

Rebranding Latteria Soresina: una case history di eccellenza entra in Università

Il percorso di marketing comunicazionale e creativo ha portato all'aggiornamento dell'immagine percepita del brand, a partire dal **completo restyling dei packaging**

Latteria Soresina - la principale Cooperativa lattiero casearia italiana di primo grado, leader mondiale nella produzione di **Grana Padano** - entra in Università come case history di eccellenza sul tema del Rebranding. 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) afferente 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 educativo-formative gestite dalla **Cooperativa Foppa**; costituisce un'oggettiva istituzione 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 l'agenzia è riuscita a dar vita a 280 packaging differenti, orchestrando l'intera macchina dei lavori in ogni fase operativa. Durante la lezione in **Accademia Santa Giulia** è stato appunto

presentato e motivato il dialogo collaborativo tra Agenzia e Latteria Soresina in ogni touchpoint di comunicazione: dallo sviluppo della nuova immagine alla campagna di lancio on/off line, mettendo in campo un nuovo e-commerce interattivo, una web-app, la release di una serie di video corporate, ADV, strumenti di promozione e referral marketing e un piano editoriale social dedicati. Gli studenti hanno potuto conoscere in dettaglio il significato di questo progetto di rebranding, uno dei più importanti a livello nazionale degli ultimi anni nel mondo della comunicazione aziendale, considerando anche che Latteria Soresina è un brand storico italiano con oltre 120 anni di attività e si colloca ai vertici del settore lattiero-caseario.



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile