



Dal 28 DICEMBRE 2020
Al 3 GENNAIO 2021

LATTERIE
inalpi

RASSEGNA
STAMPA

28 DICEMBRE – FORMAGGI & CONSUMI

Da sempre alleati del territorio



Filiera certificata, packaging sostenibile e benessere animale. Da oltre un secolo, Lattoria Soligo firma un impegno quotidiano per il consumatore e l'ambiente; E lo traduce in prodotti di qualità.

Azienda, territorio e prodotto sono fra loro legati. Ne sono ben consapevoli i soci di Lattoria Soligo, cooperativa lattiero casearia, che unisce circa 200 produttori nelle province di Venezia, Vicenza e Treviso. Da sempre, infatti, l'azienda si impegna a produrre, nel rispetto del consumatore e dell'ambiente in cui opera, per dare ricchezza all'intera comunità. Proprio come dettato dall'economista Giuseppe Toniolo, ai cui principi dell'economia sociale si ispira lo statuto aziendale.

Lattoria Soligo nasce il 24 maggio 1883 a Farra di Soligo, in provincia di Treviso. Ed è stata una delle prime cooperative sorte in Italia, nell'area del Concajano Valdobbiadene, cuore del patrimonio UNESCO. Il numero dei soci è aumentato di anno in anno confermando il legame con il territorio in cui nascono prodotti buoni, sani e sostenibili.

La sostenibilità parte dalla confezione...

In Lattoria Soligo, la ricerca non si ferma. E ha portato all'introduzione, nel mese di giugno, di una veste tutta nuova per il latte di qualità superiore e certificata. Un nuovo abito 100% green che coincide con l'introduzione delle confezioni Tetra Rex Bio-based, packaging realizzato con materiali totalmente riciclabili da fonti rinnovabili. La confezione Tetra Rex Bio-based, infatti, nasce esclusivamente da cartone e plastica di origine vegetale.

Tutto il cartone proviene da fibre vegetali di fonti certificate e controllate dal Fsc (Forest stewardship council) ed è rintracciabile fino alle origini. Il polietilene a bassa densità usato per la pellicola laminata del materiale di confezionamento e il collo dell'apertura, deriva invece dalla canna da zucchero, come anche il polietilene ad alta densità usato per i tappi. I tappi sono identici per aspetto e funzionalità a quelli prodotti usando fonti fossili e il cartone è uguale per peso e sensazione al tatto alla confezione tradizionale. Il solo modo per riconoscerlo è dalla stampa delle parole 'Bio-based' sul contenitore. Caratteristiche che concorrono a una notevole riduzione dell'effetto serra, grazie a una carbon footprint inferiore del 31% rispetto alle emissioni di CO2 dei vecchi contenitori.

A conferma del percorso di Lattoria Soligo verso la totale sostenibilità ambientale, il lancio, avvenuto a metà ottobre, del nuovo 'Latte 1883 solo natura', latte premium di alta qualità superiore e certificata, riconoscibile per la bottiglia in vetro, unico contenitore in grado di conservare, senza alterarle, tutte le qualità organolettiche del prodotto. Il contenitore è completamente riciclabile. La sua produzione dunque non richiede l'impiego di nuove materie prime e comporta una notevole riduzione dell'energia necessaria.

Le scelte di sostenibilità legate al packaging si integrano con le azioni già in essere nei siti produttivi di Lattoria Soligo. Tra le iniziative intraprese: la rintracciabilità di filiera, il risparmio energetico, l'installazione di un impianto fotovoltaico e di un impianto a biomasse, il ricorso a un depuratore biologico per il trattamento degli scarti di lavorazione e la reinmissione in natura di acqua pura.

... e si traduce in un prodotto di qualità

La scelta di adottare un nuovo packaging valorizza il prodotto stesso dell'azienda: il latte di qualità superiore e certificata, che è anche materia prima di numerosi formaggi e latticini. La materia prima di

Lattoria Soligo, infatti, reca il marchio QV di Regione del Veneto, che testimonia l'impegno degli agricoltori nell'offrire ai consumatori un latte di qualità superiore. I produttori di latte che aderiscono al disciplinare QV assicurano, innanzitutto, la somministrazione giornaliera alle bovine di almeno 250 grammi di semi di lino per migliorare il contenuto del latte in acidi grassi Omega 3, a tutto vantaggio della salute dei consumatori. I produttori di Soligo hanno inoltre scelto di impegnarsi a rispettare le regole del benessere animale e a non impiegare alimenti Ogm modificati, certificandosi presso Csga.

Riscoprire antiche tradizioni

I prodotti di Lattoria Soligo nascono anche grazie al recupero di antiche tradizioni casearie, come, ad esempio, Lea Casatella Trevigiana Dop, prodotto di punta della gamma Soligo. Si tratta di un formaggio molle fresco, tipico della provincia di Treviso, che nel 2008 ha ottenuto la certificazione Dop. La Casatella è un vero patrimonio gastronomico e culturale della tradizione della Marca Trevigiana. È infatti prodotta solo con latte proveniente da allevamenti ubicati entro i confini amministrativi della provincia di Treviso. Non a caso la storia di Lattoria Soligo vede intrecciarsi la genuinità del prodotto al territorio in cui nasce.

LATTERIA DI SOLIGO

www.latteriasoligo.it

La gamma

La gamma di prodotti freschi di Lattoria Soligo include: la Casatella trevigiana Dop nei formati da 250, 350 e 1800 grammi; lo Stracchino da 100, 200 e 1000 grammi; lo Stracchino Dio da 100 grammi; il Cuor di Stracchino da 150 grammi; lo Stracchino senza lattosio da 100 grammi; e il Fresco spalmabile nei formati da 250, 500 e 2000 grammi.

Provenienza latte

Il latte viene conferito dai soci allevatori ubicati nel Veneto e nel Friuli Venezia Giulia.

Caratteristiche e plus marketing

Ottima qualità della materia prima, genuinità nella preparazione e negli ingredienti: solo latte, sale e caglio.

