

Brazzale, l'arte nobile del latte ha una storia antica

Tra gli alpeggi dell'altopiano di Asiago e la pianura veneta, Giovanni Maria Brazzale, classe 1837, svolgeva con passione l'attività di papà e nonno: il latte, il burro raccolto nelle malghe, il formaggio, i commerci in

panna e succhi di frutta in confezioni UHT, rivoluzionaria tecnologia che cambia le abitudini di consumo. Grazie alle campagne pubblicitarie il marchio Alpilatte acquista notorietà nazionale ed internazionale ed ancora oggi veste i prodotti confezionati a Zanè e destinati al mercato estero.

Nel 2002 la famiglia Brazzale realizza una fusione con la famiglia Zaupa, marchio Zogi, altra realtà di prestigio nel settore, comple-



pianura. A fine ottocento si trasferisce a Zanè, vicino a Thiene, il mercato veneto dei formaggi.

L'attività cresce senza sosta, come la famiglia, ed i nipoti arrivavano uno dopo l'altro. Dopo la Grande Guerra nasce il primo burrificio industriale e le vendite si allargano in tutta Italia con il marchio Burro delle Alpi; negli anni '40 la famiglia Brazzale è tra i fondatori di Assolatte e tra i pionieri della DOP Grana Padano.

Negli anni '60 nascono il nuovo burrificio ed il caseificio con allevamento di Campodoro (PD). Le panne ed il burro arrivano dalle proprie latterie, da tutta l'area padana ed alpina e dalle migliori centrali europee. La produzione di latte in proprio permette di rimanere all'avanguardia nella evoluzione zootecnica. Negli anni '70 ed '80 il gruppo sviluppa il marchio Alpilatte che veste le produzioni di latte,

tando la propria offerta con provoloni, paste filate e formaggio Asiago. Si razionalizzano stabilimenti e reti commerciali, riducendo i costi e sviluppando la qualità.

Nel frattempo, a nord delle Alpi, ritorna in Europa la Moravia, di grande tradizione agricola, e lì Brazzale realizza un innovativo progetto: creare nuovi formaggi che esprimano il meglio della tradizione casearia italiana e della zootecnia di una regione splendida, in grado di dare un latte superbo, simile a quello italiano. Nasce un modernissimo caseificio, che raccoglie il latte di decine di aziende agricole locali all'avanguardia per tecnologia, selezione bovina e dimensioni. Il tutto in un contesto ambientale e paesaggistico incantevole. I prodotti offerti oggi da

Brazzale, coprono quasi l'intero settore. Il gruppo produce e confeziona burro in ampia gamma di formati da consumo e da industria. Il marchio di punta è "Burro delle Alpi", con la specialità di centrifuga "Paesanella"; innumerevoli sono i clienti "private label", segmento nel quale il gruppo ha spiccata specializzazione ed è leader nazionale.

Il Grana Padano si produce presso stabilimenti propri o convenzionati e controllati. Il latte proviene da oltre duecento fornitori legati da collaborazione e spesso da antico rapporto di fiducia.

La gamma delle DOP comprende l'Asiago Pressato ed il Provolone Valpadana, realizzati a monte di Malo, ai piedi delle piccole dolomiti, oltre ad una ampia varietà di paste filate e di formaggi a pasta morbida, quale il Verena, ultima specialità nata in casa Brazzale.

Il Gran Moravia è prodotto di successo commerciale, formaggio da grattugia e da pasto a lunga stagionatura amato sia da consumatori giovani che dai tradizionalisti. Formaggi e cagliate per l'industria vengono confezionati su misura per una clientela esigente orientata al massimo della qualità.

A Zanè si opera taglio, grattugia e confezionamento, con tecnologie del sottovuoto e dell'atmosfera modificata che consentono standard elevati di qualità, da sempre biglietto da visita dell'azienda.

Nell'allevamento il gruppo produce latte di alta qualità e suini per i prosciutti San Daniele e Parma.

Abbiamo fatto qualche domanda a Gian Battista Brazzale, amministratore delegato della società, esponente della



settima generazione familiare alla guida della azienda.

L'azienda, ha una lunga storia che ancora oggi costituisce un marchio di identità che ne caratterizza le scelte imprenditoriali. Chi c'è dietro queste scelte?

Ancora oggi tutte le decisioni sono prese dal consiglio di famiglia ed ogni settore dell'azienda è direttamente coordinato dalla proprietà con l'ausilio di collaboratori validissimi, cresciuti all'interno della azienda. I dipendenti sono quasi trecento. Per me ed i miei fratelli, Piercristiano e Roberto, è forte la responsabilità di dover trasmettere, migliorato, ciò

offrire ai clienti la più alta sintesi tra qualità e convenienza, di intuirne i desideri. Anche creando combinazioni innovative e coraggiose, anticonvenzionali. Marchi propri come Gran Moravia e Verena ci permettono di sviluppare liberamente le ricette di lavorazione ed una filosofia di prodotto in sintonia con l'evoluzione dei gusti del consumatore. E' così possibile cogliere ogni opportunità offerta dall'innovazione ed evitare tutti quei costi e gravami che ormai non si traducono più in una qualità tangibile del prodotto.

Il "family brand" fa da sigillo di garanzia, perché per una impresa come la nostra nulla vale di più del proprio nome.



che si è ricevuto. Ogni generazione deve interpretare i propri tempi per quello che sono. Il bagaglio della tradizione non deve essere freno al dinamismo imprenditoriale, ma esserne motore.

Accanto al marchio Brazzale, molti altri sono i marchi con i quali l'azienda commercializza i suoi numerosi prodotti. Da cosa nasce questa scelta?

La cura con cui diamo un nome ai prodotti di nostra creazione testimonia la volontà di dare loro una precisa identità ed originalità. Ci tormenta il pensiero fisso di

Quanto è importante la tecnologia e l'innovazione per il Gruppo Brazzale?

Per noi è decisivo tutto ciò che migliora il rapporto qualità-convenienza ed è percepibile dal cliente. L'aggiornamento non deve perciò essere esibizionismo tecnologico, ma tutto ciò che di utile in ogni momento si può apportare al prodotto. Innovazione significa anche fare in modo innovativo cose antichissime e avere il coraggio di mettersi costantemente in discussione, con umiltà.