dal **12 FEBBRAIO** 2018
al **18 FEBBRAIO** 2018

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

13 FEBBRAIO – INFORMATORE ZOOTECNICO

Milk Day Edagricole: così evolve il lattiero caseario

Di Francesca Baccino 12 febbraio 2018

Condividi su Facebook | Tweet su Twitter

Analisi di grande efficacia alla sessione pomeridiana dell'evento che Edagricole ha dedicato al comparto lattiero durante Fieragricola Verona. Daniele Rama, della Cattolica di Piacenza: i 37-39 centesimi al litro di latte pagati oggi sono un buon prezzo. Ma il numero delle aziende è calato del 69% negli ultimi vent'anni

Focus sul mercato del latte e sull'andamento del settore lattiero caseario alla sessione pomeridiana del Milk Day, il workshop organizzato da Edagricole e Fieragricola a Verona il 2 febbraio scorso.
In primo piano anche il trend dei consumi analizzati da una ricerca realizzata appositamente

per l'evento e commentati nel corso di una tavola rotonda nell'ultima parte della giornata.

Il Clal sulle dinamiche internazionali

Delle principali tendenze del mercato ha parlato Francesco Branchi del Clal: «L'Oceania con Australia e Nuova Zelanda produce solo il 5% del latte mondiale, ma detiene il 35% delle esportazioni globali di prodotti lattiero-caseari. Da marzo 2017 la produzione mondiale di latte sta aumentando dopo un periodo di diminuzione. Il recupero è stato in effetti molto veloce, trainato dall'Unione Europea (1,6%), e poi anche dagli Usa (1,4%). Anche in Nuova Zelanda, dopo la siccità, l'offerta è in rialzo e lo stesso andamento riguarda l'Australia, con un'offerta in crescita dopo un periodo di calo».

Per quanto riguarda la domanda le importazioni, ha fatto notare Branchi, sono cresciute dell'1,5% nel 2017, con uno sprint nel Centro-Sud dell'America ma soprattutto nel sud-est asiatico, dove l'incremento maggiore, pari al 35%, interessa la crema arrivata fino alle 204mila tonnellate. In Cina si è osservato un aumento del 13% della domanda, soprattutto di yogurt con un balzo del 68% e della crema, in progresso del 67% fino a 139mila tonnellate. La domanda di formaggio invece si sta stabilizzando ed è infatti cresciuta solo dell'11%.

Per quanto riguarda i prezzi a livello mondiale il prezzo della polvere di latte intero nel gennaio 2018 oscilla intorno a prezzi medi, mentre quello della polvere di latte scremato ha risentito delle scorte ancora abbondanti nei magazzini di intervento dell'Ue dal 2016. Il burro in particolare ha registrato un picco nei prezzi a livello europeo e internazionale, legato al ridotto contenuto di grasso nel latte rispetto all'anno precedente.

L'Europa risulta nel 2016 eccedentaria nella produzione di latte con un'autosufficienza del 112% in cui però il Sud Europa resta pur sempre deficitaria e costretta ad importare.

L'Europa a novembre 2017 ha prodotto il 5,7% in più rispetto a novembre del 2016, Francia e Germania hanno iniziato a crescere da luglio e agosto, l'Italia ha metto a segno un progresso del 4,5% a novembre 2017 rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. In Irlanda si è registrato in particolare un aumento sprint della produzione del 16% a novembre 2017 e del 9% da gennaio a novembre 2017. Non ha invece aumentato la produzione l'Olanda, dove sono stati abbattuti 65.500 capi in più rispetto al 2016 per un problema di fosfati nel terreno e quindi di sostenibilità.

Le esportazioni europee, in base ai dati Clal, sono cresciute del 6,45% da gennaio a ottobre 2017 trainate dalla polvere di latte scremato (28,6%) salita a quota 663mila tonnellate, e dalla crema (23%) arrivata alle 166mila tonnellate. Da sottolineare che i formaggi fanno sempre la parte del leone in termine di volumi e crescono del 4,5% fino alle 696mila tonnellate nel 2017.

