LATTERIE inalpi
BUON LATTE ALPINO PIEMONTESE

RASSEGNA STAMPA

30 OTTOBRE – INFORMATORE ZOOTECNICO

Inalpi promuove filiera, territorio e collaborazione

di Carmen Miranda

Si è svolta recentemente a Moretta (Cn) la Milk Fest, l'annuale cena che Latterie Inalpi organizza per i suoi dipendenti, fornitori, clienti e autorità locali, regionali e nazionali. Il punto della situazione sulla crescita e l'impegno dell'azienda, ma anche sulle iniziative e progetti di Confapi Cuneo

Il burro da panna fresca inalpi

Un autunno "caldo", ma soprattutto portatore di impegno e di novità per Confapi (Confederazione italiana della piccola e media industria privata) Cuneo. Il 31 agosto si è svolta, a Moretta (Cn), la Milk Fest, l'annuale cena che Latterie Inalpi organizza per i propri dipendenti, fornitori, clienti e autorità locali, regionali e nazionali.

L'evento, fortemente voluto, per il quinto anno consecutivo, dalle famiglie Invernizzi – Barattero, è stato l'occasione per fare il punto, non solo sulla crescita e l'impegno dell'azienda lattiero casearia cuneese, ma anche sulle iniziative e progetti di Confapi Cuneo, attraverso le parole del suo presidente, Pierantonio Invernizzi e degli ospiti presenti alla serata.

Sul palco, in un avvicendamento vivace e ricco di spunti, sono saliti i tanti ospiti e i molti amici di Inalpi e tra questi anche Antonio Casalini – presidente nazionale Unionalimentari e Giuseppe Rossetto – presidente nazionale vicario Unionalimentari.

Al pubblico presente, composto da più di 1.100 partecipanti, Casalini ha voluto dare alcune indicazioni sul programma futuro, su quello che accadrà domani.

«Non tutti sanno che Unionalimentari ha siglato con le organizzazioni sindacali un contratto nazionale che viene applicato da oltre quattromila imprese agroindustriali, ossia il doppio di quelle aderenti alla nostra confederazione di categoria. Questo indica un potenziale di capacità rappresentativa che andremo sviluppando facendoci conoscere nei distretti Food del Paese. Anche perché la particolarità di fondo è una, semplice ed evidente, il 90% del settore della produzione agroalimentare è espresso da

Pmi, quasi sempre nate e cresciute molto in fretta, le cui potenzialità produttive, occupazionali e qualitative, pure assai notevoli, si scontrano con le problematiche legate alla gestione e alla dimensione organizzativa».
Promuovere il concetto di filiera, di territorio, di collaborazione e di eccellenza, questa è l'arma vincente.
«Una realtà come inalpi è un modello esemplare – commenta Casalini – perché ha dimostrato come si possa, da una storica intuizione di base, crescere e continuare a investire sul mercato italiano e crescere su quello mondiale senza delocalizzare, e siglando partnership prestigiose come quella con Ferrero di Alba. Ecco, il nostro compito associativo è ricreare le condizioni perché la filiera alpina cuneese possa essere seguita da altre realtà italiane. Ne deriverebbe un aumento molto forte e generalizzato del volume delle esportazioni, legato al maggior numero di imprese che esportano».
Un'esperienza ormai consolidata e tanto vincente, quella di Unionalimentari, da consentire alla Provincia di Cuneo di raggiungere la vicepresidenza nazionale della categoria agroalimentare, con Giuseppe Rossetto.
Ma l'autunno di Confapi Cuneo va oltre, e continua sulla strada della crescita e dell'impegno a 360 gradi: nella Granda nascerà Unionmeccanica, in rappresentanza delle aziende medio-piccole del settore manifatturiero che, come dichiara il presidente di Confapi Cuneo, «È un

I formaggini inalpi

settore ad alta tecnologia che non sarà più semplice indotto, ma protagonista locale e globale».
E Pierantonio Invernizzi amplia ulteriormente l'analisi, per meglio far comprendere il significato dei progetti realizzati e dei tanti che verranno. «Dopo i positivi risultati conseguiti nel settore dell'industria del Food, dove la coesione fra le aziende di diversa dimensione ha permesso la definizione di un marchio distintivo e la unitaria partecipazione del sistema Cuneo e Piemonte al grande evento fieristico del Cibus di Parma, il lavoro associativo prosegue nella valorizzazione e nella esaltazione degli altri ambiti specifici in cui si esprime la qualità industriale del nostro tessuto produttivo diffuso. Il contesto metalmeccanico, talvolta considerato un settore saturo e destinato alla delocalizzazione nei Paesi a basso costo, dimostra invece di avere ancora molto da dire, e da contribuire, allo sviluppo manifatturiero e occupazionale della provincia Granda e del Piemonte più in generale, nel quale le Pmi dedicate non appartengono più a una indistinta e generica galassia di indotto ma, grazie alla ricerca e all'aggiornamento delle competenze, sono in grado di fornire prodotti e servizi diversificati, e di alta fascia tecnologica, alle maggiori aziende italiane e internazionali di tutti gli altri settori, ai mercati occidentali così come a quelli emergenti. Realtà accomunate dalla circostanza di essere delle vere e proprie "aziende tascabili". Formulo pertanto, a nome dell'intero Gruppo associativo e direttivo, i migliori auguri di buon lavoro agli amici imprenditori e dirigenti a cui va tutta la nostra gratitudine per l'arricchimento che, dall'operatività di Unionmeccanica, deriverà al più complessivo sistema Confapi dal quale, per converso, verrà tutto il necessario appoggio organizzativo interno e nel confronto con le altre Istituzioni e forze sociali, per garantire le migliori condizioni operative e di sistema favorevoli agli investimenti locali e all'assunzione delle richieste figure professionali».
La gestione organizzativa della neo-nata unione di settore è stata affidata a Paolo Cantelmi, manager della Sea Experience di Guarene – azienda leader nella ricerca e servizi all'automazione industriale. ●

30 OTTOBRE - TARGATOCN

Peccati di Gola 2017 conquista tutti: quasi 30mila visitatori hanno scelto Mondovì per "peccare" con gusto

Un pubblico ampio e attento alla ricerca delle tipicità locali che dimostra, ancora una volta come l'appuntamento enogastronomico sia irrinunciabile non solo per i monregalesi

Alcune istantanee da "Peccati di Gola 2017"

La formula diffusa di Peccati di Gola per le vie e le piazze della città, con l'ingresso gratuito, conquista anche quest'anno pubblico ed espositori.

La manifestazione ha quasi raggiunto, nei tre giorni, i 30 mila visitatori totali, registrando presenze da tutto il Piemonte, dalla Liguria, dalla Lombardia e anche dalla Francia.

Un pubblico ampio e attento alla ricerca delle tipicità locali che dimostra, ancora una volta, come Peccati di Gola sia un appuntamento enogastronomico irrinunciabile non solo per i monregalesi. Valorizzare le eccellenze del territorio e promuovere la cultura agroalimentare e le bellezze artistiche della città si è confermato un connubio vincente.

"*Siamo davvero soddisfatti per l'esito dell'edizione 2017 di Peccati di gola, la prima di un nuovo corso caratterizzato da un ritorno ai principi ispiratori dell'appuntamento di spicco dell'autunno monregalese* - commentano il sindaco **Paolo Adriano** e il vicesindaco con delega alle Manifestazioni **Luca Olivieri** - *Il gradimento del pubblico, che ha partecipato numeroso alla manifestazione, premia la scelta organizzativa effettuata, con un crescente coinvolgimento del tessuto economico locale ed un omaggio alla tradizione agricola. Ottima è stata, in particolare, la risposta dei cittadini all'area Melaviglia, novità fortemente voluta dall'amministrazione comunale, in accordo con Alfiere, per consolidare il rapporto con il territorio, attraverso la creazione di una vetrina delle tante eccellenze locali.*

Uno spazio nato per consentire ai visitatori di incontrare direttamente i produttori, dialogare con loro, farsi raccontare tempi e modalità di lavoro, scoprendo validi motivi per tornare a trovarci durante tutto l'anno. Per questo risultato siamo grati agli organizzatori, agli espositori, ai tanti partner locali.

Un ringraziamento particolare va, poi, ai cittadini: speriamo che il successo di pubblico ottenuto possa costituire un adeguato risarcimento dei sacrifici sopportati per consentire lo svolgimento in sicurezza di un evento che ha confermato le potenzialità turistiche della nostra città.

Stiamo già lavorando per l'edizione 2018: a giorni è prevista una riunione con Alfiere, finalizzata a valorizzare gli aspetti positivi di questa edizione, integrandoli con le nuove idee emerse in corso d'opera e con i tanti suggerimenti pervenuti dai cittadini e dai visitatori".

I visitatori hanno apprezzato il percorso creato dalle aree tematiche, alla scoperta degli scorci più suggestivi e caratteristici, e hanno passeggiato con entusiasmo per le vie e le piazze della città, dal Rione Breo a Piazza Maggiore. Lo dimostrano anche i dati della funicolare, che ha registrato più di 7500 mila passaggi nei primi due giorni di evento.

I veri protagonisti della manifestazione sono stati i prodotti tipici del territorio, che i visitatori hanno potuto assaggiare e acquistare negli stand espositivi di Corso Statuto e presso la XX Fiera Regionale del Tartufo in Piazza Cesare Battisti e gustare, a pranzo e a cena, a Mangiamac in piazza Santa Maria Maggiore e alle Osterie dei Golosi in Piazza Maggiore. Le Osterie hanno registrato oltre 6000 presenze in tre giorni.

Si sono dimostrate vincenti le collaborazioni con Birropolis, l'evento dedicato alle birre artigianali del territorio, che dal 2016 è entrato a far parte di Peccati di Gola; con la Confraternita dei Cavalieri della Birra Trappista, che ha portato a Mondovì la birra tedesca Birra Weihenstephaner, prodotta dal più antico birrificio del mondo ancora attivo; con le realtà attive sul territorio, quali Confartigianato Cuneo, Confcommercio di Mondovì e l'Associazione Funicolare.

Molto apprezzati i laboratori e le esperienze sensoriali che si sono svolti presso il Centro Espositivo Santo Stefano, nella Sala Gianni Ferrero. In particolare ha segnato il tutto esaurito l'appuntamento *Faccio la pasta… con ingredienti sani*, cooking class per bambini e adulti con l'Accademia dei Sapori e Fabio Bongiorni, in collaborazione con il Pastificio Michelis di Mondovì, Inalpi e produttori di olio liguri. Durante l'incontro i bambini hanno provato l'esperienza di realizzare con le proprie mani la pasta fresca con farine macinate a pietra.

Grande interesse anche per *Naturale in che se senso?* l'esperienza

sensoriale guidata dalla Condotta Slow Food Monregalese Cebano Alta Val Tanaro e Pesio e Maria Cristina Crucitti, *The Cheese Storyteller*, in cui i partecipanti, divisi in cinque postazioni sensoriali, sono stati coinvolti in un "gioco" per stimolare l'uso dei cinque sensi, creando lo spunto per affrontare un argomento "in pillole" di qualche minuto alla scoperta delle caratteristiche dei formaggi naturali.

Sold out le cene a tema che si sono svolte all'Istituto Giolitti: in particolare, grande apprezzamento per l'appuntamento di sabato 28 *Ezzelino per il Miramonti scende al Giolitti* con Antonio Ietto, Chef del Ristorante Ezzelino del Miramonti di Frabosa Soprana.

Inoltre, gli studenti dell'Istituto, di ogni classe e di ogni indirizzo, sono stati impegnati per i tre giorni di Peccati di Gola su diversi fronti: dall'accoglienza dei visitatori all'uscita della funicolare, ai laboratori, alle viste guidate visite ai siti di interesse storico e artistico di Mondovì Piazza.

L'appuntamento con la prossima edizione di Peccati di Gola & Fiera Regionale del Tartufo è per il 2018, dall'1 al 4 novembre.

30 OTTOBRE - UNIONEMONREGALESE

Mondovì: 30 mila peccatori nel girone della... Gola

La fiera gastronomica si chiude col successo: presto la riunione per pianificare il 2018. Qualche disagio per la chiusura di corso Statuto.

30/10/2017 di **Marco Turco**

La formula diffusa di Peccati di Gola per le vie e le piazze della città, con l'ingresso gratuito, conquista anche quest'anno pubblico ed espositori. La manifestazione ha quasi raggiunto, nei tre giorni, i 30 mila visitatori totali, registrando presenze da tutto il Piemonte, dalla Liguria, dalla Lombardia e anche dalla Francia. Un pubblico ampio e attento alla ricerca delle tipicità locali che dimostra, ancora una volta, come Peccati di Gola sia un appuntamento enogastronomico irrinunciabile non solo per i monregalesi. Valorizzare le eccellenze del territorio e promuovere la cultura agroalimentare e le bellezze artistiche della città si è confermato un connubio vincente.

Peccati di Gola 2017: l'anno di Melaviglia (FOTO)

Disagi per la chiusura di corso Statuto

Inevitabile qualche disagio per la lunga chiusura (cinque giorni: dalla sera di mercoledì 25 a lunedì 30 ottobre) di corso Statuto, in centro a Breo. Durante tutte le giornate, e in particolare sabato mattina con la presenza del mercato, si sono accumulate lunghissime code in viale Vittorio Veneto e via Aldo Moro. Disagi in qualche misura "attesi": «Ringrazio in particolare i cittadini - afferma il

sindaco -: speriamo che il successo di pubblico ottenuto possa costituire un adeguato risarcimento dei sacrifici sopportati per consentire lo svolgimento in sicurezza di un evento che ha confermato le potenzialità turistiche della nostra città».

