

# SOCI IN VETRINA



## L'imprenditrice no-ogm

**LA SOGGIA  
DI ARZERGRANDE  
E IL VALORE AGGIUNTO  
DELL'IMPRENDITORIA  
AL FEMMINILE**

**C**he ci fa una donna a capo di un'azienda di mangimi? La domanda probabilmente aveva una sua storica legittimità qualche anno or sono, ma oggi, quando l'universo femminile si è ormai allargato a tutto l'ambito professionale, l'interrogativo ha perso molto dell'originalità provocatoria. Eppure il quesito mantiene un suo fascino, perché è curioso immaginare un'imprenditrice che si occupi di prodotti per l'agricoltura, che gestisca i rapporti con allevatori (prevalentemente maschi), che controlli cicli di produzione e bilanci. Se poi questo avviene in un'area appartata della provincia padovana, in una territorio da sempre rurale, la vicenda mantiene un suo fascino e un'originale curiosità. Comunque, al di là di considerazioni sociologiche, Annalisa Soggia governa e dirige proprio un'azienda che produ-

ce mangimi; lo fa, da oltre un decennio, ad Arzergrande, località della

Saccisica, là dove da sempre abita e lavora la sua famiglia.

Il punto di avvio della storia, anche imprenditoriale, di Annalisa e della sua azienda è Giovanni, il papà, classe 1920. «Inizialmente mio padre, come molti da queste parti, lavorava le arelle, le celebri grisoe, ("graticci formati con fascetti di canne palustri, usati per l'allevamento di bachi da seta, per l'essiccazione dei frutti e simili", ma poi utilizzati anche in edilizia e nell'arredamento di case e spazi verdi, così come recita il vocabolario). Un'attività che andava bene e che soprattutto ha consentito alla mia famiglia, attraverso l'intraprendenza di papà, di guardare oltre i confini del paese. Ricordo ancora quando andavamo a vedere i lavori che collaboravamo a realizzare, interventi

# SOCI IN VETRINA



importanti, come i Club Méditerranée...». Papà Giovanni era un uomo particolare; per definire il quale Annalisa, dopo una rapida ricognizione nel pensiero e nei ricordi, usa un solo termine: "moderno"; uno, insomma, che non si accontentava di quello che aveva, che non stava soltanto nelle consuetudini del luogo, ma che andava oltre; un personaggio e un imprenditore aperto, che, ad esempio, voleva a tutti i costi che le sue tre figlie andassero a scuola ed arrivassero al massimo dei percorsi formativi; infatti Annalisa si laurea in statistica, mentre le sorelle, Marilena e Giuseppina, diventano una medico e l'altra dottora in chimica.

Dalle grisee, papà Giovanni passa poi all'erba medica, che tratta e vende come disidratatore; ma la svolta vera e propria nella famiglia Soggia arriva agli inizi degli anni Ottanta, quando il capostipite decide di mettere in piedi un mangimificio. «Indubbiamente – racconta Annalisa – fu un passo importante e per molti aspetti coraggioso. Mio padre era fatto così, aveva sempre voglia di intraprendere originali avventure».

La nuova azienda non ha vita facile, più che progredire in maniera rapida e senza tentennamenti, a tratti si trascina: non è scontato imporsi sul mercato, acquisire clienti, piazzare i prodotti; soprattutto per una realtà piccola, rispetto ad altri "colossi". Annalisa lavora nella ditta di famiglia, si occupa di amministrazione, almeno fino al 1999, quando Giovanni se ne va. A quel punto la erede di casa Soggia non aveva molte alternative: lasciar perdere tutto o prendere in mano la situazione. Annalisa sceglie la seconda soluzione e da allora si trova ai vertici del suo mangimificio. «I primi tempi sono stati molto difficili, dovevamo assolutamente qualificare la nostra produzione, trovare spazi tra la concorrenza, dare un'identità all'azienda».

Forse anche per questo, nel giro di qualche anno la ditta cambia completamente collocazione di mercato e compie una scelta decisiva, che ancor oggi ne caratterizza la vita e l'attività. Agli inizi degli anni Duemila, infatti, il Mangimificio Soggia, muta secondo un'indicazione che è nello stesso tempo culturale e imprenditoriale: decide di stare dalla parte

dei prodotti no-ogm.

«Mi chiedono spesso – ammette Annalisa – se tale scelta sia stata determinata da convinzione o da strategia. Diciamo che si è trattato di un mix; abbiamo cercato di mettere insieme esigenze diverse, sentimenti che avevamo in noi, ma anche prospettive che volevamo dare alla nostra azienda».