Il Clal sulle dinamiche nazionali

L'Italia ha un'autosufficienza dell'80,6% nella produzione di latte, ma questa percentuale presenta forti oscillazioni da un trimestre all'altro che sono anche responsabili delle variazioni di prezzo. I consumi interni in Italia indicano che Grana Padano e Asiago hanno registrato un leggero aumento, il Parmigiano Reggiano è in leggera flessione ma è aumentato il prezzo di vendita. Per quanto riguarda i prodotti freschi cresce il consumo di mozzarella di bufala ma soprattutto i prodotti bio, in particolare il latte, ma questi ultimi restano comunque sempre a livello di nicchia.

Le spedizioni di formaggi italiani all'estero sono cresciute del 7% da gennaio a ottobre 2017, con Grana Padano e Parmigiano Reggiano che arretrano e grattugiato o formaggio in polvere che crescono del 16%. In progresso del 16% i formaggi duri e i formaggi freschi con la mozzarella in testa.

L'aumento dell'offerta di latte in Europa ha fatto scendere il prezzo del latte spot in Germania e in Francia da ottobre 2017. Il prezzo del latte in Lombardia era simile a quello del latte d'occasione in Francia e Germania mentre a dicembre 2017 il latte lombardo è stato quotato 40,79 euro per 100 litri, un valore nettamente più alto di quello del latte spot francese

(32,09) e tedesco (33,89).
Simulando l'andamento dei costi di alimentazione dei bovini da latte nel dicembre 2012 l'alimentazione valeva l'84,4% del prezzo del latte e nel dicembre 2017 il costo è sceso al 59,3%. A gennaio 2018 la razione alimentare è costata 22,74 euro per 100 chilogrammi di latte anche se sono in aumento i costi di foraggio.

Rama: cosa fanno i produttori di latte oggi

Sulle strategie adottate dai produttori di fronte alle evoluzioni del mercato lattiero caseario si è focalizzato Daniele Rama, direttore dell'Osservatorio sul Mercato dei Prodotti Lattiero-caseari dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Cremona e dell'Associazione Italiana Allevatori. «La volatilità del mercato non è figlia dell'uscita dalle quote latte come comunemente si pensa, - ha precisato Rama - ma è cominciata nel 2005-2006, quando è stato eliminato il meccanismo dell'intervento che è stato poi reintrodotto nel 2016, e sono stati cancellati i sussidi all'export. Una volta venuti meno questi paracaduti i prezzi sono diventati meno stabili: il mercato europeo si è così allineato a quello mondiale. Questo allineamento ha consentito però di esportare e oggi il latte europeo è competitivo sul mercato mondiale».
Il prezzo del latte italiano è sempre stato un po' più stabile rispetto ad altri prezzi europei a esempio quello tedesco, ma l'andamento di fondo, spiega sempre Rama, è lo stesso. Anche se il 70% della produzione di latte italiana è trasformato in formaggi e di questa quota un 60% circa è destinato alle produzioni dop, il prezzo resta sempre legato agli equilibri internazionali. Il 20% del mercato italiano è inoltre rifornito dalle importazioni, non tanto di latte quanto di prodotti finiti o semilavorati come cagliate.
«La razione alimentare dei bovini da latte – ha proseguito Rama - rappresenta almeno il 50% del costo totale ed è un elemento variabile, ma presenta una corrispondenza di fondo con l'andamento del prezzo del latte e questo allineamento salvaguarda in parte il reddito dei produttori». Tutti ricordano il momento terribile vissuto dal comparto nella prima parte del 2012, con il crollo del prezzo del latte e la contestuale impennata dei prezzi delle materia prime, soprattutto della soia oltre che del mais. Un altro triennio negativo è stato quello dal 2014 al 2016: in questo caso la riduzione è stata riassorbita da una parziale flessione del costo degli alimenti.
«Non siamo però oggi – ha detto ancora Rama - in una situazione difficile e neppure drammatica perché i 37-39 centesimi al litro di latte pagati oggi sono buone quotazioni se paragonate al passato. Il problema è legato alla volatilità dei prezzi che è un elemento di fondamentale incertezza per il produttore che vuole investire o programmare l'offerta».
Come reagisce allora il produttore alle oscillazioni di prezzo? «Quando i prezzi scendono l'allevatore non riesce ad adeguare immediatamente l'offerta. In una stalla fortemente capitalizzata avrebbe dovuto incrementare l'offerta per stabilizzare i ricavi, almeno nel breve termine, appunto quando i prezzi scendono. Invece cosa fa? Aumenta la produzione solo quando i prezzi aumentano».