Il sindaco: "Siamo molto soddisfatti"

«Siamo davvero soddisfatti per l'esito dell'edizione 2017 di Peccati di gola, la prima di un nuovo corso caratterizzato da un ritorno ai principi ispiratori dell'appuntamento di spicco dell'autunno monregalese – commentano il sindaco Paolo Adriano e il Vicesindaco e Assessore alle Manifestazioni Luca Olivieri – Il gradimento del pubblico, che ha partecipato numeroso alla manifestazione, premia la scelta organizzativa effettuata, con un crescente coinvolgimento del tessuto economico locale ed un omaggio alla tradizione agricola. Ottima è stata, in particolare, la risposta dei cittadini all'area Melaviglia, novità fortemente voluta dall'amministrazione comunale, in accordo con Alfiere, per consolidare il rapporto con il territorio, attraverso la creazione di una vetrina delle tante eccellenze locali. Uno spazio nato per consentire ai visitatori di incontrare direttamente i produttori, dialogare con loro, farsi raccontare tempi e modalità di lavoro, scoprendo validi motivi per tornare a trovarci durante tutto l'anno. Per questo risultato siamo grati agli organizzatori, agli espositori, ai tanti partner locali. Stiamo già lavorando per l'edizione 2018: a giorni è prevista una riunione con Alfiere, finalizzata a valorizzare gli aspetti positivi di questa edizione, integrandoli con le nuove idee emerse in corso d'opera e con i tanti suggerimenti pervenuti dai cittadini e dai visitatori».

I visitatori hanno apprezzato il percorso creato dalle aree tematiche, alla scoperta degli scorci più suggestivi e caratteristici, e hanno passeggiato con entusiasmo per le vie e le piazze della città, dal Rione Breo a Piazza Maggiore. Lo dimostrano anche i dati della funicolare, che ha registrato più di 7500 mila passaggi nei primi due giorni di evento.
I veri protagonisti della manifestazione sono stati i prodotti tipici del territorio, che i visitatori hanno potuto assaggiare e acquistare negli stand espositivi di Corso Statuto e presso la XX Fiera Regionale del Tartufo in Piazza Cesare Battisti e gustare, a pranzo e a cena, a Mangiamac in piazza Santa Maria Maggiore e alle Osterie dei Golosi in Piazza Maggiore. Le Osterie hanno registrato oltre 6000 presenze in tre giorni.
Si sono dimostrate vincenti le collaborazioni con Birropolis, l'evento dedicato alle birre artigianali del territorio, che dal 2016 è entrato a far parte di Peccati di Gola; con la Confraternita dei Cavalieri della Birra Trappista, che ha portato a Mondovì la birra tedesca Birra Weihenstephaner, prodotta dal più antico birrificio del mondo ancora attivo; con le realtà attive sul territorio, quali Confartigianato Cuneo, Confcommercio di Mondovì e l'Associazione Funicolare.

Molto apprezzati i laboratori e le esperienze sensoriali che si sono svolti presso il Centro Espositivo Santo Stefano, nella Sala Gianni Ferrero. In particolare ha segnato il tutto esaurito l'appuntamento Faccio la pasta… con ingredienti sani, cooking class per bambini e adulti con l'Accademia dei Sapori e Fabio Bongiorni, in collaborazione con il Pastificio Michelis di Mondovì, Inalpi e produttori di olio liguri. Durante l'incontro i bambini hanno provato l'esperienza di realizzare con le proprie mani la pasta fresca con farine macinate a pietra. Grande interesse anche per Naturale in che se senso? l'esperienza sensoriale guidata dalla Condotta Slow Food Monregalese Cebano Alta Val Tanaro e Pesio e Maria Cristina Crucitti, The Cheese Storyteller, in cui i partecipanti, divisi in cinque postazioni sensoriali, sono stati coinvolti in un "gioco" per stimolare l'uso dei cinque sensi, creando lo spunto per affrontare un argomento "in pillole" di qualche minuto alla scoperta delle caratteristiche dei formaggi naturali.
Sold out le cene a tema che si sono svolte all'Istituto Giolitti: in particolare, grande apprezzamento per l'appuntamento di sabato 28 Ezzelino per il Miramonti scende al Giolitti con Antonio Ietto, Chef del Ristorante Ezzelino del Miramonti di Frabosa Soprana. Inoltre, gli studenti dell'Istituto, di ogni classe e di ogni indirizzo, sono stati impegnati per i tre giorni di Peccati di Gola su diversi fronti: dall'accoglienza dei visitatori all'uscita della funicolare, ai laboratori, alle viste guidate visite ai siti di interesse storico e artistico di Mondovì Piazza.
L'appuntamento con la prossima edizione di Peccati di Gola & Fiera Regionale del Tartufo è per il 2018, dall'1 al 4 novembre.

31 OTTOBRE – LA PIAZZA GRANDE

Bilancio positivo per Peccati di Gola e Fiera Regionale del Tartufo

Trentamila forchetta alla mano

La rassegna fra Piazza e Breo ha catturato golosi da ogni parte

La formula diffusa di Peccati di Gola per le vie e le piazze della città, con l'ingresso gratuito, conquista anche quest'anno pubblico ed espositori. La manifestazione ha quasi raggiunto, nei tre giorni, i 30 mila visitatori totali, registrando presenze da tutto il Piemonte, dalla Liguria, dalla Lombardia e anche dalla Francia. Un pubblico ampio e attento alla ricerca delle tipicità locali che dimostra, ancora una volta, come Peccati di Gola sia un appuntamento enogastronomico irrinunciabile non solo per i monregalesi. Valorizzare le eccellenze del territorio e promuovere la cultura agroalimentare e le bellezze artistiche della città si è confermato un connubio vincente.

Siamo davvero soddisfatti per l'esito dell'edizione 2017 di Peccati di gola, la prima di un nuovo corso caratterizzato da un ritorno ai principi ispiratori dell'appuntamento di spicco dell'autunno monregalese – commentano il Sindaco Paolo Adriano e il Vicesindaco e Assessore alle Manifestazioni Luca Olivieri – Il gradimento del pubblico, che ha partecipato numeroso alla manifestazione, premia la scelta organizzativa effettuata, con un crescente coinvolgimento del tessuto economico locale ed un omaggio alla tradizione agricola. Ottima è stata, in particolare, la risposta dei cittadini all'area Melaviglia, novità fortemente voluta dall'amministrazione comunale, in accordo con Alfiere, per consolidare il rapporto con il territorio, attraverso la creazione di una vetrina delle tante eccellenze locali. Uno spazio nato per consentire ai visitatori di incontrare direttamente i produttori, dialogare con loro, farsi raccontare tempi e modalità di lavoro, scoprendo validi motivi per tornare a trovarci durante tutto l'anno. Per questo risultato siamo grati agli organizzatori, agli espositori, ai tanti partner locali. Un ringraziamento particolare va, poi, ai cittadini: speriamo che il successo di pubblico ottenuto possa costituire un adeguato risarcimento dei sacrifici sopportati per consentire lo svolgimento in sicurezza di un evento che ha confermato le potenzialità turistiche della nostra città. Stiamo già lavorando per l'edizione 2018: a giorni è prevista una riunione con Alfiere, finalizzata a valorizzare gli aspetti positivi di questa edizione, integrandoli con le nuove idee emerse in corso d'opera e con i tanti suggerimenti pervenuti dai cittadini e dai visitatori.

I visitatori hanno apprezzato il percorso creato dalle aree tematiche, alla scoperta degli scorci più suggestivi e caratteristici, e hanno passeggiato con entusiasmo per le vie e le piazze della città, dal Rione Breo a Piazza Maggiore. Lo dimostrano anche i dati della funicolare, che ha registrato più di 7500 mila passaggi nei primi due giorni di evento.

I veri protagonisti della manifestazione sono stati i prodotti tipici del territorio, che i visitatori hanno potuto assaggiare e acquistare negli stand espositivi di Corso Statuto e presso la XX Fiera Regionale del Tartufo in Piazza Cesare Battisti e gustare, a pranzo e a cena, a Mangiamac in piazza Santa Maria Maggiore e alle Osterie dei Golosi in Piazza Maggiore. Le Osterie hanno registrato oltre 6000 presenze in tre giorni.

Si sono dimostrate vincenti le collaborazioni con Birropolis, l'evento dedicato alle birre artigianali del territorio, che dal 2016 è entrato a far parte di Peccati di Gola; con la Confraternita dei Cavalieri della Birra Trappista, che ha portato a Mondovì la birra tedesca Birra Weihenstephaner, prodotta dal più antico birrificio del mondo ancora attivo; con le realtà attive sul territorio, quali Confartigianato Cuneo, Confcommercio di Mondovì e l'Associazione Funicolare.

Molto apprezzati i laboratori e le esperienze sensoriali che si sono svolti presso il Centro Espositivo Santo Stefano, nella Sala Gianni Ferrero. In particolare ha segnato il tutto esaurito l'appuntamento Faccio la pasta... con ingredienti sani, cooking class per bambini e adulti con l'Accademia dei Sapori e Fabio Bongiorni, in collaborazione con il Pastificio Michelis di Mondovì, Inalpi e produttori di olio liguri. Durante l'incontro i bambini hanno provato l'esperienza di realizzare con le proprie mani la pasta fresca con farine macinate a pietra. Grande interesse anche per Naturale in che senso? l'esperienza sensoriale guidata dalla Condotta Slow Food Monregalese Cebano Alta Val Tanaro e Pesio e Maria Cristina Crucitti, The Cheese Storyteller, in cui i partecipanti, divisi in cinque postazioni sensoriali, sono stati coinvolti in un "gioco" per stimolare l'uso dei cinque sensi, creando lo spunto per affrontare un argomento "in pillole" di qualche minuto alla scoperta delle caratteristiche dei formaggi naturali.

Sold out le cene a tema che si sono svolte all'Istituto Giolitti: in particolare, grande apprezzamento per l'appuntamento di sabato 28 Ezzelino per il Miramonti scende al Giolitti con Antonio Ietto, Chef del Ristorante Ezzelino del Miramonti di Frabosa Soprana. Inoltre, gli studenti dell'Istituto, di ogni classe e di ogni indirizzo, sono stati impegnati per i tre giorni di Peccati di Gola su diversi fronti: dall'accoglienza dei visitatori all'uscita della funicolare, ai laboratori, alle viste guidate visite ai siti di interesse storico e artistico di Mondovì Piazza.

L'appuntamento con la prossima edizione di Peccati di Gola & Fiera Regionale del Tartufo è per il 2018, dall'1 al 4 novembre.

31 OTTOBRE - QUOTIDIANOPIEMONTESE

Peccati di Gola 2017 e XX Fiera Regionale del Tartufo si chiudono con 30 mila visitatori

30 ottobre 2017 / in Cuneo, Enogastronomia

La formula diffusa di Peccati di Gola per le vie e le piazze della città, con l'ingresso gratuito, conquista anche quest'anno pubblico ed espositori. La manifestazione ha quasi raggiunto, nei tre giorni, i 30 mila visitatori totali, registrando presenze da tutto il Piemonte, dalla Liguria, dalla Lombardia e anche dalla Francia.

Un pubblico ampio e attento alla ricerca delle tipicità locali che dimostra, ancora una volta, come Peccati di Gola sia un appuntamento enogastronomico irrinunciabile non solo per i monregalesi. Valorizzare le eccellenze del territorio e promuovere la cultura agroalimentare e le bellezze artistiche della città si è confermato un connubio vincente.

Siamo davvero soddisfatti per l'esito dell'edizione 2017 di Peccati di gola, la prima di un nuovo corso caratterizzato da un ritorno ai principi ispiratori dell'appuntamento di spicco dell'autunno monregalese – commentano il Sindaco Paolo Adriano e il Vicesindaco e Assessore alle Manifestazioni Luca Olivieri – Il gradimento del pubblico, che ha partecipato numeroso alla manifestazione, premia la scelta organizzativa effettuata, con un crescente coinvolgimento del tessuto economico locale ed un omaggio alla tradizione agricola. Ottima è stata, in particolare, la risposta dei cittadini all'area

Melaviglia, novità fortemente voluta dall'amministrazione comunale, in accordo con Alfiere, per consolidare il rapporto con il territorio, attraverso la creazione di una vetrina delle tante eccellenze locali. Uno spazio nato per consentire ai visitatori di incontrare direttamente i produttori, dialogare con loro, farsi raccontare tempi e modalità di lavoro, scoprendo validi motivi per tornare a trovarci durante tutto l'anno. Per questo risultato siamo grati agli organizzatori, agli espositori, ai tanti partner locali. Un ringraziamento particolare va, poi, ai cittadini: speriamo che il successo di pubblico ottenuto possa costituire un adeguato risarcimento dei sacrifici sopportati per consentire lo svolgimento in sicurezza di un evento che ha confermato le potenzialità turistiche della nostra città. Stiamo già lavorando per l'edizione 2018: a giorni è prevista una riunione con Alfiere, finalizzata a valorizzare gli aspetti positivi di questa edizione, integrandoli con le nuove idee emerse in corso d'opera e con i tanti suggerimenti pervenuti dai cittadini e dai visitatori.

