

Morato Pane: il compagno perfetto dalla colazione alla cena

10 Novembre 2020

Federica Aliberti

Indice

- 1. Introduzione**
- 2. I nuovi formati di morato pane**
- 3. L'attenzione al territorio e alla responsabilità ambientale**
- 4. Morato pane e l'avvento del covid-19**

1. Introduzione

Luigi Morato fonda l'azienda nel 1970 a Vicenza. Questa si sviluppa nel 1989 come industria alimentare grazie a due linee di produzione di pane a fette: tra i prodotti più venduti ci sono le Spuntinelle e le Bruschelle, che consentono a Morato Pane di accedere alla grande distribuzione, tanto che la produzione dell'azienda si estende a livello nazionale.

Nel 1996 l'azienda si trasferisce ad Altavilla Vicentina, dove si trova tuttora.

Prodotto di spicco sono le Nuvolate, morbidi panini al latte, ideati nel 2001 per allietare la colazione dei piccoli consumatori.

È il 2003 quando Morato Pane inaugura la sua linea di pane a fette *American sandwich*, una linea che richiama i prodotti in stile americano.

Dopo l'alleanza, avvenuta nel 2008, con Artigianpiada, divenendone socio di maggioranza e aumentando di circa 1000 tonnellate la produzione di piadine, con un fatturato di 4 milioni di euro, Morato Pane, nel 2009, diventa socio di maggioranza di Pan d'Este.

La produzione aumenta sempre di più, introducendo anche prodotti come grissini e crostini, nel 2014 si ha un rinnovamento del marchio e nasce il logo *Pane e idee* in cui si comunica la volontà dell'azienda di offrire anche soluzioni ed idee per il consumatore, oltre che il cibo.

Arrivano allora nuove confezioni e idee da portare in tavola con i prodotti dell'azienda. Nel 2016, inoltre, nasce la linea "Buoni senza", prodotti per raggiungere un nuovo bacino di utenza: quello del senza glutine.

2. I nuovi formati di morato pane

In Europa, il pane è molto apprezzato: 41kg e il consumo annuale pro capite registrato nel 2020.

Il pane di Morato Pane viene pensato nelle sue diverse forme per riuscire a soddisfare le richieste dei consumatori nei vari momenti della giornata: dalla colazione alla cena. I prodotti sono facili da utilizzare, hanno un packaging intuitivo e riconoscibile per permettere una buona flessibilità di consumo. L'azienda a tre stabilimenti: la sede principale ad Altavilla vicentina, quella di Lendinara in provincia di Rovigo e a Villa Estense in provincia di Padova.

Oggi Morato Pane impiega circa 230 dipendenti e i mercati esteri realizzano il 10% del fatturato. Il primo mercato la Francia, seguito dalla Germania, soprattutto per i prodotti morbidi, ma gli sviluppi per il futuro si concentrano su Canada, Stati Uniti, Cina e Messico.

3. L'attenzione al territorio e alla responsabilità ambientale

«Migliorare l'esistente, ricercare la vera innovazione, puntare alla crescita sostenibile sono le basi del nostro lavoro quotidiano. Sono elementi che ci permettono di continuare ad essere protagonisti del mercato globale. A tutti noi è richiesto il massimo impegno e dedizione verso la qualità dei nostri prodotti, la sicurezza alimentare e la sostenibilità». Stefano Maza, Amministratore Delegato Morato Pane S.p.a.

Morato Pane è, inoltre, impegnato nello studio e nella riduzione degli impatti ambientali in un'ottica di sviluppo sostenibile e con questo spirito, in occasione del 50° Anniversario dalla sua fondazione, l'azienda ha dato il via al progetto "Più Natura, Più Qualità", con l'obiettivo di ridurre la Carbon Footprint dei propri processi e prodotti, così da contribuire attivamente alla lotta ai cambiamenti climatici.

In linea con gli Accordi Internazionali per la lotta ai "Cambiamenti Climatici" che interessano il nostro pianeta, Morato Pane ha avviato lo studio della Carbon Footprint di alcuni dei suoi prodotti più rappresentativi al fine di attivare un monitoraggio continuo delle performance ambientali e definire quindi strategie adatte alla riduzione dei potenziali impatti che ne conseguono.

