dal **30 LUGLIO** 2018
al **5 AGOSTO** 2018

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

31 LUGLIO – BIO&CONSUMI

PERCHÉ CIBUS È CIBUS

Andato in scena dal 7 al 10 maggio a Parma, il Salone internazionale dell'alimentazione ha visto la presenza di 82mila visitatori e 3.100 espositori. Il pagellone della fiera. I commenti delle aziende.

Dai nostri inviati a Parma: Angelo Frigerio, Riccardo Colletti, Matteo Borrè, Federica Bartesaghi e Irene Galimberti

Cibus è come Sanremo. Lo si commenta. Lo si mette in discussione. Ma, alla fine, vince l'audience. Perché Sanremo è Sanremo. E Cibus è Cibus. Come confermano i numeri della 19esima edizione del Salone internazionale dell'alimentazione, andato in scena dal 7 al 10 maggio. Grazie all'impegno di Fiere di Parma e Federalimentare, con il sostegno di Ice-Agenzia e diverse regioni italiane, Cibus ha chiuso i battenti con un bilancio più che positivo: 82mila visitatori, 2mila in più rispetto alle aspettative e 10mila in più rispetto al 2016; 3.100 aziende da tutte le regioni italiane, oltre 1.300 novità di prodotto. "È tangibile e prospettica la soddisfazione delle aziende e degli espositori per questa edizione di Cibus", ha dichiarato Antonio Cellie, Ceo di Fiere di Parma, "perché conferma le enormi potenzialità, fortunatamente ancora inespresse, del Made in Italy alimentare. Da un lato i buyer di tutto il mondo non vedono l'ora di tornare a Parma per continuare a mantenere e rinnovare i propri assortimenti, dall'altro le nostre imprese sono altrettanto impazienti di proporre loro nuove e continue soluzioni per far mangiare sempre meglio i consumatori internazionali".

A proposito di assortimenti e innovazione, abbiamo chiesto alle aziende di assegnare un voto all'andamento del mercato in Italia e all'estero nel primo quadrimestre, e di illustrarci le loro novità di prodotto. Il risultato, come lascia intendere il nostro consueto reportage, fa ben sperare per la salute del comparto agroalimentare.

In decine di incontri e workshop, inoltre, sono state affrontate varie tematiche legate al futuro del settore. Tra questi, il convegno 'La rivincita del banco taglio sull'e-commerce. Se la rivoluzione non c'è. Falsi miti, veri limiti. Il futuro tra umanesimo, concorrenza asimmetrica e innovazione logistica', a cura del Gruppo Brazzale; e 'Benessere animale: l'importanza dalla stalla al banco frigo', organizzato da Inalpi. Entrambi hanno visto la partecipazione del direttore Angelo Frigerio. E nel pomeriggio di lunedì 7 maggio sono andati in scena gli Awards organizzati dal gruppo Tespi: una lunga maratona in cui sono state premiate circa 150 aziende dei settori salumi, carni, formaggi, dolci, salati.

Ma oltre ai tanti incontri b2b e ai convegni specializzati, a Cibus c'è stato anche altro: alla chiusura dei padiglioni fieristici, il 10 maggio, i volontari della Fondazione Banco Alimentare hanno recuperato tra gli stand diverse tonnellate di cibo, che sono state distribuite a strutture caritative del territorio.

Ora c'è giusto il tempo di tirare il fiato, ma gli organizzatori guardano già alla prossima edizione della fiera, la 20esima, che si terrà nel maggio 2020. Prima, però, c'è l'appuntamento con Cibus Connect: il format agile, sperimentato per la prima volta nel 2017, è piaciuto molto agli addetti ai lavori. E infatti tornerà il 19-20 aprile 2019, sempre a Fiere di Parma, per una due giorni all'insegna del business.

IL PAGELLONE DELLA FIERA

Buyer italiani ed esteri, logistica e varia umanità

di Angelo Frigerio

I BUYER — voto 7½

Grande, grandissima affluenza. Le chiacchiere stanno a zero i padiglioni – 2, 3, 6 soprattutto – sono stati presi letteralmente d'assalto. La giornata clou è stata martedì 8 ma anche gli altri giorni si è lavorato alacremente. Tanta Grande distribuzione. Ma soprattutto normali trade e grossisti. Cibus si conferma una grande vetrina per tutta la filiera. E il ritorno del piccolo negozio e della gastronomia fa ben sperare. Tutti soddisfatti. Il voto avrebbe potuto essere più alto in quanto ci si aspettava una maggiore affluenza di buyer esteri.

LA LOGISTICA — voto 4½

Le code da dieci chilometri in autostrada e il caos dei parcheggi con il fango in quello di fianco all'entrata est (al modico costo di 15 euro). La logistica rimane il tallone d'Achille della fiera. A onor del vero occorre dividere le responsabilità. Una parte va sicuramente al Comune che non investe nella viabilità. L'altra all'organizzazione che sicuramente avrebbe dovuto gestire meglio l'ingresso e l'uscita degli automezzi dalla fiera.

I SERVIZI — voto 6½

Qualche critica sui costi e sulle sorprese dell'ultima ora (leggi tranci e altro ancora). Per il resto tutto è filato liscio. Bella l'idea di consentire la realizzazione di feste subito dopo la chiusura. Un'occasione per ritrovarsi, anche fra competitor, per festeggiare il business.

IL SENTIMENT — voto 9

Al di là del business, l'aria che si respirava era improntata a un deciso ottimismo. La crisi sembra un ricordo lontano. La stragrande maggioranza dei nostri intervistati ci ha parlato di un inizio d'anno con il turbo. E di prospettive ancora migliori. L'unica preoccupazione: la situazione politica con lo spettro dell'aumento dell'Iva in autunno. Una vera e propria sciagura. Assolutamente da evitare.

ANTICA CORONA REALE — voto 8

Chi mi conosce sa che non sono molto tenero con gli chef stellati. Questa volta però Gian Piero Vivalda, del ristorante Antica Corona Reale, l'8 se lo merita tutto. I piatti preparati presso lo stand Inalpi sono stati realizzati con cura e passione. Onore e merito anche agli Invernizzi Brothers e al loro staff che ha organizzato il tutto.

NOI — voto 8

Permettete un voto positivo al nostro Gruppo. Questo è l'anno dei record. Riviste ricche di contenuti e pubblicità, il lancio della Guida Retail Europea, la presentazione del nuovo magazine PacaRino & Consumi, i nostri Awards (una maratona di ore ore che ha visto sfilare circa 150 aziende a ricevere i premi). Ci è piaciuto soprattutto l'apprezzamento nei confronti del lavoro svolto. Le riviste sono riconosciute da tutti, industria e distribuzione, come uno strumento fondamentale per il business. Grazie.

DE CECCO

Luciano Berardi

"I primi quattro mesi del 2018 sono decisamente soddisfacenti anche ogni profilo. Il trend delle vendite prosegue molto bene. E anche nel comparto dedicato al biologico stiamo incrementando risultati importanti. Non solo: il lancio delle due nuove linee con pasta integrale Bio e Farro Bio stanno progressivamente registrando consensi molto confortanti. Si tratta, in particolare, il Farro Bio, di una referenza che beneficia di un elevato coefficiente proprio, che soddisfa il palato. Grazie alla possibilità di farla assaggiare, i nostri clienti confermano la bontà e la qualità della linea che abbiamo realizzato e ormai in rampa di lancio".

BENEBIO

Virginia Maschio

ITALIA 7½

ESTERO 7½

"Il trend del primo quadrimestre è in crescita sia in Italia sia all'estero. Il ritmo complessivo è del 10% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente, grazie all'espansione su alcuni mercati internazionali. Sul versante della Gd registriamo un sensibile aumento dei prodotti a private label, tuttavia anche le referenze con nostro marchio proseguono nel percorso di crescita. Il merito è indubbiamente dell'ampliamento della gamma disponibile che portiamo a soffio, puntando come sempre sull'innovazione e sulla cura del packaging e del servizio. Tra le novità che ci stanno dando maggiori soddisfazioni figurano il Riso Rosso Integrale, i Biscotti con Gocce di Cioccolato, mentre nel comparto della nostra linea cereali e alternative da settembre proporremo lo Spezzatino di Soia e il Granulare di Soia. Tutti prodotti bio di qualità e che integrano il nostro già ricco portfoglio".

FONTE PLOSE

Davide Gregorini

ITALIA 8

Lo staff di Fonte Plose, secondo da sinistra Davide Gregorini

"Nel primo quadrimestre di quest'anno, Fonte Plose ha incassato un andamento in apprezzabile crescita in termini complessivi. Rispetto al medesimo periodo dello scorso anno l'aumento è del 12% grazie all'allargamento distributivo della nostra linea di nettari e succhi BioPlose e della Tea Collection, che si stanno progressivamente imponendo sui vari canali di vendita. In particolare, stiamo registrando ottimi riscontri dalla referenza rappresentata dal Thè Bianco & Zenzero, che indubbiamente d'inverno si in uno dei trend vincenti per questa stagione e che sono certo potrà regalarci importanti soddisfazioni, permettendo a Fonte Plose di proseguire nel suo percorso di sviluppo".

PROBIOS

Fernando Favilli

ITALIA 6½

"Il mercato del biologico sta attraversando una fase complicata. Dopo il boom legato agli impulsi che sono arrivati dal canale Gd, dove la marca privata la sta facendo da padrone, credo sia arrivato il momento di un riassetto. Il canale specializzato e del tradizionale sta attraversando un momento articolato e difficile, inutile nasconderlo. Tuttavia è importante che ci sia il contributo da parte di tutti, puntando sulla costante innovazione. Noi lo facciamo da 40 anni e con ci fermiamo, come dimostra la linea Cous Cous Time, costituita da due autentiche novità, che propongono i pratici "cup" da 70 grammi, pronti in soli cinque minuti e disponibili in due gusti: curcuma & verdure e pomodoro & maggiorana, entrambi a basso contenuto di grassi, lunga conservazione e prodotti in Italia".

MANGIARSANO GERMINAL

Paolo Pisano

"Ci troviamo oggi davanti a un mercato del bio che cresce, ma i cui incrementi non sono appannaggio dei produttori storici della categoria. E per questo diventa sempre più importante, per chi opera nel settore da decenni, riuscire a comunicare il valore aggiunto di una expertise che non ci si può inventare dalloggi al domani. Perché non si parla solo della garanzia di marchi storici, ma anche di una filiera controllata che è vincente di sicurezza, sia per il trade sia per i consumatori. A Cibus sono tante le novità che presentiamo, partendo dal restyling che ha coinvolto la nostra immagine, fino alla linea dedicata all'export, con la gamma Germinal Organic. Tra le ultime referenze, nel fresco, si segnalano i medaglioni che arricchiscono la gamma dei Burger. Ma da citare, nell'ambito bakery, anche le novità dei BioFrollini, con cereali, al cioccolato e nella versione classica, che vedono per la prima volta l'utilizzo in ricetta di latte e burro, un bio per tutti i gusti".

SARCHIO

Sandra Mori

ITALIA 7

ESTERO 7

"In generale, il mercato cresce, ma si recita sempre più un sovraffollamento rispetto ai player in campo. Negli ultimi mesi, i trend è di una ripresa positiva, seguita proprio a una selezione da parte dei retail. All'estero, le nostre performance continuano a essere buone, come dimostrato anche dalla recente partecipazione ad Alimentaria Barcellona: la Spagna è mercato che ci sta dando soddisfazioni. In tema novità, a Cibus presentiamo in Italia quanto già lanciato in occasione di Biofach Norimberga: dalla linea di cioccolata, frutto di un grande lavoro di ricerca e sviluppo, come dimostra anche l'innovativa barretta bianca Vegan, passando per riso, farine, gallette, fino ai biscotti ai cereali, nelle variant con mela, zero, farina integrale o cacao e gocce di cioccolato".

MASTER

Adriano Bianco

"Un inizio d'anno eccezionale: segnano un +16% di crescita a gennaio, +12% a febbraio, +22% a marzo e +9% ad aprile. Incrementi che vanno di pari passo con lo sviluppo aziendale: siamo in attesa della partenza della terza linea produttiva e puntiamo a essere operativi da giugno con il magazzino robotizzato. L'export si sta dando grandi soddisfazioni con la linea Mamma Emma: siamo ora anche in una delle boutique gastronomiche più chic di Londra, Partridges. Ma cresce il presidio negli Usa, con la Florida, e ripartito il Sud Africa, mentre l'Australia segna performance molto positive. Le novità a Cibus sono tutte Mamma Emma: dagli gnocchi con cavolfiore, con rapa rossa o ripieni con ricotta e spinaci, fino agli spätzle alla tirolese, passando per gli innovativi maccheroni fatti con patate 100% fresche cotte a vapore".

ALCE NERO

Gianluca Puttini

ITALIA 7

ESTERO 7

"Un inizio 2018 positivo, in linea con le nostre aspettative. Cresciamo, con la Gdo a confermare le performance al rialzo. Lo specializzato prosegue a segnalare più di una difficoltà nel provvisorio a rilanciare le vendite di questo canale con "prodotti dedicati in esclusiva, dunque diversi" cundo la proposta per avviare confronti diretti con la Distribuzione moderna. In tema di novità, stiamo allargando la nostra offerta nel "fresco, da ultimo con gli estratti di "frutta presentati qui a Cibus. Ma da segnalare sono anche le gallette di riso integrali con legumi, anche nella variante con aggiunta di quinoa, e gli ultimi lanci della linea baby food, con l'omogeneizzato e il sughetto di pomodoro. Da ultimo, cito la linea Khorasan, rinnovata con l'utilizzo di farina italiana macinata a pietra e che spazia dai frollini con le gocce di cioccolato alla pasta".

PUGLIA SAPORI

Roberto Renna

ITALIA 7

ESTERO 7

De sinistra: Roberto Renna, Rossandra Bondesan e Francesco Torres

"Un inizio 2018 positivo, con la Gdo che segna lievi ma costanti incrementi. Loro private label, le partnership instaurate sono sempre di più e il grande qualità. È la scelta di scommettere sul segmento del gluten free si sta dimostrando vincente. Bene l'export, ambito in cui si vanno aprendo importanti possibilità e nuovi sbocchi. Merito anche dell'identità ben marcata dei nostri prodotti, come dimostra il restyling dei pack per la linea retail che recupera diversi elementi della tradizione pugliese all'insegna dell'innovazione. Tra le nuove referenze a Cibus da segnalare i minigrissini bio, in quattro varianti che intercettano i gusti del mercato, e le Nuvolette: leggeri crostini di pane, senza glutine, ideali per accompagnare zuppe e insalate, ma buoni anche come snack".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile

CIBUS | REPORTAGE

FARMO

Frances Angioi

De sinistra: Frances Angioi e Guido Malvezzi

"Un 2018 positivo in Italia, dove presidiamo tutti i canali dalla farmacia allo specializzato, ma anche l'horeca e vending. Cresce la richiesta in Gdo. E l'export: confermo il trend positivo, valendo oggi il 40% del business. Importanti le novità a Cibus nel convenzionale, la linea Kiki, tra i prodotti biologici, la gamma BJOVita. La prima è composta da chicchi di farina di legumi senza glutine, di origine vegetale, ideali per ogni preparazione e per la dieta vegana. La seconda, invece, include referenze gluten "free e bio, a base d'ingredienti vegetali con particolari caratteristiche nutrizionali: tra i primi tarci la pasta di riso integrale, nelle due varianti cavolo riccio e cavolfiore, oltre a BJOVita Thins, sfoglietta nei gusti ceci e mandorle o mandorle, rapa rossa e semi di chia".

AMÍO – ILTA ALIMENTARE

Fabrizio Cantoni

Il team Ilta Alimentare, primo a destra Fabrizio Cantoni

ITALIA **7**

ESTERO **7**

"Molto bene Italia in questo inizio 2018, sia in Gdo sia a livello foodservice. A maggior ragione, considerando che siamo partiti da zero solo due anni fa. Ma i nostri obiettivi sono ambiziosi e puntiamo a crescere in maniera molto più consistente. In terra di esportiamo attrezzando: stiamo entrando sul mercato spagnolo, dopo aver sviluppato un solido presidio a livello foodservice, in Austria. A Cibus abbiamo scelto di puntare tutto sulla linea Amío Bio e sull'innovativa gamma ZoppomiXeguni, elaborata con il contributo di Smartfood, programma di ricerca promosso dalla Fondazione Iseo-Com. Una partnership appena rinnovata fino al 2019 e che porterà in Italia a un arricchimento dell'offerta. Proprio come la linea biologica per cui abbiamo in agenda novità per la "fine dell'anno".

PASTIFICIO DI BARI TARALL'ORO

Antonello Di Bari

ITALIA **9**

ESTERO **9**

"Siamo molto contenti di questo inizio 2018. Di cosa di forse ne stiamo mancando tanta. In Italia, siamo in partenza con nuove partnership e abbiamo stretto accordi con diverse insegne. Affezioni, poi, i risultati sono di rilievo: se il principio dell'anno è sempre stato un periodo statico dal punto di vista del business, oggi, invece, facciamo gli straordinari. Con l'America, le prime, che contina a crescere. A Cibus, la novità è il brand Pastificio Di Bari, per il quale – di fatto – partiamo da un grande ritorno. Iniziando con la pasta classica, l'obiettivo è specializzarsi nelle categorie affermandosi come marchio. Per Tarall'Oro, invece, presenziamo nei prodotti da forno i Taralli Bevag, in tre innovative varianti di gusto: barbabietola rossa, spinaci, curcuma e zenzero".

ANDRIANI

Francesco Andriani

Il resident chef Massimo Buoro

"Prosegue il trend positivo che ha caratterizzato lo scorso anno. Siamo partiti con nuovi progetti private label negli Usa e incrementiamo l'attenzione sul tema della sostenibilità. Ci impegniamo, infatti, a essere sempre più ecosostenibili in ciò che facciamo nel quotidiano. Due gli asset fondamentali su cui puntiamo: la tutela ambientale e il benessere sociale. Nel primo caso, ci indirizziamo verso promozione della biodiversità, valorizzazione del territorio locale, tracciabilità alimentare e smart agriculture. Nel secondo, al centro troviamo sicurezza ed educazione alimentare, benessere delle persone e delle comunità locali. La nostra filiera di legumi italiani e sostenibili rappresenta un esempio pratico di tutto questo: un progetto a cui vogliamo dare sempre più continuità".

