dal **9 APRILE** 2018
al **15 APRILE** 2018

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

10 APRILE – LA PIAZZA GRANDE

COLDIRETTI CUNEO

L'Unione Europea scende in campo contro le pratiche sleali

Contro le pratiche sleali che avvelenano la filiera agricola, la Commissione UE adotterà presto una direttiva che prevede, tra l'altro, l'obbligo di pagamento entro 30 giorni ai fornitori di prodotti alimentari deperibili, il divieto di cancellazione last minute o di modifiche unilaterali e retroattive degli accordi presi. Sicuramente è un passo nella direzione giusta, ma ci vorrà ancora del tempo prima che il provvedimento sia recepito dai singoli Stati e diventi operativo. Dal canto suo, Coldiretti ha messo in campo progetti virtuosi che bloccano sul nascere le speculazioni a danno dei produttori agricoli.

E' un dato di fatto che, per ogni euro speso dai consumatori per l'acquisto di alimenti, meno di 15 centesimi in Italia vanno a remunerare il prodotto agricolo, mentre il resto viene diviso tra l'industria di trasformazione e la distribuzione commerciale, ma questa è soltanto la punta dell'iceberg.

Per eliminare i circoli viziosi e le storture della filiera, è indispensabile riconoscere gli squilibri di reddito e di potere e smettere di alimentarli, prima che generino conseguenze irreparibili.

"In attesa di questo importante provvedimento, Coldiretti, in accordo con le più importanti industrie del comparto alimentare, ha dato vita ad accordi di filiera che danno valore alle produzioni agricole e concretizzato progetti, stroncando comportamenti scorretti a danno degli agricoltori", commentano Bruno Rivarossa e Tino Arosio di Coldiretti Cuneo.

Per ogni euro speso dai consumatori solo meno di 15 centesimi vanno a remunerare il prodotto agricolo

Nella nostra Provincia sono tanti gli esempi concreti: la progettualità sulla "polvere di latte" in collaborazione con la Compral Latte, Inalpi, Ferrero avviata dal 2009 è un modello reale di come si possano sviluppare percorsi virtuosi con una produzione di 1,8 milioni di quintali di latte all'anno che corrispondono al 20% della produzione piemontese.

Per il settore cerealicolo, è vincente la sinergia con il Cap Nord Ovest che sostiene le maggiori produzioni della provincia: mais, frumento tenero, orzo, soia. Anche qui, le cifre indicano volumi importanti: nel 2017 sono stati conferiti al CAP circa 47.000 tonnellate di frumento ed orzo di cui circa 14.000 tonnellate ottenute dai contratti di filiera. Avviati nel 2004, i contratti all'inizio coinvolgevano 25 aziende: oggi sono circa 350 e la superficie coltivata è di 2174 ettari.

All'avanguardia anche la filiera del biologico, che si avvale della preziosa collaborazione con i mulini del territorio: tra le altre, la filiera del farro monococco, avviata in Alta Langa, dà una produzione di circa 2000 quintali certificati biologici.

Concludono Rivarossa e Arosio: "Bene il cambio di passo da parte delle Istituzioni Europee, ma la Coldiretti "del fare" è già andata oltre".

11 APRILE - ALTISSIMOCETO

CARTOLINE DAL 754MO MEETING VG @ RISTORANTE SETA DEL MANDARIN ORIENTAL MILANO EXECUTIVE CHEF ANTON

Sin alla sua attesissima apertura, anteprima assoluta per l'Italia della prestigiosa compagnia dell'hotellerie di lusso, il Mandarin Oriental si è affermato come uno degli hotel più di tendenza della città, ricavandosi un posto di prim'ordine tra i 5 stelle luxury di Milano grazie a un'identità ben precisa e a uno staff di professionisti di altissimo livello. A partire dal ristorante, quella meravigliosa creatura guidata da Antonio Guida, indiscusso fuoriclasse. Due stelle Michelin, guadagnate in soli due anni dall'apertura, il Seta brucia le tappe con la disinvoltura dell'atleta professionista. Qualche perplessità sull'adesione degli Amici Gourmet al nostro abituale appuntamento al ristorante? Un'occhiata al reportage che segue fugherà ogni dubbio. Archivio storico reportage: La squadra Lo staff di cucina Executive Chef: Antonio Guida Executive Sous Chef: Federico Dell'Omarino Pastry Chef: Nicola Di Lena Lo staff di sala Restaurant Manager: Manuel Tempesta Assistant Restaurant Manager: Luis Diaz, Gianluca De Marco Sala e mise en place Il tavolo Il nostro menù personalizzato I nostri Premium Partner di giornata Cadeau Legù per i nostri associati Monica Neri, patron di Legù, con lo chef Antonio Guida Abbinamento Vini Nei meeting utilizziamo i vini messi a disposizione dai nostri Partner. Aperitivo Franciacorta Brut Vintage Collection 2011 Magnum – Ca' del Bosco Brindisi di benvenuto Stuzzichini Qui presentati su piattino Diva SuMisura personalizzato per Viaggiatore Gourmet da Royale Tipologie di stuzzichini: sablé con Caciotta Kremina inalpi e tuille alla curcuma; uovo di quaglia croccante con trio di maionesi; tartelletta con funghi, sedano rapa e acqua di tartufo. Cannolo con crema alla carbonara, uova d'aringa affumicata e fettalpine inalpi Nacho Legù con crema di formaggini inalpi Cracker alla nocciola e chips d'amaranto e riso Pane Tipologie di pane: fatto in casa con farina d'Altamura, grissini stirati a mano all'olio extra vergine d'oliva, burro Bordier dolce e salato alle alghe con burro alpino piemontese inalpi. Piattooo! Gelato ai ricci di mare, sgombro marinato, succo di cozze e salicornia Ostriche con patate, peperoni friggitelli e salsa allo Champagne Langhe Sauvignon 2013 – Marchesi di Grésy Ecco la prossima portata Cavolfiore con salsa al latte di mandorla, succo di yuzu e frutti di mare VG e Ilario Perrot presentano la prossima bottiglia

