



La Formaggeria Gran Moravia vince il premio Mastercard Obchodni roka: è l'insegna dell'anno 2016 in Repubblica Ceca.

Splendido risultato per la **catena al dettaglio La Formaggeria Gran Moravia**, che oggi conta 19 negozi dislocati in Repubblica Ceca. **Con il 65% dei voti La Formaggeria Gran Moravia si è aggiudicata il Mastercard Obchodni roka 2016**, il più importante premio in Repubblica Ceca assegnato nel mondo del commercio, **battendo nettamente due colossi della distribuzione: Globus e Lidl, che si sono piazzati, rispettivamente, al secondo posto, con il 19%, e al terzo posto, con il 16%**. La vittoria finale, legata al valore dell'"esperienza di acquisto" per i consumatori, è arrivata grazie al voto di una giuria di 500 esperti del settore, dopo un'appassionata presentazione dal vivo dei progetti delle tre insegne finaliste nel corso del Retail Summit 2017, a Praga il 31 gennaio.

*"Un risultato inatteso, impensabile, che è frutto dello straordinario lavoro e della passione di 150 fantastici collaboratori, commessi, responsabili, direttori di negozio, dell'ufficio acquisti in Italia e Repubblica Ceca, della logistica, della latteria, dei tecnici casari, dei fornitori italiani e di tutta la nostra affezionatissima clientela. E' il successo della migliore cultura italiana del cibo e del servizio, magistralmente ripresa ed interpretata dai nostri fantastici amici cechi", commenta **Roberto Brazzale, ideatore della catena di negozi La Formaggeria Gran Moravia, che fanno del Gruppo Brazzale l'unico del settore lattiero caseario europeo a sviluppare una propria catena di punti vendita**, subito dopo aver conquistato l'ambito riconoscimento. "Ha vinto il calore dell'umanità, appassionata e vivace, sull'efficienza un po' orwelliana dei big data. Ci onora ancora di più sapere di aver battuto due autentici colossi, arrivati in finale con progetti di assoluto valore".*

Una vera festa per i negozi **La Formaggeria Gran Moravia**, scelti per partecipare alla finale da una giuria di esperti del settore, che hanno premiato l'apprezzamento dei clienti e l'originalità dell'offerta e del format che caratterizza tutti i 19 negozi italiani in Repubblica Ceca. Nelle precedenti edizioni, il premio **Mastercard Obchodni roka** era stato vinto da Ikea, Lidl e Yves Rocher. In concorso per il 2016 anche Billa, Kaufmann, Tesco, Carrefour e Metro.

L'affermazione della catena italiana è stata coronata dalla nomina di **Roberto Brazzale** come "**miglior oratore del Summit**" da parte dei 1.110 partecipanti alla due giorni praghese, che hanno definito la presentazione di Gran Moravia "molto suggestiva, perfetto funny marketing, grande per entusiasmo, decisione ed impegno".

Fondata nel 2010, oggi la rete di negozi al dettaglio con insegna **La Formaggeria Gran Moravia** conta **19 punti vendita, più di 150 dipendenti diretti e oltre 1.500.000 clienti all'anno, con l'80% dei prodotti venduti importato dall'Italia. E' l'unica catena di distribuzione al dettaglio italiana fuori dai confini nazionali, organizzata con il servizio al banco secondo la tradizione. I negozi raggiungono punte di 1.600 clienti al giorno per negozio ed hanno una superficie tra i 60 ed i 200 mq., posizionati sia nei centri urbani, sia in centri commerciali.**

"Con questi negozi - racconta Roberto Brazzale - abbiamo voluto far rinascere in Repubblica Ceca il commercio servito al banco, attraverso la proposta della tradizione italiana del cibo per l'uso quotidiano, secondo il principio che l'acquisto deve essere una festa per tutti. Il popolo ceco è colto, attento, curioso, rappresenta la clientela ideale. I nostri quasi centocinquanta commessi cechi sono formidabili ed amano la cultura italiana del cibo anche più di noi, così ne possono trasmettere la passione e la conoscenza. Nel creare questa formula ho fatto tesoro dei ricordi d'infanzia nella bottega del nonno, ad Asiago, ma soprattutto ho immaginato, da consumatore e con molta umiltà, che cosa mi piacerebbe trovare entrando in un negozio. Sorriso, competenza, alta qualità e varietà dei prodotti, silenzio, pulizia, eleganza sobria degli arredi, funzionalità, esperienza sensoriale, consigli per l'utilizzo, informazioni sui prodotti. I prezzi, poi, devono essere più convenienti possibile, ed i formati anche di piccolo taglio per andare incontro anche a chi ha potere di spesa più basso. Il potere d'acquisto pro capite in Repubblica Ceca è in forte crescita e si avvia a superare quello medio italiano, ma è una grande gioia vedere nei nostri negozi clientela di ogni categoria sociale, anche giovani studenti e pensionati, oltre che clienti più benestanti. La creazione di un caseificio artigianale ad hoc all'interno dello stabilimento di Litovel, ci permette di avere una nostra propria produzione dei freschissimi, quali ricotte, siero, mozzarelle, giuncate, yogurt e mille altre specialità della tradizione artigianale italiana e ceca. Il contatto diretto e senza intermediari tra caseificio e negozio permette di contenere fortemente i costi e lo speciale ufficio acquisti italiano riesce a selezionare i migliori fornitori alle condizioni più favorevoli. Il giorno in cui mi accorgerò che l'acquisto nelle Formaggerie Gran Moravia non sarà più una festa quotidiana, le chiuderò tutte con le mie stesse mani".