FRACCARO SPUMADORO

Luca Fraccaro

ITALIA **6½**

ESTERO **7**

"Non un inizio 2018 brillante per chi opera nel nostro comparto, con la Pasqua arrivata presto che ha portato ripercussioni sulle vendite. Ma ci stiamo preparando per recuperare con un Natale che si annuncia 'fuzzante, soprattutto in tema di ordini dall'estero: c'è fermento in Russia e Asia, in primis in Giappone. Sul mercato nazionale, poi, ribadiamo il nostro impegno, premiati da belle iniziative premium, come il cobranding sulla Frigassi sviluppato con Despar. Tra le novità a Cibus, spiccano i nuovi packaging dei prodotti nanalizi dal panettone al pandoro, sono alle le aspettative vicio il positivo feedback riscosso dal trade. Nel tito, continuiamo a spingere sulla Veneziana a'ligica al limoncello e stiamo studiando qualche nuova proposta da 'anuciori più avanti nell'anno".

GEOVITA

Marco Latta

Ketty Margaglotta e Rossana Cabrino

"Un primo quadrimestre 2018 all'insegna della stabilità, con il recall a segnare una crescita costante e l'Italia a 'fare un po' meglio dei mercati esteri. Tra le novità a Cibus, spiccano le miscele d'Oriente, mix a base di riso Thai biologico e prodotto equosolidale da 'Terra sostenibile in Tailandia. Una referenza che lanciamo e Italia dopo le ottime performance segnate in Francia, e che vuole essere un'alternativa in chiave orientale a base d'ingredienti naturali che si caratterizzano per le loro peculiari proprietà organolettiche e salutistiche. Altra novità, ma solo convenzionale, sono i legumi precotti: vecchi una gamma che include lenticchie, piselli cece e 'agioli azuki".

MOLINO DE VITA

Nicola De Vita

ITALIA **8**

ESTERO **8**

"C'è ancora tanto da fare, ma ormai la nostra realtà vanta un presidio consolidato dei mercati, sia in Italia sia all'estero. I nostri clienti apprezzano la ricchezza dell'offerta e i servizi che siamo in grado di fornire loro. E i rapporti con il 'trade si sono consolidati ancor di più dopo l'ennesima positiva edizione di Biofach. Un successo che puntiamo a replicare proprio qui a Parma, dove abbiamo portato i nuovi prodotti a base di canapa introdotti a catalogo. Ma in vetrina a Cibus sono anche la referenze bio ricche in 'fibre, semola integrale e semolato, per cui registriamo un crescente apprezzamento da parte degli operatori. Infine, in questo 2018, abbiamo scelto di rafforzare i contratti di 'filiera, puntando ancor di più sulle semole della gamma biologica e quelle della linea dedicata 100% Italia".

CONAPI – MIELIZIA

Domenico Matera e Laura Betti

Mielizia ha presentato a Cibus le sue ultime novità in vetrina, innanzitutto, la gamma d'integratori bio, che si arricchisce di nuovi prodotti a base di miele, prodotti apistici e selezionati estratti vegetali. Alle cinque referenze lanciate lo scorso autunno, si aggiungono le caramelle dure sollievo gola bio. Presto si a''lancheranno anche le barrette energetiche 'raw' in 'formato da 35 g: senza glutine o zuccheri aggiunti, lavorate a basse temperature per preservare l'integrità e il gusto degli ingredienti, saranno proposte nelle versioni Energia Bio, con pappa reale, ed Energia Sport Bio, con polline e pappa reale. Altra novità è la linea di composte di 'frutta dolcif'cate con miele italiano di sulle degli apicoltori Conapi nelle tre varianti mirtilli, albicocche e 'ragole, tutte con frutta a residuo zero.

LA LINEA VERDE

La Linea Verde, specialista nel freschissimo, si è presentata a Cibus con la sua ricca o'ferta a marchio Dimmidisì. L'azienda, che ha chiuso il 2017 con un 'fatturato di 238 milioni di euro (+6% sul 2016) si conferma realtà in crescita e affidabile co-packer per la Gdo italiana e internazionale. Tra le novità presentate in fiera, spicca il prodotto simbolo: le zuppe fresche, nelle ricette classiche, premium e nella nuova edizione limitata estiva. Ma la proposta La Linea Verde al mercato si è arricchita anche con le nuove referenze della gamma degli estratti freschi Dimmidisì Juicing 100% veggie, naturali, senza conservanti e con ingredienti funzionali, le insalate con dressing Dimmidisì Semplice Così e l'ampliamento della gamma dei Burger freschi.

FIETTA

Marco Fietta

ITALIA **8**

ESTERO **7**

Da sinistra: Joanna Karasek, Matteo Fietta e Gioia Ambrosini

"Se all'estero puntiamo sull'offerta di Zughi (di cui è stata rivista l'immagine, con nuovi pack e ricette), in Italia stiamo lavorando sulla diversificazione. Siamo sempre alla ricerca di nuovi prodotti: un lavoro che ci ha portato a lanciare le nuove fette biscottate, gli snack Pop'n Fit, bocconcini di granola (mix di fiocchi d'avena, frutta secca, semi e frutta disidratata), avvolti da miele, olio e tostati al forno, senza lattosio e senza sale aggiunto, nei gusti cocco e cioccolato e mirtilli Fruity Fit, dischi di cereali tostati al forno con miele, nei gusti mirtillo rosso e uvetta, contenenti calcio e magnesio e i Funny Fit, con cioccolato al latte e bianco. S'tori speciali che il mercato apprezza, tanto che la uni: Bio Trevisan è cresciuta in doppia cifra nel primo quadrimestre, mentre Biolacta, brand che punta sulla qualità, ha riciclacato il suo stabilmento".

VALLEDORO

Giorgio Zubani

ITALIA **6**

ESTERO **8**

Da sinistra: Giorgio Zubani e Diego Corti

"A Parma di un bel fermento dal business all'estero, dove abbiamo consolidato i rapporti con la clientela e aumentato gli ordini. Italia è invece piuttosto statica, con maggiori difficoltà di crescita legate alla maturità di un mercato che in generale, da qualche anno, registra un andamento altalenante. In occasione di Cibus presentiamo Risbiscuits, in confezioni richiudibili da 80 grammi, nelle due versioni Pieffi (60%) e Ceci (40%), ideali per il consumo on the go. Questi prodotti biologici, Vegan e gluten free, sono ricchi di proteine e f'bre, a basso contenuto di grassi saturi e realizzati senza l'utilizzo di olio di palma, conservanti, coloranti o additivi chimici".

INDUSTRIA DOLCIARIA BORSARI

Andrea Muzzi

ITALIA **6½**

ESTERO **7**

Andrea Muzzi e, da sinistra, le moglie Cristiana, Monica Bregonzi, Elisa Bedendo e Annalisa Vecchi

"La Pasqua corta è sempre incerta e, pur con vendite superiori al dato di mercato, ci aspettavamo di più da questi primi mesi. Riceviamo continui apprezzamenti dei clienti per il nostro costante rinnovamento di gamma e per le nuove novità. A seguito dei primi ordini si preannuncia molto positivo il Natale 2018. L'aver incrementato il programma 'fiere internazionali conferma a produrre risultati all'estero, con la costante attenzione dei clienti acquisiti e l'interesse da parte dei nuovi contatti. A Parma, tra le numerose novità, segnaliamo la linea di lievitati da ricorrenza 'con e i senza' a marchio Borsari, prodotti che uniscono qualità, sostenibilità e innovazione, grazie a ricette particolari e pack a basso impatto ambientale. Ai panettoni biologici classici o con cranberry e yogurt, si affiancano, ad esempio, panettoni e pandoro con sola farina integrale e mirtilli semicandi da fresco, o quelli senza zuccheri raf'nati con sciroppo d'acero naturale e miele italiano".

FIORE DI PUGLIA
Tommaso Fiore

ITALIA 9
ESTERO 9

"Nonostante la crisi e la concorrenza, Fiore di Puglia registra per il sesto anno consecutivo una crescita in doppia cifra, che nei primi quattro mesi del 2018 ha fatto aumentare del 25% i risultati a valore. Bene anche il mercato estero, dove sono aumentati i paesi presidiati, con l'ingresso del nostro brand anche in nuovi Stati negli Usa e in Cina. Numerose le novità proposte ai visitatori di Cibus. I taralli senza glutine, lattosio e uova, con il 30% in meno dei grassi saturi rispetto alla media dei sostitutivi del pane. I taralli con farina di tipo 1 e 2, quindi ricchi di fibre. I Minigrissi Bio con ingredienti a Km 0 e olio Evo varietà Coratina, disponibili nelle varianti Senatore Cappelli, Pomodorigano, Multicereali. Della linea "Fatti a mano" ci sono i nuovi Gris-tas taralli a forma di grissini e gli Intrecci, encraniti bolliti come da tradizione e disponibili in diversi gusti".

TERRE DI PUGLIA
Nicola Visaggio

ITALIA 7
ESTERO 9

"I clienti italiani che hanno creduto nei nostri prodotti stanno registrando vendite mensili in crescita anche a doppia cifra. All'estero, dove il mercato riconosce molto di più la qualità e l'appeal della nostra offerta, abbiamo registrato un incremento del 20% in questi primi mesi dell'anno. Quale novità per lo snack, presentiamo Stalcrock un'innovativa schiacciatina croccante, dal gusto siciliano e senza al tempo stesso, con gli ingredienti genuini della tradizione pugliese, senza conservanti o coloranti (nelle varianti pizza, bacon, pizzata e rosmarino, cacio e pepe). Proponiamo anche i Finger Bites mini grissini salati (con pomodoro e origano e con patate e rosmarino) e dolci (con zenzero e limone o con cacao). Infine, i taralli bio in formato monoporzione da 40 grammi o multipack da 240 grammi con monoporzioni, o in buste da 200 grammi (nei gusti classico, alla curcuma e a semi di chia)".

LA PIZZA +1
Svitlana Dzyuba Ludovico

ITALIA 8
ESTERO 7

Il team La Pizza +1

"Nei primi mesi del 2018 abbiamo registrato una crescita aziendale di quasi il 20%. L'Italia è in crescita e i nuovi clienti ci regalano grandi soddisfazioni, e anche l'estero, che pur incide poco sul fatturato, ci offre nuove opportunità, quali l'ingresso recente nel mercato canadese. In fiera - dove ci hanno fatto visita i nostri testimonial Jacopo Cerizzi (motociclista) e lo chef stellato Filippo Cattillo Chiapparini, che ha preparato per i nostri ricette con i nostri prodotti - abbiamo presentato la nuova pizza biologica con pomodori a rondelle, i bastoncini di focaccia e la focaccia con quinoa. Che vanno ad aggiungersi alle numerose varietà di pizza e focaccia, dalle tipologie classiche e dai formati tradizionali a quelle più elaborate e superfarcite, alle basi pizza e focaccia".

MOLINO RACHELLO
Stefano Dei Rossi

ITALIA 6
ESTERO 8

Da sinistra: Gabriele, Sara e Gianni Rachello

"Stabile il convenzionale, in Italia, nel primo quadrimestre 2018. Bene la linea Farine di Casa, nostro fiore all'occhiello, su cui stiamo puntando. Questi prodotti rappresentano la nostra "filosofia" italianità, naturalità, rispetto per l'ambiente acquistato un'agricoltura integrata e virtuosa, sia biologica sia convenzionale, oltre a filiera corta e controlli in tutte le fasi, per il massimo della qualità e sicurezza. Valori apprezzati anche all'estero, dove cresce l'interesse per le farine pizza classica e in pala e per la linea Farine di Casa. Recente è la farina di Tritordeum Bio, presentata a Cibus con lo showcooking del Pizzachef Renato Bosco. Grazie all'accordo con la società che coltiva questo cereale (incrocio naturale tra l'orzo selvatico e il frumento duro), Rachello diviene l'esclusiva italiana per la macinazione della versione biologica".

PASTIFICIO RISCOSSA
Nunzio Mastromauro

ITALIA 6
ESTERO 8

"In Italia, il mercato del retail in questi primi mesi è stato molto competitivo e statico. All'estero invece troviamo mercati più vivaci di altri, ma comunque rispetto al 2017 (anno in cui l'export ha chiuso a +20%) il primo quadrimestre è stato meno effervescente. In occasione di Cibus Parma presentiamo la pasta di semola biologica fatta con grano duro 100% italiano e filiera certificata Icea. Una linea che integra la nostra offerta, dopo l'introduzione delle referenze integrali. Quest'anno, inoltre, è stato completato il rebranding della linea classica per rafforzare la brand identity: non solo un'immagine più bella, ma anche la pasta sarà ancora più buona".

SGAMBARO
Federico Gris

ITALIA 7
ESTERO 7

"Sgambaro, che raccoglie circa il 60% del proprio fatturato dai prodotti biologici, sta cercando di ampliare i propri orizzonti distributivi. In Italia, i primi due mesi del nuovo anno sono stati difficili, ma fortunatamente seguiti da mesi in ripresa. All'estero abbiamo rilevato maggiore costanza e ci aspettiamo un anno di crescita. Tante le novità portate in fiera. Stiamo infatti integrando la linea biologica e integrale da "arine 100% italiane. Ultimi arrivati sono il Farro lenticchie quinoa", il Farro Monococco e la referenza Senatore Cappelli".

GRANORO
Marina Mastromauro

ITALIA 4
ESTERO 7

"Il mercato italiano nella prima parte del 2018 è nel complesso stabile, con una crescita del comparto salutistico e bio a fronte di un decremento delle linee base. L'estero invece è più ricettivo per tutte le nostre gamme. La nostra azienda, che produce anche a regime biologico dal 1998, sta investendo molto sulla qualità della filiera agricola locale ed esegue verifiche dei rischi da contaminazione anche sulle semole certificate (controlli per 220 sostanze). Tra le novità di pasta, tutte biologiche e 100% italiane, quella di grano e orzo (con orzo beta, ricco di betaglucani, che riduce il colesterolo – fonte Efsa); quella di semola di grano duro certificata Icea; quella con grano duro varietà cappelli della Società Italiana Sementi; quella integrale di grano duro certificata Icea; quella al farro integrale della specie Triticum Dicoccum, con elevato contenuto di fibre e a basso indice glicemico".

THE BRIDGE
Eva Pfeffer

ITALIA 4
ESTERO 9

Eva Pfeffer e Marco Negro Maragliano

"Circa il 70% del nostro fatturato viene realizzato all'estero, dove abbiamo consolidato i vecchi rapporti e chiuso nuovi contratti grazie a una maggiore attenzione verso il comparto biologico e una maggiore fedeltà ai prodotti. In fatti, oltre con l'ne il canale specializzato cresce, sia per la competitività dell'offerta, sia per la professionalità del personale. In Italia, invece, il mondo del biologico ci appare ora molto più statico, soprattutto non cresce nello specializzato. A Cibus presentiamo la bevanda da 200 ml Riso mandorla e caffè arabica, quella da 1 litro alla mandorla e senza zucchero, la bevanda al cocco e quella a base di noce brasiliana".

MOLINO FILIPPINI
Luisella Piccapietra

ITALIA 9
ESTERO 8

"L'introduzione di nuovi prodotti per la Grande distribuzione e per le industrie ci ha consentito di registrare un ottimo andamento nella prima parte del 2018 sul mercato italiano. Mentre all'estero abbiamo al contempo consolidato i rapporti con la clientela e registrato un aumento costante delle richieste. In occasione di Cibus Parma presentiamo i nuovi Cous Cous e i Fiocchi, entrambi gluten free, come tutti i nostri prodotti, derivati dalla nostra vasta gamma di materie prime, sia in versione biologica sia convenzionale".

BISCOTTI ROSSI

Chiara Rossi

ITALIA 10

ESTERO 10

Chiara Rossi con la figlia Camilla Pozzo

"Nel primo quadrimestre del 2018, in Italia, sono aumentate sensibilmente le vendite, in Gdo soprattutto. All'estero abbiamo conquistato nuovi mercati e nuovi clienti sia nella Grande distribuzione che nel normal trade, perciò siamo molto soddisfatti. A Cibus presentiamo tutta la linea biologica, di cui cinque referenze erano già state lanciate, ora siamo arrivati a 15. Altra novità il biscotto al latte con teff, amaranto, segale, quinoa e riso, mentre il biscotto di Novara è un nostro prodotto di punta".

GOLOSITA' DAL 1885 - ANTICA TORRONERIA PIEMONTESE

Matteo Rossi Sebaste

ITALIA 7

ESTERO 7

Da sinistra: Matteo Rossi Sebaste e Riccardo Rossi

"Dopo un 2017 molto positivo, le premesse per il 2018 sembrano confermare il trend. Anche l'estero, che rappresenta il 35% del fatturato aziendale nel complesso (il 60% per il brand Antica Torroneria Piemontese), è positivo. A Cibus presentiamo il nuovo Tartufo Bio, nelle versioni fondente e dolce, in diversi formati: scatola e sacchetti misti da 140 grammi, sfusi da 200 grammi, fornito con cubi da esposizione. Inoltre, lanciamo il nuovo tartufo cremino: un mix di cioccolato al latte, bianco e fondente, realizzato con una nuova lavorazione che offre un'inedita cremosità data dalla pasta di nocciola in sostituzione alla granella. Il tartufo singolo è disponibile nel formato 7 grammi, oltre al classico da 14, e ci sono eleganti confezioni da 135 grammi, 140, oltre al classico sacchetto con fiocco da 200 grammi.

EUROSNACK – FORNO DAMIANI

Nicola Centra

ITALIA 6

ESTERO 8

Nicola Centra e Rita Pratesi

"Il nostro brand, da anni leader nel vending, è oggi una realtà multicanale, presente anche nell'horeca e in Gdo grazie a un ventaglio di prodotti declinati su misura per ciascun canale distributivo. La nostra azienda vive infatti un notevole sviluppo industriale, puntando verso l'alta qualità dei prodotti e rinnovando con costanza la gamma di snack. Proprio a fronte di questo sviluppo, continua da anni il nostro trend di crescita sia in Italia che all'estero. A Parma presentiamo i nuovi prodotti Bionsnack, le nuove Sfogliette (linea premium) e tutta la nuova gamma multipack delle Croccantelle (linea premium), con le due grandi novità Bbq Ribs e Sapori d'Oriente".

FORNO DA RE

Jacopo Da Re

ITALIA 8

ESTERO 6

Emanuele Panich e Jacopo Da Re

"In Italia il primo quadrimestre del 2018 è andato molto bene: abbiamo infatti registrato un aumento dei volumi e anche del numero di clienti. L'estero, invece, ha un po' rallentato la sua crescita, ma stiamo recuperando alcuni contatti che erano in stallo per ripartire con nuovi ordini. A Cibus presentiamo una new entry per la linea biologica, composta da panetti croccanti biologici fatti a mano, con olio olio evo vergine di oliva biologico e di provenienza 100% italiana. Le varianti sono con farina di grano tenero tipo 0, Kamut, farro, mais, oppure, quella la novità, con farina integrale. I Chiacchetti biologici integrali. Prossimamente presenteremo nuovi prodotti, frutto dei tanti progetti in corso".

