LATTERIE inalpi
BUON LATTE ALPINO PIEMONTESE

RASSEGNA STAMPA

29 GENNAIO – LA STAMPA - TUTTOSOLDI

"Ecco il piano di Inalpi per portare in Borsa il latte alpino piemontese"

L'intervista

Presidente Ambrogio Invernizzi

IL PRESIDENTE INVERNIZZI

«Esportiamo nei maggiori Paesi europei oltre a Sud Africa, Libia, Libano, Iraq, Corea e Cina. Abbiamo anche una sede commerciale in Francia. I margini per crescere sono tanti»

IL BIANCO PIEMONTESE

«Non tutto il latte è bianco Ci sono diverse sfumature legate alle valli nelle quali vengono allevate le vacche: dall'alimentazione alle nostre tradizioni Noi vogliamo dare valore a questa diversità»

MAURIZIO TROPEANO
TORINO

INALPI

"Il nostro obiettivo è la crescita per dire no alle multinazionali"

Il presidente Invernizzi: "Dobbiamo svilupparci e competere" La società è stata selezionata dal London Stock Exchange

MAURIZIO TROPEANO
TORINO

«Non è vero che tutto il latte è bianco. Esistono diverse sfumature di bianco legate alle valli dove vengono allevate le vacche che producono la nostra materia prima, dall'alimentazione e dalle tradizioni tramandate. Noi vogliamo dare valore e forma a queste diversità». E' questa la filosofia che ispira il progetto industriale dei fratelli Invernizzi. Ambrogio, il presidente, con Giovanni e Pierantonio, stanno portando avanti un modello di azienda familiare che ha le sue radici nell'Ottocento. Adesso che il latte è stato battezzato con nome e cognome (latte alpino piemontese) e che ha anche un indirizzo (Inalpi, via Cuneo 36 a Moretta) è possibile fare il grande salto verso la Borsa. L'azienda, leader nella produzione di latte in polvere di qualità, burro e panna, è stata scelta da Borsa Italiana e Deloitte ed è entrata a far parte delle oltre 700 aziende di eccellenza aderenti al progetto Elite, il programma internazionale del London Stock Exchange Group in collaborazione con Confindustria. «Siamo convinti - spiega il presidente Ambrogio Invernizzi - che ci siano le opportunità per una ulteriore fase espansiva della società, passando anche attraverso ricerca di partners, quotazione ed emissione di minibond».

Portare il latte alpino piemontese in Borsa non è troppo ambizioso?

«Facciamo un passo indietro. La Valsassina è una vallata del lecchese, la cui forza economica era rappresentata dalla produzione e trasformazione del latte vaccino. La nostra famiglia fin dal 1800 con Antonio Invernizzi trasformava il latte in ottimo formaggio. All'inizio degli anni Sessanta del Novecento mio padre Egidio, con la moglie e i cognati, trasferirono quella tradizione alle pendici del Monviso, a Moretta dove nasce Inalpi».

«Noi vogliamo dare continuità alla nostra storia, che è strettamente legata a questo territorio, ma per farlo abbiamo bisogno di diventare più grandi, fare più fatturato per evitare di finire nelle mani di qualche multinazionale del settore. Dunque, ci servono risorse e un percorso che ci permetta di strutturarci dal punto di vista organizzativo. Elite è un'opportunità».

Puoi farci un esempio?

«Il nostro ufficio export lavora con 3 persone. I loro sforzi, il fatto che noi prendiamo le valigie e partecipiamo a fiere in mezzo mondo ci hanno permesso di portare a casa circa 50 milioni, un terzo del fatturato 2017 che dovrebbe chiudersi intorno a 145 milioni, il 20% in più dell'anno scorso. Esportiamo in tutti i principali paesi europei e anche in Sud Africa, Libia, Libano, Iraq, Corea e Cina. Da poco abbiamo aperto una sede commerciale in Francia. Come vede i margini per crescere sono tanti».

«Certo, ed è per questo motivo

che puntiamo a realizzare, entro il 2020, il raddoppio dello stabilimento di Moretta dove sarà anche realizzata una nuova torre per la produzione di latte in polvere di alta qualità, un nuovo magazzino per la logistica ma anche un impianto di co-generazione che permetta di risparmiare parte dei consumi di energia elettrica. E poi assumeremo e formeremo nuovo personale».

«All'inizio Inalpi produceva burro e formaggio poi dal 1990 abbiamo affiancato quella del formaggio fuso a fette che è diventato il core business. Poi nel 2009 sono arrivati i formaggini. Nel 2010 la crisi ha travolto molte aziende del settore ma Inalpi, grazie al rapporto consolidato negli anni con la Ferrero ha deciso di investire realizzando il primo e tutt'ora unico impianto di produzione di latte in polvere per l'industria alimentare esistente in Italia. Adesso realizzeremo una seconda torre per soddisfare una domanda crescente che arriva anche da fuori Italia. Va in questa direzione anche la scelta di realizzare un impianto di cristallizzazione del burro essenziale per il suo utilizzo nell'industria dolciaria».

