

Federica Fileppo Zop Cresce l'export del gorgonzola Dop

Il gorgonzola Dop italiano è apprezzato anche oltre confine. In linea con il trend che vede crescere l'export dei prodotti alimentari made in Italy. Con Federica Fileppo Zop ripercorriamo le tappe di una storica azienda italiana di Eugenia Campo di Costa

Nell'anno appena concluso il made in Italy sulle tavole mondiali ha raggiunto il massimo storico di circa 30 miliardi nel valore delle esportazioni, per effetto di una crescita del 9 per cento. Questi sono i dati che emergono da un'analisi della Coldiretti sulla base degli andamenti registrati nel commercio estero agroalimentare dall'Istat nei primi nove mesi del 2011. Secondo il presidente della Coldiretti, Sergio Marini, le performance positive registrate sui mercati internazionali dal settore più rappresentativo dell'economia reale dimostrano che il Paese può tornare a crescere solo se investe nelle proprie risorse: i territori, l'identità, la cultura e il cibo. In particolare, l'agroalimentare è una leva competitiva formidabile per trainare il made in Italy nel mondo. In linea con la tendenza che ha visto quest'anno una crescita nelle esportazioni agroalimentari nei paesi dell'Unione Europea, ma anche negli Stati Uniti e nei mercati emergenti come quelli asiatici, è il percorso della storica azienda Mario Costa, specializzata nella produzione di Gorgonzola. «Oltre il 30% della nostra produzione è destinata ai paesi stranieri - afferma Federica Fileppo Zop, alla guida dell'azienda insieme al fratello Davide, dopo la scomparsa del padre, Federico Fileppo Zop -. In particolare i rapporti storici e preferenziali sono con le catene della vicina Svizzera».

Il Gorgonzola è senza ombra di dubbio uno dei for-



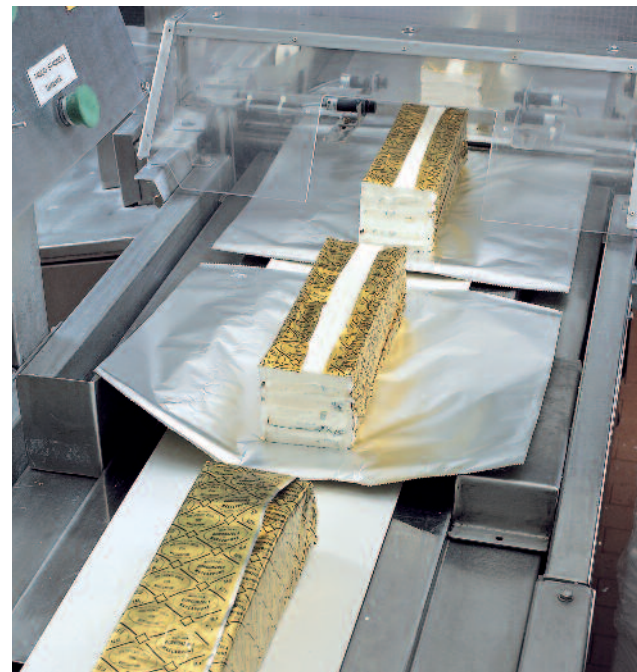
FEDERICA FILEPPO ZOP, AMMINISTRATORE
- CON IL FRATELLO DAVIDE - DELLA MARIO COSTA SPA
www.mariocosta.it



maggi italiani DOP più apprezzati nel mondo. Voi oggi vi distinguete tra i produttori di questa specialità, non solo per la qualità dei vostri formaggi ma anche per la fedeltà alla lavorazione tradizionale.

«Naturalmente le innovazioni tecnologiche sono necessarie e continue, ma nel nostro caso non hanno scalfito la fedeltà alla tradizione. Ogni giorno trasformiamo in gorgonzola centinaia di ettolitri di latte selezionato. Gli antichi riti sapienti si sono amalgamati ad una politica vivace e coinvolgente, che crede nella tradizione del passato con passione e genuinità. La qualità come scelta imprescindibile, il rispetto della buona tradizione lattiero-casearia italiana, integrate da un apparato produttivo costantemente aggiornato





IN QUESTE IMMAGINI, MOMENTI DI LAVORO ALL'INTERNO DELL'AZIENDA NOVARESE



sono alla base della nostra strategia imprenditoriale».

La vostra è un'azienda storica. Ripercorriamo brevemente le tappe che vi hanno portato ai successi odierni.

«L'azienda porta ancora il nome del suo fondatore, Mario Costa, che nel 1919 diede inizio all'attività di trasformazione del latte in una cascina di Vinzaglio, nel Novarese. 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 sarebbe stato premiato con la massima onorificenza alla Mostra casearia di Milano del 1924. Presto Costa lasciò Vinzaglio per trasferirsi in città, dove costruì il primo vero caseificio in quella che era periferia e che ora invece è il cuore di Novara, dove ancora oggi l'azienda ha sede e dove ancora produciamo l'eccellente Dolcificato Costa».

Quando l'azienda è passata a vostro padre e a voi?
«All'inizio degli anni '70. Federico Fileppo Zop, nostro padre, era nipote del fondatore e riuscì a dare nuovo impulso alla produzione, triplicandola in pochi anni. Vinse la sfida di un mercato sempre più articolato, concretizzando un'azienda solida, moderna ed evo-

luta, e sempre all'altezza della sua tradizione fatta di bontà e naturalità. Mio fratello e io, la quarta generazione, siamo entrati in azienda nel 1999, affiancando con successo nostro padre nella gestione di un'azienda solida, moderna ed evoluta che viveva già una realtà sempre più europea. Nel 2008, in seguito alla improvvisa scomparsa di papà, la guida dell'azienda è passata a noi, che continuiamo a seguire le tracce e gli insegnamenti lasciatici».

Quali sono oggi i punti di forza della Costa e quali gli aspetti su cui lavorare per migliorare ancora?

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

Già da alcuni anni, infatti, 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 e internazionale, rappresenta una sorta di minimo comune denominatore, uno strumento di garanzia riconosciuto circa l'affidabilità aziendale sotto tutti gli



IN COSTA LA QUALITÀ PRODUTTIVA E LO SCRUPOLOSO RISPETTO DELLE NORME IGIENICO-SANITARIE SI ATTESTANO AI MASSIMI LIVELLI DURANTE OGNI FASE DELLA LAVORAZIONE

aspetti. In Costa, in effetti, la qualità produttiva e lo scrupoloso rispetto delle norme igienico-sanitarie si attestano ai massimi livelli durante ogni fase della lavorazione: dalla pastorizzazione, alla trasformazione del latte, alla stagionatura, sino al confezionamento finale».

Il mercato è sempre alla ricerca di prodotti innovativi. Come possono reagire le imprese del mondo delle DOP a questa domanda di novità?

«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 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».

Quali prospettive vi attendono per il futuro in un momento storico di particolare difficoltà?

«A causa delle forti tensioni del mercato degli ultimi anni è sicuramente complicato orientarsi, ma noi crediamo fortemente in quello che facciamo e nelle straordinarie caratteristiche del nostro prodotto. Siamo convinti che se sapremo seguire le tracce e gli insegnamenti che ci ha lasciato nostro padre potremo arrivare lontano. È per questo motivo che vogliamo continuare a gestire la nostra azienda nel 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. È uno stile che ci piace e che con gli anni è diventato quello dell'azienda. Grazie a lui».