2017

LATTERIE inalpi

BUON LATTE ALPINO PIEMONTESE

RASSEGNA STAMPA

21 NOVEMBRE - FOOD

ITALIAN FOOD AWARDS 2017, **INNOVAZIONE PROTAGONISTA**

Quindici i prodotti tra i più innovativi, sostenibili e di qualità premiati al salone internazionale Anuga

Dodici vincitori per categoria e tre premi speciali sono stati assegnati durante gli Italian Food Awards 2017 ai prodotti più innovativi del food & beverage italiano nel mondo presentati ad Anuga, la principale fiera mondiale del settore che si è svolta lo scorso ottobre a Colonia. Giunti alla terza edizione dopo le tappe di Parigi (Sial) e New York (Fancy Food Show), gli Italian Food Awards sono stati organizzati da **Italianfood.net**, la piattaforma internazionale integrata btb del **Gruppo Food**, con la sponsorizzazione del **Consorzio Italia del Gusto**.

In un'edizione di Anuga da record (oltre 7.400 espositori provenienti da 107 paesi e 160mila operatori presenti) la collettiva italiana è stata la più numerosa tra le presenze internazionali: con 1.200 aziende ha superato anche i padroni di casa. Dato ricordato da **Thomas Rosolia, AD di Koelnmesse Italia,** che nel discorso di apertura della cerimonia di premiazione ha ringraziato le aziende presenti all'interno della Kristallsalle dove si è svolto l'evento.
Alberto Volpe, General Manager di Italia del Gusto, ha evidenziato l'importanza dell'e-commerce, un driver strategico per chi esporta. Dopo aver lanciato circa un anno fa una partnership di successo con la catena di supermercati online **Ocado** nel Regno Unito, il consorzio sta ora guardando a nuovi potenziali partner in altri paesi. "I risultati sono promettenti – ha detto Volpe durante la premiazione – e

289
PRODOTTI CANDIDATI

12
CATEGORIE

3
SPECIAL AWARDS

14 FOOD Novembre 2017

intendiamo continuare a investire nel Regno Unito, consolidando la partnership con Ocado. Non solo: poichè il modello ha avuto successo stiamo cercando di riproporlo in altri mercati. Il partner di riferimento è un player esperto di e-commerce e forte nel suo mercato. Stiamo guardando a diverse opportunità e penso che nel 2018 riusciremo a presentare questo modello in altri paesi".
Proprio la testimonianza di Ocado all'evento di premiazione ha ribadito l'importanza dell'e-commerce, che sebbene abbia ancora una bassa rilevanza in termini di fatturato rispetto al retail fisico, sta crescendo rapidamente e crea sinergie interessanti. **Andrew Ayres, Senior Buying Manager per il Consumer Grocery di Ocado**, ha sottolineato il ruolo del retail online nell'aiutare i consumatori a scoprire nuovi prodotti. "È importante riuscire a far parlare il prodotto attraverso contenuti video, ricette, link che ne incrementino la visibilità" ha detto Ayres, spiegando come lo sviluppo dell'innovazione sia cruciale per anticipare la domanda e la concorrenza.
Andrea Berti, Business Development Director presso Atalanta – uno dei maggiori importatori di prodotti alimentari negli Stati Uniti – ha descritto le ultime tendenze nel mercato americano, soffermandosi sulla domanda di cibo salutistico.
"I principali trend – ha precisato Berti – sono healthy food, prodotti a valore aggiunto e meal solution. L'industria sta investendo in queste aree, andando incontro a una domanda sempre più specifica del consumatore. Sul fronte del servizio, molta attenzione è rivolta anche al packaging. Si registra, infatti, una crescita dei miniformati e dei prodotti snack, per un consumo destrutturato e on-the-go".

Sopra, un momento della serata di premiazione

HEALTHY FOOD E MEAL SOLUTION SONO LE AREE IN CUI L'INDUSTRIA STA INVESTENDO DI PIÙ

Italianfood.net ha registrato il record di 289 prodotti candidati, lanciati nel corso degli ultimi 12 mesi, sottoposti a una giuria di specialisti composta da retailer, importatori, distributori e broker internazionali.
Le candidature sono state ripartite all'interno di 12 categories: Bakery & Snacks; Beverage; Cereals and Flours; Dairy; Frozen Food; Fruit & Vegetables; Olive oils; Pasta; Preserves & Sauces; Salumi, Meat & Poultry; Sweets & Confectionery; Vinegars & Dressings.
Tre i premi speciali assegnati, Packaging, Innovation e Sustainability.

I PRODOTTI VINCITORI NELLE 12 CATEGORIE E NEI TRE PREMI SPECIALI

ITALIAN FOOD NET AWARDS 2017

BAKERY & SNACKS
San Carlo Europe
San Carlo Più Gusto Mint & Chili Pepper

BEVERAGE
San Benedetto
Antica Fonte della Salute Millenium Water

CEREALS & FLOURS
Riso Gallo
Risotto with Courgette, Spinach and Red Quinoa

DAIRY
Delizia
Trullocchiato Stagionato in Grotta

FROZEN FOOD
Orogel
Veggie Meatballs Mix

FRUIT & VEGETABLES
Valbona
Artichokes Veganette with Lin Seeds

OLIVE OILS
Compagnia Alimentare Italiana
Turmeric Flavored EVO Oil Spray

PASTA
Master
Fresh Potatoes Gnocchi Filled with Asiago Cheese & Porcini Mushrooms

PRESERVES & SAUCES
Mutti
Ready-to-use Sauce with Datterini Tomatoes

SALUMI, MEAT & POULTRY
Eurovo
Ovokit

SWEETS & CONFECTIONERY
Forno Bonomi
Tiramisù - Complete Kit

VINEGARS & DRESSINGS
Acetum
Organic Apple Cider Vinegar with Garcinia Cambogia

INNOVATION
inalpi
Skimmed Alpin Milk Powder

PACKAGING
Amica Chips
Alfredo's Chips Truffle

SUSTAINABILITY
Oleificio Zucchi
Sustainable 100% Italian Extra Virgin Olive Oil

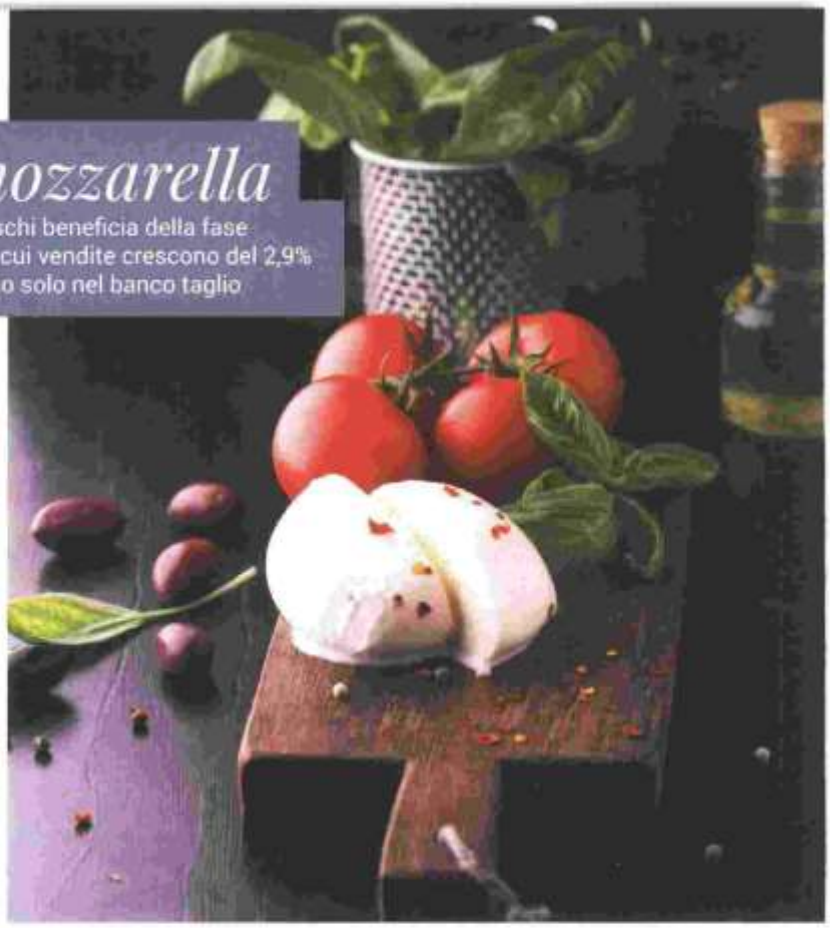
21 NOVEMBRE – FOOD

Formaggi Industriali

La regina *mozzarella*

La categoria degli industriali freschi beneficia della fase positiva di fiordilatte e bufala, le cui vendite crescono del 2,9% a valore nel peso fisso e arretrano solo nel banco taglio

Clelia Palmese



IL PUNTO

L'andamento della categoria dei formaggi industriali freschi – che comprende **mozzarella**, **crescenza+stracchino**, **ricotta** e **mascarpone** – ruota tutta intorno al trend del sell out della mozzarella, che nel peso imposto totale Italia (esclusi i discount) incide per il **67,7%** sulle vendite **a volume** e oltre il **69% a valore**. E la conferma arriva anche nell'a.t. agosto 2017: tutta la categoria beneficia della fase positiva della coppia regale' **fiordilatte** e **bufala**, le cui vendite (sempre peso imposto totale Italia) sono cresciute del **+2% a volume** e del **+2,9% a valore**. Solo la perdurante emorragia del sell out del banco taglio colpisce anche la mozzarella, che perde il -4,2% a volume e il – 3% a valore. Con +1,2% in quantità e +2,2% a valore, il trend positivo del peso imposto nella distribuzione moderna controbilancia, almeno in buona parte, la flessione della vendita assistita. Ma è soprattutto nel **discount** che rivela un gran dinamismo la mozzarella, con +5,3% in quantità e + 7,2% a valore. Decisamente meno performanti sono invece **crescenza+stracchino** – che nel peso imposto totale Italia cedono -0,5% a volume e -0,9% a valore – e ancora di più la **ricotta**, rispettivamente con -1,5% e -2%, malgrado un lieve ribasso del prezzo per sostenere i volumi. Ad avvantaggiarsene, anche in questo caso, è il canale discount: e se qui la ricotta già guadagna +1,5% a volume e +2,1% a valore, crescenza+stracchino fanno anche meglio, con +4,3% e +3,3 per cento. Avanza sia in Gdo che nei discount il **mascarpone**, che nel peso imposto totale Italia mette a segno un +0,4% a volume e un +0,6% a valore: il traino del Tiramisu continua a funzionare...