11 APRILE - NEWSFOOD

EBOOK E LIBRO: 1169 PENE. REG. UE 1169/11, NOTIZIE SUI CIBI, CONTROLLI E SANZIONI BY AVV. DARIO DONG

EBook e libro a cura di Dario Dongo Il regolamento UE 1169/11, Food Information to Consumers, ha finalmente trovato applicazione e regime sanzionatorio in Italia, grazie al decreto legislativo 231/17, in
EBook e libro a cura di Dario Dongo
Il regolamento UE 1169/11, Food Information to Consumers, ha finalmente trovato applicazione e regime sanzionatorio in Italia, grazie al decreto legislativo 231/17, in vigore dal 9 maggio 2018. E l'avvocato Dario Dongo, figura di riferimento nel diritto alimentare europeo, illustra le nuove norme nel suo ultimo eBook "1169 pene. Reg. UE 1169/11, notizie sui cibi, controlli e sanzioni", su https://www.greatitalianfoodtrade.it/libri/1169-pene-e-book-gratuito-su-delitti-e-sanzioni-nel-food.
Etichette alimentari e loro imballi esterni, pubblicità anche su web e social network, registri nei locali di vendita dei prodotti sfusi, ancora registri e menù nei pubblici esercizi, informazione sui prodotti venduti tramite ecommerce, notizie B2B.
Il regolamento UE 1169/11 ha rivoluzionato la disciplina di etichettatura e pubblicità degli alimenti forse più di quanto non ci fossimo accorti. Ed é solo quando gli operatori vengono chiamati a responsabilità, con le sanzioni in chiaro, che si iniziano a fare i conti.
Il campo di applicazione del Food Information Regulation è cosi ampio da includere le collettività che somministrano gli alimenti ai consumatori, perciò anche i bar-pasticceria-gelateria, le pizze al taglio e i fast food, tavole calde e trattorie. Tutti coloro i quali fino a oggi sono spesso rimasti esclusi, di fatto, dalla gran parte degli oneri che invece ricadono sulle industrie e le imprese alimentari.
La responsabilità della GDO https://www.greatitalianfoodtrade.it/etichette/le-responsabilità-della-gdo torna poi alla ribalta, sia nella vendita di alimenti sfusi e preincarti, sia sulle private label. La grande novità è tuttavia rappresentata dal dovere - in capo al distributore - di verificare che anche i prodotti IdM (Industria di Marca) abbiano le etichette in regola. La GDO è perciò chiamata a rispondere della conformità di tutti i prodotti da essa commercializzati, con un livello di diligenza e di perizia professionale, cioè improntati alla miglior scienza ed esperienza.
L'analisi di Dario Dongo è puntuale e precisa, ricca di esempi che sono utili sia agli 1,4 milioni di operatori soggetti alle normative in esame, sia alle autorità del controlli pubblico che dovranno vigilarne l'applicazione. Non mancano tra l'altro i riferimenti alle vibranti denunce che Dongo ha presentato negli ultimi mesi allo IAP e all'Antitrust nei confronti di Amazon https://www.greatitalianfoodtrade.it/consum-attori/amazon-fuorilegge, Sperlari e inalpi https://www.greatitalianfoodtrade.it/consum-attori/fettine-di-latte-pubblicità-ingannevole, e altri ancora.
L'Istituto per l'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) ha già condannato la pubblicità ingannevole delle Galatine https://www.greatitalianfoodtrade.it/consum-attori/galatine-80-latte-falso.
Mentre ancora si attende l'avvio di istruttorie - da parte dell'Autorità guidata da Giovanni Pitruzzella - su entrambi i gravi casi di Amazon, che platealmente viola le regole in esame, e del Milk Sounding https://www.greatitalianfoodtrade.it/consum-attori/milk-sounding-la-parola-all-antitrust perpetrato da varie industrie.
'Non c'è peggior sordo di chi non vuol sentire'.
È con questo antico proverbio che invitiamo tutti alla lettura del nuovo libro di Dario Dongo.
Il download è gratuito, previa registrazione alla newsletter di Great Italian Food Trade https://www.greatitalianfoodtrade.it/contatti, con invito a effettuare una donazione a favore

di Food Allergy Italia.
Chi invece vorrà una copia cartacea con dedica dell'Autore, al costo di 15 + 1,90 spedizione, potrà scrivere a
Contatti

11 APRILE – LA FEDELTA'

Bilancio positivo per la cooperativa nata con il progetto di filiera Inalpi-Ferrero

Compral latte, 50 milioni di fatturato

In due anni il prezzo del latte pagato ai soci è aumentato del 25%

CUSSANIO. Numeri importanti per la Compral latte, la cooperativa nata nell'ambito del progetto di filiera Inalpi-Ferrero (243 aziende associate): il bilancio 2017, portato all'approvazione dell'assemblea dei soci martedì 27 marzo, registra una raccolta pari a un milione e 200 mila quintali che genera un fatturato superiore ai 50 milioni di euro.

Il latte è pagato in media 41 cent al litro.