Rama sulla chiusura delle aziende da latte

La conseguenza è che molte aziende da latte stanno chiudendo: dalla campagna 1995-96 a quella del 2016-17 è scomparso il 69% delle stalle. È scomparso negli ultimi 20 anni il 91,4% delle stalle sotto le 10 tonnellate di latte, l'88,9% di quelle che producono da 10 a 20 tonnellate e il 79% delle stalle da 20 a 50 tonnellate.
Significa che le piccole e piccolissime aziende stanno sparendo in pianura e stanno da qualche anno diminuendo anche nelle zone di montagna. Di fronte a questo processo di concentrazione il settore reagisce cercando di abbassare i costi che sono molto variabili in base alle dimensioni delle aziende. Si parte infatti da un costo esplicito di 117,46 euro per 100 chilogrammi di latte per gli allevamenti che producono fino a 20 tonnellate l'anno e si arriva al costo più basso di 37,01 euro per 100 chili nelle stalle più grandi che superano le

2mila tonnellate di latte l'anno.
Le aziende che hanno fatto profitto nell'ultimo triennio sono pochissime: nel 2017 sono solo il 5% di quelle piccolissime, salgono al 51% quelle che producono da 200 a 500 tonnellate e si arriva all'80,41% di quelle più grandi da più di 2mila tonnellate l'anno di latte. Anche tra queste aziende una quota significativa chiude in rosso anche in un anno positivo per il latte italiano come il 2017. Un'azienda su cinque anche tra le più grandi, quindi, non riesce a coprire i propri costi.

Rama: le reazioni delle imprese della trasformazione ai nuovi scenari di mercato
Cosa fanno invece le imprese della trasformazione di fronte agli scenari in evoluzione e alle incertezze sul costo di approvvigionamento?
«La prima reazione – continua Rama - è quella della concentrazione dell'offerta, ad esempio è nata la Aop Latte Italia che rappresenta 1 milione di tonnellate di latte, il 10% circa del latte italiano, e riunisce 5 Op in Lombardia e Piemonte, ma oggi è solo una struttura di coordinamento perché ognuno poi persegue le proprie politiche commerciali. A livello di imprese di trasformazione a dicembre 2017 è nata invece la Centrale del Latte d'Italia dalla fusione delle Centrali del latte di Torino, Vicenza e Firenze con 200 milioni di fatturato, 5 stabilimenti, 240 dipendenti e 4 marchi del latte. E' il terzo polo del latte dopo Granarolo e Parmalat ma dovrà crescere ancora».
Una seconda risposta agli stimoli del mercato è la diversificazione produttiva e dei mercati. Fino a pochi anni più dell'80% del fatturato di Granarolo era legato alla bottiglia di latte, ora invece il prezzo sta diminuendo assieme ai consumi e si cerca di allargare con l'internazionalizzazione. Il gruppo cooperativo ha puntato non solo sull'estero, dove oggi realizza il 28% del fatturato, ma anche sulla diversificazione produttiva con la produzione di bevande di soia, gli investimenti nell'aceto balsamico e nell'acquisto di un pastificio. Questo è un altro modo per cogliere le opportunità del mercato.
La terza risposta è la differenziazione dei prodotti, ossia tentare di valorizzare ad esempio il Parmigiano Reggiano prodotto con il latte di vacche rosse dell'Appennino Reggiano o il "Latte nobile", prodotto con vacche che hanno almeno il 70% di alimentazione di foraggi freschi o fieno, o ancora il burro fatto con latte di capra spalmabile di Amalattea.
Una quarta linea strategica, ha concluso Rama, è l'integrazione di filiera realizzata ad esempio dall'accordo per il latte scremato in polvere tra Inalpi e l'industria dolciaria Ferrero: il progetto è partito nel 2009 e si basa su un sistema di indicizzazione del prezzo con premi di filiera che riconoscono anche le necessità dei produttori di latte.

Gruppo Polidella
Il trend dei consumi di prodotti lattiero caseari è stato poi l'argomento centrale della tavola rotonda del Milk Day. Che ha indagato su come influiscono le esigenze del consumatore sul mercato e sul livello dei prezzi nel settore lattiero caseario.
Il settore lattiero caseario, ha detto Simondavide Rongoni del Gruppo Polidella grande distribuzione (in Alto Adige) nel corso della tavola rotonda, «occupa nella grande distribuzione un ruolo di primo piano nel settore dei freschi e una parte importante dello scontrino delle spesa alle casse. Cerchiamo di offrire al consumatore un ampio assortimento di prodotti in modo da cercare di venire incontro il più possibile alle sue richieste. Si avverte comunque una difficoltà del mondo lattiero caseario che è stato attaccato da più parti con la conseguenza che il consumatore si è spostato su prodotti diversi, non a base di latte. Sono intervenuti inoltre anche cambiamenti socio culturali che hanno allontanato il cliente dal latte».
Ha continuato Rongoni: «Operiamo tuttavia nel Trentino Alto Adige e con attività di marketing che valorizzano soprattutto i prodotti della tradizione lattiero caseario non abbiamo sentito molto questa criticità. Da noi più del 50% del fatturato sviluppato nel settore lattiero caseario è legato a prodotti del territorio. È vero però che nel 2017 in Italia il

fatturato del latte fresco e Uht ha perso circa 70 milioni di euro e che con i prodotti alternativi al latte come le bevande vegetali ne ha recuperati due terzi».

Alla tavola rotonda sono intervenuti anche Paolo Fabiani, presidente di Trevalli Cooperlat, Luca Cracco del Consorzio di tutela Asiago dop e Caterina Schiavon dell'istituto di ricerca Kkienn. I dettagli sui loro interventi sono riportati nell'articolo di Economia, pubblicato sull'Informatore Zootecnico n. 3.

13 FEBBRAIO - NEWSPETTACOLO

FESTIVAL DEL GIORNALISMO ALIMENTARE 22 - 24 FEBBRAIO 2018 CENTRO CONGRESSI TORINO INCONTRA

Dal 22 al 24 febbraio 2018, il Centro Congressi "Torino Incontra" della Camera di commercio di Torino ospiterà la terza edizione del Festival del Giornalismo Alimentare.
Tre giorni di confronto su cibo e alimentazione, attraverso un'alternanza di panel di approfondimento, eventi collaterali, laboratori ed educational sul territorio per una platea eterogenea di giornalisti, comunicatori, foodblogger, aziende, istituzioni, uffici stampa, scienziati, alimentaristi e influencer italiani e internazionali.
L'evento sarà tra i primi appuntamenti dell'"anno del cibo italiano nel mondo", proclamato dal Ministero dei beni e delle attività culturali con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali.
Il Festival avrà la media partnership di Rai Radio 1, che seguirà tutti i lavori dedicando alla manifestazione l'intera puntata della trasmissione Coltivando il futuro di sabato 24 febbraio e, per la prima volta, accoglierà una regione ospite: la Valle d'Aosta.
Il programma dei panel
Ad aprire i lavori, la mattina di giovedì 22 Febbraio, sarà un tema decisamente attuale, in vista anche delle imminenti elezioni: "Quali politiche alimentari per la prossima legislatura?". I principali enti e associazioni di categoria della filiera alimentare avranno l'occasione di presentare le proprie aspettative e richieste da inserire ai vertici dell'agenda della prossima legislatura.
Il dibattito si concentrerà poi sul protagonista del 2018, il cibo italiano, per capire quanto il marchio made in Italy sia effettivamente garanzia di sicurezza e qualità e quanto sia minacciato da contraffazioni e prodotti italian sounding. La comunicazione sulla sicurezza alimentare avrà anche una visione più "europea", con l'intervento dell'Ue e dell'EFSA (European food safety authority) e con un'analisi dei nuovi trattati sul cibo come Ceta e Ttip. All'ordine del giorno anche il giornalismo investigativo con un focus sulla filiera alimentare, in un panel realizzato insieme al Premio Morrione, e quello di denuncia sugli investimenti della criminalità organizzata nella ristorazione e nella distribuzione. Sarà aperto uno spazio di confronto tra vegani e onnivori, in collaborazione con la rivista Funny Vegan, mentre panel di approfondimento saranno dedicati a prodotti "eccellenti" come latte, formaggio e carne e a una risorsa sempre più preziosa: l'acqua. Attenzione, poi, agli sprechi alimentari, anche attraverso progetti come Una Buona Occasione della Regione Piemonte; alle etichette e ai "nuovi cibi", tra costume, informazione sanitaria e cambiamenti climatici. La comunicazione delle aziende food sarà un altro dei temi di riflessione, tra gestione di crisi e trappole del web e dei social media. Ma evidenziando anche iniziative innovative a supporto delle piccole realtà enogastronomiche locali come #MaestriDigital, progetto di formazione sull'utilizzo dei nuovi media ideato dalla Camera di commercio di Torino e rivolto ai Maestri del Gusto di Torino.
Il cibo sarà visto anche come fattore economico sempre più strategico nel mercato attuale e come valore vincente per la comunicazione di un territorio, anche per merito di progetti come Bocuse d'Or, che nel 2018 si svolgerà per la prima volta in territorio piemontese.
Non mancheranno, infine, momenti di formazione e confronto tra le diverse anime della comunicazione alimentare e focus sulla deontologia professionale. Dal seminario sui contributi per un "giornalismo consapevole e responsabile" a quello dedicato alle "nuove frontiere dell'informazione 4.0." tra freelance, food blogger, food writer e brand journalist, in collaborazione rispettivamente con l'Ordine dei Giornalisti del Piemonte e Stampa Subalpina.
Le novità della terza edizione
Nasce in seno al Festival il primo appuntamento Business to Business dedicato alle aziende