I visitatori hanno apprezzato il percorso creato dalle aree tematiche, alla scoperta degli scorci più suggestivi e caratteristici, e hanno passeggiato con entusiasmo per le vie e le piazze della città, dal Rione Breo a Piazza Maggiore. Lo dimostrano anche i dati della funicolare, che ha registrato più di 7500 mila passaggi nei primi due giorni di evento. L'appuntamento con la prossima edizione di Peccati di Gola & Fiera Regionale del Tartufo è per il 2018, dall'1 al 4 novembre.

I veri protagonisti della manifestazione sono stati i prodotti tipici del territorio, che i visitatori hanno potuto assaggiare e acquistare negli stand espositivi di Corso Statuto e presso la XX Fiera Regionale del Tartufo in Piazza Cesare Battisti e gustare, a pranzo e a cena, a Mangiamac in piazza Santa Maria Maggiore e alle Osterie dei Golosi in Piazza Maggiore. Le Osterie hanno registrato oltre 6000 presenze in tre giorni.

Si sono dimostrate vincenti le collaborazioni con Birropolis, l'evento dedicato alle birre artigianali del territorio, che dal 2016 è entrato a far parte di Peccati di Gola; con la Confraternita dei Cavalieri della Birra Trappista, che ha portato a Mondovì la birra tedesca Birra Weihenstephaner, prodotta dal più antico birrificio del mondo ancora attivo; con le realtà attive sul territorio, quali Confartigianato Cuneo, Confcommercio di Mondovì e l'Associazione Funicolare.

Molto apprezzati i laboratori e le esperienze sensoriali che si sono svolti presso il Centro Espositivo Santo Stefano, nella Sala Gianni Ferrero. In particolare ha segnato il tutto esaurito l'appuntamento Faccio la pasta... con ingredienti sani, cooking class per bambini e adulti con l'Accademia dei Sapori e Fabio Bongiorni, in collaborazione con il Pastificio Michelis di Mondovì, Inalpi e produttori di olio liguri. Durante l'incontro i bambini hanno provato l'esperienza di realizzare con le proprie mani la pasta fresca con farine macinate a pietra.

Grande interesse anche per Naturale in che se senso? l'esperienza sensoriale guidata dalla Condotta Slow Food Monregalese Cebano Alta Val Tanaro e Pesio e Maria Cristina Crucitti, The Cheese Storyteller, in cui i partecipanti, divisi in cinque postazioni sensoriali, sono stati coinvolti in un "gioco" per stimolare l'uso dei cinque sensi, creando lo spunto per affrontare un argomento "in pillole" di qualche minuto alla scoperta delle caratteristiche dei formaggi naturali.

Sold out le cene a tema che si sono svolte all'Istituto Giolitti: in particolare, grande apprezzamento per l'appuntamento di sabato 28 Ezzelino per il Miramonti scende al Giolitti con Antonio Ietto, Chef del Ristorante Ezzelino del Miramonti di Frabosa Soprana. Inoltre, gli studenti dell'Istituto, di ogni classe e di ogni indirizzo, sono stati impegnati per i tre giorni di Peccati di Gola su diversi fronti: dall'accoglienza dei visitatori all'uscita della funicolare, ai laboratori, alle viste guidate visite ai siti di interesse storico e artistico di Mondovì Piazza.

31 OTTOBRE - TARGATOCN

Saluzzo, Emporio solidale Caritas, primo compleanno di un esperimento riuscito

La festa sabato con autorità, il vescovo Cristiano Bodo, ospiti e volontari. Concerto nella cappella del seminario. Grande buffet preparato dalle volontarie

Il vescovo Cristiano Bodo e i volontari dell'Emporio solidale Caritas

Sabato, 28 ottobre si è festeggiato il compleanno, il primo, dell' Emporio della solidarietà Caritas, in piazza Vineis 11 (nell'ex seminario maggiore di San Nicola) inaugurato nel novembre del 2016, da monsignor Giuseppe Guerrini.

Presente il nuovo vescovo **Cristiano Bodo,** alla festa che ha visto il ritrovo e il concerto (a cura dell'Apm) nella cappella dell'ex seminario con volta e affreschi del Morgari (1905): una sorpresa per i numerosi presenti. Sono stati applaudi interpreti del momento musicale il soprano di origine ungherese **Magda Koczka** e **Pino Russo** alla chitarra acustica nel programma "Contaminazioni da Monteverdi a Mina".

Il loro ultimo brano è stato dedicato da **don Beppe Dalmasso,** direttore Caritas ad Aurelio Todde, deceduto la settimana scorsa: *"Era un validissimo nostro volontario, come dell'associazione Papa Giovanni e dell'Emporio"*. Dopo i saluti ad autorità (in prima fila il sindaco **Calderoni**

e il consigliere regionale **Allemano**) e invitati, il direttore Caritas ha ricordato i caratteri distintivi del market di solidarietà situato al piano terreno del complesso (in locali concessi in uso gratuito da don Bergia).

"Un modo diverso di fare carità. Qui non si consegna la borsa con i prodotti, ma sono le persone in difficoltà a poter scegliere cosa serve loro sugli scaffali. La stanza più importante è però quella all'ingresso, riservata all'accoglienza che dà ascolto alle persone che arrivano qui, metà italiani, metà stranieri".

"*Esperimento riuscito* - ha sottolineato **Spirito Gallo**, referente dell'iniziativa, nel bilancio del primo anno di attività. Nell'emporio solidale, gestito da una trentina di volontari non si paga con denaro, bensì scalando il valore della merce dal credito assegnato agli aventi diritto dal Centro Ascolto diocesano, sull' apposita tessera.

E' aperto due volte la settimana e serve ad oggi 159 persone. I prodotti di prima necessità dall' olio alla pasta a prodotti per l'igiene personale, vengono forniti per il 60 per cento dal Banco alimentare, da aziende del territorio (Rivoira frutta, Albertengo, Granda Zuccheri, Galfrè antipasti, inalpi, Mercatò, il pane da Maccagno (Pagno) e Rattalino (Saluzzo) e vengono acquistati grazie a donazioni di privati.

Anche il libro del canonico Giovanni Gisolo "Il Seminario di Saluzzo dalle sue origini" distribuito ai presenti ha implementato la cassa acquisti con offerte libere. Come da copione nei compleanni, un ricco buffet preparato dal gruppo di volontarie, ha chiuso il ritrovo.

31 OTTOBRE – TARGATOCN

Progetto Ferrero Fossano Albania: il grazie di Confapi Cuneo

Un grande successo per il convegno

A epilogo della straordinaria conferenza internazionale celebrata in Cassa di risparmio a Fossano, il mondo delle piccole e medie imprese intende esprimere plauso e gratitudine al presidente Beppe Ghisolfi e alle istituzioni pubbliche intervenute a sostegno del progetto del giornalista Alessandro Zorgniotti che porterà alla creazione di vie, siti turistici e noccioleti didattici alla memoria di Michele e Pietro Ferrero in città Albanesi.

"La sana internazionalizzazione, intesa come presidio commerciale e ove necessario anche produttivo di mercati esteri, a partire da quelli di prossimità a noi vicini, è una condizione essenziale a evitare i fenomeni di deindustrializzazione e delocalizzazione e a proseguire piani di investimento nei territori di origine in Italia", commenta il presidente di Confapi Cuneo **Pierantonio Invernizzi**: *"Siamo stati lieti di collaborare con la Cassa di risparmio di Fossano come sponsor dell'evento. Ferrero, con cui ci onoriamo di collaborare come Inalpi, è una realtà di prestigio mondiale capace di favorire distretti diffusi di piccole e medie imprese creando occasioni di lavoro a tutti i livelli. Valorizzare il nome di Michele e Pietro all'estero, anche in forma di intitolazioni e dediche, significa portare fuori dai nostri confini un modello di tradizione, innovazione e sostenibilità di cui cerchiamo di farci concreti interpreti ogni giorno promuovendo una cooperazione virtuosa con banche e Governi centrali e locali"*.

Aggiunge il vicepresidente **Giuseppe Rossetto**, intervenuto alla conferenza fossanese: *"È stato un vero piacere per me rappresentare la Confapi di Cuneo e la Unionalimentari Italiana presieduta da Antonio Casalini, a Fossano. Come ho avuto modo di ribadire nel corso del mio intervento, le piccole e medie imprese per crescere hanno bisogno del traino delle grandi e Ferrero ha creato questa virtuosa integrazione. È importantissimo, poi, che i comuni di Tirana e di Lezha abbiano scelto di estendere la titolazione anche a Pietro Ferrero, figlio di Michele, autore di grandi intuizioni poi divenute realtà"*. Conclude **Paolo Cantelmi**, Presidente di Unionmeccanica, neonata federazione all'interno di Confapi provinciale: *"Sono stato felice di partecipare al convegno fossanese dedicato a Ferrero. Il settore metalmeccanico ha contribuito e intende contribuire ulteriormente allo sviluppo produttivo del comparto agroalimentare e le tecnologie consentono di rispondere alla domanda del mercato globale senza pregiudicare qualità e artigianalità"*. Conclude Alberto Rizzo, vicepresidente del Credito cooperativo di Cherasco: *"L'adesione del mondo articolato e variegato delle piccole imprese a Fossano è la dimostrazione del ruolo di collante e calamita svolto da quegli istituti di credito che hanno saputo mantenere la territorialità come fattore costitutivo. Incoraggiare la proiezione estera della aziende medio-piccole significa aiutarle anche sui mercati interni"*.

1 NOVEMBRE - LANGHEROEROMONFERRATO

FOSSANO, SI CONCRETIZZA IL PROGETTO ALBANIA CON LA CREAZIONE DI VIE DEDICATE A MICHELE E PIETRO FERRERO E NOCCIOLETI DIDATTICI

Redazione - 30 Ottobre 2017

0 1

A epilogo della straordinaria conferenza internazionale celebrata **in Cassa di risparmio a Fossano** ***(nella foto di Tommy Chiarella)***, il mondo delle piccole e medie imprese intende esprimere plauso e gratitudine al **presidente Beppe Ghisolfi e alle istituzioni pubbliche** intervenute a sostegno del progetto **del giornalista Alessandro Zorgniotti** che porterà alla creazione di vie, siti turistici e noccioleti didattici **alla memoria di Michele e Pietro Ferrero** in città albanesi.

"La sana internazionalizzazione, intesa come presidio commerciale e ove necessario anche produttivo di mercati esteri, a partire da quelli di prossimità a noi vicini, è una condizione essenziale a evitare i fenomeni di deindustrializzazione e delocalizzazione e a proseguire piani di

investimento nei territori di origine in Italia", commenta **il presidente di Confapi Cuneo, Pierantonio Invernizzi**: *"Siamo stati lieti di collaborare con la Cassa di risparmio di Fossano come sponsor dell'evento. Ferrero, con cui ci onoriamo di collaborare come Inalpi, è una realtà di prestigio mondiale capace di favorire distretti diffusi di piccole e medie imprese creando occasioni di lavoro a tutti i livelli. Valorizzare il nome di Michele e Pietro all'estero, anche in forma di intitolazioni e dediche, significa portare fuori dai nostri confini un modello di tradizione, innovazione e sostenibilità di cui cerchiamo di farci concreti interpreti ogni giorno promuovendo una cooperazione virtuosa con banche e Governi centrali e locali"*.

Aggiunge **il vicepresidente Giuseppe Rossetto**, intervenuto alla conferenza fossanese: *"È stato un vero piacere per me rappresentare la Confapi di Cuneo e la Unionalimentari Italiana presieduta da Antonio Casalini, a Fossano. Come ho avuto modo di ribadire nel corso del mio intervento, le piccole e medie imprese per crescere hanno bisogno del traino delle grandi e Ferrero ha creato questa virtuosa integrazione. È importantissimo, poi, che i comuni di Tirana e di Lezha abbiano scelto di estendere la titolazione anche a Pietro Ferrero, figlio di Michele, autore di grandi intuizioni poi divenute realtà"*.

Conclude **Paolo Cantelmi, Presidente di Unionmeccanica,** neonata federazione all'interno di **Confapi** provinciale: *"Sono stato felice di partecipare al convegno fossanese dedicato a Ferrero. Il settore metalmeccanico ha contribuito e intende contribuire ulteriormente allo sviluppo produttivo del comparto agroalimentare e le tecnologie consentono di rispondere alla domanda del mercato globale senza pregiudicare qualità e artigianalità"*.

Conclude Alberto Rizzo, **vicepresidente del Banca di Credito Cooperativo di Cherasco**: *"L'adesione del mondo articolato e variegato delle piccole imprese a Fossano è la dimostrazione del ruolo di collante e calamita svolto da quegli istituti di credito che hanno saputo mantenere la territorialità come fattore costitutivo. Incoraggiare la proiezione estera della aziende medio-piccole significa aiutarle anche sui mercati interni"*.

2 NOVEMBRE – CARLOZUCCHETTI.IT

HOME SAPESSE CONTESSA RICETTE BERE IL DOMENICALE NOTIZIE IN TUSCIA EVENTI I VIDEO CON IL CAPPELLO
LA TUSCIA DEL VINO LA TUSCIA DELL'EVO LE GUIDE DEI VINI LE GUIDE DEI RISTORANTI LE GUIDE DEGLI EVO
TRAVOLTI DA UN INSOLITO APERITIVO SEGNALAZIONE EVENTI CONTATTI

I Ristoranti de L'Espresso: i premiati

C'è abbastanza Tuscia nella guida I Ristoranti de L'Espresso 2018. Ad iniziare da due prestigiosissimi Cappelli d'Oro riservato ai nuovi classici.