Tempi positivi, dunque. Lo conferma, con il suo linguaggio colorito, il presidente Tortalla. *"Da oltre un anno non mi arrivano telefonate del tipo: «Che c... fai Raffaele?» Nessuno mi parla delle fatture del vicino di casa...."*. "Ora *tutti vogliono entrare in Compral latte* - aggiunge - *anche quelli che in altri momenti avevano deciso di voltare le spalle alla cooperativa. Ma rientrare non è così semplice"*.

Prezzo alla stalla: 25% in più in due anni

Il prezzo alla stalla, per i soci Compral latte, è aumentato del 25 per cento in due anni, passando da 32,55 a 41 euro.

Un incremento dovuto all'indicizzazione del prezzo, punto forte del progetto di filiera. *"L'aumento del prezzo deriva in parte dai costi di produzione (aumento del fieno, in particolare)* - ha spiegato il responsabile operativo della cooperativa Enrico Della Ferrera - *ma soprattutto dal valore dei prodotti lattiero caseari con alto tenore di grasso (burro, polvere di latte intero) che hanno avuto un'impennata e che si è cercato di far pesare di più nel paniere considerato per il calcolo dell'indice"*.

Il prezzo medio raggiunto dai soci della cooperativa è di 41 centesimi al litro, ma le aziende variano da 39 a 43, in rapporto alla qualità del latte fornito (la gran parte sta ottenendo più della media, visto che il 60% fruisce dei premi).

Qualità del latte: analisi tutti i giorni in risposta ai "furbetti"

La qualità (in funzione delle esigenze della trasformazione) è una delle prerogative dei contratti di filiera. Su questo aspetto il progetto Compral latte-Inalpi-Ferrero è all'avanguardia: i soci, che si devono attenere a un preciso disciplinare, sono incentivati da un sistema che riconosce per intero la qualità.

Enrico Della Ferrera ha parlato di un incremento medio percentuale di grasso pari a un punto e mezzo. *"Riscontriamo maggiori difficoltà ad aumentare il livello delle proteine* - ha detto - *perché si tratta di un valore oggettivamente più difficile da modificare. Complessivamente riscontriamo valori eccellenti, il 60 per cento dei conferenti viene premiato per la qualità del latte"*.

Ovviamente sono previste penalizzazioni quando le analisi rilevano una non conformità alle regole. *"Il 95% dei nostri soci conferisce un latte «a posto», ma il 5% che sbaglia rovina il latte di tutti gli altri. Quest'anno la cooperativa ha pagato forti penalità per questo: Inalpi controlla le cisterne tutti i giorni e spesso trova un livello elevato di cellule somatiche o di carica batterica. Noi finora facevamo i controlli campione, ma visto che qualcuno pensa di fare il furbo, abbiamo deciso di ritirare i campioni tutti i giorni, anche se l'analisi viene effettuata solo periodicamente"*.

Le penalità comminate da Inalpi nel 2017 alla cooperativa per latte non conforme ammontano a 50.000 euro (solo in parte recuperate sui fornitori); il provvedimento assunto dovrebbe consentire di ridurre questo onere.

Tempi di pagamento

Compral latte paga il latte ai soci a 35 giorni; si tratta di un tempo di pagamento buono rispetto al mercato, che comporta notevoli costi di interesse, visto che Inalpi paga a 2 mesi. *"Siamo riusciti a contrattare il tasso di interesse con le banche spuntando costi meno elevati"* - ha detto il presidente. Il direttore della cooperativa, Bartolomeo Bovetti, illustrando il bilancio, ha confermato che una delle due voci che hanno consentito un risparmio (incidendo positivamente sulla gestione dell'esercizio 2017) è quella degli interessi passivi (*"nonostante sia aumentato il volume di risorse su cui si applica l'anticipazione ai fornitori"*). *"Siamo riusciti a contenere anche le spese di esercizio grazie all'efficienza organizzativa e al fatto che non abbiamo dovuto affrontare particolari emergenze"*).

Tetti di produzione

Chiusa la confusa e per certi versi drammatica fase delle "quote latte" le aziende di trasformazione cercano di gestire una loro regolamentazione interna: era prevedibile, visto che il latte è un prodotto deperibile e il costo alla stalla è diverso dal costo del latte "spot". *"Con Inalpi abbiamo un preciso accordo di conferimento che risponde alle esigenze dell'azienda* - ha spiegato Tortalla -; *la produzione delle vacche non sempre risponde a questo accordo; a volte è al di sotto, in gennaio, febbraio e marzo si registra sovrapproduzione. In questo caso Inalpi è costretta a vendere il prodotto sul libero mercato, come latte spot, rimettendoci 10 cent al litro"*.

La cooperativa ha definito una programmazione delle forniture studiando un sistema che consenta di spalmare il costo dell'eventuale esubero (i 10 cent che Inalpi paga in più) sulle aziende eccedentarie, in rapporto all'incidenza di ogni azienda, ma soltanto dopo una compensazione interna alla cooperativa.

Da una simulazione illustrata in assemblea si è dimostrato che il differenziale finale incide per pochi millesimi al litro.

"Ad ogni singolo conferente verrà consegnato il tetto produttivo mese per mese a partire da aprile - ha concluso Della Ferrera -; *in calce alla fattura verrà indicato un riepilogo delle forniture con il programma del mese successivo"*.

