dal **15 OTTOBRE** 2018
al **21 OTTOBRE** 2018

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

16 OTTOBRE – RIVISTA IDEA

Confapi Cuneo conferma Pierantonio Invernizzi

Sarà presidente per il prossimo triennio, affiancato dai vice Gabriella Cocciolo e Luciano Piovano. Molta stima e grande soddisfazione per il lavoro compiuto

Sergio Martini

A Moretta, presso la sede del caseificio "Inalpi" spa, si è riunito il Direttivo di Confapi Cuneo. È stato un momento molto importante per confermare l'apprezzamento verso il lavoro svolto e la

Il Consiglio ha inoltre eletto vicepresidenti dell'organizzazione di categoria provinciale Gabriella Cocciolo ("Novoplast Due") e Luciano Piovano ("Pack Service" srl), figure molto importanti, autentici riferimenti per l'impegno e per il lavoro svolto in questi quattro anni.

La foto a fianco ritrae, da sinistra: Pierantonio Invernizzi, Gabriella Cocciolo e Luciano Piovano.

fiducia in un progetto ricco di nuove e importanti sfide.

Proprio in quest'ottica e con questo spirito il Consiglio direttivo ha confermato all'unanimità, per i prossimi tre anni, Pierantonio Invernizzi ("Inalpi" spa) presidente di Confapi Cuneo.

Si tratta di una conferma a 360 gradi di come il percorso portato avanti sia stato produttivo e condiviso e anche della fiducia in un futuro ricco di importanti momenti di crescita.

Il Consiglio direttivo di Confapi Cuneo eletto dagli associati lo scorso mese di luglio, che rimarrà in carica per un triennio (*nella fotografia sotto al titolo*), è composto da: Massimo Albertengo ("Albertengo panettoni" spa), Mario Arnaldi "Jolly Graf" srl), Alessandro Arnaldo ("Vega Service"), Matteo Ballauri ("Salumificio Monregalese" srl), Claudio Bertolotto ("Bertolotto Porte" spa), Paolo Cantelmi ("Sea Experience" srl), Maria Gabriella Cocciolo ("Novoplast Due" srl), Davide Colla ("Colla Autotrasporti" srl), Antonio Livio Costamagna ("V2" spa), Marco Daniele ("L'Artistica Savigliano" srl), Massimo Gallo ("Vale" srl), Elisa Giletta ("Synergie Italia" spa), Pierantonio Invernizzi ("Inalpi" spa), Nicholas L'Abbate ("Nord Salse" srl), Andrea Migliore ("Migliore Fratelli" srl), Luciano Piovano ("Pack Service" srl), Samuele Bosio ("Acquarama" srl), Sonia Silvestro ("Peraria" srl) e Paolo Stella ("Selghis" spa).

17 OTTOBRE – FOOD SERVICE

FORMAGGI A FETTE, MIX DI QUALITÀ E CONVENIENZA

Emanuela Giorgi

Risparmio di tempo, assenza di sprechi dovuti a errori di taglio e mantenimento costante e controllato del costo degli ingredienti. Sono i vantaggi che cuochi e piazzaioli possono trarre utilizzando formaggi a fette per le loro preparazioni. «Un mercato – afferma **Giorgio Monaco, Direttore Commerciale di Campo dei Fiori,** storica azienda varesina – che appare tendenzialmente stazionario, con una lieve flessione nell'ambito dei consumi domestici e, all'opposto, un lieve incremento, circa il 2%, nel fuori casa».

Mozzarella, Edam e Cheddar sono alcune delle tipologie di formaggio utilizzate. Differenti nel gusto, sono pensate per venire incontro alle varie preferenze dei consumatori. «Le fette di mozzarella – precisa Simona Fiorina, Food Service Marketing Manager di Gruppo Lactalis Italia, presente nel Foodservice italiano con il marchio Galbani Professionale – sono adatte per preparazioni più classiche per i clienti che cercano un sapore tradizionale, ma appetitoso, le fette di Edam per l'operatore che vuole soddisfare i palati dal gusto più deciso e le fette di Cheddar per il professionista che offre ai sui clienti una preparazione dal sapore più particolare e differenziante».

Proprio le fette di Cheddar utilizzate per preparare hamburger sono, secondo Giorgio Monaco, la referenza con i dati di vendita più in crescita. Anche se, afferma, **«il mercato sembra particolarmente interessato ai formaggi fusi che utilizzano le Dop, come Gorgonzola, Parmigiano Reggiano e Grana Padano».**

«Il mercato dei formaggi fusi in fette – precisa il **Direttore Commerciale & Marketing di Inalpi, Pierantonio Invernizzi** – ha visto perdere quote a valore di circa il 4 per cento. Prodotti private label e gusti delicati con taglio Premium, associati a un packaging con grammatura bassa sono però referenze performanti».

Secondo Invernizzi, «la profonda crisi economica dell'ultimo decennio ha portato il consumatore a preferire alla quantità prodotti di qualità migliore e **l'attenzione a referenze ottenute solo da materie prime locali** rende estremamente performante il prodotto Premium: una risposta concreta ad una sempre crescente richiesta del consumatore, che riconosce nell'"origine certa" degli ingredienti un plus irrinunciabile e una garanzia di genuinità, frutto di una filiera corta e certificata».

I PLAYER		LACTALIS	inalpi
AZIENDA	CAMPO DEI FIORI	GRUPPO LACTALIS	inalpi
FATTURATO	n.d.	1.201.000.000 €	150.000.000 €
MARCHI DEL FUORI CASA	Bonfette, Fiorinelle	Galbani Professionale, Président Professionnel	Inalpi
PUNTI DI FORZA PER IL FUORI CASA	1. Rapporto qualità prezzo	1. Alto contenuto di servizio delle referenze	1. Materia prima utilizzata: latte 100% piemontese di filiera corta e certificata 2. Innovazione

FORMAGGI A FETTE

I PRODOTTI			
AZIENDA	CAMPO DEI FIORI	GALBANI (LACTALIS)	INALPI
PRODOTTO	Mozzarella a fette	Mozzarella Fette 1 kg	Fettalpine
DESCRIZIONE	4 fette di mozzarella, confezionate una a una	Secchiello di fette di mozzarella da 25 g in acqua	Fettine di formaggio alpino avvolte singolarmente e prodotte con latte di filiera controllata e certificata
ELEMENTI DISTINTIVI	**1.** Praticità **2.** Indicata per preparare sandwich, toast, panini, insalate, ma anche piatti più elaborati	**1.** Fette pronte all'uso **2.** Food cost costante **3.** Confezione richiudibile **4.** Ottima performance anche a caldo	**1.** Latte piemontese **2.** Lista ingredienti corta
FORMATO	Confezione 100 gr	Secchiello 1 kg	Confezione 150 gr

STRATEGIE

Galbani punta sulla funzionalità

Dare valore aggiunto alla gamma di prodotti per il Foodservice, puntando su referenze dall'alto contenuto di servizio per il professionista della ristorazione. Questo il motivo che ha spinto **Gruppo Lactalis Italia** a presidiare il segmento dei formaggi a fette con il brand **Galbani Professionale.** «In un mondo che va sempre più veloce - spiega la **Food Service Marketing Manager, Simona Fiorina** - è cruciale offrire ai clienti prodotti che possano facilitare il loro lavoro in termini di rapidità di preparazione e di qualità costante. Poter contare su referenze già pronte per l'utilizzo fa sì che **il professionista della ristorazione possa risparmiare tempo nella preparazione, essere più efficiente nell'utilizzo del prodotto e mantenere un "food cost" sempre costante e controllato,** oltre a "standardizzare" la realizzazione di preparazioni come panini o toast. Velocità, qualità e controllo dei costi degli ingredienti sono infatti elementi sempre più cruciali per il successo sul mercato dei professionisti della ristorazione».
Sul mercato sono presenti quattro prodotti a marchio Galbani Professionale. «**Ideati - precisa Fiorina - selezionando tre tipologie di formaggio, mozzarella, edam e cheddar,** tra le più utilizzate. Si tratta della Mozzarella Fette da 1 kg in acqua, la Mozzarella Fette Pronte, il Cheddar e l'Edam a fette, tutti e tre nel formato da 500 grammi».