DI LEO

Pietro Di Leo

ITALIA 7

ESTERO 6

"Dopo una partenza in sordina, marzo e aprile hanno registrato andamenti migliori e ora ci sono buone prospettive. Una risposta positiva arriva dalla valorizzazione della filiera grano tenero 100% Lucano. All'estero le modalità e le occasioni di consumo sono diverse e i nostri top performer sono i savoiardi (ingredienti dei tiramisù). Cibus è ricorrente per lanciare i nuovi Fatticinesa Bio con melagrana da 400 grammi e i Fatticinesa 'Gusto equilibrato', primo biscotto certificato italiano con grano varietà Bramante coltivato sulle colline maceratesi e con latte fresco 100% italiano, un biscotto a Km 0. La presenza nell'accordo della Slo garantisce anche l'italianità del seme. A breve in distribuzione anche i Casinesi nella confezione rivisitata che sottolinea "raffiati al bronzo" e "artigianalità dal 1663". Per l'estero anche la nuova confezione da 170 grammi per i Fatticinesa, che trasmette al massimo l'italianità dei prodotti".

PAOLO LAZZARONI & FIGLI

Luca Lazzaroni

ITALIA 8

ESTERO 8

"A dispetto di un mercato Italia molto statico, nella prima parte del 2018 l'azienda è andata molto bene, con la chiusura di nuovi contratti con nuovi clienti. Bene anche l'estero, dove a Fine aprile il business segnava un +20% sul 2017. In fiera presentiamo tante novità: la nuova linea biscottiera, con disegni in rilievo, contenente amaretti misti i nuovi liquori Fierro-Chino; il Panettone con pistacchio, mele e cannella; il restyling della linea Oro; il panettone biologico e integrale. Ma ricordiamo anche la recente acquisizione dello storico marchio milanese Augusta Panettoni Milano 1945".

FIORENTINI

Simona Fiorentini

ITALIA 6

ESTERO 8

"Anche se continuiamo a crescere, in Italia le performance sono state meno brillanti rispetto agli altri anni, con una crescente pressione sui prezzi e una maggiore concorrenza. L'estero invece va molto bene, e puntiamo a incrementarne la quota, attualmente al 13% sul fatturato. In particolare abbiamo consolidato i rapporti con i clienti fidelizzati e individuato nuovi importanti clienti. Le referenze 'nere' sono la principale novità portata a Cibus: i triangolini Silk'Nero al riso nero, l'estruso con riso nero e sale rosa dell'Himalaya, le gallette bio con riso nero e curcuma".

BISCOTTIFICIO VERONA

Claudio Rizzi

ITALIA 6

"Nel primo quadrimestre 2018, il mercato mostra segnali di ripresa nei comparti industriali e discount, mentre Gd e Do flettono nelle vendite. All'estero nella maggior parte dei Paesi notiamo un trend abbastanza positivo, fatte salve le valutazioni di alcune monete rispetto all'euro che riducono un po' i margini. In generale, le nostre vendite segnano un +15% rispetto all'anno scorso, dato incoraggiante. A Cibus, presentiamo la nuova linea di biscotti Cerealive, introdotta in tre. Tempo scorso e una completa con sei referenze in cartoccio. Prodotti funzionali ad in fibre e avena con ridotto con-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

EUROVERDE
Franco Rollé

"Sono molte le novità presentate da Euroverde e il brand premium Bontà di Stagione a Cibus 2018. In primis i cornetti in brodo di verdure fresche e la linea Ramen, che si compone di tre diverse ricettazioni: la Zuppa di verdure e funghi con noodles freschi, la Zuppa di verdure con ceci e zenzero e noodles freschi e la Zuppa di verdure con verza, fagioli azuki e noodles freschi. Grande apprezzamento anche per l'assortito della linea di IV gamma bio, che si compone di insalata mista, lacughino, misticanza, valeriana e rucola. Importanti novità anche nel settore riso, con il lancio di due ricette per l'esclusivo Riso integrale al pomodoro e Riso integrale con piccola e porri. Da segnalare la rivisitazione della linea Le Sfiziose Julienne' e due nuove referenze monoporzione a marchio Bontà di Stagione".

ZERBINATI
Michela Ciamillo

"Il brand Zerbinati ha da sempre l'innovazione nel proprio Dna e il mercato della IV gamma, in particolare, offre ampi spazi di crescita e sperimentazione. Tra le novità più interessanti presentate a Cibus di sono senza dubbio le Bowls, in distribuzione nel canale Gdo dallo scorso aprile, ma anche i contorni microsnackabili della linea Vivi&Iz, oltre a tre nuove monoporzioni e altrettante creme in doppia porzione: crema con cannellini, pomodorini secchi e peperoncino, crema con carote, mela e zenzero, crema con zucchine, fagioli e semi di canapa. Inoltre, presentiamo quattro nuove referenze di verdure Sbiologiche, due delle quali microondabili: cetriolo a spicchi. Prodotti studiati per rispondere alle esigenze dei consumatori moderni, offrendo un'elevata componente di servizio".

SIBAT TOMARCHIO
Claudia Sutera

ITALIA 10 RETAIL 3 HORECA ESTERO 8

Da sinistra: Marco Oliveri, Claudio Sutera e Lorenzo Libe

"Ci presentiamo a Cibus con il restyle completo della linea Bio, caratterizzata ora da una veste 'premium' e da un nuovo formato da 275 ml. L'altra novità riguarda la linea Bio e la linea Delicious & Authentic, dedicata al canale Horeca, inoltre, ci presentiamo in fiera con uno stand rinnovato che ricorda la splendida campagna siciliana in cui nascono i nostri prodotti. Il giudizio sul primo semestre dell'anno è nel complesso positivo e dettato un mercato nazionale che viaggia a due velocità: da un lato la vendita di bevande gasate nel canale retail, in netto calo, a cui si contrappone però una forte crescita nel canale del fuori casa. Positivo la vivace del business estero, che era puntiamo a consolidare nel medio-lungo periodo".

VALBONA
Margherita Santimaria

ITALIA 8 ESTERO 7

"A Cibus Valbona ha presentato molte novità prodotto, sia sul fronte delle conserve – core business dell'azienda da oltre 30 anni – sia per quanto riguarda i 'freschi', comparto in cui opera dal 2013 per differenziare la propria offerta. Nel dettaglio, abbiamo presentato l'ampliamento della linea I Colori della Natura, che si compone ora di Aglio bianco del Polesine Dop grigliato sott'olio, Zucchine alla Scapece sottolio, Cucunci sottolio e peperone papaccella in agrodolce. Si amplia anche la gamma degli sFiltrati vegetali le Vegenette, con le nuove referenze Zucca e salvia e Barbabietola rossa e mela. Prodotti sfiziosi e originali, che vanno ad arricchire una linea che ci sta regalando grandi soddisfazioni, sia in Italia sia all'estero".

SOTTOLESTELLE
Giovanni Pennelli

"Nel primo semestre dell'anno abbiamo registrato ottimi risultati sui mercati esteri, a fronte di un mercato interno caratterizzato da una flessione del canale specializzato a cui fa da contraltare la forte crescita messa a segno dalla Grande distribuzione. In fiera presentiamo sotto le nostre linee di prodotto dedicate proprio alla Gdo, con i brand Yukybio. Tra i prossimi eventi fieristici a cui l'azienda prenderà parte ci sono Sana Bologna, Sial Parigi e, nel 2019, Tuttofood a Milano".

VIVIBIO
Massimo Lorenzoni

ITALIA 6 ESTERO 7½

"Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti dal brand Vivibio, sopratutto nel canale della Gdo ma anche per le vendite trasversali nei negozi di alimentazione naturale. A differenza dello specializzato, che resta il nostro core-business, la Grande distribuzione sta registrando ottime performance nella vendita di prodotti biologici. Da poco, infatti, le referenze Vivibio sono presenti anche negli store Esselunga, oltre naturalmente alle maggiori insegne nazionali. Buono il riscontro anche per le bevande bio Treesh, alternativa sugar free alle referenze gasate tradizionali, e per la linea di bevande vegetali che si compone di otto referenze, alcune uniche sul mercato come la bevanda di Riso Nerone. Inoltre, dal 2018 sono in commercio gli snack dolci e salati a marchio Sfizi, di nostra produzione nel nuovo stabilimento di Villareggia (To): 100% senza glutine, senza latte e bio. Infine, per lo sviluppo dei brand risulta sempre più strategico il presidio dei mercati esteri, che oggi rappresenta per il 30% sul nostro volume d'affari".

VION
Anton Janssen e Ilenia Crenonna

MERCATO 9

Da sinistra: Friedhelm Dasbeck, Maarjo Kuijper, Ilenia Crenonna, Anton Janssen, Luke Meperink, Gastan Janssen e Andrea Porta

"Nel primo quadrimestre dell'anno 6 aumentato l'interesse per i prodotti bovini di origine olandese soprattutto da parte dell'alta ristorazione. Molto positivo il feedback che abbiamo ricevuto da Rebecca, prosciutto 'Heico tap di gamma (prodotto di Maria Cristina Tarming) pensato per essere trasformato in prosciutti cruditi o cotti, di altissima qualità. Tra le novità presentate in fiera, segnaliamo Goldbeef, selezione di Carne Bovina Premium variati proposce: Dry Aged Maturata 30 giorni, 100% Simmental Visalone e Vacca e 100% Snotzona anche con Certificazione Halal. Interessante, poi, la Linea Bio, per cui i tagli di suino e bovino. In questa occasione, lanciamo il marchio privato Tomahawk per una gamma di coscellette di suino marinato taglio Tomahawk, pronte per essere cotte alla brace.

FUMAGALLI
Amando Santi

ITALIA 7½ ESTERO 7½

"Dopo un gennaio non particolarmente esaltante, anche perché dicembre era stato un mese eccezionale, abbiamo recuperato con un trimestre molto buono. Alla base dell'incremento ci sono state le vendite delle nostre referenze bio. Siamo soddisfatti anche per l'estero: rispetto all'anno scorso il fatturato sviluppato sui mercati esteri è raddoppiato. Passando alle novità messe in vetrina qui a Cibus, rilanciamo la pancetta a cubetti bio e presentiamo la linea di 'Cooking Ingredients' (guanciale, pancetta e spiedi) pensata per l'estero e gli snack di salumi (perprotein), per ora confezionati in vaschetta ma saranno disponibili anche in altri pack".

GOLFERA
Alessandro Giorgetti

ITALIA 8 ESTERO 8

"E' stato un inizio 2018 positivo, con una crescita significativa rispetto al 2017, che a sua volta è stato un anno buono. I prodotti che hanno trainato la crescita in Italia sono stati Golfetta, Salamagro, Ilres, Dolce magro, i Salumi tipici e la linea biologica. Golfetta, in particolare, continua a essere il salume più venduto in Italia e ideale ad avere ottimi risultati anche sui mercati esteri, compreso quello americano. Francia, Germania e Paesi scandinavi, tra gli altri, rispondono bene grazie alle referenze biologiche e ai nostri prodotti di punta. Molte le novità presentate in fiera: la nuova confezione del Golfetta per il libero servizio, lanciata a metà aprile, e la linea Ilres Fatto, una selezione di piatti freschi pronti che, grazie alla tecnologia delle alte pressioni, garantiscono grande qualità e una shelf life di minimo 30 giorni. Sono prodotti di alta gastronomia nati dalla collaborazione con lo chef stellato Mauro Uliassi, innovativi, pratici e senza conservanti".

MOTTOLINI

Emilio Mottolini

ITALIA 8

ESTERO 8

"Siamo cresciuti tra in Italia che all'estero. Sappiamo che la bresaola è ancora un prodotto giovane, ma grazie all'Igp e alle sue caratteristiche nutrizionali ha ottime potenzialità. Siamo quindi ottimisti, anche perché i clienti italiani continuano a crescere, e lo stesso si può dire per quelli stranieri, in particolare europei. A Cibus mettiamo in vetrina 'La Brasil', bresaola dal gusto affumicato ottenuto grazie ad un mix selezionato di aromi naturali, e la nostra bresaola biologica. Ottenuta da carni bio, è caratterizzata da una miscela di spezie e piante aromatiche che conferiscono alla bresaola un particolare profilo aromatico. Entrambe le referenze sono sottovuoto, confezionate in tranci o interi".

SALUMERIA DI MONTE SAN SAVINO

Alessandro Iacomoni

ITALIA 9

ESTERO 9

"Grazie al forte incremento di vendite di questi primi mesi siamo molto contenti per l'andamento del mercato italiano. E lo stesso discorso vale per l'estero: i prodotti tipici firmati Salumeria di Monte San Savino hanno ottenuto riscontri interessanti in vari paesi europei ed extra-europei, tra cui Giappone e Thailandia. Qui a Cibus lanciamo la nuova linea di prodotti arrosto, un prosciutto cotto e un prosciutto arrosto biologico. E ci sono novità anche sul fronte del packaging dei prodotti biologici. Quest'anno, inoltre, ricorrono i cinquant'anni dalla nascita della nostra azienda: una ricorrenza a cui teniamo molto e che festeggeremo come si deve".

AGRIFORM

Alessandro Zevio

ESTERO 8

Due novità in evidenza allo stand Agriform. "Abbiamo completato la gamma di formaggi biologici con il Grana Padano Dop, che si affianca alle referenze di Parmigiano Reggiano, disponibili grazie al polo dedicato al confezionamento inaugurato nel 2017 in area tipica, e all'Asiago, già sul mercato da sei mesi. La nuova linea di Grana Padano bio, che non prevede l'utilizzo di lisozima nella sua produzione, comprende il grattugiato, da 50 grammi e confezionato in Atp, il Grana Padano termoformato sottovuoto, da 150 grammi, e il Grana Padano da 2 Kg sottovuoto. Inoltre, presentiamo agli operatori lo spicchio arricchito di Piave Oro Vecchio confezionato, destinato soprattutto ai mercati esteri", spiega Alessandro Zevio, marketing manager di Agriform. L'azienda, infatti, realizza all'estero oltre il 30% del suo fatturato.

CASEIFICIO BUSTI

Stefano Busti

ITALIA 7

ESTERO 8

In degustazione, allo stand Busti, il formaggio Pere & Ginger. "Si tratta della nostra ultima novità, un pecorino fresco delle gamme Le Delizie, che nasce dall'abbinamento tra la pera e lo zenzero, binomio che conferisce al prodotto una leggera piccantezza e un particolare profumo, in un complesso di sapori agrodolci", spiega Stefano Busti, titolare dell'azienda toscana. Il pecorino, nel formato da un chilogrammo, è solo l'ultima novità di casa Busti. "Negli ultimi sei anni, grazie al nostro nuovo polo produttivo, siamo cresciuti molto, sia come dipendenti, oggi sono 100, che come gamma prodotti. Quanto ai risultati sul mercato, il fatturato è raddoppiato, anche grazie all'export, che chiuderemo con il segno più da diversi anni. E anche nel 2018 ci sono tutti gli indicatori di nuovi importanti risultati".

LATTERIA DI CHIURO

Franco Marantelli

"La qualità artigianale rappresenta il vero cavallo di battaglia per la Latteria di Chiuro, una condizione imprescindibile, una vocazione". Il presidente della Latteria di Chiuro, Franco Marantelli, spiega così le iniziative dell'azienda valtellinese, che a Parma presenta una fresca novità di prodotto: LaTTolina, la mozzarella a Km 0. "Si tratta di una mozzarella fatta esclusivamente con latte proveniente dalle aziende agricole locali. C'è un investimento mirato, che può contare su un impianto dedicato, in grado di produrre dalle 10mila alle 20mila mozzarelle al giorno. Vogliamo puntare anche su prodotti che, pur allontanandosi dalla tradizione casearia provinciale nel senso più stretto, ci consentono di competere a livello nazionale". In evidenza anche la gamma di yogurt Alp'Yo, prodotta sempre con latte locale.

CILENTO

E nel segno del biologico la novità presentata in fiera da Cilento, azienda con sede a Cellole (Ce) e specializzata nella produzione di formaggi freschi di latte di bufala. In particolare, si tratta della mozzarella Cilento bio di latte di bufala, confezionata in busta termosaldata, nel formato da 125 grammi. Prodotto con selezionato latte 100% italiano, proveniente da allevamenti biologici della filiera dell'azienda, questo latticino ha una shelf life di 30 giorni. "Le bufale da cui proviene il latte", spiegano dall'azienda, "sono alimentate con mangimi bio, che nascono da terreni seminati e coltivati secondo le pratiche dell'agricoltura biologica". Soddisfazione per i risultati conseguiti, grazie ai quali Cilento, nata nel 1976, registra una crescita costante del fatturato, passato dai circa 17 milioni di euro del 2014 ai 28 del 2017.

DELIZIA

Giovanni D'Ambruoso

ITALIA 10

ESTERO 10

Allo stand del caseificio Delizia, dove campeggia il celebre slogan "Un sapore che ci Puglia", due chef preparano incessantemente finger food, realizzati con i formaggi dell'azienda di Noci (Ba) per ospiti e visitatori, e un gruppo di artisti pugliesi si esibisce nella tradizionale Tarantella, con musica dal vivo e ballerine in costumi tipici. Non mancano, ovviamente, le novità di prodotto realizzate per l'occasione: la Stracciatella affumicata e la Burrata con cuore di ricotta. "Gli operatori che assaggiano i nostri prodotti ne riconoscono la qualità. Chi sceglie una specialità a marchio Delizia, sceglie l'eccellenza della tradizione pugliese, che ogni giorno ci impegniamo a rinnovare ed evolvere, anche i nostri clienti continuano ad aumentare. Nei primi quattro mesi dell'anno, all'estero, sono addirittura raddoppiati", spiega Giovanni D'Ambruoso, titolare dell'azienda.

EURIAL ITALIA

Mathieu Le Floch

ITALIA 7½

Molte le novità presentate a Cibus da Eurial Italia, filiale del colosso francese, un Gruppo con oltre 4mila dipendenti nel mondo arrivato di recente nel mercato italiano grazie all'acquisizione di Sorrible. A Cibus, per il debutto in fiera della filiale italiana, è stata presentata la gamma a marchio Soignon, dedicata ai formaggi di capra, con in evidenza tre prodotti novità, come spiega Mathieu Le Floch, brand manager: "Si tratta del Tronchetto di capra bio da 180 grammi, che nella versione classica è il più venduto in Francia, dei mini Camembert di capra da 125 grammi e del formaggio spalmabile Le Fouetté de chevre, da 140 grammi. Quello di capra è un mercato in forte crescita, che sta premiando il brand Soignon". In evidenza, allo stand, anche il burro La Corvette Aop, sia dolce che salato, disponibile in pack speciale, monoporzione, per la ristorazione.

