du produit de pointe, en nous concentrant sur un savoir-faire sélectionné, en recherchant minutieusement les matières premières les plus appropriées, en étudiant des systèmes de production et de gestion ayant pour but un rendement optimal. Nous avons donc changé et le moment est également venu de changer de domicile, de nous rendre dans un lieu qui soit plus conforme à nos exigences. Nous aimons planifier l'avenir et nous voulions concevoir une installation de production qui contienne déjà les prochaines étapes des activités visant à obtenir d'autres améliorations et d'autres expansions. Pour ce faire, nous nous sommes mesurés avec les autres. J'estime qu'il ne faut jamais rien retenir comme étant acquis et qu'il est important de se mesurer avec d'autres réalités.*

*Personnellement, j'ai pas mal voyagé, en Italie et à l'étranger, en étudiant surtout les usines d'autres secteurs, le nôtre étant, il faut bien le dire, plutôt conservateur. Et j'en ai tiré des idées importantes, surtout du point de vue de la logistique. L'ingénieur Francesco Barbi, aidé de son fils, l'ingénieur Stefano, a vraiment réalisé ce que nous voulions : l'image d'une entreprise dynamique, porteuse de signes distinctifs, à l'enseigne du design raffiné".*

**La nouvelle usine de Bussolengo est un des rares établissements en Europe qui utilise un système logiciel de synchronisation en réseau des installations à travers une multi-supervision M.ES (Manufacturing Enterprise System).**

*Oui, nous faisons partie d'une petite avant-garde dans ce domaine et, par conséquent, nous nous sommes appuyés sur de grandes consultations professionnelles, en investissant sur un savoir-faire de pointe pour réaliser ce logiciel dénommé M.E.S.*

**Est-ce que vous avez acheté de nouveaux outillages ?**

*Toute l'installation est absolument neuve, sauf une conditionneuse, qui vient de l'usine de Vérone. Avec le nouveau pôle, la capacité de production augmente de 30% à l'heure.*

# Pellini

**il pallino del caffè**

*La zone de stockage est constituée d'un système à ruche progressivement agrandissable. Les cellules contiennent actuellement 400 mille kilos de café cru. Tandis qu'il y a 150 mille kilos de café conditionnés quotidiennement, sur trois roulements de travail. Les membres du personnel sont au nombre de 120, nos agents sont plus de 100, rigoureusement sélectionnés.*

## **En fin de compte, combien a coûté le nouveau siège ?**

*Dans l'ensemble, environ 25 millions d'euros. Tout ceci afin de pouvoir garantir le maximum en matière de sauvegarde des standards hygiénique-environnementaux et pour créer un milieu ambiant plus confortable, pour mieux faire travailler le personnel et ajouter d'autres atouts au produit.*

**Marco Pellini est un amateur d'art, et il a une prédilection spéciale pour les peintres impressionnistes tandis que c'est au filon de l'esthétique critique, s'inspirant d'Umberto Écho, qu'il emprunte l'idée de l'interprétation subjective, de l'œuvre ouverte, qu'il applique à sa propre philosophie de commercialisation.**

*Chaque entreprise affronte le marché selon une vision qui lui est personnelle, un code de lecture unique n'existe pas. Il est naturel de voir les choses de manière différente, d'affirmer sa propre subjectivité. Ceci permet de faire mûrir une personnalité d'un certain type et, au cours de ces dix dernières années, nous avons travaillé pour quelle puisse être unique. Nous n'avons pas voulu devenir une entreprise agressive mais nous avons plutôt voulu nous différencier de la vision commune du café vécu comme commodity. Aujourd'hui, nous avons un interlocuteur adéquat, prêt à nous écouter et à nous suivre sur la voie de la qualité supérieure. Nous nous adressons à un consommateur attentif, conscient, auquel nous pouvons transférer tous les renseignements utiles concernant le produit sélectionné.*

**À propos de qualité supérieure, est-ce que Pellini Caffè est la seule entreprise en Italie à pouvoir se vanter de posséder le Panel Test ?**

*C'est une des rares dans tous les cas. Par le biais d'une sélection attentive du personnel, nous avons constitué une équipe de vingt juges qualifiés qui, chaque mois, examinent nos produits et ceux de la concurrence. Pour entretenir leur "flair", nous les soumettons aussi à des vérifications organoleptiques d'autres produits. Nous nous fions beaucoup à leur jugement, à un point tel qu'ils ont le dernier mot même sur des formules approuvées par nos techniciens eux-mêmes.*

**Tandis que, que pour le rite domestique, chacun achète le café qu'il préfère, au bar et au restaurant, nous n'avons pas très souvent la possibilité de choisir. L'un des défis de la marque Pellini semble celui de mettre au point une politique du café AOC dans le monde de l'Ho.re.ca. également, en diffusant de l'information et de la formation à l'intention des réseaux de distribution.**

*Oui, et dans notre projet s'insère également la stratégie d'élargissement du canal de distribution, en cela, les nouvelles acquisitions elles-mêmes nous aident. Actuellement, le Groupe Pellini voit 50 pour-cent de son chiffre d'affaires engendré par le commerce organisé, 40 pour-cent concerne le secteur de l'Ho.re.ca et le reste l'étranger. Mais nous avons formé le management pour qu'il soit en mesure d'affronter un réseau de distribution complexe, avec des figures spécialisées pour chaque filière. En somme, les personnes qu'il faut au poste qu'il faut.*