In Inalpi l'innovazione si fa in tre

Filiera, tecnologie e prodotti. In Inalpi l'innovazione coinvolge tre ambiti. «Nel 2010 - spiega il **Direttore Commerciale & Marketing, Pierantonio Invernizzi** - insieme a Ferrero, e con il supporto dell'Università di Piacenza, abbiamo creato un protocollo per regolamentare il rapporto tra allevatori e aziende. In sostanza, **abbiamo messo a punto un algoritmo che determina in modo chiaro il prezzo del latte.** Un sistema di trasparenza che coinvolge tutta la filiera: produttori, azienda e distributori».
Ma Inalpi è anche innovazione tecnologica: **nel 2017 ha avviato un'operazione di estensione del proprio stabilimento che richiede un investimento di 18 milioni di euro,** la cui conclusione è prevista entro la fine dell'anno. «Questo ampliamento - spiega Invernizzi - creerà un'area di magazzini coperti di 35.000 metri quadri, un allargamento della palazzina degli uffici e un'area burrificio rinnovata, che consente la produzione di burro confezionato con proprietà innovative, adatto alla lavorazione industriale di un'ampia gamma di aziende».
Sul fronte dei prodotti, infine, **l'azienda ha lanciato una nuova linea biologica di alta gamma,** attualmente rappresentata dai formaggini bio, «unici prodotti da latte proveniente da stalle biologiche di filiera corta e certificata. Ma l'obiettivo è quello di inserire nuove referenze».

18 OTTOBRE - ADCGROUP

GOLOSARIA MILANO, LA TREDICESIMA EDIZIONE DA SABATO 27 A LUNEDI' 29 OTTOBRE. TEMA: IL BUONO CHE FA B

La manifestazione, che si svolgerà negli spazi del Mi.Co – fieramilanocity, può contare sul sopporto dei seguenti sponsor: Gruppo Unipol, Petra, Mela Rossa Cuneo Igp, inalpi e Banco Bpm. Il Buono che fa Bene. È questo il tema della tredicesima edizione di Golosaria Milano, in programma da sabato 27 a lunedì 29 ottobre negli spazi del Mi.Co - fieramilanocity. Un tema nato per raccontare l'evoluzione del gusto nei primi 25 anni de ilGolosario: un bene che deriva dal piacere ma anche un bene del corpo, con la riscoperta dei superfood. Ci sono poi le nuove comunità di produttori e di botteghe che cambiano volto contribuendo a tenere vive le città. Sarà il tema portante del talk show d'apertura, condotto da Paolo Massobrio e Tessa Gelisio, che vedrà la partecipazione del ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali Gian Marco Centinaio. Un tema, quello del benessere e della sostenibilità, portato a Golosaria da alcuni grandi marchi come Life, specialista della frutta secca, essiccata e disidratata, e Lauretana, partner storico di Golosaria con l'acqua più leggera d'Europa che porterà il vessillo dell'importanza di una giusta idratazione. Oltre che di benessere si parlerà anche di sostenibilità con Comieco (Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica) che continua il suo progetto per la diffusione della doggy bag nei ristoranti ed Evolvere con il tema dell'energia sostenibile in ambito domestico. Buono e Bene, dunque, come specchio dello "stile italiano" e del modello mediterraneo che saranno declinati a Golosaria secondo alcune suggestioni. A partire dai supercibi quotidiani, ovvero ingredienti del nostro artigianato e dell'agricoltura che, inseriti regolarmente nell'alimentazione, possono cambiare la vita (dai cereali trasformati in farina ai formaggi a latte crudo fino a verdura e frutta, dalla Mela Rossa Cuneo, diventata anche simbolo dell'ortofrutta italiana al Macfrut, al baby frutto Nergi, alleati del benessere. Saranno il tema dell'area showcooking, dove si racconterà come il cibo sta cambiando e come noi cambiamo il nostro modo di avvicinarci alla tavola, con particolari declinazioni anche nell' Atelier dell'Arte Bianca a cura di Petra® e nello spazio dedicato alle eccellenze dei Maestri del Gusto di Torino. Nell'Agorà, il grande palco di Golosaria lunedì 29 si aprirà uno spaccato sulla ristorazione contemporanea con la premiazione dei Faccini e delle Corone Radiose del GattiMassobrio, il taccuino dei ristoranti d'Italia. Quindi lo spazio dedicato ai 25 anni del Golosario; un sistema di comunicazione partito nel 1994 con poco più di 100 produttori che oggi racconta in mille pagine il gusto in modo trasversale, dalla carta al web. A Golosaria saranno riuniti più di 300 espositori di tutta Italia, fra cui alcuni storici protagonisti che in questi 25 anni, hanno cambiato il modo di fare impresa. A raccontarlo alcuni marchi simbolo del made in Italy a tavola come Prosciuttificio Marco d'Oggiono, con i suoi crudi distribuiti nelle migliori boutique del gusto italiane, pasticceria Fiasconaro che con il suo panettone alla manna ha conquistato anche l'Oriente e inalpi, che porta la miglior materia prima in pasticcerie e gelaterie di altissimo livello. Golosaria però guarda anche alla nascita dei nuovi modelli, come i dispenser per il vino a bicchiere Wineemotion, protagonisti di una nuova idea di enoteca, le soluzioni di design per il bere conviviale targate Vinstrip o quello delle Ciberie®, il format di negozi che hanno esteso la propria offerta alla somministrazione che Francesco Donadini porterà per il terzo anno a fieramilanocity. Quest'anno un focus speciale sarà dedicato anche alla bottega italiana e alla sua capacità di adattarsi allo spirito del tempo, per sopravvivere e continuare ad essere una risorsa. Per questo domenica (ore 14) saliranno sul palco di Golosaria storici bottegai e giovani fondatori delle boutique del gusto per firmare, tutti insieme, il Manifesto della Bottega Italiana. Uno spazio speciale sarà poi dedicato al formaggio, esempio di un'evoluzione che non ha mai lasciato le sue radici, ma anche di un alimento che, a sua volta, cambia in base alla

materia prima. A Golosaria per la prima volta approderà FormaggItalia, il Salone Italiano dei Formaggi Artigianali che porterà, oltre a una rappresentanza unica di produttori, circa 60, il tema del latte come fattore distintivo per il formaggio. Lo stesso tema salirà sarà al centro del concorso "Formaggi di Classe", basato sugli studi del professor Rubino circa la distinzione del latte, che al MiCo vedrà confrontarsi i massimi esperti del settore. E speciale sarà anche la partecipazione del Consorzio per la Tutela dei Formaggi Valtellina Casera e Bitto e del Consorzio Tutela Formaggio Montasio, presenti con show cooking e aperitivi a tema. Ma da sempre, Golosaria è l'occasione per celebrare anche il vino. Con le 100 cantine italiane che presidieranno l'area Wine, i Top Hundred premiati (domenica 28 ottobre) da Paolo Massobrio e Marco Gatti e il debutto di "Vino. Assaggi memorabili di quel giorno e di quell'ora", il libro scritto a quattro mani da Massobrio e Gatti (Cairo-Comunica editori). Quindi un programma di wine tasting che farà scoprire il potenziale enoico tricolore: dai grandi rossi portati dal Consorzio della Barbera d'Asti e Vini del Monferrato ai bianchi aromatici del Consorzio per la Tutela dell'Asti Docg. Passando per i vini del Valcalepio e i friulani di Tenuta Stella. Un viaggio da Nord a Sud tra le etichette più rappresentative che non risparmierà anche alcune clamorose novità: dai tre terroir (Chianti, Maremma e Sardegna) riuniti in anfora nel progetto DCasadei al Bellone laziale valorizzato da Sanvitis, passando per i vini profumati della costa di Amalfi, gli autoctoni di Puglia e Calabria, fino a rarissimo Baratuciat che ha preso dimora nel Monferrato. Ma non è tutto, perché quest'anno più che mai Golosaria punterà sull'arte della mixology, con una speciale isola dedicata dove i professionisti del settore declineranno le ultime tendenze della miscelazione con una significativa rappresentanza del patrimonio liquoristico e delle firme degli spirits nostrani: dalle Distillerie Berta al mitico Toccasana di Teodoro Negro presentato e la gamma Gamondi ; dalla distilleria Saint Roch che presenterà le ultime novità fra cui il gin di montagna alla grappa friulana di Domenis 1898, fino agli avveniristici NIO Cocktails. Un fenomeno in continua crescita che sarà celebrato anche con la presentazione del libro di Alessandro Ricci "Bartender a casa tua" (Cairo – Comunica), ovvero come trasformare l'arte del cocktail in un'esperienza da trasferire anche all'interno delle mura domestiche. Golosaria guarda tuttavia in prospettiva, cercando di porsi ogni anno come luogo di innovazione per i consumatori e per gli operatori. Per questo, a caratterizzare l' edizione di quest'anno saranno anche quattro nuove aree : dal digital food, con le tecnologie 3D dell' Università Cattolica e l'e-commerce di Artimondo, al food design, che sarà rappresentato dal brand simbolo del design italiano nel mondo Alessi, protagonista sul palco dello showcooking e con un premio, alla prima edizione, destinato ai 40 pranzi dell'anno del GattiMassobrio. Golosaria, che è da sempre una vetrina per I territori, quest'anno strizzerà l'occhio anche a una serie di curiosità della vicina Liguria : dalle erbe officinali e specialità dell'areale di Diano Marina portate da Aromatica all'olio evo che l'Oleoteca Regionale, sotto l'egida di Promo Riviera Ligure farà conoscere attraverso un programma di assaggi e incontri ad hoc. Quindi la rinnovata partecipazione di Regione Lombardia, presente in un'area dedicata con il suo paniere di eccellenze lombarde: dai prodotti di montagna, alla biodiversità fino alle avicole. Un appuntamento in continua evoluzione, che anno dopo anno può contare sulla presenza di importanti partner a supporto della rassegna, a cominciare dal main sponsor Lauretana ; da citare anche il Gruppo Unipol, storico sponsor della manifestazione, e Banco BPM, presente anche con uno spazio goloso e interattivo a tema cioccolato; altri sponsor : Petra, Mela Rossa Cuneo Igp e inalpi. Da segnalare anche il supporto delle aree eventi, come nel caso di Rcr, Datron, Frigo 2000 con Bora Subzero Wolf Wzug e Ristofast, Elite To Be, Extremis, Viscio, e della comunicazione, con Radio italia, MiTomorrow e Trenord. MG

18 OTTOBRE - IDEAWEBTV

Attualità | Eventi | Home in evidenza | Monregalese

Mondovì: "Slow Food" rafforza la sua presenza a "Peccati di Gola"

Da **REDAZIONE IDEAWEBTV.IT** - 18 ottobre 2018 10:35 1 0

La collaborazione tra Alfiere Snc, la società di Marene che organizza "Peccati di Gola" 2018 e la Condotta Slow Food Monregalese, l'associazione internazionale no profit fondata da Carlin Petrini, cresce e si rafforza. Per l'edizione 2018 di "Peccati di Gola", la manifestazione in programma dal 1° al 4 novembre a Mondovì, per il primo anno, dopo 3 anni di stretta collaborazione, la condotta monregalese condurrà lo spazio denominato "Agorà della Gola", in piazza Moizo, oltre a proporre tre laboratori al giorno per tutte le fasce d'età.

"*È una soddisfazione e un onore poter avere il marchio Slow Food impresso sul nostro evento* – spiega Massimo Barolo, amministratore di Al.Fiere S.n.c., la società che, dall'edizione 2017, si occupa anche dell'organizzazione oltre che dell'allestimento di stand e strutture –. *Grazie al loro contributo e a quello di tutti gli espositori, Mondovì, per quattro giorni, diventerà capitale del gusto*".

"L'intento della Condotta Slow Food Monregalese- spiega Andrea Blangetti, referente locale dell'associazione – *è quello di coinvolgere il più possibile la cittadinanza alla partecipazione e far intervenire e interagire le attività commerciali che gravitano intorno alla piazza, ma non solo: parteciperanno agli incontri anche le associazioni e le aziende protagoniste dell'edizione 2018 di Peccati di Gola".*

Per tutti i 4 giorni dell'evento, verranno proposti incontri per tutte le età e per tutti i gusti. Ci saranno 4 laboratori dedicati ai bambini, 2 condotti dall'azienda "Michelis" in collaborazione con "Inalpi", previsti per il giovedì e venerdì pomeriggio, in cui i bambini si cimenteranno nella preparazione dei maltagliati e delle paste di meliga del monregalese; altri 2 condotti da Agenform, agenzia di formazione, in programma domenica incentrati sulla conoscenza dei buoni salumi e sulla preparazione di un buon succo e polpa come una volta.

Oltre ai laboratori dedicati ai bambini, in collaborazione con Slow Food Editore Srl e Libreria Confabula, verrà presentata la guida "Slow Wine" 2019.

E poi un incontro dedicato alle famiglie condotto insieme all'azienda "Erbe di Montagna" in collaborazione con Confartigianato che coinvolgerà attivamente i partecipanti nell'attività didattica proposta e le iniziative dell'Associazione Trifolao Cebano Monregalese, dei produttori delle De.Co di Mondovì e del Rakikò, la bevanda alcolica tipica di Mondovì.

E ancora, per la giornata di sabato saranno coinvolti gli studenti dell'Università del Gusto di Pollenzo in un'attività che si snoderà nel centro cittadino. Infine, il sabato pomeriggio sarà ospite la condotta Slow Food di Asti che farà una dimostrazione di come si prepara la vera bagna cauda astigiana abbinata a un buon bicchiere di Nizza.

18 OTTOBRE – ITALIA OGGI

Il gruppo del Cuneese vuole portare la quota export a pesare per il 40% entro 5 anni

Inalpi, bio e Cina per crescere

Latte in polvere made in Piemonte. Fatturato a 168 mln

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Inalpi entra nel segmento dei formaggini biologici e sbarca in Cina con un accordo per l'esportazione di latte in polvere di filiera piemontese. Le due operazioni sono parte della strategia dell'azienda che punta sul valore del prodotto e sull'internazionalizzazione, con l'obiettivo di far arrivare la quota del fatturato (che nel 2018 sarà in totale di circa 168 milioni di euro) dovuta all'estero dal 15% al 40% nell'arco di 5 anni.

Il biologico e la Cina sono progetti «che fanno parte di due linee di sviluppo che stiamo portando avanti», spiega **Ambrogio Invernizzi**, presidente di Inalpi, gruppo specializzato nella produzione di latte in polvere, burro, panna e formaggio, che ha sede a Moretta (Cuneo) e raccoglie il 20% del latte del Piemonte (sono 400 i produttori che conferiscono quotidianamente il loro latte all'azienda). «Lavorando nel settore latteo-caseario in Italia non si può competere sull'efficienza di costi e sul prezzo con le imprese localizzate in Nord Europa, in Oceania e negli Stati Uniti, dove ci sono pianure molto più vaste con costi di produzione del latte molto inferiori. Quindi dobbiamo competere sulla linea del valore. Per questo abbiamo scelto il biologico: i formaggini bio per la prima infanzia sono le prima proposta ma abbiamo in programma altri prodotti di questo tipo».

I formaggini sono già in vendita nelle principali catene italiane, con una campagna web a supporto e operazioni nei negozi.

«La seconda linea di sviluppo è l'internazionalizzazione, che significa andare su mercati esteri promuovendo il latte di filiera piemontese per dare valore aggiunto in quei paesi che apprezzano il legame con il territorio», continua Invernizzi. «Per quanto riguarda la Cina, abbiamo fatto un accordo per esportare il latte in polvere. Quest'anno abbiamo anche cominciato a lavorare in Serbia, in Romania, in Palestina, in Giappone. I mercati più interessanti sono la Cina, per il numero di abitanti e di persone che apprezzano il cibo europeo, e il Nord America».

Nell'ottica di ampliare la presenza a livello internazionale, Inalpi infatti ha siglato, nel primo semestre 2018, un importante accordo con Prize Market, catena di distribuzione per alimentari, che si è concretizzato con la spedizione del primo container da 20 tonnellate di latte in polvere, avvenuta a luglio, e messa a scaffale a fine agosto a Hong Kong.

Nel 2018 si prevede di arrivare a un fatturato di 168 milioni di euro rispetto ai 140 milioni totalizzati nel 2017; quest'anno, inoltre, ha fatto registrare i primi risultati positivi per Latterie Alpine, società controllata da Inalpi e dalla cooperativa Piemonte Latte, grazie all'acquisizione nel 2017 di un caseificio di montagna a Peveragno, dando vita allo sviluppo della produzione delle Dop Piemontesi, quali Raschera, Bra Tenero, Bra Duro d'Alpeggio e Toma Piemontese, e di due altre specialità quali il Fontal Nazionale e la Toma Latteria Inalpi.

La società peraltro è stata scelta, a dicembre 2017, da Borsa italiana e Deloitte ed è entrata a far parte delle oltre 700 aziende di eccellenza aderenti al progetto Elite (nato per formare le piccole medie imprese e avvicinarle agli investitori e al mercato dei capitali). «Questo progetto ci consentirà di valutare diverse opzioni che possono essere più funzionali alla nostra crescita», conclude il presidente del gruppo.