del food e ai professionisti della comunicazione, con l'obiettivo di incentivare l'integrazione tra questi due mondi. Da una parte del tavolo siederanno alcuni Maestri del Gusto di Torino e Provincia, selezionati dalla Camera di commercio di Torino in collaborazione con Slow Food Italia. Dall'altra, le nuove professionalità della comunicazione (blogger, social media manager, influencer), che potranno promuoversi come consulenti. Si svolgerà giovedì 22 febbraio dalle 14.30 alle 17 in uno spazio riservato di Torino Incontra. Altra grande novità saranno i laboratori pratici del giovedì e venerdì pomeriggio (14,30-17), realizzati in collaborazione con il Laboratorio Chimico della Camera di commercio di Torino, l'Istituto Zooprofilattico di Piemonte Liguria e Valle d'Aosta e SMAT, Società Metropolitana Acque di Torino. Nel pomeriggio di giovedì 22 gli "idrosommelier" SMAT accompagneranno gli interessati in un "assaggio dell'acqua", fornendo le basi da cui partire per una sua corretta analisi sensoriale. Il venerdì pomeriggio sarà la volta dello Showlab: muniti di camice e microscopio e seguiti dai tecnici dell'Istituto Zooprofilattico, i partecipanti effettueranno le analisi di base abitualmente condotte sui campioni di cibo contaminati da funghi e batteri; per poi passare alla lettura delle etichette alimentari. Un esperto del Laboratorio Chimico della Camera di commercio di Torino analizzerà quelle presenti sul mercato e commenterà gli errori più frequenti, facendo chiarezza nel complesso panorama legislativo. Anche CinemAmbiente aderisce al Festival, organizzando un'edizione speciale intitolata "Una buona occasione al cinema" e dedicata al tema dell'alimentazione e della sostenibilità ambientale. Appuntamento nelle serate di giovedì e sabato, a partire dalle 18.30 circa presso il Cinema Centrale di Torino con ingresso gratuito.

Eventi off e press tour

Accanto ai panel di lavoro anche quest'anno torneranno gli eventi off e i press tour.

Giovedì 22, a partire dalle 19.30, Palazzo Birago (Via Carlo Alberto 16), sede istituzionale della Camera di commercio di Torino, ospiterà nelle sale auliche un aperitivo dedicato alle attività camerali per l'agroalimentare: da Maestri del Gusto alla selezione dei vini TorinoDOC, miscelati in cocktail originali in collaborazione con l'Enoteca regionale dei vini della provincia di Torino e Onav. Protagonista della serata il nuovo progetto #MaestriDigital, proposto nella prima edizione a 23 eccellenti Maestri del Gusto. Alle 20, Fiorfood di Coop ospiterà uno showcooking dal titolo "Come valorizzare il cibo italiano senza sprecarlo" in collaborazione con Aici, Associazione insegnanti di cucina italiana. Musica e animazione a cura dei programmi radiofonici Cocina Clandestina e Tasta la Notizia di Radio Grp e di Danilo Poggio, Direttore di Grp Tv.

