

# TreValli Cooperlat al centro del Food Blogger Tour. Campagna europea contro le fake news sul latte e sui formaggi simboli del made in Italy

TreValli Cooperlat, con i suoi prodotti, è stata tra le cooperative protagoniste del primo blogger tour all'interno del progetto "*Think Milk, Taste Europe, Be Smart*", promosso dal Settore Lattiero Caseario dell'Alleanza delle Cooperative Agroalimentari realizzato da Confcooperative e cofinanziato dalla Commissione Europea, con l'obiettivo di valorizzare il settore, la cultura produttiva e gli alti standard di qualità, sicurezza e benessere animale che contraddistinguono il comparto.

---

Con un calo annuale del 2,1% dei consumi, il latte fresco rischia di subire una flessione ancor più significativa a causa della diffusione crescente di fake news contro l'alimento tradizionale più salutare della colazione tipica del Bel Paese.

---

Dieci foodblogger italiani e sei tedeschi, tra i più seguiti nella Rete, sono stati chiamati a un'azione collettiva di informazione, con l'obiettivo di generare valore e di conseguenza aumentare la fiducia dei cittadini, in particolare i più giovani, verso il consumo di latte. **Un invito a informarsi e a riflettere (*think*) per poter compiere scelte di**

**consumo intelligenti (*smart*), dando la preferenza a prodotti europei come il latte (*milk*).**

---

La tappa nelle Marche dei foodblogger ha previsto tre soste: visita allo stabilimento produttivo dei formaggi Fattorie Marchigiane di TreValli Cooperlat, a Colli al Metauro, con esperienza di una mega pizza ai formaggi e accostamenti audaci, preparata dallo chef Gianluca Passetti; visita al pastificio 'Dalla Peppa', a Fano, di Martina Carloni per la farcitura di un raviolo tipico alla ricotta; degustazione guidata dal titolo "Cinque sensi per il Formaggio" e cena emozionale a base di pesce e formaggi al ristorante AlMare dello chef Antonio Scarantino, con un menu ricco di abbinamenti insoliti per originali esperienze sensoriali guidate dal sommelier Otello Renzi. La linea di prodotti TreValli e la Casciotta d'Urbino Dop, il Formaggio di Fossa di Sogliano Dop, il Latte QM-Qualità Marche, la Mozzarella Tradizionale STG, eccellenze casearie simbolo delle Marche di qualità e sostenibilità, abbinati alla storica Doc Bianchetto del Metauro, sotto i flash dei foodblogger, accompagnati da Gianluca Pierangelini di Confcooperative e accolti da Paolo Cesaretti, brand manager di Cooperlat.

---

"Vogliamo cogliere l'opportunità dei nuovi linguaggi digitali – ha dichiarato Paolo Cesaretti – per valorizzare i nostri prodotti lattiero-caseari, raccontarne il metodo di produzione, l'identità che li lega a questo territorio e l'uso e il consumo. I formaggi sono eccellenze da consumare da soli, ma anche buonissimi ingredienti sempre più utilizzati in cucina da chef stellati e da pizza chef per numerosi piatti che vanno dall'antipasto al dessert".

---

TreValli Cooperlat, con quartier generale a Jesi, è la terza

realità nel panorama italiano tra i gruppi lattiero-caseari con 227 milioni di euro di fatturato e 600 addetti. Si compone di 11 cooperative sociali, dislocate in 7 regioni. Il latte conferito da circa 1000 produttori associati viene trasformato nei 4 stabilimenti del Gruppo – Amandola (FM), Colli al Metauro (PU) e Grugliasco (TO) – e declinato in tutte le categorie di prodotto offerte: latte fresco pastorizzato, latte fresco Alta Qualità e Alta Qualità QM, latte a lunga durata (ESL), e a lunga conservazione (UHT), panna, besciamella, burro, formaggi freschi e stagionati, yogurt e dessert.

---