

ULTIMO APPUNTAMENTO DEL 5° CICLO DI INCONTRI IN AZIENDA (EDIZIONE 2013) SULLA CSR NEL SETTORE AGROALIMENTARE: VISITA A PERENZIN LATTERIA SRL.

Federica Alimede e Antonio Biasi

Il 21 novembre scorso, si è concluso il 5° ciclo di Open Day sulla CSR. L'edizione 2013 ha visto l'organizzazione di 3 eventi dedicati alle imprese locali del settore Agroalimentare, che si distinguono nell'innovazione di processo/prodotto.

Il resoconto dei due primi incontri è stato pubblicato sul precedente n. 5 dell'EMT. Anche per questo ultimo incontro, il cui tutto esaurito era giunto già a sole due settimane dall'apertura delle iscrizioni *on line* e con ben 3 mesi di anticipo sulla data dell'evento, i titola-

modo di apportare un'interessante novità al proprio modo di proporsi al cliente: non è comune infatti che a pochi passi dal dispensatore dei numeri accanto al banco frigo, si possa attendere accomodati su sgabelli attorno a tavolini, sorseggiando un caffè. Ancora meno comune è che, facendo un giro tra i bassi scaffali dove fanno bella mostra di sé prodotti tipici locali, tra i quali pasta e sughi, si possa scorgere un angolo ristorante. Eh già, perché Latteria Perenzin è il primo "Cheese bar", dotato di cucina dove i clienti e gli ospiti

co. Quello che si dice innovazione, non solo di prodotto!

Ci accomodiamo quindi al piano di sopra e ci troviamo a ripercorrere le tappe principali di questa attività. Dal 1991 Emanuela Perenzin porta avanti una tradizione ormai giunta alla 4^a generazione. Tra ritrovamenti di vecchi libretti del latte datati '36 e medaglie d'oro che cambiarono felicemente la denominazione in "Premiata" Latteria Perenzin, è piacevole passare la prima parte del pomeriggio ad assaporare una bella fetta di storia locale. Ma è ancor più interessante quando, a partire dai due soli tipi di formaggio iniziale, il San Pietro ed il Feletto, Emanuela ci spiega le scelte che porteranno la sua latteria a distinguersi notevolmente dalle altre. È il 1999 e comincia la produzione di formaggi "bio" da latte di capra, a partire da latte di un produttore del bellunese. E per farci capire come i tempi cambiano e come cambiano gusti e mentalità delle persone ci porta questo dato: inizialmente la produzione di formaggi da latte di capra faceva riferimento a 3 stalle per una lavorazione totale di 450 litri di latte, ora l'approvvigionamento arriva da 13 stalle. Inizialmente i clienti ai quali veniva proposto



ri **Emanuela Perenzin e Carlo Piccoli** hanno concesso di allargare il numero di partecipanti, originariamente fissato a 20, per consentire di accogliere tutte le richieste "extra" pervenute.

Un nutrito gruppo di presenti attende quindi di ascoltare come la produzione della Latteria Perenzin incontri i temi della Responsabilità Sociale d'Impresa.

La prima cosa che colpisce un visitatore, che varchi per la prima volta la soglia del negozio, è che non si tratta di un comune negozio di formaggi. Infatti l'azienda si è da poco trasferita, anche se solo di un numero civico, per dar

di passaggio possono degustare piatti caldi oppure "semplicemente" assaggiare qualche prodotto dell'azienda acquistabile poi al ban-



VISITA A PERENZIN LATTERIA

questo prodotto nuovo, rifuggivano letteralmente a nche un semplice assaggio, col tempo invece sono stati conquistati dal sapore delicato e notevolmente differente dal formaggio prodotto con latte vaccino. La difficoltà iniziale inoltre era dettata anche dal tipo di lavorazione del latte di capra, completamente differente da quella impiegata per il latte vaccino. Tra l'altro il formaggio di capra è particolarmente adatto a tutti coloro che hanno intol-



ranze o allergie al latte vaccino.

Dal 2005 l'impegno dell'azienda è orientato anche all'internazionalizzazione, con la partecipazione alle più rinomate fiere del settore, quale ad esempio quella di Anuga, in Germania, che vanta il primato in Europa e che ad ottobre di quest'anno ha registrato ben 6.800 espositori.

I prodotti Perenzin sono per un mercato di



nicchia, ma sono conosciuti anche all'estero in paesi come: USA, Canada, Hong Kong ed Australia. I clienti esteri non fanno grandi ordini, ma la loro fidelizzazione consente di far crescere costantemente questa azienda nel tempo.