11 APRILE – TARGATOCN

EVENTI | martedì 10 aprile 2018, 11:44

Torna lo sport a Fossano con il 3° Memorial Lidia Alberti

Domenica 15 aprile, percorsi da 7 e 12 chilometri

Domenica 15 aprile si terrà a Fossano la terza edizione del Memorial Lidia Alberti, camminata non competitiva su percorsi da 7 e 12 chilometri con partenza e arrivo dal villaggio sportivo Santa Lucia.

La camminata è organizzata dal Fitwalking Fossano e dall'Atletica Fossano 75 in collaborazione con la Cassa di Risparmio di Fossano, il Comune di Fossano e con il sostegno di Agnesi, Inalpi e Slow Food.

12 APRILE - GDOWEEK

RETAIL & INDUSTRIA

di Ugo Stella
twitter @ugostella1

M.a.d.e. 2018 la fiera dei co-packer punta sul trend wellness

Con il 35% di espositori provenienti dall'estero, è diventata un fondamentale appuntamento per l'industria e la distribuzione interessati al mondo dell'offerta di prodotti realizzati in conto terzi

La seconda edizione della fiera del co-packing M.a.d.e. ha appena chiuso i battenti nel centro Porte de Versailles vicino Parigi. Oltre 450 co-packer e 4.500 visitatori hanno potuto osservare un vasto campionario di prodotti provenienti da varie parti di Europa riunendo tutti i canali distributivi del largo consumo (negozi specializzati, catering, vendita al dettaglio, grossisti, produttori in cerca di subappaltatori o di ingredienti, proprietari di marchi ecc.).

Uno degli aspetti salienti di M.a.d.e. 2018 era il premio relativo all'innovazione suddiviso in sei categorie: tecnologia di processo, packaging, ricettazione-formulazione-ingredienti; marketing-posizionamento-storytelling; innovazione di categoria; co-creation. Tra le 142 innovazioni presentate, una giuria composta da professionisti e giornalisti specializzati ha selezionato i sei prodotti vincitori e fra questi evidenziamo l'italiana Nuova Terra con Le Bontà che ha vinto nella categoria innovazione tecnologica. Interessante anche il programma di conferenze del quale segnaliamo l'intervento dell'adetto commerciale alla delegazione generale del Québec in Parigi che ha trattato il tema dell'accordo di interscambio Ceta, fra Canada e Ue, tema di particolare attualità visto lo stop al Ttip fra Usa e Ue e l'inizio della guerra dei dazi doganali impostata dall'amministrazione Trump.

Le tre referenze Le Bontà Nuova Terra hanno vinto il premio innovazione nella categoria tecnologia di consumo. Si tratta dei Fagioli Borlotti Bio, del Gran Mix Legumi, dei Ceci tutti legumi biologici e cotti al naturale in confezione da 120 g e pronti in 30 secondi.
Alla fiera erano presenti come espositori diverse aziende alimentari italiane in qualità di co-packer italiani. Fra questi La Linea Verde (2) e Inalpi (3).

13 APRILE – ESPANSIONE – IL GIORNALE

STORIE DI FAMIGLIA

ALLA SCOPERTA DEGLI INVERNIZZI

L'arte italiana del latte e del formaggio, d'impronta lecchese e cuneese, che ha conquistato anche la Ferrero

Per conoscere Inalpi, l'azienda lattiero casearia di Moretta, nel cuneese, è necessario partire da lontano, ripercorrendo la storia, non solo di una bella e affascinante avventura imprenditoriale, ma anche quella di una famiglia: il racconto della nascita e crescita di Inalpi, infatti, parte dalla storia della famiglia Invernizzi.

Ed è proprio questo uno dei concetti che vuole sottolineare il Presidente Inalpi Ambrogio Invernizzi. «Oggi, nove componenti della famiglia, tra fratelli e cugini, sono impegnati in azienda. Rappresentiamo, di fatto, la seconda generazione, ma il nostro non è un lavoro all'insegna della continuità: siamo darwiniani e crediamo che la nostra vera forza sia, e sia stata, la capacità di evolverci in base alle richieste del mercato. Ma siamo anche convinti che la volontà di confronto, la voglia di capire, l'apertura a una sana e schietta discussione, siano il vero segreto per una crescita imprenditoriale sana e costruttiva».

Le parole del Presidente ben rispecchiano la storia dell'azienda che ha dunque inizio con il suo capostipite, Pedron, nato nel 1810 in Valsassina. Che per i lecchesi è sinonimo di latte e buon formaggio ed è territorio di origine delle grandi famiglie casearie italiane.

L'attività di Pedron passò al figlio Antonio

Una storia iniziata già nel diciannovesimo secolo...

che, sposatosi in giovane età, ebbe undici figli: il quarto, Ambrogio, era il nonno dell'attuale presidente di Inalpi, Ambrogio Invernizzi. La vita di allora era tutt'altro che semplice e il piccolo Ambrogio aveva un unico periodo di tranquillità, quello scolastico. Tra i molti aneddoti riportati in famiglia, spiccano i ricordi di quel bambino: «Stavamo in alpeggio anche sessanta giorni, si mangiava latte e polenta, oppure polenta e latte, e qualche volta si aggiungeva un pezzo di formaggio. Quando scendevamo a valle, ero talmente sporco che, la nonna, mi metteva in ammollo nel mastello e poi mi strofinava con una spazzola con le setole dure». Erano una famiglia numerosa e le braccia di tutti erano utili per la sopravvivenza, ma Ambrogio si staccò abbastanza presto dal suo nucleo di origine per dissapori con Domenico, il fratello maggiore, accusato di imporre una gestione dittatoriale e di non pagare adeguatamente il lavoro dei fratelli. A Domenico era stato infatti affibbiato il soprannome di 'Manocorta', lasciando quindi poco spazio ad interpretazioni. Ambrogio, però, proseguì per la sua strada, trovò occupazione presso una grossa cascina dotata di caseificio e continuò ad occuparsi della lavorazione del latte.

Numerose lettere indirizzate ad Ambrogio, e ritrovate da figli e nipoti, riportano nell'indirizzo il titolo di 'Lattaio'. Furono molti i cambi di residenza per Ambrogio e la sua famiglia, prassi questa, comune a molti lattai che, per la facilità di trasporto dei ferri del mestiere, erano alla continua ricerca di migliori contratti di lavoro. Fino a quando, Ambrogio, si stabilì in un paesino a una decina di chilometri da Lodi, dove divenne finalmente titolare di un caseificio. Il figlio Egidio ereditò, poi, l'amore per l'arte casearia dai nonni materni, con cui trascorreva le estati tra i pascoli in alpeggio, imparando, fin da ragazzo, a lavorare il latte. Già a 16 anni, uno dei suoi compiti prevedeva il ritiro, effettuato con un piccolo camioncino piuttosto datato, dei bidoni di latte da alcuni allevatori. Ma Egidio era determinato. E, anche se le sue erano giornate dure e faticose, l'ambizione di una crescita professionale rimaneva il suo scopo principale. Fu così che terminata ragioneria, si iscrisse alla Scuola Lattiero-casearia di Lodi, che pagava lavorando duramente nel periodo estivo.

Aveva un unico obiettivo: acquisire una solida competenza tecnica in campo caseario, e così, ben presto i confini lombardi gli divennero stretti. Olanda, Danimarca, Baviera e addirittura Canada, furono le mete e i luoghi in cui Egidio maturò importanti esperienze. A ventidue anni fu ammesso a frequentare la 'Milkrei SchulE in Baviera dove ottenne il titolo di Molkrai Master.

Tre anni più tardi, con un curriculum di tutto rispetto, fu assunto alla Locatelli, in uno stabilimento a qualche chilometro da Lodi. E, pochi mesi dopo, quando la Locatelli fu acquisita dalla Nestlè, il giovane Egidio fu trasferito, con la mansione di capo laboratorio, a Moretta, dove incontrò la futura moglie Anna Sapino.

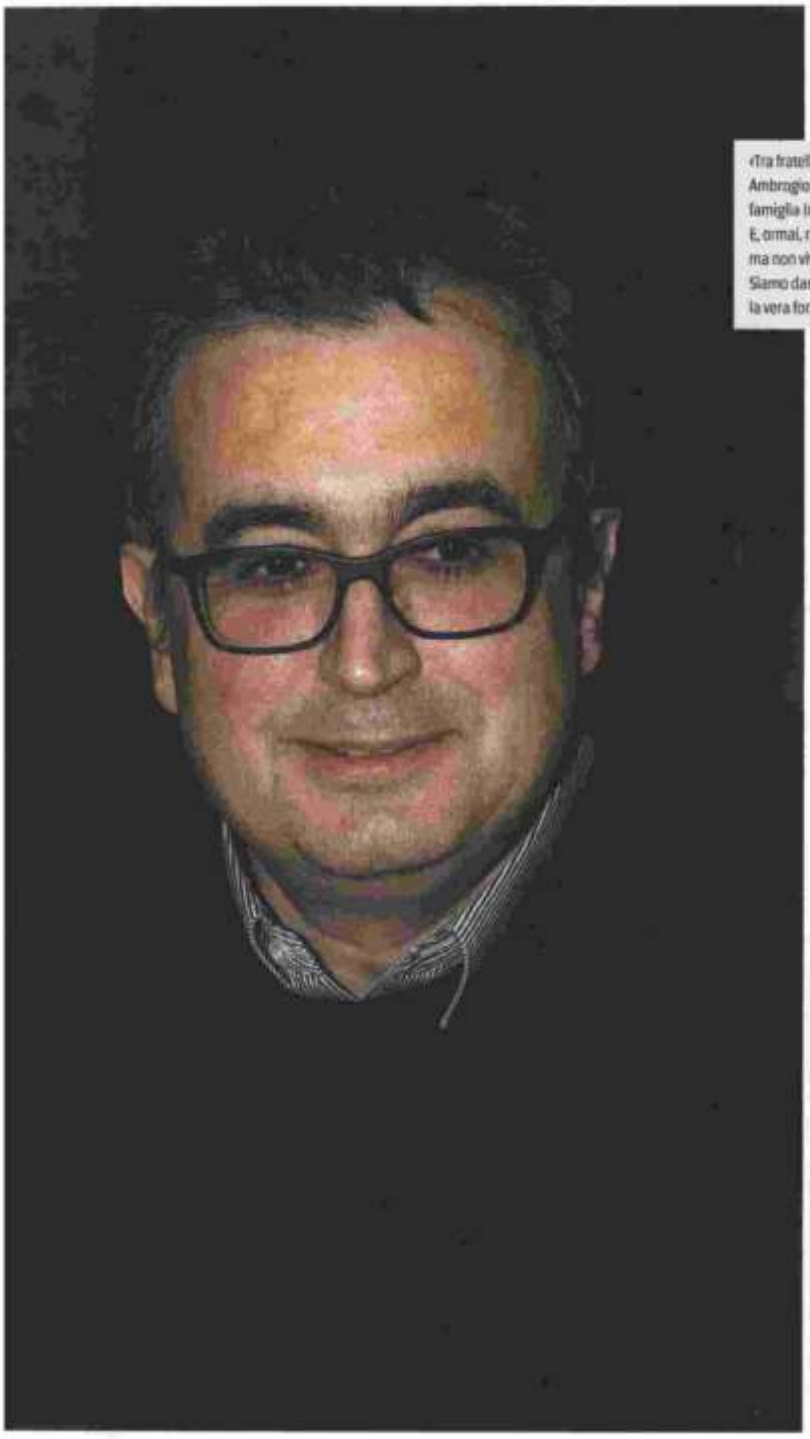
La permanenza a Morettà durò, però, una manciata di mesi: fu infatti inviato, per un corso di formazione, nella sede svizzera della Nestlè, a Orbe. Egidio Invernizzi terminò il corso con un ottimo punteggio e fu nominato direttore di stabilimento a Soncino. Il sogno si era realizzato, il giovane ragazzo che raccoglieva il latte, aveva raggiunto il suo obiettivo.