Venerdì 23 alle 20, M**BUN in Via Rattazzi 4, invita a una serata tra degustazioni e scoperta della carne piemontese, materia prima fondamentale per gli hamburgher dello slow fast food piemontese, mentre presso Cookin' Factory, in via Savonarola 2m, l'artista del gusto Claudia Fraschini svelerà i segreti della cucina vietnamita.

Sabato 24 sarà invece la giornata dedicata agli educational sul territorio con la collaborazione di Regione Piemonte, Regione Valle d'Aosta, Comune di Chieri e Camera di commercio di Torino.

La Valle d'Aosta, regione ospite, aprirà le proprie porte per un viaggio all'insegna di alcune delle più pregiate eccellenze enogastronomiche locali. La razza bovina piemontese sarà invece "la portata principale" a Carrù, in collaborazione con Coalvi, in un tour che terminerà con la visita alla Cantina Sociale di Clavesana. Dalla carne ai latticini nello stabilimento di produzione e nelle stalle sperimentali di inalpi, con una degustazione guidata dei migliori prodotti dell'azienda piemontese. Le eccellenze dei Maestri del Gusto saranno protagoniste in tre diversi itinerari: nel suggestivo borgo di Chieri in un percorso che, dopo il pranzo all'Ex Mattatoio, approderà al Martini Bar Academy di Casa Martini a Pessione; nell'affascinante quartiere San Donato di Torino, tra pane, grissini, carne cruda e gelato, con un intrigante assaggio finale di birra e cioccolato al birrificio artigianale La Piazza, e a Caluso presso l'Enoteca regionale dei vini della provincia di Torino, per finire

con il pranzo da Eataly Lingotto. Dopo le lezioni di caffè nell'elegante "Diamante" Costadoro, e di acqua, curiosando tra gli impianti di produzione e trattamento delle acque potabili Smat, lo chef Simone Salvini illustrerà le nuove tendenze della cucina vegetale presso il ristorante vegano Soul Kitchen. Tra cultura e sapore in un tour che si apre con la visita al magnifico castello di Costigliole d'Asti, prosegue con uno showcooking a opera dello Chef Massimiliano Careri presso l'Orangerie di ICIF e si conclude con l'assaggio dei vini tutelati dal Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato. Dopo la prima colazione presso l'innovativo polo gastronomico torinese di EDIT, si andrà invece alla scoperta del progetto di economia carceraria Freedhome, per poi consumare il pranzo "dietro alle sbarre" nella Casa Circondariale "Lorusso e Cutugno" di Torino in compagnia di "LiberaMensa". Dopo un'aperispesa all'Angolo dei Sapori, infine, Cooking Factory, in collaborazione con Nikon, ospiterà un workshop di cucina e fotografia.

Per l'accoglienza di tutti i partecipanti, il Festival potrà contare sul supporto degli studenti della Scuola Alberghiera di Stresa, dell'Istituto Beccari di Torino e dell'Istituto Colombatto di Torino.

I pranzi durante i lavori del Festival saranno offerti dall'Associazione gastronomica peruviana di Torino.

Per fare incontrare le diverse professioni l'evento è stato inserito tra quelli validi per i crediti formativi dei giornalisti, delle professioni scientifiche e sanitarie e degli agronomi.

Il Festival del Giornalismo Alimentare ha il patrocinio di "2018 anno del cibo italiano", Regione Piemonte, Città Metropolitana di Torino e Comune di Torino, Università degli Studi di Torino, Slow Food Italia, Federazione Nazionale Stampa Italiana e Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, Ordine dei Giornalisti del Piemonte e Associazione Stampa Subalpina. È realizzato con il contributo di Compagnia di San Paolo e Camera di commercio di Torino, oltre a una partnership con Regione Piemonte. Main partner: Coalvi, Coop Italia, Costadoro, DUSSMAN, ESCP Europe, Ferrero, INALPI, Smat, M**BUN e MoleCola con il supporto scientifico del Barilla Center for Food and Nutrition e dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale del Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta.

