

Parma, 06/12/2016

JACLEROI: L'AGENZIA FOOD&WINE SI AMPLIA ALL'INSEGNA DEL MADE IN ITALY

Un'operazione di M&A, l'ampliamento del board e un grande progetto di internazionalizzazione per l'agenzia pubblicitaria specializzata nel food

Grandi novità in casa **JacLeRoi** (www.jacleroi.com), l'agenzia pubblicitaria indipendente situata nel cuore della Food Valley: da oltre 5 anni è il punto di riferimento per la comunicazione nazionale e internazionale dell'agroalimentare italiano.

JacLeRoi, infatti, affianca e cura la comunicazione di grandi marchi e aziende specializzate nel settore food and beverage: dal web alla carta, dai social network al packaging... ogni step, dal più tradizionale fino alle tecnologie più avanzate, diventa un tassello fondamentale per la riuscita di un piano creativo e comunicativo vincente.

Con l'arrivo del 2017 sono molte le novità in cantiere, in primis un importante ampliamento del board, conseguenza di un processo di integrazione della consolidata esperienza di **Kolibrand**, agenzia creativa indipendente attiva nella Food Valley con forte know-how nel packaging, BTL, digital PR e ufficio stampa per clienti dei settori food e design.

Il nuovo team, composto da diversi profili altamente specializzati nel mondo food and wine, oltre ad annoverare le tradizionali competenze in ambito pubblicitario, avrà al suo interno sommelier e gastronomi in modo da garantire alle aziende e ai marchi un posizionamento ed una comunicazione realmente efficace.

«Rispettare i valori di marca comunicandoli in un mercato dove il consumatore è sempre più esigente sarà l'understatement» commenta **Giordano Maini**, Art Director di Kolibrand già con numerosi riconoscimenti alle spalle *«Saremo il primo caso di agenzia così specificamente food-oriented»* continua Maini *«con l'obiettivo di diventare il punto di riferimento nella comunicazione enogastronomica in ambito nazionale»*.

La compagine sociale sarà composta, oltre che dall'attuale CEO **Alessandro Venè** e da **Giordano Maini** anche da **Enza Bergantino**, attuale CEO di Kolibrand, che ricoprirà il ruolo di Managing Director Italia e da **Matteo Navi**, graphic designer emergente.

«Sebbene il 2016 sia stato un anno complicato da un punto di vista societario, dovuto al periodo di transizione da cui ho acquisito il controllo del 100% della società, JacLeRoi è cresciuta per il sesto anno consecutivo. L'ingresso di nuovi partner è anche la conseguenza di questa crescita, volta a dare un messaggio di netta discontinuità rispetto alla gestione del passato. Con l'integrazione di Kolibrand si vuole rinforzare un posizionamento che prima risultava difficile da concretizzarsi e finalmente si pongono le basi per quel processo



*di internazionalizzazione che ci porterà nei prossimi anni ad essere presenti in Nord America, Sud Est Asiatico ed Europa» commenta **Alessandro Venè**.*

*«L'obiettivo a breve termine è quello di consolidare il posizionamento di JacLeRoi sul mercato italiano, ampliando il portfolio clienti e accrescendo le competenze sempre più specifiche nei settori di riferimento» conferma **Enza Bergantino** «Sarà la sede italiana il cuore nevralgico di tutte le attività strategiche e creative e non solo: nel breve termine apriremo anche una piccola setup in Europa per rispondere alle esigenze di sviluppo più tecnologiche».*

Colonna portante dell'agenzia il portfolio clienti food al quale verrà aggiunta una nuova divisione design: il trait d'union è solo uno, la comunicazione dell'italianità e di quel Made in Italy che tutto il mondo ci invidia.

Con **JacLeRoi** è possibile comunicare dall'Italia verso i mercati globali, con la garanzia che il prodotto e i marchi verranno curati da un team di pubblicitari, food lovers e food addicted italiani ed internazionali.