Dall'anno scorso siete entrati nel mercato dei formaggi Dop. Perché?

«La mission dell'azienda è la valorizzazione del latte alpino piemontese. A pochi chilometri da noi, a Peveragno c'era un caseificio, Valle Josina, che rischiava di chiudere. Abbiamo deciso di investire e insieme ad una cooperativa, Piemonte Latte, abbiamo acquisito lo stabilimento per valorizzare la produzione del Raschera, Bra e Toma dop ma abbiamo anche messo in commercio il primo formaggino Bio alpino piemontese».

E vero che state pensando di creare le Cru del latte?

«Assolutamente sì. Il latte, appunto, non è tutto bianco. In collaborazione con l'Università di Pollenzo e Slow Food abbiamo deciso di monitorare la produzione di sette vallate alpine tra la provincia di Cuneo e quella di Torino da dove arriva il latte che trasformiamo in azienda. Quel latte è stato usato per produrre il fior di latte e assaggiandolo ci siamo accordi che il gusto era diverso, ogni vallata aveva una propria caratteristica. Così è partito il progetto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

made in Italy

Continuità alla storia del territorio

Vogliamo dare continuità alla nostra storia, che è strettamente legata a questo territorio: ma dobbiamo diventare grandi

Il raddoppio di Moretta entro il 2020

Puntiamo a realizzare entro il 2020 il raddoppio dello stabilimento di Moretta con la produzione di latte in polvere di alta qualità

145 milioni
Il fatturato del 2017 in aumento del 20% rispetto al 2016

50 milioni
È il valore dell'export dell'azienda realizzato nel 2017

L'azienda in cifre

LATTERIE inalpi
BUON LATTE ALPINO PIEMONTESE

Anno di fondazione 1966	**Dipendenti** 131
Il valore dell'export 50 milioni	**I lavoratori dell'indotto** 1.500
Le stalle 500	**Fatturato 2017** 145 milioni

camminetti - LA STAMPA

L'intervista

Dal burro al latte in polvere

All'inizio Inalpi produceva burro e formaggio. Dal 1990 ha avviato la produzione del formaggio fuso a fette che è diventato il core business. Nel 2009 sono arrivati i formaggini. Nel 2010 ha avviato la costruzione del primo impianto per il latte in polvere in Italia

Impianto Uno scorcio dello stabilimento Inalpi di Moretta, nel Cuneese

29 GENNAIO – ITALIAN-EBENTI

Cuneo, Pier Franco Cerutti in mostra, opening il 15.02 ore 18,00

Cuneo, sala espositiva della Fondazione,via S.Giovanni Bosco 7h

lunedì 29.1.2018 Di 2:00 Fino 5:00

Italy

1 Partecipante

Cuneo - Una grande mostra di Pier Franco Cerutti sarà ospitata fino al 4 marzo nella sala della Fondazione del Collegio dei Geometri e dei Geometri Laureati della Provincia. Il vernissage è previsto per sabato 15 gennaio alle ore 18,00. Hanno collaborato a vario titolo all'organizzazione: la Fondazione dei Geometri, INALPI s.p.a. di Moretta, Chelidon Project ***. Culturale e il ristorante Porta Santa Maria di Busca. L'artista dopo le numerose esperienze espositive in Italia e all'estero farà tappa nel capoluogo con le sue variopinte installazioni tridimensionali così raccontate in un testo di Ivo Vigna sul sito

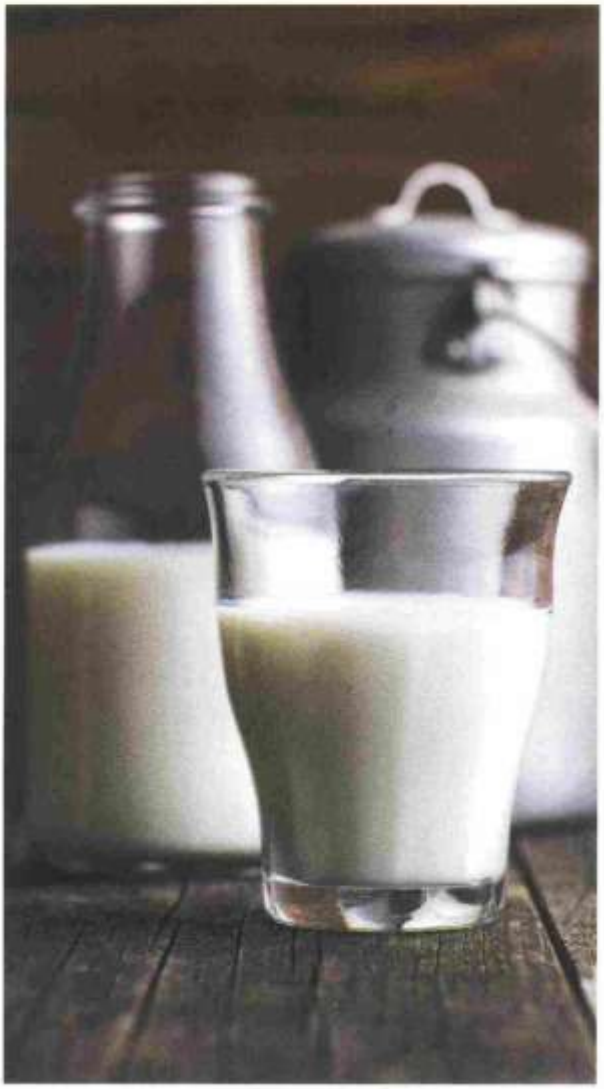
"… dopo una lunga carriera dedicata alla figurazione, alla rappresentazione del paesaggio, alla scoperta di nuovi materiali e tecniche; dopo la sperimentazione delle resine e degli smalti, ecco che l'artista ci propone le sue ultime opere, risultanze della serie "La pittura si trasforma e prende vita". Un momento ludico, di raffigurazione delle immagini quasi tridimensionali, proposto ironicamente con sovrapposizioni di figure che rendono le composizioni "a piani" estremamente interessanti e gioiose, un modo nuovo di rappresentare la bellezza che ci circonda, un modo nuovo per sorridere alla vita…."

