



## **“Nonno Nanni” gioca la carta “estero” con i suoi formaggi freschi. Obiettivo Austria, Uk, Germania e Francia**

8 marzo 2017 | Adriano Moraglio | agricoltura, alimentare, economia reale, internazionalizzazione



Punta all'estero "Nonno Nanni", il brand di Latteria Montello, l'azienda trevigiana leader italiano per valore nel mercato stracchini e crescenze nel confronto con i competitor multinazionali (detiene il 25,5 per cento). E lo fa scommettendo sui suoi formaggi freschi e con un occhio particolare alla gamma del "fresco spalmabile".



Il perché è nelle parole di Silvia Lazzarin (nella foto)



nella linea della terza generazione familiare impegnata nell'azienda di Giavera del Montello: "I formaggi molli, come i nostri stracchini, non sono nella cultura gastronomica dei Paesi al di là dell'Italia. Ciononostante non siamo all'anno zero: il nostro export si aggira oggi su una quota che varia tra il 3 e il 4 per cento del fatturato complessivo e vendiamo soprattutto in Austria, Svizzera, Germania,

Inghilterra, un po' in Belgio, ma anche in Grecia e negli Usa, specialmente nei negozi dove sono offerte le specialità italiane. Alla base delle vendite all'estero, per quanto i trasporti siano davvero veloci e sicuri anche oltreoceano, c'è un problema di freschezza e durata dei prodotti, perché gli stracchini hanno una 'shelf life' di una ventina di giorni. Con gli spalmabili invece la 'shelf life' sale a una novantina di giorni. Ma oltre a questo, gli spalmabili godono di una familiarità già consolidata presso i consumatori esteri, il che rende quindi più semplice l'introduzione del nostro prodotto che si contraddistingue per una eccellenza qualitativa e una bontà, che già sono state apprezzate dal consumatore italiano”.

“Sono in corso trattative – sottolinea Silvia Lazzarin – che definiamo interessanti, con gruppi della grande distribuzione in Gran Bretagna e Stati Uniti, e speriamo di ottenere, con l'auspicato successo di vendite degli spalmabili, anche un effetto-traino sui nostri prodotti storici come gli stracchini e le robiole che ci hanno portato grandi soddisfazioni in Italia”. Nel mirino delle strategie export di “Nonno Nanni” un rafforzamento in Austria e vendite in Francia.







La famiglia Lazzarin sa di ingaggiare una battaglia commerciale non da poco, in mercati esteri dove ci sono operatori affermati da decenni, ma è proprio questo – fanno capire a Giavera del Montello – il bello di una sfida commerciale per internazionalizzare un'azienda che quest'anno compie 70 anni di attività e ha chiuso il 2016 con un fatturato intorno ai 95 milioni.

#### [La storia di Latteria Montello in un libro e le sue tante tappe](#)

Latteria Montello, con i suoi due stabilimenti – il primo dedicato ai formaggi molli (che rappresentano il 70 per cento della produzione totale), il secondo votato alla produzione degli gnocchi (tra l'altro, molto apprezzati sul mercato austriaco) – dà lavoro attualmente a circa 250 persone.





L'azienda è attenta alla comunicazione promozionale e ha lanciato messaggi tv e video in dal 2008, con il primo spot televisivo. Sono recenti i video sugli spalmabili (prodotto che cerca di affermarsi, dunque, anche sul mercato domestico) e sulla robiola.



Spot TV Fresco Spalmabile Nonno Nanni



Latteria Montello è, tra le grandi aziende del settore, l'unica italiana ancora a completa titolarità e conduzione familiare. La sua storia comincia nel 1947, quando Giovanni Lazzarin, conosciuto da sempre con il diminutivo di "Nanni", nel piccolo laboratorio caseario di Giavera del Montello, dotato solo di caldaie a legna, avvia la produzione di formaggi.



È il 7 febbraio quando la latteria viene aperta e Giusto, fratello minore di Nanni, diventa casaro. Nel 1955 il laboratorio viene dotato di caldaie a vapore e raggiunge i 250 metri quadrati. Il latte non viene più portato in latteria dai contadini con secchi e bidoni ma inizia la raccolta a domicilio a Giavera e nei paesi limitrofi al laboratorio. Nel 1970 viene costruito, sempre a Giavera, il primo grande stabilimento per i formaggi freschi e nel frattempo l'azienda passa in mano ai tre figli di Nanni: Luigi, Armando e Bruno.

Negli anni 80 la distribuzione dei prodotti si fa capillare in tutto il territorio nazionale: "Nonno Nanni" diventa uno dei marchi del settore più conosciuti. Viene implementato un nuovo tipo di packaging per preservare al meglio la qualità e la bontà dello stracchino. Agli inizi degli anni 90 viene poi installato il primo coagulatore per la produzione di formaggi molli sostituendo le polivalenti (grandi vasche dove si lavorava il latte un tempo). Le dimensioni del nuovo impianto sono tali da renderlo il più grande impianto per formaggi molli in Europa. Nella direzione aziendale, intanto, si fa avanti la terza generazione, i nipoti di Nanni. Gianni, Alessandro e Silvia Lazzarin sono gli attuali membri del consiglio di amministrazione. Gianni Lazzarin, presidente e direttore commerciale, e Paola Lazzarin, sono i figli di Luigi. Alessandro, Mirca e Tiziana Lazzarin, figli di Armando, sono rispettivamente responsabile di produzione, degli acquisti e della finanza e del personale. Silvia, responsabile marketing e comunicazione, Elisa, responsabile dell'ufficio legale e Daniela Lazzarin, che si occupa del Laboratorio, sono invece figlie di Bruno. Presidente onorario è oggi Luigi Lazzarin, figlio di Giovanni, mentre il fratello Armando oggi segue il reparto confezionamento.



“Un'autentica azienda di famiglia – conclude Silvia Lazzarin –



che porta avanti ancora oggi gli insegnamenti del nonno, che stupisce per il singolare radicamento delle generazioni alla comune attività industriale e che oggi amplia gli orizzonti per portare l'eccellenza italiana dei suoi prodotti anche all'estero”.