Il progetto "Più Natura, Più Qualità" prevede quindi l'adozione di un approccio alla sostenibilità ambientale che diventa il motore stesso dell'azienda. Per ridurre gli impatti ambientali Morato Pane ha abbracciato un approccio olistico detto "analisi del ciclo di vita". Grazie a questo, l'azienda si impegna a studiare soluzioni di miglioramento che vanno dalla coltivazione dei cereali impiegati per la produzione delle farine, fino allo smaltimento dei packaging dei prodotti a fine vita.

4. Morato pane e l'avvento del covid-19

Anche una grande realtà come Morato Pane non è rimasta indifferente all'avvento del Covid-19.

«Il settore alimentare è stato messo completamente sotto stress» racconta Daniele Ferrando, Supply Chain Manager di Morato Pane.

Il manager racconta che alcuni canali di vendita hanno raddoppiato i volumi mentre altri si sono fermati completamente. Oltre a ciò la catena di distribuzione ha vissuto momenti di difficoltà a causa di magazzini pieni, difficoltà nell'approvvigionamento di materiali o packaging e altri inconvenienti.

Le catene di distribuzione del settore sono state dunque messe a dura prova, evidenziando le disparità tra le organizzazioni.

Un supporto notevole è arrivato dai dipendenti, che hanno garantito il mantenimento dei livelli produttivi grazie a flessibilità e disponibilità. Altro aspetto fondamentale poi è stato l'utilizzo di strumenti avanzati per la programmazione della produzione.

Va segnalato che non ci sono state revisioni dei costi, delle promozioni accordate prima dell'epidemia tra Morato Pane e i clienti così come il supporto dei fornitori che hanno consentito all'azienda veneta di soddisfare la variabilità della domanda e garantire il corretto funzionamento della catena di fornitura.

Morato Pane si è dotata con lungimiranza di una soluzione software per la programmazione avanzata della produzione e per farlo ha lavorato preventivamente sull'organizzazione e sui flussi interni. Questo ha permesso che oggi Morato Pane pianifichi e programmi la produzione in maniera efficiente e possa affrontare le nuove sfide date dai continui e repentini cambiamenti degli scenari causati dal Covid-19.

<https://www.moratopane.com/morato-pane/>

<https://www.venetoeconomia.it/2020/07/morato-pane-governa-la-variabilita-della-produzione-causata-dal-covid-19/>

Guida Beatrice Pirotti, Il cibo di domani, Egea, Ottobre 2018

TAG: cucina, food product, azienda

Avvertenza

La pubblicazione di contributi, approfondimenti, articoli e in genere di tutte le opere dottrinarie e di commento (ivi comprese le news) presenti su Filodiritto è stata concessa (e richiesta) dai rispettivi autori, titolari di tutti i diritti morali e patrimoniali ai sensi della legge sul diritto d'autore e sui diritti connessi (Legge 633/1941). La riproduzione ed ogni altra forma di diffusione al pubblico delle predette opere (anche in parte), in difetto di autorizzazione dell'autore, è punita a norma degli articoli 171, 171-bis, 171-ter, 174-bis e 174-ter della menzionata Legge 633/1941. È consentito scaricare, prendere visione, estrarre copia o stampare i documenti pubblicati su Filodiritto nella sezione Dottrina per ragioni esclusivamente personali, a scopo informativo-culturale e non commerciale, esclusa ogni modifica o alterazione. Sono parimenti consentite le citazioni a titolo di cronaca, studio, critica o recensione, purché accompagnate dal nome dell'autore dell'articolo e dall'indicazione della fonte, ad esempio: Luca Martini, La discrezionalità del sanitario nella qualificazione di reato perseguibile d'ufficio ai fini dell'obbligo di referto ex art 365 cod. pen., in "Filodiritto" (<https://www.filodiritto.com>), con relativo collegamento ipertestuale. Se l'autore non è altrimenti indicato i diritti sono di Inforomatica S.r.l. e la riproduzione è vietata senza il consenso esplicito della stessa. È sempre gradita la comunicazione del testo, telematico o cartaceo, ove è avvenuta

la citazione.

Filodiritto(Filodiritto.com) un marchio di InFOROmatica S.r.l