

Uno stile inconfondibile, anche per la nuova sede

Intervista al presidente Marco Pellini

Marco Pellini, presidente da nove anni del Gruppo Pellini ama poco parlare di sé. Imprenditore schivo, raramente rilascia interviste ma quando decide di farlo, lo fa con entusiasmo e senza risparmio di informazioni.

Cinquant'anni, una laurea in economia e commercio, un matrimonio felice (tiene a ribadirlo), due figli, e una importante azienda di famiglia: la Pellini Caffè Spa con un rendiconto economico che supera i 60 milioni di euro.

Presente in trenta Paesi, diffuso su tutti i mercati (domestico e extradomestico) il noto marchio di caffè scaligero con il pallino della qualità (simbolicamente evidenziato dal seducente neo della campagna pubblicitaria) negli ultimi dieci anni ha registrato un incremento di fatturato dell'oltre 83%.

Una Spa che è cresciuta rapidamente (dopo la costituzione del Consorzio Sao Cafè, numerose le acquisizioni a partire da Mokaceleste, Moka Adi, Caffè Roberta fino all'acquisto nel 2004 del marchio Caffè Guarany e, in gennaio, della Caffè Incas di Padova) e in maniera esemplare, tant'è che nel 2004 l'**Agenzia Dun & Braedstreet le ha assegnato il Rating 1**, ovvero il miglior indice per la valutazione della situazione finanziaria e per le performance economiche.

Un premio qualità che determina l'elevata affidabilità a 360 gradi, di cui Marco Pellini e tutto il suo management non possono che andare fieri. Un indicatore riconosciuto da tutta la Comunità economica (sono trenta in totale le aziende ad averlo ottenuto), il segno distintivo di un particolare modo di lavorare. **E per Marco Pellini è proprio questione di stile. Stile nella produzione, stile nella gestione distributiva, stile nella conduzione finanziaria, stile nella comunicazione.** Il più possibile inconfondibile.

Pellini e il suo staff insomma non amano la standardizzazione, non puntano sui grandi e indifferenziati numeri (anche se **nella classifica delle più importanti aziende di torrefazione in Italia la spa scaligera si posiziona pur sempre al quinto posto**), prendono le distanze dall'idea di caffè nazionalpopolare ma con il brand di prestigio Pellini TOP contano di promuovere la cultura del caffè come finora è stato fatto con il vino.

Mentre la mission aziendale è: rendere particolare ogni momento di pausa a quei consumatori per i quali il caffè è un rito da rispettare e non un'automatica abitudine alimentare, amplificare così la loro sensazione di benessere.

Va da sé che gli investimenti in *ricerca e sviluppo* rappresentano una voce cospicua dell'annual report aziendale, come un grande peso ha la voce specifica *selezione materie prime all'origine*, operazione effettuata da addetti ai lavori ultra specializzati.

Elementi fondamentali: il costante monitoraggio della strategia adottata attraverso l'implementazione della Balanced Scorecard (scheda bilanciata), l'organizzazione aziendale per processi secondo i dettami dell'Activity Base Management nonché la gestione e lo sviluppo delle risorse umane.

UNI EN ISO 9001:2000
UNI 10939:2001



SISTEMI DI GESTIONE
CERTIFICATI

PELLINI CAFFÈ S.p.A.

VIA 1° MAGGIO 8 - 37012 BUSSOLENGO (VR) - ITALIA - TEL +39 - 0456763311 - FAX +39 - 0456763411
CAP. SOC. € 11.000.000 INT. VERS. - REG. IMPR. / C.F. / P. IVA IT.00233660232 - R.E.A. 9551

Ma la grande novità, a coronamento delle strategie e delle risorse messe in campo, è rappresentata dalla nuova sede inaugurata il 23 settembre scorso. Diecimila metri quadrati tra impianti produttivi e area direzionale già predisposti per il raddoppio.

Un grande polo industriale che raggruppa tutte le unità territoriali e i marchi dell'azienda (Pellini Top, Pellini Bio, Caffè Roberta, Guarany, Incas, Sao Caffè, la Crema Caffè, Uik Decaffeinato e il settore delle spezie con Eda e Eda Bio).

Un gioiello di estetica e di alta tecnologia che salta all'occhio percorrendo la Verona-Brennero, firmato dall'ingegnere veronese Francesco Barbi dello Studio Barbi Arca Progetti.

La nuova sede, chi, passandole accanto in questi mesi di realizzazione, non le ha posato sopra lo sguardo incuriosito, cogliendo in essa qualcosa di inedito?

Del resto, tecnologia e suggestioni estetiche non rappresentano un binomio poi tanto comune nel mondo dell'architettura industriale, non le sembra?

Questa è la nostra quarta sede, e la volevamo veramente attraente, assolutamente coerente alla nostra filosofia di prodotto: di alta qualità, particolarmente evoluta, funzionale e suggestiva.