IGOR

Fabio Leonardi

Allo stand Igor, in fiera, occupa un posto d'onore lo storico brand Quattrorose, che tornerà presto in Grande distribuzione grazie alla recente acquisizione, all'asta, dei marchi Santi da parte di Igor Gorgonzola. "Il gorgonzola marchiato Quattrorose Santi sarà prodotto con lo stesso latte di altissima qualità, la stessa ricetta/stagionatura e lo stesso metodo produttivo-artigianale che utilizzava la Santi", spiega Fabio Leonardi, ceo Igor. "Siamo molto contenti di riportare sul mercato i marchi di un'azienda come la Santi, che ha fatto la storia del Gorgonzola". Il Gorgonzola Quattrorose Santi, che ripropone l'antica ricetta artigianale, è caratterizzato da una pasta cremosa e un gusto delicato e sarà disponibile nei classici formati: forma (12 Kg), mezzaforma (6 Kg), ottavo (1,5 Kg), sedicesimo (750 grammi).

IL FIORINO

Simone Sargentoni

ITALIA 9

ESTERO 9

"Nonostante ad aprile si sia registrato un leggero calo, il 2018 mostra una crescita media del 20% del nostro giro d'affari", spiega un soddisfatto Simone Sargentoni, titolare del Caseificio Il Fiorino insieme alla moglie, Angela Fiorini. "Quanto affermato, invero, siamo investendo, lavorando e crescendo sui mercati internazionali, a cominciare da quello degli Stati Uniti". In fiera, come da tradizione, l'azienda cuneese si presenta anche con due novità: il Pecorino al pesto genovese, che viene aggiunto alla cagliata di latte di pecora, proveniente esclusivamente dalla Maremma, prodotto in forme da 1 Kg e da poco in distribuzione, e il Boccon d'amore, un pecorino muffato a forma di cuore e dedicato alle figlie di Angela Fiorini e Simone Sargentoni, che rientra nella nuova linea dei biologici.

SANGUEDOLCE

Luca Sanguedolce

ITALIA 7

"Linea di prodotti a marchio Noricè, con esercili vegetali aggiunti, che aiutano a mantenere livelli normali di colesterolo, e mozzarella bio Saporosa, nel formato da 150 grammi: sono questi le novità su cui abbiamo concentrato l'attenzione a Cibus", spiega Luca Sanguedolce, titolare dell'azienda. Che esprime soddisfazione per i risultati di questi primi mesi del 2018: "La nostra burrata sta davvero spopolando in tutto il mondo. Anche la mozzarella senza lattosio, certificata dal ministero della Salute, registra una costante crescita. L'estero rappresenta oggi il 10% del nostro fatturato: l'obiettivo è quello di incrementare questa quota. Abbiamo tutte le caratteristiche necessarie: oltre ai nostri 140 dipendenti, siamo gli unici che possono vantare una camera bianca".

TONIOLO

Mauro Toniolo

ITALIA 8

ESTERO 7

Lucrezia Toniolo

"Il 2018 è l'anno di un cambio di immagine complessivo, per la nostra azienda. A cominciare da una nuova veste per i grandi formaggi Veneti firmati Toniolo Casearia, con nuove e precise pelure. Un restyling sia soprattutto a riaffermare le origini, la radice dei nostri prodotti unici, che risiede nella continua evoluzione della tradizione di una famiglia di casari e di un territorio, quello veneto, che trova, nei formaggi, una delle sue massime espressioni", spiega Mauro Toniolo, titolare dell'azienda. Le novità cominciano proprio dallo stand più grande e completamente rinnovato, lo spazio dell'azienda vede protagonista il cuore dell'offerta Toniolo: le forme dei grandi formaggi Veneti, con le nuove pelure, in gran parte ridisegnate. In evidenza anche i packaging per libero servizio, il nuovo confezionamento dei formaggi bio e il sito www.toniolo.it, completamente rinnovato.

INALPI

Ambrogio Invernizzi

ITALIA 8

ESTERO 8

"In fiera presentiamo i nostri formaggi bio, i primi ed unici prodotti con solo latte piemontese e formaggio italiano. La lista degli ingredienti (rigorosamente biologici), è corta e ancora, quello che serve per un prodotto dedicato alle famiglie e pensato per l'alimentazione dei più piccoli", spiega Ambrogio Invernizzi, amministratore delegato dell'azienda. La novità è disponibile in astuccio rotondo in carrozzino nel formato da 140 grammi, con otto sapori singoli. In evidenza, nel grande stand, anche la gamma dei formaggi Dop prodotti nel caseificio di Peveragno (Cn), a cominciare dal Castelmagno, e il nuovo formato da 300 grammi per il latte in polvere, sia intero che scremato. "L'obiettivo è sempre quello di valorizzare il latte piemontese, mettendo al centro la qualità". Ricco anche il programma dei convegni e degli eventi organizzati allo stand.

LATTEBUSCHE

Matteo Bortoli

ITALIA 7

ESTERO 7

Da sinistra: Riccardo Zanon e Matteo Bortoli

L'indiscusso protagonista, allo stand Lattebusche, è il formaggio Piave. "Nei primi mesi dell'anno, registriamo una crescita generale in valore e volume, di circa il 2%, anche grazie ai brillanti risultati di questa Dop. In Italia, i consumi sono in netta crescita, grazie a una campagna di promozione e valorizzazione al Centro Sud, che ha consentito un allargamento delle zone in cui il Piave viene consumato. Inoltre, la gamma di referenze di questo formaggio è oggi molto profonda, un altro elemento che favorisce la diffusione", spiega Matteo Bortoli, responsabile marketing Lattebusche. In evidenza anche l'ultima novità: il latte bio di montagna, proveniente da stalle delle aree dolomitiche della provincia di Belluno. "Obiettivo è quello di dare sempre più forza proprio alla 'fiera di montagna'".

CIBUS

DELVERDE

A Cibus, Delverde ha presentato in anteprima il restyling della linea integrale Bio, che a breve si vestirà di un nuovo pack, esponendo la sua origine 100% italiana. La modifica nasce con il primario obiettivo di accompagnare la conclusione del percorso di certificazione di filiera 22005, che l'azienda sta portando avanti da tempo. In vetrina a Parma, anche la linea Millennials, in formato da 230 grammi, gamma di riferimento studiata per soddisfare l'esigenza di avere un buon assortimento in dispensa, evitando al contempo ingombri di spazio e buce inutilizzate.

PASTIFICIO RANA

Novità in vetrina a Parma per il Pastificio Rana è stato il lancio della gamma di pasta fresca biologica, integrale e ripiena, destinata al mercato retail. Tre creazioni inedite certificate bio e garantite Ccpb, che rispondono alle esigenze di consumatori sempre più attenti al benessere. Referenze che rappresentano associazioni di sapori e consistenze inedite: dal binomio crema di ceci e broccoli con leggero accento piccante, alla rivisitazione del classico ricotta e spinaci, con la cremosità della burrata, fino ai ripieni di pesti. Finissimi, particolarmente croccanti e fragranti.

MOLINO GRASSI

Federica Grassi

ITALIA 7

ESTERO 7

"Se dal 1992 produciamo referenze biologiche per i professionisti, in Fiera presentiamo la nuova linea biologica 'campi bio' da 1 chilo, pensata per la grande distribuzione. 11 referenze per coprire tutte le esigenze: Tipo 0, Tipo 2, integrale, Quinoa e grano, Multicereali, Khorasan Kamut, Biodiversità Miracolo, Manitoba, Monococco, Cappelli, Kronos, in vendita da novembre, sta sostenendo l'andamento del mercato italiano. All'estero, che vale circa il 30% della produzione, abbiamo clienti in Russia, Francia, Germania e Danimarca, ma anche in Usa, Brasile e Paesi arabi".

RIGONI DI ASIAGO

Cristina Cossa

"Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti in Italia dalle confetture, mentre l'estero le crema spalmabili. Continua la crescita nei mercati esteri principali (Francia, Usa, Germania, Olanda e Giappone), ma stiamo rivolgendo la nostra attenzione a nuovi paesi. A Parma lanciamo due nuovi gusti di Fiordifrutta: Mandarino e curcuma (di soli ingredienti bio siciliani, dolcificata con succo di mela bio, arricchita con curcuma bio, spezia dalle preziose proprietà e dall'intenso profumo); Sambuco e Fiori di sambuco (da soli bacche di sambuco bio, dolcificata con succo di mela bio, impreziosita con estratto di fiori di sambuco). La nuova Nocciolata bianca bio e il Miele di Asiago bio".

BARILLA - MULINO BIANCO
Andrea Dipace

ITALIA 6 ESTERO 8

"Il mercato interno sviluppa la maggior parte del fatturato Mulino Bianco, ma non si può escludere di crescere all'estero. Il brand sta ampliando l'offerta per esaudire le richieste dei consumatori, espresse anche tramite la community 'Nel Mulino' che vorrei, dalle cui proposte sono nate oltre 30 iniziative. Dopo un 2017 molto positivo, quest'anno siamo partiti con una crescita delle quote con il comparto biscotti in forte crescita. Novità presentata a Cibus è la linea Bio, con quattro prodotti: l'rollini con 'farro e malto d'orzo, Frollini con gocce di cioccolato, Cracker con farro e Plasmo con farro. Di recente è stato lanciato Ciocciogranio, un biscotto che ha già superato le previsioni di vendita e che unisce una frolla con farina integrale a una frolla con farina di frumento, cioccolato fondente e cacao. Presentiamo anche il Plumcake senza zuccheri aggiunti".

PANTALEO
Nicola Pantaleo

ITALIA 6 ESTERO 8

"Il mercato italiano è ciclo in linea con le aspettative, mentre circa l'80% del fatturato arriva dall'estero, dove abbiamo consolidato mercati quali Giappone, India, Usa, Corea e Germania, e raggiunto nuovi paesi. In Fiera presentiamo due progetti per ristorazione e normal trade. Le nuove bottiglie con tappo in Pet antirabbocco, sulle quali è stato fatto un grosso investimento (a stampa di un Qr code che riporta il campo di origine, i dati analitici e le proprietà organolettiche. Per la linea biologica (caratterizzata da filiera corta) è stato lanciato un formato più piccolo con 12 diverse etichette colorabili, pensate per i bambini".

MOLINO ROSSETTO
Chiara Rossetto

ITALIA 7 ESTERO 7

"Chiala in questi mesi ha mostrato un mercato abbastanza, che si è riflesso sul venduto della nostra azienda. A Cibus abbiamo riscontrato un buon interesse da parte di molti operatori esteri che sono venuti a visitare il nostro stand. In questa occasione presentiamo due novità pensate per il consumo on-the-go ai cereali biologici in cup richiudibili e aggiungiamo due referenze, sempre biologiche, di snack salati, cioè i Quadrotti alla Curcuma e al Farro".

MOLINO PASINI
Gianluca Pasini

ITALIA 8 ESTERO 8

"Il business di Molino Pasini è in costante aumento dal 2013. Un successo ottenuto grazie all'alta qualità dei prodotti. L'export è un percorso avviato da circa 10 anni e in continuo divenire, per il quale abbiamo previsto anche servizi mirati, con consulenti che spiegano in loco come utilizzare al meglio i prodotti e un programma di videotutorial per tutte le esigenze dei professionisti. A Cibus presentiamo la nuova gamma 'La tua farina' da 1 chilo per la Gdo, con l'intento di trasformare gli appassionati in professionisti. Si tratta di 12 referenze diverse per tipologia e utilizzo, tra cui quella biologica, quelle indicate per dolci, per pizza o per pasta".

BIOLAB
Tanja Klancic

ITALIA 6 ESTERO 8

"In Fiera presentiamo diverse novità a cominciare dalle nuove referenze bio e Vegan della linea Uveg, declinata al canale della Gdo e Dot: otto tipologie di burger e alcune 'specialità' che si ispirano a ricette della tradizione, come panarielle, cotolette, fricò e frichetti. Nuovi inserimenti anche per la linea 'Una rosa dei sapori', ultima nata in casa Biolab, che include sia prodotti bio sia convenzionali ed è composta da specialità regionali e di nicchia. Ottimo il giudizio sull'andamento del nostro business estero, grazie anche a nuove importanti collaborazioni. Stabile il mercato nazionale, dove abbiamo ricevuto una nuova politica di gestione volta al consolidamento dei brand e a una maggiore diversificazione".

MY SOIA
Francesca Puma

ITALIA 8

"La più importante novità che presentiamo in Fiera è la linea 'Vivi a colori', una nuova gamma di cinque burger vegetali 100% biologici a base di soia e ortaggi dove ogni colorazione corrisponde a sostanze specifiche ad azione protettiva delle diverse verdure utilizzate. Presto lanceremo sul mercato altre interessanti novità dedicate invece ai piccoli consumatori. Molto positivo il giudizio sul primo semestre dell'anno per quanto riguarda il mercato italiano, dove siamo ormai presenti in alcune delle maggiori catene della Gdo. In fase di sviluppo anche il business estero, avviato con un primo presidio in Francia".

FAVA BIBITE
Davide Fava

ITALIA 7 ESTERO 9

"Negli ultimi mesi, il mercato italiano delle bibite mostra un tre di crescita continuato, soprattutto nel canale Gdo. Soddisfazioni maggiori provengono invece dai mercati esteri, che mostrano importanti tassi di crescita sebbene abbiano ancora un'incidenza marginale sul nostro giro d'affari. A Cibus presentiamo novità sia nel comparto del convenzionale, sia in quello del biologico. Tra queste vale la pena sottolineare, in particolare, la Cola Bio; una bibita analcolica realizzata con estratto di guaranà, vaniglia del Madagascar e succo di limone di Sicilia".

BIA
Sara Bottoni e Giulia Pasquali

Da sinistra: Giulia Pasquali e Sara Bottoni

ITALIA 8 ESTERO 8

"Molte le novità che presentiamo in occasione di Cibus, a cominciare dalle CousCup: sei diverse ricette di cous cous in pack da 70 grammi - tre biologiche e tre convenzionali - comode da portare con sé e pronte da consumare in pochi minuti. Altra novità nel comparto bio sono i Couscousini, pensati per l'alimentazione dei più piccoli e disponibili in due varietà: Cous cous di semola di grano duro e Cous cous di mais, riso e ceci. Novità anche nella linea Gusto & Benessere - nata dalla fusione della linea Benessere e della linea Gluten free - che si arricchisce di tre nuove referenze".

INFINITY BIO
Federica Giovannini

ITALIA 7 ESTERO 7

"L'azienda è oggi focalizzata sulla crescita nel mercato italiano dove puntiamo, in particolare, a raggiungere una buona riconoscibilità del brand. L'obiettivo successivo sarà quindi un maggior presidio dei mercati esteri, dove tuttavia abbiamo già ottenuto risultati positivi. A Cibus presenteremo inoltre un restyle completo dei nostri pack e inseriremo nuovi formati, tra cui il pouch, dedicato in particolare al mercato della Gdo".

SIPA
Romeo Fognano

ITALIA 5 ESTERO 8

"Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti nel primo semestre 2018, soprattutto per quanto riguarda il business estero. I mercati mondiali si stanno infatti dimostrando molto più dinamici e aperti alla sperimentazione di quello nazionale. A Cibus presentiamo un'estensione della linea All Naturale, che si arricchisce di due nuove referenze, disponibili sia nella versione convenzionale sia biologica: Cous cous di lenticchie rosse e Cous cous di piselli. Anche la gamma dei Condit si amplia con tre nuove referenze: Cous cous bio al pomodoro, agli spinaci o alle barbabietole".

PASTA IRIS
Linda Casari

ITALIA 7 ESTERO 8

"Grazie a importanti progetti dedicati al mercato Usa e all'Australia, le performance dell'export sono in decisa crescita. Bene anche il mercato italiano, nonostante il calo registrato nei consumi di pasta. In fiera presentiamo la pasta semi integrale di farro all'uovo, prodotta solo con la varietà Triticum dicoccum, un cereale antichissimo, digeribile e leggero, che soddisfa le pasta di semola tradizionale. È prodotta, inoltre, senza l'aggiunta di acqua, con solo uova fresche pastorizzate biologiche".

GABRO
Francesco Brogna

ITALIA 6 ESTERO 8

"Siamo soddisfatti dell'andamento registrato nei primi mesi dell'anno, sia sul fronte domestico sia sui mercati internazionali, dove l'attenzione per il biologico è sempre maggiore. In Fiera abbiamo presentato ufficialmente l'olio di Caltabo Igp biologico, caratterizzato da un gusto inconfondibile e da un livello qualitativo d'eccellenza".

GRUPPO PETTI

Carlo Erba

ITALIA 8 ESTERO 8

"In questo momento di contrazione dei consumi e generale flessione del mercato, il settore che continua a registrare tassi di crescita è quello del biologico. Comparto in cui si inseriscono anche le novità presentate in fiera dal Gruppo e che vanno ad arricchire la linea Pieci, realizzata unicamente con pomodoro toscano: la polpa di pomodoro biologico 'Il gran polposo Bio' e la polpa finissima di pomodoro biologico monodose 'Il polposissimo Bio'".

BIO ORGANICA ITALIA

Carlo Gaudiano

Da sinistra: Nicola Muschio, Carlo Gaudiano, Marcello Cazzolla e Carlo Robbe

ITALIA 7 ESTERO 9

"L'azienda è oggi impegnata in un importante progetto di ricerca e sviluppo per ampliare l'offerta di sale e pesti. Inoltre, puntiamo a dare profondità alle nostre linee nel segmento del fresco con la messa a punto di prodotti altamente innovativi, frutto del primo quadrimestre dell'anno abbiamo messo a segno un +1,8% ma il potenziale di crescita, specialmente per quanto riguarda i mercati internazionali, è ancora molto alto. A questo proposito, nei prossimi mesi saremo presenti a Prima Arricchiamo e a Sana Bologna".

GUALERZI

Romeo Gualerzi

ITALIA 7

"È un mercato italiano più rallentato, ma ci sono le premesse di un anno positivo. Non dimentichiamoci che dobbiamo confrontarci con il 2017, che è stato eccezionale. La clientela è fidelizzata, e i progressivi sono buoni. E' in corso un ampliamento che collauderà nuove soluzioni per la pasta energetica, con grande attenzione all'impatto ambientale. Il nostro approccio al mercato estero è reserve e ci proponiamo con le vaschette. Al momento la quota export è del 10%, ma stiamo facendo screening su tanti paesi e guardiamo con interesse l'apertura del mercato Usa alle specialità di Zibello. Tra le novità abbiamo una linea bio, e più è stato rinnovato il marchio, ora più pulito e stilizzato".

