

DALLA BRIANZA AL MONDO: IL TORTELLINO CRESCE FRA LE GENERAZIONI

A Vimercate dici Pagani e subito il pensiero va ai tortellini, a una delle prime aziende alimentari della Brianza protagonista di un brand che racconta un pezzo di storia italiana. Ad avviare questa che è una delle più antiche fabbriche cittadine che dà lavoro ad oltre 50 dipendenti, un secolo fa, è stata Anna Rossi, per tutti la signora Mina, la madre di Bebi e Gianfranco Pagani, due industriali che dalla mamma hanno saputo continuare – il primo sotto l’aspetto amministrativo e finanziario, il secondo nella produzione – un’attività nata in pochi metri nel centro cittadino, per poi trasferire gli impianti in ampi spazi alla periferia della città. Un’azienda che oggi racconta la vitalità dell’industria

brianzola e la capacità di persone che credono nel lavoro e hanno saputo trasformare nei decenni un piccolo stabilimento per la produzione di tortellini a lunga conservazione in un imponente impianto di produzione di pasta ripiena destinata al grande consumo, con un focus prevalente verso l’export (in Europa, soprattutto, ma anche in altri Paesi del mondo). Una storia che ha in Gianfranco Pagani, 92 anni, l’immagine di questa azienda, ancora oggi presente in fabbrica già alle 6 di ogni mattino, ma che ha il successivo filo conduttore nei due figli Paolo e Alessandro, che a loro volta possono contare sul valido supporto dei figli Luca, Isabella e Pier, tutti animati da una forte passione per la loro attività, il che assicura il

futuro di questo marchio. Da sempre i Pagani sono nella storia solidale della città. Sono in molti a ricordare la generosità della signora Mina, ma anche di Nora, la moglie di Gianfranco attiva nel



volontariato cattolico. Una famiglia che non ha mai dimenticato le iniziali difficoltà, la povertà degli anni del dopoguerra. Ne sanno qualcosa la Casa di Riposo San Giuseppe, la San Vincenzo, i frati Cappuccini, negli anni più recenti la Dipo, la Sagra della Patata, la Pro Loco, il campeggio estivo degli oratori. Nella passione per il lavoro di Gianfranco, senza dimenticare il ruolo del fratello maggiore Bebi nell'area amministrativa, sta il successo della Pagani che è fra i leader mondiali nella produzione di tortellini e ravioli a lunga conservazione. Dal 1969 l'azienda – stabilimento e uffici – si affaccia sulla provinciale che porta ad Arcore, conosciuta in tutta la Brianza come “il Pagani”. “Prepariamo la nostra pasta ripiena in un impianto produttivo all'avanguardia, combinando tecnologie moderne e antiche ricette tradizionali – dice Alessandro – grazie ad un processo di essiccazione tradizionale e a bassa temperatura che non impiega conservanti. Prodotti garantiti da un'ottima conservazione del prodotto a temperatura ambiente per un anno. I Tortellini e Ravioli Pagani hanno un'eccezionale resa in cottura, aumentando di quasi tre volte il loro volume. Produciamo anche per altre aziende alimentari e private della GDO”. Dagli anni Novanta, infatti, il binomio ai vertici aziendali è cambiato, con Alessandro che sovrintende alla produzione, mentre Paolo cura la parte commerciale. “La qualità delle materie prime e la tecnologia dei nostri impianti sono alla base dell'eccellenza dei prodotti a marchio

Pagani – spiega Paolo – ed è proprio in questa direzione che destiniamo gran parte dei nostri investimenti, che negli ultimi anni abbiamo intrapreso in maniera consistente con l'obiettivo di aumentare la capacità produttiva, oggi quasi satura nonostante la produzione h24 e 7 giorni su 7, e migliorare l'efficienza: l'ampliamento dello stabilimento 15 anni fa, il rifacimento e il potenziamento dell'impianto di confezionamento e stoccaggio, l'approntamento – proprio in queste settimane – di una nuova centrale termica più performante. Ed anche, tre anni fa, la realizzazione di un impianto fotovoltaico sul tetto del nostro stabilimento che ci consente di autoprodurre il 25% del nostro fabbisogno energetico, in un'ottica di sostenibilità ambientale e di risparmio sui costi”. Sul tema dei dazi americani, Paolo aggiunge: “È possibile che negli Stati Uniti si possa perdere una piccola quota di mercato, ma queste misure avranno un impatto solo parziale sul fatturato aziendale. La nostra strategia, come fu già negli anni Cinquanta per i nostri genitori, resta quella di puntare su una produzione di qualità, su un corretto rapporto qualità-prezzo e sul consolidamento della nostra presenza nei mercati europei, del Nord America e del Sud America, senza trascurare i nuovi mercati emergenti che però hanno spesso poca affinità con la cucina mediterranea. Ad oggi riusciamo a produrre 7000 tonnellate di prodotti all'anno, entro il 2028 vogliamo arrivare a 9000 tonnellate”.

Pierfranco Redaelli