Tracciabilità e certificazioni

Prodotti a marchio di Qualità Dop come Casatella Trevigiana Dop. Biologico nel caso dello stracchino.

Nota

Formaggio fresco spalmabile.

Lea Casatella Trevigiana Dop



Formaggio a pasta cruda e tendenzialmente dolce, pronto dopo una rapida maturazione, la Casatella Trevigiana ha una pasta che si ammorbidisce con il passare delle ore e diventa più cremosa, mentre la crosta è assente o è appena percettibile. La Casatella Trevigiana deriva il suo nome dal termine 'casa', infatti era ottenuta nelle cucine domestiche, dove le massie lavoravano il poco latte disponibile per preparare un formaggio fresco. Veniva prodotta soprattutto d'inverno, quando risultava migliore e più ricco di grasso.

Il latte deve provenire solo dalle stalle presenti nella provincia di Treviso, unico territorio in cui è possibile la produzione della Casatella Trevigiana Dop. Anche la caseificazione deve obbligatoriamente svolgersi nella zona di produzione e così pure maturazione e confezionamento. La Casatella Trevigiana è un formaggio perfetto oggi per la sua freschezza, ma anche per le sue caratteristiche regionali. Ma non sfugge un settore antico, contadino, che è dato dal sapore delicato di latte che il formaggio eredita, opportunamente affumato, direttamente dalla stessa prima.

Pezzatura
250 g, 350 g e 1800 g.

Ingredienti

Latte, sale, caglio e fermenti lattici autoctoni (latte-arricco).

Confezionamento

Vischietta in busta flow-pack.

Shelf life

20 giorni.



CASEIFICIO GIORDANO

www.caseificiogordano.it

Brand

Mia - Giordano

Provenienza latte

Italia

Caratteristiche e plus marketing

Ricotta fresca, lavorata e confezionata manualmente.

Incidenza sul fatturato

5%.

Ricotta fresca Mia - Giordano

Ricotta fresca ottenuta da siero di latte e latte, lavorata a mano e confezionata manualmente in cestole. Le sue caratteristiche organolettiche la rendono ideale sia per un consumo diretto che per un utilizzo come ingrediente nella preparazione di paste fresche ripiene, torte salate e dolci tipici.

Pezzzatura

300 g a peso variabile, 1,5 kg a peso variabile.

Ingredienti

Siero di latte, latte, sale.

Confezionamento

Bicchieri/vaschette in Alm.

Shelf life

15 giorni.



INALPI

www.inalpi.it

Brand

Latterie Inalpi

La gamma

Gamma biologica Inalpi

Provenienza latte

Filiera corta e certificata del latte Inalpi

Caratteristiche e plus marketing

Per soddisfare la sempre crescente richiesta del consumatore, Latterie Inalpi ha ampliato la gamma biologica con l'inserimento di prodotti tutti da latte da agricoltura biologica proveniente da allevamenti selezionati 100% piemontesi: il Burro di Filiera Bio da panna fresca di centrifuga, la Mozzarella Bio Inalpi, per assaporare tutto il gusto della mozzarella in un prodotto di alta qualità, la Toma Latterie Inalpi Bio e il Fontal Nazionale Bio, formaggi da tavola a latte intero. A completare la gamma, il Formaggio Piemontese Bio Grattugiato, prodotto nel caseificio di Peveragno (Cn), viene lavorato con una salatura a mano e affinato per almeno 6 mesi.

Formaggino bio Latterie Inalpi

Il Formaggino bio è morbido, cremoso, esalta il sapore del buon latte, ed è frutto di una filiera corta, strettamente controllata e presenta una breve lista ingredienti, sinonimo di altissima qualità della materia prima utilizzata. Il prodotto va incontro alle nuove sensibilità ed esigenze dei consumatori, il Formaggino Bio Latterie Inalpi è il primo prodotto in Italia e rappresenta una novità: è prodotto con solo latte piemontese e bio al 100%, è conservato in banco tigo e non sugli scaffali e presenta una lista ingredienti estremamente corta e semplice, testimonianza dell'alta qualità della materia prima utilizzata.

Pezzzatura

Confezioni da 140 g.

Ingredienti

Cremosi formaggini prodotti con latte, crema di latte e formaggio piemontese, completamente biologico. Gusto delicato, naturale del latte, ricco di calcio.

Confezionamento

Astuccio in cartoncino e triangolini in alluminio.

Shelf life

6 mesi.

sto della mozzarella in un prodotto di alta qualità, la Toma Latterie Inalpi Bio e il Fontal Nazionale Bio, formaggi da tavola a latte intero. A completare la gamma, il Formaggio Piemontese Bio Grattugiato, prodotto nel caseificio di Peveragno (Cn), viene lavorato con una salatura a mano e affinato per almeno 6 mesi.

Export

Spagna, Serbia, Germania, Romania, ma anche in Cina, Libia, Argentina e Corea.

Tracciabilità e certificazioni

Autorizzazione sanitaria con numero di riconoscimento IT 01 83 CE, Uni En Iso 9001; Fssc 22000; Brc; Ifs; Uni En Iso 22005.



LATTEBUSCHE

www.lattebusche.com

Brand

Lattebusche

La gamma

La gamma freschissimi Lattebusche si compone di: tre referenze Stracchino (100 grammi e 200 grammi per il libero servizio, un chilogrammo peso variabile per il banco taglio); due referenze Casitella (200 grammi peso variabile per il libero servizio; 1600 grammi peso variabile per il banco taglio); quattro referenze Ricotta (classica da 250 grammi e magra 250 grammi per il libero servizio; classica 1.500 grammi peso variabile e tradizionale 1.500 grammi peso variabile per il banco taglio); e tre referenze Mascarpone (250 grammi e 500 grammi per il libero servizio; due chilogrammi per il banco taglio).

Provenienza latte

Lattebusche utilizza solamente latte locale proveniente dalle aziende agricole dei propri

soci allevatori (100% italiano).