DASHBOARD

- ✓ IL SELL OUT DEI FRESCHI INDUSTRIALI CALA A 229 MLN DI KG TRA PESO VARIABILE E FISSO IN GDO **-1,4%**
- ✓ IL GIRO D'AFFARI COMPLESSIVO SCENDE A 1.812 MILIONI DI EURO CIRCA IN GDO **-1,2%**
- ✓ IL PREZZO MEDIO A PESO IMPOSTO NELLA DISTRIBUZIONE MODERNA È 7,43 EURO AL KG **+0,8%**

UP

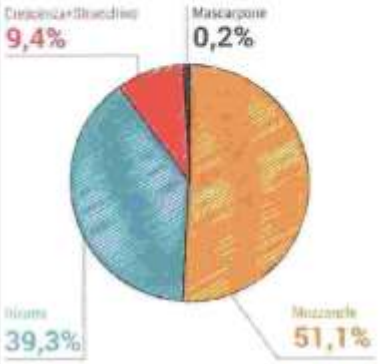
- le **MOZZARELLE FIORDILATTE E DI BUFALA** nella Gdo e nei discount
- il **MASCARPONE** continua a crescere, malgrado diete e allergie
- nel **DISCOUNT** avanzano **CRESCENZA+STRACCHINO**

DOWN

- prosegue la flessione del **BANCO TAGLIO**
- l'**INTENSITÀ PROMOZIONALE** aumenta a discapito della redditività
- la **RICOTTA ARRETRA** ovunque, tranne che nel **DISCOUNT**

Formaggi industriali p.v.,
la composizione per macrosegmenti

A volume



Totale Italia - a 1 agosto 2017 - fonte Nielsen Market Track

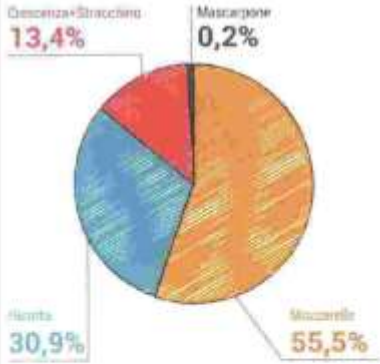
+7,2%
il sell out a valore della mozzarella nel discount

Granarolo punta su freschezza e salutismo

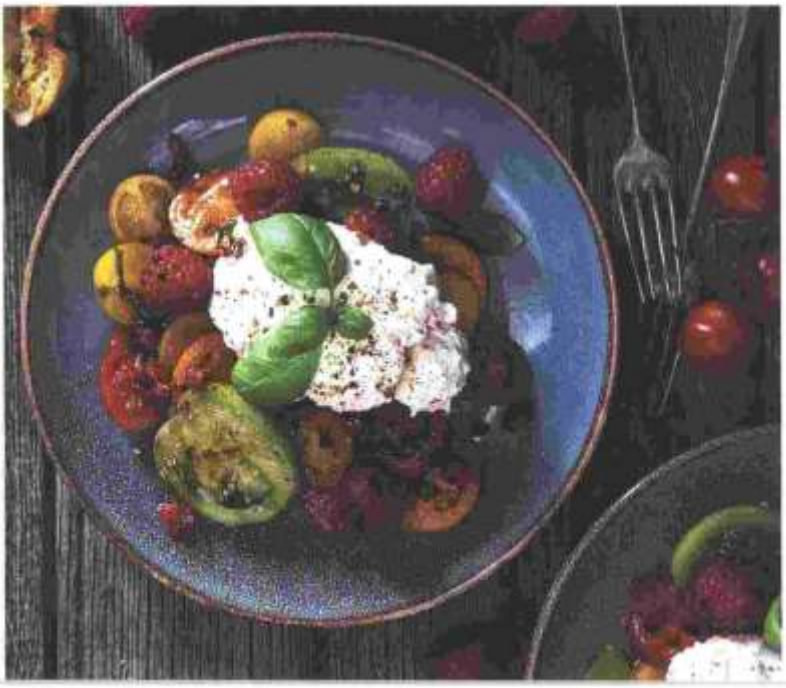
Granarolo celebra l'anniversario dei suoi **60 anni di attività** con un'acquisizione fresca di data – è di settembre – e fresca di categoria, perché **Venchiaredo** – azienda lattiero-casearia friulana, di cui il gruppo bolognese ha rilevato una quota del 24% da Emmi Holding Italia – è specializzata nella produzione di **stracchino**, con un **fatturato 2016** di **24,1 milioni di euro**, sviluppato per circa il 70% con le pl di Gdo e discount, e per il restante 30% con altri player industriali. "Con quest'operazione – è il commento di **Gianpiero Calzolari, Presidente di Granarolo** – acquisiamo un asset strategico e complementare con la nostra produzione: il terzo produttore di stracchino in Italia e il primo per la private label". Granarolo rafforza così la posizione di secondo player in Italia nelle categorie dei freschi in cui opera (mozzarella, crescenza, ricotta, mascarpone). Con 1.000 allevatori in 12 regioni, 8.500 t di latte lavorato e un **fatturato 2016 di circa 1,2 miliardi di euro**, Granarolo è la capofila della più consistente filiera italiana lattiero-casearia, presidiata e controllata al 100% dalla stalla alla tavola. Anche nel mercato del bio Granarolo s'è inserita da par suo con il lancio a settembre 2016 di una linea completa, **Granarolo Biologico,** realizzata con latte 100% italiano proveniente dagli allevamenti biologici del gruppo, che rappresentano la **più grande filiera italiana del latte bio**. Mozzarella (100 g e 100 g x 2), Stracchino (150 g) e l'ultima novità: la Ricotta (200 g). Anche per un altro segmento emergente Granarolo ha creato una gamma ad hoc: quello dei **formaggi a ridotto apporto calorico e di sale**. Si tratta della linea **Granarolo Oggi Puoi**, formaggi con il 30% in meno di sale e il 50% di grassi in meno rispetto alla media dei prodotti simili sul mercato. Partita dai **freschi** – con due formati di Mozzarella, 125 g e 100 g x 3, uno Stracchino da 170 g, le Ricottine 100 g x 2, la Robiola 100 g e lo Spalmabile 75 g x 2 – la gamma s'è poi allargata agli **stagionati**, con due item – lo Spicchio 170 g e un doypack di Grattugiato 80 g – senza conservanti e adatti anche ai vegetariani perché prodotte con caglio microbico.

Formaggi industriali p.v.,
la composizione per macrosegmenti

A valore



Totale Italia - a 1 agosto 2017 - fonte Nielsen Market Track



Latteria Montello, un anno da gran premio

Il 2016 è stato un anno ricco di soddisfazioni per **Latteria Montello**, leader nel mercato delle crescenze e stracchini, con una quota a valore del 25,6% (+0,8% sul 2015) finendo in bellezza con il premio speciale della giuria di EY Imprenditore dell'Anno 2016, conferito a Luigi Lazzarin, Presidente Onorario dell'azienda. Un riconoscimento aggiuntosi al World Cheese Awards, agli International Cheese Awards, al Prodotto dell'Anno 2016, ai Formaggi&Consumi Awards e al Premio Food 2016. "Nel 2016 abbiamo lavorato **65mila tonnellate di latte fresco** – spiegano da **Latteria Montello** –; lo Stracchino Nonno Nanni sviluppa sempre la parte principale del fatturato, sui **95 milioni di euro** (80% in Gdo, 20% nel dettaglio tradizionale), ma abbiamo registrato anche **+30%** a volume per gli **Spalmabili** e **+10%** per le Robiole. Il 2017 terminerà con numeri altrettanto positivi. E se la fedeltà alla filosofia della massima qualità sta alla base di questi risultati, altro fattore chiave son gli investimenti in comunicazione, sia per la Robiola (con un nuovo spot) che per lo Spalmabile. Le due campagne hanno coinvolto anche il digital, puntando sui social: oggi i nostri fan di Facebook sono quasi 190mila. Anche l'innovazione gioca un ruolo decisivo: siamo stati tra i primi a proporre una gamma completa di prodotti senza lattosio."

