LATTERIE inalpi
BUON LATTE ALPINO PIEMONTESE

RASSEGNA STAMPA

16 OTTOBRE - ALTISSIMOCETO

CARTOLINE DAL 699MO MEETING VG @ RELAIS VILLA DAMELIA BENEVELLO (CN) CHEF DAMIANO NIGRO

È iniziato con un aperitivo in giardino l'appuntamento degli Amici Gourmet a Villa d'Amelia, elegante relais di Benevello, immerso nella campagna langarola. Dalla sua posizione privilegiata, sulla cima di una collina, la Villa ci ha regalato una spettacolare panoramica sul paesaggio circostante, di cui ci siamo riempiti gli occhi mentre dalla cucina ci raggiungevano gli stuzzichini, preludio del nostro pranzo. Non sono mancate le Langhe, nei piatti preparati dallo chef Damiano Nigro, con gli straordinari prodotti di cui questo territorio è ricco, tra cui la nocciola – tonda gentile trilobata, sia chiaro – una vera tentazione, e un regale tartufo bianco, una vera chicca considerando la stagione difficile. Ma quella di Nigro è un'anima peregrina, nata in Puglia e poi, sin dalla prima adolescenza, sempre più internazionale. Una ricchezza di esperienze e vissuti che si traduce in un'idea di cucina più organica e complessa, che non esita a portare a Benevello il mare, talvolta presentato con accostamenti spiazzanti ma azzeccati, come il gambero in ceviche servito con un'estrazione di Parmigiano Reggiano e spinaci. Archivio storico reportage: La squadra Lo staff di cucina Chef di cucina: Damiano Nigro Sous chef di cucina: Diego Solazzo Capo-partita ai secondi: Michele Duraccio Commis ai secondi: Antonio Virgilio Capo-partita agli antipasti: Leonardo Iacometti Commis agli antipasti: Mirko Nocentini Capo-partita ai primi: Niccolò Ponte Commis ai primi: Nicola Marzano Chef Pasticcere: Giovanni Nigro Commis pasticceria: Chiara Barbero Lo staff di sala Maître: Elena Boffa Sommelier: Mattia Valentino Aiuto Sommelier: Sara Costa Chef de rang: Angela Papagni Commis di sala: Rosanna Mastrapasqua e Mariantonella Di Renzo L'arrivo di VG al ristorante L'ingresso Il menu esposto Sala e mise en place Il Tartufo Bianco d'Alba ci attende Il tavolo Il nostro menù personalizzato Abbinamento Vini Nei meeting utilizziamo i vini messi a disposizione dai nostri Partner. Ci spostiamo nella zona esterna del ristorante per l'aperitivo La piscina I prodotti del nostro Main Partner inalpi Aperitivo Franciacorta Vintage Collection Satèn 2011 – Ca' del Bosco Il benvenuto della cucina Bignè al formaggino di latte inalpi Nocciole salate Cannollo di pasta all'olio, mousse di mortadella e granella di nocciola Piemonte dolce e croccante di riso al curry e crema di mela Altri stuzzichini in arrivo! Tipologie di stuzzichini: Piemonte dolce; tartelletta al formaggino di latte inalpi pomodorino confit, olive taggiasche e origano; croccante di tapioca e gambero con tartare di gambero; rotolo di salmone affumicato con la sua mousse. Acciuga fritta e prezzemolo Ci accomodiamo al tavolo dove ci viene servita la prima etichetta in abbinamento Langhe Doc Bric Amel 2015 – Marchesi di Barolo Un brindisi tutti insieme! Pane Tipologie di pane: lievito madre, ai 5 cereali, grissini, focaccia al rosmarino, pane sfogliato al burro – Farine Mulino Marino Piattooo!! Amuse bouche Melanzana grigliata, gambero in "ceviche", estrazione di Parmigiano Reggiano e spinaci Rotolo di seppia e patate, fagiolini e salsa al nero di seppia Ribolla gialla 2013 – Villa Parens Lo chef prepara la prossima portata in Pentola d'oro Agnelli VG e lo chef presentano il piatto Gnocchetti di patate, scorfano e friggitelli Riso mantecato con ricotta lisciata di bufala, burro di panna fresca inalpi, limone e carpaccio di scampi VG all'assaggio Barolo Docg Sarmassa 2010 – Marchesi di Barolo Pescato del Mediterraneo, fagioli, peperoni e prezzemolo Ricciola arrosto, fagioli, peperoni e prezzemolo Piccione arrosto, rapanello, albicocca e nocciola tonda gentile trilobata Acqui Passito di Brachettoo 2015 – Vini Passiti Bragagnolo Cupola di ciocco bianco, lamponi e croccante di zucchero Moscovado Estate alla frutta (selezione di frutta tagliata e sorbetto) Caffè e coccole finali Tipologie di piccola

pasticceria: cannolino siciliano; biscotto alla nocciola; moretto; cioccolatino al mou; tartelletta al mascarpone. Caffè Rossini – Diano D'Alba VG distribuisce ai nostri associati i prodotti offerti dal nostro Main Partner inalpi Un grande GRAZIE a tutti! Per la prossima tappa aspettiamo anche te! Consulta il calendario eventi qui e iscriviti! Viaggiatore Gourmet – Viaggiare, conoscere, esserci! Partner della 699esima edizione Meeting di Altissimo Ceto Ristorante Villa D'Amelia 12050 Benevello (CN) Loc. Manera, 1 Chiuso il lunedì tutto il giorno e il martedì a pranzo Tel. 0173 529225 E-mail: info@villadamelia.com Sito internet: www.villadamelia.com I prossimi meeting di Altissimo Ceto: Essere un nostro associato significa ricevere inviti personali per oltre 100 eventi (annuali) imperdibili che organizziamo per i nostri soci, un ricco calendario di eventi settimanali (aperitivi, pranzi, cene, serate mixology, degustazioni di grandi vini e di cibi rari e preziosi) privati ed esclusivi (Roadshow of Excellence Tour), tappe ufficiali che in Italia ogni anno vengono ospitate dalla migliore selezione di tutti gli 8 tre stelle, dei 41 due stelle e da una buona parte dei 294 ristoranti stellati Michelin, oltre che da una attenta selezione di Hotel 5 ***** stelle, SPA resort e relais selezionati tra i più prestigiosi e rappresentativi. Breaking News – Eventi Enogastronomici esclusivi. (Media Partner) Sponsored By Amici Gourmet – Network esclusivo di appassionati Gourmet.

17 OTTOBRE - CUNEOCRONACA

SALUZZO/ Migliaia di famiglie all'ex caserma Musso per "Mattoncinomania"

SALUZZO

Ancora una volta l'evento per gli appassionati delle mitiche costruzioni Lego organizzato dai super esperti del settore giocattolo di Bollati Giochinfanzia di Saluzzo, in provincia di Cuneo, ha superato ogni aspettativa di interesse e di affluenza di pubblico. La coda di persone in attesa già prima dell'apertura lasciava presagire un'edizione da record e le speranze di successo non sono certo rimaste deluse: migliaia di famiglie hanno goduto con stupore lo spettacolo che si è aperto davanti ai loro occhi.

La mostra è stata organizzata nei minimi dettagli con tante interessanti novità: la prima stanza, completamente nera, è stata ambientata nel fantastico mondo di Star Wars (con tanto di personaggio "animato" di Darth Vader in dimensioni reali e di proiezioni video). Si è poi passati nella seconda ambientazione con uno splendido allestimento a tema natalizio offerto dai professionisti del giardino e dell'addobbo di Armando Vivai, con centinaia di mini panettoncini esclusivi realizzati ad hoc dallo storico marchio Albertengo e con un super Babbo Natale (taglia forte!) costruito in dimensioni reali con migliaia di mattoncini Lego.

L'effetto sorpresa più grande è arrivato con la galleria d'arte a tema: nella "Celebrity Gallery" sono state esposti molti quadri riproducenti volti di personaggi famosi (progetti grafici a cura di Bikuadro di Moretta) realizzati con i mini pezzetti Lego, mentre nella Photo Gallery sono state ammirate decine di fotografie di mini personaggi Lego con lo sfondo suggestivo della magnifica Saluzzo storica (scatti realizzati da Massimo Gonella)

I saloni storici della Caserma Mario Musso hanno fatto da incantevole cornice alle centinaia di opere dei 125 espositori e collezionisti provenienti da tutto il nord Italia: città, treni, aerei, villaggi invernali ed agricoli, ambientazioni spaziali ed artiche, soldatini, scene di combattimento, castelli, mezzi motorizzati e computerizzati, velieri nel mare in tempesta o, ancora, magici mondi rosa del pianeta bimbe. I capolavori hanno letteralmente invaso gli spazi della rassegna saluzzese. Insomma, nessun freno alla fantasia e alla creatività.

Niente è stato lasciato al caso: trenino navetta, deposito passeggini, area gioco per i bimbi, punto ristoro, negozio lego fornitissimo. Gli organizzatori di Bollati Giochinfanzia hanno davvero pensato a tutto e i commenti dei visitatori sono stati di puro entusiasmo e di grande soddisfazione. Lo spettacolo ha valso davvero la piccola spesa del biglietto di ingresso per gli adulti (tornati, per l'occasione, un po' bambini), mentre a tutti i ragazzini la visita è stata offerta da Acqua Eva e Latterie Inalpi, media partners della manifestazione, insieme a Cuneocronaca.it.

17 OTTOBRE - ILNAZIONALE

Mattoncinomania si conferma uno degli eventi più amati del saluzzese: grande successo per l'edizione 2017

Mattoncinomania, l'evento dedicato al mondo delle mitiche costruzioni Lego, si conferma amatissimo: organizzato dai super esperti del settore giocattolo di Bollati Giochinfanzia di Saluzzo, ha superato ogni aspettativa di interesse e di affluenza di pubblico.

Un'edizione da record, con tantissimi appassionati in coda già prima dell'apertura della caserma Musso, che ha ospitato l'evento. Migliaia di famiglie colorate e allegre hanno goduto con stupore lo spettacolo che si è aperto davanti ai loro occhi.

La mostra è stata organizzata nei minimi dettagli con tante interessanti novità: la prima stanza, completamente nera, è stata ambientata nel fantastico mondo di Star Wars (con tanto di personaggio "animato" di Darth Vader in dimensioni reali e di proiezioni video); si è poi passati nella seconda ambientazione con uno splendido allestimento a tema natalizio offerto dai professionisti del giardino e dell'addobbo di Armando Vivai, con centinaia di mini panettoncini esclusivi realizzati ad oc dallo storico marchio Albertengo e con un super Babbo Natale (taglia forte!) costruito in dimensioni reali con migliaia di mattoncini Lego.

L'effetto sorpresa maggiore è arrivato con la galleria d'arte a tema: nella Celebrity Gallery sono state esposti molti "quadri" riproducenti volti di personaggi famosi (progetti grafici a cura di Bikuadro di Moretta) realizzati con i mini pezzetti Lego, mentre nella Photo Gallery sono state ammirate decine di fotografie di mini personaggi Lego con lo sfondo suggestivo della magnifica Saluzzo storica (scatti realizzati da Massimo Gonella)

Centinaia le opere esposte, realizzate dai 125 espositori e collezionisti provenienti da tutto il nord Italia: città, treni, aerei, villaggi invernali ed agricoli, ambientazioni spaziali ed artiche, soldatini, scene di combattimento, castelli, mezzi motorizzati e computerizzati, velieri nel mare in tempesta o, ancora, magici mondi rosa del pianeta bimbe... tutto all'insegna della craetività e originalità.

Impeccabilke anche l'organizzazione ad opera del negozio di giocattoli Bollati Giochinfanzia, che ha accolto i tantissimi visitatori con il trenino navetta, il deposito passeggini, un'area gioco per i bimbi, il punto ristoro e il fornitissimo negozio con la possibilità di acquistare i mattonicini più famosi del mondo. negozio lego fornitissimo. Impossibile non divertirsi, tanto che gli stessi adulti sono ritornati un po' bambini. E proprio ai bambini la visita è stata offerta da Acqua Eva e Latterie Inalpi, media partners della manifestazione.

Non resta che guardare al 2018, per una nuova attesissima edizione di Mattoncinomania, ormai entrata di diritto tra le manifestazioni di punta del saluzzese e di tutta la provincia.

17 OTTOBRE – LA STAMPA

Innovazione

Prodotto in polvere: premio ad Inalpi

Il latte in Polvere Inapli, nella confezione da 1 chilo derivato da solo latte al 100 per cento Alpino e Piemontese ha vinto il premio di prodotto innovativo dell'anno alla terza edizione degli Italian Food Awards 2017. Il riconoscimento è arrivato ad Anuga, fiera mondiale leader del settore food&beverage, che si è concluso a Colonia lo scorso 11 ottobre. Nel corso dell'esposizione sono stati anche presentato il Formaggino Bio (prodotto con latte 100% Alpino Piemontese Bio) e le Denominazioni d'origine protetta : Toma Piemontese, Bra Tenero, Raschera.

17 OTTOBRE – LAREPUBBLICA.IT

MENU la Repubblica.it

Economia & Finanza con Bloomberg Seguici su

Ricerca titolo

HOME

MACROECONOMIA

AFFARI & FINANZA

LAVORO

DIRITTI E CONSUMI

AFFARI&FINANZA

OSSERVA ITALIA

GLOSSARIO

Latte in polvere, Inalpi raddoppia "Pronti ad aumentare la produzione"

"LA CONDIZIONE PER FARLO È RIUSCIRE A SENSIBILIZZARE LE INDUSTRIE AGROALIMENTARI AD UTILIZZARE IL PRODOTTO ITALIANO, DAREMMO UN NUOVO SBOCCO DI MERCATO A MOLTI ALLEVATORI PIEMONTESI E LOMBARDI". COSÌ AMBROGIO INVERNIZZI. NEL 2008 PARTÌ SEGUENDO MICHELE FERRERO

Vito de Ceglia

16 Ottobre 2017

<p>Milano «L 'intuizione è stata di Michele Ferrero che desiderava avere una produzione nazionale di latte in polvere: ci ha chiesto di lavorarci su e di sviluppare una filiera in grado di coprire il fabbisogno della sua azienda. Non è stato semplice ma ci siamo riusciti, grazie a un accordo con Coldiretti Piemonte e Lombardia, e un investimento di 30 milioni di euro per dotarci di una torre sprayer e avviare la produzione». Correva l'anno 2008 quando il patron del più grande gruppo dolciario italiano rivolgeva questa richiesta ad Ambrogio Invernizzi, numero uno di Inalpi, azienda con sede a Moretta (Cn), di proprietà di una delle grandi famiglie casearie nazionali, con alle spalle mezzo secolo di vita, 130 dipendenti, 500 tonnellate di latte lavorato ogni giorno e un giro di affari di 127 milioni di euro realizzato nel 2016. Pochi anni dopo la svolta, dopo quella dei formaggini, e siamo nel 2010: l'industria di Moretta decide di acquistare il latte fresco di 500 allevatori piemontesi per trasformarlo in latte in polvere e destinarlo a sua volta alla Ferrero. «Proprio quell'anno Inalpi ha messo in funzione la torre sprayer per la trasformazione in polvere del latte liquido in grado di produrne fino a 18mila tonnellate», ricorda Invernizzi. Che ora si dice pronto ad investire altri soldi per una seconda torre, «a patto di riuscire a sensibilizzare le industrie agroalimentari ad utilizzare latte in polvere italiano, ma questo è un aspetto su cui lavora Coldiretti, anche tramite la Fai. A fine anno faremo il punto». Un progetto,

quello di Inalpi, che ha l'obiettivo di raddoppiare la produzione italiana di latte in polvere, offrendo materia prima di qualità made in Italy e fornendo un nuovo sbocco di mercato a molti allevatori piemontesi e lombardi. «In Italia, ogni anno, si consumano circa 100mila tonnellate di polvere di latte di cui oltre il 90% è importato da altri Paesi soprattutto Francia, Germania e Nuova Zelanda. È necessario quindi sviluppare la produzione italiana per permettere ai consumatori di scegliere prodotti che riportino in etichetta: latte in polvere italiano, indice di sicurezza, qualità e soprattutto tracciabilità », ribadisce Invernizzi. L'azienda di Moretta fa la sua parte eseguendo controlli su 17.000 parametri al mese. E ogni anno investe un milione di euro per la gestione e il rinnovamento del proprio laboratorio analisi. «Riceviamo e trasformiamo il latte di 500 allevatori, soci di 2 importanti cooperative piemontesi: Piemonte latte e Compral latte - spiega - . Oggi, la prima conferisce ai nostri impianti circa 1.500 quintali di latte al giorno, la metà della propria produzione. E la seconda circa 4mila q/giorno, che corrispondono a tutta la sua produzione di latte». Con Coldiretti ora è partita la fase 2 del progetto con l'obiettivo di incrementare la produzione: «Quando costruiremo la seconda torre pensiamo che a regime le due torri potrebbero produrre 20mila tonnellate di polvere ciascuna all'anno. Comunque, l'aumento sarebbe di 22mila tonnellate di polvere all'anno ottenibili da 220mila tonnellate di latte liquido». Ma a quali condizioni? Le fonti sarebbero altri produttori, oltre alle due cooperative piemontesi. E per quanto riguarda il prezzo pagato agli allevatori? «Questo sarebbe indicizzato in base alle quotazioni di 15 prodotti lattiero-caseari misurati per il 33% sul mercato europeo, per il 33% su quello nazionale e per il 34% sui costi per la produzione del latte: cioè soia, orzo, fieno, mais e gasolio», risponde Invernizzi. Che aggiunge: «È previsto un premio qualità fino al 5% del valore del latte. Premio che dipende dal rispetto da parte dell'allevatore di un protocollo di filiera». Intanto, Inalpi ha messo a segno un altro colpo: Latterie Alpine, una nuova realtà industriale del settore lattiero caseario nata in seguito all'acquisizione dello stabilimento e macchinari del Caseificio Valle Josina di Peveragno (CN). Società creata insieme alla cooperativa Piemonte Latte. Qui si producono i formaggi piemontesi dop (Bra tenero e duro, Toma Piemontese e Inalpi, Raschera e Fontal). E da qui presto usciranno le fettine e i formaggini che contengono al 100% latte alpino piemontese. «Le prime produzioni sono già state avviate con 600 quintali di latte che ogni giorno consentono di creare la cagliata per la pasta di formaggio, l'obiettivo è di arrivare fino a 4.000 quintali al giorno entro 4 anni con un investimento complessivo di 20 milioni di euro necessario per modernizzare il caseificio », conclude Invernizzi. Il fatturato di Inalpi negli ultimi due esercizi gravita intorno a quota 130 milioni Ambrogio Invernizzi , numero uno di Inalpi, azienda con sede a Moretta (Cn), di proprietà di una delle grandi famiglie casearie nazionali, con alle spalle mezzo secolo di vita, 130 dipendenti, 500 tonnellate di latte lavorato al giorno, 127 milioni di ricavi </p>

LAVORO

Clal, da stabilimento a organo d'informazione

DIRITTI E CONSUMI

AFFARI&FINANZA

OSSERVA ITALIA

CALCOLATORI

GLOSSARIO

16 Ottobre 2017

LISTINO

0

IN ORIGINE L'ACRONIMO INDICAVA LA CENTRALE ALIMENTARE DEL LATTE DI LENDIRANA. ADESSO UN'AZIENDA CHE CURA NOTIZIE DI RIFERIMENTO PER IL SETTORE Milano I n principio, era la Centrale Alimentare del Latte di Lendirana (Rovigo): lo raccoglieva e lo confezionava in bottiglie di vetro. Chiusa la struttura nel '67 dopo un accordo con Latte Sole, l'acronimo resta — Clal - , a cambiare è la mission: quella di diventare l'organo informativo più importante dell'industria lattiero-caseria. È la storia in pillole di un'eccellenza italiana, di nicchia, che vede sempre come protagonista l'imprenditore Angelo Rossi, un'icona di questo mondo, che nel 2002 decide di intraprendere una nuova attività realizzando un canale web specializzato nel settore (www.clal.it). La sua "creatura", nel corso degli anni, è cresciuta allargando la squadra — oggi costituita da 9 giovani laureati — e il suo raggio d'azione con news e dati aggiornati sul comparto a livello nazionale e mondiale, e con un sito web, Teseo, rivolto a tutto il mondo agricolo. «Stiamo lavorando per aumentare la popolarità e la reputazione di Clal anche sui social network e nel mobile, con un occhio di riguardo all'estero (la quota di stranieri che si collegano al sito ha raggiunto il 38%), per offrire servizi sempre più all'avanguardia», spiega Rossi. Come sono cambiate le richieste delle imprese? «Con la globalizzazione, oggi anche le Pmi sono obbligate a guardare i mercati mondiali. Le multinazionali hanno istituito al loro interno uffici di market intelligence, che si occupano di analisi di dati, e Clal si rivolge a queste tipologie di utenti fornendo elaborazioni e previsioni a medio termine». (v.d.c.) La Inalpi della famiglia Invernizzi punta a far aumentare la produzione di latte in polvere di 22mila tonnellate all'anno .

© Riproduzione riservata

16 Ottobre 2017

17 OTTOBRE - TARGATOCN

Mattoncinomania si conferma uno degli eventi più amati del saluzzese: grande successo per l'edizione 2017

Organizzata da Bollati Giochinfanzia di Saluzzo, tutta dedicata ai mitici Lego, la manifestazione è già pronta a tornare nel 2018 (GALLERY)

Mattoncinomania, l'evento dedicato al mondo delle mitiche costruzioni Lego, si conferma amatissimo: organizzato dai super esperti del settore giocattolo di Bollati Giochinfanzia di Saluzzo, ha superato ogni aspettativa di interesse e di affluenza di pubblico.

Un'edizione da record, con tantissimi appassionati in coda già prima dell'apertura della caserma Musso, che ha ospitato l'evento. Migliaia di famiglie colorate e allegre hanno goduto con stupore lo spettacolo che si è aperto davanti ai loro occhi.

La mostra è stata organizzata nei minimi dettagli con tante interessanti novità: la prima stanza, completamente nera, è stata ambientata nel fantastico mondo di Star Wars (con tanto di personaggio "animato" di Darth Vader in dimensioni reali e di proiezioni video); si è poi passati nella seconda ambientazione con uno splendido allestimento a tema natalizio offerto dai professionisti del giardino e dell'addobbo di Armando Vivai, con centinaia di mini panettoncini esclusivi realizzati ad oc dallo storico marchio Albertengo e con un super Babbo Natale (taglia forte!) costruito in dimensioni reali con migliaia di mattoncini Lego.

L'effetto sorpresa maggiore è arrivato con la galleria d'arte a tema: nella Celebrity Gallery sono state esposti molti "quadri" riproducenti volti di personaggi famosi (progetti grafici a cura di Bikuadro di Moretta) realizzati con i mini pezzetti Lego, mentre nella Photo Gallery sono state ammirate decine di fotografie di mini personaggi Lego con lo sfondo suggestivo della magnifica Saluzzo storica (scatti realizzati da Massimo Gonella)

Centinaia le opere esposte, realizzate dai 125 espositori e collezionisti provenienti da tutto il nord

Italia: città, treni, aerei, villaggi invernali ed agricoli, ambientazioni spaziali ed artiche, soldatini, scene di combattimento, castelli, mezzi motorizzati e computerizzati, velieri nel mare in tempesta o, ancora, magici mondi rosa del pianeta bimbe... tutto all'insegna della craetività e originalità.

Impeccabilke anche l'organizzazione ad opera del negozio di giocattoli Bollati Giochinfanzia, che ha accolto i tantissimi visitatori con il trenino navetta, il deposito passeggini, un'area gioco per i bimbi, il punto ristoro e il fornitissimo negozio con la possibilità di acquistare i mattonicini più famosi del mondo. negozio lego fornitissimo. Impossibile non divertirsi, tanto che gli stessi adulti sono ritornati un po' bambini. E proprio ai bambini la visita è stata offerta da Acqua Eva e Latterie inalpi, media partners della manifestazione.