Cappello d'oro:
Caino di Montemerano:
Vissani di Baschi.

2 Cappelli:
La Parolina Acquapendente.

1 Cappello:
I Sette Consoli Orvieto:
La Posta Vecchia The Cesar Ladispoli.

Segnalati:

CALENDARIO EVENTI E DEGUSTAZIONI

<< Ott 2017 >>

L	M	M	G	V	S	D
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

Loc. Salcinella snc
01025 Grotte di Castro (VT)
Tel. 0763 796117
ccorav@ccorav.it
www.ccorav.it

Codivin
SUPPORTO & CONSULENZA VITIVINICOLA

GRAFICA ALTO LAZIO
S.S. Cassia Km 93.650
01027 Montefiascone (VT)
info@graficaltolazio.it

Agriturismo Il Casaletto
Strada Grottana, 9
01100 Grotte Santo Stefar
Tel. 0761 367077
Cel. 338 9760016
ilcasaletto@tin.it
www.ilcasaletto.it

Premio Lilia
Per Il Giovane dell'anno: Davide Caranchini Materia di Cernobbio (Co)

Premio Coca Cola
Per La Novità dell'anno:
Borgo Egnazia Due Camini Fasano (Br);
Il Portico di Appiano Gentile (Co)

Premio My Chef
Per La Performance dell'anno:
Bros di Lecce
Osteria Arborina di La Morra (Cn)

Premio Pommery
Per Il Piatto dell'anno: La Tana Gourmet di Asiago (Vi)

Premio Barone Pizzini
Per Le Trattorie dell'anno:
Trippa di Milano
Punto Officina del Gusto di Lucca
Damiani E Rossi di Porto San Giorgio

Premio Vite Colte
Per Le Enotavole dell'anno:
Macù di Agrate (Mb)
M'Ama Storie & Sapori di Bergamo
La Mascareta di Venezia

Premio Terra Moretti
Per La Cucina di Pesce dell'anno: Pascucci al Porticciolo di Fiumicino
Premio Kitchen Aid
Per L'Innovazione in Cucina: Del Cambio di Torino

Premio Contadi Castaldi
Per La Cucina Etnica dell'anno: Wicky's Wicuisine Seafood di Milano

Premio De Cecco
Per La Pasta dell'anno: Hotel Eden La Terrazza di Roma

Premio Riso Scotti
Per Il Risotto dell'anno: Lido 84 di Gardone Riviera

Premio Inalpi
Per Il Carrello di Formaggi dell'anno: Miramonti L'altro di Concesio (Bs)

Premio Domori
La Pasticceria dell'anno:La Pergola – Rome Cavalieri di Roma

Premio Lavazza
Per Il Caffè dell'anno: Mudec di Milano

Premio Sella & Mosca
Per La Valorizzazione del Made in Italy in Cucina: Antica Corona Reale di Cervere

Premio Podere Forte
Per Il Ristorante Sostenibile:Hotel Rosa Alpina St. Hubertus di Badia

2 NOVEMBRE – CORRIERE DI SALUZZO

MORETTA

Premiati i formaggi Inalpi

MORETTA - Nuovo riconoscimento per l'azienda Inalpi, questa volta alla 40° edizione della guida "Ristoranti d'Italia dell'Espresso 2018", che raccoglie i migliori ristoranti della penisola, suddivisi per regione, svoltasi mercoledì 19 ottobre presso la stazione Leopolda di Firenze. Il premio speciale consegnato all'azienda morettese era denominato "Carrello di Formaggi dell'Anno", ed è stato ottenuto grazie al percorso fatto dall'Azienda con l'avvio della produzione di formaggi DOP piemontesi ed al connubio con la cultura gastronomica italiana. In particolare nello spazio espositivo allestito dall'Inalpi, sono state effettuate oltre mille degustazioni da parte di esperti del settore per apprezzare i formaggi DOP piemontesi prodotti nel caseificio di Peveragno da latte 100% alpino e 100% piemontese.

2 NOVEMBRE – LA PROVINCIA GRANDA

I più e i meno dell'edizione appena conclusa – La scelta di corso Statuto chiusa sotto analisi

"Peccati di gola 2017": domenica affollata, venerdì e sabato "da rivedere"

MONDOVI' – Partiamo da un presupposto: "Peccati di Gola" è una manifestazione che Mondovì deve tenersi stretta e non deve perdere... per strada. La kermesse del gusto ha radici profonde nella città e nel Monregalese. È ormai nella tradizione degli eventi segnati sul calendario di migliaia di persone. La formula che l'ha portata, dall'anno scorso, per le vie del centro storico dev'essere meglio rodata, ma la strada è, pare, quella giusta. Analizzare i motivi per i quali tra venerdì e sabato i visitatori non sono stati molti sarà utile, per gli organizzatori (Comune e la ditta Alfiere) per capire dove migliorare. Domenica c'era "il pubblico di Peccati" anche se non si sono raggiunti i numeri degli anni scorsi. La folla del giorno festivo è stata molto soddisfacente per tutti, ma abbiamo qualche dubbio (permetteteceIo) sui numeri forniti dagli organizzatori e "Peccati" l'abbiamo vissuta in ogni momento del weekend: 30 mila persone ci paiono un numero troppo generoso per l'edizione 2017. Bastava fare quattro chiacchiere con gli espositori (una sessantina, si può fare di più per il prossimo anno), per registrare un po' di preoccupazione. La "soluzione corso Statuto chiuso" ha registrato si e no, ma, del resto, a Mondovì è una costante: contenti e scontenti si misurano sempre più o meno sullo stesso numero. L'area di esposizione, con corso Statuto, si è notevolmente allargata creando un effetto "dilatato". Occorre stabilire se questo effetto fa bene o fa male all'evento: Peccati non è la Fiera di Primavera. Alcuni commercianti, proprio in corso Statuto, hanno lamentato la visione della "schiena" dei gazebi che fa da tappo rispetto all'esercizio: info utili per il 2018. Azzeccata l'ascelta dei giochi tradizionali per i bimbi in via Beccaria, fascino senza tempo per la splendida giostra in piazza Roma.

Se la sera di sabato la grande area food con tavoli di piazza Maggiore ha fatto il pienone, per contro piazza Santa Maria Maggiore, a Breo, ha funzionato meno con una sorta di "fuggi fuggi" generale intorno alle 20 della serata prefestiva. Peccato, poteva essere una buona valvola di sfogo rispetto alle casse imballate della Mondovì alta. Ha funzionato ed è piaciuta la Peccati di Gola card, le cene all'Alberghiero sono sempre un "piatto forte", i palati fini vorrebbero una maggior presenza di veri prodotti locali, accanto, comunque, ad alcune eccellenze "forestiere" di indubbio valore.

Insomma il bilancio è positivo, con qualche cosa da mettere a posto. Una nota: l'iniziativa "Melaviglia" (con il Comizio Agrario e la valorizzazione della Garzegna), questa sì del tutto nuova dell'amministrazione Adriano, è stata molto apprezzata e le frittelle di mele sono andate a ruba. Attenzione alla scelta del fine settimana giusto: la prossima edizione è già annunciata dall'1 al 4 novembre 2018. Partecipata anche l'iniziativa lanciata da alcuni commercianti: zucche arancioni stile Halloween un po' dappertutto, una bella nota di colore. La penuria di tartufi bianchi non ha aiutato il settore dei trifolau sempre pronti, però a rispondere alle sollecitazioni degli appassionati, anche con il momento della "cerca" in piazza Battisti.

GLI ORGANIZZATORI COMMENTANO

«Siamo davvero soddisfatti per l'esito dell'edizione 2017 di Peccati di gola, la prima di un nuovo corso caratterizzato da un ritorno ai principi ispiratori dell'appuntamento di spicco dell'autunno monregalese – commentano il sindaco Paolo Adriano, il vicesindaco e l'assessore alle Manifestazioni Luca Olivieri – Il gradimento del pubblico, che ha partecipato numeroso alla manifestazione, premia la scelta organizzativa effettuata, con un crescente coinvolgimento del tessuto economico locale ed un omaggio alla tradizione agricola. Ottima è stata, in particolare, la risposta dei cittadini all'area Melaviglia, novità fortemente voluta dall'amministrazione comunale, in accordo con Alfiere, per consolidare il rapporto con il territorio, attraverso la creazione di una vetrina delle tante eccellenze locali. Uno spazio nato per consentire ai visitatori di incontrare direttamente i produttori, dialogare con loro, farsi raccontare tempi e modalità di lavoro, scoprendo validi motivi per tornare a trovarci durante tutto l'anno. Per questo risultato siamo grati agli organizzatori, agli espositori, ai tanti partner locali. Un ringraziamento particolare va, poi, ai cittadini: speriamo che il successo di pubblico ottenuto possa costituire un adeguato risarcimento dei sacrifici sopportati per consentire lo svolgimento in sicurezza di un evento che ha confermato le potenzialità turistiche della nostra città. Stiamo già lavorando per l'edizione 2018: a giorni è prevista una riunione con Alfiere, finalizzata a valorizzare gli aspetti positivi di questa edizione, integrandoli con le nuove idee emerse in corso d'opera e con i tanti suggerimenti pervenuti dai cittadini e dai visitatori».

I LABORATORI DEL GUSTO

Molto apprezzati i laboratori e le esperienze sensoriali che si sono svolti presso il Centro Espositivo Santo Stefano, nella Sala Gianni Ferrero. In particolare ha segnato il tutto esaurito l'appuntamento Faccio la pasta... con ingredienti sani, cooking class per bambini e adulti con l'Accademia dei Sapori e Fabio Bongiorni, in collaborazione con il Pastificio Michelis di Mondovì, Inalpi e produttori di olio ligure. Durante l'incontro i bambini hanno provato l'esperienza di realizzare con le proprie mani la pasta fresca con farine macinate a pietra. Grande interesse anche per Naturale in che se senso? l'esperienza sensoriale guidata dalla Condotta Slow Food Monregalese Cebano Alta Val Tanaro e Pesio e Maria Cristina Crucitti, The Cheese Storyteller, in cui i partecipanti, divisi in cinque postazioni sensoriali, sono stati coinvolti in un "gioco" per stimolare l'uso dei cinque sensi, creando lo spunto per affrontare un argomento "in pillole" di qualche minuto alla scoperta delle caratteristiche dei formaggi naturali.

g.sca.

2 NOVEMBRE – NUOVA GAZZETTA DI SALUZZO

TORINO-CAGLIARI 150 bambini del Morevilla accolti da Cairo prima del posticipo di Serie A

Baby calciatori saluzzesi in campo all'Olimpico

MORETTA Notte da campioni per oltre centocinquanta ragazzi della scuola calcio Morevilla, ragazzini dai 5 ai 15 anni di Moretta e di tanti paesi limitrofi, che hanno avuto l'onore di sfilare all'Olimpico di Torino domenica sera, poco prima della gara di campionato Torino-Cagliari. I piccoli calciatori del Morevilla, da quest'anno diventato Toro Academy, accompagnati da allenatori e dirigenti, hanno calcato il palcoscenico del grande stadio, accolti dal presidente del Torino Urbano Cairo in persona, prima di accomodarsi in tribuna e assistere alla gara che ha segnato il ritorno in campo del centravanti della nazionale Andrea Belotti e il ritorno al successo del Torino.

A fine gara i ragazzi sono stati applauditi dal terzino dei granata, Emiliano Moretti, che ha scelto di non festeggiare la vittoria sotto la curva Maratona ma di lanciare ai baby calciatori morettesi la sua maglietta.

Foto di gruppo per tutti i piccoli calciatori davanti allo stabilimento Inalpi (sponsor del Morevilla) prima della partenza

I ragazzi del Morevilla "in campo" all'Olimpico

3 NOVEMBRE – FORMAGGI & CONSUMI

Inalpi, una Milk Fest per raccontare l'azienda

Ringraziare i collaboratori e non solo. Presentare le novità e i progetti futuri, fra cui i 18 milioni di euro di investimenti previsti. A Moretta, il 31 agosto, 1.000 persone per una cena molto speciale.

Moretta (Cn), 31 agosto. Va in scena l'oramai tradizionale Milk Fest organizzata da Inalpi per ringraziare e radunare attorno a sé tutte le persone che contribuiscono, quotidianamente e con impegno, al successo aziendale. Un appuntamento importante, fisso e informale, pensato per ringraziare e festeggiare ma, soprattutto, per raccontare l'evoluzione dell'azienda.

Una festa che aiuta a conoscere e analizzare gli obiettivi raggiunti, ma anche a dare carica e rinnovare l'entusiasmo per quelli futuri.

L'evento

In una struttura allestita appositamente si sono ritrovate più di 1.000 persone, sedute intorno a tavole apparecchiate con cura, che il menù dello chef stellato Giampiero Vivalda e del suo staff, hanno reso indimenticabili e sontuose.

Tra i partecipanti erano presenti anche i rappresentanti del mondo politico locale, regionale e nazionale, di quello militare e religioso, che hanno espresso soddisfazione per l'operato di Inalpi e incoraggiato i presenti a proseguire nel percorso intrapreso, vero esempio virtuoso di industria piemontese, che realizza utili ma ne fa beneficiare il territorio e la comunità a cui appartiene.