La mostra sarà aperta fino al 4 marzo con ingresso libero dalle ore 15,30 alle 19,00

31 GENNAIO - DOLCESALATO

UN BURRO FATTO SU MISURA *per dolci perfetti*

Inalpi, l'azienda ai piedi delle Alpi Cozie, ha realizzato una nuova linea di prodotti premium a base di latte 100% alpino e piemontese, genuino, tracciato e certificato



Su una fetta di pane croccante a merenda o come glassa golosa su una torta. Comunque lo si utilizzi, il burro è "l'apostrofo panna" che rende deliziosa ogni preparazione, donando morbidezza agli impasti e un gusto dolce di buon latte fresco alle creme. Complice la campagna pubblicitaria negativa contro l'olio di palma, dopo un periodo di incertezza, nel 2017 il burro è tornato prepotentemente sulle tavole dei consumatori, registrando un picco di quotazioni con una domanda in costante ascesa, sia come ingrediente, sia nel segmento retail. A trainare i consumi, gli Stati Uniti e la Cina. Il burro piace come e più di prima e, grazie al cambiamento di rotta delle linee guida in campo alimentare, che hanno **riconosciuto l'importanza del giusto apporto di grassi animali in una corretta alimentazione**, ne è aumentata la richiesta anche di formati più piccoli, con grammature contenute.

Inalpi, storica azienda di Moretta in provincia di Cuneo leader nella produzione di formaggi freschi e stagionati, ha raccolto la richiesta del mercato creando una nuova **linea Premium dedicata al Latte Alpino e Piemontese**. Una proposta completa dai Formaggini Bio, alle Fettealpine, al Latte e, ovviamente, al Burro da 125 grammi creati esclusivamente con latte 100% Alpino e Piemontese certificato. Prodotti con materia prima italiana che uniscono la genuinità di latte

BUONO DENTRO E BELLO FUORI

Valorizzazione del territorio e rispetto per l'ambiente e per le persone sono i cardini del lavoro di Inalpi. Il packaging della nuova linea di prodotti con latte 100% Alpino e Piemontese è stato creato per accompagnare la mission dell'azienda, che da sempre tutela il benessere animale con lavorazioni a basso impatto energetico. **Un packaging che è un racconto** e che attraverso il tatto e la vista trasmette la filosofia di produzione dell'azienda cuneese, legata a **tradizioni e valori unici**, così come a un'esperienza diversa rispetto a quella solitamente offerta dai prodotti industriali.

tracciato e certificato, alla **filosofia di lavorazione della famiglia Invernizzi: valorizzare il territorio**. In un momento in cui il mercato del burro risente della volatilità dei prezzi, la scelta di inalpi, come sottolinea **Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi Spa, è di «restare vicini alle persone**. Queste forti oscillazioni nei prezzi – aggiunge – insegnano che è necessario stipulare accordi di filiera duraturi con gli utilizzatori per stabilizzare i prezzi ed evitare speculazioni».

INALPI SOLO LATTE ALPINO E PIEMONTESE

Da sempre Inalpi porta avanti una politica di valorizzazione del territorio investendo sulla crescita e sulla diffusione della cultura del burro, la conoscenza della sua tradizione, dei metodi di produzione e della relativa qualità. Qualità e tracciabilità sono i capisaldi della produzione Inalpi che **da sempre certifica la provenienza del suo burro prodotto con panna fresca al 100% di solo latte Alpino e Piemontese.**

Ambrogio Invernizzi
(presidente Inalpi)

UN BURRO FATTO "SU MISURA"

Sempre tesa all'innovazione e alla soddisfazione dei clienti, nello stabilimento di Moretta Inalpi ha recentemente installato un nuovo **impianto di cristallizzazione per rispondere alle necessità del settore pasticceria e dolci.** L'impianto permette una **lavorazione del burro "su misura"** secondo una specifica ricettazione che dona al composto una lavorabilità tecnica ideale per produrre **sfoglie, croissant e viennoiseries.**
Un burro "di sartoria" per dolci perfetti, buoni e genuini.