Dunque, più o meno da un decennio, i mangimi che escono dal Soggia sono garantiti (e certificati) come no-ogm. «Quella che abbiamo individuato e continuiamo a percorrere – racconta Annalisa – è una strada molto impegnativa, soprattutto sul versante della garanzia e del controllo dei prodotti, che dobbiamo garantire

## COLTIVARE TRADIZIONE E INNOVAZIONE

«Coltivare tradizione e innovazione»: questo il motto della Soggia Mangimi di Arzergrande (una quindicina di collaboratori). «Fedeltà al territorio, – si legge nella presentazione aziendale – costante ascolto delle richieste del mercato, diversificazione, ma soprattutto ricerca della massima qualità: sono

i principi che hanno ispirato la storia dell'azienda. Sorta nell'area rurale padovana, ha allargato via via i settori di attività, passando dalla disidratazione di erba medica ai mangimi per vitelli e per bovini da carne, per poi specializzarsi nei mangimi per conigli, realizzati esclusivamente con prodotti vegetali e no-ogm».

«Grazie a questa scelta vincente, la ditta ha potenziato la produzione, ampliando lo stabilimento e creando un laboratorio di analisi interno. L'esclusione degli ogm e il meticoloso controllo delle materie prime e della lavorazione sono divenute il marchio distintivo dell'azienda, che ha implementato

negli anni la sua produzione di mangimi convenzionali: per bovini, animali da cortile e, di recente, uccelli da richiamo». Soggia Mangimi dispone di un sistema di tracciabilità che permette di controllare ogni fase del processo produttivo, garantendo un elevato controllo in ogni passaggio della lavorazione.

ai clienti e ai consumatori».

Il ragionamento è abbastanza lineare: produrre no-ogm significa, non soltanto operare secondo determinati criteri all'interno dell'azienda di lavorazione, ma anche selezionare i fornitori, le procedure.

«Ci chiediamo spesso se tale scelta sia stata vincente... E' difficile tirare delle somme definitive; al momento possiamo dire che lo sforzo di impegnarci nel no-ogm non è pienamente ripagato. E' un lavoro, aziendale e produttivo, che non è abbastanza riconosciuto, almeno in termini remunerativi. Anche se notiamo che vi è una crescita di consenso "culturale" per quello che facciamo».

«Non è facile – aggiunge Ranieri, il marito di Annalisa, che si occupa della produzione aziendale – essere fedeli alla nostra volontà; occorre una particolare attenzione e selezione della materie prime, controlli continui, procedure molto attente. Oggi vi sono mode che si diffondono rapidamente, vedi quella del biologico, e nelle quali in molti tentano l'affare, ma questo non significa che ci sia sempre coerenza tra i buoni propositi, tra quello che si annuncia, magari in etichetta, e ciò che realmente si offre. Noi cerchiamo, con molto rigore, di essere fedeli alla scelta che abbiamo fatto e di mantenere un rapporto di lealtà con i nostri clienti e con i consumatori».

«Purtroppo, – aggiunge Annalisa – adesso si guarda molto al prodotto finale, ma non abbastanza a tutto quello che viene prima. Prendiamo la carne che mangiamo: la sua qualità dipende quasi essenzialmente dall'alimentazione degli animali, ma a questo anche l'opinione pubblica non bada abbastanza».

La scelta di operare nell'ambito del no-ogm non è stata l'unica che ha caratterizzato in maniera definitiva il mangimificio Soggia; l'azienda di Arzergrande infatti non produce mangimi per tutti, ma soltanto per alcune tipologie animali.

«Abbiamo orientato il nostro lavoro – racconta la titolare – su alcuni ambiti, alcuni di nicchia, come i conigli o gli uccelli di richiamo, altri più generici, come i bovini da carne e latte. Non produciamo per i polli, ad esempio, perché di tratta di un contesto in cui sono già presenti altri gruppi molto attrezzati». Anche questa è stata una scelta aziendale che ha dato fisionomia al mangimificio dei Soggia, che ora pare assestato su una propria qualità produttiva e su fette di mercato certe.

«Abbiamo ancora qualche problema nella commercializzazione, – ammette Annalisa – infatti soltanto da qualche anno stiamo cercando di mettere insieme una rete che ci supporti adeguatamente».

Insomma, soddisfatta? «Ho l'impressione di vivere ancora un'avventura, bella e faticosa. Ma sto bene, qui, nella mia terra, tra la mia gente e in famiglia. Forse una volta pensavo di fare altro, ma la vita è strana, sorprendente, per questo affascinante». Proprio come una donna, che dirige un mangimificio.

*In alto: il software che gestisce l'estrazione e il dosaggio delle materie prime, registra i silos di prelevamento e di destinazione dei mangimi. L'azienda inoltre dispone di un laboratorio interno dotato di moderne attrezzature per effettuare analisi.*