Caratteristiche e plus marketing

Tutti i freschissimi Lattebusche sono prodotti nello stabilimento di Busche (BI), situato alle porte del Parco delle Dolomiti Bellunesi, utilizzando solo latte locale raccolto nelle aziende agricole dei Soci allevatori Lattebusche. Il Mascarpone Lattebusche è tra gli ingredienti base utilizzati nella Tiramisù World Cup 2020.

Incidenza sul fatturato

4%.

Tracciabilità e certificazioni

Fssc 22000. Per lo stabilimento di produzione (Busche): Iso 14001:15.

Novità

A partire da metà novembre e per circa due mesi le referenze Stracchino 100 g e 200 g e Casitella 200 g pr verranno proposte con un packaging particolare a tema natalizio.

Ricotta Magra Lattebusche

La Ricotta Magra Lattebusche unisce alla freschezza e al gusto della ricotta classica, ottenuta tramite il processo di riscaldamento del siero residuo della lavorazione del formaggio, la presenza di pochissimi grassi. Ottima sia per la preparazione di sughi, ripieni e dolci, sia da gustare da sola o in piatti freddi per le persone che seguono una dieta ipocalorica.

Pezzzatura

250 g peso fisso.

Ingredienti

Siero di latte vaccino, crema di latte vaccino, sale.

Confezionamento

Vaschetta e coperchio in pp.

film accoppiato Pet + Pe.

Shelf life

40 giorni.



segue

www.caseificiomanciano.it

Toscani!
per forza

Caseificio Sociale Manciano

11 + zainini
200 + allevatori soci
60.000 + pecore
8.000.000 + litri di latte di pecora
370.000 = forme di Pecorino Toscano sulle vostre tavole

PER FORZA TOSCANI

ACQUISTA i nostri prodotti su
shop.caseificiomanciano.it

NONNO NANNI

www.nonnonanni.it

Brand

Nonno Nanni

La gamma

Nonno Nanni è presente da oltre 70 anni nelle case degli italiani, con oltre 30 prodotti. Pur servendosi di tecnologie e processi produttivi all'avanguardia, l'azienda mantiene la qualità artigianale di un tempo, garantendo prodotti che si distinguono per naturalità, freschezza e bontà. La gamma include gli stracchini e il fresco spalmabile.

Provenienza latte

100% italiano.

Export

Oggi Latteria Montello all'estero è presente, tra gli altri Paesi, in Austria, Germania, Svizzera, Inghilterra, Belgio, Grecia, USA, Hong Kong e Francia.

Tracciabilità e certificazioni

Certificazione 14001, Certificazione di prodotto Sgs, Csqa - Carbon Footprint certificata, Brc, Ifs.

Stracchino Nonno Nanni in confezione biodegradabile e compostabile

Il classico Stracchino Nonno Nanni, nel formato da 100 grammi, è a scalfale con un nuovo packaging. Sia l'involucro esterno che la vaschetta interna sono realizzati in materiale compostabile che potrà essere smaltito dai consumatori nell'umido, secondo quanto disposto dal sistema di raccolta del comune di residenza e, a seguito dei processi di compostaggio, si trasformerà in fertilizzante per la terra. Una confezione arica dell'ambiente che mantiene inalterata la freschezza e la cremosità del classico Stracchino Nonno Nanni. Lo Stracchino Nonno Nanni è fatto solo con buon latte 100% italiano e materie prime naturali di ottima qualità, assolutamente senza conservanti o additivi di alcun genere.

Pezatura

100 g

Ingredienti

Latte pastorizzato, crema di latte, sale, caglio, fermenti lattici vivi.

Confezionamento

Flow pack esterno e vaschetta interna realizzati con un materiale creato dai residui della lavorazione di prodotti agricoli, entrambi biodegradabili e compostabili.



PEZZETTA

www.pezzetta.it

Brand

Latteria Ovaro

La gamma

La gamma include la Ricotta Fresca Friulana.

Provenienza latte

Friuli-Venezia Giulia.

Incidenza sul fatturato

5%.

Export

10%, Europa.

Tracciabilità e certificazioni

Iso 9001.

Ricotta Fresca di Ovaro

La Ricotta Fresca Friulana viene prodotta artigianalmente con solo siero di latte vaccino, acido citrico e panna: pochi semplici ingredienti che, calibrati da mani esperte, diventano un grande prodotto. La ricotta ha una consistenza morbida e un gusto che colpisce il palato.

Pezatura

250 g o 1500 g a peso variabile.

Ingredienti

Siero di latte, latte, panna, sale, correttore di acidità, acido citrico.

Confezionamento

Sottovuoto (250 g + 1500 g) o Atm (250 g).

Shelf life

15 giorni.



SANGUEDOLCE

www.sanguedolce.com

Brand

Sanguedolce Noncè - linea senza lattosio

Provenienza latte

Italia (Puglia).

Caratteristiche e plus marketing

I prodotti senza lattosio hanno lo stesso valore nutrizionale e un sapore identico ai prodotti tradizionali con lattosio.

Incidenza sul fatturato

10%.

Tracciabilità e certificazioni

Brc, Ifs, Iso 22000:2005, Bio, Prodotti di Puglia.

Ricotta Noncè

La ricotta Noncè è un prodotto caseario ottenuto da siero di latte vaccino delattosato con un contenuto di lattosio < 0,1%. Il lattosio, zucchero naturalmente presente nel latte, viene scisso in due zuccheri (glucosio e galattosio) facilmente assimilabili dall'organismo. È un prodotto particolarmente indicato per i soggetti che mostrano un'intolleranza al lattosio.

Pezature

200 g

Ingredienti

Siero di latte delattosato, latte delattosato, sale, correttore di acidità E509.

Confezionamento

Vasetto in alluminio protettivo da 200 g.

Shelf life

15 giorni.



STUFFER

www.stuffer.it

Brand

Stuffer

Provenienza latte

Austria.

Export

100% Italia.

Stuffer mousse di formaggio 125 g



Le mousse di formaggio Stuffer sono perfette da spalmare sul pane e un versatile ingrediente per piatti veloci e sfiziosi. Disponibili nei gusti salmone, olive e classico non contengono conservanti né Ogm. Sono vendute in comode confezioni da 125 grammi, con un packaging caratterizzato da una grafica d'impatto e da una vaschetta rifondata che evita gli sprechi di prodotto negli angoli: completa il tutto un solido coperchio salva-freschezza che conserva la bontà del prodotto più a lungo.

