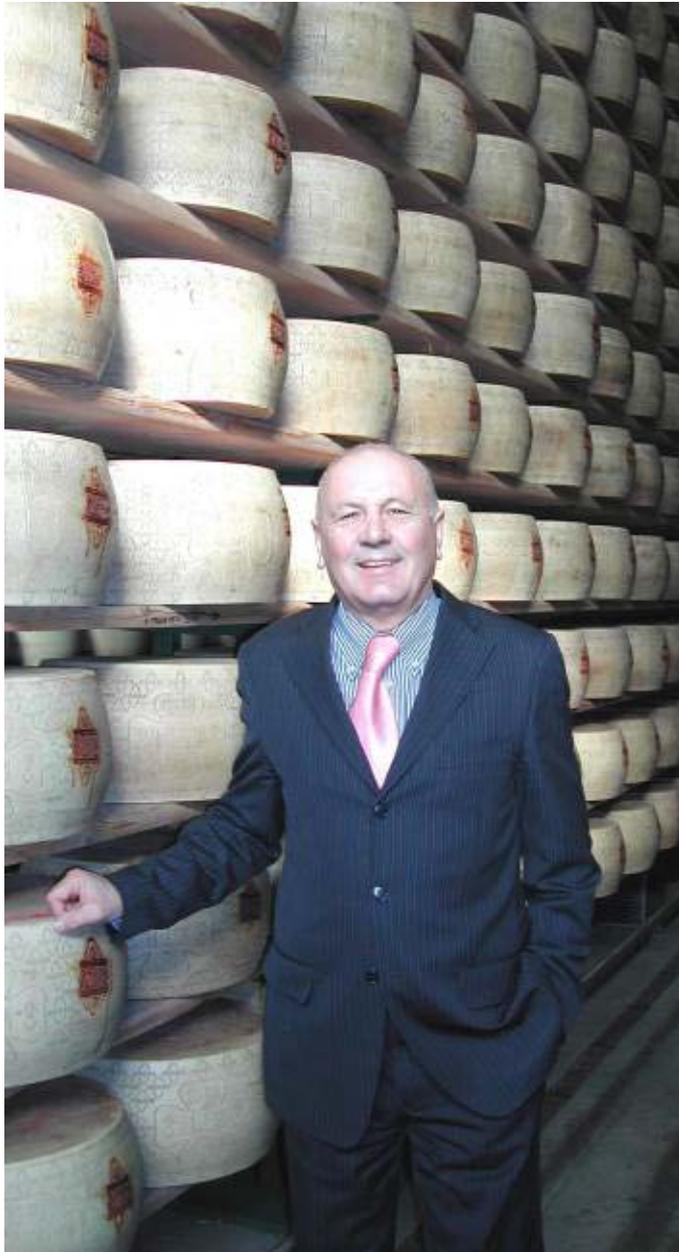


Soresina Latteria sul podio anche nelle vendite online

La storica azienda si impone su oltre cinquemila realtà industriali e si aggiudica l'Ecommerce Food Award



Il presidente Tiziano Fusar Poli nel reparto di stagionatura

di **ANDREA ARCO**

■ **SORESINA** Il 2023 è l'anno della Latteria. Il colosso cooperativo di via dei Mille, guidato da **Tiziano Fusar Poli**, dopo l'acquisizione milionaria della piemontese OIOLI col suo gorgonzola storico, centra un altro successo. Stavolta a Bologna, dove a brillare nella sfida nazionale per i siti di commercio su internet meglio realizzati, ma anche per i pacchetti più allettanti, è stata proprio l'azienda soresinese, incoronata vera e propria regina del settore e-commerce.

Più nello specifico: all'evento Ecommerce Food Conference di Bologna, Latteria Soresina ha ricevuto il prestigioso riconoscimento denominato Ecommerce Food Award 2023. È stato conferito al sito «digital-shop.latteriasoresina.it» nella categoria «miglior e-commerce d'Italia con packaging del prodotto personalizzato».

A rendere importante il traguardo non solo il trofeo in sé, ma chi lo consegna: «Il risultato – spiegano dall'azienda – è altamente significativo, alla luce degli elementi che fanno di Ecommerce School la principale scuola di formazione manageriale sull'e-commerce in Italia».

Per individuare a chi destinare il riconoscimento, infatti, Ecommerce School ha analizzato oltre cinquemila esiti di vendita del food in Italia. I parametri di selezione,



ne, molto tecnici e noti per lo più solo agli addetti ai lavori, sono i seguenti: compliance con la normativa; rilevazione del traffico sul sito; presenza di informative legate all'acquisto; fruibilità del sito in termini di Ux e Ui; presenza di programmi di sostenibilità; utilizzo appropriato di contenuti visivi e testuali e la presenza dei parametri base di «conversion rate optimization». In parole povere: il sito di Latteria funziona bene, vende bene, piace ai clienti ed è di elevata qualità.

Il premio, o meglio quello che sta dietro, è già un caso di studio universitario. Il sito e-commerce di Latteria Soresina, brand storico italiano con oltre 120 anni di attività e che si colloca ai vertici del

settore lattiero-caseario, è stato sviluppato dall'agenzia di comunicazione New Target, realtà di Bergamo specializzata nei settori Food e Gdo, con la quale Latteria Soresina collabora da tempo. «Il sito – spiegano dalla Latteria – è stato parte integrante di una strategia di comunicazione, nella quale New Target ha sviluppato un'azione di rebranding per Latteria Soresina. Un impegno a largo raggio per l'aggiornamento e la valorizzazione dell'immagine. Non a caso è entrata anche nelle aule universitarie e rappresenta uno dei più importanti programmi a livello nazionale degli ultimi anni nel mondo della comunicazione aziendale».

La chiave vincente, al di là

dell'indiscussa e prioritaria qualità del prodotto, sta anche e soprattutto nella sua presentazione.

New Target si è occupata della completa gamma packaging che consta di oltre 280 confezioni differenti.

Ma non solo: dallo sviluppo della nuova immagine alla campagna di lancio, alla pubblicità, agli strumenti di promozione, social e molto altro.

«Crossmedialità: è questa la parola chiave necessaria – chiosano dal quartier generale di via dei Mille – per comprendere appieno la strategia di comunicazione messa in campo per sostenere il cambio di immagine, che si è dimostrato oggi un grande successo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA