

COSTA: UN'AZIENDA INCONFONDIBILE, COME IL SUO GORGONZOLA

Il Gorgonzola è senza ombra di dubbio uno dei formaggi italiani DOP più apprezzati nel mondo. Gusto, versatilità d'uso, capacità di esaltare i sapori con cui si lega, sono le caratteristiche che l'hanno incoronato il vero re dei formaggi blu, di gran lunga superiore a tutti gli altri erborinati.

In quegli anni si produceva solo il Gorgonzola a due paste, quello piccante. Il prodotto dolce e cremoso che oggi si è affermato sui mercati non era ancora nato, anche se in azienda si lavorava già al Dolcificato Costa, che pochi anni dopo venne premiato con la massima onorificenza alla Mostra casearia di Milano del 1924.



Tra i produttori odierni la ditta Costa si distingue non solo per la bontà del suo prodotto, ma anche per una fedeltà alla tradizione che le continue e necessarie innovazioni tecnologiche non hanno scalfito. Innovazione e profonda sapienza nell'arte casearia, creano ancora oggi un Gorgonzola dal sapore ineguagliabile.

L'azienda porta il nome del suo fondatore, Mario Costa, classe 1893, che subito dopo la prima Guerra mondiale diede inizio all'attività di trasformazione del latte in una cascina di Vinzaglio, nel novarese.

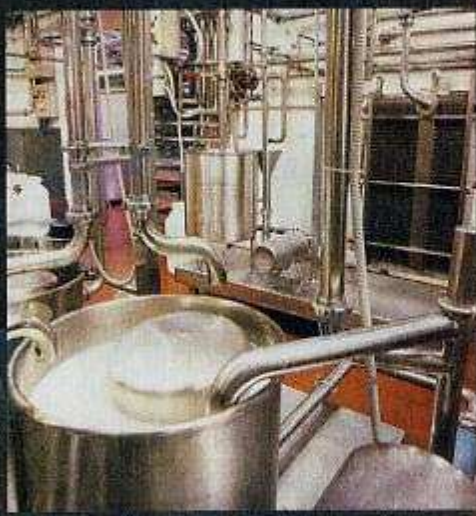
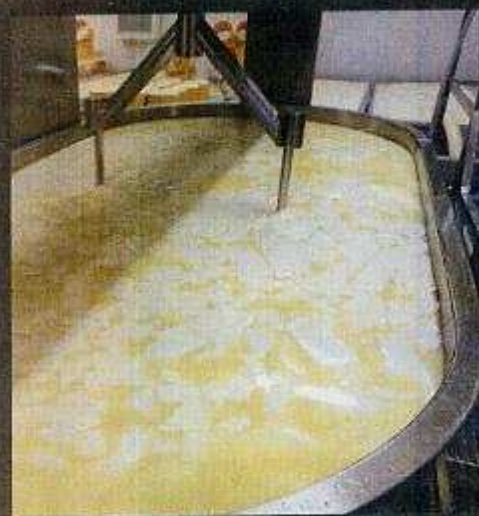
La domanda aumenta insieme all'apprezzamento. Costa lascia Vinzaglio per trasferirsi a Novara, dove costruisce il primo vero caseificio e dove ancora oggi l'azienda ha sede e produce l'eccellente Dolcificato Costa.

Dall'inizio degli anni '70 la guida dell'azienda è affidata al nipote del fondatore, Federico Fieppo Zop, che, pur giovanissimo, riesce a dare nuovo impulso alla produzione, che in pochi anni è triplicata ed in costante crescita. Fieppo vince la sfida di un mercato sempre più articolato, concretizzando un'azienda solida e moderna, all'altezza della sua tradizione, fatta di bontà e naturalità. Una tradizione che consente

di proiettarsi con vigore e innovative strategie verso un futuro dagli scenari sempre più ampi ed impegnativi. Oggi oltre il 40% della produzione è destinata all'export, con rapporti storici e preferenziali per il mercato svizzero. Costa si confronta via via con una realtà sempre più internazionale, si affaccia su nuovi mercati, instaura rapporti

Oggi, Federica e Davide Fileppo, pronipoti del fondatore presenti già in azienda con il padre da alcuni anni, rappresentano la quarta generazione di una tradizione che si rinnova in modo convinto.

A loro abbiamo posto alcune domande:



con la grande distribuzione. Una politica aziendale vivace che consente di crescere, senza dimenticare le proprie radici.

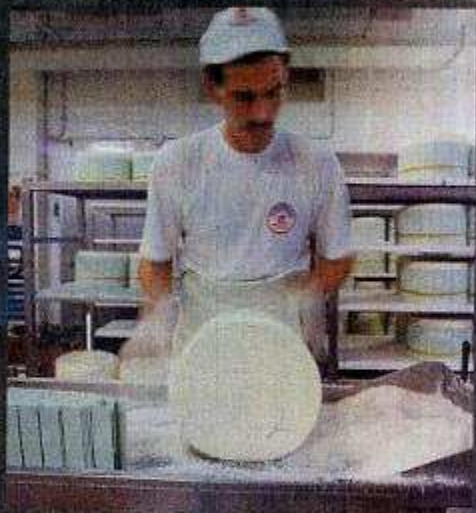
In Costa la qualità produttiva e lo scrupoloso rispetto delle norme igienico-sanitarie si attestano ai massimi livelli durante ogni fase della lavorazione: infatti da alcuni anni l'azienda ha ottenuto le due importanti certificazioni internazionali BRC ed IFS. L'applicazione di questi standard, riconosciuti dai principali retailer operanti su scala nazionale ed internazionale, rappresenta uno strumento di garanzia sull'affidabilità aziendale sotto ogni punto di vista.

Siamo alla quarta generazione Costa, con molti risultati raggiunti e nuovi obiettivi futuri. Quali sono i punti di forza di Costa e gli aspetti su cui intervenire per migliorare?

Costa è una piccola azienda e la costante ricerca della qualità è sempre stato il nostro punto di forza. Si cerca di lavorare per ottimizzare i costi, visto che oggi il fattore prezzo è diventato molto importante, ma tenendo sempre ben presente che la qualità dei nostri prodotti è di vitale importanza per l'azienda.



servizio che arriva dai consumatori, che ci porta a realizzare nuovi formati e nuovi sistemi di confezionamento, e dall'industria di seconda trasformazione che ha capito il valore delle nostre produzioni e comincia a valorizzare le proprie preparazioni con i nostri prodotti, che sono ingredienti di grande qualità.



Il mercato è sempre alla ricerca di prodotti innovativi. Come reagiscono le imprese del mondo delle DOP a questa domanda di novità? C'è spazio per coniugare tradizione e innovazione nei prodotti a denominazione protetta?

Nei prodotti DOP gli spazi per l'innovazione sono sempre ridotti. Questo non significa, però, che non ci sia modo di rinnovare. Si lavora per rendere più efficienti i sistemi di produzione e gli stabilimenti. Non va dimenticato che ci sono grandi possibilità nella domanda di

Il 19 Febbraio scorso, è prematuramente scomparso, Federico Fileppo Zop, vostro padre, che negli ultimi 40 anni ha saputo portare l'azienda agli importanti risultati che conosciamo...

Purtroppo il destino ci ha privato improvvisamente del suo affetto e della sua figura. Per noi non è stato solo un padre affettuoso, dotato di una umanità allegra e coinvolgente, ma anche riferimento insostituibile per la nostra realtà aziendale e per l'intero settore lattiero caseario. In questi anni di lavoro fianco a fianco, abbiamo scoperto

sante sue doti, professionali ed umane, che come figli potevamo solo immaginare. Innumerevoli persone di ogni estrazione hanno voluto dargli l'ultimo saluto, ringraziandolo per ciò che aveva fatto e che rappresentava. Quella di mio padre è stata una vita spesa nel modo più semplice, ma proprio per questo piena e felice, dedicata alla

Quali prospettive vi attendono per il futuro?

A causa delle forti tensioni del mercato degli ultimi anni è sicuramente complicato orientarsi, ma noi crediamo profondamente in quello che facciamo e nelle straordinarie qualità del nostro prodotto. Siamo convinti che se sapre-



famiglia, alla sua azienda ed al Gorgonzola più in generale. Consigliere tesoriere di Assolatte e Presidente del Consorzio di Tutela del Gorgonzola per 20 anni, è stato un industriale intelligente ed attento; che ha saputo trasformare l'azienda di famiglia in una delle più conosciute realtà produttive nel settore del Gorgonzola; dimostrando che non è necessario possedere una grande azienda per essere un imprenditore ascoltato e stimato; e che non è necessario alzare la voce per far sentire le proprie idee; quando le idee sono buone e sensate.

mo seguire le tracce e gli insegnamenti che ci ha lasciato nostro padre potremo arrivare lontano. E' per questo motivo che vogliamo continuare a gestire la nostra azienda per il suo nome e nel suo spirito, con entusiasmo, profonda correttezza, umanità, onestà ed etica professionale, senza cercare facili scorciatoie, ma con grande rispetto per i collaboratori e per i concorrenti, senza mai perdere l'ottimismo, il sorriso e la voglia di credere nei nostri progetti. E' uno stile che ci piace e che con gli anni è diventato quello dell'azienda. Grazie a lui.