

l'intervista

“La nostra semola di grano duro la cui denominazione è di tipo 2 extra possiede delle caratteristiche tali che la rendono una semola speciale. Per questo motivo acquistiamo esclusivamente in Italia, in Calabria e Puglia, da fornitori certificati che garantiscono costantemente forniture con gli stessi standard qualitativi e inerenti la granulometria, il contenuto di ceneri (basso), il glutine, il colore con tonalità ambrate. Non abbiamo mai acquistato nessuna materia prima dall'estero”.

Mi parli di come confezionate il prodotto...

“Abbiamo due diversi sistemi di confezionamento: per la pasta lunga, che viene prodotta e appesa su canne, il confezionamento è manuale al 100% così come si faceva una volta. Anche l'etichettatura viene curata nei minimi dettagli e in maniera minuziosa. Per la pasta corta, il confeziona-

mento è sia automatico che semiautomatico: questo dipende dalla tipologia di pasta che deve essere confezionata. Quando si confezionano prodotti molto fragili come i conchiglioni oppure i paccheri l'attenzione è maggiore rispetto ad altri, insomma per dirla tutta è vero che c'è stata una evoluzione nel campo tecnologico, ma per noi alcune cose sono rimaste immutate nel tempo”.

Un'ultima domanda. Il rapporto tra agricoltori e industria. Avete mai avviato politiche di filiera?

“Siamo convinti che nel settore agroalimentare la strategia di operare in una logica di filiera, sia verticale che orizzontale, possa rappresentare un elemento competitivo strategico.

Questo, sia in termini di maggiore valore aggiunto per le tipicità produttive di una ben precisa area geografica, sia in termini di economie

di scala, anche per contrastare, per esempio, quei fenomeni di rialzo dei prezzi di materie prime di cui si discuteva prima.

Pur tuttavia grandi difficoltà troviamo in una regione come la nostra ad operare in questi termini.

Scarsa è la propensione culturale da parte degli imprenditori locali di operare in logiche comuni e interattive. Alcuni tentativi fatti negli anni passati, come quello della nostra linea “Tradizioni di Calabria”, sono miserevolmente naufragati sotto l'azione poco chiara di imprenditori orientati più ai facili guadagni personali che non alla reale creazione di valore.

Resta inteso che il pastificio Laporta ha da sempre un ottimo dialogo con altre imprese del settore calabrese. Spesso avvia con alcune di esse azioni sinergiche di penetrazione di mercati in una logica orizzontale senza, però, purtroppo, poter ancora parlare di una vera e propria filiera”.