È possibile accreditarsi online al link http://www.festivalgiornalismoalimentare.it/accredito/

13 FEBBRAIO - INCHIOSTROFRESCO

TORINO SARA' CITY PARTNER DELLA FEDERAZIONE ITALIANA DI SCHERMA

L'accordo firmato alla Borsa Internazionale del Turismo di Milano12 febbraio 20183È stato siglato alla Fiera di Milano, nell'ambito della BIT 2018, l'accordo tra il Comune di Torino e la Federazione Italiana Scherma per il progetto City Partner Fis. L'amministrazione comunale fornirà gratuitamente i suoi impianti sportivi e in cambio otterrà la garanzia di poter organizzare delle gare sul suo territorio, oltre alla possibilità di veicolare le sue iniziative attraverso i canali della Federscherma. Torino è la 25esima città italiana che aderisce al progetto istituito dalla Federscherma per creare una sinergia che faccia il bene dello sport e dei comuni stessi. " Quando una gara coinvolge 1000 ragazzi, con 1000 famiglie e 1000 istruttori si mobilitano circa 4-5 mila persone che per una città sono un'occasione di indotto – ha spiegato il presidente della Federazione Italiana Scherma Giorgio Scarso – ecco il senso dell'accordo Fis City Partner". Di una " consolidata esperienza nell'organizzazione di eventi di altissimo livello" ha parlato la presidente del Comitato Regionale Fis Piemonte Cinzia Sacchetti, che ha citato il Gp Fie di fioretto Trofeo inalpi e gli Europei di scherma paralimpica a Casale Monferrato in quanto grandi successi organizzativi e risorse per le località in cui erano stati organizzati. " Questo è possibile grazie alla capacità di chi organizza ma anche al supporto di Regione e Comune. Cerchiamo di portare la scherma nelle scuole con progetti su scala regionale e su Torino", ha aggiunto Sacchetti. Per il consigliere comunale Marco Chessa " Torino è una città di forte tradizione in ambito schermistico e vogliamo continuare, per questo ogni collaborazione è ben accetta. Siamo un'amministrazione che punta forte sullo sport anche in un momento di contrazione delle risorse, e cerchiamo di portare eventi sul territorio della nostra città e attraverso l'attività scolastica. Speriamo che questo sia un ulteriore passo verso altri traguardi". Nella stessa sede è stato annunciato un accordo con la Regione Piemonte per permettere alla Coppa del Mondo di fioretto di restare a Torino e trovare una casa più consona alle sue esigenze, spostandosi dal PalaRuffini al Palalsozaki. L'accordo prevede una convenzione che sarà firmata in occasione del Trofeo inalpi dell'anno prossimo e secondo il presidente Fis Scarso " testimonia la grande sensibilità della Regione Piemonte nei confronti dello sport". Un concetto ribadito anche da Paola Casagrande, direttrice area Cultura, Sport e Turismo della Regione Piemonte: " Crediamo molto in questo progetto, ci crede l'assessore Ferraris che ha deciso di sostenere con maggiore impulso la gara di Coppa del Mondo di fioretto a Torino". 3 G.P.M.
city partner federazione italiana scherma fis scherma Torino 2018-02-12 +Fabio Mazzari tweet

14 FEBBRAIO - CRONACAQUI

FEDERSCHERMA, ACCORDO CON COMUNE E REGIONE

Il Comune di Torino e la Federazione Italiana Scherma hanno firmato un accordo nell'ambito del progetto City Partner Fis. L'amministrazione comunale fornirà gratuitamente i suoi impianti sportivi e in cambio otterrà la garanzia di organizzare delle gare sul suo territorio, oltre alla possibilità di veicolare le sue iniziative attraverso i canali della Federscherma. Torino è la 25ª città italiana ad aderire, per creare una sinergia che faccia il bene dello sport e dei comuni stessi. È stata anche annunciata un'intesa con la Regione Piemonte, per permettere alla Coppa del Mondo di fioretto di restare a Torino e trovare una casa più consona alle sue esigenze, spostandosi dal PalaRuffini al PalaAlpitour. Una convenzione sarà siglata in occasione del Trofeo Inalpi dell'anno prossimo.

[ro.le.]