**PELLINI CAFFÈ S.p.A.**

VIA 1° MAGGIO 8 - 37012 BUSSOLENGO (VR) - ITALIA - TEL +39 - 0456763311 - FAX +39 - 0456763411  
CAP. S.O.C. € 11.000.000 INT. VERS. - REG. IMPR. I.C.F. / P. IVA IT.00233600232 - R.E.A. 9351

UNI EN ISO 9001:2000  
UNI 10939:2001



SISTEMI DI GESTIONE  
CERTIFICATI

# Pellini

il pallino del caffè

## Dans le nouveau Pellini Caffè, on fait donc école?

*Dans le nouveau siège ont été préparées des salles spécifiques pour la formation. Il s'agit de donner des informations sur les caractéristiques de l'entreprise, sur les particularités de ses produits mais aussi sur les modalités de préparation du café. Nous fournissons les machines à café et les tasses appropriées, que nous estimons importantes pour la préparation de nos produits mais nous demandons aux barmans une certaine adresse manuelle. Cet ensemble de facteurs garantit le café le meilleur. En même temps, nous garantissons la traçabilité du produit et une sélection soigneuse des matières premières.*

*Nous avons justement obtenu tout dernièrement la consécration représentée par l'importante certification UNI 10939 - 2001. Pellini est un e des premières entreprises en Italie à avoir obtenu ce type de certification internationale. Il s'agit d'un système de traçabilité de la filière agroalimentaire qui n'est pas légalement obligatoire pour les entreprises mais que nous estimons très importante pour augmenter la protection offerte au consommateur. Cette certification permet en effet de témoigner, étape par étape, de l'histoire du produit, en partant de ses origines jusqu'au point de vente, en garantissant, à travers un système spécifique de règles et de contrôles, la qualité du processus de production dans son ensemble.*

## Mais les tasses, quel rôle jouent-elles vraiment et comment doivent-elles donc être?

*Un rôle très important, comme celui des verres dans le monde du vin. Les tasses doivent présenter une certaine consistance afin de maintenir la température et les fragrances de la manière la plus correcte. Contrairement à ce que l'on croit dans les endroits les plus chics, une tasse au bord épais permet souvent de mieux transmettre l'arôme du café. En conséquence, nous invitons les barmans à utiliser des tasses qui présentent une forme cohérente, un peu en forme d'œuf pour être plus clair, une forme qui se rétrécisse vers le haut pour "emprisonner" tous les arômes du café.*

## Beaucoup misent sur le caractère économique, vous, avec un produit supérieur, faites très attention de maintenir un bon rapport qualité-prix.

*Ceci se fait à travers un monitoring constant du positionnement des prix des produits présents sur le marché.*

## Informez les partenaires commerciaux mais aussi le consommateur, de manière visionnaire, suggestive, raffinée. Toute votre campagne publicitaire mise sur le bien-être, évoque un sentiment agréable de sérénité. Une campagne visible partout, le long des routes, sur de nombreux magazines, à la télévision

*Le visual choisi, la femme au regard lumineux avec un grain de beauté en forme de grain de café et, dans le fond, une baie couleur mélange arabica, est une image multisensorielle et rassurante, qui évoque le plaisir et la confiance. Pellini Caffè a fait de cette recherche de la qualité une véritable « idée fixe » tant il est vrai que la " petite boule " (synonyme d'idée fixe en italien) est justement devenue un séduisant grain de beauté sur le visage d'une femme.*

*La campagne évoque, en plus du savoir-faire artisanal, hérité des fondateurs de l'entreprise, l'exclusivité des recettes Pellini et la qualité représentée par les contrôles et les certifications de la part d'Organismes agréés particuliers.*

*Nous avons en effet été parmi les premières entreprises à recevoir la certification du Système de Qualité UNI EN ISO 9002, enfin, le contrôle de l'institut Méditerranée de Certification pour la production et*

**PELLINI CAFFÈ S.p.A.**

VIA 1° MAGGIO 8 - 37012 BUSSOLENGO (VR) - ITALIA - TEL +39 - 0456763311 - FAX +39 - 0456763411  
CAP. S.O.C. € 11.000.000 INT. VERS. - REG. IMPR. / C.F. / P. IVA IT.0023360232 - R.E.A. 9551

UNI EN ISO 9001:2000  
UNI 10939:2001



SISTEMI DI GESTIONE  
CERTIFICATI

# Pellini

**il pallino del caffè**

*l'importation de produits de l' agriculture biologique et, en 2003, l'extension à la certification UNI EN ISO 9001:2000 pour le Système de Gestion de la Qualité. Mais nous voulons encore nous améliorer : comme en témoigne le choix de la traçabilité volontaire certifiée et la récente certification " Kasher", qui garantit la conformité des produits Pellini par rapport aux normes alimentaires hébraïques particulières.*

**PELLINI CAFFÈ S.p.A .**

VIA 1° MAGGIO 8 - 37012 BUSSOLENGO (VR) - ITALIA - TEL +39 - 0456763311 - FAX + 39 - 0456763411  
CAP. S.O.C. € 11.000.000 INT. VERS. - REG. IMPR. / C.F. / P. IVA IT.0023360232 - R.E.A. 9551

UNI EN ISO 9001:2000  
UNI 10939:2001



SISTEMI DI GESTIONE  
CERTIFICATI