Non resta che guardare al 2018, per una nuova attesissima edizione di Mattoncinomania, ormai entrata di diritto tra le manifestazioni di punta del saluzzese e di tutta la provincia.

18 OTTOBRE – CORRIERE DI SAVIGLIANO

Ha presentato prodotti legati alle vallate alpine piemontesi

Inalpi conquista la Germania

MORETTA

Inalpi ha partecipato, anche quest'anno, ad Anuga, fiera mondiale leader del settore food&beverage, che si è svolta a Colonia dal 7 all'11 ottobre.

L'azienda morettese ha presentato i prodotti legati al territorio e alla tradizione delle vallate alpine piemontesi: le Dop piemontesi (Toma Piemontese, Bra Tenero, Raschera) e le referenze Fontal e Toma delle Latterie Inalpi preconfezionate. E non solo, perché anche il Formaggino Bio, prodotto con latte 100% Alpino Piemontese Bio, un'eccellenza vera e propria, ha suscitato interesse e riscosso consenso sulla platea estera di specialisti del settore.

La soddisfazione più grande è arrivata dal Latte in Polvere, derivato da solo latte al 100% Alpino e Piemontese nella confezione da 1 kg.

Nella terza edizione degli Italian Food Awards 2017 - riconoscimento internazionale dedicato ai prodotti più innovativi del Food & Beverage italiano - il Latte in Polvere Inalpi nella confezione da 1 kg è stato nominato vincitore come "prodotto innovativo italiano dell'anno".

Lo stand Inalpi a Colonia

18 OTTOBRE – ECO DEL CHISONE

MORETTA, INALPI PREMIATA A COLONIA

MORETTA - La morettese Inalpi ha conquistato il premio come *"Miglior prodotto italiano innovativo 2017"* alla Fiera internazionale Anuga-Taste The Planet (Assaggia il pianeta), che si è svolta a Colonia dal 7 all'11 ottobre. L'Anuga è uno degli appuntamenti più prestigiosi del settore Food & beverage. L'Inalpi ha visto con il suo nuovo prodotto: il latte in polvere prodotto con latte 100 per cento piemontese in confezioni da un chilogrammo.

19 OTTOBRE – CORRIERE DI SALUZZO

MATTONCINOMANIA 125 espositori, code all'ingresso della ex caserma

Omini Lego su scorci saluzzesi

SALUZZO – Una sposina Lego in miniatura con tanto di bouquet e velo guarda il marito in piedi sul pozzo di San Giovanni. Un gruppo di mini pupazzetti di plastica solcano l'acciottolato lasciandosi alle spalle una splendida veduta con il campanile di San Giovanni. E ancora un gruppo guarda la torre civica, altri sostano sul pozzo di via Salita al Castello e nella strada. Sono solo alcuni degli scatti di Massimo Gonella, che hanno impreziosito con la sua creatività la 5ª edizione di "Mattoncino Mania".

Le foto sono state esposte nella parte centrale della rassegna, all'interno della galleria utilizzata di solito per l'esposizione di opere d'arte. Una vetrina prestigiosa per il 45enne fotografo di Lagnasco, che fa della passione e della tecnica uno dei suoi punti di forza. Le foto introducevano alla galleria con esposti i volti di personaggi famosi (progetti grafici a cura di Bikuadro di Moretta) realizzati con i mini pezzetti Lego.

Una coppia di omini Lego in posa davanti a san Giovanni; *a destra* Massimo Gonella

Mattoncino Mania si è svolto sabato 14 e domenica 15 ottobre presso la caserma "Musso", facendo segnare numeri da record. «*Ancora una volta* - commentano con soddisfazione gli organizzatori di Bollati Giochinfanzia – *l'evento ha superato ogni aspettativa di interesse e di affluenza di pubblico. La coda di persone in attesa già prima dell'apertura lasciava presagire un'edizione da record e le speranze di successo non sono rimaste deluse: migliaia di famiglie colorate e allegre hanno goduto con stupore lo spettacolo che si è aperto davanti ai loro occhi. Il nostro grazie va alla fondazione Bertoni per la preziosa collaborazione e la disponibilità*».

La prima stanza, completamente nera, è stata ambientata nel mondo di Star Wars. La seconda ambientazione prevedeva con un allestimento a tema natalizio offerto dai professionisti di Armando Vival, con centinaia di mini panettoncini esclusivi realizzati ad hoc da Albertengo e con un super Babbo Natale costruito in dimensioni reali con migliaia di mattoncini Lego.

Alla rassegna erano presenti 125 espositori e collezionisti provenienti da tutto il nord Italia con città, treni, aerei, villaggi invernali ed agricoli, ambientazioni spaziali ed artiche, soldatini, scene di combattimento, castelli, mezzi motorizzati e computerizzati, velieri nel mare in tempesta e ancora, magici mondi rosa del pianeta bimbe. Accanto alle foto di Gonella, per il secondo anno consecutivo una della attrazioni più gettonate della mostra è stato il mosaico di 2 metri per 1 e 20 che riproduceva il duomo di Saluzzo realizzato con i più piccoli mattoncini della Lego, da meno di un centimetro. Il duomo in versione Lego ha richiesto l'impiego di 34.560 pezzi di Lego per un totale di 119 ore di lavoro. Ci hanno lavorato Marco Bovetti, Massimo Gonella, Carlo Granzotto, Emanuele Grosso, Luca Mana, Alessandro Meia, Gianni Osella e Fabrizio Scarano. La progettazione è stata a cura dei fratelli Paolo e Marco Bovetti di Carmagnola. Nella sala immediatamente dopo, molti sono stati catturati dai plastici della ditte Albertengo di Torre San Giorgio e Inalpi di Moretta.

fabrizio scarpi

19 OTTOBRE – NUOVA GAZZETTA DI SALUZZO

Inalpi, il latte alpino piemontese prodotto innovativo dell'anno

MORETTA Inalpi ha partecipato ad Anuga, fiera mondiale del settore food&beverage, che si è svolta a Colonia dal 7 all'11 ottobre.

Un'occasione che l'azienda ha saputo rendere unica con la presentazione di prodotti legati al territorio e alla tradizione delle vallate alpine piemontesi. Inalpi ha proposto le Dop piemontesi: Toma piemontese, Bra tenero e Bra duro, Raschera, e le referenze Fontal e Toma delle Latterie Inalpi preconfezionate. Con loro la novità delle ultime settimane, il Formaggino Bio prodotto con latte 100% alpino piemontese.

Ma la soddisfazione più grande è arrivata dal latte in polvere: nella terza edizione degli Italian Food Awards 2017

- riconoscimento internazionale dedicato ai prodotti più innovativi - è stato nominato vincitore come "prodotto innovativo italiano dell'anno".

Commentano dall'azienda di Moretta: «L'ambito riconoscimento, sostenuto dalla rivista Food, è la testimonianza tangibile di quanto sia apprezzata la serietà e la ricerca dell'eccellenza qualitativa dei prodotti Inalpi».

19 OTTOBRE – LA REPUBBLICA

La Regione punta a creare legami stretti tra produzione e trasformazione

In settori come il caseario e il vinicolo la collaborazione è già intensa

La fabbrica del gusto

Dai campi alle officine ecco la grande alleanza per l'agroalimentare

MARCO TRABUCCO

METTERE in rete i campi e le stalle con l'industria, costruire filiere coerenti che uniscano i contadini e gli allevatori alle aziende che trasformano i loro prodotti in modo da valorizzare sia dal punto di vista del marchio che del fatturato il prodotto Piemonte.

È la scommessa dell'agroalimentare piemontese un settore che, dai campi alle officine, vale oltre il 5 per cento del pil regionale per una cifra tra i 6 e i 7 miliardi di euro. Se dieci anni fa l'industria alimentare era completamente slegata dal territorio oggi con percentuali diverse a seconda dei settori ha capito che il territorio è diventato elemento importante per caratterizzarsi.