© Riproduzione riservata

Ambrogio Invernizzi

La linea di formaggini bio firmata Inalpi

18 OTTOBRE – ITALIAOGGI.IT

Inalpi, prodotti biologici e sbarco in Cina per crescere

Nuovi formaggini e latte in polvere made in Piemonte. Il gruppo del Cuneese vuole portare la quota export a pesare per il 40% entro 5 anni

di Irene Greguoli Venini

Inalpi entra nel segmento dei formaggini biologici e sbarca in Cina con un accordo per l'esportazione di latte in polvere di filiera piemontese. Le due operazioni sono parte della strategia dell'azienda che punta sul valore del prodotto e sull'internazionalizzazione, con l'obiettivo di far arrivare la quota del fatturato (che nel 2018 sarà in totale di circa 168 milioni di euro) dovuta all'estero dal 15% al 40% nell'arco di 5 anni.

Il biologico e la Cina sono progetti «che fanno parte di due linee di sviluppo che stiamo portando avanti», spiega Ambrogio Invernizzi, presidente di Inalpi, gruppo specializzato nella produzione di latte in polvere, burro, panna e formaggio, che ha sede a Moretta (Cuneo) e raccoglie il 20% del latte del Piemonte (sono 400 i produttori che conferiscono quotidianamente il loro latte all'azienda). «Lavorando nel settore latteo-caseario in Italia non si può competere sull'efficienza di costi e sul prezzo con le imprese localizzate in Nord Europa, in Oceania e negli Stati Uniti, dove ci sono pianure molto più vaste con costi di produzione del latte molto inferiori. Quindi dobbiamo competere sulla linea del valore. Per questo abbiamo scelto il biologico: i formaggini bio per la prima infanzia sono le prima proposta ma abbiamo in programma altri prodotti di questo tipo».

I formaggini sono già in vendita nelle principali catene italiane, con una campagna web a supporto e operazioni nei negozi.

«La seconda linea di sviluppo è l'internazionalizzazione, che significa andare su mercati

esteri promuovendo il latte di filiera piemontese per dare valore aggiunto in quei paesi che apprezzano il legame con il territorio», continua Invernizzi. «Per quanto riguarda la Cina, abbiamo fatto un accordo per esportare il latte in polvere. Quest'anno abbiamo anche cominciato a lavorare in Serbia, in Romania, in Palestina, in Giappone. I mercati più interessanti sono la Cina, per il numero di abitanti e di persone che apprezzano il cibo europeo, e il Nord America».

Nell'ottica di ampliare la presenza a livello internazionale, Inalpi infatti ha siglato, nel primo semestre 2018, un importante accordo con Prize Market, catena di distribuzione per alimentari, che si è concretizzato con la spedizione del primo container da 20 tonnellate di latte in polvere, avvenuta a luglio, e messa a scaffale a fine agosto a Hong Kong.

Nel 2018 si prevede di arrivare a un fatturato di 168 milioni di euro rispetto ai 140 milioni totalizzati nel 2017; quest'anno, inoltre, ha fatto registrare i primi risultati positivi per Latterie Alpine, società controllata da Inalpi e dalla cooperativa Piemonte Latte, grazie all'acquisizione nel 2017 di un caseificio di montagna a Peveragno, dando vita allo sviluppo della produzione delle Dop Piemontesi, quali Raschera, Bra Tenero, Bra Duro d'Alpeggio e Toma Piemontese, e di due altre specialità quali il Fontal Nazionale e la Toma Latteria Inalpi.

La società peraltro è stata scelta, a dicembre 2017, da Borsa italiana e Deloitte ed è entrata a far parte delle oltre 700 aziende di eccellenza aderenti al progetto Elite (nato per formare le piccole medie imprese e avvicinarle agli investitori e al mercato dei capitali). «Questo progetto ci consentirà di valutare diverse opzioni che possono essere più funzionali alla nostra crescita», conclude il presidente del gruppo.

© Riproduzione riservata

18 OTTOBRE - LARGOCONSUMO

SIAL Paris 2018, l'innovazione alimentare protagonista della grande kermesse internazionale

Riflettori puntati su SIAL Paris 2018, la grande kermesse internazionale di Parigi del food & beverage, organizzata da **Comexposium Group**, uno tra i leader mondiali nell'organizzazione di eventi, in programma dal 21 al 25 ottobre 2018 a Paris-Nord Villepinte i cui padiglioni stanno preparandosi ad accogliere oltre 7.200 espositori provenienti da 109 Paesi e 160.000 visitatori attesi da tutto il mondo per una rassegna a 360° suddivisa in 21 diversi settori e destinata a fare di Parigi la capitale mondiale del cibo e dell'innovazione alimentare. Ed è proprio l'innovazione il focus degli eventi ideati come altrettanti spazi di approfondimento per dare enfasi ai trend che stanno creando forme alternative ai tradizionali modi di nutrirsi, cambiandone l'approccio e le prospettive: il SIAL Innovation, il Future Lab, l'Alter'Native Food Forum,un nuovo settore per dare visibilità a tutto ciò che è biologico, "sano", ecoresponsabile e sostenibile.

Tag citati: Comexposium Group, ABP Food Group, ADM Wild, Ajinomoto, Allanasons, Alpro, Andros snc , Ardo, Aviko BV, Belies Pietercil, Bernard, Boesch Boden, Brinkers Food, Cafes Malongo, Callipo Gelateria, Casademont, Castelli France, Coconut Board, Comtes de Provence, Cooperl Arc Atlantique, Coto Cisca, Crop's, Délifrance, Deltatrade International, DKM Deutsches, Dohler, D'Arta, Easycom, Erhard Patissier Glacier, ETS Berni, Eurial,, Eurovo , Flavour Makers, France Gourmet Diffusion, Friesland Campina, Fructa Partners, G7 Gelati, Gan Shmuel Food, Gelpass, Gie Pasquier, Giuseppe Citterio Salumificio, Granarolo, Grands Moulins de Strasbourg,, Greenyard, Groupe Bigard, Icef SA/Zanetti, Igreca, Inalca, InAlPi, Italia del Gusto, Italpizza, Jorge Pork Meat, Labeyrie Fine Food International, Lactalis International, Laita PGC, Landgeflügel, Laval Virtual, LDC, Leygatech, Loste Grand Saloir, Lutosa, Mestemacher, Michel & Augustin, Milcobel, Miratorg, Monini, Morita, Mutti, Oleificio Zucchi, Orienco, Palirria S.A. Ready Meals, Palmifrance, Parker-Migliorini International , Peeters Produkten Penotti, Pietro Coricelli, Pini Italia, Poivre du Vietnam, Polenghi, Pureplus, RC Cola, Renna, Rigoni di Asiago, Saclà, Saloni Internazionali Francesi, Salumificio Fratelli Beretta, San Miguel, Sasu LDC Sable, Savencia, Seeberger, Sial, Sodiaal International, Solen, Sud'n'Sol, Suree Food, Surgital, Tea Board, Teeuwissen Group, Thai Union, Tine Intl, Tradizione Italiana, Triballat Noyal, Tropic

19 OTTOBRE - ALIMENTANDO

Moretta (Cn) – Portare l'incidenza dell'export sul fatturato dall'attuale 15% al 40% entro cinque anni, anche grazie all'apertura del mercato cinese. E' uno dei principali obiettivi di Inalpi, secondo quanto spiegato dal presidente, Ambrogio Invernizzi, in un'intervista rilasciata al quotidiano Italia Oggi. "Il biologico e la Cina fanno parte di due linee di sviluppo che stiamo portando avanti", spiega infatti Invernizzi. "Per quanto riguarda la Cina, abbiamo stretto un accordo per esportare il latte in polvere". L'intesa è stata siglata con la catena Prize Market e si è concretizzata con la prima spedizione di un container da 20 tonnellate di latte in polvere, sugli scaffali di Hong Kong da fine agosto. Il Gruppo, che di recente è entrato anche nel segmento bio con i Formaggini (in foto), cui si aggiungeranno altri prodotti nel prossimo futuro, prevede di chiudere il 2018 con un fatturato di 168 milioni di euro, in netta crescita rispetto ai 140 del 2017.

19 OTTOBRE - AVVENIRE

Le 400 cascine che hanno fatto grande Inalpi

PAOLO PITTALUGA
INVIATO A MORETTA (CUNEO)

Le nuvole spadroneggiano e negano la vista del Monviso che è lì a due passi... Moretta è nella pianura cuneese, dove le vacche da latte sono felici (e un po' pigre per natura) ma pure poche per soddisfare la domanda crescente. La situazione è documentabile visitando un allevamento: andiamo in quello della famiglia Giletta, un nucleo che vive in questa cascina da oltre un secolo. Le sue 270 Frisone (la razza più produttiva per il latte), delle quali 120 in mungitura, stanno serene a mangiare un mangime studiato ad arte per una dieta che contribuirà ad un latte perfetto. Che poi finirà a *Latterie Inalpi*. Questa cascina è una delle circa 400 che fornisce l'azienda di Moretta, un esempio del made in Italy vincente, grazie anche all'applicazione di un protocollo che regola il prezzo del latte alla stalla e che ha rivoluzionato il concetto di acquisto della materia prima: dal 2010, per la prima volta nel Belpaese, *Inalpi* applica un sistema trasparente che garantisce le parti ed elimina la contrattazione.

