



## Comunicato stampa

### **Cooperlat diventa “TreValli Cooperlat”**

*Nuova Brand Identity per il Gruppo italiano del latte e caseari. La strategia per la crescita sul mercato nazionale e su quello internazionale passa per il marchio*

Milano, 25 Marzo 2009 - Lo storico marchio **TreValli**, già presente sul mercato nazionale, da oggi identifica l'intero Gruppo e diventa il marchio ombrello, tramite cui garantire la qualità e la sicurezza dei marchi locali, grazie ai quali la cooperativa marchigiana è cresciuta negli anni.

Questa scelta è frutto della ricerca di mercato condotta dall'azienda, che ha dimostrato come il consumatore riconosca ai grandi gruppi il ruolo di garante della qualità e della sicurezza dei prodotti industriali.

“TreValli Cooperlat – dichiara il **Presidente Giovanni Cucchi** – ha già da tempo la dimensione adatta per coniugare queste caratteristiche, tipiche della dimensione industriale, alla genuinità ed al forte legame con il territorio, valori riconosciuti dai consumatori ai marchi locali”.

A TreValli Cooperlat, marchio del Gruppo, si affianca quello creato per il mercato: **Noi di TreValli**, accostato al pay-off **Insieme per la Qualità**, a conferma dell'impegno su questo fronte. Tutte le confezioni dei prodotti TreValli Cooperlat, dal mese di aprile, riporteranno il nuovo logo, caratterizzato da una veste grafica moderna e morbida nelle linee. Frutto del restyling realizzato da Visual Art Group di Milano, sarà presente sui prodotti di tutta la gamma, che comprende: latte fresco e Uht, panna e besciamella, formaggio, mozzarella, dessert e creme vegetali.

“Un progetto ideato per valorizzare ancora di più la nostra presenza nelle realtà regionali - spiega Giovanni Cucchi – e i marchi, particolarmente legati al latte fresco, frutto del lavoro dei soci allevatori con cui per decenni abbiamo costruito la nostra credibilità e dato valore alle produzioni, in particolare a quella dei prodotti tipici, secondo la mission aziendale centrata sulla valorizzazione del latte prodotto dai nostri soci”.

La via che ha reso possibile il continuo sviluppo della cooperativa negli anni è stata, infatti, quella di aggregare le realtà locali; le esperienze delle piccole centrali del latte cittadine, caratterizzate dalla freschezza del prodotto, dalla genuinità, dalla provenienza certa e dalla lunga tradizione. Questa strada ha portato l'azienda a ricoprire un ruolo primario nel panorama agroindustriale italiano e internazionale, arrivando a esportare i prodotti in circa **50 paesi** e mantenendo in vita presidi gastronomici simbolo del territorio, come i formaggi Dop e la mozzarella Stg.

“La strategia del Gruppo mira a consolidare il posizionamento dell'azienda sui mercati di riferimento e a potenziare il dialogo con i grandi clienti della Gdo – prosegue il **Direttore Generale Walter Paolo Panizzoli** – attraverso un'efficace valorizzazione dei marchi nazionali. I nostri interlocutori, infatti, possono contare su un partner altamente affidabile in termini di capacità di innovazione e di garanzie di qualità. Prevediamo che questa strategia ci porti ad una crescita del 9%



Uff. Stampa TreValli Cooperlat – Roberto Ceccarelli, Roberta Maccagnani

[PressCom](http://www.presscom.it) Tel. 0731200470 e-mail: [r.ceccarelli@presscom.it](mailto:r.ceccarelli@presscom.it) --- [r.maccagnani@presscom.it](mailto:r.maccagnani@presscom.it)

[www.presscom.it](http://www.presscom.it)

di fatturato nel triennio 2009-2011, con l'export in crescita di oltre il 25%. Con questi risultati – conclude Panizzoli – continueremo ad investire circa 20 milioni di euro nel prossimo triennio, in nuovi impianti, nuovi prodotti, ammodernamento delle attrezzature tecnologiche di processo e di prodotto, e ricerca e sviluppo”.

TreValli Cooperlat ha investito complessivamente 21,6 milioni di euro nel triennio 2006/08.