Il discorso di Ambrogio Invernizzi

La serata è stata aperta dal discorso del presidente di Inalpi, Ambrogio Invernizzi, che ha evidenziato quanto l'impegno di tutti i partecipanti – dipendenti, allevatori, clienti, fornitori, ma anche autorità e amici – contribuisca alla produzione e diffusione di prodotti giusti buoni e sicuri che salvaguardano e valorizzano il latte alpino piemontese. "Non esiste vento favorevole per il marinaio che non sa a quale porto approdare", ha esordito Invernizzi. Spiegando che nel credo aziendale si è tutti su un'unica barca: produttori latte, cooperative di raccolta, fornitori, dipendenti, azionisti, comunità nelle quali Inalpi opera, clienti e consumatori. Tutti desiderano una filiera buona, giusta e sicura, ma l'azienda di Moretta vuole realizzare questa missione con un forte senso pratico. "Siamo convinti che 'l'ottimo è nemico del meglio', per questo è necessario migliorarsi ogni giorno". L'intervento del presidente si è soffermato sulle parole chiave: la forza, il coraggio, l'impegno, il patto e il cuore di Inalpi analizzate punto per punto.

Forza, coraggio, impegno, patto e cuore: le parole chiave della serata

La forza di Inalpi, ha spiegato Invernizzi, è data proprio dai partecipanti alla Milk Fest, parte di una grande famiglia, uniti dalla filiera alpina piemontese e da obiettivi e valori solidi. "Il coraggio, invece, è riassunto perfettamente dai 18 milioni di euro di investimenti previsti, a Moretta (Cn), per migliorare e innovare lo stabilimento, che sarà dotato di un nuovo impianto di cogenerazione, capace di ridurre l'impatto ambientale, di un impianto di cristallizzazione del burro, essenziale per il suo utilizzo nell'industria dolciaria, di una nuova confezionatrice per sacchetti da 1 Kg e 500 grammi di latte in polvere e di nuovi magazzini, cui si aggiungerà l'ampliamento degli uffici". I lavori sono già in corso e la ricaduta positiva sul territorio è scontata.

"Coraggiosa è stata però anche la costituzione di Latterie Alpine, ha aggiunto Invernizzi, "unico soggetto" in Italia formato dall'unione di azienda privata e cooperativa". Senza dimenticare il successivo acquisto dello stabilimento di Peveragno, che produce i Dop piemontesi (toma Piemonte, raschera e bra d'alpeggio), e una nuova linea di formaggi fusi e cagliata per mozzarella, interamente prodotti con latte alpino piemontese. Sempre nel caseificio di Peveragno è avviata la produzione della nuova linea Inalpi. Già in distribuzione le Fettealpine, prodotte con la toma e con latte alpino piemontese, il burro alpino piemontese, con panna di centrifuga, e il latte in polvere scremato e intero in confezioni da 1 Kg, primo e unico realizzato unicamente con latte alpino piemontese. A breve sarà inoltre lanciato sul mercato il primo prodotto bio di Latterie Inalpi: i Formaggini, prodotti con latte bio alpino piemontese, che rappresentano un prodotto fortemente legato al territorio ma anche alla qualità e all'eticità.

L'impegno di Inalpi per una maggiore diffusione del latte della filiera alpina piemontese è stato notevole, spiega il presidente. E per questo l'azienda ha partecipato a numerose fiere di settore, nazionali e internazionali: Bologna, Parma, ma anche Londra, Parigi e Amsterdam. Entro fine anno, i prodotti Inalpi saranno presenti a Cheese a Bra e voleranno a Dubai e Monte Carlo.

A settembre sarà inoltre creata la prima succursale estera: la "Inalpi de France", che avrà l'obiettivo di far apprezzare ai cugini d'Oltralpe i prodotti della filiera del latte alpino piemontese. Moltissime sono state anche le iniziative legate alla comunicazione, che hanno sostenuto questo impegno. "Il patto Inalpi è ciò che l'azienda restituisce al territorio. Con i dipendenti è stato reso effettivo l'accordo sindacale siglato lo scorso anno, che mostra una particolare attenzione alle problematiche familiari e alla formazione dei dipendenti. Con i produttori latte Inalpi applica, da ben sette anni, un prezzo indicizzato per il latte, frutto di un protocollo trasparente, messo a punto dall'Università di Piacenza e sottoscritto dalle parti, che ha creato un rapporto di fiducia, oltre all'applicazione di regole precise e distintive".

Da quest'anno Inalpi si è impegnata in corsi di formazione dedicati proprio al mondo dell'allevamento. Intenso è stato anche l'impegno aziendale in iniziative sociali, sfociato in 94 importanti interventi. Ultimo punto toccato dal presidente Invernizzi, ma non meno importante, è il cuore Inalpi rappresentato dai fondatori dell'azienda che hanno saputo trasmettere, alla generazione attuale, l'attaccamento e l'amore per il lavoro, ma anche quello per il territorio su cui reinvestire quanto ottenuto. "Lo stesso cuore vive anche nei prodotti Inalpi".

Alice Realini

Un momento della cena, con lo sale gremito

Ambrogio Invernizzi, presidente dell'azienda, saluta gli ospiti

NELL'ALLEGATO FORMAGGI & TECNOLOGIE, DA PAGINA XII A XIV, **SPECIALE BURRO:** TUTTE LE NUOVE TECNOLOGIE APPLICATE ALLA PRODUZIONE

SPECIALE BURRO

Prezzi alle stelle in tutta Europa. Produzione in calo. Consumi stagnanti, in Italia. Dove il consumo pro capite è sceso del 5,8%, nell'anno terminante ad agosto 2017. Sempre più premiata la componente di servizio. In vetrina le offerte delle aziende.

A cura di Alice Realini

Il mercato mondiale del burro non si ferma, sul fronte dei prezzi, registrando aumenti continui ormai da mesi.

Ma, al tempo stesso, le vendite al consumo, in Italia, appaiono in costante calo, nonostante la netta riabilitazione di questo alimento da parte del mondo scientifico e della classe medica, che non smette di invitare al consumo di burro. Per comprendere questa situazione apparentemente schizofrenica, Assocaseari ha organizzato, insieme alla squadra di analisti del mercato di Ciai.it, un incontro di approfondimento sul burro, che si è tenuto il 6 settembre, a Soresina (Cr), nella sede di Latteria Soresina, secondo produttore di burro in Italia, per quote di mercato a valore (dati Iri, At agosto 2017), dopo Parmareggio, in una classifica che vede la terza posizione occupata da Lactalis Italia.

L'incontro è stata l'occasione per fare il punto su produzione, prezzi, disponibilità di materia prima e anche sui consumi domestici, grazie all'intervento di Francesco Biella, client manager Iri.

Il mercato mondiale: domanda e offerta

Sono ormai diversi mesi che la corsa al rialzo dei prezzi del burro non si ferma. La principale causa di questo complesso quadro, che preoccupa i produttori del settore e anche quelli del dolciario, chiamati a fare i conti con una costosa materia prima, è la diminuzione della produzione di latte in Europa. Il combinato disposto del basso prezzo del latte alla stalla in Ue, nel 2016, e del conseguente, tardivo, improvvido intervento della commissione europea finalizzato alla riduzione della produzione, con contributi al mondo allevatoriale, hanno prodotto la situazione attuale, con cronica carenza di materia prima destinata alla produzione di burro.

E' sufficiente un dato: nei primi sei mesi del 2017, in Ue-28, la raccolta di latte ha fatto registrare un calo del 5,6%, dopo che il 2016 si era chiuso con una crescita complessiva del 2,4%. L'equazione è semplice: meno latte, meno Smp (e anche qui c'è lo zampino dell'Ue, che ha gravato il mercato di vecchia polvere di latte scremato, ritirata sempre per intervenire sul prezzo), meno burro. La produzione di formaggi, nell'Ue, non ha infatti subito rallentamenti, a differenza di quella delle polveri scremate, prodotto complementare al burro che si ottiene con le panne scremate dal latte. A questo quadro, europeo e mondiale, si aggiungono poi i maggiori consumi in alcuni paesi, in particolare Russia, Cina e Messico, che hanno aggravato la carenza di prodotto sul mercato. In altri mercati, come ad esempio quello cinese, si assiste invece ad un altro spostamento dei consumi: quello dal burro alla panna, un prodotto che sta prendendo sempre più piede grazie alla facilità d'uso in cucina e alla maggior comprensione delle sue caratteristiche e dei suoi possibili impieghi.

Basti pensare che la domanda mondiale, tra gennaio e giugno 2017, è cresciuta del 24,80%. Il solo export dall'Ue è aumentato del 27,3%. Le prime tre destinazioni? Cina, Corea del Sud e Arabia Saudita. Sul piatto, per il futuro, vi sono anche altri temi spinosi.

Autunno e inverno sono i periodi di maggiori vendite di burro, sia al consumo che come ingredienti, a cominciare ovviamente dai dolci natalizi. Se dalla Nuova Zelanda, sulla piattaforma Gdt, a settembre si è visto un incremento dell'offerta di burro, non altrettanto sembra profilarsi nel Vecchio Continente. Dove i magazzini dello stoccaggio di burro sono, o appaiono, completamente vuoti.

C'è poi un'altra questione, di lungo periodo: quando l'Uk uscirà dalla Ue, dove acquisterà il burro? Il forte timore è che l'Europa possa perdere un importante compratore a tutto vantaggio della Nuova Zelanda, da cui gli inglesi potrebbero acquistare burro senza dazi grazie al commonwealth.

Il calo dei consumi interni

In Europa, nel suo complesso, sta aumentando il consumo di burro, così come negli Stati Uniti dove, a partire dalle produzioni industriali, questo prodotto sta soppiantando i grassi vegetali.

In generale, nella gran parte dei paesi del mondo i consumi pro capite appaiono in crescita. E in Italia? Il quadro è tutt'altro che roseo: il consumo di burro pro capite, spiega Francesco Biella di Iri, è calato del 5,8% nell'anno terminante ad agosto 2017. (...)

segue a pagina 60

segue da pagina 59

(...) Segno più solo a valore (+1,1%), per effetto dell'aumento dei prezzi del burro a casa della scarsità di prodotto: il prezzo medio, al chilo, è cresciuto infatti del 7,3%. In forte calo anche la pressione promozionale (-3,9%), probabilmente anche a causa della mancanza di volontà di investire sul burro da parte del mercato. Ma si registra, come sostengono alcuni, un travaso in favore del burro, dal mondo dei grassi vegetali? "I nostri dati non mostrano un passaggio di consumi dalla margarina verso i grassi animali", spiega Biella. Anzi, la margarina, nel 2017, appare in lento recupero nei consumi (+1,9%). Ad essere premiata è l'innovazione in ambito salutistico, con l'utilizzo, ben evidenziato sulle confezioni, degli Omega 3, a ulteriore dimostrazione che i consumatori sono particolarmente sensibili alle promesse salutistiche, ancora di più se accompagnate dalla componente di servizio.

Un caso emblematico è quello dell'olio di palma. Tutto il polverone mediatico che si è scatenato intorno a questo grasso vegetale, messo all'indice per supposti (e mai accertati) danni alla salute e all'ambiente, non ha portato alcun incremento complessivo dei mercati interessati, su tutti il dolciario, ma invece ad un travaso dei consumi dai prodotti 'con' a quelli 'senza olio di palma'. Ed è stata senza dubbio una grande opportunità per le aziende che hanno cavalcato l'onda, visto che, sul piano dei prezzi, gli incrementi hanno raggiunto il 15%.

Componente di servizio e formati: l'analisi di Iri

L'analisi Francesco Biella di Iri si è soffermata anche sui formati di vendita e sul contenuto di servizio. Se, in generale, i dati appaiono in negativo, si evidenziano alcuni risultati positivi e si confermano trend di vendita. Sul piano dei formati, continuano a registrare cali le grosse pezzature, mentre le performance migliori sono appannaggio di 125 e 250 grammi, i prodotti più venduti. Quanto al packaging, cresce del 4,8% la lattina e del 5,1% le porzioni hotel, mentre il panetto cede il 5,9% e la vaschetta addirittura il 10,2%. "Tutti dati che suggeriscono che il consumatore premi in modo particolare la componente di servizio", spiega Biella.

Il rapporto fra grassi e prezzo del latte

Oggi il burro incide per il 7,52% sul prezzo del latte alla stalla, spiegano gli analisti di Clal.it. Ma il rapporto fra grassi e quotazioni del latte non si esaurisce con questo calcolo. Anzi, il contenuto di grassi è una fra le cause di questo boom dei prezzi del burro. Nel 2017, nel bilancio totale del settore lattiero europeo, mancano ben 127 tonnellate di burro a causa della carenza di grassi nel latte. E questo contribuisce all'aumento del prezzo del burro.

A determinare questa situazione, spiega Angelo Rossi di Clal.it, è stato il basso prezzo del latte alla stalla nel 2016, che ha spinto gli allevatori verso una diversa alimentazione delle vacche. La cui conseguenza è l'abbassamento del tenore di grassi nel latte. Resta da capire, ora, quanto tempo occorrerà perché si possa tornare a un maggior contenuto di grassi nel latte. E, forse, varrebbe la pena anche fare una riflessione sui premi che vengono assegnati per la qualità del latte. Il mercato mondiale, infatti, appare sempre più orientato a remunerare di più la parte grassa del latte rispetto a quella proteica ma, fino ad oggi, questo non si è tradotto in un diverso pagamento agli allevatori.