In breve tempo, però, si rese conto di come la rigidità del sistema svizzero, e più in generale quello di una grande organizzazione, non facessero per lui, decise perciò di rivedere la sua vita, di rischiare e mettersi in proprio.

Non ci pensò su, e nonostante la giovane moglie fosse in attesa del primo figlio, si licenziò e lasciata la bella villetta di Orzinuovi che, con Anna, avevano da poco ac-

Veduta dall'alto dello stabilimento Inalpi di Moretta (Cn)

STORIE DI FAMIGLIA



«Tra fratelli e cugini - commenta il presidente Ambrogio Invernizzi - ci sono 9 membri della famiglia Invernizzi impegnati in azienda. E, ormai, rappresentiamo la seconda generazione, ma non viviamo all'insegna della continuità. Siamo darwiniani e crediamo che la vera forza risieda nell'evolversi»

quistato, ritornò a Moretta.
Siamo ora nel 1966, a più di 150 anni dalla nascita di Pedron Invernizzi, con un capannone e un camioncino, la ditta Egidio Invernizzi apre i battenti. L'indubbia esperienza e tanta voglia di fare, erano le sue ricchezze, l'unione e la collaborazione famigliare, invece, il vero segreto: Egidio e la moglie Anna, con Wanda, sorella di Anna, ed il marito Silvano Barattero, diedero inizio alla storia recente di Inalpi.
La prima produzione fu quella del burro: Egidio si occupava della produzione, il cognato Silvano Barattero della commercializzazione, mentre Anna e Wanda Sapino dirigevano lo stabilimento, di 800 mq, occupandosi del confezionamento.
Racconta Ambrogio Invernizzi, oggi Presidente di Inalpi e primogenito di Egidio: «Quando eravamo bambini, io e i miei fratelli Pierantonio e Giovanni, seguivamo la mamma in azienda nei giorni di vacanza scolastica.
Da piccoli giocavamo in uno spazio appositamente creato per noi, poi, da più grandicelli, venivamo incaricati di svolgere piccoli lavoretti manuali. Abbiamo incominciato da subito a respirare i profumi e gli aromi di un mondo che per noi è vita».

L'evoluzione aziendale che passa dalla Francia

Agli inizi degli anni 80 le attività dell'azienda si ampliarono. Così ricorda quei momenti il Presidente Inalpi: «Lo zio incrementò l'acquisto di formaggi nella zona francese

della Savoia. Acquistava e poi rivendeva. Ricordo che il giovedì si andava con il camion a Torino, per incontrare gli ambulanti di Porta Palazzo. E, se il formaggio non era stato del tutto smerciato, sulla via del ritorno, non mancavano le soste presso i commercianti della zona».

La famiglia Invernizzi, attorno alla metà degli anni '80, diventa così un intermediario nella vendita di formaggi francesi, parmigiano reggiano e grana padano, che suddividono in porzioni, confezionano e commercializzano.

Ma non è tutto. L'evoluzione dell'azienda passa anche attraverso fortunati incontri, in quel periodo, infatti, un produttore olandese di fettine scoprì il gustoso burro prodotto dalla famiglia Invernizzi, individuando esattamente quello che stava cercando. Nacque quindi un'interessante collaborazione che portò l'azienda di Moretta a produrre circa 200 tonnellate di burro alla settimana, che veniva poi interamente esportato. La fine del decennio, poi, portò con sè un aumento dei competitor nel settore burro, ma anche un cambiamento nella produzione di casa Inalpi, con la nascita delle fettine di formaggio fuso.

La svolta targata 'Gran Soleil' e Ferrero

La vera svolta, però, arriva nel 1997, anno in cui Inalpi incrocia la strada della Ferrero. L'azienda di Moretta ha appena ultimato lo stabilimento per la produzione di formaggio fuso e la Ferrero ha necessità di reperire nuove aree di stoccaggio per qualche migliaia di tonnellate di latte in polvere.

Nasce così l'inizio della collaborazione tra Inalpi e il colosso piemontese dell'industria dolciaria. Una collaborazione che, nello specifico, procede e apre un nuovo progetto, quando Ferrero lancia Gran Soleil e Inalpi è al suo fianco con la fornitura di latte (anche concentrato) e yogurt.

Quando le crisi, alle volte, fanno le ossa...

Nel 2006, Michele Ferrero vorrebbe avere una piccola torre di polverizzazione del latte vicina ad Alba. Inalpi, subito contattata, e dopo una lunga trattativa, arriva alla definizione della costruzione della prima torre di sprayatura. Racconta Ambrogio Invernizzi: «Ferrero ci indicò i parametri da seguire per soddisfare le loro richieste. Necessitavano di 5000 quintali di latte al giorno, e in quel momento la nostra raccolta giornaliera era di 100 quintali. Ma questo era solo il primo degli ostacoli da superare.

