



# CARTIERE PAOLO PIGNA, TRADIZIONE E FUTURO



**L'Azienda di Alzano volta pagina e si propone al mercato con una operatività rivista, un nuovo management molto motivato e la professionalità, la qualità e l'innovazione che da sempre l'hanno contraddistinta**



**Alberto De Matthaeis**

**T**anta tenacia, una vision chiara del mercato, una grande voglia di registrare utili importanti e di rafforzare ulteriormente le proprie quote e la costante capacità di saper valorizzare la celebre “aquila che vola” che contraddistingue il logo aziendale stanno guidando il processo di ristrutturazione di **Cartiere Paolo Pigna**. Sotto la guida dell'Amministratore Delegato **Alberto De Matthaeis**, intervistato dalla Redazione **COMMERCIO**, la realtà imprenditoriale sta rivedendo i suoi processi interni ed è impegnata in una importante fase di revisione e ampliamento dell'offerta. L'obiettivo finale è di proporre ai canali presidiati e all'end-user un ventaglio di proposte d'appeal ancora più ampio e customizzato. In questo modo Cartiere Paolo Pigna continuerà a essere sia un'Azienda trend setter nel settore Cartotecnico sia un laboratorio di idee pronto a stupire. È quindi iniziata una nuova pagina tutta da scrivere della lunga e gloriosa storia di Pigna, ma le premesse per continuare a fare bene nel settore sono già ottime.

**Cartiere Paolo Pigna sta vivendo un'importante fase di trasformazione. A che punto è arrivato il processo e su quali aspetti state lavorando?**

In questi ultimi mesi abbiamo lavorato molto intensamente per mettere sotto controllo e dare efficienza ai nostri processi organizzativi, per ottimizzare i cicli produttivi e per garantire la migliore esecuzione del piano industriale.

**La solida tradizione e la forza del marchio Pigna stanno guidando il vostro programma di riorganizzazione aziendale?**

Io e il board manageriale siamo qui per guidare la trasformazione di un'Azienda con quasi 170 anni di storia, che ha potenzialità di grande peso non ancora espresse. Vogliamo riorganizzare la nostra struttura con lo scopo di far arrivare Pigna e i suoi prodotti a tutti i consumatori potenziali. Quando il marchio Pigna si presenta davanti al consumatore, questo sceglie i nostri prodotti per la qualità, per l'immagine aziendale e per la lunga consuetudine con le nostre offerte.

## DISTRIBUZIONE E SERVIZI A 360°

Il Direttore Commerciale Giuliano Bombonato (nella foto a destra) spiega gli interessanti programmi messi a punto per Pigna.

### Quali sono i pilastri della politica commerciale di Cartiere Paolo Pigna?

Pigna ha una posizione di leadership nel segmento quaderni e non solo sia nel canale Ingrosso sia nella Grande Distribuzione. Oggi siamo certi di offrire a questi due canali una proposta radicalmente rinnovata e migliorata nella grafica, nei contenuti e nell'articolazione. Ma non basta. Vogliamo coprire tutti i canali, introducendo novità per il canale Dettaglio con caratteristiche diverse e non sovrapponibili alle offerte Ingrosso e GDO. Abbiamo iniziato da qualche mese una positiva esperienza nell'E-Commerce e vogliamo offrire alcune parti della nostra proposta a catene di Librerie, Cartolerie e Department Store. Crediamo che l'offerta 2018 possa quindi coprire tutti i canali in maniera articolata e intelligente.

### Avete pianificato attività specifiche per Monocromo, uno dei vostri brand di punta?

I dati NPD di sell out dimostrano che Monocromo cresce negli ultimi anni. Di riflesso, aumenta quindi la nostra responsabilità nel rinnovare e allargare questa proposta. Su Monocromo presenteremo per il 2018 un'offerta molto più ampia e diversificata sia sui prodotti tradizionali (quaderni e affini) sia su molte altre categorie di prodotto. Cominciamo con la scuola ma non ci fermeremo qui. E il 2018 è il 25° anniversario della nascita del marchio e quindi vogliamo celebrare questo evento con forti novità e proposte speciali dedicate a tutti coloro che hanno avuto Monocromo come compagno di studio, di scrittura e di memorie in questo lungo periodo.

### A livello distributivo, qual è il valore aggiunto di Cartiere Paolo Pigna?

Anche negli ultimi due complessi anni alle nostre spalle, l'Azienda ha sempre garantito al Cliente finale efficienza e qualità nella distribuzione. A maggior ragione ora che è in corso un'operazione di forte rilancio cercheremo di migliorare ulteriormente le nostre già valide capacità distributive e di servizio al Cliente.

### Quali sono i traguardi prefissati per il 2018?

Il nuovo anno ormai alle porte sarà il primo nel quale la "nuova" Pigna potrà dispiegare completamente le proprie forze. Abbiamo un obiettivo di crescita del fatturato a due cifre ma non solo: abbiamo l'impegno di articolare l'offerta sulle proposte tradizionali integrandole con nuove proposte aggiuntive al pacchetto Scuola e Ufficio. Ci siamo poi prefissati l'obiettivo già ricordato di coprire tutti i canali di vendita fisici e non. Un grande lavoro con risultati quantitativi e qualitativi che sarà sicuramente portato a termine grazie a tutti i nostri collaboratori interni ed esterni, ai nostri clienti tradizionali e nuovi, per offrire ai consumatori una rinnovata e moderna offerta firmata come sempre Cartiere Paolo Pigna.