Lactalis Italia, il branding è multimediale

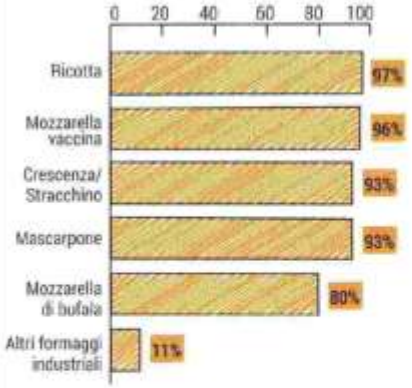
Non c'è innovazione reale senza comunicazione efficace, e viceversa. Su quest'asse s'impernia da tempo l'attività di **Gruppo Lactalis Italia**, e il 2017 non ha fatto eccezione. Il focus s'è concentrato su tre linee create per interpretare al meglio il trend del benessere e della naturalità: **Galbani Light** (Mozzarella e Ricottina Santa Lucia, Crescenza Certosa, con il -50% di grassi saturi e di calorie), rinnovata con una grafica più impattante e sostenuta da una nuova comunicazione tv e digitale; **Galbani Senza Lattosio** (Mozzarella e Ricottina Santa Lucia, Crescenza Certosa) per i consumatori intolleranti o sensibili al lattosio e **Vallelata Bio**, con Mozzarella e Stracchino, a cui s'è aggiunta la novità assoluta delle **Ricottine Dolci Vallelata** (fragola e cioccolato e arancia), con il -60% di grassi in meno. Sul piano comunicazionale, l'approccio è quello della multimedialità per tutti i brand: Galbani, Vallelata, Cademartori e Président. "Chiudere-mo l'anno – racconta **Clara Pirovano, Direttrice Marketing di Gruppo Lactalis Italia** – con **18 milioni di visitatori** del sito www.galbani.it e oltre **400mila consumatori fedeli** che ci seguono e ricevono comunicazioni dedicate e buoni sconto. Siamo da tempo il primo sito di marca di riferimento per la ricerca di ricette. Il legame di fiducia e vicinanza con la marca è sempre più significativo grazie a tutto l'ecosistema digitale che include la pagina facebook 'Galbani, Le Ricette di Casa Mia', con oltre 1,8 milioni di fan, e la app, con cui dialoghiamo giornalmente con chi acquista Galbani". Nel 2016 Gruppo Lactalis Italia ha raggiunto un **fatturato di 1.246,6 milioni di euro** (79,8% in Italia, il 20,2% all'estero), per oltre **160mila tonnellate** di volumi prodotti. Nella canalizzazione prevale la **Gdo** con il **57%** dei volumi, seguita dal food service con il 19%, il dettaglio tradizionale con il 17%, l'export con il 4% e altri canali con il 3 per cento.

FORMAGGI INDUSTRIALI P.I., LE DIMENSIONI E I TREND DEL MERCATO

	Volume			Valore			Prezzo Medio		
	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %
Industriali	**213.989.248,6**	**216.478.914,7**	**+1,1**	**1.437.679.048**	**1.461.962.360**	**+1,7**	**6,72**	**6,75**	**+0,4**
Mozzarelle	143.668.868,9	146.657.230,2	+2,0	981.514.733	1.009.717.281	+2,9	6,83	6,88	+0,7
Crescenza+-Stracchino	28.864.398,9	28.696.106,9	-0,5	250.636.909,1	248.393.743,1	-0,9	8,68	8,66	-0,2
Ricotta	26.815.863	26.423.337	-1,5	113.093.843	110.842.706	-2,0	4,22	4,19	-0,7
Mascarpone	14.640.119	14.702.242	+0,4	92.433.572	93.008.634	+0,6	6,31	6,33	+0,3

Totale Italia (escluso discount) - in cg nuovi e usato - a.t. agosto 2017 - fonte Nielsen Usi e Consumi

Quali freschi industriali sono presenti nel pdv?



Più spesso presenti - base: 110 super e gdo che vendono formaggi freschi e industriali - fonte: Ipsea

Brimi, latte e fieno di montagna per le mozzarelle

Nel 2015 **Brimi** ha raggiunto un fatturato di circa **85 milioni di euro** per una produzione di formaggi e latticini a marchio **Brimi** e **Sciaves**, veicolati per il 50% in Gdo, per il 22% nel Food Service e per il 28% in altri canali. Un importante contributo allo sviluppo delle vendite è arrivato dalla progressiva affermazione della **Mozzarella Brimi Palla classica da 100 g** e **125 g**, preparata con il latte delle mucche altoatesine nutrite con erba fresca, fieno e piante di campo, che conferiscono al latte un sapore intenso e genuino. Sull'onda di tale successo, quest'anno l'azienda di Bressanone (Bz) ha incrementato la propria presenza non solo a livello nazionale ma anche internazionale.

Per il 2018, oltre a consolidare i risultati raggiunti, il marketing plan prevede il lancio di alcuni prodotti innovativi nonché accordi con nuovi partner distributivi. Il latte dei masi dell'Alto Adige viene raccolto ogni giorno dai **1.250 soci-contadini Brimi** e portato rapidamente agli stabilimenti hi-tech dell'azienda, per produrre soprattutto formaggi freschi, primi tra tutti Mozzarella, Ricotta e Mascarpone, tutti contrassegnati dal **marchio di qualità Alto Adige**.

Newlat Food, l'export segna il +20%

È tra i maggiori produttori italiani di latte e derivati, grazie a due stabilimenti in grado di produrre ogni anno circa **314mila tonnellate di formaggi e latticini**. E nel 2017 **Newlat Food** – che nel dairy conta marchi storici come **Optimus** (ora destinato in primis all'Italia) e **Polenghi** (più export oriented), ma anche altri brand di spicco nei mercati di pasta, bakery, nutraceutica e baby food – ha registrato **un incremento di oltre il 20%** del proprio **fatturato estero** proprio nel **comparto lattiero-caseario**, sia con i marchi propri che come copacker. Negli ultimi anni, Newlat ha migliorato la propria presenza in **Europa, Asia** e **Oceania** e ha aperto un promettente flusso di export verso il **Nord Africa** e il **Medio Oriente**.

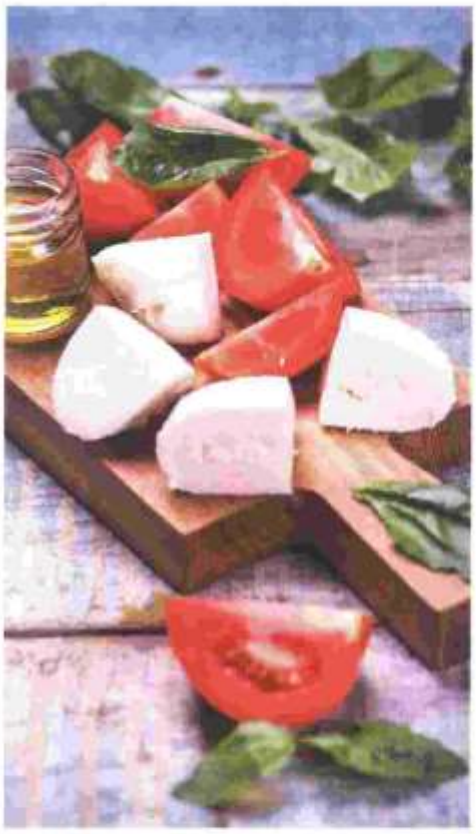
"Per il futuro – spiegano da **Newlat Food** – tra i nostri obiettivi strategici c'è quello di rafforzare la presenza nei Paesi già raggiunti, sostenendo i diversi marchi, ma anche di penetrare in nuovi mercati e arricchire la gamma di prodotti e di offrire ai clienti un servizio impeccabile. Sempre per l'estero, è previsto **l'ampliamento dell'offerta di formaggi**, puntando soprattutto sulle **varianti di proposte di mascarpone**, che è il secondo formaggio cremoso made in Italy più esportato oltreconfine e registra da anni un trend di esportazione in continua crescita".

+0,5%
il sell out a volume di mascarpone nella distribuzione moderna

FORMAGGI INDUSTRIALI P.I., LE DIMENSIONI E I TREND NELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

	Volume			Valore			Prezzo Medio		
	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %
Industriali	**149.310.946**	**149.599.703**	**+0,2**	**1.101.090.348**	**1.111.006.884**	**+0,9**	**7,37**	**7,43**	**+0,8**
Mozzarelle	97.930.318	99.098.139	+1,2	738.723.818	755.200.896	+2,2	7,54	7,62	+1,1
Crescenza+- Stracchino	22.274.511	21.820.027	-2,0	204.035.772	200.086.741	-1,9	9,16	9,17	+0,1
Ricotta	19.324.582	18.847.419	-2,5	89.305.144	86.534.615	-3,0	4,62	4,60	-0,4
Mascarpone	9.781.536	9.834.117	+0,5	69.025.619	69.084.629	+0,1	7,06	7,02	-0,6

Totale distribuzione moderna (vol. in kg, euro ed euro/kg - a.s. agosto 2017 - fonte: Nielsen Market Track)



Sabelli, sempre più export per mozzarelle e burrate

È passato un anno da quando, nell'ottobre 2016, **Sabelli** ha acquisito **Trevisanalat**, azienda specialista di mozzarelle per le più importanti insegne della Gdo. Un'operazione con cui Sabelli s'è attestata a livello nazionale tra i maggiori poli produttivi specializzati nella mozzarella. L'azienda di Ascoli Piceno ha chiuso lo scorso anno con **70 milioni di euro di fatturato (+7,3%)** e **+8% a volume** e si appresta a concludere il 2017 con risultati altrettanto soddisfacenti, anche per la scelta di posizionamento in una **fascia premium**, specialmente nei reparti gastronomia e take-away, con i brand **Sabelli** e **Fior di Gran Sasso**. E si conferma anche ai vertici del segmento delle **burrate e stracciatelle a peso fisso**, dove sviluppa circa un terzo dei volumi del comparto. Per la fine del 2017 e per il 2018 l'azienda si è prefissata tre obiettivi ben precisi: innanzitutto, quello di consolidare la posizione di leader del marchio Sabelli nei mercati dove la qualità è percepita dai consumatori come un fattore chiave, cioè burrate, stracciatelle e mozzarelle vendute nel reparto gastronomia. In seconda battuta, con l'acquisizione di Trevisanalat, Sabelli mira a imporsi anche come partner affidabile per la produzione di mozzarelle a marchio per le principali insegne della Gdo sia in Italia che all'estero. Terzo obiettivo: **incrementare la quota di export** nei principali paesi europei ed extra-Ue. Sabelli opera già da tempo all'estero, dove presidia soprattutto il canale Horeca – per esempio è leader nel mercato inglese delle burrate – ma vuole rafforzare il proprio peso mediante una presenza diretta sui mercati internazionali. Quest'anno il Gruppo Sabelli s'è presentato con le sue tre realtà produttive – Sabelli di Ascoli Piceno, Trevisanalat di Resana (Tv), Ekolat di Vipava, in Slovenia – alla fiera Anuga di Colonia. L'azienda presidia anche il segmento benessere con una **linea di prodotti senza lattosio**, studiati ad hoc per le diverse esigenze di consumo. Ultime nate: le Mozzarelline Senza Lattosio da 125 g.