Come l'agricoltura anche l'industria che ne trasforma i prodotti è molto diversificata nella regione. E se, come ricorda l'assessore regionale all'agricoltura Giorgio Ferrero, ci sono ambiti come quelli del vino, dove la costruzione della filiera tra vigne e industria, è ormai in una fase matura: e non potrebbe essere altrimenti con l'80 per cento dei vini piemontesi a doc o docg. In altri ambiti c'è invece ancora molto da fare.

«Abbiamo settori - spiega Ferrero - come l'industria lattiero - casearia dove solo negli ultimi anni sono nati legami stretti tra produzione e trasformazione». Da Inalpi a Biraghi, alla Centrale del Latte di Torino, per fare solo alcuni dei nomi più importanti, tutti oggi hanno preso la strada quasi esclusiva del latte piemontese o comunque italiano. «Sia perché - aggiunge l'assessore - c'è una precisa richiesta del mercato in questo senso. Sia perchè la Regione, oltre alla creazione di un marchio ad hoc come Piemunt, anche sui bandi di finanziamento privilegia chi ha legami con territorio e produttori. E un particolare successo sta avendo un formaggio come il Gorgonzola, che ha un mercato internazionale e nasce in gran parte nel Piemonte orientale».

Opposto il discorso per l'industria risicola: «Qui pur essendo grandi produttori, i primi su scala europea, e di grande qualità, siamo scoperti. In Piemonte abbiamo solo elementi di prima trasformazione da risone in riso, ma le grandi aziende sono in Lombardia - dice Ferrero - Bisogna crescere. Per questo stiamo preparando un marchio come Piemunt nel lattiero caseario, anche per il riso, da proporre nella grande distribuzione. L'etichettatura obbligatoria darà una grande mano a legare industria e territorio. E abbiamo già stretto contatti con soggetti di distribuzione organizzata interessati a valorizzare il riso piemontese».

Un altro settore in difficoltà è quello della frutta che ha il suo centro principale nel Saluzzese e sta pagando pesantemente la chiusura di mercati importanti come ala Russia. «Qui - continua Ferrero - abbiamo begli esempi di magazzini di conservazione della frutta fresca, ma mancano soggetti che facciano trasfomazione di prodotto. Anche qui abbiamo gioiellini artigianali ma sui volumi paghiamo dazio. Manca un un trasformatore legato al territorio e che voglia scommettere sulla frutta piemontese». Diverso il discorso nel campo conserviero dove nomi come Saclà, Ponti, De Rica sono aziende che sul piano nazionale e internazionale hanno un peso. E stanno creando sempre più legami con i gli orti piemontesi.

Poi c'è il nodo carni che ha caratteristiche diverse a seconda degli animali interessanti: «Tra i bovini - dice con orgoglio l'assessore - c'è lo straordinario elemento della razza piemontese. Abbiamo raggiunto il traguardo della indicazione geografica tipi-

ca "vitellone piemontese della coscia". un elemento unico che nessuna altra regione può vantare. Non solo: i numeri della piemontese sono più alti di tutte le altre razze italiane autoctone messe insieme». E se anche l'industria avicola (polli, uova, conigli) ha ottimi numeri e bella sinergia con il territorio, diverso è il discorso per i suini: «Qui - lancia l'allarme Ferrero - ci manca la grande Dop. Produciamo molti suini, siamo grandi allevatori ma i nostri amiali poi diventano Prosciutto di Parma. È nato il Prosciutto Cuneo è vero che fa qualità ma fa fatica a fare i numeri. Raspini, Lenti sono salumifici importanti. Ma non bastano». L''ultimo anello da mettere in filiera sono i cereali: «C'è progetto di panificazione con grani piemontesi, ma non si è ancora completato il disciplinare. E così sul mercato indistinto ti trovi a competere con Argentina e Canada» . E perdi.

SULLE ALPI TORINESI
Lo stabilimento
di imbottigliamento
dell'acqua Valmora
a Luserna San Giovanni (Torino)

Le acque minerali

Oro blu, primato piemontese due miliardi di litri imbottigliati

OLTRE 70 fonti di acque minerali, otto di acque di sorgente, 14 aziende che imbottigliano ogni anno 2 miliardi e 373 milioni di litri di prezioso e pregiato oro blu. Sono i numeri su cui il Piemonte ha costruito il suo primato in tema di acque minerali.

Un vanto storico che qui è celebrato persino con un museo, quello "nazionale delle acque minerali" a Crodo un paesino della Valle Antigorio, nell'estremo nord del Piemonte. Oltre 400 metri quadri di sale e esposizioni, con una collezione di oltre 80mila etichette, 12mila bottiglie, sei linee complete d'imbottigliamento e macchine per l'etichettatura.

Prima che un patrimonio espositivo quelle delle acque è un settore industriale che occupa circa 450 persone, in particolare nelle zone montane, creando economie solide in zone spesso difficili dal punto di vista produttivo. Fino al 2007, poi, l'estrazione delle acque era a canone zero, dal 2007, invece la Regione ha introdotto un canone poi modificato negli anni successivi, che in gran parte è destinato a un fondo per lo sviluppo della montagna. Nel 2015 sono stati versati alle casse pubbliche poco meno di 2,5 milioni di euro.

Oligominerali, naturalmente frizzanti, solforose, iposodiche, micromineralizzate: la varietà è ricchissima e molti sono quelle che vengono utilizzate per bibite e bevande gassate. Quasi tutte di origine alpina, le acque minerali piemontesi si distinguono nel panorama nazionale per purezza e leggerezza, dovuta in gran parte alla "nascita" in altura e alle rocce granitiche tipiche delle Alpi che rilasciano i loro minerali. E se alcune sono conosciute e consumate soprattutto in ambito locale, altre sono diffuse in tutta Italia.

È il caso dell'ambiziosa Lauretana, da 50 anni sinonimo di leggerezza grazie al residuo fisso più basso d'Europa. Una virtù che l'azienda biellese associa alla cura del benessere dei consumatori: l'ultima occasione è stata a fine settembre, al "Taking care village" di piazza San Carlo, a Torino, evento in cui l'azienda di acque minerali ha offerto visite senologiche gratuite alle donne all'interno di "Pink is good", il progetto della Fondazione Veronesi, per la prevenzione e la ricerca a favore della lotta contro i tumori femminili.

Sgorga invece sulle Alpi torinesi l'acqua che finisce nelle bottiglie della Pontevecchio di Luserna San Giovanni, in provincia di Torino. È una realtà all'avanguardia, con 45 anni di storia e con sette marchi (Valmora, Sparea, Alpi Cozie, Fonte delle Alpi, Monviso, Martina e Mugniva) presenti in tutti i principali canali di distribuzione. In più, l'azienda è anche fornitrice come "private label" dei più importanti player della grande distribuzione come Coop, Carrefour, Metro, Crai, Pam.

Ma l'elenco delle eccellenze piemontesi è assai lungo, va da due big cuneesi come Sant'Anna di Vinadio e Lurisia fino alla piccola torinese Acqua Pian della Mussa solo per citarne alcune. *(m.trab)*

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La cucina

LE STELLE
RISTORANTI
Sono trentanove i ristoranti stellati in Piemonte. L'unico con tre stelle è il "Piazza Duomo" di Alba. Gran parte del merito va dato dalla presenza ai fornelli di Enrico Crippa

L'EVENTO
BOCUSE D'OR
Il Lingotto di Torino, l'11 e 12 giugno, ospiterà la finale europea del campionato mondiale degli chef: il Bocuse d'or. Alba ha appena ospitato la finale italiana

Il caffè

Export da 450 milioni per il distretto e Vergnano crea la latta fai-da-te

IN CRESCITA
L'azienda Vergnano ha chiuso il primo semestre 2017 con affari in crescita dell'8 per cento rispetto all'anno precedente

Colossi internazionali come Lavazza, leader del mercato italiano e pedina importante nello scacchiere internazionale, e realtà in crescita come Costadoro e Vergnano. L'ultimo anno del caffè piemontese si è chiuso con numeri di tutto rispetto: solo sul fronte dell'export, secondo il rapporto sui distretti di Intesa Sanpaolo relativo al 2016, il distretto, che comprende anche il cioccolato, vale 450 milioni, con le vendite oltreconfine cresciute del 21 per cento, soprattutto grazie a mercati come Germania, Francia, Russia e Spagna.

