

Burro delle Alpi e Gran Moravia: quando le etichette parlano

Presentate l'8 maggio a Milano le Nutriclip. Innovativi strumenti di informazione al consumatore, realizzati con la collaborazione del nutrizionista Pier Luigi Rossi.

"Tutto quello che diremo oggi durante questo incontro è positivo. Questa è una festa, un passo avanti verso la serenità e la sdrammatizzazione dell'alimentazione". Introduce così Roberto Brazzale, presidente del gruppo Brazzale, il tema dell'incontro, in scena l'8 maggio al Circolo della Stampa di Milano, dal titolo: "Il riscatto del burro. Tutta la verità sulle sue virtù e qualità". Il tema centrale dell'evento è la presentazione del nuovo progetto del Gruppo: le Nutriclip, innovative etichette parlanti con interfaccia multimediale, un modo per rivoluzionare l'informazione al consumatore grazie alla tecnologia mobile. Si tratta di una anteprima assoluta Brazzale, l'azienda casearia più antica d'Italia, che a partire da settembre porterà l'innovazione sulle confezioni dei suoi prodotti, a cominciare dal Burro delle Alpi e dal Gran Moravia.

Come funzionano le Nutriclip

Sfruttando la tecnologia Qr code (disponibile sia per iPhone che per Android e Symbian), basta inquadrare con uno smartphone il codice quadrettato presente su tutte le confezioni dei prodotti Brazzale per accedere a delle brevi clip in cui Pier Luigi Rossi, medico specialista in scienza della alimentazione, spiega in maniera chiara, semplice e completa tutte le qualità nutrizionali del prodotto, le sue caratteristiche, i benefici su salute e metabolismo. Presenti all'incontro, oltre a Roberto Brazzale, Lucio Lamberti, docente di marketing al Politecnico di Milano, School of management e Pier Luigi Rossi.

I consumatori e la rete

A Lamberti il compito di illustrare l'impatto delle nuove tecnologie sulle scelte d'acquisto dei consumatori. Nel corso del suo intervento, il docente del Politecnico ha presentato alcuni dati relativi alla ricerca di informazioni sulla rete. In Italia, ad esempio, secondo una ricerca condotta dall'Osservatorio multicanalità nel 2012, l'85% delle mamme dichiara di leggere regolarmente i commenti dei consumatori circa prodotti e servizi su blog, forum e comunità online. E ben il 38% afferma di partecipare direttamente a questo tipo di discussioni. In generale, 8 milioni di consumatori italiani dichiarano di modificare le proprie decisioni di acquisto sulla base delle informazioni reperite sui social media e oltre 12 milioni ammettono di fidarsi dei social network nei processi di acquisto (Fonte: Politecnico di Milano - School of Management & Mimesi, 2012). Ed è proprio la crescente penetrazione e utilizzo delle nuove tecnologie ad aver spinto il gruppo Brazzale verso questo progetto. "Si prevede che entro il 2015 il nu-



Roberto Brazzale, Manuela Soressi e Pier Luigi Rossi



Roberto Brazzale

mero di "smartphone" in Italia supererà i 50 milioni. Ormai quasi ogni cittadino disporrà di un potente strumento in grado di rivoluzionare la propria capacità di informarsi a 360 gradi sul prodotto che sta acquistando. E' come se ciascuno di noi portasse in tasca, allo stesso tempo, una Treccani, una radio ed una televisione che, nel momento in cui schiaccia il bottone del Qr Code, improvvisamente iniziassero a parlare del prodotto al centro dell'interesse. Un potenziale immenso, oggi ancora incredibilmente trascurato, che abbiamo pensato di usare a beneficio del consumatore e della corretta alimentazione", commenta Brazzale.

Le tabelle nutrizionali

Spesso le normali tabelle nutrizionali riescono a fornire tutte le informazioni utili a conoscere davvero quello che si mangia. Come dimostra una ricerca realizzata per l'occasione su oltre 100 food blogger: la metà di loro (48%) vorrebbe avere informazioni più complete rispetto ai prodotti che si acquistano quotidianamente, per sapere davvero quali sono le caratteristiche, le qualità e le virtù dei singoli alimenti. "L'idea delle Nutriclip - racconta Brazzale - ci è venuta dopo l'esperienza di Cheese 2011. Nel corso di quella manifestazione, di cui eravamo



In alto: alcuni frame dei Nutriclip.

In basso: la confezione di Burro delle Alpi con il Qr Code.

consumatore di far propria una conoscenza pertinente ed utile, macinata e digerita da chi ne possiede gli strumenti per servirla in linguaggio intellegibile ed utile all'uso. Non è soltanto un progresso formale, ma un passo da gigante che permette di rendere giustizia alla vera conoscenza e combattere la scienza fai da te, "relativista" e credulona, esposta costantemente al fraintendimento ed alla suggestione. Siamo felici che il dottor Rossi abbia creduto con entusiasmo nel nostro progetto perché lo riteniamo un "interprete" ideale, in grado di dare al consumatore la più seria informazione allo stato attuale delle conoscenze". Proprio per rispondere a questa esigenza Brazzale ha studiato le nuove Nutriclip, in collaborazione con Pier Luigi Rossi, che incalzato da Manuela Soressi, moderatrice dell'incontro, ha risposto a molte domande sui benefici del burro e dei formaggi duri per la salute.

Il consumo di burro e formaggi duri

"Un'alimentazione consapevole è la migliore medicina naturale per vivere in salute e a lungo. Per questo, occorre conoscere il cibo che entra nel proprio organismo, che condiziona l'efficienza fisica e la nostra immagine. Il cibo non è solo calorie: noi mangiamo tutte le molecole contenute negli alimenti. Le Nutriclip consentono di leggere e valutare le etichette nutrizionali degli alimenti in modo davvero nuovo. Con questo strumento, è possibile informare i consumatori per orientarli verso un'alimentazione davvero consapevole, che sia allo stesso tempo medicina preventiva e piacere gastronomico". Non è un caso, quindi, che il primo prodotto sul quale saranno disponibili le nuove Nutriclip sia proprio il burro, alimento indispensabile nella cucina italiana, ma che da molti anni viene associato a falsi miti, pregiudizi e informazioni incomplete.

L'Etichetta multimediale di origine

Le Nutriclip sono solo l'ultima delle innovazioni che il Gruppo Brazzale ha lanciato nel corso del tempo nell'ottica di un dialogo improntato alla massima trasparenza nei confronti dei propri consumatori. Nel 2012, infatti, era stata lanciata l'Etichetta multimediale di origine del formaggio Gran Moravia, prodotto di punta del Gruppo, grazie alla quale è possibile accedere a una speciale sezione del sito Brazzale, per vedere i luoghi di origine del Gran Moravia, le aziende agricole, i video sugli stabilimenti di produzione e sulla lavorazione del formaggio, foto inedite e testi dedicati.

Alice Realini