



Comunicato stampa

## **GIORNATA DEL LATTE, LA COOPERAZIONE RIVENDICA IL SUO “RUOLO RILEVANTE”, RAGGIUNTI 7 MILIONI DI UTENTI GRAZIE A CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE**

*Proviene dalle cooperative più del 60% del latte raccolto e circa il 70% del mondo dei formaggi DOP.*

**Roma, 1 giugno 2021** - “La filiera lattiero-casearia italiana è il punto di incontro tra mestieri millenari custodi di tradizioni e nuove competenze per raggiungere ambiziosi obiettivi in linea con l’evoluzione della società, quali la sostenibilità, il benessere animale, la tracciabilità. Scegliere il latte fresco e i formaggi italiani significa, quindi, contribuire a mantenere vive e vitali questa identità e queste tradizioni e a sostenere nel contempo le trasformazioni in atto nella filiera”. Così Giovanni Guarneri, coordinatore settore lattiero-caseario di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata mondiale del latte che si celebra oggi, 1 giugno.

Guarneri ha ricordato come la cooperazione in questo settore abbia un ruolo rilevante, non solo in termini quantitativi - più del 60% del latte raccolto - ma anche qualitativi (circa il 70% del mondo dei formaggi DOP). “A fronte di molte aziende che si trovano in difficoltà e rischiano di chiudere – ha commentato Guarneri – le cooperative sono in grado di preservare la tenuta della filiera e salvaguardare l’intero tessuto economico-produttivo del territorio. Con la raccolta e la trasformazione del latte la cooperazione garantisce reddito a centinaia di migliaia di famiglie e contribuisce alla salvaguardia del territorio, specie nelle aree di montagna più a rischio spopolamento”.

Da alcuni anni l’Alleanza delle Cooperative ha deciso di impegnarsi per valorizzare – dal punto di vista mediatico e nei confronti del consumatore - il ruolo strategico del settore lattiero caseario nel sistema alimentare ed economico italiano, attraverso il progetto di comunicazione “Verde latte Rosso” che per due anni ha raccontato l’eccellenza del latte italiano, mettendo al centro la filiera e la produzione casearia di qualità: il miglior food *Made in Italy* grazie al latte *Made in Italy*. “I risultati - spiega Guarneri - sono stati sorprendenti: la campagna ha raggiunto 7 milioni di utenti unici e generato più di 40 milioni di impression, contribuendo alla creazione di una social community attiva e interessata al latte, con più di 5.3000 fan, generando un *engagement rate* medio di 2,8%.



“Questi numeri e la risposta positiva del pubblico - ha concluso Guarneri - spingeranno l’Alleanza delle Cooperative ad investire ancora in comunicazione al fine di riqualificare l’immagine del latte e dare il giusto valore al settore lattiero caseario italiano, difendendo così il lavoro di migliaia di allevatori, centinaia di migliaia di lavoratori dell’indotto lattiero caseario, 16,5 miliardi di euro di fatturato, ma soprattutto la reputazione del *Dairy Made in Italy*, un bene dal valore inestimabile”.

---

**Alina Fiordellisi**

Ufficio stampa  
Alleanza cooperative Agroalimentare  
Via Torino 146  
00184 ROMA  
tel. +39 06 46978202  
mob. +39 3803996627