Perché *Inalpi* è una "favola" che va ben oltre i 50 anni (1966 l'anno di fondazione) di storia: la favola parte infatti nel 1800 con Antonio Invernizzi che nella lombarda Valsassina produceva formaggio e burro. Una passione che portò il suo erede Egidio a migrare verso gli ampi spazi piemontesi. Siamo all'oggi: con quasi 200 dipendenti (compresi quelli del Caseificio di montagna di Peveragno acquistato nel 2017 e specializzato nella produzione di formaggi Dop piemontesi) di età media sotto i 40 anni e il 40% donne, è un'azienda che raccoglie il 20% del latte prodotto in Piemonte: 500 le tonnellate lavorate ogni giorno. Una fabbrica modello che negli anni è cresciuta arrivando ad essere, grazie alla collaborazione con la Ferrero di Alba, la prima e unica in Italia ad essersi dotata di un impianto di produzione di latte in polvere nel nostro Paese. E sempre nel 2017 è partita l'operazione di ampliamento del sito di Moretta con un investimento di 18 milioni. Con un'attenzione quasi maniacale alla qualità – 1 milione di euro l'anno sono investiti nell'efficienza del laboratorio analisi che effettua controlli su 17mila parametri ogni mese – al biologico e... allo sbarco in Cina dove viene esportato il latte in polvere. Opera di internazionalizzazione, lo sviluppo del brand di valore e l'allargamento della gamma bio, ci dice il presidente del Cda, Ambrogio Invernizzi, sono gli asset di crescita di un'azienda che quest'anno prevede di arrivare ad un fatturato di 168 milioni (erano 140 quelli del 2017). Non c'è solo la Cina, puntano a nuovi mercati o al rafforzamento, come Serbia e Romania e pure alla Palestina. E magari a nicchie di prestigio: sono i produttori del burro per un produttore francese leader dei croissant. Se non è motivo di orgoglio del tricolore casearìo questo...

Una crescita che ha contribuito a far si che Borsa italiana e Deloitte facessero entrare *Inalpi* nel gruppo delle oltre 700 aziende di eccellenza aderenti al progetto Elite: «Questo ci permetterà – conclude Invernizzi – di valutare diverse opzioni che potranno essere più funzionali alla nostra crescita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La storia

Il modello Moretta, made in Italy vincente grazie anche al protocollo sul prezzo del latte alla stalla

19 OTTOBRE – CRONACHE DI GUSTO

18 OTT

Golosaria 2018 da record: 300 espositori da tutta Italia: sarà "Il buono che fa bene"

on 18 Ottobre 2018. Pubblicato in Archivio articoli dal 05/04/2011 - La manifestazione

(Marco Gatti e Paolo Massobrio)

di Michele Pizzillo, Milano

Il "Buono che fa Bene" è il tema della 13esima edizione di Golosaria, in programma a Milano, negli spazi del Mi.Co-Fieramilanocity, da sabato 27 a lunedì 29 ottobre.

La manifestazione è stata presentata ieri a Palazzo Lombardia dai suoi due ideatori, Paolo Massobrio e Marco Gatti, insieme al sottosegretario Fabrizio Turba e a Lamberto Rubini, che con il suo format Formaggitalia si allea con una manifestazione che mette a disposizione dei milanesi le rare sciccherie scoperte in 25 anni di pubblicazioni de il Golosario, un volume di 960 pagine che con le sue segnalazioni di botteghe, artigiani, viticoltori, racconta l'evoluzione del gusto degli ultimi 25 anni. Tant'è vero che alla presentazione, a simboleggiare il "Buono che fa bene", c'era il Nergi, un baby frutto 100% sostenibile made in Piemonte e le forme dei formaggi Bitto e di Casera, che il Consorzio di Tutela ha omaggiato ai cinque premiati della giornata, ovvero l'evoluzione della bottega, con Alessandro Lanzani di Brescia; la trattoria sociale: Rob de Matt di Milano; l'evoluzione della pizzeria in cucina dinamica, ovvero Luca Mariani de La Fortuna di Campagnola Cremasca e infine i due migliori pranzi dell'anno Daniel Canzian per le tavole di Milano e Mauro Elli de Il Cantuccio di Albavilla per le tavole regionali. Applausi quando è stato ricordato Gualtiero Marchesi.

"Buono e Bene, dunque, come specchio dello "stile italiano" e del modello mediterraneo che saranno declinati a Golosaria secondo alcune suggestioni", anticipa Massobrio. A partire dai supercibi quotidiani, ovvero ingredienti del nostro artigianato e dell'agricoltura che, inseriti regolarmente nell'alimentazione, possono cambiare la vita: dai cereali trasformati in farina ai formaggi a latte crudo fino a verdura e frutta, dalla mela rossa Cuneo, diventata anche simbolo dell'ortofrutta italiana al Macfrut, al baby frutto Nergi, alleati del benessere.

A Golosaria ci saranno più di 300 espositori provenienti da tutta Italia, fra cui alcuni storici protagonisti che in questi 25 anni hanno cambiato il modo di fare impresa. A raccontarlo alcuni marchi simbolo del made in Italy a tavola come Prosciuttificio Marco d'Oggiono, con i suoi crudi distribuiti nelle migliori boutique del gusto italiane; la pasticceria Fiasconaro che con il suo panettone alla manna ha conquistato anche l'Oriente; Inalpi, che porta la migliore materia prima in pasticcerie e gelaterie di altissimo livello. Golosaria però guarda anche alla nascita dei nuovi modelli, come i dispenser per il vino a bicchiere Wineemotion, protagonisti di una nuova idea di enoteca, le soluzioni di design per il bere conviviale targate Vinstrip o quello delle Ciberie, il format di negozi che hanno esteso la propria offerta alla somministrazione che Francesco Donadini porterà per il terzo anno a fieramilanocity. Quest'anno un focus speciale sarà dedicato anche alla bottega italiana e alla sua capacità di adattarsi allo spirito del tempo, per sopravvivere e continuare ad essere una risorsa. Per questo domenica 28 saliranno sul palco di Golosaria storici bottegai e giovani fondatori delle boutique del gusto per firmare, tutti insieme, il Manifesto della Bottega Italiana. "Ci sono poi le nuove comunità di produttori e di botteghe che cambiano volto contribuendo a tenere vive le città", sottolinea Massobrio e annuncia che il problema botteghe sarà il tema del talk show d'apertura, condotto insieme a Tessa Gelisio, e la partecipazione del ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali Gian Marco Centinaio. Ha ricordato Massobrio che solo a Roma, nel 2017, hanno abbassato le serrande 3mila negozi di prossimità. Ma il dato negativo è diffuso in tutta Italia, da Genova a Milano, da Ivrea a Senigallia. Le botteghe storiche si stanno estinguendo, così come la tradizione artigiana che ha fatto del made in Italy un modello seguito e imitato in tutto il mondo. E i responsabili, al di là della crisi e delle istituzioni spesso assenti, si chiamano e-commerce, un fenomeno in continua crescita, oltreché la grande distribuzione, la "bestia nera" che ha portato drogherie, torrefazioni, mercerie e piccole botteghe artigiane al collasso". Così il Club di Papillon, il movimento di consumatori fondato proprio da Massobrio, ha deciso di ripartire stilando il Manifesto della Bottega Italiana, un decalogo che vuole essere prima di tutto un elemento di sensibilizzazione politica: verso le istituzioni e verso le associazioni di categoria.

Uno spazio speciale sarà poi dedicato al formaggio, esempio di un'evoluzione che non ha mai lasciato le sue radici, ma anche di un alimento che, a sua volta, cambia in base alla materia prima. A Golosaria per la prima volta approderà FormaggItalia, il Salone Italiano dei Formaggi Artigianali che porterà, oltre a una rappresentanza unica di produttori, circa 60, il tema del latte come fattore distintivo per il formaggio. Lo stesso tema salirà sarà al centro del concorso "Formaggi di Classe", basato sugli studi del professor Rubino circa la distinzione del latte, che al MiCo vedrà confrontarsi i massimi esperti del settore. E speciale sarà anche la partecipazione del Consorzio per la Tutela dei Formaggi Valtellina Casera e Bitto e del Consorzio Tutela Formaggio Montasio, presenti con show cooking e aperitivi a tema.

