



Viaggio nel cuore di Igor

Gli stabilimenti e il nuovo polo produttivo di Cameri (No). La produzione di gorgonzola, anche in versione Gran Riserva. La certificazione No Ogm per il Caseificio Pal. La comunicazione crossmediale e l'approdo in Tv. Parla Fabio Leonardi.



La famiglia Leonardi. Da sinistra: Fabio, mamma Ivana, papà Gian, Ittina, Lara e Maurizio.

Igor è un'azienda attiva nella produzione del gorgonzola da più di ottant'anni. È stata fondata nel 1935 a Mezzomerico (No), da Natale Leonardi, che ha lasciato l'azienda nelle esperte mani del figlio Gianvittorio, il quale a sua volta ha istruito i figli Fabio, Maurizio e Lara nella sapiente arte casearia.

Ed è proprio con l'avvento della terza generazione della famiglia Leonardi che la sede centrale della Igor viene trasferita, nel 1996, in un moderno stabilimento a Cameri, dotato di tecnologie all'avanguardia per la produzione, la stagionatura e la confezione del gorgonzola. Della storia, del presente e delle prospettive future parliamo con l'amministratore delegato, Fabio Leonardi.

“

“Ci definiamo un'azienda export oriented, in quanto il nostro fatturato, che per il 2016 è stabile come nel 2015, ma con volumi in crescita, è diviso in 50% Italia e 50% estero. Di quest'ultimo, il 24% è generato in mercati extra Ue. La crescita di Igor è trainante per tutto il settore. Nel 2015 i mercati esteri hanno fatto registrare infatti una cifra record di crescita a volumi per l'intero settore, pari al 12,62%, considerando che nel quinquennio precedente la percentuale di crescita si aggirava intorno ad un costante 5%. Ma anche nei primi 8 mesi del 2016 il dato percentuale rimane alta, ben 9,72% di crescita a volume sul pari periodo 2015. I nostri segmenti di mercato sia in Italia che all'estero rimangono divisi con percentuali simili, in Gdo 37% (29% all'estero), discount 34% (uguale all'estero), Horeca 27% (33% estero), industria 2% (4% estero).

”



I quattro ampliamenti che hanno interessato lo stabilimento Igor di Cameri, in provincia di Novara.

La gamma dei prodotti, dal gorgonzola al Blu di capra

- Il classico gorgonzola, disponibile nelle due tipologie, dolce e piccante, e in vari formati: forma, mezzaforma, ottavo e sedicesimo per il banco taglio, o in pratici pack richiudibili da 200 o 150 gr per il libero servizio;
- Il Gran Riserva Leonardi, gorgonzola premium e top di gamma, prodotto nei caseifici artigianali Clin e Pal con le migliori materie prime, selezionate ogni giorno. La novità del 2016, richiestissima dalle più importanti gastronomie, è la selezione Gran Riserva Leonardi al cucchiaino: mezza forma di gorgonzola cremoso con un tradizionale ed elegante contenitore in legno, da consumare tal quale;
- Biologico e No Ogm: Il gorgonzola è già di per sé un alimento completo, ad alta digeribilità, ottima fonte di proteine e calcio, naturalmente privo di lattosio e senza glutine. Con queste due referenze si è voluto andare incontro ancora di più alle nuove richieste di mercato: i consumatori moderni, infatti, sono sempre più attenti agli aspetti salutistici e nutrizionali degli alimenti, ma senza tralasciare gusto e bontà. In particolare, la certificazione No Ogm per tutto il gorgonzola prodotto nel caseificio Pal, situato a Prato Sesia ai piedi del Monte Rosa, è stata conseguita a novembre 2016.
- Il Dolcetto, composto da gorgonzola e mascarpone, tradizionale e gustosissimo prodotto.
- Il nuovissimo Blu di capra Igor, formaggio erborinato prodotto al 100% con latte fresco totalmente italiano, unico nel settore per questa caratteristica. Un prodotto molto apprezzato dal mercato, con richieste in continua crescita, grazie al suo sapore esclusivo e alla sua altissima qualità.