LATTERIE inalpi

Inalpi Spa
Via Cuneo, 38
12033 Moretta (Cn)
www.inalpi.it

INALPI UNA STORIA DI GENUINITÀ

Dal 1966 l'azienda ai piedi delle Alpi Cozie, in provincia di Cuneo, ha dedicato la sua produzione a prodotti freschi, genuini e sicuri. Per questo il burro è prodotto secondo una lavorazione tradizionale, esclusivamente **da panna fresca di centrifuga**, con materia grassa pari **all'82% e burro chiarificato o anidro** con il 99,8% di materia grassa. Grazie all'elevato punto di fumo in cottura e alla resistenza alle alte temperature, **il burro chiarificato o anidro è perfetto per l'industria dolciaria,** adatto alla **produzione di gelati, biscotti e dolci.** È un ottimo alleato anche in **cioccolateria** e in **cucina** per fritture e per la produzione di **salse** e **creme.**

31 GENNAIO – ITALIA OGGI

E quanto rileva Deloitte nell'Osservatorio presentato nei giorni scorsi a Milano

L'agroalimentare vede rosa

Il fatturato potrebbe salire di 15 mld € in tre anni

di Luisa Contri

Le aziende agroalimentari italiane potrebbero incrementare il loro fatturato di 15 mld euro nel prossimo triennio, raggiungendo quota 140 mld euro. È quanto rileva Deloitte, primaria multinazionale della consulenza aziendale e della revisione, che da un decennio monitora questo settore portante e portabandiera dell'economia italiana e che ne ha fatto oggetto d'un Osservatorio, presentato al pubblico lo scorso 25 gennaio a Milano presso gli spazi della sua Greenhouse, il think tank di Deloitte nel capoluogo lombardo. Osservatorio che analizza i risultati di 700 imprese italiane (in un universo dell'agroalimentare fatto da 8.300 aziende) nel quinquennio 2012-2016, individua le 460 che sono cresciute stabilmente e le 72 che hanno performato sopra la media per fornire alle aziende uno strumento di lettura della realta, d'interpretazione dei trend in atto utile per prendere decisioni per il loro futuro.

Paolo Gibello

Dall'Osservatorio emerge che la condizione sine qua non per una crescita significativa e costante dell'impresa sia l'innovazione. «Un'innovazione che va ben governata», spiega a *ItaliaOggi* **Paolo Gibello**, senior partner di Deloitte e consumer products sector leader, «e che è meglio tocchi più ambiti aziendali: produttivo, distributivo, dei valori che caratterizzano l'impresa stessa e dei rapporti coi consumatori. Insomma un'innovazione nei paradigmi, come titola l'ultima nostra pubblicazione dedicata al settore».

Un'affermazione, quella di Gibello, corroborata dai fatti. Le 72 aziende agroalimentari italiane best performer (25 grandi, 26 medie e 21 piccole, per un fatturato complessivo di oltre 27 mld euro, cresciuto mediamente del 19%, e un ebitda di 2,8 mld euro, salito del 28%) secondo l'Osservatorio Deloitte sono quelle che fra il 2012 e il 2016 hanno implementato innovazioni in più d'uno dei quattro ambiti appena citati. «La maggioranza dei best performer», illustra **Eugenio Puddu**, partner di Deloitte e consumer products sector deputy leader, «ha innovato nel primo paradigma, ossia nella natura e sistematicità dei rapporti coi consumatori. L'86% s'è dotato di certificazioni di qualità riconosciute sui mercati internazionali, un altro 67% ha lavorato per migliorare la propria sostenibilità». Un caso fra i tanti, quello di Matrunita, che ha lanciato la sfida ai colossi internazionali con un energy drink a base d'ingredienti naturali come miele e pappa reale.

Consistente anche il numero di chi ha innovato nel terzo paradigma, ossia ha rivoluzionato la distribuzione dei propri prodotti. Il 60% s'è dotato d'una rete commerciale strutturata sui mercati esteri e il 25% ha realizzato o sta realizzando canali distributivi diretti.

Fra chi ha innovato nel secondo paradigma, ossia nello sviluppare sinergie con altri operatori, infine, il 38% ha sviluppato integrazioni verticali oppure orizzontali, un altro 19% ha stretto accordi di partnership o è diventato parte attiva di consorzi. «Un caso emblematico», conclude Puddu, «è quello di Inalpi, una Pmi piemontese fornitrice di latte in polvere di Ferrero che quando la multinazionale ha aperto uno stabilimento in Turchia l'ha seguita».

