
Brazzale spa amplia lo stabilimento e riceve l'Anuga Awards per l'innovazione

La storica azienda di Zanè cresce e fa innovazione sia sul prodotto che con il Water Footprint e l'etichetta multimediale.



Brazzale spa risponde alla crescita di fatturato e di domanda del mercato con l'ampliamento del suo storico stabilimento di Zanè.

Presente nel mondo del latte dalla fine del '700, l'azienda originaria dell'altopiano di Asiago, rappresenta **la più antica azienda italiana del settore**, in attività ininterrotta da sette generazioni. L'avvocato **Roberto Brazzale**, attuale presidente della società e uno dei membri di famiglia ancora attivi in azienda, conferma che l'ampliamento in corso nella sede di Zanè, riguarda la costruzione di celle di stoccaggio per il burro e la realizzazione della nuova sala di taglio, grattugia e confezionamento formaggi: "Tali lavori sono stati resi necessari dall'aumento di volumi che negli ultimi anni sono più che raddoppiati, da e per l'estero, come è avvenuto per i dipendenti. Anche per la struttura amministrativa e commerciale è stato necessario realizzare nuovi spazi, poiché le attuali strutture risalgono agli anni Settanta e non reggono più al carico di lavoro. Erano lavori che non potevamo più rinviare".

Il crescente trend di successo dei prodotti dell'azienda zanadiense sono il risultato di continue ricerche di mercato, di innovazione e di "fiuto" imprenditoriale che hanno permesso di ricevere per la seconda volta consecutiva il prestigioso premio **Italian Anuga Awards** per la migliore innovazione di prodotto, con il **'Gran Moravia grattugiato fresco in scatola'** da 20 bustine per 5 grammi, nella recente 32esima edizione della manifestazione di **Colonia**.

Il segreto di questo successo, secondo Brazzale, è "l'aver sviluppato prodotti a proprio marchio fuori dai regimi consorziati delle DOP, perchè ha trasformato la nostra azienda, ha liberato le energie creative dei nostri collaboratori e stimolato la loro fantasia. Il contatto diretto con il cliente, attraverso negozi monomarca, è stata un'altra grande fonte di idee. Al centro di ogni nostro pensiero, infatti, c'è il consumatore ed anche una tradizione antica come quella dei formaggi italiani può evolversi in continui importanti miglioramenti".

Ma i grandi risultati di oggi sono il frutto sia di un intenso lavoro nel passato sia di un ampio sguardo e una intelligente strategia verso il futuro. Secondo Roberto Brazzale **"la domanda mondiale di formaggi crescerà ancora per molto** a ritmi notevoli e la mappa mondiale del latte sta già subendo profondi cambiamenti. L'arte casearia italiana è la migliore al mondo e potrà partecipare con successo a quest' avvincente crescita, a patto che le nostre filiere presentino condizioni di massima qualità ed efficienza, permettendoci di competere con i più agguerriti concorrenti. Il potenziale di sviluppo del lavoro italiano è infinitamente ampio se non si limita alla sola materia prima in grado di offrire il suo pur meraviglioso territorio, limitato e già sovraccarico. A fare i formaggi buoni sono le qualità degli uomini. Gli italiani sanno fare grandi formaggi ovunque vi siano condizioni, non solo nelle zone tipiche".

Oltre al recente premio Anuga Awards 2013 come 'Miglior innovazione di prodotto' per la categoria Formaggi, Brazzale spa ha introdotto due innovazioni assolute nel panorama mondiale.

In primis, nel 2012 Gran Moravia è diventato il primo formaggio al mondo a calcolare il proprio **Water Footprint**, ovvero la misura della quantità di acqua dolce che ha partecipato al processo produttivo, risultante dalla somma di: Green Water che è l'acqua piovana ed evotraspirata, quella del ciclo naturale, di basso impatto sugli equilibri ambientali; e Blue Water, l'acqua di superficie – fiumi, laghi – o di sottosuolo – falde freatiche – utilizzata nel ciclo produttivo. L'uso di "acqua blu" comporta un notevole impatto ambientale, perciò ridurre il consumo di "acqua blu" è l'obiettivo prioritario futuro di ogni attività agroindustriale, e lo si potrà ottenere orientando il mercato verso prodotti a minore "intensità idrica" e provenienti da aree climaticamente più idonee. E' il forte risparmio di "blue water" che consente a Gran Moravia di presentare un Water Footprint da primato. Infine la Grey Water, cioè l'acqua necessaria a diluire i fattori inquinanti generati nel processo produttivo.

Il "Water Footprint" di Gran Moravia è di soli 2.067 lt/kg di prodotto, come quantificato da **DNV Business Assurance**, meno della metà dell'impronta idrica dei formaggi generici calcolata da "waterfootprint.org".

Un risultato da primato, ottenuto grazie alle felici condizioni climatiche della Moravia e al risparmio idrico realizzato nella "**Filiera Ecosostenibile**". Il dato di "blue water" risulta perciò di soli 87 lt di acqua per kg di Gran Moravia.

L'utilizzo di Gran Moravia nella dieta quotidiana, pur senza privarsi degli altri alimenti proteici di origine animale ma alternandoli con intelligenza, permette di ridurre notevolmente la propria impronta idrica individuale pur godendo di una dieta ricca e completa.

L'altra grande innovazione in materia di informazione al consumatore e trasparenza è l' **Etichetta Multimediale di Origine Gran Moravia**.

Grazie al **QR Code** stampato su tutte le confezioni di Gran Moravia, ogni smartphone può collegarsi direttamente con una sezione speciale del sito Gran Moravia, dove può compiere un viaggio coinvolgente alla scoperta della filiera ecosostenibile in quattro differenti forme mediatiche. Con questa novità l'etichettatura si libera dei limiti fisici della confezione per diventare un **archivio multimediale disponibile agevolmente per il consumatore già davanti allo scaffale**, nel momento della scelta d'acquisto. L'Etichetta Multimediale di Origine è un altro primato di Gran Moravia che permette al consumatore addirittura di vedere con i propri occhi tutta la filiera come in un emozionante volo tra i verdi pascoli della Moravia, all'interno delle fattorie, tra le mucche al pascolo, a fianco dei casari, all'interno dei magazzini di stagionatura.

Copia di questo articolo è visibile su:

<http://www.industriavicentina.it/idv.nsf/codici/789>
