

La nuova Alibert vola: fatturato in crescita del 68%

► Rivisti gli impasti e modificate le ricette: il pubblico risponde

I TRAGUARDI

PREGANZIOL La nuova Alibert torna a correre a pieno ritmo. L'azienda di Preganziol chiude il 2017 con 3.500 tonnellate di pasta ripiena prodotta, per il 63% destinata ai mercati esteri, e un fatturato in aumento del 68% rispetto all'esercizio precedente, grazie agli accordi firmati con catene della grande distribuzione italiane e straniere del calibro di Carrefour, Kraft-Heinz e Metro. Le difficoltà del recente passato, insomma, sono ormai alle spalle.

LA STORIA

Fondato nel 1967, il pastificio, tra i più noti produttori di tortelli, tortellini e ravioli del Veneto, con il proprio marchio o per altre realtà, era entrato in una seria crisi finanziaria. Tanto che i proprietari, la famiglia Zanasi, hanno deciso di chiedere il concordato preventivo. E proprio tramite la procedura, l'impresa è stata rilevata da una cordata guidata da Valentino Fabbian, manager con una ultratrentennale carriera nel gruppo Cremonini, colosso italiano delle carni e della ristorazione. Affiancato dal fratello Angelbruno, a sua volta professionista di lungo corso nel comparto, e dall'at-

tuale amministratore delegato Pierluca Mezzetti, Fabbian, presidente della nuova società (alla denominazione originaria è stato aggiunto l'anno di fondazione per richiamare la longeva tradizione artigianale), ha avviato il rilancio. Mantenuti i 42 dipendenti in organico, sono stati rinnovati il management e, soprattutto, la produzione: sono stati innanzitutto rivisti gli impasti, oggi tutti a base di materie prime 100% italiane certificate Dop, Igp e Stg (acronimo di Specialità tradizionale garantita). Per soddisfare i palati più esigenti, in cerca di cibi che siano allo stesso tempo gustosi, sani ed equilibrati, sono state inoltre sviluppate nuove ricette grazie alla collaborazione di Alessandro Circiello, executive chef del Boscolo Luxury hotel Exedra a Roma e pluripremiato esperto di cucina basta sulla sana alimentazione.

LA RISPOSTA

E il mercato ha iniziato a rispondere. «Il 2017 è stato per noi un anno molto importante – sottolinea Fabbian - Da un lato ha segnato il definitivo rilancio della società, dall'altro abbiamo celebrato i cinquant'anni del marchio Alibert, traguardo importante per un'azienda che rappresenta la tradizione italiana della pasta fresca ripiena». Ora il pastificio, come confermato al Marca, rassegna italiana dedicata al private label (ovvero i prodotti creati per altri marchi) punta a proseguire la crescita.

M.Z.



DA SINISTRA Il presidente Fabbian e l'amministratore Mezzetti