31 GENNAIO – LARGO CONSUMO

RISULTATI DI ESERCIZIO

LATTIERO CASEARI

Inalpi valorizza il latte locale

di Massimiliano Malandra

Percorso di lettura: www.largoconsumo.info/Lattiero Caseari

Per Inalpi ricavi in leggera contrazione, ma margini in crescita nel 2016. La Spa unipersonale, con un capitale sociale di 12 milioni di euro suddiviso in 10 milioni di azioni interamente detenute da **Saverni investiment Bv**, ha festeggiato il mezzo secolo di vita e chiuso l'esercizio con 127,4 milioni di euro di fatturato, il 2,4% in meno rispetto all'anno precedente. Il valore della produzione 2016 si è invece attestato a 130,7 milioni (129,2 nel 2015). Dal punto di vista geografico, il 29,3% dei ricavi, pari a 37,34 milioni di euro, viene dal nostro Paese, mentre nel resto dell'Unione europea viene realizzato il 70,1% (89,33 milioni) e al di fuori dell'Ue l'ultimo 0,6%, pari a 0,74 milioni di euro. Tuttavia questi dati raccolgono i trend differenti delle 2 business area del gruppo, settore industria e consumer.

L'attività del settore industria, infatti, è rivolta principalmente al mercato europeo, dove sono stati realizzati ricavi per 88,7 milioni (pari all'89,85% del fatturato della business unit), mentre il restante 0,17%, pari a 163.000 euro, è stato realizzato sui mercati extraeuropei. Al contrario, l'attività del settore consumer è rivolta principalmente al mercato domestico con ricavi per 27,5 milioni (il 95,68% del fatturato), mentre il restante 4,32%, pari a 1,24 milioni, è stato realizzato sui mercati esteri.

«Nel corso del 2016 – spiegano i manager nella "Relazione sulla gestione" –, più precisamente a ridosso dell'estate, l'andamento dei prezzi del mercato lattiero-caseario ha operato una significativa inversione di tendenza, mostrando rialzi sul mercato internazionale che hanno riguardato tutte le classi merceologiche, come conseguenza di un rallentamento della produzione di latte e di una ritrovata vivacità della domanda mondiale.

Dare valore al prodotto locale

L'azienda ha proseguito nella sua strategia di valorizzazione del latte locale, prodotto sul territorio alpino piemontese, per permettere una crescita sostenibile della filiera di cui fa parte, finalizzata a proporre e garantire al consumatore finale prodotti buoni, giusti e sicuri. Il tutto basato su rapporti etici e trasparenti con gli stakeholder e con un'equa remunerazione per tutti i partecipanti alla filiera».

Come spiega il Cda, si è rilevata una sostanziale stabilità dei volumi di vendita destinati all'industria: in questa business area è proseguita «la collaborazione con una importante multinazionale italiana del settore dolciario, che rappresenta il primo cliente e con la quale è in atto un rapporto di partnership a durata pluriennale». L'incremento significativo nell'attività è quindi da attribuire alla business unit consumer, che ha consolidato un ulteriore incremento nei volumi di vendita del 29% rispetto al dato del 2015. In linea con il trend, le vendite dei prodotti a marchi premium "Latterie Inalpi" sono cresciute del 29,6%, mentre sul mercato estero la progressione si è attestata al 10,8%.

Sul lato dei costi, quelli complessivi di produzione sono stati di 127,9 milioni nel 2016, lo 0,9% in più rispetto all'esercizio precedente, con un'incidenza sul valore della produzione scesa pertanto dal 98,2 al 97,9%. I costi per materie prime sono lievitati del 2,4% a 107 milioni e hanno rappresentato così l'81,8% del valore produzione (80,9% un anno prima), così come in crescita sono stati quelli relativi al personale (+14,5% a 5 milioni, con un'incidenza del 3,8%), mentre in contrazione del 3,4% sono stati quelli per servizi, che si sono fermati a 12,3 milioni di euro. Il margine operativo lordo è quindi risultato in crescita del 17% a 6,2 milioni (4,7% la marginalità) e, dopo 3,4 milioni di euro di ammortamenti e svalutazioni, il risultato operativo è stato di 2,8 milioni (+18,4%). La gestione finanziaria ha pesato per 1,05 milioni (contro gli 1,41 del 2015) e quella fiscale per 0,94 milioni (contro 0,43 milioni), quindi il risultato netto è stato di 0,9 milioni di euro, con un margine dello 0,7% del valore della produzione rispetto allo 0,4% del 2015, quando i profitti si erano fermati a 0,5 milioni. Utile 2016 che per 510.000 euro è stato destinato a dividendi (0,051 euro per azione) e per la parte restante a riserve. A livello di indicatori reddituali, quindi, il Roe ha raggiunto il 6,32% (4,16% nel 2015) e il Roi il 4,63% (contro il 4,46%).