Negli ultimi dieci anni siamo maturati molto, scegliendo di crescere culturalmente. Eravamo già orientati in tal senso all'epoca della nascita del Consorzio Sao Caffè, ma abbiamo voluto evitare qualsiasi banalizzazione del prodotto di punta, concentrandoci su un selezionato know-how, ricercando minuziosamente le materie prime più adeguate, studiando i sistemi di produzione e di gestione finalizzati al miglior rendimento. Siamo quindi cambiati ed è giunto il momento anche di cambiare casa, di trasferirci in un luogo più consono alle nostre esigenze.

Ci piace progettare il futuro e volevamo congegnare un insediamento produttivo che già contenesse i prossimi sviluppi dell'attività votata ad ulteriori miglioramenti ed espansioni. Per far ciò ci siamo confrontati con gli altri. Ritengo che non si debba mai dare per scontato nulla e che sia importante misurarsi con altre realtà.

Personalmente sono andato molto in giro, in Italia e all'estero, studiando soprattutto le aziende di altri settori, il nostro devo dire è alquanto tradizionalista. E ho tratto ispirazioni importanti, soprattutto dal punto di vista della logistica. L'ingegnere Francesco Barbi, coadiuvato dal figlio, ingegnere Stefano, ha realizzato proprio ciò che volevamo: il prospetto di un'azienda dinamica vestita di segni particolari, all'insegna del raffinato design”.

Il nuovo stabilimento di Bussolengo è tra i pochi in Europa ad utilizzare un sistema software di sincronizzazione in rete degli impianti attraverso una multi- supervisione M.E.S.(manufacturing enterprise system).

Si, siamo tra i pochi all'avanguardia in questo campo e per ciò ci siamo avvalsi di grandi consulenze professionali investendo su un forte know-how per realizzare questo software denominato M.E.S.

Avete acquistato macchinari nuovi?

Tutto l'impianto è assolutamente nuovo, tranne una confezionatrice che viene dallo stabilimento di Verona. Con il nuovo polo la capacità produttiva aumenta per ora del 30%.

La zona stoccaggio è costituita da un sistema ad alveare progressivamente ampliabile. Attualmente le celle contengono 400 mila chili di caffè crudo. Mentre sono 150 mila i chili di caffè confezionati quotidianamente su tre turni lavorativi. I dipendenti sono 120, i nostri agenti sono oltre 100, selezionatissimi.

A conti fatti quanto è costata la nuova sede?

Complessivamente circa 25 milioni di euro. Tutto ciò per dare il massimo in termini di salvaguardia degli standard igienico-ambientali e creare un ambiente più confortevole, per far lavorare meglio il personale e aggiungere ulteriori plus al prodotto.

Marco Pellini è un appassionato d'arte, e ha una particolare predilezione per i pittori impressionisti mentre dal filone della critica estetica che si rifà ad Umberto Eco, mutua il concetto dell'interpretazione soggettiva, dell'opera aperta, che applica alla propria filosofia di marketing.

Ogni azienda affronta il mercato secondo una visione personalistica, non esiste un unico codice di lettura. E' naturale vedere le cose in modo differente, ribadire la propria soggettività. Ciò consente di maturare una personalità di un certo tipo e noi negli ultimi dieci anni abbiamo lavorato affinché potesse essere inconfondibile. Non abbiamo voluto diventare un'azienda aggressiva ma abbiamo piuttosto voluto differenziarci dalla comune visione del caffè vissuto come commodity. Oggi abbiamo un interlocutore adeguato, pronto ad ascoltarci e a seguirci sul fronte della qualità superiore. Ci rivolgiamo ad un fruitore attento, consapevole al quale trasferire tutte le informazioni utili sul prodotto selezionato.

A proposito di qualità superiore, Pellini Caffè è l'unica azienda in Italia a sfoderare il Panel Test?

E' una delle poche. Attraverso un'accurata selezione del personale, abbiamo costituito un team di venti giudici qualificati che ogni mese esaminano i nostri prodotti e quelli della concorrenza. Per tenere allenato il loro "fiuto", li sottoponiamo a verifiche organolettiche anche di altri prodotti. Ci fidiamo molto del loro giudizio, al punto tale che hanno l'ultima parola anche su formule approvate dai nostri stessi tecnici.

Mentre per il rito domestico ciascuno acquista il caffè che preferisce, al bar e al ristorante molto spesso non abbiamo la possibilità di scegliere. Una delle sfide del marchio Pellini sembra quella di impostare una politica del caffè doc anche nel mondo dell'Ho.re.ca., facendo informazione e formazione nei confronti del canale distributivo.

Si, e nel progetto s'inserisce anche la strategia di allargamento del canale distributivo, in questo ci aiutano le stesse nuove acquisizioni. Attualmente il Gruppo Pellini vede il 50 per cento del proprio fatturato generato dal commercio organizzato, il 40 per cento riguarda il settore dell'Ho.re.ca e il rimanente l'estero. Ma abbiamo addestrato il management affinché sia in grado di affrontare una rete distributiva complessa, con figure specializzate per ciascun canale. Insomma le persone giuste al posto giusto.

UNI EN ISO 9001:2000
UNI 10939:2001



SISTEMI DI GESTIONE
CERTIFICATI

PELLINI CAFFÈ S.p.A.