Da sempre Golosaria è l'occasione per celebrare anche il vino, con la presenza di 100 cantine italiane, i Top Hundred premiati (domenica 28 ottobre) da Paolo Massobrio e Marco Gatti e il debutto di "Vino. Assaggi memorabili di quel giorno e di quell'ora", il libro scritto a quattro mani da Massobrio e Gatti (Cairo-Comunica editori). Quindi un programma di wine tasting che farà scoprire il potenziale enoico tricolore: dai grandi rossi portati dal Consorzio della Barbera d'Asti e Vini del Monferrato ai bianchi aromatici del Consorzio per la Tutela dell'Asti Docg. Passando per i vini del Valcalepio e i friulani di Tenuta Stella. Un viaggio da Nord a Sud tra le etichette più rappresentative che riserverà alcune clamorose novità: dai tre terroir (Chianti, Maremma e Sardegna) riuniti in anfora nel progetto DCasadei al Bellone laziale valorizzato da Sanvitis, passando per i vini profumati della costa di Amalfi, gli autoctoni di Puglia e Calabria, fino a rarissimo Baratuciat che ha preso dimora nel Monferrato. Come ogni anno, il riconoscimento dei Top Hundred ha anche i Top dei Top, ossia l'eccellenza per ogni categoria. Per i vini bianchi è il Terre Siciliane Bianco "Il Coro di Fondo Antico" 2016 della cantina Fondo Antico di Trapani; per i rossi il Capriano del Colle Rosso Riserva "Riserva degli Angeli" 2015 prodotto da Lazzari di Capriano del Colle (BS); per gli spumanti il Trentodoc Extra Brut Rosé Riserva 2014 di Maso Martis di Trento; per i passiti il Moscato Passito di Noto 2017 di Feudo Luparello di Pachino (SR). Fra i 40 "Fuori di top" emerge l'Isola dei Nuraghi "Migiu", affinato in anfora dalle Cantine Olianas di Gergei, mentre la sorpresa spiazzante fra i 100 vini Top è il Pinot Nero 2013 di Cascina Eugenia 1641 di Pettenasco. Fra le cantine memorabili, menzione speciale per la vetta di Tramin col suo "Epokale".

Golosaria punterà pure sull'arte della mixology, con professionisti del settore che declineranno le ultime tendenze della miscelazione con una significativa rappresentanza del patrimonio liquoristico e delle firme degli spirits nostrani. Un fenomeno in continua crescita che sarà celebrato con la presentazione del libro di Alessandro Ricci "Bartender a casa tua" (Cairo – Comunica), ovvero come trasformare l'arte del cocktail in un'esperienza da trasferire anche all'interno delle mura domestiche. A caratterizzare l' edizione di quest'anno saranno anche quattro nuove aree: dal digital food, con le tecnologie 3D dell'Università Cattolica e l'e-commerce di Artimondo, al food design, che sarà rappresentato dal brand simbolo del design italiano nel mondo Alessi, protagonista sul palco dello showcooking e con un premio, alla prima edizione, destinato ai 40 pranzi dell'anno del GattiMassobrio.

Senza dimenticare che Golosaria è da sempre una vetrina per I territori. Quest'anno avrà la Calabria come regione ospite e, nello stesso tempo, strizzerà l'occhio ad una serie di curiosità della vicina Liguria. Oltre alla rinnovata partecipazione di Regione Lombardia, presente in un'area dedicata con il suo paniere di eccellenze lombarde: dai prodotti di montagna, alla biodiversità fino alle avicole. "La Lombardia non può mancare a una rassega come 'Golosaria rappresenta un'occasione di incontro importante anche per gli addetti ai lavori", è il commento dell'assessore all'Alimentazione Fabio Rolfi -. L'offerta agroalimentare della Lombardia - prosegue - è una ricchezza enorme sotto il profilo della tradizione, della cultura e della sicurezza alimentare, dell'indotto economico e della narrazione del nostro territorio anche in chiave turistica. Proprio in quest'ottica non posso far altro che sposare il tema dell'edizione 2018: Il Buono che fa Bene".

20 OTTOBRE - ALTISSIMOCETO

Cartoline dal 807mo Meeting VG @ Langosteria10 – Milano – Patron Enrico Buonocore

Posted By ViaggiatoreGourmet on ottobre 19, 2018
In Eventi Enogastronomici, Lombardia, Milano e provincia, Reportage Ristoranti

Stampa Email

Crudo, marinato, al vapore, in padella, alla base di un succulento **sughetto** o di una croccante quanto irresistibile **tempura**... A **La Langosteria 10** il **mare** è un dogma e, in quanto tale, la sua **centralità** nel menù del ristorante non è mai messa in discussione. Un **trionfo** di pesci e **crostacei** che si arresta solo di fronte al capitolo dei **dessert**, dove emerge in pieno l'identità mediterranea del Patron **Enrico Buonocore**, che a conclusione del pasto ama proporre sfiziosità **fresche** e leggere, come la frutta ripiena di gelato. Nel menù servito agli **Amici Gourmet** non è mancato l'ormai celebre **king crab**, un evergreen della carta del locale, dove è presente 12 mesi all'anno in declinazioni **stagionali**.

Crostino, burro alpino piemontese inalpi e acciughe del Cantabrico

Pane

Franciacorta Satèn 2012 – **Mosnel**

Piattooo!

Amuse bouche: capasanta, pesto di mandorle e bottarga

Domenico rifinisce la prossima portata

Tartare di gamberi rossi con centrifuga JYC

Franciacorta Parosé Pas dosé rosé 2009 – **Mosnel**

Sogliola in tempura, carciofi alla menta e maionese al lime

Totanetti nostrani, carciofi e pastinaca

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

Tiepido di mare con scampi, gamberi rossi, polpo e calamari cotti poché ed extravergine al limone

20 OTTOBRE - GOLFPEOPLE

A MILANO ARRIVA IL BUONO CHE FA BENE

ottobre 19, 2018 by redazione — Leave a Comment
Filed under NEWS

Al Mi.Co – Fieramilanocity dal 27 al 29 ottobre la XIII edizione

della rassegna di cultura e gusto

A MILANO ARRIVA IL BUONO CHE FA BENE

Il Buono che fa Bene. E' questo il tema della tredicesima edizione di **Golosaria Milano**, in programma **da sabato 27 a lunedì 29 ottobre** negli spazi del **Mi.Co – fieramilanocity**. Un tema nato per raccontare l'evoluzione del gusto nei primi 25 anni de ilGolosario: un bene che deriva dal piacere ma anche un bene del corpo, con la riscoperta dei superfood. Ci sono poi le nuove comunità di produttori e di botteghe che cambiano volto contribuendo a tenere vive le città. Sarà il tema portante del talk show d'apertura, condotto da **Paolo Massobrio** e Tessa Gelisio, che vedrà la partecipazione del ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali **Gian Marco Centinaio**. Un tema, quello del benessere e della sostenibilità, portato a Golosaria da alcuni grandi marchi come **Life**, specialista della frutta secca, essiccata e disidratata, e **Lauretana**, partner storico di Golosaria con l'acqua più leggera d'Europa che porterà il vessillo dell'importanza di una giusta idratazione. Oltre che di benessere si parlerà anche di sostenibilità con **Comieco** (Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica) che continua il suo progetto per la diffusione della doggy bag nei ristoranti ed **Evolvere** con il tema dell'energia sostenibile in ambito domestico.

Buono e Bene, dunque, come specchio dello "stile italiano" e del modello mediterraneo che saranno declinati a Golosaria secondo alcune suggestioni. A partire dai **supercibi quotidiani**, ovvero ingredienti del nostro artigianato e dell'agricoltura che, inseriti regolarmente nell'alimentazione, possono cambiare la vita (dai cereali trasformati in farina ai formaggi a latte crudo fino a verdura e frutta, dalla **Mela Rossa Cuneo**, diventata anche simbolo dell'ortofrutta italiana al Macfrut, al baby frutto **Nergi,** alleati del benessere. Saranno il tema dell'area showcooking, dove si racconterà come il cibo sta cambiando e come noi cambiamo il nostro modo di avvicinarci alla tavola, con particolari declinazioni anche nell'**Atelier dell'Arte Bianca** a cura di **Petra®** e nello spazio dedicato alle eccellenze dei **Maestri del Gusto di Torino**. Nell'Agorà, il grande palco di Golosaria **lunedì 29** si aprirà uno spaccato sulla ristorazione contemporanea con la premiazione dei Faccini e delle Corone Radiose del GattiMassobrio, il taccuino dei ristoranti d'Italia.

Quindi lo spazio dedicato ai 25 anni del Golosario: un sistema di comunicazione partito nel 1994 con poco più di 100 produttori che oggi racconta in mille pagine il gusto in modo trasversale, dalla carta al web. A Golosaria saranno riuniti più di **300 espositori di tutta Italia,** fra cui alcuni storici protagonisti che in questi 25 anni, hanno cambiato il modo di fare impresa. A raccontarlo alcuni marchi simbolo del made in Italy a tavola come **Prosciuttificio Marco d'Oggiono**, con i suoi crudi distribuiti nelle migliori boutique del gusto italiane, **pasticceria Fiasconaro** che con il suo panettone

alla manna ha conquistato anche l'Oriente e **inalpi**, che porta la miglior materia prima in pasticcerie e gelaterie di altissimo livello. Golosaria però guarda anche alla nascita dei nuovi modelli, come i dispenser per il vino a bicchiere **Wineemotion**, protagonisti di una nuova idea di enoteca, le soluzioni di design per il bere conviviale targate **Vinstrip** o quello delle **Ciberie®**, il format di negozi che hanno esteso la propria offerta alla somministrazione che **Francesco Donadini** porterà per il terzo anno a fieramilanocity. Quest'anno un focus speciale sarà dedicato anche alla bottega italiana e alla sua capacità di adattarsi allo spirito del tempo, per sopravvivere e continuare ad essere una risorsa. Per questo domenica (ore 14) saliranno sul palco di Golosaria storici bottegai e giovani fondatori delle boutique del gusto per firmare, tutti insieme, il **Manifesto della Bottega Italiana**.

Uno spazio speciale sarà poi dedicato al **formaggio**, esempio di un'evoluzione che non ha mai lasciato le sue radici, ma anche di un alimento che, a sua volta, cambia in base alla materia prima. A Golosaria per la prima volta approderà **Formaggitalia**, **il Salone Italiano dei Formaggi Artigianali** che porterà, oltre a una rappresentanza unica di produttori, circa 60, il tema del **latte come fattore distintivo per il formaggio.** Lo stesso tema salirà sarà al centro del concorso **"Formaggi di Classe"**, basato sugli studi del professor Rubino circa la distinzione del latte, che al MiCo vedrà confrontarsi i massimi esperti del settore. E speciale sarà anche la partecipazione del **Consorzio per la Tutela dei Formaggi Valtellina Casera e Bitto e del Consorzio Tutela Formaggio Montasio**, presenti con show cooking e aperitivi a tema.

Ma da sempre, Golosaria è l'occasione per celebrare anche il **vino**. Con le **100 cantine italiane** che presidieranno l'area Wine, i **Top Hundred** premiati (domenica 28 ottobre) da Paolo Massobrio e Marco Gatti e il debutto di ***"Vino. Assaggi memorabili di quel giorno e di quell'ora"***, il libro scritto a quattro mani da Massobrio e Gatti (Cairo-Comunica editori). Quindi un programma di wine tasting che farà scoprire il potenziale enoico tricolore: dai grandi rossi portati dal **Consorzio della Barbera d'Asti e Vini del Monferrato** ai bianchi aromatici del **Consorzio per la Tutela dell'Asti Docg.** Passando per i vini del **Valcalepio** e i friulani di **Tenuta Stella**. Un viaggio da Nord a Sud tra le etichette più rappresentative che non risparmierà anche alcune clamorose novità: dai tre terroir (Chianti, Maremma e Sardegna) riuniti in anfora nel **progetto DCasadei** al Bellone laziale valorizzato da **Sanvitis**, passando per i vini profumati della costa di Amalfi, gli autoctoni di Puglia e Calabria, fino a rarissimo **Baratuciat** che ha preso dimora nel Monferrato.

Ma non è tutto, perché quest'anno più che mai Golosaria punterà sull'**arte della mixology,** con una speciale isola dedicata dove i professionisti del settore declineranno le **ultime tendenze della miscelazione** con una significativa rappresentanza del patrimonio liquoristico e delle firme degli spirits nostrani: dalle **Distillerie Berta** al mitico **Toccasana di Teodoro Negro** presentato **e la gamma Gamondi**; dalla distilleria **Saint Roch** che presenterà le ultime novità fra cui il gin di montagna alla grappa friulana di **Domenis 1898,** fino agli avveniristici **NIO Cocktails**. Un fenomeno in continua crescita che sarà celebrato anche con la presentazione del libro di **Alessandro Ricci** ***"Bartender a casa tua"*** (Cairo – Comunica), ovvero come trasformare l'arte del cocktail in un'esperienza da trasferire anche all'interno delle mura domestiche.

Golosaria guarda tuttavia in prospettiva, cercando di porsi ogni anno come luogo di innovazione per i consumatori e per gli operatori. Per questo, a caratterizzare l' edizione di quest'anno saranno anche **quattro nuove aree**: dal **digital food**, con le tecnologie 3D dell'**Università Cattolica** e l'e-commerce di **Artimondo**, al food design, che sarà rappresentato dai brand simbolo del design italiano nel mondo **Alessi**, protagonista sul palco dello showcooking e con un premio, alla prima edizione, destinato ai 40 pranzi dell'anno del GattiMassobrio.

Golosaria, che è da sempre una vetrina per I territori, quest'anno strizzerà l'occhio anche a una serie di **curiosità della vicina Liguria**: dalle erbe officinali e specialità dell'areale di Diano Marina portate da **Aromatica** all'olio evo che l'**Oleoteca Regionale**, sotto l'egida di **Promo Riviera Ligure** farà conoscere attraverso un programma di assaggi e incontri ad hoc. Quindi la rinnovata partecipazione di **Regione Lombardia,** presente in un'area dedicata con il suo paniere di eccellenze lombarde: dai prodotti di montagna, alla biodiversità fino alle avicole.

Un appuntamento in continua evoluzione, che anno dopo anno può contare sulla presenza di importanti partner a supporto della rassegna; dal **Gruppo Unipol**, storico sponsor della manifestazione, a **Banco BPM**, presente anche con uno spazio goloso e interattivo a tema cioccolato, ma anche delle aree eventi, come nel caso di **Rcr, Datron, Frigo 2000 con Bora Subzero Wolf Wzug e Ristofast, Elite To Be, Extremis, Viscio** e della comunicazione, con **Radio Italia, MiTomorrow** e **Trenord**.

Tutte le info su www.golosaria.it

20 OTTOBRE - ILNAZIONALE

EVENTI E TURISMO | sabato 20 ottobre 2018, 09:35

Inalpi presente al XVII Forum Internazionale Coldiretti

0
Consiglia

Il Presidente Inalpi Ambrogio Invernizzi ha partecipato al XVII Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione, organizzato a Villa d'Este di Cernobbio da Coldiretti.

Il Forum, che si svolge annualmente, rappresenta un importante momento di confronto per il mondo agroalimentare, un appuntamento per riunire e aprire un dibattito costruttivo con esperti del settore, del mondo economico, politico, finanziario ed istituzionale.

Uno dei temi di rilievo della manifestazione è stato l'approfondimento delle tematiche legate all'internazionalizzazione del prodotto Made in Italy. E proprio in quest'ottica, e per proseguire il cammino aperto nel mese di agosto, con l'arrivo a Hong Kong del primo container da 20 tonnellate di Latte in Polvere Made in Cuneo di produzione Inalpi, il presidente **Invernizzi**, ha incontrato **Ye Jianpeng** – Senior Manager di Bank of China, insieme a **Roberto Moncalvo** – Presidente Nazionale Coldiretti, **Bruno Rivarossa** - Responsabile Struttura Nazionale Coldiretti e **Fabrizio Galliati** - Presidente Coldiretti Piemonte.

Un percorso in cui Inalpi crede fermamente, ritenendo che l'apertura verso mercati esteri, che apprezzano il food europeo, sia sinonimo certo di promozione non solo del latte di filiere piemontese corta e certificata ma anche del territorio su cui la filiera i sviluppa.

20 OTTOBRE - TORINOGGI

Inalpi presente al XVII Forum Internazionale Coldiretti

Con il Presidente Ambrogio Invernizzi

Il Presidente Inalpi Ambrogio Invernizzi ha partecipato al XVII Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione, organizzato a Villa d'Este di Cernobbio da Coldiretti.