Sul lato patrimoniale il totale passivo sfiora ormai i 100 milioni di euro (99,7 per la precisione), coperto per 13,8 milioni da mezzi propri e dalla restante parte da passività: 25,6 milioni di consolidate e 60,3 milioni di correnti. La posizione finanziaria netta a fine 2016 era negativa per 43,9 milioni di euro (38,9 un anno prima). L'indebitamento lordo, a fine 2016, era di 84,5 milioni di euro (60 in scadenza entro l'esercizio), di cui quello verso il sistema bancario di 53,4 milioni (30,2 milioni quota in scadenza entro l'anno).

Il piano di investimenti

La società ha ora in programma un nutrito piano di investimenti. In primo luogo in termini di attività commerciale e marketing, mirata a sviluppare la distribuzione e la penetrazione sul mercato consumer dei prodotti a marchio premium "Latterie Inalpi". A inizio 2017 è stato attivato l'impianto di cogenerazione (che permetterà significativi risparmi energetici), mentre sul lato produttivo si è deciso l'ampliamento dell'opificio per accogliere nuove strutture di produzione e per lo stoccaggio dei prodotti.

I RISULTATI FINANZIARI DI INALPI (in mln di euro e %)

	2016	%	2015	%	Var.% '16/'15
Ricavi	127,4	97,5	130,6	101,1	-2,4
Valore produz.	130,7	100,0	129,2	100,0	1,2
Margine oper. lordo	6,2	4,7	5,3	4,1	17,0
Risultato operativo	2,8	2,1	2,4	1,8	18,4
Utile netto	0,9	0,7	0,5	0,4	61,1
Capitale investito	57,6	100	51,9	100	11,0
Patrimonio netto	13,8	24	13,0	25	5,9
Indebit.fin. netto	43,9	76	38,9	75	12,7

Fonte: dati ufficiali — Largo Consumo

31 GENNAIO – TARGATOCN

Inalpi sponsor dell'Agnellotreffen, il motoraduno invernale più alto d'Italia

L'azienda di Moretta è stata presente fornendo i suoi prodotti per la cena, permettendo così ai partecipanti di scoprire la bontà e la genuinità del proprio lavoro

Credere in un territorio, vuol dire anche essere vicini alle persone e appoggiare iniziative, interessanti e coraggiose che il territorio propone.

L'impegno di Inalpi nel sostenere e aiutare a diffondere tutto ciò che fa del suo territorio, un territorio vivace e interessante è innegabile. In quest'ottica è da vedere la partecipazione come sponsor unico all'Agnellotreffen, il motoraduno invernale più alto d'Italia (1.615 mt) che si è svolto da 26 al 28 gennaio 2018 a Ponte Chianale in Val Varaita.

Lo straordinario raduno, giunto oramai alla 5° edizione, raccoglie appassionati di motociclismo provenienti da ogni regione d'Italia, ma anche, e sempre di più, da molti paesi europei.

Oltre 2.100 Bikers incuranti dei chilometri, della neve e delle temperature non ancora primaverili, si sono ritrovati in quello che, sempre di più, sta diventando un appuntamento fisso e imperdibile fatto di gare, incontri, degustazioni e la scoperta di Chianale, uno dei borghi più belli d'Italia e della sua vallata.

Inalpi è stata presente fornendo i suoi prodotti per la cena, permettendo così ai partecipanti di scoprire la bontà e la genuinità del proprio lavoro: formaggini, burro fuso (con cui sono state condite le famose ravioles di Sampejre), Caciotta Cremina, oltre alle dop piemontesi, Bra Raschera e Toma, tutti prodotti realizzati con latte 100% Alpino e Piemontese. Un modo per far assaporare, anche fuori confine, oltre alle bellezze naturali e l'entusiasmo dell'accoglienza, la straordinaria qualità e bontà dei prodotti di un territorio unico.

31 GENNAIO – NUOVA GAZZETTA DI SALUZZO

MORETTA, VETRINA NAZIONALE PER INALPI

Ambrogio Invernizzi ai microfoni di radio Rtl

di **Elio Cogno**

MORETTA «Avere ambizione e pensare che le cose possano andare sempre bene»: sono le parole con cui si è conclusa l'intervista ad Ambrogio Invernizzi, patron Inalpi, sulle onde radiofoniche di Rtl 102,50. Una delle emittenti radiofoniche più ascoltate d'Italia ha scelto l'Inalpi e Moretta come esempio virtuoso di un'azienda che ha saputo reinventarsi, cogliendo le opportunità del mercato, e riuscendo a specializzarsi ogni giorno di più.

«Dieci anni fa - ha dichiarato Ambrogio Invernizzi ai microfoni di Rtl -, in seguito a una richiesta della Ferrero di Alba, abbiamo fatto un investimento di circa 30 milioni di euro che era, di fatto, il doppio del nostro fatturato per costruire il primo polverizzatore di latte in Italia». Aziende locali che fanno sinergia con produttori locali: è stata questa la chiave che ha permesso all'Inalpi di realizzare quel sogno che fino a quel momento poteva solo essere immaginato.

