Consorzio Latterie Virgilio

Cooperativa di 2° grado costituita nel 1966, il Consorzio Latterie Virgilio si occupa di lavorazione delle creme di latte e del latte, della stagionatura, porzionatura e confezionamento di formaggi e di macellazione di suini. Sin dal gennaio 2001, il Consorzio ha ottenuto la certificazione dell'ente Csqa, che garantisce la provenienza esclusivamente nazionale di latte e crema di latte e, recentemente, quella per il confezionamento del formaggio biologico. Sempre con Csqa si è da poco conclusa, per le carni suine, la verifica di certificazione per la rintracciabilità della filiera e la certificazione di prodotto con caratteristiche non Ogm. Il Consorzio ha ampliato negli anni le sue attività attraverso l'acquisizione di partecipazioni in altre aziende. Nel 1996 entra a far parte del Gruppo Virgilio la Bertana di Cremona (macellazione e lavorazione carni suine) e, in seguito, la Brendolan Prosciutti di Lonigo (Vi). Nel 2004 il Consorzio acquisisce anche Antica Formaggeria di Carpi. Infine, nel settembre 2006 è la volta di Euroformaggi e C., che continuerà a confezionare e commercializzare una vasta gamma di formaggi: Grana Padano e Parmigiano Reggiano, Provolone, Asiago, Montasio, Gorgonzola, Pecorino Romano, Scamorza, Maasdam, Fontal, Emmental, Gouda, Camembert, ecc.

VIRGILIO
Italiani in tutto e per tutti.

L'obiettivo di Virgilio è garantire la migliore qualità dei propri prodotti, attraverso molteplici attività, fra cui spicca l'aggiornamento di impianti e strutture produttive. A esso, nel corso dell'ultimo biennio, il Consorzio ha dedicato più di 6 milioni di euro. È stata inoltre completata la prima fase di sperimentazione per la rintracciabilità delle forme di formaggio durante il ciclo produttivo e di stagionatura, con sistemi di riconoscimento elettronico in radiofrequenza (Rfid). I passi successivi saranno finalizzati alla certificazione Csqa del formato dei dati da memorizzare nel chip e delle apparecchiature per la loro lettura/scrittura.

L'innovazione. Nel 2006 il Consorzio ha continuato ad affermare il proprio marchio, valorizzando l'assortimento soprattutto sui formati dei formaggi stagionati confezionati: dai classici sottovuoto ai termoformati, dalle buste di grattugiato alle vaschette in Atm. L'innovazione di prodotto è stata finalizzata anche all'utilizzo di nuove tecnologie, per essere sempre più competitivi e garantire qualità e servizio, sempre più richiesti dai consumatori moderni.

IL CONSORZIO IN CIFRE

Aziende associate	108
Allevatori	oltre 2.000
Fatturato 2006 (previsione)	circa 340 milioni di euro (+4,6% sul 2005)
Dipendenti	268
Export di formaggio	23% della produzione totale
Commercializzazione dei formaggi vaccini	1° operatore in Italia come gruppo per quota a volume
Trasformazione di suini destinati al circuito dop	15% della produz. lombarda e 7% della produz. nazionale

Le vaschette di Parmigiano Reggiano e Grana Padano di Filiera Dop.

Un'immagine aerea della cremeria del Consorzio, dove si producono burro, panna, mascarpone e latte.

La strategia. Sul fronte commerciale e marketing il Consorzio punta a offrire un'ampia gamma di prodotti italiani di qualità con elevato contenuto di servizio; garantire la massima visibilità del marchio Virgilio attraverso un rapporto stretto con la distribuzione alimentare; diffondere le referenze, con il supporto della comunicazione al trade e al consumatore; sviluppare una relazione di fiducia con quest'ultimo.

La comunicazione. Nel 2006 il Consorzio ha sviluppato attività di comunicazione, a cominciare dalla pubblicità, con una campagna a mezzo radio e stampa nazionale che ha enfatizzato le caratteristiche dei prodotti: naturalezza, italianità certificata della materia prima e servizio. Il pack è stato rinnovato ed è sempre più distintivo. La comunicazione ai media è stata affidata a un ufficio stampa esterno, con ottimi risultati sul piano della visibilità del marchio su testate specializzate del settore food, gdo, comunicazione e marketing.

Nel 2007 sono in cantiere, da una parte, il lancio di nuove referenze a elevato rapporto qualità/contenuto di servizio e, dall'altra, il proseguimento dell'attività di comunicazione rivolta sia al trade sia al consumatore.

I PUNTI DI FORZA

- costanti investimenti sul fronte degli impianti e delle strutture di produzione
- ampia gamma di prodotti di alta qualità e a forte contenuto di servizio
- attività di comunicazione per supportare la diffusione del marchio Virgilio

IL MANAGEMENT

Presidente
Carlo Petrobelli
Direttore Generale
Vito Orsatti
Direttore Commerciale Italia
Angelo Cappai
Direttore Commerciale Estero
Fausto Turcato

LA SEDE

Consorzio Latterie Virgilio
Via della Favorita, 19
46100 Mantova
Tel. 0376.3861
Fax 0376.391496
infoitalia@e-virgilio.com

Comunicazione d'impresa: serie LE SCHEDE AZIENDALI © 2007 Editoriale Largo Consumo srl