Pezatura

125 g

Ingredienti

Gusto salmone: formaggio fresco 96,5% (latte scremato, crema di latte, burro, proteine

del latte, fermenti lattici, caglio microbico), salmone selvatico 1% (salmone, salsaioia, fumo), sale, aroma naturale, aroma di fumo. Gusto olive: formaggio fresco 97% (latte scremato, crema di latte, burro, proteine del latte, fermenti lattici, caglio microbico), sale, olive verdi 0,9%, aroma, aglio, prezzemolo. Gusto classico: formaggio fresco 99% (latte scremato in polvere, fermenti lattici), sale, addensanti: gomma di guar, farina di semi di carrube, carragenina.

Confezionamento

Vasetti in PP da 125 g, coperchio in alluminio a strappo, coperchio salva-freschezza.

Shelf life

60 giorni.

SPINOSA

www.spinosaapi.com

Brand

Spinosa

Provenienza latte

Latte di bufala proveniente da area Dop, precisamente da allevamenti certificati siti in un raggio di 30 km dallo stabilimento Spinosa.

Incidenza sul fatturato

2%

Export

L'export pesa per lo 0,5% sul fatturato. Paesi di esportazione: Francia; Belgio; Germania; Portogallo; Svezia; UK; Rep. Ceca; Singapore; Arabia Saudita; Usa; Spagna; Hong Kong.

Tracciabilità e certificazioni

Spinosa ha adottato un sistema di tracciabilità chiaro e trasparente ai consumatori basato sulla tecnologia Blockchain.

Spinosa ricotta fresca omogeneizzata di bufala 100% italiana

La ricottina omogeneizzata spinosa ha un colore bianco latte e un gusto fresco, che regala una nota finale fra il burro e il mascarpone. Creamosa e soffice al palato, delicata e impalpabile. Ottimo ingrediente per piatti dolci e salati: eccellente da gustare a cucchiaio (anche a colazione, con aggiunta di miele o frutta secca).

Pezatura

85 g

Ingredienti

Siero di latte di bufala, panna di siero di latte di bufala, sale.

Confezionamento

Bicchierino

Shelf life

25 giorni dalla data di produzione.



SLFOR.

www.formaggiisfor.it

Brand

Sikula

Provenienza latte

Esclusivamente Sicilia.

Tracciabilità e certificazioni

Tracciabilità lotti e certificazioni IFS.

Sikula - Crema di pecorino spalmabile



La crema di pecorino Sikula è prodotta esclusivamente con uno dei formaggi SiFor, più apprezzati, il Pecorino Montanaro, che è prodotto con solo latte di pecora 100% siciliano, senza nessun uso di conservanti. Il Pecorino Montanaro è un formaggio di latte di pecora di altissima qualità e stagionato minimo 6 mesi. Perfetta da spalmare o per realizzare in modo semplice e veloce ricotte, preparane stuzzici antipasti come voi-ai-venti o tartine, per condire primi piatti e per accompagnare carni e verdure cotte. È disponibile nei seguenti gusti: crema di pecorino; crema di pecorino al tartufo; crema di pecorino all'erba cipollina; crema di pecorino al pe-

peroncino di Calabria; crema di pecorino con zafferano e pepe nero; crema di provola della Madonna.

Pezatura

Disponibile in comode vaschette da 125 g.

Ingredienti

Pecorino Montanaro* 55% (costi composti: latte di pecora pastorizzato), sale, caglio, fermenti lattici. Può contenere pistacchi o noci, acqua 43%, citrato di sodio E331 2%.

Confezionamento

Ciotole in PP capsula alluminio + coperchio salveroma.

Shelf life

180 giorni.

VALCOLATTE

www.valcolatte.it

Brand

Casificio Valcolatte

La gamma

Latticini e formaggi freschi prodotti con solo latte italiano.

Provenienza latte

Italia

Shelf life

30 giorni.

Incidenza sul fatturato

16-20%.

Export

30%, Europa Continentale, Europa dell'Est, Middle East, Far East.

Tracciabilità e certificazioni

Brc, IFS, piena tracciabilità delle materie prime.

RiCotta Spalmabile

RiCotta Spalmabile fatta solo con tre ingredienti, tutti naturali: siero di latte, crema di latte, sale.

Pezatura

150 g

Ingredienti

Siero di latte, crema di latte, sale.

Confezionamento

Ciotola con coperchio richiudibile di plastica.

Shelf life

45 giorni.



28 DICEMBRE – FORMAGGI & CONSUMI

le news

Dicembre 2020

Danone annuncia la riorganizzazione aziendale; previsti 2mila licenziamenti

Le conseguenze della pandemia da Coronavirus si fanno avvertire anche su Danone, il colosso francese dell'alimentare. Secondo le indiscrezioni pubblicate da Agi, la multinazionale avrebbe annunciato la sua intenzione di sopprimere fino a 2mila posti di lavoro con l'obiettivo di semplificare l'organizzazione aziendale. In Francia, saranno tagliati tra 400 e 500 posti di lavoro, in particolare tra dirigenti e manager.

Pratiche commerciali sleali: firmata intesa tra distribuzione e industria del largo consumo

Firmata l'intesa fra distribuzione e industria del largo consumo contro le pratiche commerciali sleali nella filiera agroalimentare. Le imprese appartenenti al comparto industriale, rappresentate in Centromarca, Federalimentare e Ibc - Associazione industrie beni di consumo, e le imprese del comparto distributivo, rappresentate in Federdistribuzione, Anco-Coop, Anco-Conad, insieme a Adm - Associazioni distribuzione moderna, hanno raggiunto un accordo per proporre ai legislatori alcune linee guida sull'integrazione della Direttiva UE 2019/633 nell'attuale quadro normativo nazionale per contrastare le pratiche sleali e anticoncorrenziali nel mercato italiano.