Le previsioni per i prossimi mesi

Accadrà quello che deve accadere, verrebbe da dire per transi d'impaccio. Fare previsioni in questo quadro, con i mercati extra Ue che continuano a cambiare la composizione del loro paniere di acquisti, per i prodotti lattiero caseari, è davvero arduo.

Secondo le analisi di Clal, fra settembre 2017 e febbraio 2018 l'export di materia grassa resterà sostenuto mentre il prezzo del burro in Ue-28 subirà un leggero calo nei primi mesi del nuovo anno anche se, nel complesso, i prezzi resteranno sostenuti. Questo anche perché i consumi e le esportazioni di formaggi crescono e, di conseguenza, ci sarà meno materia grassa disponibile per produrre il burro.

E SUI BANCHI DEL RETAIL?

Il mercato del burro, secondo i dati Iri, ha sviluppato nell'ultimo anno nella distribuzione moderna circa 37mila tonnellate, a volume, per un fatturato di 294 milioni di euro, con cali a volume e a valore. Le oltre 20 milioni di famiglie acquirenti evidenziano una frequenza d'acquisto stabile (7,5 atti all'anno) e una spesa media nei 12 mesi attorno ai 15 euro per famiglia, ma mostrano un calo dell'acquisto medio per atto del 1'1,4%. Nel primo semestre 2017 il mercato conferma la performance negativa a volume, -6,7%, ma riprende a crescere a valore grazie all'aumento prezzi a scaffale, determinati dall'incremento del costo della materia prima.

La quasi totalità della categoria, circa il 95% delle referenze, è rappresentata dal burro classico. La reale segmentazione continua ad essere basata sui formati; le referenze più alto vendenti sono quelle che garantiscono battute di cassa inferiori o convenienza in termini di rapporto euro/kg.

L'ampliamento dell'offerta legata al benessere e alle intolleranze alimentari è stato significativo negli ultimi anni, anche se si tratta, in verità, di nicchie di mercato, che non superano lo sbarramento del 5% dei consumi complessivamente. Rientrano in questa categoria: il burro a ridotto tenore di grasso, quello alleggerito, a ridotto contenuto di colesterolo, il chiarificato, il salato, il biologico. Seppur con un peso nel mercato del burro ancora marginale (1,8% a volume e 2,6% a valore), il segmento del delattosato ha raddoppiato i suoi volumi negli ultimi tre anni e cresce a doppia cifra, con oltre 1,6 milioni di famiglie acquirenti.

BRAZZALE

www.brazzale.com

BRAND GAMMA: Burro delle Alpi, Alpilatte, Brazzale, Gran Moravia, Burro Superiore Fratelli Brazzale, Paesanella

Brazzale, azienda nata nel 1784, lega la sua storia proprio a quella del burro, con la realizzazione del primo burrificio industriale a Zanè, in provincia di Vicenza, già agli inizi del 1900. Particolarmente profondo l'assortimento di burri, di affioramento e centrifuga, sia classici che premium, disponibili in svariati formati, da 6 grammi a 25 Kg. Oggi il burrificio Brazzale produce e confeziona burro in oltre 200 marchi, realizzati per industria e Gdo-Do. Importante anche l'incidenza della private label sul fatturato, che supera il 60%.

Referenze disponibili
Monodose 10 grammi in vaschetta
Panetti da 125, 250, 500 e 1.000 grammi

Prodotti per Horeca e Industria
Blocchi da 5 e 25 chilogrammi
Porzioni hotel: 6 grammix250 (1.500 gr), 8 grammix125 (1.000 grammi), 10 grammix91 (910 grammi), 50 grammix20 (100 grammi). Possono essere confezionate in bibite; secondo le esigenze del cliente.

Tipologia di confezionamento
Incarti e vaschette

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing

BURRO DELLE ALPI
La cura per le materie prime e la lavorazione sono le caratteristiche di questo burro, che si distingue per il sapore dolce, lieve e delicato e un aroma gradevole, frutto di una tradizione antica, di passione e del supporto delle più moderne tecnologie. Su tutte le confezioni di Burro delle Alpi è stampigliato un codice, che sfruttando la tecnologia Qr code, consente di visualizzare su qualsiasi smartphone diverse brevi clip, in cui il professor Pier Luigi Rossi, medico specialista in scienza dell'alimentazione, spiega in maniera chiara, semplice e completa tutte le qualità nutrizionali del burro, le sue caratteristiche, gli importanti benefici sulla salute e sul metabolismo.

BURRO SUPERIORE FRATELLI BRAZZALE
Confezionato in modo artigianale nel formato da 200 grammi, è un burro dalle caratteristiche eccezionali, ottenuto da freschissima panna di centrifuga, zangolata entro 24 ore dalla mungitura del latte. Ogni aspetto è stato studiato con cura: dalla scelta della materia prima, al suo trasporto, dalla centrifugazione, alla maturazione della crema, dalla burrificazione, al confezionamento per il consumo. Il Burro Fratelli Brazzale vanta l'84% di materia grassa, ed è realizzato esclusivamente con il latte di un'unica stalla, direttamente controllata dai tecnici Brazzale. Sprigiona tutto il meglio delle sue eccellenti caratteristiche consumato a crudo.

ALPILATTE, BRAZZALE, GRAN MORAVIA, PAESANELLA
Prodotti tradizionali, caratterizzati da qualità costante, attenzione alle materie prime e al prodotto, lavorato con cura nel burrificio dell'azienda. Ogni burro realizzato vanta una propria ricetta, esclusiva Brazzale, nella quale i fermenti giocano un ruolo importante. Ideali per l'uso in cucina.

TARGET DI RIFERIMENTO
Consumatore attento, curioso e informato; appassionati di cucina, operatori della ristorazione

Canali di destinazione
Gd, Do, Discount, Industria, Grossisti, Horeca, Normal trade

Incidenza burro sul fatturato
30%

Trend vendite 1° semestre 2017
In crescita

Quota export
35%

Prodotto più venduto
Burro delle Alpi, panetto da 250 grammi

FORMAGGI & CONSUMI
Mensile
Data 10-2017
Pagina 59/64
Foglio 3 / 6

PARMAREGGIO

www.parmareggio.it

BRAND GAMMA: Parmareggio

Negli ultimi anni l'azienda ha concentrato importanti risorse nello sviluppo del Burro Parmareggio, con un allargamento di gamma in grado di soddisfare i bisogni dei consumatori. La referenza principale in assortimento, sul mercato da anni, è il Burro Parmareggio da 200 grammi, affiancato dal formato da 100 grammi e in seguito dal 400 grammi. Formati pensati per soddisfare le esigenze attuali del consumatore, che cerca grammature ridotte e bassa battuta di cassa, oppure formati che permettono un maggiore risparmio. Infatti, il primo è stato pensato in una logica di servizio per chi ha un consumo basso e meno frequente di burro, il secondo invece per chi vuole unire qualità del prodotto ad un prezzo euro/kg più conveniente, grazie alla pezzatura grande.

Prodotti per Horeca e Industria

Monoporzioni per hotel e bar; formati da 500 grammi e da 1 Kg per il canale professionale e per l'industria.

Tipologia di confezionamento

Carta pergamenata accoppiata politene.

Dal punto di vista di imballi, incarti e confezioni l'azienda è alla continua ricerca di soluzioni che permettano di ridurre al minimo l'impatto ambientale e che producano il minor numero di scarti destinati allo smaltimento.

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing

Parmareggio ha cercato di innovare in questo mercato puntando sulla provenienza della materia prima. Il parmigiano viene prodotto con il latte intero della mungitura della mattina e con il latte scremato della mungitura della sera. Sono le panne provenienti da tale affioramento, ed esclusivamente queste, naturali e pregiate, che vengono utilizzate per la produzione del Burro Parmareggio.

Ed è sulla provenienza e sui valori nutrizionali che l'azienda ha puntato come elemento innovativo, per differenziare il prodotto dai burri tradizionali.

Lo stretto contatto con i fornitori permette un accurato monitoraggio della filiera produttiva, mentre controlli qualitativi attenti ed accurati durante le fasi di burrificazione e confezionamento, nello stabilimento produttivo di Modena, permettono di mantenere sempre un alto livello di sicurezza e qualità alimentare.

Novità

Burro Parmareggio senza lattosio, dedicato a tutti coloro che hanno difficoltà a digerire questo zucchero. Attraverso un particolare processo di lavorazione, infatti, il lattosio viene scisso nei suoi componenti più facilmente assimilabili glucosio e galattosio. Il burro senza lattosio mantiene le caratteristiche di qualità e di gusto del resto della gamma Parmareggio, ed è anch'esso prodotto con le panne dei caseifici delle provincie di Modena, Parma e Reggio Emilia, che regalano un sapore unico e un gusto delicato e cremoso.

Target di riferimento

In generale, il responsabile d'acquisto di Parmareggio è rappresentato dalle famiglie italiane.

Canali di destinazione

Gdo (87%), normal trade (4%), Horeca (4%), cash&carry (3%), discount (2%).

Incidenza burro sul fatturato

30% sul fatturato totale dei prodotti a marchio.

Trend vendite 1° semestre 2017

Le risorse dedicate a questa categoria e il supporto a livello di comunicazione hanno permesso a Parmareggio di raggiungere importanti risultati di vendita, consentendo al brand di diventare azienda leader di questo mercato, con una quota a progressivo 2017 dell'8,6% a volume e dell'8,2% a valore. Nel dettaglio, sono 6,1 milioni le famiglie che acquistano Parmareggio, concentrate al Nord Ovest e con una presenza di figli di ogni età. Da evidenziare la crescita degli acquirenti fedeli: una famiglia su due riacquista il brand. La leadership di Parmareggio nel mercato del burro è da attribuirsi, prevalentemente, alle performance della referenza da 200 grammi, la più consolidata, che supera le 1.700 tonnellate all'anno, seguita da quella da 100 grammi, che cresce sia nell'anno terminante sia a progressivo, rispettivamente del +1,6% e del +9,2%. (Fonte: Iri Distr. Moderna - Dati At - Progr. al 02/07/2017 - Nielsen market summary at marzo 2017 - dati interni progr. giugno).

Quota export e paesi di destinazione

Il Burro Parmareggio, nato principalmente per il mercato interno, ha suscitato un crescente interesse in particolare da parte dei paesi del centro-est Europa, soprattutto in paesi come Germania, Austria e Polonia.

Prodotto più venduto

Burro Parmareggio da 200 grammi.

BEPPINO OCCELLI

www.occelli.it

BRAND GAMMA: Beppino Occelli "con il calco della mucca", Beppino Occelli "con il calco delle stelle alpine"

Referenze disponibili

Burro Beppino Occelli "con il calco della mucca": 125, 250 e 500 grammi.

Burro Beppino Occelli "con il calco delle stelle alpine": 100 e 200 grammi.

Prodotto per Horeca e Industria

Blocco burro Beppino Occelli 3 Kg.

Tipologia di confezionamento

Il confezionamento e la lavorazione dei panetti con i tradizionali calchi vengono eseguiti a mano.

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing

Il burro Beppino Occelli è prodotto con le migliori panne di centrifuga scremate da latte rigorosamente italiano. Il suo sapore delicato di panna, frutto di oltre 40 anni di ricerca, stupisce anche i palati più esigenti. La lavorazione dei classici panetti con i tradizionali calchi, che rappresentano alcuni simboli della montagna, rendono il burro anche bello da vedere.

Target di riferimento

Responsabile acquisto 35-54 anni

Canali di destinazione

Gdo, normal trade, Horeca.

Prodotto più venduto

Burro Beppino Occelli calco mucca 125 grammi.