Merito della continua ricerca per l'innovazione del prodotto e anche di fortunate iniziative di marketing. L'ultima è nata in casa Vergnano, la fabbrica di caffè di Santena alle porte di Torino, che ha chiuso il primo semestre dell'anno in crescita dell'8 per cento rispetto allo stesso periodo del 2016, con un fatturato totale di 41 milioni.

Dopo la linea di caffetterie, le cialde per avere a casa il gusto dell'espresso, ora la mission dell'azienda è quella del "caffè che non si prende, ma si sceglie". Da qui l'idea del barattolo di latta personalizzabile. Un oggetto icona, che trasforma il caffè da bevanda quotidiana a oggetto di design per l'arredamento.

Ottenerne uno è facile: è sufficiente cliccare sulla piattaforma on line "Tin configuration". Qui, in appena cinque mosse, è possibile configurare la propria lattina, non solo nell'aspetto esterno, ma anche nel contenuto. Si ordina e in pochi giorni viene consegnata direttamente a casa. Una gamma in continua evoluzione — che può essere condivisa in una gallery digitale con l'hastag #tinvergnano — a cui si aggiungono le collezioni tematiche, in uscita a Natale e nelle altre feste comandate, come San Valentino e Pasqua. Il barattolo può essere usato anche una volta svuotato, come vaso per i fiori, portapenne o portaposate, come suggerisce l'area "Do it Yourself", con le idee proposte da blogger e appassionati di bricolage. L'obiettivo, spiegano dall'azienda è «di affiancare alla qualità ormai consolidata dei nostri prodotti, il valore aggiunto della personalizzazione in modo da creare prodotti sempre più vicini al consumatore». *(m.tr.)*

I SAPORI

La soia

ULTIMA TENDENZA TRA I CONTADINI
È boom della soia nei campi piemontesi. Il legume coltivato in Cina e Giappone da oltre 5mila anni, negli ultimi tempi ha guadagnato il favore anche nelle campagne del Torinese, del Cuneese e dell'Alessandrino: sempre più frequente incontrare campi con il verde della soia al posto del mais o del frumento. Secondo un'indagine dell'Unione Seminativi (che riunisce i produttori di frumento, mais, l'aumento delle superfici a soia va a discapito appunto di mais e girasole, scesi del 9 e del 20%. Perchè? La soia ha costi di produzione inferiori e prezzi più vantaggiosi per gli agricoltori, rispetto a quelli dei cereali nostrani.

L'aperitivo

IL CRODINO RESTA IN PIEMONTE
La fabbrica di Crodo, nel Verbano-Cusio-Ossola, è stata venduta dalla Campari ai danesi di Royal Unibrew, noti per la birra Ceres. L'operazione riguarda l'impianto di acqua minerale e i marchi Lemonsoda e Oransoda. E lo storico Crodino, che viene imbottigliato proprio in questo impianto nell'estremo nord del Piemonte? Almeno per tre anni continuerà a essere prodotto a Crodo, grazie a un accordo tra i danesi e la Campari, che è tenuta il marchio. Il Piemonte, che ha dato i natali anche al vermouth (compreso il celebre Martini), si conferma dunque la patria dell'aperitivo.

Il panettone

AZIENDE E ARTIGIANI DI QUALITÀ

Il panettone piemontese ha poco da invidiare a quello lombardo. In termini di qualità, ma anche di numeri, tra grandi aziende e piccoli produttori artigianali. Secondo i dati 2016 di Nielsen il 20 per cento di panettoni prodotti in Italia viene da marchi piemontesi. La capitale è Fossano, dove si "fronteggiano" la Balocco, un colosso da 170 milioni di fatturato, e la Maina. Nel Torinese, si incontra Galup, storico marchio del Pinerolese Da segnalare poi la torinese Caffarel, la santenese Barovero e la Bistefani di Casale Monferrato, le artiginali Bonifanti di Villafranca Piemonte elGilber, nata nel 1965 a Torino, come un piccolo laboratorio dolciario.

19 OTTOBRE -WINENEWS

I DIECI MOSTRI SACRI DELLA RISTORAZIONE MODERNA TRA I OENUOVI CLASSICI , QUINDI I OESOLITI CINQUE DA

Firenze - 19 Ottobre 2017, ore 12:27

I dieci mostri sacri della ristorazione moderna tra i oenuovi classici , quindi i oesoliti cinque da cinque cappelli (Alajmo, Bottura, Crippa, Romito, Uliassi): la ristorazione italiana ne oel Ristoranti d Italia 2018 de L Espresso, mai cosi in saluteCaino di Montemerano, Colline Ciociare di Acuto, Dal Pescatore di Canneto sull Oglio, Don Alfonso 1890 di Sant Agata sui Due Golfi, Enoteca Pinchiorri di Firenze, Lorenzo di Forte dei Marmi, Marchesi alla Scala di Milano, Miramonti I Altro di Concesio, San Domenico di Imola, Vissani di Baschi: ecco i oecappelli d oro , la novità più attesa della Guida I Ristoranti d Italia L Espresso 2018, che si svela oggi a Firenze, attribuiti ai oenuovi classici , ossia i ristoranti che hanno contribuito in maniera decisiva a cambiare il volto della cucina italiana prima dell avvento della Nuova Cucina Italiana. Cinque, invece, come nel 2017, i ristoranti a cui sono stati attribuiti i 5 cappelli, il massimo riconoscimento della Guida diretta da Enzo Vizzari (intervenuto a WineNews dalla Stazione Leopolda: https://goo.gl/c3A4QQ), dopo aver abbandonato il sistema dei punteggi: Massimo Bottura con I oeOsteria Francescana di Modena, Enrico Crippa con il oePiazza Duomo di Alba (Cuneo), Massimiliano Alajmo con oeLe Calandre di Rubano (Padova), Mauro Uliassi con oeUliassi di Senigallia (Ancona) e Niko Romito con il oeReale di Castel di Sangro (L Aquila).

Cresce in maniera considerevole il plotone dei locali da 4 cappelli, che passa da 10 a 15, nonostante I assenza de La Madia, di Licata (Agrigento), e del Vissani di Baschi, tra i oenuovi classici : sono Casa Perbellini di Verona, Da Vittorio di Brusaporto, Dani Maison di Ischia, Del Cambio di Torino, Duomo di Ragusa Ibla, La Pergola dell Hotel Rome Cavalieri di Roma, St. Hubertus dell Hotel Rosa Alpina di Badia, Il Pagliaccio di Roma, Krèsios di Telese, La Peca di Lonigo, Lido 84 di Gardone Riviera, Seta dell Hotel Mandarin Oriental di Milano, Taverna Estia di Brusciano, Villa Crespi di Orta San Giulio e, in Slovenia, Hisa Franko di Caporetto. In tutto, sono 40 i ristoranti da 3 cappelli, 132 da 2 cappelli e 457 quelli segnalati con 1 cappello. La regione con il maggior numero di cappelli si conferma la Lombardia, con 164, più 3 cappelli d oro; seconda è il Veneto con 107, davanti al Piemonte (95); Campania (94, più 1 cappello d oro); Toscana (87, più 3 cappelli d oro); Lazio (82, più 1 cappello d oro); Emilia Romagna (62, più 1 cappello d oro); Sicilia (39); Alto Adige (38); Puglia (34); Liguria (29); Abruzzo (28); Marche (24); Umbria (12, più 1 cappello d oro); Trentino, Calabria e Sardegna (10); Valle d Aosta (4); Basilicata e Molise (2).