Dal punto di vista del "locale" ha giocato un ruolo importante - durante l'intervista - l'aspetto della tracciabilità completa dei prodotti, un unicum nel panorama aziendale italiano, messo a disposizione dall'Inalpi sul sito dell'azienda. Ogni consumatore, attraverso un codice, può infatti risalire a tutto il percorso del prodotto, dalla stalla di mungitura alla lavorazione.

Non mancano comunque le note dolenti: «Il vero problema in questo settore - ha precisato Invernizzi - è quello di convincere le aziende dolciarie italiane a pagare un giusto valore al latte, valore che permetta di remunerare adeguatamente gli allevatori».

In quest'ottica i dati parlano chiaro: si stimano oltre 100 mila tonnellate di latte in polvere consumate in Italia ogni anno, ma di queste circa 90 mila tonnellate sono di origine francese, tedesca e neo-zelandese. L'obiettivo di Inalpi, con il prossimo ampliamento delle torri di sprayatura, è proprio quello di arrivare ad aumentare la consapevolezza di un prodotto di qualità e italiano, nei consumatori e nelle aziende dolciarie.

31 GENNAIO – ILNAZIONALE

Inalpi sponsor dell'Agnellotreffen, il motoraduno invernale più alto d'Italia

Credere in un territorio, vuol dire anche essere vicini alle persone e appoggiare iniziative, interessanti e coraggiose che il territorio propone.

L'impegno di Inalpi nel sostenere e aiutare a diffondere tutto ciò che fa del suo territorio, un territorio vivace e interessante è innegabile. In quest'ottica è da vedere la partecipazione come sponsor unico all'Agnellotreffen, il motoraduno invernale più alto d'Italia (1.615 mt) che si è svolto da 26 al 28 gennaio 2018 a Ponte Chianale in Val Varaita.

Lo straordinario raduno, giunto oramai alla 5° edizione, raccoglie appassionati di motociclismo provenienti da ogni regione d'Italia, ma anche, e sempre di più, da molti paesi europei.

Oltre 2.100 Bikers incuranti dei chilometri, della neve e delle temperature non ancora primaverili, si sono ritrovati in quello che, sempre di più, sta diventando un appuntamento fisso e imperdibile fatto di gare, incontri, degustazioni e la scoperta di Chianale, uno dei borghi più belli d'Italia e della sua vallata.

Inalpi è stata presente fornendo i suoi prodotti per la cena, permettendo così ai partecipanti di scoprire la bontà e la genuinità del proprio lavoro: formaggini, burro fuso (con cui sono state condite le famose ravioles di Sampejre), Caciotta Cremina, oltre alle dop piemontesi, Bra Raschera e Toma, tutti prodotti realizzati con latte 100% Alpino e Piemontese. Un modo per far assaporare, anche fuori confine, oltre alle bellezze naturali e l'entusiasmo dell'accoglienza, la straordinaria qualità e bontà dei prodotti di un territorio unico.

1 FEBBRAIO – ECO DEL CHISONE

L'INALPI DI MORETTA A BOLOGNA

L'Inalpi di Moretta ha partecipato di recente alla fiera Marca di Bologna: un evento dedicato ad articoli prodotti e venduti con il marchio della catena di vendita. L'area espositiva Inalpi è stata trasformata in uno spazio ristorazione guidato dallo chef stellato Gianpiero Vivalda. L'azienda morettese, da sempre attenta alla qualità e alla tracciabilità del suo latte, ha presentato i nuovi prodotti lanciati sul mercato nell'ultimo anno.

2 FEBBRAIO – RIVISTA IDEA

Le proposte "Inalpi" al salone "Marca"

Lorenzo Vallese

Il 17 e il 18 gennaio si è svolto, a Bologna Fiere, "Marca"-Salone internazionale sui prodotti a marca del distributore, la seconda fiera in Europa dell'Mdd (marca del distributore), unica manifestazione in Italia dedicata alla marca commerciale.

"Inalpi" di Moretta ha preso parte all'evento con un "format" consolidato: l'area espositiva dell'azienda è stata trasformata, per l'occasione, in un ampio spazio ristorazione magistralmente condotto dallo chef stellato Gianpiero Vivalda.

Inoltre l'area è diventata testimone concreto e immagine del territorio.

L'allestimento ha infatti puntato sulla riproduzione delle bellezze dello spazio alpino da cui ogni prodotto prende origine.

È un territorio ricco di eccellenze e di qualità che si riflettono nella materia prima utilizzata per tutti i prodotti "Inalpi" composti da latte al 100% alpino piemontese.

Ma "Inalpi" è andata oltre e a "Marca" ha raccontato come sono diventate realtà le due promesse fatte nella passata edizione della fiera: nel corso di questi dodici mesi, attraverso l'acquisizione del caseificio di Peveragno, aperto e operante, ha avviato la produzione, con solo latte alpino e piemontese, di Bra, Toma e Raschera, le Dop regionali.