La situazione finanziaria mondiale era caotica e noi stavamo affrontando uno degli investimenti più importanti della storia della nostra azienda. Inalpi fatturava quindici milioni di euro e l'investimento per la costruzione della torre di polverizzazione era di trenta.

Ci vennero richieste coperture finanziarie pari all'investimento, proprio nel momento in cui il mondo andava incontro ad una crisi che avrebbe segnato per anni l'andamento economico globale. Ma il lavoro, la tenacia e la fiducia, ci hanno aiutato. Gli istituti di credito del territorio hanno creduto nel progetto, ci hanno dato fiducia e il loro supporto ha reso possibile il completamento della costruzione della torre di sprayatura. Non tutto è stato così semplice come lo racconto oggi. Ci è voluto molto impegno, molta fatica e in qualche caso una piccola dose di incoscienza. Ricordo infatti che nell'aprile del 2009 tutto era pronto per partire. La torre era terminata ed avevamo gli approvvigionamenti di latte richiesti da Ferrero, ma per un'errata manovra di avvio, uno dei silos dell'impianto implose, compromettendo l'intero impianto di polverizzazione e lasciando in deposito 5000 quintali di latte inutilizzato. In quel momento, Panna Elena di Savigliano, era appena stata acquisita da Parmalat e, in attesa di riprendere la produzione, aveva gli impianti fermi. Riuscimmo a chiudere un contratto temporaneo di affitto degli impianti della durata di quattro mesi».

Il latte in polvere

Arriva così giugno 2009 la torre è pronta. Parte il primo impianto di sprayatura italiano. E, Inalpi, tutt'ora, è l'unico produttore di latte in polvere sul territorio nazionale. Nell'aprile 2017, a Moretta, veniva infatti sottoscritta una fondamentale convenzione tra Latterie Inalpi S.p.A. e Coldiretti Piemonte e Lombardia, relativa a un progetto di incremento di produzione e consumo di Polvere di Latte. In Italia, ogni anno, si consumano circa 100 mila tonnellate di polvere di latte di cui oltre il 90% è importato da altri stati, soprattutto Francia Germania e Nuova Zelanda.

È quindi interesse di Coldiretti Piemonte e Lombardia, così come di Inalpi, forte dell'esperienza con l'industria dolciaria Ferrero che assorbe gran parte della produzione del latte in polvere prodotto a Moretta da mucche piemontesi, sviluppare una filiera sul territorio italiano per produrre e commercializzare Latte in Polvere made in Italy.

«Non esiste vento favorevole per il marinaio che non sa a quale porto approdare», questa la frase che è quasi un motto per la famiglia Invernizzi. «Perché noi, famiglie dei fondatori di Inalpi, sappiamo che sia nella bonaccia che nella tempesta dobbiamo avere piena consapevolezza di quale rotta vogliamo percorrere: una rotta di sviluppo e di radicamento in armonia con

Da sinistra a destra: Giovanni Invernizzi, Marco e Mauro Barattero, Pierantonio e Ambrogio Invernizzi

la comunità in cui operiamo» - ricorda Ambrogio Invernizzi.

Questa la storia di un'azienda che si fonde con la vita dei propri fondatori. Ma c'è ancora un altro elemento imprescindibile dalla storia di Inalpi. Ed è la materia prima, da cui anche la storia delle persone prende in qualche modo spunto: il latte, vero fulcro dell'attività e dei valori dell'azienda di Moretta.

La politica aziendale Inalpi si basa su rapporti equi e trasparenti con clienti e fornitori che, nel corso degli anni, hanno contribuito a formare un gruppo di professionisti orientati nella stessa direzione. E, soprattutto, con un unico obiettivo: fornire il miglior prodotto tramite una filiera corta e controllata.

Gli allevatori che conferiscono il latte in azienda, sono impegnati attraverso la firma di un protocollo che garantisce elevati standard qualitativi.

E, il latte lavorato in Inalpi, ha valori organolettici superiori alla media del latte piemontese, come confermato dai dati dei laboratori regionali. Il protocollo, che regola il prezzo alla stalla, è stato studiato e redatto con la collaborazione della Facoltà di Agraria dell'Università di Piacenza.

Protocollo che, nello specifico, ha rivoluzionato il concetto di acquisto della materia prima: dal 2010, e per la prima volta in Italia, Inalpi applica infatti un sistema trasparente, che garantisce le parti ed elimina la contrattazione.

Molti sono i fattori presi in considerazione per determinare il prezzo del latte, e ogni singola voce, è primaria per la qualità del prodotto finito.

Le voci sottoposte a valutazione sono molteplici, dalla peculiarità dell'alimentazione degli animali, al benessere e all'igiene, passando per la pulizia della stalla, fino all'impatto ambientale. Un percorso di crescita e di consapevolezza che ciascun allevatore ha affrontato e tutt'ora affronta.

Un impegno serio che ha un unico fine, la genuinità del prodotto. Gli ispettori aziendali, infatti, sono in continuo contatto con gli allevatori, eseguendo controlli e rilievi e valutando le stalle, in base a precisi criteri.

Il protocollo, quindi, non può essere statico, se cambiano le condizioni della stalla e degli animali, cambierà il punteggio attribuito.

Questa formula, prima e unica nel suo genere, ha avuto l'approvazione del mondo cooperativo agricolo, delle organizzazioni sindacali, di alcune associazioni animaliste e, soprattutto, dei consumatori.