Così, il nuovo quadro normativo dovrebbe valorizzare la concorrenza e salvaguardare la libera contrattazione, diventando un punto di riferimento per comportamenti corretti da parte di tutti i soggetti. Inoltre, si ribadisce la necessità di garantire la riservatezza in eventuali fasi istruttorie, il diritto alla difesa e sanzioni dissuasive commisurate alla gravità dei fatti, ma che non compromettano la continuità delle imprese e il loro equilibrio economico.

leg: ricavi a -46,8% nei primi nove mesi dell'anno. Prosegue l'integrazione con Bologna Fiere



Si chiudono con ricavi consolidati a 68,2 milioni di euro, in calo del 46,8% rispetto ai 128,3 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente, i primi nove mesi del 2020 per Italian Exhibition Group (leg), la società nata dalla fusione delle fiere di Rimini e Vicenza. Il margine operativo lordo (Ebitda) si attesta a 9,1 milioni di euro (-70,3% rispetto ai 30,6 milioni del 2019), mentre il risultato netto di pertinenza degli azionisti della Capogruppo, che ha beneficiato di proventi netti non ricorrenti per 6,5 milioni di euro, registra un utile di 1,6 milioni di euro contro gli 8,4 milioni del 2019 (-81,4%). Al 30 settembre 2020, la posizione finanziaria netta ammonta a 116,7 milioni di euro, evidenziando un aumento dell'indebitamento netto di 12,2 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2019. Il core business del gruppo, costituito dall'organizzazione diretta di manifestazioni fieristiche, ha rappresentato nei primi nove mesi dell'anno il 66,3% dei ricavi complessivi, pari a 45,2 milioni di euro, con un decremento di 22 milioni (-32,7%) rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente. "Gli ottimi risultati messi a segno nei primi due mesi dell'anno, che hanno sostanzialmente determinato la crescita organica del periodo pari a 2,6 milioni di euro (+2%), sono stati annullati dagli effetti della pandemia che ha causato una riduzione dei ricavi di 62 milioni di euro", spiega in una nota il gruppo. Mentre prosegue "con determinazione l'attività di approfondimento della fattibilità dell'operazione di integrazione con il Gruppo Bologna Fiere", dopo il term-sheet non vincolante siglato dalle due società lo scorso 15 ottobre, "avante ad oggetto un'operazione di integrazione sulla base di un rapporto di concambio pari ad 1:1 e secondo le modalità ancora da definirsi tra le parti".

Filiera latte piemontese, il 78% degli allevatori sfrutta fonti rinnovabili



Il 78% degli allevatori della filiera del latte costituita da Comprat Latte, Inalpi e Ferraro utilizza fonti rinnovabili. E' quanto emerso dall'ultima rilevazione effettuata. Il risultato è frutto di un percorso caratterizzato da una crescita costante, grazie al ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla nel tempo. E che ha come obiettivo il raggiungimento del 100% dei conferenti nel giro di un anno. Il dato è anche il risultato delle tecnologie aziendali utilizzate, biogas e fotovoltaico in primis, e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Comprat Latte e la società saluzzese eViso, leader nel settore per innovazione e sostenibilità. I certificati bianchi, infatti, attestano il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia.

Accordo Cina-Ue, Bertinelli (Parmigiano Reggiano): "Passo avanti, ma non risolve tutti i problemi"

"L'accordo è un passo avanti, ma non risolve tutti i problemi che abbiamo in Cina". E' il commento di Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano, a proposito del recente accordo tra Unione Europea e Cina a proposito della garanzia di protezione dei prodotti alimentari Ue dalle contraffazioni o dall'utilizzo illecito della propria denominazione. "Auspiamo che in futuro sia possibile aprire un dialogo con le autorità cinesi per arrivare ad una totale protezione del marchio anche nel mercato cinese nel quale riscontriamo problemi per quanto riguarda illeciti, contraffazioni e frodi. In particolare, ciò che non possiamo accettare è la mancata tutela dei nomi che vengono considerati erroneamente "generic", come Parmesan che viene ritenuto una categoria di prodotto anziché una denominazione di origine che può essere fatta solo in Italia seguendo un rigido disciplinare di produzione".

ILPRA PRESENTA LA LINEA DI TERMOSALDATRICI FOODPACK HYPER

Novità in casa Ilpra: lo specialista lombardo del packaging lancia una nuova linea di macchine termosaldatrici per il confezionamento alimentare, chiamata "Foodpack Hyper". "Grintosi dall'esperienza, dalla tecnologia e dall'innovazione di Ilpra in oltre 60 anni di passione per il packaging alimentare", sottolinea l'azienda. Costruita interamente in acciaio inox, la linea è progettata per soddisfare un'elevata capacità produttiva ed è adatta a svariate tipologie di prodotti: dalla frutta alla verdura, dalla carne ai latticini, passando per pesce, piatti pronti e pasta. In dettaglio, Foodpack Hyper può lavorare fino a 25 cicli al minuto in versione gas/fluid. L'area di saldatura è ancora più ampia (lunghezza 1000/1250/1450 mm x 350 mm opzionale a 450 mm per lavorare su doppia linea) e la movimentazione dei contenitori avviene tramite interpolazione di assi. Questo processo vede l'azione due ganasce che, in sinergia con il nastro di ingresso, prelevano i contenitori e li trasportano all'interno dell'area di saldatura con flusso no-stop. Tutte le superfici di lavoro, le porte di protezione e il quadro elettrico sono posizionati sopra la macchina per evitare intaschi e sono progettati per dare accesso immediato a tutte le aree. Tra i principali vantaggi: costi di gestione e manutenzione ridotti grazie a movimentazioni ad azionamento brushless e consumi d'aria minimi; pannello di controllo touch screen per memorizzare e recuperare velocemente le ricette; massima personalizzazione garantita da un'ampia gamma di optional disponibili. Inoltre, come per tutte le macchine Ilpra, anche per Foodpack Hyper è possibile avere supporto con assistenza remota. "Tutto ciò che volevamo dimostrare, tutto ciò che questo 2020 ha fatto per temprare le nostre esperienze, lo abbiamo concretizzato con la nascita di una nuova linea di macchine per il confezionamento alimentare, che ci rappresenta totalmente", spiega l'azienda. "Con essa e da essa pretendevamo le qualità che ci hanno portato al risultato stesso: dinamicità, versatilità, compattezza e affidabilità".