FORMAGGI INDUSTRIALI P.I., LE DIMENSIONI E I TREND NEL DISCOUNT

	Volume			Valore			Prezzo Medio		
	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %
Industriali	**56.795.641**	**59.339.796**	**+4,5**	**267.064.790**	**283.729.268**	**+6,2**	**4,70**	**4,78**	**+1,7**
Mozzarelle	40.369.975	42.513.299	+5,3	195.834.285	209.990.153	+7,2	4,85	4,94	+1,9
Ricotta	5.560.708	6.657.152	+1,5	18.504.804	18.897.719	+2,1	2,82	2,84	+0,7
Crescenza.+Stracchino	5.659.915	5.902.383	+4,3	34.894.991	36.052.880	+3,3	6,17	6,11	-1,0
Mascarpone	4.205.042	4.266.963	+1,5	17.830.712	18.788.517	+5,4	4,24	4,40	+3,8

Tabella discount Italia – in kg, euro e Consulting – a1 agosto 2017 – fonte: Nielsen (Italia) S.r.l.

FORMAGGI FUSI P.I., LE DIMENSIONI E I TREND DEL MERCATO

	Volume			Valore			Prezzo Medio		
	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %	Agosto 2016	Agosto 2017	Var. %
Fusi	**49.379.109**	**48.048.653**	**-2,7**	**325.116.614**	**308.894.870,5**	**-5,0**	**6,58**	**6,43**	**-2,3**
Fette	39.367.919,7	38.401.179,3	-2,4	240.813.886,1	229.403.709,5	-4,7	6,12	5,97	-2,5
Porzioni	10.011.189,4	9.647.473,8	-3,6	84.302.729,5	79.491.163,9	-5,7	8,42	8,24	-2,1

Tabella fusi – in kg, euro e Consulting – a1 agosto 2017 – fonte: Nielsen (Italia) S.r.l.

Delizia, un impianto ad hoc per le burrate

Anche nel 2017, per il sesto anno consecutivo, **Delizia** vede crescere il proprio fatturato. E supera così i **40.385.454 euro** raggiunti nel **2016**, per una produzione di **6.200 tonnellate**, veicolata per il **53,5%** nella **distribuzione organizzata**, per il **15,1%** nel **dettaglio tradizionale**, per il **12,1%** nell'**Horeca**, per l'**8,1%** ai **grossisti specializzati**, per il **4,2%** in **grande distribuzione**, per il **3,1%** agli **importatori** e per il **3,9%** all'**industria**.

Ma il 2017 è un anno importante anche sul fronte produttivo e logistico per il caseificio pugliese, con l'apertura di una **nuova ala dedicata allo smistamento dei prodotti** verso i clienti nazionali ed esteri e a **una nuova linea di lavorazione delle burrate**.

Nel 2018 Delizia si appresta a celebrare con collaboratori, clienti e partner i primi 25 anni: un'occasione speciale per attualizzare la propria immagine con **nuovi pack** e una **strategia di comunicazione innovativa**, in sinergia con un piano marketing articolato che mira a posizionare il **marchio Deliziosa** tra i primi tre brand premium del settore.

Oltre a consolidare le proprie quote di mercato in Italia, Delizia intende affrontare i **mercati esteri** con una politica di sviluppo sempre più strutturata. Di qui la partecipazione alle rassegne internazionali più significative e la volontà di stringere partnership con operatori in linea con la filosofia di qualità dell'azienda, che ha costruito buona parte del proprio successo utilizzando solo latte pugliese proveniente da allevamenti selezionati. Di recente, infine, Delizia ha intrapreso un importante percorso di ricerca e sviluppo per offrire ai clienti una gamma specifica e di prodotti innovativi e salutistici, ancora inediti per il mercato.

Campo dei Fiori, un nuovo lancio per i 70 anni

Campo dei Fiori ha celebrato i 70 anni di attività puntando sull'innovazione. È stata lanciata infatti la nuova **Mozzarella a fette**, in un formato dallo spiccato contenuto di servizio: si tratta di quattro fette di mozzarella confezionate singolarmente. Un tipo di lavorazione e confezionamento che fa leva sulle consolidate capacità produttive di Campo dei Fiori nell'ambito dei formaggi a porzioni. Lo scorso anno l'azienda ha raggiunto un **fatturato di 60 milioni di euro** per **30mila tonnellate di burro, formaggi fusi e spremute** (per il **60% in Gdo** e per il **40% con l'industria e le private label**). Fra i suoi marchi: Campo dei Fiori, Campinelle, Saporfette, Ched'Up Burger. "Nel 2018 – anticipa **Giorgio Monaco, Direttore Commerciale di Campo dei Fiori** – punteremo sulla continuità nella produzione e nella relazione con i nostri partner distributivi, in particolare la Gdo e l'industria per la produzione di prodotti a marchio. La strategia di Campo dei Fiori rimarrà ancorata al rispetto dei nostri valori fondamentali – serietà, semplicità e concretezza – per continuare a crescere con profitto. Nel 2018 seguiteremo a reinvestire i ricavi per sviluppare ulteriormente il nostro potenziale produttivo, sempre in allineamento ai reali bisogni del consumo rilevati sul mercato". L'azienda guarda inoltre con attenzione ai nuovi trend dell'alimentazione bio e salutistica che si stanno imponendo con forza in questi anni.

"Per rispondere alle esigenze dei consumatori in questo senso – spiega Giorgio Monaco – abbiamo già introdotto e sviluppato in larga scala **referenze biologiche e prive di lattosio** nel segmento dei formaggi in porzioni, che nei prossimi anni conosceranno un'ulteriore crescita sul mercato". Campo dei Fiori realizza all'**estero** circa l'**8% del proprio fatturato** e ha intenzione di continuare a lavorare per mantenere e rafforzare questa presenza: per esempio, anche con la stessa Mozzarella a fette, di cui l'azienda sta verificando l'esportabilità e il potenziale di sviluppo oltreconfine.

Inalpi, tutto il sapore del Piemonte

Nel 2016 Inalpi ha aumentato la raccolta latte dello spazio alpino piemontese: un'operazione frutto di un'intesa con i produttori con cui l'azienda cuneese – forte di un fatturato di **130 milioni di euro** per **35mila t di formaggi, latte in polvere e burro** – ha saputo fare squadra anche in una fase complicata del mercato. La nuova linea, composta da **Formaggini Biologici**, **Burro da Panna fresca di centrifuga** e le **Fettalpine** (prime fettine di formaggio fuso a base di latte fresco con ingredienti 100% italiani) e il latte in polvere in sacchetto da 1kg, accanto ai formaggi Dop piemontesi rispondono alle attuali esigenze del mercato. I **Formaggini Bio** costituiscono un prodotto twin target per il banco frigo. Le **Fettalpine da 150 g** offrono una grammatura in linea con le richieste del mercato, e una forte premiumness per i consumatori più attenti, collocandosi nella fascia del 20% di prodotti premium: il giusto connubio tra terroir e praticità. Infine, nei **formaggi Dop piemontesi** la tradizione regionale va incontro all'evoluzione del trade, con prodotti stagionati disponibili dalla forma intera fino al porzionato a peso fisso. Gli obiettivi 2018 sono: incrementare in distribuzione le referenze in assortimento, inserire la nuova gamma Inalpi in Gdo e aumentare l'awareness del brand con operazioni di visibilità trade e consumer, coprendo un valore di ponderata del 25% circa. Affermare il brand Inalpi nel retail europeo e approcciare il **Food Service** con prodotti specifici – burro, formaggi, latte in polvere – sono tra i progetti dell'azienda di Moretta (Cn).

21 NOVEMBRE - SPORTIAMOCI

IL GRAND PRIX FIE "TROFEO INALPI"
PROMUOVE LA "SCHERMA AL MUSEO"

Nell'ambito del TROFEO INALPI - GRAND PRIX FIE di fioretto maschile e femminile in programma a Torino dal 1° al 3 dicembre 2017 l'Accademia Scherma Marchesa, società organizzatrice del grande appuntamento internazionale di Coppa del Mondo, in collaborazione con il Museo del Risorgimento promuove l'iniziativa "SCHERMA AL MUSEO" rivolta alle scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado di Torino e provincia. Nei giorni dal 15 al 17 novembre e dal 21 al 24 novembre 2017 i ragazzi delle scuole avranno la possibilità di visitare il Museo, assistere a esibizioni di scherma sportiva e storica a cura dei tecnici dell'Accademia Scherma Marchesa e dell'associazione di scherma storica Scrima di Torino e approcciare direttamente la disciplina con attrezzatura propedeutica in plastica. Le esibizioni di scherma storica si terranno nella seconda settimana, dal 21 al 24 novembre. Nel complesso saranno coinvolti circa 1.000 studenti.
Come già il GRAND PRIX FIE di fioretto, che a dicembre coinvolgerà sulle pedane torinesi tutto il gotha del fioretto mondiale, anche l'iniziativa "SCHERMA AL MUSEO" è sponsorizzata da INALPI, l'azienda lattiero casearia del cuneese che nell'occasione distribuirà ai ragazzi i propri gadget e prodotti.

