

Università Latteria Soresina da studiare

La grande cooperativa casearia entra come case history all'Accademia S. Lucia di Brescia

■ **SORESINA** Una storia di così grande successo da finire sui testi accademici. Non come banale esempio, inciso, o citazione ma come scuola di vita e d'impresa. Chi il latte lo beve, lo lavora o lo vende avrà già capito dove si vuol andare a parare: Latteria Soresina, la principale Cooperativa lattiero casearia italiana di primo grado e leader mondiale nella produzione di Grana Padano (ma questo già si sapeva), entra in Università come case history, cioè materia di studio, di eccellenza sul tema del rebranding, il riposizionamento sul mercato.

La latteria in aula. La sede scelta è l'Accademia Universitaria Santa Giulia di Brescia, per gli studenti dei corsi Comunicazione Pubblicitaria (Laurea Triennale) e Fenomenologia dell'Immagine (Laurea Magistrale) dell'Accademia. L'incontro formativo ha avuto come focus il tema del

'Rebranding' e la valorizzazione dell'identità di marca tra offline e online. L'Accademia di Belle Arti di Brescia Santa Giulia è parte integrante del sistema pubblico dell'Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica (AFAM) che fa capo al Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR). È tra le prime Accademie italiane ad aver recepito le indicazioni ministeriali che hanno fatto evolvere il sistema formativo delle accademie statali e legalmente riconosciute. Santa Giulia è tra le realtà educative-formative gestite dalla Cooperativa Foppa che da oltre 20 anni è impegnata nella formazione di livello nazionale e internazionale.

La speciale lezione ha visto la partecipazione del Direttore Marketing e Comunicazione di Latteria Soresina **Gianluca Boschetti** e del Creative Director e Project manager di

New Target, **Antonio Noventa**, agenzia di comunicazione che ha curato l'intera esecuzione del progetto. Durante l'incontro è stato presentato agli studenti il percorso di marketing comunicazionale e creativo che ha portato all'aggiornamento dell'immagine percepita del brand, a partire dal completo restyling dei packaging.

La collaborazione di New Target con Latteria Soresina è iniziata nel 2018 con lo studio del catalogo digitale, a cui è seguito il restyling del sito web, arricchito di nuovi video istituzionali, contenuti informativi e focus di prodotto. Nel Gennaio 2021 New Target ha vinto la gara, indetta dal board aziendale, per l'importante azione di rebranding. L'impegno dell'agenzia non si è limitato alla strategia creativa o al coordinamento d'immagine: in soli 6 mesi è infatti riuscita a

dar vita a 280 packaging differenti. Durante la lezione in Accademia Santa Giulia è stato appunto presentato e motivato il dialogo collaborativo tra Agenzia e Latteria Soresina in ogni punto focale: dallo sviluppo della nuova immagine alla campagna di lancio on e off line, mettendo in campo un nuovo e-commerce interattivo, una web-app, la release di una serie di video corporate, pubblicità sul web, strumenti di promozione e marketing e un piano editoriale social dedicato.

Gli studenti hanno potuto conoscere in dettaglio il progetto, uno dei più importanti a livello nazionale degli ultimi anni nel mondo della comunicazione aziendale, considerando anche che Latteria Soresina è un brand con oltre 120 anni di attività e si colloca ai vertici del settore lattiero-caseario.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Latteria Soresina entra in Università come case history di eccellenza sul tema del rebranding. La sede scelta è l'Accademia Universitaria Santa Giulia di Brescia