

Testata:  
Pag:  
Diffusione:  
Data:  
Periodicità:

Press **com**  
THE MEDIA LINK

Informazione individuata su richiesta del fruitore per suo uso esclusivo. Riproduzione vietata.

# Panorama

speciale Marche



**Gli uomini & le imprese**  
È la patria dell'industria del bianco,  
degli elettrodomestici, delle calzature.  
E sta diventando un'importante meta  
turistica. Con grande attenzione  
all'ambiente, al risparmio energetico  
e ai nuovi gusti dei consumatori,  
la regione supera la crisi  
e conquista mercati.

# L'ITALIA CHE VINCE

Testata:  
Pag:  
Diffusione:  
Data:  
Periodicità:

Informazione individuata su richiesta del fruitore per suo uso esclusivo. Riproduzione vietata.

speciale Marche

## Cotoletta light o superlatte?

ALIMENTARE

L'innovazione è una delle chiavi del successo delle imprese del settore: come dimostrano i casi Cooperlat, Fileni e Petrini.

**G**iovanni Cucchi, presidente della Cooperlat, terzo gruppo lattiero caseario italiano con 242 milioni di fatturato, ha già in mente il suo schema per il rilancio dell'agroalimentare italiano: ecosistemi produttivi e filiere locali, alleanze extra-regionali, politiche di marchio e soprattutto tanta inventiva. Lo dice sapendo che il 93 per cento dei suoi ricavi viene da prodotti a marchio proprio, fra cui TreValli, Latte Cigno e crema vegetale Hoplà, consapevole di riuscire a pagare agli allevatori locali 3 o 4 centesimi in più ogni litro di latte conferito e, soprattutto, del traino che prodotti innovativi e all'apparenza insoliti hanno esercitato sulle maggiori aziende marchigiane del settore.

Qualche esempio? Le Fattorie Petrini, che hanno brevettato un olio di oliva biologico vitaminizzato che combatte l'osteoporosi, venduto in farmacia. Il gruppo Fileni, 255 milioni di fatturato, primo ad allevare 11 anni fa polli «bio» e oggi terzo gruppo nazionale delle carni avicole do-

po Amadori e Aia. E naturalmente la Cooperlat, che con Hoplà tiene bene il mercato estero e si appresta anche a lanciare Vivisano, un latte privo di lattosio ma rinforzato con pappa reale per la prima colazione.

«Nelle Marche c'è troppa frammentazione tra le aziende agricole e di conseguenza poche risorse da dedicare alla costruzione di un marchio» sottolinea Cucchi. Non a caso la Fileni cresce: «Lo scorso

Giovanni Cucchi della Cooperlat: 242 milioni di fatturato.

anno abbiamo acquistato un ramo di azienda dalla Arena» racconta Roberta Fileni, membro del consiglio aziendale ed erede del fondatore Giovanni. «Ci è costato 10 milioni, ma adesso abbiamo la capacità produttiva necessaria per affrontare nuovi mercati e nuovi clienti». Non soltanto all'estero. «In Italia abbiamo appena lanciato la prima cotoletta pronta non fritta. Si scalda, ha lo stesso sapore e non fa male». ●



AZZA MARSELLA