IL MUSEO NAZIONALE DEL RISORGIMENTO E IL "TROFEO INALPI"
La collaborazione tra il Museo Nazionale del Risorgimento Italiano di Torino e l'Accademia Scherma Marchesa non si esaurirà con il progetto didattico-formativo rivolto alle scuole. Infatti per due settimane, dal 28 novembre al 10 dicembre 2017 tutti gli atleti e gli organizzatori del TROFEO INALPI - GRAND PRIX FIE di fioretto maschile e femminile e gli spettatori che avranno assistito alle gare potranno visitare il Museo con un biglietto a prezzo ridotto di 8 euro. Basterà che presentino alla biglietteria il pass o il tagliando che verrà loro rilasciato durante la manifestazione sportiva.
Con una media di 170.00 visitatori all'anno, il Museo Nazionale del Risorgimento Italiano rappresenta senz'altro uno dei principali poli di attrazione turistica e culturale della città di Torino.
Fondato nel 1878, è oggi un museo moderno, capace di raccontare al pubblico il periodo risorgimentale in chiave europea , dalle grandi rivoluzioni del Settecento alle soglie della Prima guerra mondiale. Dal 1938 ha sede permanente in Palazzo Carignano, dove, lungo un percorso di 30 sale, sono esposti circa 2.600 pezzi su un patrimonio totale di 54.000 opere conservate.
Il Museo dispone inoltre di una biblioteca di altissima specializzazione conosciuta in tutto il mondo.
Uno degli obiettivi principali del Museo è quello di accompagnare gli studenti alla scoperta della Storia per stimolarne la cultura alla cittadinanza attiva e la condivisione dei valori collettivi.
In questo senso si inserisce la collaborazione con l'Accademia Scherma Marchesa, grazie alla quale è possibile coniugare sport e cultura, con una particolare attenzione al periodo risorgimentale, perché proprio nell'Ottocento e proprio a Torino la scherma sportiva ha mosso i suoi primi passi.

LA COPPA EUROPA A SQUADRE PER LE SCUOLE
Le scolaresche accompagnate dai docenti potranno partecipare gratuitamente e in modo organizzato gratuitamente alla Coppa Europa a squadre di fioretto maschile che si svolgerà LUNEDI' 4 DICEMBRE al Palaruffini previa prenotazione che dovrà essere effettuata tramite la scheda scaricabile dal sito www.fencingcuptorino.com dove sono disponibili tutte le informazioni relative l'organizzazione curata dall'Accademia Scherma Marchesa in collaborazione con la Federazione Italiana Scherma e il Museo Nazionale del Risorgimento.

22 NOVEMBRE – PASTICCERIA INTERNAZIONALE

Il gusto di Cheese per il gelato

Tutti a Bra! È questo il dato di fondo di **Cheese**, manifestazione internazionale dedicata al mondo lattiero-caseario, che in questa edizione, stando ai primi dati, ha richiamato circa 300.000 visitatori, interessati ai 350 espositori di oltre 50 nazionalità, presenti su 9.000 m² di aree allestite.
Quest'anno il focus ha riguardato gli "Stati generali del latte crudo", tema molto dibattuto negli ultimi tempi e che qui ha riguardato tutti gli ambiti e anche **La Piazza del Gelato**, nata da un progetto di **Alberto Marchetti** e realizzata in collaborazione con l'official partner Inalpi, azienda che lavora con latte alpino piemontese al 100% e che ha sviluppato un progetto di tracciabilità totale.
Nella Piazza e nell'aula didattica si sono svolti i Laboratori del Gelato, mentre accanto Marchetti ha animato lo spazio gourmet con la bistellata **Antica Corona Reale** di Cervere, Cn, preparando ricercati dessert con i prodotti dei Presidi Slow Food, tra cui la pesca di Leonforte, En, presentata in forma di quenelle al piatto. Sempre qui, il gelatiere torinese ha proposto, insieme ad **Italia Zuccheri**, due tipi di fiordilatte: uno con zucchero tradizionale e latte fresco, e un altro con lo zucchero grezzo, così da farne apprezzare differenze e sfumature.

Laboratori di qualità e gusto

Sono stati in molti ad essere coinvolti nei Laboratori del Gelato, tenuti da 14 gelatieri della Compagnia e da altri colleghi che hanno narrato e distribuito i loro gelati "buoni, puliti, giusti" e di filiera a provenienza garantita. Questi erano accostati a vari tipi di formaggi a latte crudo, talvolta spiegati dai produttori, come nel caso di **Gianfrancesco Cutelli** di Pisa, accompagnato da **Stefano Busti** dell'omonimo caseificio di Acciaiolo di Fauglia, Pi, che ha abbinato due gelati, un gusto fior di pecora e un cioccolato con latte crudo delle pecore allevate nel parco di San Rossore, a pecorini realizzati con lo stesso latte.
Dei laboratori segnaliamo alcuni gusti originali, come il gelato alle resine d'albero con Asiago stravecchio di **Andrea Martinelli**, della Joia di Formigine, Mo; il sorbetto alla bruschetta con formaggio fiore sardo di **Mirko Tonietti**, della Cremeria Opera di Lucca; il gelato alla Zucca Marlteta di Sale, Al, al profumo di caffè abbinato al formaggio Montebore di **Andrea Soban**, delle omonime gelaterie di Valenza, Al, Alessandria e Trieste; il gelato al fior di miele e rosmarino con Puzzone di Moena di **Simone De Feo**, della Capolinea di Reggio Emilia; il fiordilatte britannico con formaggio Colwick, entrambi prodotti con lo stesso latte della Belvoir Ridge Creamery, presentato da **Matteo Carloni** della Gambrinus di Perugia, con **Daniele Taverna** e **Antonio de Vecchi** di Gelato Village di Leicester, U.K. E ancora il gelato al fieno di montagna abbinato al Bitto di **Alessandro Trezza**, della Albero dei Gelati di Seregno, Monza, Cogliate e New York; il gelato alla zucca e cannella con i formaggi di Beltrami di Cartoceto, Pu, di **Antonio Luzi** della Maki di Fano, Pu; il sorbetto al cioccolato venezuelano con il Cheddar della famiglia Montgomery nel Somerset, UK, di **Paolo Brunelli** di Senigallia, An. Non poteva mancare un tocco di Sicilia portato da **Maurizio Liparoti** di Trapani, con la granita alla mandorla con mozzarella di bufala e la granita ai fichi con Parmigiano Reggiano.

A sinistra, presentazione di Gelato Square a Leicester con, da destra, Andrea Soban, Antonio De Vecchi e Daniele Taverna. Qui a lato, dessert con le pesche di Leonforte, En, Presidio Slow Food, di Alberto Marchetti.

Leicester: a confronto con l'ice cream

Nell'aula didattica si è tenuta la presentazione di un evento organizzato da Taverna e De Vecchi di Gelato Village a Leicester, UK, in collaborazione con la **Compagnia dei Gelatieri**, il patrocinio di Slow Food U.K. e il supporto di **Agrimontana**. Si tratta di **Gelato in the Square**, manifestazione di tre giorni che si svolge a St. Martin Square, **dal 27 al 29 ottobre**, con una decina di gelatieri italiani. L'obiettivo è spiegare e far degustare il gelato artigianale sano, pulito, giusto e realizzato con le migliori materie prime naturali, facendo conoscere le differenze con l'ice cream. Ed è l'occasione per proporne novità agli estimatori inglesi: si pregustano, ad esempio, l'atmosfera e il sapore del Natale con il gusto Panettone.

Emanuela Balestrino

Alberto Marchetti e Roberto Lobrano.

PRESENTATA LA SCUOLA INTERNAZIONALE DI ALTA GELATERIA
Fondata da **Alberto Marchetti** e **Roberto Lobrano**, la **Scuola Internazionale di Alta Gelateria** punta a formare i futuri operatori ad un approccio consapevole del mestiere di gelatiere artigiano. I corsi della scuola, che avrà sede in piazza CLN a Torino, negli spazi di **Casa Marchetti**, inizieranno nel 2018. Il concetto di alta gelateria sarà sviluppato riprendendolo dall'alta cucina, partendo dalla selezione di eccellenti materie prime, inventando accostamenti inediti e tecniche nuove. La didattica sarà impostata affiancando alle docenze tradizionali nuovi metodi di apprendimento e visite "virtuali". Sono previsti anche stage di diversa durata, in Italia e all'estero. Due le degustazioni realizzate a Bra, presso la postazione Pop App della **IFI**: Cutelli ha presentato una sua ricetta spiegando genesi e tecniche produttive, mentre **Giovanna Musumeci** ha proposto una granita utilizzando ingredienti provenienti da Presidi siciliani. **www.sidag.it**

Gusto sfogliatella

A Napoli nei laboratori della pasticceria **Cuori di Sfogliatella**, dopo la Vesuviella a forma di Vesuvio e la Borbonica con ripieno di ricotta e babà, la sfogliatella riccia diventa un cono gelato. Stesso impasto, stessa forma. La riccia è a tutti gli effetti un goloso **street snack**. Nel cono di sfoglia viene servito un gelato al gusto sfogliatella, guarnito a scelta con cioccolato bianco, gianduia e creme pistacchio, nocciola e cocco. Senza dimenticare la granella, in dieci varianti, tra cui nocciole, mandorle e cocco. **www.cuoridisfogliatella.it**

24 NOVEMBRE - ALIMENTANDO

Torino – Anche quest'anno Inalpi è title sponsor del Fencing Grand Prix di scherma, che si svolgerà a Torino, al Palaruffini, dall'1 al 3 dicembre 2017. I Grand Prix, dopo le Olimpiadi e il Campionato del mondo, sono le gare più importanti poiché assegnano un doppio punteggio, che servirà per le qualificazioni alle prossime Olimpiadi. L'evento è stato presentato questa mattina, nel corso di un conferenza stampa presso il Palazzo della Regione di piazza Castello. Durante l'incontro, l'assessore regionale allo Sport, Giovanni Maria Ferraris, ha sottolineato quanto sia coraggioso l'impegno di Inalpi nel sostenere uno sport che trasmette sani principi, gli stessi che si riflettono nell'onere produttivo quotidiano dell'azienda di Moretta (Cn). Valori sportivi, quali la costanza, il sacrificio e l'impegno, fanno parte della mission di Inalpi, azienda che persegue con serietà obiettivi fondamentali quali la qualità, la bontà e la genuinità del prodotto, oltre alla salvaguardia e al profondo legame con il territorio. Ma l'impegno di Inalpi va oltre. Da sempre attenta ai bisogni dei più piccoli, l'azienda sarà anche sponsor dell'iniziativa collaterale 'Scherma al museo', che vedrà coinvolti bambini e ragazzi in età scolare. Le scolaresche potranno partecipare gratuitamente alla Coppa Europa a squadre di fioretto maschile, che si svolgerà lunedì 4 dicembre 2017 al Palaruffini.