“

“Siamo molto soddisfatti dell'andamento del Gran Riserva Leonardi Igor. Siamo riusciti a raggiungere l'obiettivo di collocare tutto il Gran Riserva prodotto nel caseificio Pal e registriamo una domanda superiore, sempre in crescita. E lo stesso vale per il Blu di capra. In ogni caso i nostri prodotti più venduti rimangono il gorgonzola Igor 200 gr dolce, nelle comode vaschette richiudibili e il 6 Kg Gran Riserva e Igor Creme”.

”

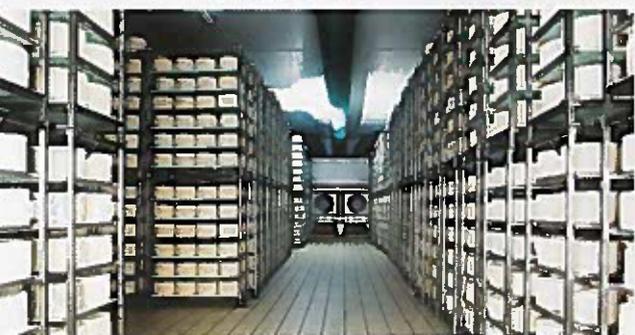
Gli stabilimenti, fra ampliamenti e acquisizioni

“

“Igor si è trasformata così in un gruppo che ha aumentato costantemente il proprio volume di attività, nel pieno rispetto del territorio e delle normative igienico-sanitarie. Per l'azienda è fondamentale assicurare ai propri consumatori qualità, genuinità e sicurezza alimentare, grazie all'adozione di rigorose procedure interne: il latte e le materie prime sono controllati sistematicamente e quotidianamente. Il tutto è testimoniato ancor di più dall'acquisto dei caseifici Pal e Clin, dove la produzione viene fatta in maniera ancora artigianale e dove la selezione delle materie prime è attentissima”.

”

Negli anni sono stati realizzati quattro ampliamenti che hanno interessato i diversi reparti produttivi: nel 2003, nel 2009, nel 2011 e l'ultimo, nel 2016, che grazie a nuove celle permetterà di ottenere un incremento della capacità di stagionatura del gorgonzola e, con il nuovo impianto produttivo, aumenterà anche la capacità totale. Investimenti importanti che hanno portato a 50mila mq lo spazio dedicato alle diverse fasi di produzione del gorgonzola. Verranno adottate tecnologie all'avanguardia, tenendo conto dell'Industria 4.0, ma sempre nel totale rispetto delle tradizioni. Igor rappresenta così uno dei più moderni ed efficienti sistemi produttivi del formaggio gorgonzola. Oltre a questi importanti ampliamenti della sede centrale, sono stati acquistati da Igor due storici caseifici: Pal, a Prato Sesia (No) e Clin, a Casalino (No) oltre a una società che si occupa solo di stagionatura del gorgonzola, la Ballarini, anch'essa a Cameri. Da poco, esattamente a novembre 2016, tutto il gorgonzola prodotto nel caseificio Pal, situato in Valsesia, ai piedi del Monte Rosa, è stato certificato No Ogm dall'ente Csqa. Questo grazie all'utilizzo di latte fresco proveniente da 10 aziende agricole, due delle quali nel Parco del Fiume Ticino, dove si è sempre prodotto gorgonzola e dove i foraggi provenienti da prati stabili garantiscono un latte eccellente particolarmente adatto alla produzione di questa eccellenza italiana.



COMUNICAZIONE E MARKETING, ALL'INSEGNA DEL MIX DI CANALI

In Italia....

“Il nostro piano di comunicazione e marketing si è incentrato molto sulla crossmedialità. Abbiamo infatti deciso, con un importante investimento, di utilizzare diversi mezzi di comunicazione, tradizionali e innovativi, per comunicare con diversi fasce di clientela, creando per ognuna il contenuto più adatto”.