Laura Ferrari (Ferrari G. Industria) eletta presidente del gruppo Alimentazione di Assolombarda

Si sono concluse le elezioni per rinnovare i presidenti, vicepresidenti e membri del consiglio dei gruppi di Assolombarda per il quadriennio 2020-2024. Laura Ferrari, è stata eletta alla guida del gruppo di Alimentazione. Laura Ferrari lavora nell'azienda di famiglia dal 1987 ricoprendo ruoli sia nell'area commerciale, sia nell'area marketing e acquisti. Dopo essere stata amministratore delegato, è oggi presidente dell'azienda. "Sono onorata di questa nomina e ringrazio Assolombarda ed i rappresentanti delle imprese che mi hanno sostenuto ed eletto per la fiducia riposta. Viviamo un momento storico molto difficile, ci troviamo di fronte a una crisi economica severa", ha commentato Laura Ferrari. "Il Gruppo Alimentazione è un luogo di confronto, informazione, conoscenza per le imprese, cui partecipano Aziende anche significativamente diverse per dimensioni, struttura, merceologia. Ciononostante, vi sono temi comuni già al centro dell'attenzione quali sviluppo, sostenibilità, responsabilità sociale e sicurezza che sono diventati ancora più rilevanti in questa crisi. Covid-19 ha colpito le singole Aziende del Gruppo in modo diverso a seconda dei mercati e canali di distribuzione. Abbiamo la responsabilità di non far mancare i prodotti italiani nel nostro ed in tutti i Paesi dove l'Italia, i nostri territori e Milano sono sinonimi di uno stile di vita amato ed apprezzato, tutelando sempre la sicurezza dei lavoratori. Senza dimenticare la solidarietà nei confronti delle numerose famiglie e persone in stato di bisogno".

Centrale del Latte d'Italia torna in utile: 3,2 milioni al 30 settembre

Il Consiglio di amministrazione di Centrale del latte d'Italia, oggi terzo player italiano del mercato del latte, ha approvato i risultati al 30 settembre 2020. Il Gruppo chiude il terzo trimestre con un fatturato di 135,3 milioni di euro con un aumento del 3,3% rispetto al 2019. L'Ebitda si attesta a 13,6 milioni di euro (+186,1%) e l'utile netto a 3,2 milioni di euro. E migliora, riducendosi di 12,4 milioni di euro, l'indebitamento finanziario netto del Gruppo al 30 settembre, che passa da 77,3 milioni alla fine dell'esercizio 2019 a 64,9 milioni di euro al 30 settembre 2020.



Continua dunque il trend positivo del primo semestre grazie ad azioni per contenere i costi e massimizzare le sinergie di Gruppo previste nel Piano Industriale al 2022, ulteriormente rafforzato dopo l'ingresso in Newlat Food. Centrale del Latte fa, inoltre, sapere in una nota che "a seguito della fusione di Centrale del Latte della Toscana e di Centrale del Latte di Vicenza in CIL, si stanno realizzando le ulteriori attese sinergie che hanno permesso alla società di archiviare il trimestre con un importante risultato positivo". Nel corso del CdA, il Gruppo ha anche valutato preliminarmente la possibilità di affittare il ramo d'azienda Milk & Dairy di Newlat, che dovrebbe migliorare ulteriormente le sinergie industriali previste e garantire maggiore efficacia dell'attività commerciale con una riduzione dei costi di struttura.

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia



Facebook

CATENA	FOLLOWER
1 Carrefour Italia	11.502.159
2 Lidl	2.286.278
3 Eurospin Italia Spa	1.062.809
4 Conad	1.029.735
5 Esselunga Spa	786.683
6 Auchan Retail Italia	524.708
7 Mld Spa	399.862
8 Unesa	295.155
9 Despar Italia	282.000
10 Coop Italia	207.952
11 Tuodi	185.332
12 Crail	183.645
13 Pam Panorama	164.710
14 Bennet	145.470
15 Scornafurini Spa	133.164
16 Il Gigante	110.247
17 Coop Italia - Coop Lombardia	98.751
18 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	93.580
19 Iri's Mercato Spa	88.994
20 Ali	88.018
21 Rossetto Trade Spa	60.935
22 Agorà Network - Tigros	53.940
23 Coop Italia - Nova Coop	44.316
24 Coop Italia - Coop Centro Italia	40.234
25 Agorà Network - Iperal	31.825



Instagram

CATENA	FOLLOWER
1 Lidl	685.000
2 Eurospin Italia Spa	204.000
3 Esselunga Spa	161.000
4 Mld Spa	92.600
5 Conad	51.100
6 Carrefour Italia	49.900
7 Auchan Retail Italia	44.000
8 Coop Italia	43.300
9 Sun CaDi Gros Scarl	37.900
10 Despar Italia	37.500
11 Gruppo Vèglè	25.400
12 Agorà Network - Tigros	19.400
13 Pam Panorama	14.000
14 Iri's Mercato Spa	11.700
15 Bennet	11.300
16 Ali	10.200
17 Crail	10.000
18 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	9.925
19 Coop Italia - Unicoop Tirreno	5.498
20 Agorà Network - Iperal	5.050
21 Il Gigante	5.018
22 Metro Italia Cash And Carry	3.871
23 Coop Italia - Coop Liguria	3.588
24 Coop Italia - Nova Coop	3.235
25 Coop Italia - Coop Centro Italia	3.077