24 NOVEMBRE - CRONACAQUI

SCHERMA Per il quarto anno consecutivo l'appuntamento con il Trofeo Inalpi e la grande tradizione del fioretto

Il Gran Prix sotto la Mole, 350 in gara

→Continua la storia di passione che lega il grande fioretto alla città di Torino. Il capoluogo subalpino dal 1° al 3 dicembre ospiterà per il quarto anno consecutivo il Grand Prix Fie "Trofeo Inalpi" maschile e femminile. Considerando anche le precedenti sei edizioni della prova di Coppa del Mondo, l'arma che ha regalato più medaglie agli azzurri tornerà sotto la Mole per la decima stagione, grazie all'organizzazione curata dall'Accademia Scherma Marchesa del presidente Michele Torella. Sarà la prima delle sole tre gare in programma in giro per il mondo e precederà quelle di Long Beach a marzo 2018 e Shanghai a maggio. Sono attesi circa 350 atleti, provenienti da 30 nazioni dei cinque continenti. «Qui a Torino - spiega Torella - avremo le Olimpiadi, essendo in pedana tutti i più forti del mondo. Ci saranno infatti il nostro Daniele Garozzo, che rientrerà proprio per l'occasione, e la russa Inna Deriglazova, medaglie d'oro ai Giochi di Rio. Con loro tireranno i due capofila del ranking internazionale, gli statunitensi Lee Kiefer, campionessa uscente, e Alexander Massialas, il russo Timur Safin, secondo in classifica, e naturalmente Arianna Errigo, che ha vinto nel 2014 ed è terza in graduatoria». Sul fronte italiano non mancheranno anche Giorgio Avola, Andrea Cassarà, Alessio Foconi, primo l'anno scorso, Martina Batina, Camilla Mancini e Alice Volpi, la trionfatrice del 2015. Le qualificazioni saranno venerdì 1 dalle ore 9 alle 18 al centro sportivo Sisport (ingresso libero). Nel weekend ci si trasferirà al PalaRuffini, per l'eliminazione diretta femminile di sabato 2 e maschile di domenica 3, dalle 9,30 alle 17,30, con le finali dalle 14,30 (info biglietti su www.fencingcuptorino.com). L'evento è patrocinato e sostenuto dalla Regione Piemonte e dalla Città di Torino, con la collaborazione del Coni regionale e della direzione regionale del Miur.

[ro.le.]

Alessio Foconi

→ Tra gli atleti in pedena, Daniele Garozzo e la russa Inna Deriglazova, medaglie d'oro ai Giochi di Rio, gli statunitensi Lee Kiefer e Alexander Massialas, il russo Timur Safin e naturalmente Arianna Errigo

Dall'1 al 3 dicembre al PalaRuffini

Da Garozzo a Errigo, il meglio del fioretto a Torino: ecco il Grand Prix

In pedana circa 350 atleti provenienti da ogni angolo del pianeta

Daniele Garozzo

Dall'oro olimpico **Daniele Garozzo** al bronzo mondiale individuale **Arianna Errigo**: il meglio del fioretto mondiale approda a Torino. Dall'1 al 3 dicembre il **PalaRuffini** ospiterà il decimo **Grand Prix "Trofeo Inalpi"**. Si tratta dell'unico appuntamento europeo nel calendario del Grand Prix FIE di fioretto che comprende la prova di Long Beach a marzo e quella di Shangai a maggio.

QUANTI CAMPIONI IN PEDANA.

In pedana circa 350 atleti provenienti da ogni angolo del pianeta, comprese le ultime medaglie olimpiche di Rio 2016 e i campioni mondiali di Lipsia 2017. Oltre ai già citati Garozzo ed Errigo, ci saranno Giorgio Avola, Andrea Cassarà, Alessio Foconi, Martina Batini, Camilla Mancini e Alice Volpi (argento mondiale individuale).

24 NOVEMBRE – LA STAMPA TORINO

Scherma

I fiorettisti più forti al Grand Prix

ALBERTO DOLFIN

Tra la scherma e Torino l'idillio è conclamato. I Mondiali del 2006, sei edizioni di Coppa del Mondo di fioretto femminile e, dal 1° al 3 dicembre, sulle pedane cittadine arriverà per la quarta volta il Grand Prix Fie – Trofeo Inalpi, che vedrà impegnati i fiorettisti e le fiorettiste più forti del pianeta. Trecentocinquanta atleti in rappresentanza di 30 paesi sparsi per i 5 continenti: venerdì si daranno battaglia alla Sisport per le fasi eliminatorie, mentre sabato (donne) e domenica (uomini) saranno di scena nelle finali al PalaRuffini. Tra le stelle azzurre saranno presenti anche gli olimpionici Arianna Errigo e Daniele Garozzo, autore di un recupero lampo dallo pneumotorace del mese scorso. Ma il presidente dell'Accademia Scherma Marchesa, Michele Torella, guarda già avanti: «Vogliamo tenerci stretto questo appuntamento anche negli anni a venire. Il Grand Prix fa gola a molti paesi, per questo ci piacerebbe trovare una location più accattivante, come ad esempio il PalaAlpitour».

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

24 NOVEMBRE - TUTTOSPORT

IL FIORETTO E' GRAN TORINO

Dal 1 al 3 dicembre Trofeo Inalpi con i campioni

ROBERTO BERTELLINO

Per il quarto anno consecutivo sarà grandissima scherma internazionale a Torino dal 1 al 3 dicembre con il Grand Prix FIE Trofeo Inalpi. Con le sei edizioni precedenti di "semplice" prova di Coppa del Mondo, si arriva a quota 10 grandi eventi schermistici in città dopo i Mondiali del 2006. La presentazione ieri presso il Palazzo della Giunta Regionale nella centralissima piazza Castello di Torino, con la partecipazione del vicepresidente FIS Paolo Azzi, dell'assessore allo sport della Regione Piemonte, Giovanni Maria Ferraris, dell'assessore allo sport del Comune di Torino, Roberto Finardi, del presidente del Coni regionale Gianfranco Porqueddu e del presidente del Comitato Organizzatore, Michele Torella. Unanimi le considerazioni, ovvero quelle di un appuntamento di grande prestigio e livello, per numeri (350 atleti e atlete in pedana in tre giornate) e qualità: «Dopo le Olimpiadi e i Mondiali le prove Grand Prix (tre quelle stagionali nel fioretto, con Long Beach e Shanghai che seguiranno la tappa torinese) sono le più importanti del movimento schermistico internazionale - ha spiegato Paolo Azzi - e tutt'altro che facili da organizzare. Occorrono professionalità, preparazione e uomini e Torino ha sempre dimostrato di possederli». «Un momento che dà visibilità mondiale alla nostra regione e alla nostra città - hanno dichiarato gli assessori Ferraris e Finardi - e per questo ci vede da sempre impegnati nell'appoggiarlo».

AL DEBUTTO STAGIONALE L'OLIMPIONICO GAROZZO. LA ERRIGO SFIDA LE RUSSE

IL PROGRAMMA

La tre giorni torinese si aprirà venerdì 1 dicembre con le eliminatorie alla Sisport, nel Dome del tennis. Sabato la prova individuale femminile, al PalaRuffini, domenica 3 dicembre quella maschile nella stessa sede. Tra gli uomini dovrebbe debuttare in stagione il campione olimpico Daniele Garozzo, nelle prime uscite dell'anno al palo per alcuni problemi fisici ora superati. Tra i suoi principali avversari l'americano Alexander Massialas ed il russo Timur Safin, numero 2 del ranking. Italia forte anche di Giorgio Avola, Andrea Cassarà, Lorenzo Nista e Alessio Foconi. In campo femminile occhi puntati sulla monzese Arianna Errigo, su Camilla Mancini e Alice Volpi (vincitrice a Torino nel 2015), con particolare attenzione alle russe, guidate come sempre dalla fortissima Inna Deriglazova, e alle americane, con Lee Kiefer, campionessa 2016 a Torino e numero 1 del ranking, in primo piano. Non ci sarà Elisa Di Francisca, ancora in ripresa con gli allenamenti dopo la maternità. Lunedì 4 dicembre la chiusura del programma con la Coppa Europa a squadre. Ci sarà biglietteria, con possibilità di acquistare i ticket online (www.diyticket.it - www.fencingcuptorino.com), presso l'Accademia Scherma Marchesa e al PalaRuffini nei giorni di gara.

Daniele Garozzo, 25 anni, ha conquistato l'oro a Rio 2016 (LAPRESSE)

24 NOVEMBRE – REGIONE PIEMONTE

A Torino il Grand Prix di fioretto

23/11/2017

Dal 1° al 3 dicembre Torino ospiterà per il quarto anno consecutivo **il Grand Prix di fioretto maschile e femminile** Trofeo Inalpi: insieme alle sei precedenti edizioni di Coppa del Mondo, l'Accademia Scherma Marchesa celebra così il decimo appuntamento del prestigioso trofeo internazionale che porta in Italia l'unica competizione mondiale con il fioretto.

