

L'EVENTO

Una Formaggeria nel cuore di Praga

Il Gruppo Brazzale inaugura nella capitale il dodicesimo punto vendita a marchio Gran Moravia in Repubblica Ceca. Per offrire prodotti lattiero caseari e specialità della cucina italiana a prezzi contenuti.

Praga, piazza San Venceslao. E' proprio qui, nel cuore del centro storico della capitale della Repubblica Ceca, che il Gruppo Brazzale ha inaugurato il dodicesimo punto vendita a marchio La Formaggeria Gran Moravia. Presentato al pubblico e alla stampa il 16 maggio, il negozio di piazza San Venceslao si aggiunge ad altri due punti vendita della capitale, aperti tra il 2012 e il 2013. "Il progetto dei negozi La Formaggeria Gran Moravia è nato per colmare un vuoto: quello del banco taglio nel retail in Repubblica Ceca. Una tradizione che, ormai, si era persa", racconta il presidente del Gruppo, Roberto Brazzale nel corso della conferenza stampa, in scena all'Hotel Ambassador. "Un risultato possibile grazie ai tre principi fondamentali di questo progetto: il primo è quello del rapporto diretto tra industria e consumatori, che consente di offrire prezzi competitivi, velocità di risposta alle esigenze dei clienti e di approvvigionamento. Il secondo è quello di proporre prodotti freschi, tagliati direttamente al banco e non confezionati. Il terzo principio è impiegare solo personale preparato, che sia in grado di consigliare il cliente sull'utilizzo dei prodotti, siano essi formaggi, salumi o la più classica pasta, favorendo così il rapporto

umano, una caratteristica che distingue i nostri punti vendita dagli altri negozi presenti nel Paese". E il layout di questi punti vendita riflette perfettamente la filosofia della catena. Realizzati dall'architetto reggiano Domenico Rocca, i negozi la Formaggeria Gran Moravia si distinguono per la loro atmosfera. "Vogliamo che l'acquisto nei nostri negozi sia soprattutto una gioia. I punti vendita devono quindi essere belli e funzionali, oltre ad offrire le eccellenze della gastronomia italiana ad un prezzo che sia alla portata di tutti". L'assortimento de La Formaggeria è composto per un terzo da prodotti del Caseificio Orrero, dove nasce il Gran Moravia, per un altro terzo da formaggi di provenienza perlopiù italiana e per la restante parte da salumi e ingredienti della cucina, in prevalenza sempre di provenienza italiana. In questi mesi, inoltre, si è aggiunta la linea Freschi del caseificio. "Con l'introduzione di questi prodotti, dall'autunno 2012 siamo in grado di proporre al consumatore latticini di grande freschezza, disponibili in tutti i nostri spacci già il secondo giorno dalla produzione, come per esempio il nostro burro fresco, d'inimitabile qualità, la mozzarella, le caciotte, la ricotta, la giuncata, il siero di latte e altri latticini di no-

stra produzione. Tutti prodotti a cui abbiamo dedicato un frigo personalizzato, realizzato dai mobiliere Pettinà di Carrè, in provincia di Vicenza, perché anche il rapporto fisico con questo 'mobile' deve essere speciale", precisa Brazzale. Che aggiunge: "Sempre molto ricercati dai nostri clienti, curiosi, intelligenti e interessati, sono anche i formaggi della Filiera Ecosostenibile Brazzale: Gran Moravia e Verena". Nei punti vendita La Formaggeria Gran Moravia è possibile perciò rifornirsi di tutto quanto occorre per preparare i più svariati piatti della tradizione italiana. E vengono anche proposti libri illustrati che raccontano del territorio italiano e delle sue specialità gastronomiche, suggerendo ricette accessibili a chiunque.

Nel corso della conferenza stampa, inoltre, è stato presentato il primo numero del magazine La Formaggeria. Con una tiratura di 200mila copie, il periodico dei punti vendita si propone di raccontare la cultura italiana e le sue espressioni, a cominciare da quelle culinarie, ai clienti dei negozi. Nel primo numero vi è anche un inserto di ricette, elaborate per il magazine La Formaggeria dallo chef Emanuele Ridi.

Alice Realini

Un'avventura cominciata nel 2007

La storia di questa catena di negozi risale al 2007. Alla fine di quell'anno, infatti, viene aperto il primo negozio al dettaglio nel centro di Olomouc. E' sulla base dei risultati di questa esperienza che Roberto Brazzale lancia un progetto organico per la creazione

della catena La Formaggeria Gran Moravia, grazie a un team di lavoro che comprende il direttore, Claudio La Carbonara, e l'architetto italiano Domenico Rocca. Ogni dettaglio dell'arredamento viene studiato per ottenere massima funzionalità e circondare il cliente di una atmosfera rilassata e festosa. Da ultimo, è stato creato per questi negozi un vero e proprio marchio che suggerisse l'origine italiana, ma fosse immediatamente comprensibile in Repubblica Ceca: La Formaggeria Gran Moravia. Nel frattempo il consumatore ceco stava maturando una sempre maggiore propensione per gli acquisti alimentari di qualità e una certa disponibilità ad inserire nelle proprie abitudini nuovi piatti, più leggeri ed emozionali.

Fino al 2010 vengono aperti tre negozi, a cui se ne aggiungono quattro nel 2011.

Viene inoltre potenziato l'ufficio acquisti che fornisce direttamente ai negozi non solo i prodotti Orrero e quelli della casa madre a marchio Brazzale, Alpi-latte e Zogi, ma anche molti altri formaggi e specialità gastronomiche, acquistate direttamente da produttori italiani. Seguendo questa linea, nell'estate 2012 vengono introdotto i salumi italiani, affettati e confezionati freschi. Tutti risultati realizzati grazie al ruolo di Orrero come maggior produttore ceco di formaggi di qualità e alla grande esperienza della famiglia Brazzale in Italia e nel mondo.



La Formaggeria Gran Moravia

Punti vendita: 12

Personale impiegato: oltre 50 persone

Prossime aperture (entro il 2013): Brno, Praga, Pilsen

Assortimento: formaggi, latticini, affettati ed ingredienti della tradizione italiana

Scontrini 2013 (previsione): oltre un milione

Dove si trovano i punti vendita

Olomouc, Brno, Hradec Králové, Ostrava, České Budějovice, Liberec, Praga, Litovel.