Nella Guida, che festeggia i 40 anni di vita, è tratteggiato, fra storia e cronaca, il cammino della ristorazione e della cucina italiana in questi ultimi quarant anni, così come esce, scorrendo le pagine delle trentanove edizioni passate. I precursori della svolta epocale che dopo il 2000 ha investito questo mondo, cambiandone la sostanza e l immagine, i maestri di ieri e di oggi, le tendenze e le realtà emergenti fotografate dall albo d oro dei Premi che la Guida attribuisce ogni anno. Quest anno, i principali sono andati a alla Francescana di Modena, per il Miglior Pranzo, a Davide Caranchini (Materia, Cernobbio) per il Giovane dell Anno, a Gaia Giordano (Spazio, Milano) per la Cuoca dell Anno, e a Vincenzo Donatiello (Piazza Duomo, Alba) per il miglior maitre.

La Guida 2018 fotografa una realtà ricca, varia, articolata. In Italia oggi si può pressoché ovunque mangiare bene e anche molto bene, con una varietà d offerta in grado di soddisfare tutti i gusti e tutte le propensioni e capacità di spesa. La crescita dell offerta ha investito negli ultimi anni, ove più ove meno, tutte le regioni. La Guida scheda e recensisce il vertice qualitativo della piramide della ristorazione italiana: circa 2000 locali selezionati fra oltre 200.000 insegne, tutti i migliori, ciascuno nella propria tipologia, dalla trattoria più semplice alla tavola a oe5 cappelli , dalle enotavole alle cucine etniche, con uno speciale

inserto dedicato alle oemigliori pizzerie d Italia , oggi realtà significativa nel panorama nazionale. Come negli anni scorsi si era registrata una particolare vivacità, con il proliferare di tavole importanti, in Piemonte, in Campania, in Lombardia e soprattutto a Milano (che stacca nettamente Roma), cosi quest anno è il Veneto la regione che si distingue per numero e qualità di tavole emergenti ad alto livello.
Focus - Il top de oel Ristoranti d Italia 2017 de L Espresso
Cappelli d oro
Caino di Montemerano
Colline Ciociare di Acuto
Dal Pescatore di Canneto sull Oglio
Don Alfonso 1890 di Sant Agata sui Due Golfi
Enoteca Pinchiorri di Firenze
Lorenzo di Forte dei Marmi
Marchesi alla Scala di Milano
Miramonti I Altro di Concesio
San Domenico di Imola
Vissani di Baschi
Cinque cappelli
Le Calandre di Rubano
Osteria Francescana di Modena
Piazza Duomo di Alba
Reale di Castel di Sangro
Uliassi di Senigallia
Quattro cappelli
Casa Perbellini di Verona
Da Vittorio di Brusaporto
Dani Maison di Ischia
Del Cambio di Torino
Duomo di Ragusa Ibla
La Pergola dell Hotel Rome Cavalieri di Roma
St. Hubertus dell Hotel Rosa Alpina di Badia
Il Pagliaccio di Roma
Krèsios di Telese
La Peca di Lonigo
Lido 84 di Gardone Riviera
Seta dell Hotel Mandarin Oriental di Milano
Taverna Estia di Brusciano
Villa Crespi di Orta San Giulio
Hisa Franko di Caporetto (Slovenia)
Focus - Premi L Espresso 2018
Il Pranzo dell Anno (Bertani) all Osteria Francescana di Modena
La Cantina dell Anno (Kettmeir) è quella di Laite
Il Maître dell Anno (Zonin1821) è Vincenzo Donatiello del Piazza Duomo di Alba
Il Sommelier dell Anno (Ferrari) è Alfredo Buonanno del Krèsios di Telese Terme
Il Servizio di Sala dell Anno (famiglia Cecchi) è quello dell Osteria Francescana di Modena
Il Giovane dell Anno (Lilia) è Davide Caranchini del Materia di Cernobbio
La Cuoca dell Anno (Veuve Clicquot) è Gaia Giordano de Lo Spazio di Milano
Le Performance dell Anno (My Chef) sono quelle del Bros di Lecce e dell Osteria Arborina di La Morra
Le Trattorie dell Anno (Barone) sono Trippa di Milano, Punto Officina del Gusto di Lucca e Damiani e Rossi di Porto San Giorgio

Le migliori enoTavole dell Anno (Vite Colte) sono quelle di Macò di Agrate, M1.lle Storie & Sapori di Bergamo e La Mascareta di Venezia
L Innovazione in Cucina (Kitchen Aid) è Del Cambio di Torino
Il Piatto dell Anno (Pommery) è quello de La Tana Gourmet di Asiago
La Pasta dell Anno (De Cecco) è quella de La Terrazza dell Hotel Eden di Roma
Il Risotto dell Anno (Riso Scotti) è quello del Lido 84 di Gardone Riviera
Il Carrello dei Formaggi dell Anno (inalpi) è del Miramonti L Altro di Concesio
Il Caffè dell Anno (Lavazza) è del Mudec di Milano
La Cucina di Pesce dell Anno (Terra Moretti) è Pascussi al Porticciolo di Fiumicino
La Cucina Etnica dell Anno (Contadi Castaldi) è quella di Wicky s Wicuisine Seafood di Milano
La valorizzazione del made in Italy in Cucina (Sella & Mosca) è dell Antica Corona Reale di Cervere
Il Premio Alla Carriera (Genagricola) va al Romano di Viareggio
Il Giovane Pizzaiolo di Talento (Petra Molino Quaglia) è Gennaro Battiloro per la Kambusa sul Lago di Massarosa
Il Cliente dell Anno (Alessi) è Felice Marchioni
Le Novità dell Anno (Coca Cola) sono Borgo Egnazia - Due Camini di Fasano ed Il Portico di Appiano Gentile
La Pasticceria dell Anno (Domori) è quella de La Pergola del Rome Cavalieri
Il Ristorante Sostenibile (Podere Forte) è quello dell Hotel Rosa Alpina St. Hubertus di Badia

20 OTTOBRE – CORRIERE DI SALUZZO

CASTELDELFINO

Sabato 21 e domenica 22 la Fiero de Son Martin

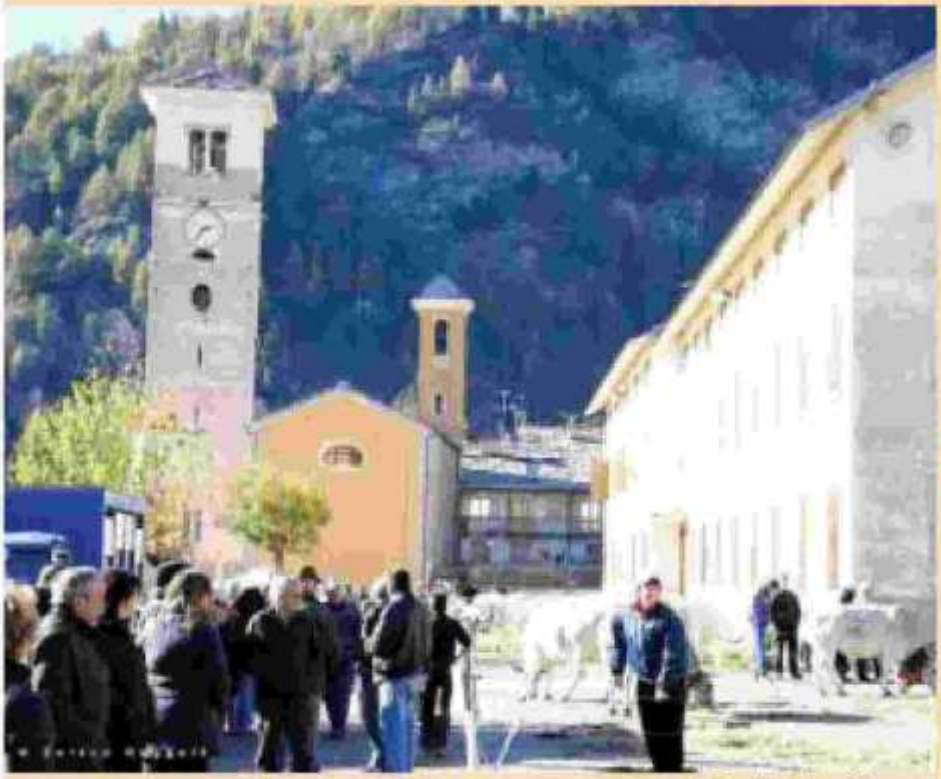

Foto di Enrico Ruggeri

Dopo quelle di San Michele a Sampeyre, della Fiero del Des di Bellino, chiude la stagione la Fiero de Son Martin a Casteldelfino, in calendario sabato 21 e domenica 22 ottobre.
Sabato, alle 17, la presentazione del libro "Pastori di Montagne" presso il Centro Le Casermette a cura degli Autori.
Alle 20,15 "Gran Bollito di Son Martin", bollito di carne Coalvi, pecora e specialità sarde, formaggi Inalpi, il tutto a 15 euro. Occorre prenotare allo 0175 95126.
Domenica 22, dalle 9, la Fiero de la Vilo de Son Martin, Lou jour d'i Boudetaire (campane in festa), con esposizione di capi di bestiame. Alle 12 nella struttura coperta Gran polentata e salciccia. Alle 15 estrazione dei biglietti della lotteria.