La manifestazione, che beneficia del patrocinio e del sostegno della Regione Piemonte e della Città di Torino, oltre che della collaborazione del Coni regionale e della direzione piemontese del Ministero dell'Istruzione, porterà a gareggiare sulle pedane allestite presso la Sisport per la fase eliminatoria e del PalaRuffini per le finali **circa 350 atleti** che rappresentano il gotha internazionale del fioretto, comprese le medaglie olimpiche di Rio 2016 e mondiali di Lipsia 2017.

Nel corso della presentazione svoltasi il 23 novembre nella Sala Stampa del palazzo della Regione, l'assessore regionale allo Sport, Giovanni Maria Ferraris, ha evidenziato che "**grazie a competizioni come questa il Piemonte continua a mantenere ed alimentare la propria tradizione sportiva**, che mette il luce i benefici che lo sport ben praticato offre ai giovani come agli adulti soprattutto dal punto di vista educativo, sociale e del sano stile di vita. La Regione è convinta che questo genere di manifestazioni sia anche un'occasione preziosa per far crescere il filone del turismo sportivo, facendo conoscere ed apprezzare il Piemonte nel mondo".

24 NOVEMBRE - TARGATOCN

Fencing Grand Prix 2017: Inalpi ancora title sponsor al Palaruffini

L'evento si terrà dall'1 al 3 dicembre, a Torino

Inalpi è anche quest'anno Title Sponsor del Fencing Grand Prix che si svolgerà a Torino al Palaruffini dall'1 al 3 dicembre.

Nella Conferenza Stampa che si è svolta questa mattina presso il Palazzo della Regione di piazza Castello sono stati sottolineati alcuni principi e concetti: I Grand Prix, dopo le Olimpiadi e il Campionato del Mondo, sono le gare più importanti, assegnano infatti un doppio punteggio che servirà per le qualificazioni alle prossime Olimpiadi e Torino, dove la manifestazione è organizzata dall'Accademia Scherma Marchesa e patrocinata da Comune di Torino e Regione Piemonte, è l'unico ambito appuntamento europeo. Sulla pedana si sfideranno 350 atleti appartenenti a 30 nazioni in rappresentanza di 5 continenti.

Il livello dei concorrenti è davvero elevato e l'Italia sarà rappresentata dalle migliori squadre di Fioretto femminile e maschile, in particolare dalla Nazionale Azzurra Maschile con Daniele Garozzo, Campione Olimpico a Rio 2016. E' importante sottolineare che La Scherma è lo sport più medagliato a livello Nazionale.

L'Assessore regionale allo Sport Giovanni Maria Ferraris ha sottolineato quanto sia coraggioso l'impegno di Inalpi nel sostenere uno sport che trasmette sani principi, gli stessi che si riflettono nell'onere produttivo quotidiano dell'azienda di Moretta. Valori sportivi quindi, quali la costanza, e l'impegno portati avanti in modo sistematico dagli atleti attraverso i duri allenamenti e le ferree regole applicate in gara, ma valori che fanno parte della mission di Inalpi, azienda che persegue con serietà obiettivi fondamentali quali la qualità, la bontà e la genuinità del prodotto oltre alla salvaguardia e il profondo legame con il territorio.

La sensibilità di Inalpi nei confronti di sport particolarmente nobili, raggiunge quindi il massimo impegno nell'essere Title Sponsor del Fencing Grand Prix di Scherma. Un momento concreto in cui dimostrare tutto l'apprezzamento per atleti eccezionali, che esaltando questo sport, si fanno portabandiera di messaggi positivi. Ma l'impegno di Inalpi va oltre, da sempre attenta ai bisogni dei più piccoli, sarà anche sponsor dell'iniziativa collaterale "Scherma al Museo", un'iniziativa che vedrà coinvolti bambini e ragazzi in età scolare.

Le scolaresche, accompagnate dai docenti, potranno partecipare gratuitamente e in modo organizzato alla Coppa Europa a squadre di fioretto maschile che si svolgerà lunedì 4 dicembre 2017 al Palaruffini previa prenotazione. L'organizzazione è curata dall'Accademia Scherma Marchesa in collaborazione con la Federazione Italiana Scherma e il Museo Nazionale del Risorgimento.

24 NOVEMBRE - TORINOCLICK

La scherma mondiale del Grand Prix torna a Torino

Pubblicato il: 23 novembre 2017 In: Sport

di Marco Aceto

Sei edizioni di Coppa del Mondo e quattro di Grand Prix. Questi numeri bastano per far capire quanto l'Accademia Scherma Marchesa abbia creduto e organizzato un evento che le migliori schermitrici non possono mancare. Da dieci anni il Palazzo dello Sport di parco Ruffini ospita le atlete del fioretto e il pubblico torinese non ha mai fatto mancare il tifo e l'affetto nei confronti di chi, in pedana, cerca di conquistare il gradino più alto del podio.

Saranno circa 350 i fiorettisti che dal 1 al 3 dicembre tenteranno di aggiudicarsi il Trofeo Inalpi. Quella di Torino sarà la prima di tre prove che includono anche quella di Long Beach a marzo e Shangai ad aprile. Le gare prevedono solo la prova individuale. Le eliminatorie maschili e femminili si svolgeranno si svolgeranno in contemporanea il 1 dicembre alla Sisport, mentre le finali si disputeranno al Palaruffini sabato 2 e domenica 3. Come nelle edizioni passate, l'evento ha avuto il patrocinio della Città di Torino. "La Città di Torino è lieta e orgogliosa di ospitare una manifestazione di così alto prestigio – ha sottolineato l'assessore Roberto Finardi. Molte città mondiali hanno cercato di portarci via questa manifestazione, ma Torino anche grazie all'Accademia Scherma Marchesa ha sempre tenuto duro. Anche quest'anno saliranno in pedana i migliori atleti e atlete della specialità e sono sicuro che anche quest'anno il pubblico torinese risponderà alla grande".

Nella gara femminile saranno presenti Arianna Errigo e Alice Volpi, mentre in quella maschile è annunciato il ritorno di Daniele Garozzo dopo una breve assenza per motivi di salute. Per quanto riguarda gli stranieri, grande attesa per gli statunitensi Lee Kiefer e Alexander Massialas. Fra i favoriti anche i russi Irina Deriglazova e Timur Safin.

I biglietti per sabato e domenica sono acquistabili sui siti www.divticket.it e www.fencingcuptorino.com, presso l'Accademia Scherma Marchesa e al Palazzo dello Sport nei giorni di gara. L'ingresso alla Sisport sarà invece gratuito.

24 NOVEMBRE – VIRGILIO.IT

Scherma, dal 1 al 3 dicembre a Torino la Coppa Inalpi di Fioretto

Condividi Invia

E' stato presentato questa mattina nel Palazzo della Giunta Regionale, a Torino, il GRAND PRIX FIE "TROFEO INALPI" di fioretto maschile e femminile, in programma al PalaRuffini dal 1° al...

Fencing Grand Prix 2017: Inalpi ancora title sponsor al Palaruffini

Condividi Invia

Inalpi è anche quest'anno Title Sponsor del Fencing Grand Prix che si svolgerà a Torino al Palaruffini dall'1 al 3 dicembre. Nella Conferenza Stampa che si è svolta questa mattina...

24 NOVEMBRE - ZIPNEWS

Scherma, dall'1 al 3 dicembre a Torino la Coppa Inalpi di Fioretto

Posted On 23 Nov 2017

E' stato presentato questa mattina nel Palazzo della Giunta Regionale, a Torino, il GRAND PRIX FIE "TROFEO INALPI" di fioretto maschile e femminile, in programma al PalaRuffini dal 1° al 3 dicembre.

L'eccellenza del fioretto mondiale torna dunque a Torino per il decimo anno consecutivo sotto l'organizzazione dell'Accademia Scherma Marchesa presieduta da Michele Torella: una tre giorni schermistica unica in Italia, essendo l'appuntamento torinese l'unico europeo e italiano nel calendario del Grand Prix FIE di fioretto, che include anche le tappe di Long Beach e Shangai.

"Uno sforzo notevole che affrontiamo grazie a uno sponsor come Inalpi che coraggiosamente ci segue da otto anni e che ancora una volta ha rinnovato il suo impegno fino alle prossime Olimpiadi del 2020."

"Un evento di grande valenza sportiva – ha dichiarato l'assessore regionale allo Sport Giovanni Maria Ferraris – che fa da palcoscenico mondiale a un territorio, il nostro, di sport e passione." A Ferraris si è unito l'assessore allo sport della Città di Torino Roberto Finardi: "La città non può che essere orgogliosa di meritare per il decimo anno consecutivo una manifestazione di questo livello."

"L'Accademia Scherma Marchesa è una delle società più rappresentative nel panorama schermistico nazionale non solo a livello agonistico ma anche organizzativo – ha dichiarato Paolo Azzi, vicepresidente della Federazione Italiana Scherma -. Un evento di questa portata è possibile solo grazie a un grande concorso di forze. Un Grand Prix è impegnativo: è la gara più rilevante dopo il Mondiale e le Olimpiadi. Prevede un'ampia partecipazione sia sotto il profilo della quantità che della qualità degli atleti. Quella di Torino è una prova appetita a livello internazionale e soprattutto europeo, con diversi tentativi di portacela via. Per questo è importante dimostrare alla FIE di meritare la gara."

25 NOVEMBRE – IL GIORNALE del Piemonte e della Liguria

CONCESSIONI AL PALATO Chef stellati e aziende s'incontrano

Monte Carlo «regina» della buona tavola

Nel Principato sono in corso, in questi stessi giorni, il Monte-Carlo Gastronomie» e il «Chefs World Summit»

Sara Contestabile

■ Il Principato di Monaco in questi giorni si è letteralmente trasformato nella capitale del palato: perchè se da una parte, nel quartiere di Fontvieille sotto lo Chapiteau, ha presto il via il tradizionale salone sulla gastronomia francese ed internazionale «Monte-Carlo Gastronomie» giunto quest'anno alla sua 22a edizione, prenderà il via questa domenica al Grimaldi Forum, la seconda edizione del salone professionale «Chefs World Summit». Due eventi molto diversi ma con la stessa anima: far scoprire, conoscere e apprezzare la il grande universo della gastronomia e i suoi molteplici aspetti.

