

L'AZIENDA IN VETRINA

Noberasco. Una leadership incontrastata da 100 anni.

Quattro generazioni di imprenditori accomunati da una forte maturità manageriale e una mentalità costantemente proiettata al futuro.



La terza e la quarta generazione Noberasco: Mattia, Gianbenedetto, Marina e Gabriele.

► Risale al 1908 l'iscrizione alla Camera di Commercio di Savona della "Ditta individuale Benedetto Noberasco" capostipite della famiglia che con duemila lire di capitale avvia un'impresa destinata alla raccolta, alla confezione e allo smistamento dei prodotti ortofrutticoli tipici della Piana di Albenga: pesche, albicocche, asparagi, pomodori e carciofi.

Il primo magazzino viene insediato vicino alla stazione ferroviaria di Albenga ma già mezzi di trasporto aerei erano in uso. Grazie alla collocazione i prodotti iniziano ad arrivare anche in città lontane prima a Genova, Torino, Milano, poi anche Venezia, Bologna, Firenze, ecc.

Ma far arrivare i prodotti sui mercati più lontani in buone condizioni era allora una difficoltà quasi insormontabile. Benedetto riuscì a superarla organizzando rudimentali trasporti frigoriferi e tardi, nel 1933, collaborerà ad allestire ad Albenga la prima stazione frigorifera mobile. Grazie a questa innovazione la fama dell'azienda varca i confini nazionali: frutta e ortaggi giungono in tutta Europa. I contatti con l'estero portano in breve tempo anche all'importazione. E importazione significa anche frutta secca, in primo luogo datteri e uva passa.

Al termine del primo conflitto mondiale Benedetto viene affiancato in azienda dal figlio Pier Luigi al quale si deve il decollo dell'organizzazione amministrativa, tecnica e commerciale della Noberasco, facendo diventare il magazzino di via Dei Mille, una vera e propria azienda. È nata così quella che oggi è considerata la più importante azienda italiana nel settore della frutta secca che, allo scadere dello scorso 2005, apre -proprio in Via dei Mille ad Albenga -il primo negozio di frutta secca in Italia. Novità assoluta per il mercato.

L'importanza del packaging

La grande intuizione del fondatore è cominciata dal packaging :la scatola di datteri, denominata marsigliese, usata per le prime partite acquistate a Marsiglia e spedite in Germania, sono il primo esempio di consumer pack, un classico della frutta secca confezionata, ancora oggi in catalogo.

Se il mercato ortofrutticolo dell'epoca vendeva quasi esclusivamente prodotto sfuso, i Noberasco scommettono sul confezionato, moltiplicando il valore aggiunto e soddisfacendo, per primi, le richieste della distribuzione moderna.

Negli anni '70, infatti, si assiste alla progressiva radicale trasformazione del commercio alimentare, con l'avvento e l'affermazione della Grande Distribuzione: l'azienda risponde alle nuove esigenze, facendo proprie le tecnologie più avanzate

Noberasco infatti è stata la prima azienda italiana a processare industrialmente le prugne, confezionandole poi in diversi tipi di imballi e facendo così concorrenza ai grandi packers californiani.

Evoluzione tecnologica e ricerca vivono in simbiosi e permettono di lanciare sul mercato prodotti totalmente nuovi e di incrementare i consumi della frutta essiccata. Nell'ultimo decennio del secolo, la Noberasco diventa così la realtà del settore più importante e di grande affidabilità per il trade. La dimostrazione è data dal fatto che le grandi aziende della distribuzione italiana affidano all'azienda ligure i loro progetti di private label nell'area della frutta secca.

Negli ultimi anni, infine, l'azienda si mette in luce in Italia ed all'estero con progetti altamente innovativi nel segmento della frutta secca morbida, biologica e tradizionale, e persegue anche il percorso di "progetti di diversificazione produttiva" nel settore dei condimenti per pasta e per insalate, dando così sempre nuovi stimoli e nuovi impulsi al mercato.

Innovazione industriale

Nel 2003 viene inaugurato il nuovo sito produttivo e logistico di VADO LIGURE su un'area di 15.000 metri quadrati coperti, dei quali circa 2000 frigoriferi. È il primo stabilimento al mondo in grado di produrre e confezionare frutta essiccata morbida senza conservanti, con un sistema totalmente innovativo di pastorizzazione capace di mantenere inalterate le proprietà organolettiche del frutto, garantendone tutte le caratteristiche e mantenendo la stessa shelf life del prodotto con conservanti.

Il processo è totalmente automatizzato e controllato in tempo reale con un sistema capace di registrare qualunque problematica. La produzione giornaliera può arrivare a 40 tonnellate di prodotto confezionato in diversi imballi, cannister da 250 e 500 grammi, doypack richiudibile da 200/250 grammi, buste piatte, astucci da 250 grammi. In una sezione separata viene anche confezionata la frutta secca.

Il nuovo stabilimento ha pertanto permesso alla Noberasco di proporsi con forza sui mercati esteri ove è sempre più presente con prospettive molto interessanti, particolarmente con la linea biologica per la quale ha una quota in Italia del 80%. Uno degli obiettivi più immediati dell'azienda è proprio quello di un'ulteriore crescita dell'export: a tal fine, oltre alla rintracciabilità obbligatoria per legge, l'azienda ha ottenuto le certificazioni di qualità richieste dalla Gdo inglese e tedesca (Brc e IFS).

Nuovo marchio e nuova veste grafica per l'intera produzione

Nel corso di tutto il 2007, l'azienda ha impegnato risorse nel progetto "change over" riassumibile in una totale rivisitazione della propria identità. Oltre al completo riordino dell'offerta, la Noberasco è andata ad agire su tutti i mezzi attraverso i quali comunica: prodotto, comunicazione, stationary, mezzi multimediali.

L'azienda ha lavorato in maniera integrata sul restyling del marchio, la razionalizzazione del packaging, la rivisitazione del sito web. Il marchio, completamente rinnovato, ha assunto più autorevolezza e visibilità, grazie anche al simbolico mondo verde inserito sul fronte di tutte le confezioni per evidenziare l'origine naturale dei prodotti.

Ora la strategia per i prossimi anni si ispira alla mission aziendale che è quella di "Permettere il consumo di frutta lontano dal momento del raccolto senza comprometterne i contenuti salutistici e nutrizionali, costruendo la migliore relazione con il cliente ed il consumatore finale". L'intento è quello di allargare il target verso un pubblico più giovane che si riconosca non solo nella nuova immagine ma nelle produzioni innovative, estremamente diversificate.



Una foto storica dell'azienda Noberasco: la preparazione di un cargo danese con frutta secca della società di Albenga.