BORDONI

Barbara Bordoni

ITALIA 10 ESTERO 7½

"Il mercato italiano è partito benissimo, con un'ottima performance del dettaglio specializzato e delle industrie di cui siamo partner. I prodotti trainanti sono le bresaole Storica e Magnifica. Stiamo lavorando anche sulla Cida, in vista della partenza dell'ampliamento dello stabilimento, che avrà nuove linee di affettamento ed è prevista per settembre. Soddisfacenti i clienti esteri per ora la quota è del 10%. Tra le novità mettiamo in vetrina la Bresaola con carne 100% italiana e la bresaola bio".

VIDA SALUMI

Cristian Vida

Cristian Vida e Katia Mignogna

ITALIA 8 ESTERO 8

"Siamo partiti con il piede giusto nel 2018, sia in Italia che all'estero. Abbiamo anche rinnovato il logo BioVida, dedicato ai prodotti biologici, per riuscire a comunicare al meglio il nostro impegno e i nostri valori. Il prosciutto cotto alla brace e il prosciutto cotto nel pane sono le referenze più apprezzate. All'estero notiamo un aumento di richieste di prodotti biologici, soprattutto in Francia e Nord Europa, ma non è sempre facile riconoscere la qualità dei salumi italiani".

DELVECCHIO

Marco Bisacchi

Da sinistra: Marco Bisacchi, Paolo Peruzzi e Gabriele Delvecchio

"Grazie alla salsiccia fresca, al salame Ze'Primo e al prosciutto di San Tomaso, la nostra azienda ha cominciato l'anno in crescita. Abbiamo diversi progetti per l'export, ma per ora siamo ancora in fase iniziale. In fiera presentiamo il Salame Boscone, da 230 grammi, in due versioni: aromatizzato al tartufo e al Sangiovese. Entrambi i prodotti sono certificati biologici".

FALCONE

Antonio Falcone

Da sinistra: Arturo, Antonio e Giuseppe Falcone

ITALIA 8 ESTERO 8

"Il nostro è un salumificio nato nel 2014 per la produzione biologica. Oggi abbiamo tre linee: prodotti biologici di macelleria (linea 'a chenca 1644'); la produzione convenzionale a marchio salumi'cio Falcone; la linea naturale, con materie prime autoctone con due ingredienti, peperoncino e sale e qualche erba aliana. In Italia siamo in crescita del 10% e all'estero ci stiamo consolidando (+6%). A Cibus presentiamo la soppressata bio, la salsiccia bio e l'unica 'nduja bio prodotta in Calabria".

SAPORI DELLA VALDICHIANA

Giorgio Iacomoni

Da sinistra Arrigo Boldi e Giorgio Iacomoni

ITALIA 9 ESTERO 10

"Abbiamo molto spazio di crescita in Italia, sia nella Gdo che nei clienti privati. L'interesse per prodotti veri, buoni e genuini è sempre alto. Siamo presenti in tutta Europa (Germania, Austria, Polonia, Repubblica Ceca, Belgio, Olanda, Francia, Portogallo) ed esportiamo anche in Oriente (Cina e Hong Kong). Siamo marchi che riconoscono la qualità del prodotto toscano. In questi anni ci siamo dedicati alle certificazioni e alla cura della qualità del prodotto. In Sana rappresentiamo alcuni prodotti carni curate (sia nel biologico che nel convenzionale), con l'imitazione di additivi e conservanti".

CASEIFICIO MANCIANO

ITALIA 7 ESTERO 7

"Per il 2018 la nostra novità è il Pecorino del Fattore: un formaggio ottenuto dalle razze dal matrimonio di due pastori della Maremma: il pecorino e l'ovino. Dopo la classica stagionatura di circa un anno, questo formaggio viene immerso per oltre un mese nel Vin del Fattore, prodotto dalla Cantina dei Vignaioli di Scansano. Ne risulta un formaggio dall'aspetto vellutato, color prugna intenso, dall'inconfondibile profumo di vendemmia, con fragranza di 'frutta fresca', spiega Antonio Farina, responsabile commerciale del Caseificio. In evidenza anche le gamme i Borghi Toscani con i formaggi della tradizione della Maremma.

LA GOLOSA DI PUGLIA

Il team La Golosa di Puglia

ITALIA 8 ESTERO 8

La Golosa di Puglia presenta due novità: la Burrata BioGiola e la Burrata Gourmet. In entrambi i casi si tratta del tipico 'formaggio fresco a pasta filata ripieno di stracciatella, realizzato artigianalmente dai mastri casari dell'azienda secondo la tradizione pugliese. "Per la burrata bio, prodotto che si è aggiudicato il premio Sapore dell'Anno Bio 2018, il latte utilizzato è biologico e proviene dagli allevamenti dell'azienda", spiega Tania Giandomenico, titolare dell'azienda insieme al marito. La Burrata Gourmet è invece un prodotto realizzato con olive e maggiorana, disponibile anche frozen come tutti i prodotti La Golosa di Puglia.

PEDON

Loris Pedon

Hanno debuttato ufficialmente a Cibus i Legumi già pronti Firmati Pedon. Grazie alla cottura a vapore con l'aggiunta di olio extravergine d'oliva italiano, puntano a rivoluzionare l'universo dei legumi e il modo di consumarli, bilanciando qualità e servizio. La gamma è composta da lenticchie, ceci, fagioli rossi e fagioli di soia edamame. Referenze ready to eat, ma che possono anche essere riscaldate direttamente nella busta in microonde, proposte nel doypack da 230 grammi per due persone, con una grafica d'impatto che chiama all'acquisto d'impulso.

RIZZOLI EMANUELLI

Federica Siri

"I primi segnali di mercato 2018 sono positivi. Crescono bene le acciughe, ma anche lo sgombro grigliato e bio ci stanno dando grandi soddisfazioni. Sul tonno manteniamo un posizionamento premium a scaffale. E stiamo ponendo le basi per lo sviluppo dell'export da Corea a Giappone, fino all'Australia, le performance sono ottime. In tema di novità, i nuovi progetti vanno attesi soprattutto le acciughe del Cantabrico e quelle dell'Adriatico. La linea bio si conferma una scelta vincente, come dimostra l'ottima accoglienza delle ultime estensioni di gamma: lo sardine e il tonno in vaso di vetro".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

1 AGOSTO – ECO DEL CHISONE

Moretta: tanti eventi in piazza Umberto I

Agosto ricco di appuntamenti

Ordinanza contro gli abusi di alcolici

MORETTA - Per agosto la Pro Loco ha organizzato diversi eventi, tutti in piazza Umberto I. Martedì 14 ballo liscio con Michael Capuano e orchestra, ingresso 5 euro, a seguire spettacolo pirotecnico offerto dall'Amministrazione del santuario, mercoledì 15 animazione con Enzo, giovedì 16 balli occitani di gruppo dei Lou Serpent, ingresso 5 euro. Durante tutte le serate sarà allestito il ballo a palchetto Gioielli e "Pesca e illumina Moretta": banco per raccogliere fondi per le luci natalizie. Dal 6 al 14 ogni giorno si svolgerà la novena dell'Assunta, al santuario, mentre in piazza Castello sarà allestito il luna park.

Molto attiva anche la Bocciofila Bertino. Si è iniziato martedì 31 luglio con il trofeo 37° Cav. Bertino gara notturna a coppie che terminerà con il girone finale il 10 e 11 agosto. Lunedì 13 ore 15 gara a coppie fisse CD; martedì 14 agosto ore 14,30 gara a coppie fisse CD o inferiori; giovedì 16 agosto ore 8,30 41° trofeo Inalpi AACC-AACD-BBBB; venerdì 17 agosto ore 14,30 gara alla baraonda, domenica 19 ore 14,30 gara alla baraonda, martedì 21 agosto ore 14,30 gara a coppie fisse BD-CC e inferiori, mercoledì 22 ore 14,30 gara alla baraonda, giovedì 23 agosto ore 14,30 gara alla baraonda, venerdì 24 agosto 14,30 gara individuale riservata a Categoria D, sabato 25 agosto ore 14,30 gara a coppie fisse CD e inferiori, domenica 26 agosto ore 14,30 gara a coppie fisse C-Lei-DD, martedì 28 agosto gara sociale a sorteggio. Per informazioni 0172 94.291. Il sindaco Sergio Banchio ha emanato un'ordinanza per evitare abusi di alcolici e baruffe durante i festeggiamenti. Sarà vietata la vendita per asporto e somministrazione di superalcolici, la vendita di bevande in contenitori di vetro o lattine, si dovranno utilizzare bicchieri di carta o plastica. Non sarà possibile introdurre superalcolici o altre bevande in contenitori di vetro o lattine nell'area della festa. Multe da 50 a 500 euro.

Ubertino Battisti

1 AGOSTO – L'INFORMATORE ZOOTECNICO

ECONOMIA

A Cibus 2018

Le eccellenze italiane tra latte e formaggi

di Alessandra Ferretti

Tipicità regionali, linee a base vegetale, monoporzioni a cubetti, grattugiate o a scaglie. Tanti i prodotti nella vetrina del Salone internazionale dell'alimentazione, tutti ispirati al benessere

I prodotti ispirati a salute e benessere e i piatti già pronti sono, in estrema sintesi, le innovazioni emerse dalla vetrina di Cibus 2018, il Salone internazionale dell'alimentazione, che si è tenuto alle fiere di Parma dal 7 al 10 maggio.

Di seguito le principali novità presentate dalle aziende produttrici di latte, latticini e formaggi.

I prodotti Inalpi

Inalpi mette al centro ancora una volta la filiera corta e certificata, anche attraverso la presentazione della linea Premium, alla base della quale c'è il latte 100% piemontese raccolto in un'area di 50 km tra le province di Cuneo, Torino ed Asti. Ne sono un esempio i formaggini bio da 140 g "gusto delicato" che raccontano la filiera con maggiori standard di qualità.

L'azienda di Moretta (Cn) ha pensato anche di proporre il latte in polvere intero e scremato nel formato da 300 g (oltre che in quello da 1 kg prodotto fino a oggi) destinato al retail specializzato come pa-

Inalpi ha presentato la linea Premium con i formaggini bio da 140 grammi "gusto delicato".

Inalpi ha proposto anche il latte in polvere intero e scremato nel formato da 300 grammi destinato al retail specializzato.

Con un occhio alla salute Granarolo ha ideato la linea Granarolo 100% Vegetale, gamma completa di prodotti tra cui anche alternative vegetali allo yogurt in vari gusti.

Sempre da Granarolo la gastronomia vegetale a base di burger, piatti pronti, seitan e tofu al naturale per il mercato estero.

sticcerie, piccoli laboratori di gelateria e cioccolaterie.
Grazie al progetto "Inalpitraccia" è possibile seguire la tracciabilità del prodotto: inserendo sul sito web il lotto di produzione presente sul retro del pacchetto si potrà percorrere il viaggio del latte, da quello appena munto a quello portato in azienda fino ai prodotti finiti.
Ancora, Inalpi ha arricchito la linea di formaggi dop piemontesi con il taglio da 200 g destinato al libero servizio.

Le linee Granarolo

Granarolo ha proposto Gplus, bevanda al latte con il 30% in meno di zuccheri rispetto al latte, senza lattosio (<0,01 %) e prodotta con latte 100% italiano selezionato negli allevamenti della filiera Granarolo, controllato e garantito in ogni fase.
La gamma è composta da due referenze da frigo pastorizzate a temperatura elevata nel formato da 1 litro, due referenze a lunga conservazione sempre nel formato da 1 litro e tre referenze funzionali a lunga conservazione nel formato da mezzo litro in tre distinte formulazioni. La prima con magnesio, vitamina B6 e B12, che contribuiscono a ridurre la stanchezza e l'affaticamento e ricca in proteine, la seconda

Armonie Alimentari ha presentato al Cibus "63 essenze", Parmigiano Reggiano prodotto con latte da bovine alimentate a erbe polifite dei prati stabili irrigui, tipici della Media Val d'Enza.

Le "storiche" sfoglie croccanti di Armonie Alimentari sono state riproposte in una veste di packaging più accattivante e impattante, in due buste di diversa grammatura.

ECONOMIA

A Cibus 2018 il formaggio Montasio dop ha debuttato con la nuova linea di prodotti monoporzione Stick e Snack, due pezzature, una da 25-30 grammi e un'altra da 50 a massimo 100 grammi.

con fibre, che contribuiscono alla normale funzione intestinale e fonte di vitamine A e D3, e la terza con omega3 (Epa e Dha)

A sinistra, "Snack e vai!" firmato Parmareggio con Parmigiano Reggiano e tarallini, a destra, per "l'Abc dello snack", dedicato ad un target adulto, barretta di Parmigiano Reggiano con un mix di frutta secca.

che contribuiscono alla normale funzione cardiaca e fonte di vitamine A e D3. Con un occhio alla salute è stata pensata la linea Granarolo 100% Vegetale: una gamma completa di prodotti realizzati utilizzando solo soia, riso, nocciole e mandorle italiane, senza Ogm. Tra questi: bevande vegetali, alternative vegetali allo yogurt, condimenti vegetali,

Da Parmareggio sono arrivate novità nella linea "dell'Abc", come il plumcake al Parmigiano Reggiano e un frullato 100% gusto frutto pesca.

Il Consorzio di tutela del Parmigiano Reggiano si è presentato al Salone dell'Alimentazione con lo stand "Piazza dei Caseifici", all'interno della quale si sono alternati 32 produttori.

gelati e l'ultima novità, la gastronomia vegetale a base di burger, piatti pronti, seitan e tofu al naturale in versione fresca, congelata e a lunga conservazione per tutti i mercati esteri.
Sempre frutto dell'innovazione e della ricerca di Granarolo è anche Yomo Next, una preparazione fermentata da latte scremato 100% italiano con *Streptococcus thermophilus* e *Lactobacillus bulgaricus*, senza lattosio (<0,01%), con il 30% di zuccheri in meno (rispetto alla media del mercato dello yogurt magro zuccherato), con frutta in pezzi e senza grassi. Yomo Next è prodotto con Granarolo G+.

Le 63 essenze di Armonie Alimentari

Armonie Alimentari ha presentato "63 essenze", Parmigiano Reggiano prodotto con latte da bovine alimentate a erbe polifite dei prati stabili irrigui, tipici della Me-

Al Cibus il Consorzio di tutela del Grana Padano ha scelto di presentarsi in presenza sinergica con il Consorzio della Mozzarella di Bufala Campana dop, lanciando il claim "C'è più gusto a stare insieme".

Il Consorzio Pecorino Toscano dop ha presentato il ricettario "Il gusto di imparare con il Pecorino Toscano dop" che raccoglie 19 ricette ideate e realizzate dagli studenti delle classi terze, quarte e quinte dell'Istituto Alberghiero "Leopoldo II di Lorena" di Grosseto.

dia Val d'Enza. L'azienda era già produttrice dal 2014, suo anno di nascita, delle Parmonie, sfogliatine a base di Parmigiano Reggiano 24 mesi, farina e olio. Oggi diventa anche distributrice del prodotto.
I comuni dove crescono i tipici e distintivi prati stabili polifiti della Media Val d'Enza sono i reggiani San Polo, Canossa, Bibbiano, Montecchio, Cavriago, Sant'Ilario, Campegine e Gattatico e i parmensi Traversetolo e Montechiarugolo. Nel bibbianese sono state contate fino a 63 erbe diverse per metro quadrato, da cui il nume del nuovo marchio "63 essenze". Fondamentali per la sostenibilità agroambientale, i prati stabili favoriscono il "sequestro di carbonio" ovvero l'arricchimento della sostanza organica nei suoli (mentre la "rottura" dei prati comporta un aumento delle emissioni di anidride carbonica). Una recente indagine condotta nel bacino dell'Enza ha dimostrato come il 60% dei prati stabili irrigui superi i 75 anni e l'85% dei prati superi i 25 anni.

L'Abc di Parmareggio

Da Parmareggio, azienda con sede a Montecavolo di Quattro Castella (Re), arrivano novità nella linea dell'Abc creata in collaborazione con Giorgio Donegani, medico esperto in nutrizione. L'Abc della merenda si arricchisce infatti con il plumcake al Parmigiano Reggiano e un frullato 100% gusto frutto pesca.
L'Abc dello snack, dedicato ad un target adulto, unisce invece in una sola confezione una barretta di Parmigiano Reggiano con un mix di frutta secca composto

Saviola ha presentato la linea "senza" per la vasta gamma di formati porzionati, cubetti, grattugiati e scaglie.

Sempre da Saviola anche la nuova linea "bio" per bocconcini e grattugiati.

ECONOMIA

da albicocche, zenzero, bacche di goji e semi di zucca. Con 164 Kcal è stato studiato per garantire il corretto apporto calorico e il giusto apporto di proteine, carboidrati e grassi. Tutti questi prodotti possono essere conservati fuori frigo fino a quattro ore.

Le linee "senza" e "bio" di Saviola

Saviola, azienda di Bozzolo (Mn) fondata nel 1897 con oltre 120 anni di esperienza nella produzione di Grana Padano e di Parmigiano Reggiano, ha presentato la linea "senza" e quella "bio". Entrambe vanno ad arricchire la vasta gamma di formati porzionati, cubetti, grattugiati e scaglie. È inoltre disponibile una serie di prodotti ad hoc che possono essere adattati ad esigenze particolari sia in termini di formato che di packaging. Di questa linea fanno parte prodotti in confezioni di grande formato (2, 3, 5 kg) o prodotti tagliati o preparati in maniera particolare per facilitarne l'uso specifico.

Stick e Snack di Montasio dop

A Cibus 2018 il formaggio Montasio dop ha scelto di debuttare con la nuova linea di prodotti monoporzione Stick e Snack. Si tratta di due pezzature, una da 25-30 g e un'altra con grammatura superiore da 50 massimo 100 g, che nel corso della fiera hanno conquistato buyer internazionali, soprattutto importatori e grossisti dell'est Europa e del Far East, in particolare Taiwan, con richieste di quantitativi importanti.

Parmigiano, Grana, Mozzarella

Il Consorzio di tutela del Parmigiano Reggiano si è presentato al Salone dell'Alimentazione con un'immagine in linea con il nuovo posizionamento del Consorzio di tutela. Lo stand era la "Piazza dei Caseifici", all'interno della quale si sono alternati 32 produttori che, pur seguendo lo stesso rigido disciplinare di produzione, si propongono al mercato con identità e con prodotti diversi e in nome della biodiversità. Si sono alternati Parmigiano Reggiano per tutti i gusti, con diverse sta-

Altre quattro immagini della presenza del Grana Padano al Cibus.