Il primo salone, «Monte-Carlo Gastronomie», è organizzato dal gruppo Caroli e si rivolge a tutto il pubblico. È una grande vetrina gastronomica in cui i visitatori fino al 27 novembre, possono acquistare prevalentemente i prodotti tipici d'Oltralpe e non solo. Da molti anni questo evento ha costruito il suo successo, non solo basandosi sulla qualità dei prodotti, presentati da una rigorosa selezione di espositori, ma anche dalla diversità e dall'importanza delle sue animazioni. Ogni giorno il programma di questa salone prevede animazioni e dimostrazioni dal vivo, dei grandi chef di Monaco e della Costa Azzurra, rivelando così ai visitatori alcuni segreti delle loro prestigiose ricette. Di diversa natura e recentissimo

ECCELLENZE Degustazioni di qualità

invece è il «Chefs World Summit» organizzato nel Grimaldi Forum per il suo secondo anno dal gruppo Informa (la stessa società che organizza il Monaco Yacht Show). Questo evento si rivolge soprattutto ad un pubblico di professionisti: dagli chef ai fornitori, dalle aziende dell'agroalimentare ai ristoratori, pasticcieri, i sommelier, la stampa speciliazzata, è considerato il «rendez-vous mondiale degli chef». Il CWS quest'anno si svolge dal 26 al 28 novembre e vanta l'alto patronato di S.A.S. il Principe Alberto II.

La sua prima edizione ha avuto un tale successo che è facile immaginare che anche questo evento sarà destinato a perpetrarsi e far parte del calendario permanente dei grandi business-event monegaschi. Oltre ad un'importante esposizione di produttori e prodotti d'eccellenza – tra cui spiccano anche le aziende italiane Agrimontana, fornitore della élite della pasticceria italiana ed estera e Inalpi, leader nella produzione di prodotti caseari – il Chefs World Summit, è contenitore di esibizioni, workshop e congressi di alto livello animati dai più grandi chef e dai grandi protagonisti contemporanei della gastronomia internazionale. Fra gli chef stellati protagonisti sotto i riflettori quest'anno ci sarà anche il piemontese Giampiero Vivalda dell'Antica Corona Reale di Cervere (Cuneo) due stelle Michelin. Appuntamento in Principato con «Monte-Carlo Gastronomie» fino al 27 novembre (orario prolungato sino alle 22) sotto lo Chapiteau di Fontvieille. Appuntamento con il «Chefs World Summit» al Grimaldi Forum da domenica 26 a martedì 28 (chiusura del salone alle 19 e l'ultimo giorno martedì alle 13).

25 NOVEMBRE – L'INFORMATORE ZOOTECNICO

LA PAROLA ALL'INDUSTRIA

DA INALPI - ALLA FIERA MONDIALE FOOD&BEVERAGE DI ANUGA (COLONIA)

Il latte in polvere riconosciuto "Prodotto innovativo 2017"

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 2017.
Un'occasione che l'azienda casearia di Moretta ha saputo rendere unica, interessante e, perché no, anche appetibile al mercato mondiale, con la presentazione di prodotti legati al territorio e alla tradizione delle vallate alpine piemontesi.
Ad Anuga infatti, Inalpi ha proposto le dop piemontesi: Toma Piemontese, Bra Tenero, Raschera, e le referenze Fontal e Toma delle Latterie Inalpi preconfezionate. Una parte di Piemonte presentata con successo al mondo, questo il vero grande risultato.

E non solo, perché anche il Formaggino Bio, prodotto con latte 100% Alpino Piemontese Bio, un'eccellenza vera e propria, un prodotto unico, ha suscitato interesse e riscosso consenso sulla platea estera di specialisti del settore food&beverage.
Ma 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 infatti stato nominato vincitore come "prodotto innovativo italiano dell'anno".
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. ●

26 NOVEMBRE - TARGATOCN

Inalpi protagonista al Chefs World Summit

L'azienda di Moretta sarà infatti presente con un'area espositiva realizzata in collaborazione con Agrimontana

Uno stand Inalpi - foto di repertorio

Da domenica 26 a martedì 28 novembre 2017, presso il Grimaldi Forum di Montecarlo, si svolgerà il Chefs World Summit - l'appuntamento dell'eccellenza gastronomica mondiale che si svilupperà su 5.500 mq di superficie, con la partecipazione di oltre 150 brand, più di 100 chefs stellati, 34 rappresentanti di altrettanti paesi nel mondo e 40 conferenze e workshops.

Dalmazzo, leader nel settore della frutta candita e marroni.

Inalpi non si limiterà però ad una presenza solo istituzionale.

Il Chefs World Summit, sarà infatti occasione per momenti di degustazione per alcuni prodotti unici di casa Inalpi:

- il burro prodotto da latte 100% alpino piemontese, base delle tante ricette del nostro territorio. Potrà così essere degustato e apprezzato dalla platea internazionale, contribuendo alla diffusione e conoscenza di un ingrediente che è sinonimo di eccellenza in Italia e nel mondo.

- il latte in polvere in confezione da 1 chilogrammo, una vera e propria "innovazione", l'unico prodotto in Italia da filiera tracciata 100% alpina piemontese. Ingrediente ideale nelle ricette di pasticceria, gelateria, cioccolateria, che ha ricevuto, nel corso di questo 2017, prestigiosi riconoscimenti oltre confine.

- i formaggi DOP Piemontesi, prodotti da Inalpi nel caseificio di montagna, situato a Peveragno (Cuneo). Testimonial di questo progetto, lo chef stellato Gianpiero Vivalda, che durante la manifestazione stuzzicherà il palato dei presenti con degustazioni di panettoni dolci e salati creati in collaborazione con Agrimontana.

Ma non solo, Vivalda e i prodotti Inalpi saranno guest star anche del "2018 World Ranking '100 Chefs" - organizzato da Le Chef Magazine - con la creazione di un panettone di alta qualità che il gotha della gastronomia mondiale potrà degustare. Gianpiero Vivalda, da tempo testimonial Inalpi, seleziona da sempre, per il proprio ristorante Antica Corona Reale e per l'Atelier reale – laboratorio di pasticceria nato nel 2017 - materie prime di altissima qualità.

Nasce così una collaborazione di eccellenza che promuove il Piemonte, non solo sul territorio nazionale ma in tutto il mondo.

26 NOVEMBRE – TARGATOCN

Da Cuneo a Roma "sognando il futuro", e chiedendo più rappresentanza nelle sedi dove si decisono le politiche economiche

La delegazione della Confapi della provincia Granda,ha preso parte all'assemblea per i 70 anni della Confederazione delle PMI a Roma

La delegazione della Confapi della provincia Granda, espressione dei principali settori merceologici, ha preso parte all'assemblea per i 70 anni della Confederazione delle PMI a Roma, coordinata dal Presidente nazionale

Maurizio Casasco, dal quale è venuto un intervento in forma di monito indirizzato agli esponenti politici e sindacali presenti alla kermesse economica partecipata dalle varie regioni italiane.

Casasco ha infatti messo in guardia dalla eventualità che si venga a creare un monopolio della rappresentanza tale da mettere ai margini le delegazioni ufficiali della piccola e media industria dai tavoli della politica economica nazionale. *"Emblematico il caso degli incentivi all'industria 4.0, andati in prevalenza ai soggetti economici medio-grandi". Da qui l'appello alle parti sociali affinché "assieme si arrivi al risultato di avere per la rappresentanza economica decisionale lo stesso schema di rapporti oggi vigenti nel quadro delle relazioni contrattuali, dove gli accordi collettivi da noi stipulati e vigenti in settori come meccanica e agroalimentare sono applicati da un numero più ampio di aziende oltre le singole basi associative".*

"Sulla provincia di Cuneo - commenta il Presidente provinciale Pierantonio Invernizzi - abbiamo da tempo avviato un modello collaborativo nel quale imprese medio-piccole e grandi formano filiere e processi produttivi unitari, come in campo agroindustriale ma anche in quello meccanico. Il prossimo passo deve essere quello del passaggio a un riconoscimento istituzionale proporzionato alla effettiva entità delle adesioni non soltanto associative ma agli accordi di categoria siglati dal sistema Confapi con le forze sociali e istituzionali, affinché le scelte di strategia economico-industriale siano sempre più inclusive e fruibili per le varie categorie di dimensione di impresa".

Aggiungono Giuseppe Rossetto e **Paolo Cantelmi**, a capo rispettivamente di Unionalimentari e Unionmeccanica: *"Gli spunti emersi dall'assemblea romana hanno prodotto linee guida suscettibili di trovare una coerente traduzione all'interno dei singoli territori. Se per esempio anche il documento di economia e finanza della Regione Piemonte ha stabilito che il maggiore apporto alla ripresa sta venendo sì dalla meccanica ma anche da agroalimentare e turismo, allora serve la responsabilità di focalizzare le risorse nei settori trainanti, così da favorire il rilancio e la riconversione di altri più saturi o critici".*

"Come fu per l'investimento dedicato alla torre di polverizzazione del latte realizzata a Moretta dalla nostra Inalpi - conclude il Presidente dell'Azienda lattiero-casearia, Ambrogio Invernizzi - La concentrazione dell'impegno finanziario ha permesso di supportare un territorio a rischio di deindustrializzazione, a beneficio sia di un vasto indotto trasversale di PMI sia della grande industria di trasformazione come la Ferrero, e questo sta ora contribuendo ai numeri di tutto rispetto dell'export della provincia Granda nel Food".