

B.B. FARM, gli specialisti negli alimenti zootecnici

La ditta opera nella Pianura Padana nelle zone vocate al Parmigiano e al Grana. «La nostra Pubblicità? Il passaparola fra gli allevatori» afferma Giuseppe Brioni

di **Alessandro Maresca**



La B.B. Farm è una ditta specializzata nei prodotti per l'alimentazione zootecnica. La società infatti produce e fornisce miscele personalizzate realizzate in base alle esigenze delle singole aziende, realizzate con materie prime di qualità sia nazionali che estere. L'azienda mira a proporsi come fornitore di prodotti di elevata qualità per le vacche da latte nei quali si è andata sempre più specializzando nel tempo.

La B.B. Farm spa si occupa da più di sessant'anni della fornitura agli allevatori di mangimi, cereali e materie prime per l'alimentazione zootecnica. Dal 1950, infatti, il mugnaio **Giulio Brioni** inizia l'attività di commerciante



Brioni.

di prodotti per l'agricoltura.

Negli anni ottanta, **Giuseppe Brioni** subentra al padre e ne amplia l'attività. Con gli anni novanta la Brioni Giuseppe & C. snc si sposta nell'attuale sede di Castenedolo, sita in via Monte Pasubio 96. La B.B. Farm srl nasce nel 2005, e diventa B.B. Farm spa dal 2009. Dotata di un mangimificio proprio e di strutture tecniche all'avanguardia, la B.B. Farm spa è in grado di offrire un prodotto con caratteristiche tali da posizionarsi con competitività sul mercato italiano, in particolare nell'alimentazione bovina.

Per conoscere meglio questa realtà abbiamo incontrato Giuseppe Brioni, che ha accettato di rispondere alle nostre domande.

L'inizio dell'attività

Come nasceva la società e quale stimolo l'ha indirizzata a concentrare il core business sugli allevamenti?

«Inizialmente il proseguimento dell'attività paterna si svolgeva in ambito agricolo. Successivamente ho avviato la vendita di



La sede della B.B. Farm.

mangimi e di materie prime cerealicole. La passione per i bovini da latte, la curiosità nella ricerca di soluzioni alimentari efficaci, sane e produttive ha portato sempre di più la nostra società ad approfondire e coltivare soluzioni nutrizionali attente al benessere animale ed ai risultati produttivi».

Quale zona d'Italia è coperta dall'attività della vostra ditta

«Operiamo in tutta la Pianura Padana là dove si trovano le vacche da latte, nelle zone vocate al Parmigiano reggiano e Grana padano».

Che tipo di mangimi producete?

«Noi non produciamo mangimi pellettati ma mi-

scelate di materie prime personalizzate. C'è differenza, e gli allevatori lo sanno. Commercializziamo tutte le materie prime nobili quali la soia, il mais, il girasole e colza. Commercializziamo anche alcuni sottoprodotti consapevoli del ruolo che le fibre giocano nell'alimentazione.

Una grossa spinta internazionale ci ha portati negli anni dappima in

Francia, Austria Germania Ungheria e altri paesi dell'Est per trovare i migliori cereali, quindi in Spagna per l'erba medica poi in Brasile e Grecia per il seme di cotone selezionando così i nostri fornitori».

L'innovazione

Qual è il livello di informatizzazione/automazione che avete raggiunto e che cosa pensate di fare in più?

«Il livello di informatizzazione e automazione raggiunto è quello necessario per lavorare in un contesto sempre più veloce e difficile. Tutto l'impianto di produzione è automatizzato dovendo gestire sia



La torre della B.B. Farm.

la precisione nella produzione che il comparto lotti per far fronte ad emergenze sanitarie».

Credete nelle giovani leve?

«Riteniamo fortemente importante investire sulle professionalità delle persone e in modo particolare sui giovani. Abbiamo rafforzato il comparto controllo qualità ed inse-

rito due apprendisti per passare la mano ad energie motivate e dare loro l'opportunità di pensare ad un futuro.

È intenzione dell'azienda continuare ad investire in formazione. Il lavoro si fa con il cuore e la testa prima e poi con i pc. A E dobbiamo ringraziare dipendenti e collaboratori che con noi hanno condiviso le novità, le difficoltà ma anche le soddisfazioni».

Siete presenti in internet e nei social network e con quali velleità?

«Abbiamo un sito internet che stiamo aggiornando avvalendoci proprio delle competenze delle forze giovani inserite in azienda».

Come pubblicizzate i vostri prodotti?

«La nostra pubblicità è il passaparola tra allevatori. Tra gente che si parla e si incontra la parola rappresenta ancora un valore».

Organizzate corsi/incontri per allevatori/agricoltori?

«Lo abbiamo fatto e lo faremo quando ci saranno stimoli e occasioni. La crisi ci vuole attenti alla nostra quotidianità a trasformare le difficoltà in opportunità».

Il futuro

Qual è la tipologia del vostro cliente?

«Il nostro cliente è quello che condivide la nostra filosofia di chiarezza, semplicità, preparazione e professionalità».

Come pensate di distinguervi dalla concorrenza?

«Questa domanda andrebbe fatta ai nostri clienti che ci hanno scelto e hanno abbracciato le idee che ci ispirano ogni giorno...».

E per futuro cosa vedete?

«Innanzitutto abbiamo una speranza: che il sistema creditizio e finanziario si renda disponibile a conoscere e credere nel settore zootecnico e a distribuire alle aziende quell'ossigeno di liquidità che, a condizioni di serietà e rispetto degli impegni, ne permetta la continuità. Dietro il "rating alto" ci sono facce, ci sono radici che corriamo il rischio di disperdere nel vento...».