Sempre al cibus: il presidente del Consorzio Grana Padano, Nicola Cesare Baldrighi.

gionature e razze, dalla vacca bianca modenese alla rossa reggiana, dalla bruna alla frisona italiana. Così come i prodotti "certificati" dal prodotto di Montagna al Kosher, dall'Halal al Biologico.
Al Cibus il Consorzio di tutela del Grana Padano ha scelto di presentarsi in presenza sinergica con il Consorzio della Mozzarella di Bufala Campana dop, lanciando il claim "C'è più gusto a stare insieme", con una serie di eventi pensati per far conoscere meglio due realtà importanti del food italiano.

Il Pecorino Toscano dop

Anche per il Consorzio di tutela del Pecorino Toscano dop la partecipazione a Cibus è stata una nuova occasione per promuoversi e valorizzarsi tra i buyer e gli operatori nazionali e internazionali, sottolineando ancora una volta il suo legame con il territorio di origine. In occasione della Salone internazionale il Consorzio Pecorino Toscano dop ha presentato il ricettario "Il gusto di imparare con il Pecorino Toscano dop" che raccoglie 19 ricette, ideate e realizzate dagli studenti delle classi terze, quarte e quinte dell'Istituto Alberghiero "Leopoldo II di Lorena" di Grosseto.

Lo chef Franco Pepe (a destra) con lo chef Cesare Oldani (a sinistra) degustano il Grana Padano.

A rappresentare il prodotto anche alcuni produttori e caseifici toscani che fanno parte del Consorzio tutela: Caseificio Sociale Manciano, Busti Formaggi, Caseificio Il Fiorino, Fattorie di Maremma, Salcis, Granarolo e Alival. ●

1 AGOSTO – NUOVA GAZZETTA DI SALUZZO

MORETTA Pierantonio Invernizzi: in 135 ci hanno scelto, numeri in crescita

Nuovo direttivo Confapi

A Villa Salina il rinnovo delle cariche dell'associazione d'impresa

di **Elio Cogno**

MORETTA Si è svolta mercoledì 25 a Villa Salina, l'assemblea dei soci di Confapi Cuneo.

Un incontro dal duplice valore tra passato recente e futuro immediato: per fornire a tutti gli associati un'istantanea del lavoro fatto in questi 4 anni e contemporaneamente guardare al domani attraverso l'elezione dei nuovi consiglieri.

Il mandato del presidente Pierantonio Invernizzi ha avuto come primo importante risultato il risanamento finanziario dell'associazione: un traguardo importante per garantire la crescita della struttura nella provincia di Cuneo.

Una ristrutturazione pensata e attuata attraverso alcuni passaggi importanti, come la chiusura degli uffici di Cuneo, seguita però dalla contestuale disponibilità di alcuni consiglieri che hanno saputo mettersi a disposizione dell'associazione dando supporto in materia fiscale, amministrativa e per le attività di segreteria. Una sede, quella di Cuneo, che con i numeri raggiunti potrebbe essere nuovamente aperta.

Il presidente Pierantonio Invernizzi

Ma non solo l'ambito finanziario è stato motivo di orgoglio per Pierantonio Invernizzi: Confapi Cuneo è infatti cresciuta in questi anni in termini associativi, annoverando oggi 135 imprese. «Un numero ancora relativamente contenuto, che certamente crescerà nei prossimi anni, ma il nostro lavoro è stato soprattutto improntato alla qualità. Confapi Cuneo comprende oggi, tra i propri iscritti, aziende di elevato valore, vere eccellenze del territorio. E la strada che intendiamo continuare a percorrere è questa, perché siamo convinti, che al di là dei numeri, sia importante la qualità di chi si associa».

L'incontro è stato inoltre occasione per la presentazione del bilancio 2017, che è stato approvato dall'Assemblea.

IL NUOVO DIRETTIVO

Sono poi state effettuate le elezioni dei nuovi Consiglieri che avranno mandato per i prossimi 3 anni: Massimo Albertengo – Albertengo, Mario Arnaldi – Jolly Grafm Alessandro Arnaldo – Vega Service, Matteo Ballauri – Salumificio Monregalese, Claudio Bertolotto – Bertolotto Porte, Paolo Cantelmi – Sea Experience, Maria Gabriella Cocciolo – Novoplast Due, Davide Colla – Colla Autotrasporti, Antonio Livio Costamagna – V2, Marco Daniele – L'Artistica, Massimo Gallo – Vale, Elisa Giletta – Synergie Italia, Pierantonio Invernizzi – Inalpi, Nicholas L'Abbate – Nord Salse, Andrea Migliore – Migliore Fratelli, Luciano Piovano – Pack Service, Samuele Bosio – Acquarama, Sonia Silvestro – Peraria e Paolo Stella – Selghis.

1 AGOSTO - TARGATOCN

SALUZZESE | mercoledì 01 agosto 2018, 14:00

Saluzzo, Asilo San Giuseppe: "Grazie ai tanti che hanno contribuito alla crescita qualitativa del servizio"

A fine anno scolastico e dopo "l'Estate Bimbi" la lettera di ringraziamento firmata dal presidente del Cda del'Ente don Bernardino Giordano

Saluzzo, i bambini del'asilo San Giuseppe nelle numerose attività

A conclusione di questo anno scolastico 2017 - 2018 il Consiglio di

Amministrazione Opera Beato Ancina- Asilo San Giuseppe di Saluzzo vuole rivolgere un sincero ringraziamento a quanti lo hanno sostenuto nello svolgimento delle sue molteplici attività.

Molte sono le persone, gli enti, le istituzioni, le società che a titolo diverso e con modalità differenti hanno contribuito ad una crescita qualitativa del servizio offerto ai bambini ospitati ed alle loro famiglie, tra questi ricordiamo:

Blengino Piero; Cadorin Celestino; Genovesio Antonella; Giusiano Oscar; Lingua Grazia; Pinci Eugenio; sig. Mengozzi; Corno Pallets; Supertino Macchine Agricole; Ristorante Rododendro; Comunità Cenacolo; GASM Revello; CRADEL Villanovetta; Sci Club Monviso; Maura Sasia; L'Arma dei Carabinieri di Saluzzo; Casa Di Riposo Opera Pia Tapparelli D'Azeglio; Oratorio Don Bosco e la INALPI di Moretta per la fornitura annuale gratuita di prodotti caseari.

Un ringraziamento particolare è rivolto poi al Comune di Saluzzo, per il contributo annuale unito al patrocinio in occasione della festa di fine anno al PalaCRS, alla Fondazione Cassa di Risparmio di Saluzzo ed a tutto il personale dipendente (insegnanti, cuoche, ausiliari e segretaria) per l'impegno costantemente profuso.

L'intenso programma di attività si è concluso con il mese di luglio con l'iniziativa "Estate bimbo", un progetto in costante crescita che ha coinvolto mediamente settanta bambini per settimana, di età compresa tra i tre ed i nove anni (quindi esteso anche oltre il periodo della scuola materna), cui è stato offerto un ricco programma che, a cadenza settimanale, ha previsto gite, passeggiate, piscina ed altre attività ludico-motorie.

2 AGOSTO – CORRIERE DI SALUZZO

rinnovo per i consiglieri della confederazione provinciale

Elezioni in Confapi

La piccola e media industria

MORETTA - Si sono trovati mercoledì 25 luglio presso il ristorante Villa Salina di Moretta, i soci della Confapi Cuneo (Confederazione piccola e media industria italiana) per eleggere i nuovi rappresentanti consiglieri che rimarranno in carica per i prossimi 3 anni. Ha aperto l'assemblea in qualità di Presidente il moretttese Pierantonio Invernizzi, presentando il lavoro svolto in questi 4 anni, incentrato soprattutto a migliorare l'aspetto finanziario dell'associazione, così com'era stato l'obiettivo che si era posto 4 anni fa in occasione della sua nomina.

La ristrutturazione è stata attuata attraverso alcuni passaggi importanti, come la chiusura degli uffici di Cuneo, seguita dalla contestuale disponibilità di alcuni consiglieri che hanno saputo mettersi a disposizione dell'Associazione dando supporto in materia fiscale, amministrativa e per le attività di segreteria. Obiettivo raggiunto, tanto da ipotizzare la futura riapertura di una nuova sede Confapi a Cuneo, che avrà la finalità di fornire servizi e la possibilità di nuovi contatti, diventando punto di riferimento per ogni associato.

Ad oggi le imprese aderenti all'associazione in provincia di Cuneo sono 135, *«Un numero ancora relativamente contenuto, che certamente crescerà nei prossimi anni* - ha sottolineato nel suo intervento Pierantonio Invernizzi, precisando che - *il nostro lavoro è stato soprattutto improntato alla qualità. Confapi Cuneo annovera infatti oggi, tra i propri iscritti, aziende di elevato valore, vere eccellenze del territorio. E la strada che intendiamo continuare a percorrere è questa, perché siamo convinti, che al di là dei numeri, sia importante la qualità di chi si associa».*

In occasione dell'incontro è stato presentato ed approvato il bilancio 2017. Questi invece i consiglieri eletti per il mandato dei prossimi 3 anni e le relative aziende di appartenenza: Massimo Albertengo (Albertengo Panettoni Spa), Mario Arnaldi (Jolly Graf srl), Alessandro Arnaldo (Vega Service), Matteo Ballauri (Salumificio Monregalese srl), Claudio Bertolotto (Bertolotto Porte Spa), Paolo Cantelmi (Sea Experience srl), Maria Gabriella Cocciolo (Novoplast Due srl, a cui sono andati i ringraziamenti personali del Presidente per la gestione dell'Associazione), Davide Colla (Colla Autotrasporti srl), Antonio Livio Costamagna (V2 spa), Marco Daniele (L'Artistica srl), Massimo Gallo (Vale srl), Elisa Giletta (Synergie Italia spa), Pierantonio Invernizzi (Inalpi spa), Nicholas L'Abbate (Nord Salse srl), Andrea Migliore (Migliore F.lli srl), Luciano Piovano (Pack Service srl), Bosio Samuele (Acquarama srl), Sonia Silvestro (Peraria srl) e Paolo Stella (Selghis spa).

a. f.

2 AGOSTO – CORRIERE DI SALUZZO

Grazie dall'Asilo San Giuseppe

A conclusione di questo anno scolastico 2017 - 2018 il Consiglio di Amministrazione dell'Asilo San Giuseppe di Saluzzo vuole rivolgere un sincero ringraziamento a quanti lo hanno sostenuto nello svolgimento delle sue molteplici attività.

Molte sono le persone, gli enti, le istituzioni, le società che a titolo diverso e con modalità differenti hanno contribuito ad una crescita qualitativa del servizio offerto ai bambini ospitati ed alle loro famiglie, tra questi ricordiamo: Blengino Piero, Cadorin Celestino, Genovesio Antonella, Giusiano Oscar, Lingua Grazia, Pinci Eugenio, Ribotta Virgilio, sig. Mengozzi, Corno Pallets, Supertino Macchine Agricole, Ristorante Rododendro, Comunità Cenacolo, Gasm Revello, Cradle Villanovetta, Sci Club Monviso, Maura Sasia, L'Arma dei Carabinieri di Saluzzo, Casa Di Riposo Opera Pia Tapparelli D'Azeglio, Oratorio Don Bosco e la Inalpi di Moretta per la fornitura annuale gratuita di prodotti caseari.

Un ringraziamento particolare è rivolto poi al Comune di Saluzzo, per il contributo annuale unito al patrocinio in occasione della festa di fine anno al PalaCrs, alla Fondazione Cassa di Risparmio di Saluzzo ed a tutto il personale dipendente (insegnanti, cuoche, ausiliari e segreteria) per l'impegno costantemente profuso.

L'intenso programma di attività si è concluso con il mese di luglio con l'iniziativa "Estate bimbo", un progetto in costante crescita che ha coinvolto mediamente settanta bambini per settimana, di età compresa tra i tre ed i nove anni (quindi esteso anche oltre il periodo della scuola materna), cui è stato offerto un ricco programma che, a cadenza settimanale, ha previsto gite, passeggiate, piscina ed altre attività ludico-motorie.

Il presidente dell'Asilo S. Giuseppe don Bernardino Giordano

2 AGOSTO – LA STAMPA CUNEO

Appuntamento nel weekend per la prima edizione in versione "alpina" della colorata festa che porterà tanti personaggi in costume a sfilare in corteo. Poi baldoria nel pomeriggio

Duecento maschere d'Italia al Carnevale di Casteldelfino

EVENTO

GIULIA SCATOLERO
CASTELDELFINO

Radunare le maschere ufficiali d'Italia che animano il Carnevale ospitandole in alta Valle Varaita. È il primo «Carnevale alpino estivo di Casteldelfino», lanciato dall'amministrazione in collaborazione con il territorio. Sarà questo sabato e domenica. Madrina dell'evento Elisa Muriale, Miss Piemonte.

«In estate non ci sono concorrenze con altri carnevali quindi le maschere sono libere di muoversi - spiega il sindaco Alberto Anello, tra gli ideatori dell'evento -: questo ci permette di contare sulla presenza di almeno 200 maschere ufficiali».

A Casteldelfino si riuniranno le Maschere del Ducato della Zucca di Verona, quelle di Ferrara, Livorno, Perugia, Genova, Loano e, per restare in Piemonte, Novara, Vercelli, Carmagnola senza dimenticare Gianduja, la maschera ufficiale della regione, e tutte quelle più locali dai Magnin di Piasco, al Templare di Faule (Ugo Magnaldi) con Madama Bagna Cauda ed il Moro di Mondovì. Tra i partecipanti Carlo Ponte, già Ciaferlin a Saluzzo, oggi Console della Repubblica degli Escartons (rilanciata proprio a Casteldelfino) e Pergamo del Falcone, tenutario delle scuderie del Marchesato di Saluzzo.

Nei panni di Pergamo, a giugno, aveva incontrato Chiara Appendino, sindaco di Torino, per promuovere l'evento.

Carlo Ponte nei panni di Pergamo del Falcone con la sindaca di Torino Chiara Appendino

«Gran Ballo»

La festa prende il via sabato, alle 21, con il «Gran Ballo di Carnevale» alle Casermette. Domenica, alle 9,30, ci sarà la registrazione e, alle 10,30, la sfi-

Verrà consegnato il passaporto della repubblica degli Escartons e la spilla ricordo del Comune

lata da piazza Valentino lungo l'antico «Chamin Royal» alla piazza del Municipio. «Qui faremo una presentazione ufficiale consegnando il passaporto della repubblica degli Escartons e la spilla-ricordo del Comune - spiega -. È uno slancio per il turismo della valle: gli hotel hanno il tutto esaurito». Il corteo proseguirà sino al centro polifunzionale per il pranzo preparato da Comune, Pro loco di Casteldelfino, quella di Faule e con il sostegno di Inalpi. Nel pomeriggio musica e balli con la Premiata Orchestra. Parcheggi nelle piazze Valmaggia Albonico e della Mater Dei e lungo la provinciale.

2 AGOSTO – MADE IN

Progetto internazionale

Confindustria Cuneo nell'Elite delle migliori

in

#weareELITE

Nella foto, da sinistra: Elena Boretto (Confindustria Cuneo, in primo piano sotto), Bruno Brambati e Gianmario Cillario (Industria Grafica Eurostampa), Giuliana Cirio (direttore Confindustria Cuneo), Egle Sebaste (Golosità dal 1885), Mauro Gola (presidente Confindustria Cuneo) e Matteo Rossi Sebaste (Golosità dal 1885) (Foto: Confindustria Cuneo)

Gilberto Manfrin

L'associazione degli industriali cuneesi è stata selezionata come Best Performer Desk 2017, un riconoscimento all'attività di promozione del programma Elite di Borsa Italiana

Confindustria Cuneo... nell'élite. È così, con un gioco di parole, che vogliamo celebrare il premio ritirato dall'associazione per il suo impegno in Elite, il progetto internazionale lanciato nel 2012 da Borsa Italiana in collaborazione con Confindustria nazionale che punta a supportare le aziende più ambiziose, con un modello di business solido e una chiara strategia di crescita anche attraverso l'accesso ai mercati dei capitali per le imprese. La premiazione è avvenuta lo scorso mese di marzo a Roma, nella sede di Confindustria di viale dell'Astronomia: insieme a Confindustria Cuneo sono state premiate anche le territoriali di Milano, Napoli e Salerno. Un riconoscimento importante, ottenuto grazie alle attività di promozione e scouting effettuate da Confindustria Cuneo per il progetto Elite, che vede l'adesione al programma già di sette aziende della provincia Granda. "Il premio ricevuto come Best Performer Desk 2017 è un riconoscimento all'attività di promozione del Programma - spiega il presidente di Confindustria Cuneo, **Mauro Gola** *-, un progetto a cui abbiamo aderito con entusiasmo, perché presidiare il Desk territoriale di Elite significa farsi promotori di un processo di crescita concreto per le imprese selezionate, un modello virtuoso di sostegno ai progetti e alle capacità di internazionalizza-*

Presidiare il Desk territoriale di Elite significa farsi promotori di un processo di crescita concreto per le imprese selezionate

zione delle imprese. Siamo certi di poter dire che per le aziende coinvolte i risultati sono tangibili a partire dal rafforzamento delle competenze manageriali, finanziarie e organizzative necessarie ad un ulteriore sviluppo. Grazie alla nostra attività di promozione del progetto, alcune nostre associate sono già state ammesse al percorso ed altre aziende hanno già manifestato interesse".

Un rapporto, quello tra Elite e Confindustria Cuneo, che parte da più lontano: era infatti il mese di giugno 2017 quando l'associazione decideva di attivare il Desk presidiato dalla referente **Elena Boretto**, responsabile dell'area Credito e Finanza. Un legame messo nero su bianco lo scorso mese di ottobre, durante la tappa cuneese del roadshow Elite-Confindustria per selezionare le nuove società Elite. In quell'occasione il presidente di Confindustria Cuneo Mauro Gola aveva sottoscritto la partnership "Elite-Confindustria Cuneo" con la quale l'associazione si impegnava a promuovere il progetto sul territorio, svolgendo attività di scouting nelle aziende potenzialmente interessate al progetto. La tappa del roadshow aveva avuto come obiettivo quello di rendere le imprese del territorio ulteriormente consapevoli dell'opportunità che offre il programma Elite nell'accompagnarle in maniera concreta verso una crescita non solo dimensionale, ma anche culturale. "Il Progetto Elite è un modello unico di sostegno allo sviluppo delle imprese - spiega Elena Boretto -, un supporto ed uno stimolo ai cambiamenti culturali, organizzativi e manageriali necessari per la crescita.