FATTORIE FIANDINO

www.fattoriefiandino.it

BRAND GAMMA: 1889

Burri di centrifuga di sole panne piemontesi, riposate oltre 72 ore.
Referenze disponibili
Burro 1889 da 100, 200, 500 grammi e da 5 Kg
Burro 1889 salato, con sale integrale delle marine Culcasi di Trapani (Presidio Slow Food), da 100 e 200 grammi e nel formato da 5 Kg
Prodotti per Horeca e Industria
5 e 25 Kg, sia per Burro 1889 sia per Burro 1889 salato, con sale integrale delle marine Culcasi di Trapani (Presidio Slow Food)
Tipologia di confezionamento
Carta politenata con rivetti di sicurezza per il 100, 200 e 500 grammi. Busta termosaldata per il 5 e 25 Kg.
Peso medio/Pezzature
100, 200, 500 grammi; 5 e 25 Kg.
Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
La lavorazione a centrifuga e il lungo tempo di riposo delle panne conferiscono al Burro 1889 una rotondità ed una purezza di gusto assoluti. L'origine del latte, certificata 100% da stalle piemontesi, è un'ulteriore garanzia di qualità ed etica nei confronti dei piccoli produttori locali. Eccezionale resa nell'utilizzo in pasticceria ed alta cucina.
Novità
Panetto da 500 grammi specifico per le preparazioni domestiche di alta cucina e pasticceria, impreziosito dalle ricette di Diego Crosara, campione del mondo di pasticceria e maestro dell'Associazione nazionale pasticceri italiani.
Target di riferimento
Chef, pasticceri d'elite, foodies, consumatori gourmet.
Incidenza burro sul fatturato
30%
Trend vendite 1° semestre 2017
+100%

LATTERIE VICENTINE

www.latterievicentine.it

BRAND GAMMA: Latterie Vicentine

Burro prodotto con panne derivanti dalla lavorazione dei formaggi dell'azienda
Referenze disponibili
125, 250, 500 e 1.000 grammi
Prodotti per Horeca e Industria
1.000 grammi
Tipologia di confezionamento
Panetto carta politenata
Novità
A breve la gamma sarà ampliata con il burro blu da 125 grammi
Canali di destinazione
Grande distribuzione, normal trade
Incidenza burro sul fatturato
2,5%
Trend vendite 1° semestre 2017
+13,1 %
Prodotto più venduto
Panetto da 250 grammi

LATTERIE INALPI

www.inalpi.it

BRAND GAMMA: Latterie Inalpi

Burro da panna fresca di centrifuga, studiato per gli usi domestici, professionali e dell'industria. Alta qualità della materia prima impiegata per soddisfare le esigenze di consumatori ed acquirenti attenti alle caratteristiche organolettiche e all'origine del prodotto.
Referenze disponibili
Burro chiarificato da panna fresca di centrifuga
Burro tradizionale da panna fresca di centrifuga
Burro Alpino piemontese da panna fresca di centrifuga
Prodotti per Horeca e industria
Burro chiarificato e in bulk. Da 250 gr, 20 Kg, 25 Kg full truck
Tipologia di confezionamento
Panetto, bulk, truck
Peso medio/Pezzature
125 gr, 250 gr, 1 Kg, 20 Kg, 25 Kg full truck
Caratteristiche e plus marketing
Prodotti ottenuti esclusivamente da panna fresca di centrifuga alpina. Con origine tracciata e certificata, spendibile da parte dei clienti utilizzatori industriali anche come messaggio di comunicazione sul pack di prodotto.
Novità
Burro Alpino piemontese da panna fresca di centrifuga, in panetto da 125 gr
Canali di destinazione
Retail, Horeca, industrie
Incidenza burro sul fatturato
30% circa
Trend vendite 1° semestre 2017
In crescita
Export, paesi di destinazione
Germania, Belgio, Repubblica Ceca, Sud Africa, Cina
Prodotto più venduto
Burro da panna fresca di centrifuga

SANGUEDOLCE

www.sanguedolce.com

BRAND GAMMA: Noncé

La gamma Noncé è stata ideata dall'azienda per soddisfare le esigenze dei consumatori intolleranti al lattosio che non vogliono rinunciare al piacere di prodotti freschi e gustosi.
Referenze disponibili
Burro senza lattosio
Tipologia di confezionamento
In carta e in vaschetta.
Pezzature
125 grammi e vaschetta da 5 Kg
Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Il burro Noncé è una sostanza grassa alimentare con un contenuto di lattosio inferiore allo 0,1%. Il lattosio, zucchero naturalmente presente, viene sciso in due zuccheri (glucosio e galattosio) facilmente assimilabili dall'organismo. E' un prodotto particolarmente indicato per i soggetti che mostrano un'intolleranza al lattosio.
Canali di destinazione
Gdo, Horeca, Normal trade

MEGGLE

www.meggle.it

BRAND GAMMA: Fiore Bavarese

Materie prime di alta qualità, passione ed esperienza. Sono questi gli elementi che da sempre Meggle combina per creare l'originale burro tedesco, preparato solo ed esclusivamente dalla prima panna del latte, secondo i dettami della tradizione Meggle risalente al 1887. Che si tratti di assaporare il burro nel gusto classico, leggermente salato, nelle specialità alle erbe e con il tartufo o nella versione senza lattosio, il burro Meggle rimane una garanzia per cucinare. Prodotto versatile, da accompagnare ad ogni tipo di ingrediente, per preparazioni dolci o salate.
Referenze disponibili
Burro Fiore Bavarese tradizionale: 250, 125 e 100 grammi (in monoporzioni da 16,7 gr ciascuna)
Burro Fiore Bavarese leggermente salato: 125grammi e senza lattosio da 125 grammi
Burro con le erbe: 100 grammi (5 porzioni da 20 gr.) e rotolo da 125 grammi
Burro con il tartufo: vasetto da 80 grammi
Prodotti per Horeca e Industria
Burro in blocchi: 5 e 10 Kg
Burro in monoporzioni: vaschette da 8 o 10 grammi, confezionato in stagnola da 10 grammi.
Rosette surgelate di burro tradizionale o leggermente salato.
Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Il burro è prodotto esclusivamente per centrifuga dalla prima panna del latte, che viene lasciata riposare per oltre 16 ore così da garantire al Fiore Bavarese un'eccezionale cremosità e un sapore inconfondibile. Meggle inoltre gode di un know how unico, essendo stata fondata nel lontano 1887, in Baviera, da Josef Anton Meggle.
Eventuali novità
Rilancio della linea burro completa sotto il brand Fiore Bavarese che sarà a scaffale a dicembre 2017
Incidenza burro sul fatturato
20% (Meggle Italia)
Trend vendite 1° semestre 2017
+4% a volume, nonostante il mercato consumer sia in calo.
Prodotto più venduto
Fiore Bavarese 250 grammi.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LUIGI GUFFANTI FORMAGGI 1876

www.guffantiformaggi.com

BRAND GAMMA: Luigi Guffanti 1876, Burro Valle Antigorio

Il burro Luigi Guffanti 1876 è prodotto da panna acidificata. E' inoltre disponibile, nella gamma dell'azienda, anche il burro conservato in acqua, normale e salato. A marchio Valle Antigorio, infine, è disponibile il burro di montagna.

Referenze disponibili
Burro di panna acidificata: 125, 250 e 5.000 grammi
Burro in acqua: 150 grammi
Burro in acqua salato: 150 grammi
Burro Valle Antigorio: 250 grammi

Prodotti per Horeca e industria
Pezzature e tipologia dei burri dell'azienda Luigi Guffanti 1876 sono ideali sia per il canale Horeca sia per l'industria.

Caratteristiche e plus marketing
BURRO DI PANNA ACIDIFICATA:
Il segreto di questo burro è l'acidificazione della panna ottenuta per centrifugazione del latte, attraverso l'aggiunta di microrganismi selezionati questo permette di ottenere un prodotto con caratteristiche superiori, non solo per quanto riguarda l'aroma e il sapore, ma anche sotto il profilo della spalmabilità.
BURRO IN ACQUA:
Burro caratterizzato dalla selezione di panna (ottenuta per centrifugazione del latte) e dalla successiva fermentazione, mediante l'aggiunta di microrganismi selezionati. Successivamente, il burro ottenuto viene stampato a mano come una volta e inserito in acqua. Questo processo naturale - il burro nasce nell'acqua fresca - permette di ottenere e mantenere un burro sempre fresco, ottimo da consumare a crudo.
BURRO VALLE ANTIGORIO:
L'origine della panna, ottenuta per centrifugazione del latte, che arriva da animali di montagna, per lo più vacche brune, è l'ingrediente segreto di questo burro.

Target di riferimento
Consumatori alla ricerca di un burro di personalità ed alte rese.

Trend vendite 1° semestre 2017
In positivo

Quota export
Circa il 50%

LATTEBUSCHE

www.lattebusche.com

BRAND GAMMA: Burro Lattebusche

Il burro Lattebusche è prodotto solo da panna italiana.

Referenze disponibili
Panetti da 125, 250 e 500 grammi. In gamma anche le referenze Burro tradizionale, in panetto da 250 grammi, e Burro delattosato, nel formato da 200 grammi.

Tipologia di confezionamento
Incarto alluminato (burro classico e tradizionale).
Kraft (burro delattosato)

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
100% panna italiana.

Target di riferimento
Consumatori tradizionali.

Canali di destinazione
Grande distribuzione (45%), dettaglio tradizionale (18%), Horeca (13%), Distribuzione organizzata (12%), punti vendita diretta (12%).

Trend vendite 1° semestre 2017
+8,3%

Prodotto più venduto
Burro classico 250 grammi.

GRA-COM

www.gra-com.it

BRAND GAMMA: Burro Zanasi

Gamma composta da referenze di burro classico e burro biologico, anche Maffatto.

Referenze disponibili
La gamma comprende otto referenze: family (8 grammi x14, in confezione vaschetta da 112 gr complessivi), pezzoni hotel (8 grammi), 125 grammi, 250 grammi, 250 grammi Maffatto, 500 grammi, 1 Kg, pari da 5 e 15 Kg.

Prodotti per Horeca e industria
Burro in monoporzioni hotel (8 gr), pani per industria (5 e 15 Kg) e panetto da 1 Kg per ristoranti

Tipologia di confezionamento
Carta pergamena su macchina automatica.

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
I prodotti a marchio Burro Zanasi sono caratterizzati dall'uso di materie prime di origine esclusivamente italiana, rigorosamente controllate e raccolte ogni giorno e naturalmente a basso contenuto di lattosio.

Eventuali novità
A breve sarà in commercio il Burro Zanasi delattosato per Gdo, Horeca e industria.

Target di riferimento
Ideale per consumatori che prediligono la qualità, senza rinunciare ad un burro genuino e salutare, prodotto artigianalmente come una volta, senza aggiunta di coloranti o conservanti.

Canali di destinazione
Gdo, Horeca, industria

Incidenza burro sul fatturato
80%

Trend vendite 1° semestre 2017
+ 1%

Quota export e paesi di destinazione
8% verso paesi Ue ed extra Ue

Prodotto più venduto
Burro Zanasi 250 grammi Maffatto, specialità dell'azienda.

CASEIFICIO SEPERTINO

www.caseificiosepertino.com

BRAND GAMMA: Caseificio Sepertino, La Baita Piemontese

L'accurata selezione delle materie prime, severamente controllate all'arrivo in azienda, e l'esperienza accumulata in oltre 80 anni di lavoro, garantiscono al consumatore un burro dal sapore di un tempo. Le ricette del Caseificio Sepertino, tramandate gelosamente da quattro generazioni, vengono costantemente migliorate per portare in tavola tutto il buono della terra d'origine, il Piemonte.

Referenze disponibili
Burro di centrifuga, salato, al tartufo, ricetta classica, bio, senza lattosio

Prodotti per Horeca e Industria
Formati da 1, 5, 10 e 25 Kg

Tipologia di confezionamento
Carta politenata con sigillo metallico o colla, a seconda del formato

Pezzature
Burro di centrifuga nel formato da 200 grammi, burro al sale rosa dell'Himalaya 250 grammi, burro miscela classica nei formati 125, 250, 500 e 1000 grammi, burro senza lattosio 250 grammi.

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Artigianalità, eccellente qualità delle materie prime impiegate.

Novità
Burro senza lattosio 250 grammi

Canali di destinazione
Gdo (70%), Horeca (20%), Normal trade (10%)

Incidenza burro sul fatturato
40%

Trend vendite 1° semestre 2017
+45%

Quota export e paesi di destinazione
2% , in Francia, Inghilterra, Australia, Usa

Prodotto più venduto
Burro miscela classica

BOTALLA FORMAGGI

www.botallaformaggi.com

BRAND GAMMA: Il Burro Botalla

Burro tradizionale di pura panna, ricco, aromatico, morbido e saporito, con sentori di erba e pascoli. Viene prodotto artigianalmente solo con selezionate panne fresche di raccolta locale, delle valli piemontesi, derivate dalla scrematura del latte con cui alla Botalla si realizzano i formaggi, come da lavorazione tradizionale biellese. Il suo colore è bianco, con riflessi paglierini, e durante la stagione estiva, quando gli animali si nutrono di fiori ed erbe fresche, al pascolo, tende maggiormente al giallo.

Tipologia di confezionamento
Inserto rivettato

Peso medio/Pezzature
250 grammi

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
100% pregiato latte italiano (origine Piemonte)
Burro tradizionale di pura panna
Produzione artigianale, solo da panne fresche e selezionate di raccolta locale (valli biellesi)
Ideale per il consumo a crudo, grazie alla sua morbidezza. È anche ottimo per gli usi in cucina, sia in ricette dolci sia salate.

Target di riferimento
Consumatori premium, attenti a prodotti di alta qualità, e operatori professionali della ristorazione

Canali di destinazione (con quote di incidenza dei singoli canali)
Gdo, Mdd, Horeca, normal trade

Trend vendite 1° semestre 2017
In crescita

Prodotto più venduto
250 grammi Mdd

BRIMI

www.brimi.it

BRAND GAMMA: Sciaves Brimi; Brimi Bio

Presso Brimi - Centro Latte Bressanone, la produzione di burro segue i dettami delle antiche ricette dell'Alto Adige. La lavorazione delicata del latte crudo permette al burro, disponibile con il marchio tradizionale 'Burro Schabser-Sciaves', di mantenere intatte le caratteristiche naturali e nutrizionali della materia prima. Un sapore unico, delizioso, da gustare al naturale sul pane o da utilizzare in cucina. Come per tutti i prodotti lattiero caseari dell'azienda, anche nella produzione del burro viene utilizzato esclusivamente il latte dei mai altoatesini, che foraggiano il bestiame senza Ogm. Prodotto secondo l'antica tradizione e utilizzando solo panna freschissima dell'Alto Adige, il burro Sciaves è un alimento genuino e nutriente.