Da due anni esiste inoltre lo spazio PER (Percorsi Enogastronomici di Ricerca), per intenderci si tratta dell'ambiente che ci ha accolti, quello dove i turisti si possono fermare



per le degustazioni e che è nato dopo un "viaggio-ricerca" di Emanuela e Carlo, in giro per l'Europa, per studiare i "locali del formaggio" e dove nasce l'idea del ristorante, area bar e bottega tutto sotto lo stesso tetto. E questa scelta ha portato ad un incremento del fatturato del 50%, anche se, il fatturato del ristorante da solo ancora non ha ripagato gli investimenti fatti, ma la soddisfazione relativa al numero di turisti che si sono fermati da Perenzin in questi ultimi anni ripaga enormemente gli sforzi fatti e l'orgoglio dei proprietari si sente e probabilmente è anche condiviso dai presenti. Grazie al PER è possibile quindi organizzare eventi *musical-cultural-gastronomici* in questo spazio, che d'estate consente anche di godere di una magnifica vista sui colli del coneglianese. Alcuni dati spiccioli per inquadrare meglio questa singolare latteria:

2 milioni i litri di latte lavorati in un anno;
35 mila circa le forme prodotte (numero non coincidente con il numero di pezzi);
30 diversi tipi di prodotti messi in commercio;
46% di latte di capra lavorato e 61% di latte "bio" lavorato;

18% del fatturato derivante dall'esportazione; 15 dipendenti (di cui 7 dipendenti del PER) e conosciute ben 7 lingue straniere parlate.

Tre i tipi di latte che vengono lavorati qui da Perenzin: vacca, capra e bufala e due le "categorie" in cui poi si declinano i vari prodotti: "affinamenti" (stagionatura con altri ingredienti/sostanze che portano delle modifiche organolettiche quali: fieno, pepe, foglia di noce, cera d'api, tartufo) ed "ubriacatura" (con Cioc, Traminer, Prosecco, Marzemino).

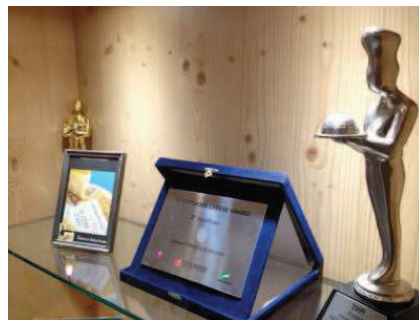
Facciamo quindi un breve intermezzo, scortati al piano di sotto; sotto al locale si trova infatti il magazzino e la zona adibita a stagionatura. Fa freddo e nonostante l'isolamento, dalle celle chiuse giunge comunque il tipico odore del formaggio. Assi di legno vuote perché molti ordini sono già partiti, consentono di notare alcuni dettagli che altrimenti potrebbero passare in secondo piano. Qui gli ambienti sono tutti nuovi, ma la disposizione è accurata e studiata nei dettagli e la scelta delle tavole di legno porta avanti la tradizione della stagionatura tipica "di una volta". Emanuela vuole farci apprezzare il profumo di un formaggio "medievale". L'aria si impregna subito di un odore forte, che dà quasi alla testa. E si torna di sopra dove il marito Carlo Piccoli ci intrattiene per il tempo residuo, parlandoci dei sacrifici e dei costi della sperimentazione, ma non tanto in termini monetari, ma quanto in termini di tempo applicato e in questo ciclo di incontri 2013 è un tema ricorrente, che accomuna tutte e 3 le aziende che abbiamo visitato.

Nel 2011 Carlo dà vita a l'Accademia Internazionale di Arte Casearia, porta la sua notevole



VISITA A PERENZIN LATTERIA

esperienza in città come Cipilo in Messico, dove emigranti veneti fanno ancora il formaggio come si faceva 130 anni fa ed organizza corsi pratici per persone interessate ad approcciarsi al mondo caseario. Se dovessimo scegliere alcuni aggettivi legati all'operato dell'Accademia potrebbero essere: impegno, innovazione, amore e lungimiranza di alcune scelte riguardanti anche la parziale condivisione del *know-how* aziendale con altre realtà



Come di consueto, ogni attività o servizio proposto dallo Sportello CSR e Ambiente viene monitorata tramite questionari di soddisfazione somministrati agli utenti. Anche per la quinta edizione degli Open Day CSR il riscontro ottenuto dimostra un elevato grado di apprezzamento.

ANTICIPAZIONI 2014:

Considerati gli ottimi riscontri ottenuti si anticipa che è già stata avviata la programmazione del 6° Ciclo di Open Day CSR, e che il tema scelto per il 2014 sarà "la sostenibilità".

locali e singoli soggetti.

E ad una domanda in particolare di un partecipante fa piacere sentire Carlo Piccoli dire che non c'è timore che i *competitor* approfittino di questa condivisione di know-how, perché "elevare la qualità per chi fa qualità è importante ed ha un ritorno; la formazione è inoltre una leva importante anche per il marketing". Le idee non mancano e nei progetti prossimi futuri Perenzin vuole proporsi come capofila per un programma capace di rilanciare il turismo locale, legato ai prodotti di qualità.