Twitter

CATENA	FOLLOWER
1 Carrefour Italia	94.046
2 Lidl	31.757
3 Coop Italia	26.055
4 Conad	27.909
5 Gruppo Vèglè	25.026
6 Tuodi	14.472
7 Unesa	11.548
8 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.448
9 Eurospin Italia Spa	5.515
10 Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.480
11 Coop Italia - Nova Coop	3.716
12 Gruppo Selext	2.738
13 Ali	2.346
14 Despar Italia	2.304
15 Consorzio Corallo	2.246
16 Coop Italia - Coop Lombardia	1.819
17 Bennet	1.712
18 Coop Italia - Coop Casaria	1.259
19 Coop Italia - Coop Liguria	959
20 Agorà Network - Sogegros	473
21 Metro Italia Cash And Carry	379
22 Coop Italia - Coop Reno	348
23 Crail	280
24 Rossetto Trade Spa	104

Revisione del 29/11/2020
Fonte: Tesi Modagroup

Agriform e Parmareggio si aggregano. Nasce la prima azienda italiana nel mondo dei formaggi Dop

Con un comunicato congiunto ai fornitori, Agriform e Parmareggio comunicano che hanno raggiunto un accordo di massima per l'aggregazione delle due società. Nascerà il prossimo 1° gennaio 2021 la prima azienda italiana nel mondo dei formaggi Dop, grazie all'unione di due realtà veneto/emiliane leader rispettivamente nel Grana Padano e nel Parmigiano Reggiano. L'accordo verrà sottoscritto e formalizzato a fine novembre.



Gianni Maoddi eletto presidente del Consorzio di tutela del Pecorino Romano

È stato eletto all'unanimità il nuovo presidente del Consorzio di tutela del pecorino Romano. È Gianni Maoddi, 49 anni, titolare dell'azienda Fratelli Maoddi srl di Nuragus. Aveva già ricoperto il ruolo dal 2011 al 2014 ed è stato vicepresidente durante il mandato di Palitta, presidente uscente. "Sono molto soddisfatto dell'incarico e della fiducia che mi è stata data, e allo stesso tempo sono molto consapevole, anche per esperienza diretta, di quanto questo ruolo sia delicato e impegnativo", ha commentato Maoddi. "Stiamo vivendo un momento storico molto complicato, che va affrontato nel modo più giusto per garantire e far crescere un comparto così strategico per la nostra economia. Da parte mia, e di tutto il consiglio d'amministrazione, c'è l'impegno a dare continuità al lavoro fatto finora e a rappresentare tutte le componenti. Saranno compattezza, unità d'intenti e obiettivi condivisi per affrontare nuove sfide e vincerle nell'interesse di tutti".

Grana Padano, è record di uscite di prodotto a marchio da gennaio a settembre 2020

A settembre 2020 le vendite di Grana Padano sono aumentate del 3,79% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Da gennaio, dunque, le uscite di formaggio marchiato dai magazzini sono salite del 3,9%, con un conseguente calo delle scorte, che si attestano a 1.756.167 forme. Tale incremento è superiore anche al record del 2018. Positivo l'andamento nei retail sul mercato nazionale sia nei primi nove mesi 2020 (+7,9%), sia nel solo mese di settembre (+0,6%). A trainare le vendite è stato soprattutto il grattugiato, che, insieme a scaglie e bocconcini, rappresenta quasi un terzo delle vendite. La Dop ha guadagnato terreno (+11%) nei super e nei discount e è il Sud-Italia ad aver registrato la crescita più vistosa con un 11% di incremento che lo colloca al primo posto nei consumi dello Stivale con il 30,9% di share. Sono aumentate anche le vendite nel Nord-ovest (+9,7%) che detiene una quota di mercato del 29,8%. Bene anche l'export, in crescita di 3,75% nei primi sette mesi del 2020. Il dato è particolarmente positivo nel mercato canadese, che registra una crescita del 56%.



Assolatte, al via una campagna triennale di promozione in Cina

Assolatte ha presentato una campagna triennale di promozione in Cina. Obiettivo dell'iniziativa è sensibilizzare importatori, chef e influencer, con seminari e workshop b2b. E attraverso programmi di incoming di operatori cinesi presso alcune aziende lattiero-casearie italiane. Il piano di promozione è stato presentato in occasione della 24esima Food&Hotel China, fiera del settore dell'industria alberghiera, dove circa una ventina di aziende italiane hanno presentato i propri prodotti. Il mercato cinese ha ampi margini di crescita. Nel 2015, infatti, il valore delle esportazioni casearie verso Pechino era di poco superiore a un milione di euro, mentre l'anno scorso ha raggiunto i 20 milioni di euro. I numeri sono aumentati anche quest'anno nonostante la pandemia. "Il lavoro da fare è tanto", commenta Paolo Zanetti, presidente di Assolatte, "La Cina sembra volersi aprire al mercato internazionale, abbattendo gradualmente le barriere che rendono davvero difficile l'ingresso delle imprese straniere e dei nostri prodotti".

Il Mipaaf finanzia il progetto Filiera latte trasformato Dop+ coinvolte 45 imprese nel Sud Italia

Il ministero delle Politiche Agricole ha avviato il finanziamento di 50 milioni di euro del progetto Filiera latte trasformato Dop+. Si tratta di un contratto di filiera tra 45 imprese zootecniche e della trasformazione del latte nel Sud Italia. Coinvolge tre comparti: latte vaccino del Caciocavallo Silano; latte ovino del Pecorino di Filiano e latte bufalino della Mozzarella di Bufala Campana. Le tre filiere uniranno la logistica, la promozione e l'attività commerciale per incrementare le vendite in Italia e all'estero. Lo faranno sviluppando un disciplinare di produzione e di etichettatura dei prodotti al fine di proporre un'offerta strutturata tanto per la Grande distribuzione organizzata, quanto per il canale Horeca e catering. Una parte del finanziamento, invece, sarà destinata alla ricerca e allo sviluppo. I beneficiari dei fondi avranno 4 anni di tempo per realizzare il progetto.