Oltre alla certificazione ISO 9001/2000 per tutti gli stabilimenti del Gruppo, a Jesi, sede della cooperativa, è stata ottenuta la certificazione **British Retail Consortium**, (Brc), standard tecnico di riferimento, indispensabile per crescere nella Grande Distribuzione estera, per tre linee produttive all'avanguardia: besciamella, panna spray e creme dessert in brick.

Il Gruppo ha anche ottenuto la certificazione **International Food Standard** (Ifs) per il caseificio **Colavev Valtellina**, riconoscimento anche questo volto a garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti alimentari nella Grande Distribuzione.

Il lancio del nuovo marchio è frutto del nuovo posizionamento del Gruppo, basato sulla contemporanea valorizzazione dei marchi locali e dei marchi nazionali TreValli e Hoplà. Il nuovo posizionamento è stato definito seguendo un processo in più fasi; ciascuna fase è stata accompagnata da ricerche qualitative e quantitative sul consumatore, secondo un campione nazionale ed un sovra-campionamento sui mercati locali. Il processo di ricerca è stato condotto dalla società Lorien Consulting di Milano. La campagna di comunicazione per veicolare i marchi chiave e la nuova Identity del Gruppo prevede la presenza su media nazionali e locali; sono previsti spot televisivi su Hoplà, *on-air* già dai prossimi giorni sulle reti nazionali e campagne di affissione sul latte fresco nelle realtà locali dove TreValli Cooperlat è presente storicamente. La comunicazione del Gruppo al consumatore è affidata all'Agenzia Expansion di San Marino.

“La nuova immagine risponde alle esigenze dei consumatori – sottolinea il **Direttore Marketing Federico Camiciottoli** – perché i marchi locali, percepiti unanimemente per la genuinità, si arricchiscono anche di valori come qualità, ricerca, innovazione e sicurezza del prodotto, tipicamente riconosciuti come elementi propri dei grandi gruppi industriali. Il consumatore potrà così identificare i marchi locali come appartenenti al Gruppo TreValli Cooperlat. Allo stesso tempo, la nuova Identity permetterà di supportare al meglio i marchi nazionali ed internazionali, aprendo al strada ad ulteriori innovazioni di prodotto”.

Tra le iniziative promozionali TreValli Cooperlat invierà direttamente a casa di ciascuna delle 40.000 famiglie italiane già consumatrici fidelizzate dei prodotti dell'azienda, 30 buoni sconto da utilizzare per l'acquisto del latte fresco del Gruppo; i buoni saranno immediatamente utilizzabili alle casse dei punti vendita. “Misura creata per contribuire – conclude Camiciottoli – ad una maggiore vicinanza al nostro consumatore fedele, riconosciuto e premiato in questo modo”.

### **TREVALLI COOPERLAT in breve**

*TreValli Cooperlat, con €257 mln di fatturato lordo consolidato nel 2008 ed un incremento del 4% rispetto all'anno precedente, è il terzo gruppo italiano nel settore lattiero-caseario. Fondata nel 1982 a Jesi, provincia di Ancona, oggi associa oltre mille agricoltori di base, impiegando una forza lavoro di 890 persone, in nove stabilimenti produttivi sparsi in tutta Italia. La mission del gruppo consiste nel valorizzare il prodotto conferito dai soci, in termini di prezzi e servizi. Capillare la presenza sul territorio nazionale dove TreValli Cooperlat è presente con 11 marchi territoriali tutti fortemente radicati nelle aree di origine. L'export rappresenta uno dei vanti di TreValli Cooperlat: i prodotti raggiungono circa 50 paesi in tutto il mondo. Inoltre, una joint-venture in Grecia, Torre Cooperlat, assicura la presenza del Gruppo, con leadership europea nel settore delle creme vegetali attraverso la linea “Hoplà”.*



Uff. Stampa TreValli Cooperlat – Roberto Ceccarelli, Roberta Maccagnani

[PressCom](http://www.presscom.it) Tel. 0731200470 e-mail: [r.ceccarelli@presscom.it](mailto:r.ceccarelli@presscom.it) --- [r.maccagnani@presscom.it](mailto:r.maccagnani@presscom.it)

[www.presscom.it](http://www.presscom.it)