GRUPPO EGEA

PierPaolo Carini
amministratore delegato Gruppo Egea

"L'ammissione al percorso Elite ha rappresentato per Egea una opportunità di crescita – commenta l'amministratore delegato del Gruppo Egea, **PierPaolo Carini** -. Attraverso questo percorso abbiamo potuto potenziare i nostri progetti di sviluppo e il nostro sistema organizzativo, consolidando i risultati raggiunti. Il progetto ci ha anche consentito di essere più 'glocal', ovvero di ampliare l'orizzonte delle nostre interazioni e di accrescere la nostra reputazione nei confronti dei sistemi finanziario e imprenditoriale. Insomma, un passaggio importante che ci ha avvicinato ulteriormente ai mercati di capitali, ma totalmente indipendente da una eventuale futura scelta di quotazione sul mercato azionario".

EUROSTAMPA HOLDING SPA

Gianmario Cillario
amministratore delegato Industria Grafica Eurostampa spa

"Eurostampa poco più di 10 anni fa era un'azienda italiana con una rilevante quota di export, ora è un gruppo multinazionale con oltre 900 addetti e stabilimenti produttivi a Bene Vagienna, Cincinnati (Ohio-U.S.), Napa (California – U.S.), Glasgow (Scozia) e Touverac (Francia, zona Cognac/Bordeaux) - afferma **Gianmario Cillario**, amministratore delegato di Industria Grafica Eurostampa spa -. Il mercato offre ancora molte possibilità di crescita, ma occorre anzitutto disporre di persone preparate e adatte ad affrontare le nuove sfide e, a seconda del tipo di espansione, risorse finanziarie con caratteristiche adeguate agli obiettivi. Il percorso Elite, con la sua componente formativa e le possibilità operative che propone, è un aiuto per definire e realizzare il futuro sviluppo mondiale".

Nella foto a sinistra un momento della presentazione ufficiale presso Borsa Italiana (nella foto in alto) a Milano delle aziende entrate nel progetto Elite lo scorso 11 aprile. [Foto: uff. stampa Elite Spa]

"Il progetto Elite è un modello unico di sostegno allo sviluppo delle imprese un supporto ed uno stimolo ai cambiamenti culturali, organizzativi e manageriali necessari per la crescita"

Rappresenta un'opportunità per le aziende, un'occasione di confronto per l'imprenditore nelle sue scelte strategiche, oltre a visibilità anche internazionale e opportunità di business. Elite non è un percorso che obbliga le imprese alla quotazione, che quindi rimane un'opportunità e non un vincolo, ma le aiuta a prepararsi ed eventualmente ad aprirsi al mercato dei capitali. Infatti, delle 828 aziende di 34 Paesi che ad oggi aderiscono al progetto a livello internazionale, 522 sono italiane e tra queste ultime sono state realizzate ben 367 operazioni di finanza straordinaria: la maggior parte sono operazioni di M&A, Joint Ventures, Private Equity ed emissioni obbligazionarie e solo 11 IPO, ovvero aziende che hanno intrapreso il percorso della quotazione. Dall'analisi svolta sull'impatto di Elite sulle

NICOLE FASHION GROUP SPA

Carlo Marco Cavallo

"Su più di 40 milioni di aziende in Europa siamo tra le mille che hanno avuto la più grande crescita nel periodo 2012-2015. Se poi è il Financial Times a riconoscerlo il lustro è ancora maggiore - afferma **Carlo Marco Cavallo**, CEO di Nicole Fashion Group -. Entrare a far parte di Elite, un progetto condiviso da Confindustria e rivolto alle imprese ad alto potenziale con vocazione all'internazionalizzazione, rappresenta un ulteriore riconoscimento oltre ad un grande passo avanti verso la crescita. Per il nostro Gruppo, Elite rappresenta uno stimolo al miglioramento continuo principalmente per i seguenti aspetti: per il percorso di crescita e di formazione interno delle risorse, per i corsi tenuti da docenti della Sda Bocconi sul fronte della formazione, per prepararsi con la giusta mentalità ad un eventuale ingresso nel mercato dei capitali e per accelerare lo sviluppo di consolidamento internazionale facendo parte di un network globale".

Ad oggi sono già cinque le aziende associate a Confindustria Cuneo che sono entrate nel progetto: Gruppo Egea, Nicole Fashion Group, Gruppo Silvateam, Eurostampa Holding e Golosità dal 1885

aziende che hanno aderito al programma dal loro ingresso risulta: una crescita media del fatturato del 10%, una crescita media dei margini (EBITDA) del 9% e una crescita media del numero di dipendenti del 56%".
Ad oggi sono già cinque le aziende associate a Confindustria Cuneo che sono entrate nel progetto: a fare da 'apripista' era stata nel 2014 Egea. La multiutility era stata inserita nel programma "Elite for Large Corporate", nuova coniugazione del progetto "Elite" (originariamente diretto solo alle Pmi) pensata e rivolta ad hoc a realtà di medie e grandi dimensioni, leader nel loro segmento di mercato. A lei si sono aggiunte Nicole Fashion Group spa (membro dal 6 novembre 2017) di Centallo, Gruppo Silvateam spa (membro dal 30 gennaio 2018, in collaborazione con Lounge BDO) di San Michele Mondovì; Eurostampa Holding spa di Benevagienna e Golosità dal 1885 srl (Sebaste e Antica Torroneria Piemontese) di Grinzane Cavour (membri dall'11 aprile 2018). Oltre a queste realtà, sono entrate in Elite anche due altre aziende della Granda: Inalpi spa nel mese di dicembre 2017 con Lounge Deloitte e Tesi spa a gennaio 2018 con Lounge BDO. Per informazioni sul Programma Elite è possibile visitare www.uicuneo.it/menu/progetti/elite/ o contattare Elena Boretto al numero 0171/455.482. ®

GOLOSITÀ DAL 1885 SRL
(SEBASTE E ANTICA TORRONERIA PIEMONTESE)

Matteo Rossi Sebaste
amministratore delegato Golosità dal 1885 srl

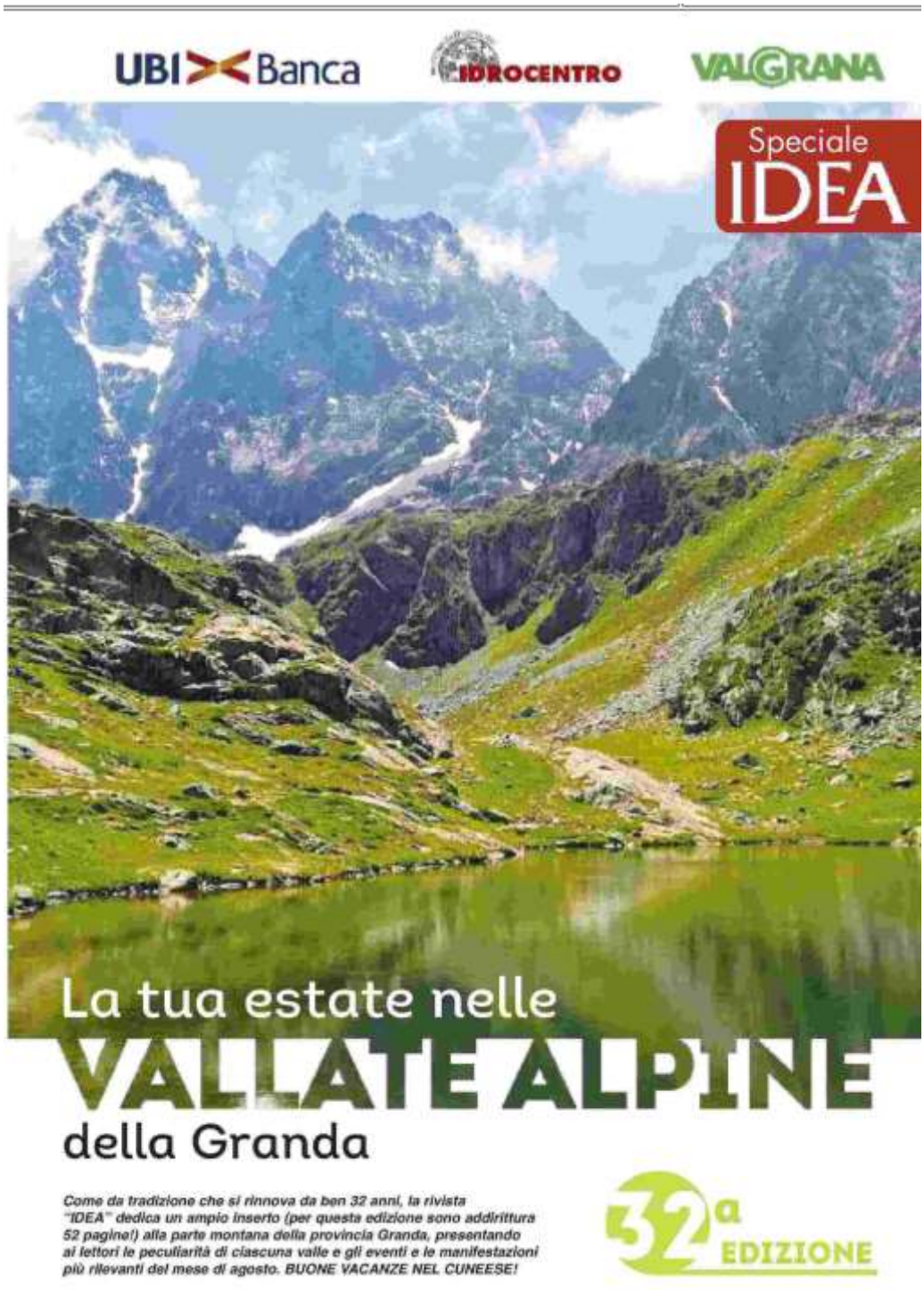
"La presentazione del programma Elite a cui abbiamo assistito in Confindustria tempo fa è stata molto stimolante – commenta **Matteo Rossi Sebaste**, amministratore delegato di Golosità dal 1885 srl -. Ci ha dato il là per aderire al progetto, un percorso che riteniamo di crescita per la nostra azienda e che può ampliarne la visione imprenditoriale. Il programma Elite offre una formazione che è tra le più alte a livello europeo grazie a Sda Bocconi. Sono personalmente curioso di intraprendere questo nuovo cammino formativo, come stimolanti saranno i 'compagni di classe' imprenditori con cui iniziamo a condividere il percorso".

GRUPPO SILVATEAM SPA

Alessandro Battaglia
presidente e amministratore delegato Gruppo Silvateam spa

"Silvateam ha scelto di entrare nel programma Elite alla luce di diverse considerazioni – afferma **Alessandro Battaglia**, presidente e amministratore delegato di Silvateam - in primo luogo avendo raggiunto una dimensione media e non volendo fermare il percorso di crescita, sentiamo l'esigenza di attrezzarci meglio dal punto di vista culturale e, di riflesso, organizzativo e manageriale per affrontare in modo consapevole i prossimi passi verso una ulteriore crescita dimensionale e reddituale; in secondo luogo, avendo intenzione di continuare a crescere, è necessario valutare il piano di crescita sotto tutti i profili, compreso quello delle fonti di finanziamento più coerenti con il progetto. Il mondo Elite per questo riguardo offre spunti interessanti. Terzo ma non ultimo, il programma Elite offre l'accesso a un importante network di operatori finanziari e di aziende che come Silvateam desiderano crescere. Il rafforzamento del network è senz'altro un valore aggiunto".

2 AGOSTO – RIVISTA IDEA



LATTERIE inalpi www.inalpi.it

Sotto al titolo: il sindaco di Casteldelfino, Alberto Anello. Nella pagina a fianco: la visita a Bardi (Parma), al Museo delle maschere italiane con la prima cittadina del paese, Valentina Pontremoli (il sindaco più giovane d'Italia) e il Gran Magnin di Piasco, con la consegna di una forma di toma piemontese "Inalpi", "sponsor" unico del "Carnevale alpino" di Casteldelfino; la presentazione dell'evento del 4 e del 5 agosto alla Grande fiera d'estate di Cuneo con Pierpaolo Guelfo, presidente dell'Enoteca regionale del Roero, e Carlo Ponte, console della Repubblica degli "Escartons"; l'entrata del "Chamin royal" di Casteldelfino con negozi di artigianato e di enogastronomia

Simona Amerio

IL PROGETTO "ESCARTON" E LE SUE SECOLARI RADICI

Le popolazioni italo-francesi nei pressi delle Alpi Cozie hanno condiviso e condividono, nelle rispettive componenti sociali e istituzionali e nel corso di secoli di vicinato, vicende storiche, fenomeni migratori, scambi economici e culturali che ne hanno segnato la crescita e che hanno consolidato intensi e proficui rapporti di collaborazione.

Questa regione montana ha vissuto per quasi quattro secoli, tra il '300 e il '700, un'esperienza amministrativa rimasta unica nel suo genere, governata da una federazione di cinque territori indipendenti, i cosiddetti Escartons: Briançon, Queyras, Casteldelfino, Pragelato e Oulx.

Grazie a una sorta di costituzione sottoscritta da oltre cinquanta comunità, infatti, le popolazioni delle valli alpine furono affrancate dalle servitù feudali e ottennero una serie di diritti: dalla libertà individuale, alla proprietà e all'autogestione del territorio.

Questa singolare esperienza si concluse definitivamente nel 1713, quando ormai le montagne avevano creato un'unità sociale e culturale.

Ai giorni nostri, attorno al progetto "Escarton" si è sviluppata un'identità che si propone di favorire un turismo più consapevole e responsabile che, partendo dalla tradizione, possa condurre il visitatore a una scoperta attenta del territorio, in perfetta linea con le esigenze di sviluppo sostenibile di un'area sensibile.

Il colle dell'Agnello, con i suoi 2.740

Casteldelfino invita al "Carnevale estivo"

Il 4 e il 5 agosto il paese dell'alta Valle Varaita ospiterà la Rassegna delle maschere italiane. Sarà un fine settimana ricchissimo di eventi all'insegna del divertimento e della promozione

«Sarà una festa, allegra e assolutamente particolare, quella rappresentata del "Carnevale estivo-Rassegna delle maschere italiane" che si svolgerà il 4 e il 5 agosto nel nostro paese, Casteldelfino», dichiara orgoglioso il primo cittadino, Alberto Anello. È un programma ricco, per un evento che spicca per originalità e meticolosa ricerca.

Il programma prevede per sabato 4 agosto un inizio scoppiettante, dalle 21, con il gran ballo di carnevale presso il centro "Le casermette", con baraonda di luci e musiche dedicate alle giovani maschere e agli adolescenti di valle, in costume e no.

Il 5 agosto, invece, sin dalle 9,30 sono previsti l'arrivo e la registrazione delle maschere che sfoceranno, alle 10,30, nell'avvio del gran corteo mascherato con partenza dalla centralissima piazza Valentino per proseguire lungo l'antico "Chamin royal". L'arrivo in piazza del municipio, i saluti istituzionali da parte delle autorità, la presentazione e consegna della carta delle libertà ai partecipanti mascherati con tanto di consegna di spilla ricordo del Comune di Casteldelfino lasceranno poi spazio all'atteso momento conviviale del pranzo in maschera presso il centro "Le casermette", completamente gratuito per i personaggi in costume.

Il pomeriggio domenicale sarà allietato da un variegato intrattenimento musicale.

«L'idea del carnevale estivo alpino», precisa con motivata soddisfazione Alberto Anello, primo cittadino di Casteldelfino, nasce da una comunione d'intenti tra la maschera di Saluzzo,

metri di altitudine, permette il collegamento con la Valle Varaita, terra della "Chastelado", delimitato a destra dalla valle di Bellino, a sinistra dalla cresta spartiacque del Monviso e a sud dal gruppo di case della borgata Confine, che segnavano il limite con il Marchesato di Saluzzo.

L'attuale Casteldelfino, capitale della Castellata di cui facevano parte anche i Comuni di Bellino e Pontechianale, era anticamente chiamato Villa Sant'Eusebio ed era posto più a valle rispetto all'ubicazione attuale.

Dopo la devastante inondazione del 1391 il paese venne riedificato nel borgo di Santa Margherita.

Il nome di "Castrum Delphini" venne attribuito da Umberto II di Vienne e richiama la presenza del castello, fatto erigere nel 1336 su uno sperone roccioso, di cui sono rimasti, a seguito della distruzione nel 1690 durante gli scontri fra le truppe piemontesi e francesi, solo i resti delle mura perimetrali ed alcuni ruderi. L'unico segno rimasto dell'antica Sant'Eusebio è la chiesetta del XII secolo.

Va sottolineato che l'intera valle è stata teatro di scontri politici e religiosi, tra i quali si può ricordare la feroce battaglia del 1744 fra truppe piemontesi e francesi sulla cima denominata proprio "della Battagliola".

Questa zona è inoltre caratterizzata da un notevole patrimonio gnomonico (le meridiane) costituito da 38 quadranti solari, che attualmente è oggetto di un interessante percorso di visita.

Anche paesaggisticamente le terre dell'Escarton hanno una identità: se si sale nei punti più alti delle montagne e da lì si volge lo sguardo verso il basso, si coglie l'immensità e l'armonico movimento della terra scolpita dall'acqua che, serpeggiando fra anse e insenature, corre verso valle.

Gli antichi insediamenti umani paiono quasi indistinguibili, incastonati fra le superfici pietrose dei pendii.

Ogni piccola casa è parte integrante del paesaggio e costituisce, insieme ad altre abitazioni, agglomerati più ampi, talvolta situati a cavallo di una sella o avvolti da anfiteatri naturali, talvolta aggrappati ai pendii o semplicemente adagiati su dei pianori.

Nascono in luoghi ispirati dalla natura e originariamente dettati da favorevoli condizioni climatiche, quali una buona esposizione al sole o di riparo dai venti, altre volte finalizzati a una miglior sorveglianza e protezione, altre volte ancora alla vicinanza di una fonte di vita, quale l'acqua.