VIA 1° MAGGIO 8 - 37012 BUSSOLENGO (VR) - ITALIA - TEL +39 - 0456763311 - FAX +39 - 0456763411
CAP. SOC. € 11.000.000 INT. VERS. - REG. IMPR. / C.F. / P. IVA IT.00233660232 - R.E.A. 9551

Nella nuova Pellini Caffè dunque si fa scuola?

Nella nuova sede sono state adibite delle specifiche aule per la formazione. Si tratta di fare informazione sulle caratteristiche dell'azienda, sulle peculiarità dei suoi prodotti ma anche sulle modalità di preparazione del caffè. Noi forniamo le macchine da caffè e tazze adeguate che riteniamo siano importanti per la preparazione dei nostri prodotti ma richiediamo ai baristi una certa manualità. Tutto questo mix assicura il miglior caffè. Nel contempo garantiamo la rintracciabilità del prodotto e l'accurata selezione delle materie prime.

E' proprio di questi giorni il riconoscimento dell'importante certificazione UNI 10939 - 2001. Pellini è una delle prime realtà in Italia ad aver ottenuto questo tipo di certificazione internazionale. Si tratta di un sistema di rintracciabilità della filiera agroalimentare a cui le Aziende non sono obbligate per legge ma che noi riteniamo molto importante per l'ulteriore tutela del consumatore. Tale certificazione permette infatti di documentare passo dopo passo la storia del prodotto dalle sue origini al punto vendita, garantendo attraverso uno specifico sistema di regole e controlli la qualità dell'intero processo produttivo.

Ma le tazzine che ruolo giocano veramente e come devono essere?

Un ruolo assai importante, come quello dei bicchieri nel mondo del vino. Le tazzine devono avere una certa consistenza per mantenere la temperatura e le fragranze nella maniera più corretta. Diversamente da quanto si pensa nei luoghi più chic, una tazza dal bordo spesso aiuta meglio a trasferire l'aroma del caffè. Perciò noi invitiamo i baristi ad utilizzare le tazzine che abbiano una foggia coerente, un po' ad uovo per intenderci, una forma che si restringa verso l'alto per "imprigionare" tutti gli aromi del caffè.

Molti puntano sulla convenienza, voi con un prodotto superiore siete attenti al buon rapporto qualità prezzo.

Ciò avviene attraverso un monitoraggio costante del posizionamento di prezzo dei prodotti sul mercato.

Informare i partners commerciali ma anche il consumatore, in modo visionario, suggestivo, raffinato. Tutta la vostra campagna pubblicitaria induce al benessere, rimanda ad un piacevole senso di tranquillità. Una campagna visibile ovunque, lungo le strade, sui numerosi magazine, alla tv.

Il visual scelto, la donna dallo sguardo luminoso con il neo a forma di chicco di caffè e sullo sfondo una baia color miscela arabica, è un'immagine polisensoriale e rassicurante, che induce al piacere e alla fiducia. Pellini Caffè, dell'orientamento alla qualità ne ha fatto un vero e proprio "pallino", tant'è che il "pallino" è diventato appunto un seducente neo sul viso di una donna.

La campagna riassume, oltre alla sapienza artigianale, ereditata dai fondatori dell'Azienda, l'esclusività delle ricette Pellini e la qualità rappresentata dai controlli e certificazioni di speciali Enti preposti.

UNI EN ISO 9001:2000
UNI 10939:2001



SISTEMI DI GESTIONE
CERTIFICATI

PELLINI CAFFÈ S.p.A.

VIA 1° MAGGIO 8 - 37012 BUSSOLENGO (VR) - ITALIA - TEL +39 - 0456763311 - FAX +39 - 0456763411
CAP. SOC. € 11.000.000 INT. VERS. - REG. IMPR. / C.F. / P. IVA IT.00233660232 - R.E.A. 9551

Siamo stati infatti tra le prime aziende a ricevere la certificazione del Sistema di Qualità UNI EN ISO 9002, infine il controllo dell'Istituto Mediterraneo di Certificazione per la produzione ed importazione di prodotti da agricoltura biologica e, nel 2003, l'estensione alla certificazione UNI EN ISO 9001:2000 per il Sistema di Gestione della Qualità. Ma vogliamo ancora migliorarci: come testimonia la scelta della rintracciabilità volontaria certificata e della recente certificazione "Kosher", che garantisce la conformità dei prodotti Pellini con le particolari regole alimentari ebraiche.

Patrizia Adami

Responsabile Ufficio stampa
Clab Laboratorio di Comunicazione
via Roveggia 132, 37136 Verona
cell. 348/382.03.55
ufficio: 045/58.18.93
email: patrizia@clabcomunicazione.it
patriziaadami@tiscali.it

UNI EN ISO 9001:2000
UNI 10939:2001



SISTEMI DI GESTIONE
CERTIFICATI

PELLINI CAFFÈ S.p.A.

VIA 1° MAGGIO 8 - 37012 BUSSOLENGO (VR) - ITALIA - TEL +39 - 0456763311 - FAX +39 - 0456763411
CAP. SOC. € 11.000.000 INT. VERS. - REG. IMPR. / C.F. / P. IVA IT.00233660232 - R.E.A. 9551