L'assortimento

Nei punti vendita si trova tutta la gamma dei latticini "**Freschi dal nostro caseificio**", offerti all'interno di un mobile frigo esclusivo, studiato attentamente in ogni dettaglio per offrire la massima esperienza di piacere sensoriale, una famiglia di freschissimi di produzione propria, come ricotte, mozzarelline, giuncate, burro, latte, yogurt, siero aromatizzato. I veri principi delle vendite sono, ovviamente, il **formaggio Gran Moravia e il burro fresco**, entrambi tagliati direttamente in negozio. A completare l'offerta, tutta la gamma di formaggi di produzione italiana, i prodotti della salumeria, affettati e confezionati al momento, e una vastissima scelta di ingredienti tipici della cucina italiana, dolci e salati, selezionati per garantire qualità e prezzo. Infine, nei 19 punti vendita la Formaggeria Gran Moravia è possibile trovare splendidi libri illustrati che raccontano del territorio italiano e delle sue specialità gastronomiche, suggerendo ricette accessibili a chiunque. Sul totale dei prodotti venduti, quelli importati dall'Italia raggiunge l'80%, da circa 70 fornitori per 500 referenze.

Il magazine La Formaggeria Gran Moravia

Proprio per rispondere alla richiesta di notizie e consigli pratici di utilizzo dei prodotti dei clienti de La Formaggeria Gran Moravia, dal 2014 è disponibile anche il magazine della catena. Il giornale, distribuito gratuitamente in tutti i punti vendita in oltre 50.000 copie e molto atteso dalla clientela contiene un inserto dedicato alle ricette della cucina italiana, rivisitate con l'aiuto di uno chef, informazioni turistiche sull'Italia e sulla storia dei suoi prodotti, notizie e approfondimenti dedicati ai cibi simbolo della cucina italiana. Non mancano, ovviamente, interviste a personaggi noti e alcune pagine dedicate ai più piccoli.

Il legame con l'Italia

Il legame con l'Italia è molto stretto, oltre ai viaggi di aggiornamento per i commessi, si estende alla proposta di concorsi a premi per la clientela per viaggi e settimane bianche in località turistiche quali il Monte Verena ad Asiago, la proposta di promozioni nei punti vendita da parte di fornitori italiani, la realizzazione di concerti di artisti italiani in Repubblica Ceca e,

da ultimo, anche la proposta di opere pittoriche di artisti italiani, esposte nei negozi. A Brno, nell'elegante negozio della centralissima Piazza Zelny Trh, è esposto stabilmente un grande dipinto del pittore italiano Enrico Robusti, che ha voluto rendere omaggio alla vita del negozio nel suo linguaggio caricaturale e originalissimo.

Brazzale Spa

Attiva nel mondo del latte già dal 1784, **Brazzale Spa** è la più antica azienda familiare italiana del settore lattiero caseario, originaria dell'Altopiano di Asiago, in attività ininterrotta da ben otto generazioni. Oggi il Gruppo vanta sei stabilimenti produttivi sparsi in tutto il mondo, in Italia, Repubblica Ceca, Brasile e Cina e impiega complessivamente oltre 700 dipendenti, per un fatturato complessivo, nel 2015, pari a circa 145 milioni di euro, di cui oltre un terzo esportato dall'Italia nel mondo. Opera sul mercato con i marchi: Burro delle Alpi, Burro Fratelli Brazzale, Zogi, Verena, Alpilatte, Brazzale, Silvopastoril e Gran Moravia. Dal 2003, a Litovel, in Moravia (Repubblica Ceca), produce il formaggio Gran Moravia, stagionato in Italia. A Zanè (Vi), dal 1898, il Gruppo ha la sede principale ed il burrificio Burro delle Alpi. A seguito della fusione con la famiglia Zaupa, a Monte di Malo (Vi) realizza provoloni, Provolone Valpadana DOP, paste filate e pressate, Asiago DOP. Tutti i prodotti del caseificio di Litovel vengono prodotti con il latte della Filiera Ecosostenibile Brazzale, che nel 2011 ha ottenuto la certificazione di tracciabilità secondo le norme UNI EN ISO 22005:2008. Sempre in Repubblica Ceca, Brazzale ha realizzato la catena di negozi propri con insegna La Formaggeria Gran Moravia, che oggi conta 19 punti vendita, più di 120 commessi, per oltre 1.500.000 clienti all'anno, con l'80% del venduto importato dall'Italia. Nel 2012 ha creato a Shanghai una propria unità commerciale e, nel novembre dell'anno successivo, ha aperto un punto vendita sempre a marchio La Formaggeria Gran Moravia. Nel 2014, a Pechino, Brazzale ha sviluppato un caseificio di formaggi freschi per il mercato locale.



Enrico Robusti, 2016: "Alla Grande Moravia non far sapere quanto è buono il Gran Moravia con le pere".