Referenze disponibili
Sciaves Brimi: 100 e 250 grammi; 1 Kg
Brimi Bio Burro: 100 grammi

Caratteristiche e plus marketing
Burro di montagna
100% latte dell'Alto Adige
100% senza Ogm
Burro di centrifuga

Canali di destinazione
Gdo, Horeca

Incidenza burro sul fatturato
4%

Trend vendite 1° semestre 2017
Positivo

Prodotto più venduto
Sciaves Brimi nel formato da 250 grammi.

LATTERIA SOCIALE CHIURO

www.latteriachiuro.it

BRAND GAMMA: Burro Valtellina

Burro ottenuto da panna di centrifuga di latte fresco, pastorizzata, di origine italiana. La filiera di produzione garantisce i più alti standard di controllo e di sicurezza.

Pezzature disponibili
125, 250, 500 grammi

Prodotti per Horeca e Industria
Formato da 500 grammi

Confezionamento
Con carta politenata

Caratteristiche del prodotto e plus marketing
Viene prodotto e confezionato in camera bianca, con un innovativo impianto che regala un burro di maggiore qualità, con una shelf life più lunga. Inoltre, il prodotto viene incartato e sigillato mediante ultrasuoni, al posto del classico pirottino. Le nuove confezioni, rivisitate di recente, si presentano con un colco che trova ispirazione nella tradizione e sono firmate una per una.

Target di riferimento
Tutti gli amanti di prodotti di alta qualità

Canali di destinazione
Negozio al dettaglio, Gdo, Horeca

Incidenza burro sul fatturato
8%

Trend vendite 1° semestre 2017
Incremento del 50%

Cheese 2017: scommessa vinta

300mila visitatori hanno affollato gli stand dell'evento di Bra (Cn). Il latte crudo e la battaglia contro i fermenti selezionati il filo conduttore della manifestazione, che si è svolta dal 15 al 19 settembre.

Scommessa vinta: la prima edizione di Cheese riservata ai produttori di formaggi a latte crudo ha ottenuto risultati superiori alle aspettative. Oltre 300mila visitatori hanno assaggiato, degustato e acquistato i formaggi presentati nel corso dei quattro giorni dell'evento di Bra, in provincia di Cuneo, dal 15 al 18 settembre. Lo conferma il presidente di Slow Food Carlo Petrini: "Possiamo già dire che l'undicesima edizione di Cheese è stata la più riuscita. Non solo per i numeri, ma anche per la qualità e la determinazione con cui abbiamo portato avanti la scelta di riservare gli spazi espositivi ai formaggi a latte crudo".

Nonostante i suoi vent'anni, Cheese non dà alcun segno di stanchezza. Anzi, si rinnova costantemente, alzando di volta in volta l'asticella della qualità: il latte crudo e la nuova battaglia contro i fermenti selezionati, la proposta di momenti d'intrattenimento che offrono contenuti anche utili alla vita di tutti i giorni, sono solo alcuni elementi del grande mosaico della manifestazione internazionale più importante dedicata ai formaggi di qualità.

I numeri dei visitatori lo dimostrano. Molti gli ospiti stranieri

Il 50% dei partecipanti agli eventi su prenotazione è arrivato da fuori Italia. Nella Gran Sala dei Formaggi ed Enoteca l'afflusso degli appassionati non italiani è stata considerevole. La Via Lattea di Slow Food con i suoi momenti ludici animati da Circowow è stata frequentata per un 20% da famiglie provenienti dall'estero. Infine, la grande rete di Cheese, fatta oltre che di casari, allevatori e affinatori, anche di esperti, buyer ed estimatori, ha permesso a questa undicesima edizione di superare la soglia dei 50 Paesi dei cinque continenti, dagli Stati Uniti (il Paese focus della manifestazione) a Hong Kong, dall'Iran alla Georgia, dal Sudafrica al Brasile. Tanti i nuovi espositori del Mercato italiano che non si aspettavano di trovare un pubblico così curioso di assaggiare i formaggi e ascoltare i racconti; mentre gli espositori storici, nonostante avessero portato un 20-30% di prodotto in più in degustazione e vendita, hanno finito buona parte delle loro etichette già la domenica sera.

Seguitissimo il programma di conferenze dove si conferma il trend della presenza giovanile di appassionati ai temi e progetti di Slow Food. Tra gli eventi vale la pena citare la tavola rotonda organizzata da Inalpi dal titolo "La filiera del latte alpino piemontese come valore nella distribuzione". All'incontro hanno partecipato: Ambrogio Invernizzi, ad di Inalpi; Mario Gasbarrino, ad di Unes Supermercati; Andrea Olivero, vice ministro alle Politiche agricole; Enrico Scimone, procurement manager Ferrero Industria Dolciaria; Luigi Serra, ad Serra Dolciaria; Guido Gobino, ad Guido Gobino; Delia Revelli, presidente regionale Coldiretti. Il moderatore è stato il nostro direttore, Angelo Frigerio.

Angelo Frigerio

SERGIO ARRIGONI

CASEIFICIO BUSTI

Da sinistra: Chiara Genino e Vania Dori

PEZZETTA

Al centro: Marco Pezzetta

CASEIFICIO ARTIGIANA

CASEIFICIO LA BRUNA

CASEIFICIO PIER LUIGI ROSSO

Da sinistra: Riccardo Delpiano e Riccardo Rosso

CASEIFICIO SEPERTINO

A sinistra: Annamaria Sepertino

CASEIFICIO VAL D'AVETO

Noemi Ventrice

FATTORIE FIANDINO

Marco Dolmasso

GILDO FORMAGGI

A sinistra: Walter Ciresa

CASARRIGONI

LUIGI GUFFANTI 1876

BEPPINO OCCELLI

GRUPPO FORMAGGI DEL TRENTINO

IL CONVEGNO inalpi

Un momento della tavola rotonda organizzata da inalpi dal titolo "La filiera del latte alpino piemontese come valore nella distribuzione". Da sinistra: Angela Frigeria, direttore di Formaggi & Consumi; Dalla Revelli, presidente regionale Coldiretti; Guido Gabina, ad Guido Gabina; Enrico Scimone, procurement manager Ferrero Industria Dolciaria; Andrea Olivero, vice ministro alle Politiche agricole; Luigi Serra, ad Serra Dolciaria; Mario Gasbarrino, ad di Unes Supermercati; Ambrogio Invernizzi, ad di inalpi.

IL FIORINO

Angelo Fiorini e Simone Sargentoni

LATTERIA DI CAMERI

Gianpiero Mellone

3 NOVEMBRE - IDEAWEBTV

Progetto Ferrero Fossano Albania, il grazie di Confapi Cuneo

A epilogo della straordinaria conferenza internazionale celebrata in Cassa di risparmio a Fossano, il mondo delle piccole e medie imprese intende esprimere plauso e gratitudine al presidente Beppe Ghisolfi e alle istituzioni pubbliche intervenute a sostegno del progetto del giornalista Alessandro Zorgniotti che porterà alla creazione di vie, siti turistici e noccioleti didattici alla memoria di Michele e Pietro Ferrero in città Albanesi.

"La sana internazionalizzazione, intesa come presidio commerciale e ove necessario anche produttivo di mercati esteri, a partire da quelli di prossimità a noi vicini, è una condizione essenziale a evitare i fenomeni di deindustrializzazione e delocalizzazione e a proseguire piani di investimento nei territori di origine in Italia", commenta il presidente di Confapi Cuneo Pierantonio Invernizzi: *"Siamo stati lieti di collaborare con la Cassa di risparmio di Fossano come sponsor dell'evento. Ferrero, con cui ci onoriamo di collaborare come Inalpi, è una realtà di prestigio mondiale capace di favorire distretti diffusi di piccole e medie imprese creando occasioni di lavoro a tutti i livelli. Valorizzare il nome di Michele e Pietro all'estero, anche in forma di intitolazioni e dediche, significa portare fuori dai nostri confini un modello di tradizione, innovazione e sostenibilità di cui cerchiamo di farci concreti interpreti ogni giorno promuovendo una cooperazione virtuosa con banche e Governi centrali e locali"*.

Aggiunge il vicepresidente Giuseppe Rossetto, intervenuto alla conferenza fossanese: *"È stato un vero piacere per me rappresentare la Confapi di Cuneo e la Unionalimentari Italiana presieduta da Antonio Casalini, a Fossano. Come ho avuto modo di ribadire nel corso del mio intervento, le piccole e medie imprese per crescere hanno bisogno del traino delle grandi e Ferrero ha creato questa virtuosa integrazione. È importantissimo, poi, che i comuni di Tirana e di Lezha abbiano scelto di estendere la titolazione anche a Pietro Ferrero, figlio di Michele, autore di grandi intuizioni poi divenute realtà"*.

Conclude Paolo Cantelmi, Presidente di Unionmeccanica, neonata federazione all'interno di Confapi provinciale: *"Sono stato felice di partecipare al convegno fossanese dedicato a Ferrero. Il settore metalmeccanico ha contribuito e intende contribuire ulteriormente allo sviluppo produttivo del comparto agroalimentare e le tecnologie consentono di rispondere alla domanda del mercato globale senza pregiudicare qualità e artigianalità"*.

Conclude Alberto Rizzo, vicepresidente del Credito cooperativo di Cherasco: *"L'adesione del mondo articolato e variegato delle piccole imprese a Fossano è la dimostrazione del ruolo di collante e calamita svolto da quegli istituti di credito che hanno saputo mantenere la territorialità come fattore costitutivo. Incoraggiare la proiezione estera della aziende medio-piccole significa aiutarle anche sui mercati interni"*.

5 NOVEMBRE - LANGHEROEROMONFERRATO

EDUCAZIONE FINANZIARIA DI NUOVO PROTAGONISTA TRA FOSSANO, ROMA, TIRANA

Redazione - 04 Novembre 2017

Educazione finanziaria nuovamente protagonista sulle frequenze radiofoniche tra Fossano, Roma e Tirana.

Primo appuntamento domani 5 novembre alle ore 8,30 quando andrà in onda l'intervista su Radio Vaticana a Beppe Ghisolfi, presidente della CR Fossano, a bilancio della Giornata del risparmio del 31 ottobre a Roma in cui il Presidente dell'associazione delle Casse italiane - Acri Giuseppe Guzzetti lo ha pubblicamente elogiato come esempio di educazione finanziaria su tutto il territorio italiano.

Vicepresidente della medesima Acri, Ghisolfi converserà con il redattore radiofonico della Santa Sede, Federico Piana.

Lunedì 6 novembre, invece, l'impegno del Presidente della Cassa di Fossano sarà sottolineato nell'intervista dei giornalisti Artur Nura e Alessandro Zorgniotti al professor Stefano Degli Innocenti per Radio Radicale Albania: al centro della conversazione, il convegno ospitato il 28 ottobre a Fossano dal Presidente Ghisolfi con la coniugazione tra educazione finanziaria e alimentare, i progetti legati ai Noccioleti "Michele e Pietro Ferrero" in Albania, l'esportazione della razza bovina Fassona e i gemellaggi che potranno derivare dai nuovi collegamenti aerei fly Ernest da Cuneo a Tirana.

Il professor Degli Innocenti, elogiando il convegno del 28 ottobre a cui ha partecipato con l'imprenditore Pierfranco Blengini, ha ricevuto in omaggio il Manuale finanziario di Ghisolfi e il Manuale di educazione alimentare targato Inalpi Confapi realizzato dai fratelli Ambrogio e Pierantonio Invernizzi.

5 NOVEMBRE – TARGATOCN

Educazione finanziaria di nuovo protagonista tra Fossano, Roma, Tirana

Domenica 5 il Banchiere fossanese intervistato da Radio Vaticana, mentre lunedì 6 si discuterà di finanza e agroalimentare su Radio Radicale Albania con i Manuali di Ghisolfi e Inalpi

Educazione finanziaria nuovamente protagonista sulle frequenze radiofoniche tra Fossano, Roma e Tirana. Primo appuntamento domenica 5 novembre mattina alle ore 8,30 quando andrà in onda l'intervista su Radio Vaticana al Banchiere fossanese Beppe Ghisolfi, a bilancio della Giornata del risparmio del 31 ottobre a Roma in cui il Presidente dell'associazione delle Casse italiane - Acri Giuseppe Guzzetti lo ha pubblicamente elogiato come esempio di educazione finanziaria su tutto il territorio italiano. Vicepresidente della medesima Acri, Ghisolfi converserà con il redattore radiofonico della Santa Sede, Federico Piana.

Lunedì 6, invece, l'impegno del Presidente della Cassa di Fossano sarà sottolineato nell'intervista dei giornalisti Artur Nura e Alessandro Zorgniotti al professor Stefano Degli Innocenti per Radio Radicale Albania: al centro della conversazione, il convegno ospitato il 28 ottobre a Fossano dal Presidente Ghisolfi con la coniugazione tra educazione finanziaria e alimentare, i progetti legati ai Noccioleti "Michele e Pietro Ferrero" in Albania, l'esportazione della razza bovina Fassona e i gemellaggi che potranno derivare dai nuovi collegamenti aerei fly Ernest da Cuneo a Tirana. Il professor Degli Innocenti, elogiando il convegno del 28 ottobre a cui ha partecipato con l'imprenditore Pierfranco Blengini, ha ricevuto in omaggio il Manuale finanziario di Ghisolfi e il Manuale di educazione alimentare targato Inalpi Confapi realizzato dai fratelli Ambrogio e Pierantonio Invernizzi.