Consorzio Europa: Edmondo Moltedo nuovo direttore commerciale

Consorzio Europa, socio di riferimento della centrale D.It-Distribuzione Italiana, annuncia la nomina di Edmondo Moltedo come direttore commerciale. Moltedo vanta una lunga esperienza nel mondo della Distribuzione organizzata, grazie ad un percorso professionale trentennale in Conad dove ha svolto ruoli di sempre maggiore responsabilità in ambito category e acquisti, fino a ricoprire, per diversi anni, il ruolo di responsabile nazionale acquisti. In seguito ha arricchito la propria esperienza con incarichi manageriali nelle supercentrali Italia Distribuzione prima e Sicon-Conad successivamente e, a livello internazionale, nella centrale europea Coopernic.

Bologna Fiere: Marca 2021 si terrà il 24 e il 25 marzo



Lo avevamo anticipato lunedì 9 novembre. E ora è arrivata la conferma ufficiale: MarcaByBolognaFiere, manifestazione di riferimento per il comparto delle Private label, è rinviata al 24 e 25 marzo 2021. Organizzata da BolognaFiere in collaborazione con Adm (Associazione distribuzione moderna), la 17esima edizione di Marca era inizialmente programmata, come di consueto, a metà gennaio (13 e 14). L'inasprirsi della pandemia e il susseguirsi delle disposizioni governative volte al suo contenimento hanno però convinto gli organizzatori a fare un passo indietro. "È una decisione ponderata", dichiara Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, "guidata dalla volontà di individuare una finestra temporale che consentisse migliori condizioni di incontro per le migliaia di operatori che ogni anno concentrano su MarcaByBolognaFiere un'importante quota delle loro attività commerciali ma, anche, perché siamo consapevoli che uno slittamento della fiera consentirà, agli espositori, di pianificare e promuovere meglio la loro partecipazione vista l'attuale situazione".

Sette eccellenze Dop nella linea formaggi Despar Premium

La linea di formaggi Despar Premium si arricchisce di sette nuove specialità Dop regionali da Sicilia, Veneto e Toscana. Dal Veneto è stato selezionato l'Angelico di Montagna, un formaggio tipico che si distingue per la crosta con fioritura bianca e vellutata. È realizzato secondo tradizione, usando unicamente latte intero dell'area Pedemontana veneta. Dalla Toscana sono stati scelti i migliori Pecorini Dop, che racchiudono la lunga tradizione all'insegna della qualità e del legame con il territorio che risale agli Etruschi. Tre le proposte a marchio Despar Premium: il Pecorino stagionato forma intera Premium, lo Stagionato porzionato 200 g Premium e il Giovane porzionato 200 g Premium, prodotti con latte 100% italiano, raccolto nelle zone indicate dal Consorzio per la gestione e produzione del Pecorino Dop. Completano la linea le proposte che racchiudono i profumi e i sapori della Sicilia: il Pecorino siciliano Dop forma intera Premium, il Pecorino emense Dop forma intera Premium e il Ragusano Dop mezza forma Premium.

28 DICEMBRE – GDOWEEK

TOPSTORE
2020



COCOTTERIA REALE **INALPI**

Posizionato nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, ha aperto i battenti a Montecarlo la Cocotteria Reale. Si tratta di un nuovo progetto ideato da **Inalpi** in collaborazione con AtelieReale e due professionisti monegaschi. Progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui è possibile ritrovare un territorio, il Piemonte, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti. Nella nuova location è possibile acquistare i prodotti di Latterie **Inalpi** e la gastronomia dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di ulteriori eccellenze del territorio piemontese. Format destinato ad essere replicato in altre città estere.

RUE DES AÇORES 4
MONTECARLO





28 DICEMBRE – CORRIERE DI TORINO (CORRIERE DELLA SERA)

Scherma
Il Gran Prix Inalpi
al PalaAlpitour
non si fa a febbraio
Slitta a primavera?

Da qualche anno la cornice suggestiva del PalaAlpitour ospita il Grand Prix Trofeo Inalpi di fioretto, un appuntamento di prestigio nel circuito mondiale di specialità. La prossima edizione del torneo organizzato dall'Accademia Scherma Marchesa subirà purtroppo un rinvio dettato dalle conseguenze dell'emergenza Covid: era previsto nel mese di febbraio con quella che sarebbe la tredicesima edizione, ma slitterà in una data non ancora individuata, si spera entro la prossima primavera. Sarebbe una tappa importante in vista delle Olimpiadi già rimandate nel corso di quest'anno. Gli organizzatori sono al lavoro d'intesa con la Federazione. (Lbor.)

1 GENNAIO - LA FEDELTA

100 milioni di euro di investimenti per Inalpi

di Luigina Ambrogio - 1 Gennaio 2021



Il 2021 sarà un anno importante per **Inalpi**, l'azienda casearia di Moretta che una decina di anni fa ha scommesso sui progetti di filiera (che coinvolgono, tra l'altro, centinaia di allevatori della nostra zona) e che hanno contribuito in modo determinante al suo successo, tanto che quest'anno l'azienda prevede nuovi consistenti investimenti.

Ad annunciarlo è stato il presidente di **Inalpi**, Ambrogio Invernizzi, in occasione del brindisi degli auguri ai dipendenti.

A partire da gennaio prenderà il via un **piano di investimenti da oltre 100 milioni di euro** per il quinquennio 2021 -2025, che prevede, tra l'altro, la costruzione di una **seconda torre di sprayatura** che consentirà di raddoppiare la produzione di latte in polvere. In occasione della posa della prima pietra di questa torre è in programma un grande evento, fissato per venerdì 20 gennaio, a cui hanno già assicurato la loro partecipazione la **ministra all'Agricoltura Teresa Bellanova** e il presidente della Regione Alberto Cirio.



Entro gennaio partirà anche il cantiere per la costruzione dei **nuovi laboratori del Centro di Ricerca&Sviluppo**, InLab Solutions, mentre nei mesi successivi si avvierà il sistema di ultrafiltrazione che renderà autonoma l'azienda per quanto riguarda la produzione delle proteine per la produzione di formaggi fusi e il lattosio necessario alla standardizzazione del latte in polvere. Infine entrerà in funzione un **nuovo sistema gestionale** in grado di integrare tutti i principali processi aziendali e di valorizzare il latte della filiera per destinazione d'uso.

Il servizio completo su La Fedeltà di mercoledì 6 gennaio 2021