Un grande esempio, quindi, di sinergia tra produttore, trasformatore e utilizzatore. L'accurata selezione dei fornitori e la filiera corta, che consente il controllo totale e sicuro del latte, oltre alla tracciabilità del prodotto dalla stalla allo scaffale, sono le carte vincenti di Inalpi: tutto il latte che arriva in azienda è quindi proveniente solo da filiera piemontese.

Territorio vincente, azienda (spesso) vincente

Inalpi è una moderna industria, inserita in un territorio straordinario che sta portando avanti il suo lavoro con serietà ed impegno costanti e quotidiani, ma il successo non si improvvisa e anche quello dell'azienda di Moretta, come raccontato, ha radici profonde e lontane.

La famiglia Invernizzi è quindi protagonista di un'interessante storia industriale che ha creduto e crede nella serietà, nella professionalità e nell'impegno.

14 APRILE - TARGATOCN

A Moretta un incontro sul "Benessere animale" organizzato da Inalpi e Ferrero

Inalpi e Ferrero, assieme a Compral Latte e Piemonte Latte, continuano il cammino intrapreso, già da qualche anno, sull'informazione, formazione e consapevolezza dell'importanza del benessere animale all'interno di una filiera corta, controllata e garantita

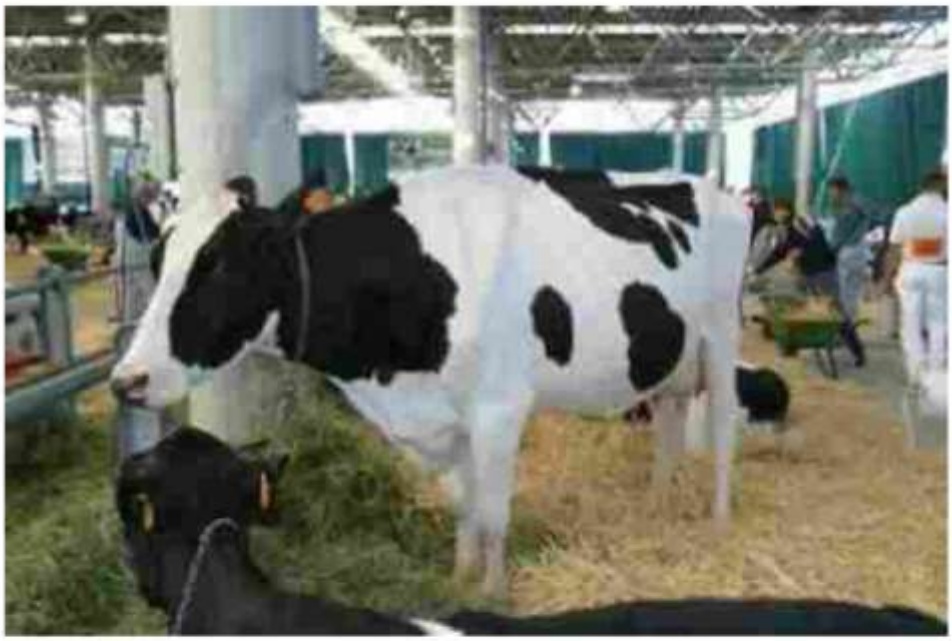


Immagine di repertorio

Mercoledì 18 aprile 2018 alle ore 8,30, presso il Centro Polifunzionale 'Cascina San Giovanni' In via Martiri della Libertà,12 a Moretta (CN), si svolgerà il convegno dal titolo: "Benessere animale: cosa fare concretamente in allevamento e perché".

Inalpi e Ferrero, assieme a Compral Latte e Piemonte Latte, continuano il

cammino intrapreso, già da qualche anno, sull'informazione, formazione e consapevolezza dell'importanza del benessere animale all'interno di una filiera corta, controllata e garantita.

L'impegno delle aziende organizzatrici e coinvolte, è il tangibile riscontro del reale interesse al confronto, tra esperti del settore e conferitori, su problematiche che gli allevatori devono affrontare nel quotidiano.

Un supporto efficace e un metodo diretto per passare informazioni fondamentali e vitali per gli allevamenti, ma anche per garantire l'eccellenza sulla qualità del buon latte piemontese.

Al termine del convegno è previsto il rilascio di un attestato di partecipazione per gli allevatori della Filiera che varrà come addestramento nell'ambito del Protocollo sottoscritto con Inalpi.

14 APRILE - TORINOSPORTIVA

Fitwalking, in arrivo a Fossano il 3° Memorial Lidia Alberti

Domenica 15 aprile. La camminata è organizzata dal Fitwalking Fossano e dall'Atletica Fossano '75

Domenica 15 aprile si terrà a Fossano la terza edizione del "Memorial Lidia Alberti", camminata non competitiva su percorsi da 7 e 12 chilometri con partenza e arrivo dal villaggio sportivo Santa Lucia.

La camminata è organizzata dal Fitwalking Fossano e dall'Atletica Fossano '75 in collaborazione con la Cassa di Risparmio di

Fossano, il Comune di Fossano e con il sostegno di Agnesi, Inalpi e Slow Food.

Parte del ricavato dalle iscrizioni sarà devoluto all'Associazione Diabetici di Fossano.

Iscrizioni presso: Beppe Mazza 3472754185 beppemazza60@gmail.com - Mario Aragno 3408489207 aragno.mario@alice.it - Vito Samà 3474493790 - Lucia Panero 3355236427 luci.panero@gmail.com - Beppe Colla 3283005916 - Beppe Colla 3283005916