Per i ragazzi, dai 10 ai 14 anni

“Abbiamo innanzitutto iniziato a comunicare con i consumatori di domani, i bambini dai 10 ai 14 anni. Novità assoluta per il settore, nessuno prima di noi aveva provato a farlo. Dall'ultima settimana di novembre fino alla prima di gennaio trasmettiamo sulle reti televisive più viste dai ragazzi, Super! e RaiGulp, dei video spot che invitano i ragazzi a provare tre modi facili e veloci per mangiare il gorgonzola: penne, gnocchi e grissini per un momento gustoso in compagnia degli amici. Oltre che sulla tv, questi video saranno visibili sul nostro sito, nella parte dedicata ai bambini, e sui nostri social”.

Il digital marketing

“E' senza dubbio uno strumento innovativo in cui crediamo molto. Il sito istituzionale e i nostri social ci permettono di comunicare quotidianamente con i nostri consumatori, aggiornandoli sempre sulle novità riguardanti il mondo Igor. Strumenti efficaci, che oltre a permetterci di raggiungere numerosi utenti ogni giorno, ci offrono dati precisi con i quali analizzare le performance della comunicazione, oltre ai pareri e richieste del mercato”.

Chiara Maci testimonial Igor

“Quest'anno è nata una importante collaborazione con Chiara Maci, una delle più famose food blogger italiane e amante appassionata del nostro gorgonzola. Oltre a creare diverse foto e video ricette, contenuti indispensabili per il web, è stata testimonial del nostro ultimo concorso digitale: ‘Scatta e vinci con Igor’. Un contest dalle dinamiche molto semplici. Bastava infatti registrarsi, scattare una foto originale e divertente in compagnia del gorgonzola Igor e caricarla sul sito. Gli autori delle prime 10 foto più votate hanno vinto una cooking class presso la nostra sede centrale con Chiara Maci, oltre ad una fornitura di nostri prodotti e al ricettario Gorgonzola My Love. Ma anche giornalmente, tra chi votava, veniva estratto un vincitore con una meccanica instant win. Il premio era un potente powerbank, customizzato con la grafica del concorso. Questa iniziativa, durata per tutto il mese di novembre, ci ha dato importanti risultati. Abbiamo realizzato oltre 22 milioni di impression, e più di 150mila persone hanno visitato il sito. Oltre 240 le foto inviate e 12mila i voti effettuali”.

Il debutto in Tv

Da fine novembre a inizio gennaio il gorgonzola Igor è stato protagonista anche sulla tv generalista, in particolare sulle reti Rai. E' stato trasmesso, a milioni di italiani, un filmato ispirato alla naturalità, genuinità e tradizione del gorgonzola, oltre che alla passione che da tre generazioni la famiglia Leonardi impiega per produrlo. Questo video è stato apprezzato molto dai buyer e anche da numerosi consumatori, che hanno contattato l'azienda per complimentarsi.

Il territorio e la responsabilità sociale d'impresa

“Crediamo molto nel nostro territorio, al quale siamo grati di fornirci tutte le materie prime per produrre il nostro gorgonzola. Questa gratitudine la dimostriamo attraverso numerose sponsorizzazioni di attività sportive legate al territorio. In primis la squadra di serie A1 di pallavolo femminile, la Igorvolley Novara, che quest'anno si è arricchita con l'arrivo di importanti campionesse, come Francesca Piccinini. Ma anche il Novara Calcio, militante nella serie B, il rally, il podismo e il motocross, con il team ufficiale Yamaha dell'ex campione del mondo, David Philippaerts.

Oltre alle prime squadre, siamo attenti anche ai giovani e alle polisportive territoriali che li aiutano a crescere praticando uno sport sano, bilanciato da una corretta nutrizione.

Ma non solo sport, ci schieriamo sempre a favore di altre iniziative sociali per migliorare i servizi del territorio novarese. Con il coinvolgimento anche di altre importanti imprese abbiamo finanziato alcuni progetti tesi ad acquistare macchinari o migliorare aree dell'Ospedale Maggiore della Carità di Novara”.

...e all'estero

All'estero applichiamo una strategia di comunicazione basata sul digital marketing e su eventi mirati, dove informiamo direttamente i consumatori sulle diverse caratteristiche del gorgonzola e al tempo stesso suggeriamo le varie modalità di utilizzo del prodotto in cucina.