15 FEBBRAIO - NEWSFOOD

INALPI a Marca 2018: intervista a Matteo Torchio, Direttore Marketing (Video)

INALPI è una delle eccellenze del Piemonte di cui andare fieri. Abbraccia col nome il territorio piemontese delle alte vallate…

INALPI è una delle eccellenze del Piemonte di cui andare fieri. Abbraccia col nome il territorio piemontese delle alte vallate, dove le mucche pascolano e producono ottimo latte.
Un'azienda che esprime il carattere dei Piemontesi genuini che guardano al lavoro e ai prodotti come ad una missione: qualtà, qualità, qualità.
Matteo Torchio, responsabile Marketing di Inalpi
Intervista di Giuseppe Danielli, direttore di Newsfood.com
Il 17 e 18 gennaio si è svolta, presso Bologna Fiere, MARCA – Salone internazionale sui prodotti a Marca del Distributore, la seconda fiera in Europa del MDD, unica manifestazione in Italia dedicata alla marca commerciale. Inalpi, ha preso parte all'evento con un format ormai consolidato: l'area espositiva dell'azienda di Moretta è infatti stata trasformata, per l'occasione, in un ampio spazio ristorazione magistralmente condotto dallo chef stellato Gianpiero Vivalda. Inoltre l'area è diventata testimone concreto e immagine del territorio. L'allestimento ha infatti puntato sulla riproduzione delle bellezze dello spazio alpino da cui, ogni prodotto prende origine… (leggi tutto)

INALPI ENTRA NELLE ECCELLENZE DEL PROGETTO ELITE DI BORSA ITALIANA E DELOITTE

Inalpi, gruppo italiano leader nella produzione di latte in polvere di qualità, burro e panna, è stata scelta da Borsa Italiana e Deloitte ed entra a far parte delle oltre 700 aziende di eccellenza aderenti al progetto ELITE. Inalpi, nata nel 1966, ha registrato nel 2016 un fatturato di 127 milioni Euro, con una… (leggi tutto)

INALPI S.p.A
Via Cuneo, 38,
12033 Moretta CN
Redazione Newsfood.com

16 FEBBRAIO - ALTISSIMOCETO

CARTOLINE DEL 738MO MEETING @ CAMPAMAC OSTERIA DI LIVELLO BARBARESCO (CN) PATRON PAOLO DALLA MORA

Primo appuntamento degli Amici Gourmet in un ristorante che, possiamo ben dirlo a esperienza conclusa, diventerà un incontro abituale del nostro Roadshow itinerante. A Barbaresco, a novembre 2017 ha aperto il Campamac – Osteria di Livello, frutto di un progetto e di una passione condivisi da Maurilio Garola, patron della Ciau del Tornavento , un'istituzione nelle Langhe, e dall'imprenditore Paolo Dalla Mora, un passato da manager di realtà internazionali, oggi consulente nel food e nell'alta moda. Ne risulta un locale di tendenza, ultra moderno nell'architettura e negli arredi, dalla cucina che, in pieno stile Garola, ricorda i fasti di un banchetto regale, con una vasta offerta di carni allo spiedo e una carta prettamente piemontese. In cantina, oltre 20.000 etichette. Per dirlo in langarolo, non resta che augurare a chi, come noi, vorrà ripetere l'esperienza: campamac, dacci dentro! La squadra Lo staff di cucina Executive Chef: Maurilio Garola Chef: Alessandro Capalbo Sous Chef Griglia: Marco Paganello Sous Chef Cucina: Elio Keci Lo staff di sala Direttore: Ivan Famanni Maître: Marco di Norscia, Paola De Maria Sommelier: Pier Mario Bergadano, Matheus Pasini Chef de rang: Stefano Garini, Davide Giordana L'arrivo al ristorante Sala e mise en place Il bancone del bar I nostri premium partner della giornata Il tavolo Il nostro menù personalizzato Abbinamento Vini Nei meeting utilizziamo i vini messi a disposizione dai nostri Partner. La selezione di formaggi selezionati dallo chef Piccolo briefing dello staff prima dell'arrivo degli ospiti Gli chef sono già all'opera... Aperitivo in cucina con lo chef! Partiamo con la prima bollicina di giornata Un brindisi tutti insieme! Bra Burger con fettine di latte inalpi e crostone con acciughe sottosale e burro inalpi La bagna cauda di Maurilio Panbrioche al miele con rosette di burro inalpi al tartufo Prosciutto crudo in morsa Pronti per entrare in scena! Ci accomodiamo al tavolo Pane Tipologie di pane: Altralanga (Farina Buratto, Farina Henkir, Macina integrale, Acqua, Sale, Lievito madre); Campamac (Farina di Farro Bianco, Farina Buratto, Acqua, Sale, Lievito Madre). In accompagnamento Burro inalpi e olio Laudemio, Frescobaldi.