20 OTTOBRE - IDEAWEBTV

Le PMI del Food portano i mercati esteri a casa

La strategia Unionalimentari delineata da Rossetto e Invernizzi dopo il summit albese: "La nostra internazionalizzazione aiuta i territori di origine e li rafforza su industria e turismo"

Le PMI alimentari portano i mercati esteri a casa. Anzi, come hanno spiegato Pierantonio Invernizzi e Giuseppe Rossetto, rispettivamente alla guida di Confapi e di Unionalimentari della provincia di Cuneo, "faremo sentire i mercati esteri in casa".

Il gruppo direttivo che riunisce e rappresenta il mondo della imprenditoria agroindustriale diffusa della Granda gioca l'asso della internazionalizzazione abbinata alla promozione della conoscenza dei territori di produzione e quindi di provenienza delle delizie che arrivano sugli scaffali e sulle tavole di sempre più nazioni in Europa e nel resto del mondo.

"Si tratta - aggiunge Invernizzi, direttore commerciale e marketing di Inalpi - *di una strategia e di un metodo consono alla filosofia della nostra associazione e delle PMI che rappresentiamo. Vale a dire, la internazionalizzazione intesa non come delocalizzazione bensì come strumento per accrescere la capacità produttiva e commerciale delle imprese associate all'estero favorendo la visibilità dei nostri territori di originario insediamento. In tal modo, l'industria, promuovendo se stessa sui nuovi mercati, sostiene il territorio della Granda e del Piemonte anche in termini di attrattività turistica e ricettiva. Una politica della quale andiamo orgogliosi e che ha nella partecipazione ai grandi eventi fieristici, in Italia e oltre confine, un tassello decisivo. La partnership con ente fiere di Parma, artefice di Cibus e Cibus tech, si consoliderà nell'anno entrante con un rafforzamento del marchio Good Food Piemonte come fattore aggregante di un vasto paniere agroindustriale".*

Sottolinea ancora Rossetto, in veste anche di padrone di casa con il fratello Elio in cascina San Cassiano che ha ospitato il summit direttivo: *"Ringrazio tutti i partecipanti espressione dei nomi tra i più importanti del Food non solo territoriale ma nazionale, da Albertengo a Panealba a Campiello, perché l'alto e qualificato livello di partecipazione è segno anche di volontà di condivisione strategico programmatica e operativa. Le linee guida molto specifiche e fin d'ora applicative che sono scaturite dal confronto odierno, pongono le basi per un rafforzamento delle intese anche con Api Torino e con Unionalimentari nazionale. In particolare, in luogo di convenzioni generaliste e talvolta onerose sia per le imprese che per l'associazione, abbiamo stabilito il principio della libera iscrizione delle nostre aziende di categoria a Unionalimentari Italiana su base singola e volontaria, per poter fruire di servizi aggiuntivi o gratuiti o a tariffa ridotta. Agiremo su più livelli, sul versante locale rafforzeremo le sinergie con Parma e con Cibus lasciando libertà di adesione in parallelo a tuttoFood con cui è in relazione Unionalimentari nazionale".*

Il contributo che si intende apportare è di maggiore coinvolgimento delle PMI negli andamenti delle esportazioni. *"Con le strategie delineate* - concludono Invernizzi e Rossetto - *i 17.000 posti di lavoro creati dalla provincia di Cuneo nei settori agricolo e industriale alimentare possono diventare molti di più incoraggiando la crescita del settore della trasformazione e interagendo con il turismo legato all'arrivo dei grandi buyers dall'estero".*

20 OTTOBRE - TARGATOCN

Le PMI del Food portano i mercati esteri a casa

La strategia Unionalimentari delineata da Rossetto e Invernizzi dopo il summit albese: "La nostra internazionalizzazione aiuta i territori di origine e li rafforza su industria e turismo"

Rossetto e Invernizi

Le PMI alimentari portano i mercati esteri a casa.

Anzi, come hanno spiegato **Pierantonio Invernizzi e Giuseppe Rossetto,** rispettivamente alla guida di Confapi e di Unionalimentari della provincia di Cuneo, "faremo sentire i mercati esteri in casa".

Il gruppo direttivo che riunisce e rappresenta il mondo della imprenditoria agroindustriale diffusa della Granda gioca l'asso della internazionalizzazione abbinata alla promozione della conoscenza dei territori di produzione e quindi di provenienza delle delizie che arrivano sugli scaffali e sulle tavole di sempre più nazioni in Europa e nel resto del mondo.

"Si tratta - aggiunge Invernizzi, direttore commerciale e marketing di Inalpi - di una strategia e di un metodo consono alla filosofia della nostra associazione e delle PMI che rappresentiamo. Vale a dire, la internazionalizzazione intesa non come delocalizzazione bensì come strumento per accrescere la capacità produttiva e commerciale delle imprese associate all'estero favorendo la visibilità dei nostri territori di originario insediamento. In tal modo, l'industria, promuovendo se stessa sui nuovi mercati, sostiene il territorio della Granda e del Piemonte anche in termini di attrattività turistica e ricettiva. Una politica della quale andiamo orgogliosi e che ha nella partecipazione ai grandi eventi fieristici, in Italia e oltre confine, un tassello decisivo. La partnership con ente fiere di Parma, artefice di Cibus e Cibus tech, si consoliderà nell'anno entrante con un rafforzamento del marchio Good Food Piemonte come fattore aggregante di un vasto paniere agroindustriale".

Sottolinea ancora Rossetto, in veste anche di padrone di casa con il fratello Elio in cascina San Cassiano che ha ospitato il summit direttivo: *"Ringrazio tutti i partecipanti espressione dei nomi tra i più importanti del Food non solo territoriale ma nazionale, da Albertengo a Panealba a Campiello, perché l'alto e qualificato livello di partecipazione è segno anche di volontà di condivisione strategico programmatica e operativa. Le linee guida molto specifiche e fin d'ora applicative che sono scaturite dal confronto odierno, pongono le basi per un rafforzamento delle intese anche con Api Torino e con Unionalimentari nazionale. In particolare, in luogo di convenzioni generaliste e talvolta onerose sia per le imprese che per l'associazione, abbiamo stabilito il principio della libera iscrizione delle nostre aziende di categoria a Unionalimentari Italiana su base singola e volontaria, per poter fruire di servizi aggiuntivi o gratuiti o a tariffa ridotta. Agiremo su più livelli, sul versante locale rafforzeremo le sinergie con Parma e con Cibus lasciando libertà di adesione in parallelo a tuttoFood con cui è in relazione Unionalimentari nazionale".*

Il contributo che si intende apportare è di maggiore coinvolgimento delle PMI negli andamenti delle esportazioni. *"Con le strategie delineate - concludono Invernizzi e Rossetto - i 17.000 posti di lavoro creati dalla provincia di Cuneo nei settori agricolo e industriale alimentare possono diventare molti di più incoraggiando la crescita del settore della trasformazione e interagendo con il turismo legato all'arrivo dei grandi buyers dall'estero".*