È nel moderno headquarter di Alzano Lombardo (BG) che si stanno costruendo i successi futuri di Cartiere Paolo Pigna. L'Azienda lombarda è stata fondata nel lontano 1839 dal mercante di carta Paolo Pigna sulle rive del fiume Serio e fin dagli albori ha legato il proprio nome al contesto industriale della Valle Seriana. Ancora oggi nella sede fanno bella mostra di sé tanti macchinari e strumenti utilizzati per la produzione delle carte e dei prodotti finiti, oltre a mezzi di trasporto storici con cui venivano effettuate le consegne. Un vero e proprio museo che ripercorre le tappe dell'Azienda.



### Come vi state muovendo sul fronte dell'innovazione?

Siamo in una fase di ripartenza e quindi guardiamo con interesse e curiosità a tutte le opportunità di sviluppo della nostra attività. Crediamo che il mercato oggi abbia bisogno di aziende che, senza rinnegare la propria storia, siano pronte a estendere e innovare le proposte. La "nuova" Pigna vuole andare incontro a queste esigenze.

### Investirete nel licensing, un ambito che sembra essere strategico per le aziende cartotecniche?

Cartiere Pigna torna a offrire al mercato proposte di licenze sia con characters tradizionali sia con nuovi item. Abbiamo già lanciato la vendita di due linee di co-branding fra *Monocromo* e il 90° di Topolino da una parte, e *Star Wars* dall'altra.

### Anche quest'anno esponete a Big Buyer. Quali sono le vostre aspettative?

Quest'anno più che mai le nostre aspettative sono molto elevate, perché Pigna si ripresenta al mercato con una stabilità aziendale, una nuova gestione e con una prospettiva di forte rilancio. Proporremo un radicale rinnovamento dei nostri cataloghi tradizionali per il canale Ingrosso e per la GDO. Abbiamo lanciato anche un'offerta dedicata per il canale Dettaglio che ci sta già dando importanti soddisfazioni.

### La Fiera è l'occasione per presentare le novità 2018?

Per il 2018 c'è un grande work in progress poiché siamo partiti in ritardo, a causa delle nostre vicende interne, ma stiamo



#### UN'OFFERTA MODAIOLA E GRIFFATA

Non solo Cartotecnica ma gamme prodotte estese, che annoverano anche accessori e cucito ma tutti caratterizzati da un unico comune denominatore: essere trendy per tutti i target di utenti finali a cui sono destinate. È molto marcato l'impegno profuso da Cartiere Paolo Pigna per rinnovare l'offerta e destagionalizzare le proprie produzioni: le nuove gamme sono talmente versatili che sono adatte non solo per la scuola ma anche per il tempo libero.

Dolci e teneri angioletti, cromie vivaci e gli attualissimi Emojis caratterizzano alcune delle proposte per il 2018 messe a punto dall'Azienda (*immagini in alto*). E porteranno tanto colore sui banchi di scuola tutte le nuance Monocromo, tra cui ogni studente potrà scegliere la sua preferita (*foto sotto*).

recuperando molto bene. Il focus delle novità per il prossimo anno che presentiamo a Big Buyer è sulla Scuola. Un leader del mercato ha la responsabilità di offrire una proposta dedicata a tutti i target. Proporranno gamme e prodotti diversificati per la fascia dei bambini che sarà popolata da linee scuola per tutti i canali, con l'aggiunta di prodotti scuola che Pigna non ha quasi più fatto in questi ultimi anni. Abbiamo poi linee dedicate ai teenager sia solo di carta sia complete di accessori. Disponiamo poi di gamme che coprono totalmente le classi di età: Monocromo, il nostro marchio più importante è sui banchi delle elementari così come nelle università.

#### Quindi nel vostro stand i Visitatori trovano un'ampia selezione delle collezioni per la Scuola e l'Ufficio?

Sicuramente hanno modo di scoprire il rinnovato mondo di Monocromo, per il quale abbiamo studiato grandi innovazioni, estensioni e varianti. Abbiamo poi rilevato con soddisfazione un risultato molto positivo in termini di sell out della nostra proposta *Quablock*, sulla quale continueremo a puntare per il futuro. La nostra ampia offerta di soggetti sul segmento dei quaderni si rinnova radicalmente e questo porterà beneficio a tutti in termini di maggior gradimento e quindi vendibilità dei prodotti. Inoltre, abbiamo distribuito una proposta di taccuini *Pigna Vintage* dedicata agli adulti. Sulla scuola un rinnovamento radicale con proposte a 360°: insomma siamo carichi di proposte nuove e rinnovamento di proposte esistenti. D'altra parte non poteva che essere così in un anno di passaggio e di restyling per la nostra Azienda. □