Pergamo del Falcone, impersonata da Carlo Ponte, già console della Repubblica degli Escartons; il gruppo dei Magnin di Pisoco capeggiato da Alberto Agasso e di cui fanno parte Carola Demarta, miss "Stella alpina" 2018, e Ugo Magnaldi, presidente della Pro loco di Faule e maschera del Templare di Faule con Madama Bagna Cauda... e ovviamente io, in qualità di Sindaco di Casteldelfino. Tutti siamo motivati dal desiderio di far conoscere gli aspetti turistici, storici, gastronomici e ambientali di Casteldelfino e dell'alta Valle Varaita a un pubblico qualificato e sempre più numeroso. Un gruppo unito, coeso e motivato, coordinato da un comitato che ha optato, in questa prima edizione, per una manifestazione di qualità puntando decisamente con il coinvolgimento delle realtà più prestigiose nel campo delle maschere e dei gruppi storici italiani: l'Associazione delle maschere italiane di Parma del presidente Maurizio Trapelli, che impersona lo Zevod, la maschera ufficiale della capitale italiana della gastronomia. Accanto a lui ci saranno i vicepresidenti di Piemonte, Lombardia, Liguria, Veneto, Toscana, Lazio e Campania, tutte maschere che parteciperanno al nostro carnevale estivo. Il momento ufficiale della presentazione dell'evento si è svolto a maggio a Bardi (Parma) nel corso dell'inaugurazione del Museo italiano dei costumi carnevaleschi e storici. In quell'occasione mi sono incontrato con la collega sindaco Valentina Ponzemoli per suggellare un patto di amicizia e collaborazione tra i due Comuni».

All'appuntamento di Casteldelfino parteciperanno quindi le maschere più rappresentative italiane, numerosi gruppi goliardici e musicali, oltre a una grande partecipazione di realtà piemontesi in arrivo da Novara, Vercelli, Torino e Carmagnola, con la partecipazione straordinaria del grande "Re Peperone" e il suo seguito. Madrina dell'evento sarà la bella Elisa Muriale, miss "Piemonte".

I presupposti per il successo dell'evento ci sono tutti, così come sottolinea in conclusione il sindaco Anello: «Nello spirito di chi porta i motociclisti in alta valle in inverno, grazie al successo crescente dell'"AgnelloTreffen", non poteva mancare il vezzo di consolidare anche in estate una manifestazione, come il carnevale appunto, ideata con l'intento di fare promozione e "marketing" territoriale per Casteldelfino, per l'intera Valle Varaita e non solo».

3 AGOSTO - ALTISSIMOCETO

Cartoline dal 736mo Meeting VG @ Koinè Restaurant – Legnano (MI) – Chef/Patron Alberto Buratti

Posted By: ViaggiatoreGourmet on: agosto 03, 2018
In: Eventi Enogastronomici, Lombardia, Milano e provincia, Reportage Ristoranti Stampa Email

Alberto Buratti ha visto il mondo. Con il **viaggio** ha un rapporto d'amore che rasenta la dipendenza: avventurarsi nelle mete più **esotiche** al pari di autentiche chicche **locali**, sconosciute ai più, è per lui una vera e propria **missione**, qualcosa cui è vocato e di cui proprio non può fare a meno. Anche perché il suo viaggiare ha una connotazione del tutto **particolare**, si tratta innanzitutto di un percorso sensoriale tra **sapori**, cotture, tradizione gastronomiche di **culture** lontane e millenarie... Che poi, puntualmente, **ritornano**,

coerentemente interpretate e "personalizzate", nei piatti in menù. Ed è così che nella placida cittadina di **Legnano** è possibile sedersi a tavola e fare il giro del **mondo**, come è capitato a noi che con gli **Amici Gourmet** abbiamo degustato piatti come il *panino al vapore con la cotoletta di vitello alla milanese* o le *capesante al tempo dei romani*, perché quando si viaggia le **distanze** che si percorrono non sono fatte solo di chilometri, ma anche di anni, secoli, talvolta millenni.

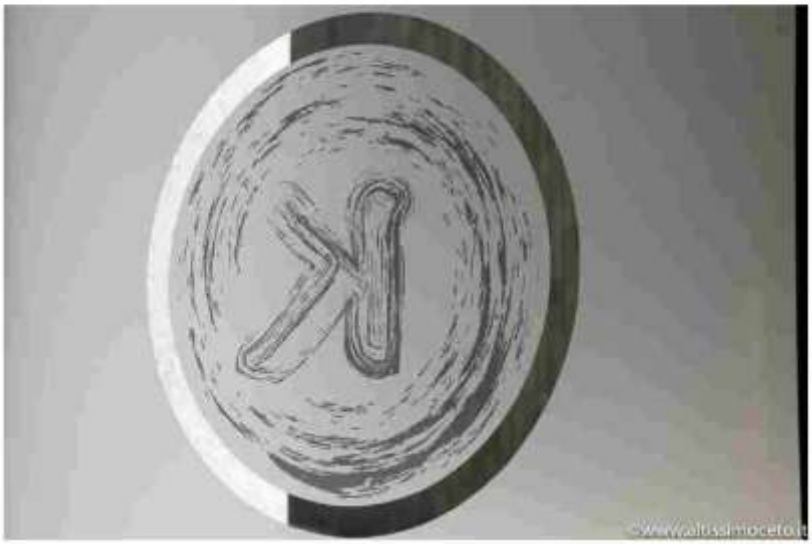
Archivio storico reportage:

-> Reportage del 29 Giugno 2017

La squadra

Chef/patron: **Alberto Buratti**
Maître: **Fabio Consolaro**
Sous chef: **Luca Marasco**
Pasticciere: **Jacopo Bersani**

Eccoci arrivati



excellenceAwards
www.excellenceawards.eu
viaggiatoregourmet

PROSSIMI EVENTI

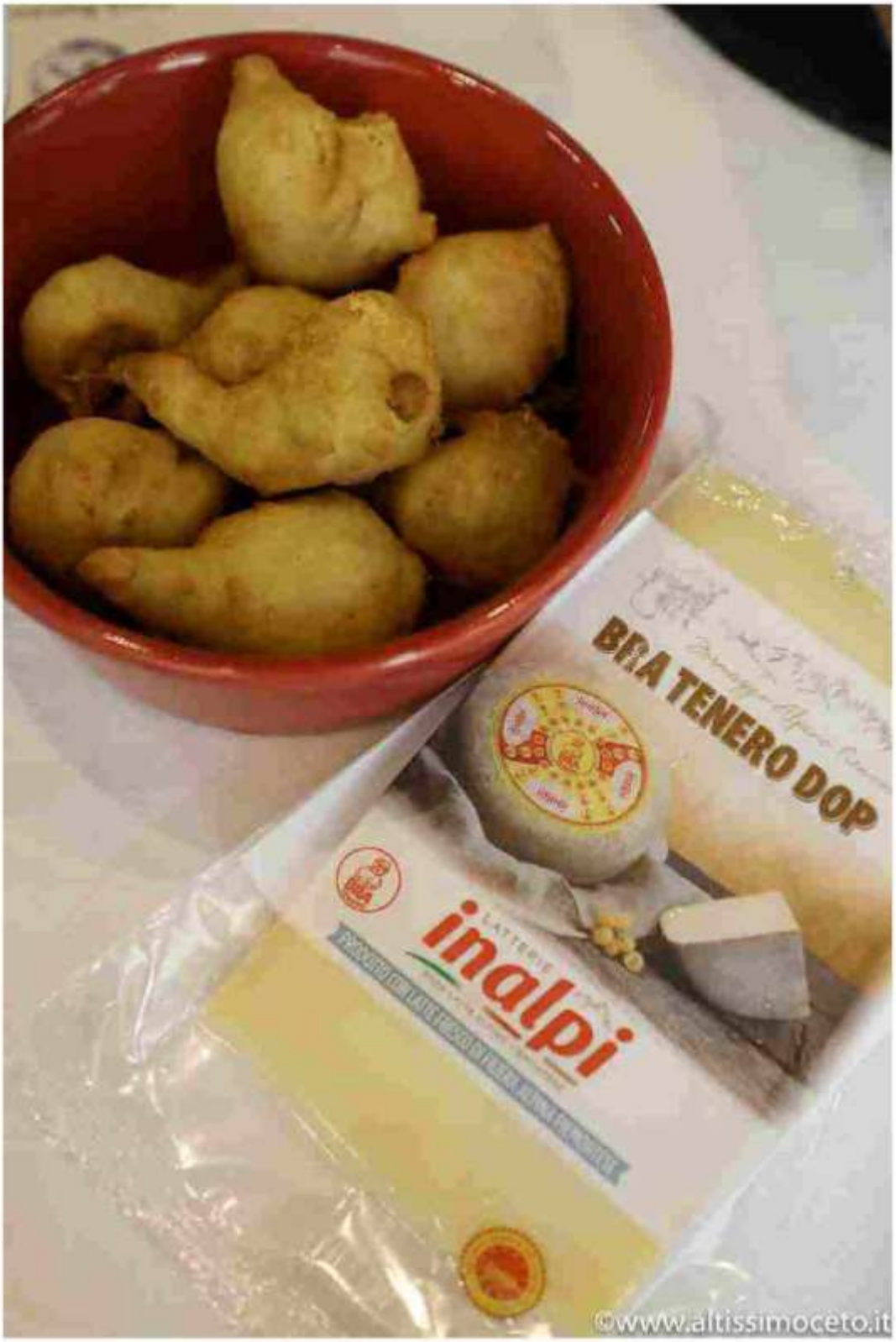
- 12:30, 4 agosto 2018 – Oseleta Villa Cordevigo
- 12:30, 6 agosto 2018 – A Spurcacciun-a
- 12:30, 9 agosto 2018 – Dal Pescatore
- 12:30, 11 agosto 2018 – La Madernassa
- 12:30, 18 agosto 2018 – Ristorante La Présef @Agriturismo La Fiorida

ARCHIVIO STORICO MEETING

Select

Franciacorta Satèn 2012 – **Mosnel**

Tipologie degli stuzzichini: madeleine al Raschera Dop **Inalpi**, tarte flambè con Raschera Dop **Inalpi**, zeppole e Bra Tenero Dop **Inalpi**.


BRA TENERO DOP
LATTERIE inalpi
©www.altissimoceto.it

Pane integrale a lunga lievitazione

In accompagnamento burro alpino piemontese **Inalpi**.

Lo chef Alberto Buratti ci presenta il percorso che ha preparato per noi

Piattooo!

Asparagi al burro, nocciola e Parmigiano

Capesante al tempo dei romani

Capesante leggermente croccanti, ferro soffiato, coste e Garum.

Baccalà mantecato, ricordando l'Antica Osteria del Ponte

Rigoli con le sardelle

Pesto di sarde, sarde cerfi, bottarga e salsolobulo

La creazione dei Sensitori **Arrici Gourmet** alla prossima etichetta in degustazione

VG e lo chef presentano il piatto

SpaghettOro Verrigni in cagnone

Mantecati con burro **Inalpi** alla nocciola, grasso e brodo di Parmigiano, aria di prezzemolo e polvere di salvia.

Piatto **Diva SuMisura** personalizzato per Viaggiatore Gourmet da **Royale**.

Panino al vapore con la cotoletta di struffo alla milanese

Pintxos di merluzzo

Miele - Biscotto, mou e sorbetto al miele e aceto

Crème caramel di foie gras, gelatina al Sauternes e uve di Verjus

Tiramisù nell'uovo

4 AGOSTO – MILANO FINANZA

AFFARI IN CORSO

QUI TORINO

Multilog: boom con la logistica integrata

Il gruppo Multilog di Orbassano (To) dopo l'ingresso nel programma Elite di borsa Italiana a fine 2017 conferma la scelta di campo: crescere nella logistica integrata con il focus sul settore automotive ma con lo sguardo aperto su altri settori: food, elettrodomestici e beni industriali. Consolidata presenza sul territorio nazionale con oltre 385 mila mq di magazzini e centri di consolidamento in Piemonte (Venaria e Torino-Interporto Sito), in Emilia (Rubiera e Parma) e nel centro-sud Italia (Cassino, Caivano, Saviano e Melfi) e avviato processo di internazionalizzazione attraverso partnership locali in Brasile, Polonia, Cina, Germania. Multilog fattura 47 milioni (erano 8 milioni nel 2012) con oltre 500 dipendenti in 15 sedi operative e una flotta che supera gli 800 mezzi. I primi dieci anni di attività con alle spalle esperienze imprenditoriali avviate da oltre 50 anni.

Più latte (in polvere) per Inalpi

Latterie Inalpi di Moretta in provincia di Cuneo investe sul potenziamento della capacità produttiva di «latte alpino piemontese». Entro il 2020 sarà ultimato il raddoppio dello stabilimento. Il presidente Ambrogio Invernizzi non nasconde che l'obiettivo è la quotazione in borsa preparato con l'ingresso a fine 2017 nel programma Elite di borsa Italiana ma prima serve un potenziamento sui mercati internazionali del latte in polvere di alta qualità, del burro, dei formaggini, dei formaggi Dop e della panna: oltre 500 tonnellate di latte lavorato ogni giorno. Il target Bio sarà di grande importanza. Inalpi, attiva dal 1966, si avvia verso i 150 milioni di fatturato (un terzo realizzato all'estero). È proprio la quota di export che deve crescere: in Europa (è appena stata inaugurata una sede in Francia) ma anche in Sud Africa, Libano, Iraq, Corea, Cina. Il trend di crescita delle vendite oscilla intorno al 20% annuo. I dipendenti sono quasi 150.

5 AGOSTO – LA STAMPA CUNEO

PAESE IN LUTTO PER LA TRAGEDIA

Due giovani amici di Moretta morti nell'auto finita fuori strada

Gravi altri due ragazzi. L'incidente nella notte tra venerdì e sabato sulla provinciale per Faule

Un paese intero piange la morte di due giovani e prega per la vita di altri due. Così Moretta ha vissuto la giornata di ieri, una fra le più tristi della sua storia. All'alba, sulla provinciale 663 che collega Moretta a Faule, un'«Alfa Romeo Mito» è uscita di strada. All'interno viaggiavano quattro ragazzi del paese. Per due di loro non c'è stato nulla da fare: Matteo Guerreri, 23 anni, operaio all'Inalpi, alla guida della macchina, e Vincenzo Tarzia, 24, elettricista alla locale azienda Bertino Fratelli, non sono sopravvissuti, malgrado i disperati tentativi dei soccorritori di rianimarli. Gli altri due si sono salvati e non sono in pericolo di vita: l'uno è stato trasportato al «Santissima Annunziata» di Savigliano, l'altro (che viaggiava a fianco del conducente) è stato prima portato a Savigliano e poi, versando in condizioni più gravi, al «Santa Croce» di Cuneo, dove si trova ricoverato con prognosi riservata. I quattro amici arrivavano dalla «Festa San Firmino», una frazione di Revello. Erano circa le 5. Andavano a fare colazione da un amico a Polonghera. Le indagini sulla dinamica dell'incidente sono in corso. L'ipotesi più probabile è che l'auto viaggiasse a velocità sostenuta: è uscita di strada, si è ribaltata più volte, finendo la corsa capottata in un canale. Matteo e Vincenzo si trovavano sullo stesso lato del veicolo: il primo alla guida, l'altro dietro di lui. Fatale, probabilmente, il violento urto. Lunedì il medico legale effettuerà un esame esterno sulla salma del conducente; al momento la decisione è di non disporre l'autopsia.

GIULIA SCATOLERO — PAGINA 41

Schianto alle 5 del mattino, dopo la festa Moretta in lutto con le famiglie dei giovani

Le salme dei due coetanei sono state composte al "Santissima Annunziata" di Savigliano. Migliorano i feriti

GIULIA SCATOLERO
MORETTA

Un paese devastato, che piange la morte di due giovani concittadini e prega per la vita di altri due. Così Moretta ha vissuto la giornata di ieri, una fra le più tristi della sua storia.

All'alba, sulla provinciale 663 che collega la cittadina a Faule, un'«Alfa Romeo Mito» è uscita di strada. All'interno dell'abitacolo quattro ragazzi di Moretta. Per due di loro non c'è stato nulla da fare: Matteo Guerreri, 23 anni, operaio all'Inalpi, alla guida della vettura, e Vincenzo Tarzia, 24, elettricista alla locale azienda Bertino Fratelli, non sono sopravvissuti.

Gli altri due ragazzi si sono salvati e non sono in pericolo di vita: M.T., 22, è stato trasportato al «Santissima Annunziata» di Savigliano; G.C., 21, che viaggiava a fianco del conducente, è stato prima portato al presidio di Savigliano e poi, versando in condizioni più gravi, al «Santa Croce e Carle» di Cuneo, dove si trova con prognosi riservata.

In arrivo dalla festa

Arrivavano dalla «Festa San Firmino», una frazione di Revello, nel Saluzzese. Erano circa le 5. Andavano a fare colazione da un amico a Polonghera.

Le indagini sulla dinamica dell'incidente sono in corso. L'ipotesi più probabile è che l'auto viaggiasse a velocità sostenuta: è uscita di strada, si è ribaltata più volte, finendo la corsa capottata in un canale, con circa mezzo metro d'acqua.

Matteo e Vincenzo si trovavano sullo stesso lato del veicolo: il primo alla guida, l'altro dietro di lui. Fatale, probabilmente, non tanto l'acqua quanto l'urto. Lunedì il medico legale effettuerà un esame esterno sulla salma del conducente; al momento la decisione è di non disporre l'autopsia.

Nessun altro veicolo

L'auto, rimossa intorno alle 9 e posta sotto sequestro, è distrutta. Durante l'incidente non sono stati coinvolti altri veicoli. A lanciare l'allarme, una vettura che precedeva l'Alfa. I due feriti sono riusciti ad uscire autonomamente dall'abitacolo. Matteo e Vincenzo sono, invece, stati estratti dai vigili del fuoco di Saluzzo e dai volontari di Racconigi. A nulla sono valsi i tentativi di rianimazione.

«Tragedia di un paese»

«Viviamo questa tragedia non solo come amministratori, ma anche come genitori - dice Sergio Banchio, sindaco -. Siamo sgomenti: hanno la stessa età dei figli di molti assessori comunali».

Le salme di Matteo e Vincenzo sono state composte alla camera mortuaria dell'ospedale «Santissima Annunziata» di Savigliano, dove le hanno raggiunte le famiglie, per il riconoscimento.

Attimi strazianti, fatti di lacrime, urla, abbracci, dolore e incredulità. Matteo lascia mamma Antonella, papà Emanuele e la sorella più grande Elisa. Vincenzo una «grande famiglia», come l'hanno definita i parenti: mamma Pieranna, papà Domenico, le sorelle Valentina, Roberta ed Alessandra, i cognati e la nipotina Nicole. —

L'auto su cui viaggiavano i quattro ragazzi, che si è schiantata dopo aver capottato sulla provinciale 663

Il dolore dei famigliari dei ragazzi morti nell'incidente all'uscita della camera mortuaria

Le vittime

Vincenzo Tarzia e Matteo Guerreri
Il primo era il passeggero dell'auto, seduto sui sedili posteriori del mezzo capottato più volte; il secondo, secondo la ricostruzione dei carabinieri, era alla guida dell'automobile.