L'azienda di Moretta ha inoltre presentato, prodotto e commercializzato la nuova gamma "Premium", linea che riceve ampi riscontri di interesse.

Sono prodotti, di fascia alta, nati dalla lavorazione di solo latte alpino piemontese, che rappresentano l'eccellenza e che hanno ricevuto l'attenzione di "buyer" e "retailer", con

Alla fiera bolognese dedicata all'Mdd (marca del distributore) l'azienda di Moretta ha presentato l'acquisizione del caseificio di Peveragno e la gamma "Premium"

Lo stand "Inalpi" a "Marca" e, sotto, Ambrogio Invernizzi che nei giorni scorsi è stato intervistato da Rtl 102,5

2 FEBBRAIO – RIVISTA IDEA

"AgnelloTreffen" 2018: missione compiuta!

UN GRANDE SUCCESSO PER TUTTA LA VALLE VARAITA

L'edizione 201, la quinta, si è conclusa con un successo straordinario, e non è una novità per l'"AgnelloTreffen", il motoraduno invernale più alto d'Italia che di anno in anno cresce ed è sempre più partecipato dagli appassionati, con numeri da capogiro in termini di presenze e attenzione mediatica del complesso del mondo della comunicazione. «Grazie anche, e soprattutto, alla partecipazione dell'Amministrazione comunale di Casteldelfino alla "kermesse"», sottolinea il primo cittadino del paese dell'alta Valle Varaita, Alberto Anello, «abbiamo ospitato nelle strutture ricettive della zona molti giornalisti e fotografi che, oltre all'ebbrezza del raduno invernale, hanno anche avuto modo di assaporare le tante prelibatezze gastronomiche della nostra Valle e dell'intera provincia Granda per merito dell'ottima cena organizzata presso il ristorante "Diego", imbandita sabato sera».

Il passaporto della "Repubblica degli Escartons" rilasciato a Casteldelfino ha grande valenza turistica

La principale novità dell'edizione 2018 ha un nome preciso...

«Esatto. Si tratta del passaporto della "Repubblica degli Escartons", documento che era necessario per la partecipazione all'"AgnelloTreffen" di quest'anno. In realtà questo documento, pensato come strumento di "marketing" territoriale della Castellata, ossia i territori dei

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

A sinistra: il "console dell'Escarton", Carlo Ponte, con il vicesindaco di Casteldelfino, Lorena Giachino, e l'assessore Olga Bernardi. In basso: il sindaco del dinamico paese dell'alta Valle Varaita, Alberto Anello, e i fratelli Invernizzi, titolari della "inalpi" di Moretta, inequivocabilmente appassionati di moto

data con richiami storici che racchiude un fondo di verità: il motto "Hommes libres" che capeggia sulla copertina della "Carta della libertà" richiama gli ideali più autentici del motociclista. Un sigillo prezioso che servirà ai motociclisti per usufruire di sconti e agevolazioni particolari negli esercizi convenzionati e contrassegnati dall'apposito marchio di riconoscimento».

«Ad arricchire la quinta edizione dell'"AgnelloTreffen"», conclude Anello, «sono stati tanti appuntamenti collaterali come l'"Anlas Moped Winter Challenge", diveriente sfida su ciclomotori a... pedali su un circuito innevato, organizzata in collaborazione con Anlas "Motorcycles Tyres only", o la classica "motoffiaccolata" che da Chianale, il punto più alto raggiungibile in inverno, a quota 1.800 metri, è giunta nella piazza di Pontechianale».

Simona Borsalino

Comuni di Casteldelfino, Bellino e Pontechianale, ha origini storiche reali che rievocano la forma di autogoverno nata il 29 maggio 1343, comprendente i territori transfrontalieri che gravitano intorno al Monviso, e rimasta in vigore, per la parte italiana, sino al trattato di Utrecht, sottoscritto nel 1713. Il richiamo al "Patto dell'Escarton" ha significato, e continuerà per il futuro a rappresentare, un impegno volto a concordare le modalità di sviluppo turistico e, aspetto ancor più fondamentale, a evitare sovrapposizioni al fine di non generare frammentazioni che danneggiano e confondono visitatori e turisti. Insieme a Mario Muraro e a Olivero Patrile, sindaci rispettivamente di Bellino e di Pontechianale, daremo vita a innumerevoli iniziative che vedranno il territorio unirsi non secondo la logica del campanile, ma secondo le volontà e gli interessi comuni della popolazione residente. L'"AgnelloTreffen" ha segnato nettamente il percorso da intraprendere. Siamo supportati dalla grande affluenza a questa "kermesse" per centauri che ha visto "preso d'assalto" il municipio di Casteldelfino per ottenere il passaporto della "Repubblica degli Escartons", consegnato dal "console dell'Escarton", impersonato da Carlo Ponte, saluzzese e già interprete per ben undici mandati della maschera simbolo della capitale del Marchesato, Ciaferlin. È una goliar-