Il Forum, che si svolge annualmente, rappresenta un importante momento di confronto per il mondo agroalimentare, un appuntamento per riunire e aprire un dibattito costruttivo con esperti del settore, del mondo economico, politico, finanziario ed istituzionale.

Uno dei temi di rilievo della manifestazione è stato l'approfondimento delle tematiche legate all'internazionalizzazione del prodotto Made in Italy. E proprio in quest'ottica, e per proseguire il cammino aperto nel mese di agosto, con l'arrivo a Hong Kong del primo container da 20 tonnellate di Latte in Polvere Made in Cuneo di produzione Inalpi, il presidente **Invernizzi**, ha incontrato **Ye Jianpeng** - Senior Manager di Bank of China, insieme a **Roberto Moncalvo** - Presidente Nazionale Coldiretti, **Bruno Rivarossa** - Responsabile Struttura Nazionale Coldiretti e **Fabrizio Galliati** - Presidente Coldiretti Piemonte.

Un percorso in cui Inalpi crede fermamente, ritenendo che l'apertura verso mercati esteri, che apprezzano il food europeo, sia sinonimo certo di promozione non solo del latte di filiere piemontese corta e certificata ma anche del territorio su cui la filiera i sviluppa.

20 OTTOBRE - TORINOSPORTIVA

Inalpi presente al XVII Forum Internazionale Coldiretti

Con il Presidente Ambrogio Invernizzi

Il Presidente Inalpi Ambrogio Invernizzi ha partecipato al XVII Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione, organizzato a Villa d'Este di Cernobbio da Coldiretti.

Il Forum, che si svolge annualmente, rappresenta un importante momento di confronto per il mondo agroalimentare, un appuntamento per riunire e aprire un dibattito costruttivo con esperti del settore, del mondo economico, politico, finanziario ed istituzionale.

Uno dei temi di rilievo della manifestazione è stato l'approfondimento delle tematiche legate all'internazionalizzazione del prodotto Made in Italy. E proprio in quest'ottica, e per proseguire il cammino aperto nel mese di agosto, con l'arrivo a Hong Kong del primo container da 20 tonnellate di Latte in Polvere Made in Cuneo di produzione Inalpi, il presidente **Invernizzi**, ha incontrato **Ye Jianpeng** - Senior Manager di Bank of China, insieme a **Roberto Moncalvo** - Presidente Nazionale Coldiretti, **Bruno Rivarossa** - Responsabile Struttura Nazionale Coldiretti e **Fabrizio Galliati** - Presidente Coldiretti Piemonte.

Un percorso in cui Inalpi crede fermamente, ritenendo che l'apertura verso mercati esteri, che apprezzano il food europeo, sia sinonimo certo di promozione non solo del latte di filiere piemontese corta e certificata ma anche del territorio su cui la filiera i sviluppa.

20 OTTOBRE - VIRGILIO

Inalpi presente al XVII Forum Internazionale Coldiretti

Condividi Invia G+

Il Presidente Inalpi Ambrogio Invernizzi ha partecipato al XVII Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione, organizzato a Villa d'Este di Cernobbio da Coldiretti. Il Forum, che si...

21 OTTOBRE - CONVIVIUM

Il Buono che fa Bene. Questo è il tema di Golosaria Milano 2018, in programma da sabato 27 a lunedì 29 ottobre negli spazi del Mi.Co fieramilanocity.

Un bere che deriva dal piacere ma anche per la salute, con la riscoperta dei superfood. Ci sono poi le nuove comunità di produttori e di botteghe che cambiano volto contribuendo a tenere vive le città. Sarà il tema portante del talk show d'apertura, condotto da Paolo Massobrio e Tessa Gelisio,

con la partecipazione del ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali Gian Marco Centinaio.

Superfood: una festa per il palato e per il benessere

Ci saranno i supercibi quotidiani, tema dell'area showcooking, dove si racconterà come il cibo sta cambiando e come muta anche il nostro modo di avvicinarci alla tavola.
Nell'Agorà, il grande patio di Golosaria lunedì 29, sarà presente la vetrina della ristorazione contemporanea, con la premiazione dei Faccini e delle Corone Radiose del GattiMassobrio, il taccuino dei ristoranti d'Italia.

Tanti gli espositori presenti

A Golosaria saranno presenti più di 300 espositori di tutta Italia. A raccontarlo, alcuni marchi simbolo del Made in Italy a tavola, come il Prosciuttificio Marco d'Oggiono, con i suoi crudi distribuiti nelle migliori boutique del gusto italiane, la pasticceria Fiasconaro che, con il suo panettone alla mamma, ha conquistato anche l'Oriente e infine, Inalpi, che porta la miglior materia prima in pasticcerie e gelaterie di altissimo livello.

Golosaria presenta anche nuovi modelli:

idea di enoteca, le soluzioni di design per il bere conviviale targate Vinstrip o quello delle Ciberie®;

- la bottega italiana, con la sua capacità di adattarsi allo spirito del tempo, per sopravvivere e continuare ad essere una risorsa del settore alimentare;
- il formaggio, un alimento che, a sua volta, cambia in base alla materia prima. A Golosaria, per la prima volta, approderà Formaggitalia, il Salone Italiano dei Formaggi Artigianali.
- il vino, con le 100 cantine italiane che presidieranno l'area Wine ed i Top Hundred premiati (domenica 28 ottobre) da Paolo Massobrio e Marco Gatti; Un viaggio da Nord a Sud tra le etichette più rappresentative che non risparmierà anche alcune clamorose novità: dai tre terroir (Chianti, Maremma e Sardegna), passando per i vini profumati della costa di Amalfi, gli autoctoni di Puglia e Calabria, fino a rarissimo Baratuciat che ha preso dimora nel Monferrato.;
- il digital food, con le tecnologie 3D dell'Università Cattolica e l'e-commerce di Artimondo, fino al food design.

21 OTTOBRE - TARGATOCN

Inalpi ospite al XVII Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione

Organizzato a Villa d'Este di Cernobbio da Coldiretti.

Il Presidente Inalpi - Ambrogio Invernizzi - ha partecipato al XVII Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione organizzato a Villa d'Este di Cernobbio da Coldiretti. Il Forum, che si svolge annualmente, rappresenta un importante momento di confronto per il mondo agroalimentare, un appuntamento per riunire e aprire un dibattito costruttivo con esperti del settore, del mondo economico, politico, finanziario ed istituzionale.

Uno dei temi di rilievo della manifestazione è stato l'approfondimento delle tematiche legate all'internazionalizzazione del prodotto Made in Italy, E proprio in quest'ottica, e per proseguire il cammino aperto nel mese di agosto, con l'arrivo a Hong Kong del primo container da 20 tonnellate di Latte in Polvere Made in Cuneo di produzione Inalpi, il presidente Invernizzi, ha incontrato Ye Jianpeng - Senior Manager di Bank of China, insieme a Roberto Moncalvo - Presidente Nazionale Coldiretti, Bruno Rivarossa - Responsabile Struttura Nazionale Coldiretti e Fabrizio Galliati - Presidente Coldiretti Piemonte.

Un percorso in cui Inalpi crede fermamente, ritenendo che l'apertura verso mercati esteri, che apprezzano il food europeo, sia sinonimo certo di promozione non solo del latte di filiere piemontese corta e certificata ma anche del territorio su cui la filiera i sviluppa.

Nell'immagine allegata da sinistra Bruno Rivarossa - Responsabile Struttura Nazionale Coldiretti; Ye Jianpeng - Senior Manager di Bank of China; Ambrogio Invernizzi - Presidente Inalpi S.p.A. Roberto Moncalvo - Presidente Nazionale Coldiretti Fabrizio Galliati - Presidente Coldiretti Piemonte.

21 OTTOBRE - TORINOGGI

Latterie alpine premiate al Festival Onaf

Un nuovo riconoscimento per la filiera corta e certificata del latte piemontese Inalpi, un riconoscimento all'eccellenza delle Dop piemontesi

Un nuovo riconoscimento per la filiera corta e certificata del latte piemontese **Inalpi**, riconoscimento all'eccellenza delle Dop piemontesi, prodotte nel caseificio **Latterie Alpine** - la joint venture tra **Inalpi** e **Piemonte Latte** - situata a Peveragno, che oggi ha avuto come attore il Bra Tenero Dop.

Nella mattinata di oggi, **domenica 21 ottobre**, il **Bra tenero Dop** (categoria Bra dop), è stato premiato con la **medaglia di bronzo dall'Onaf** (Organizzazione Nazionale Assaggiatori di Formaggi). La cerimonia di consegna degli attestati è avvenuta all'interno del **Festival Onaf**, che si è tenuto a Cuneo nelle giornate di Sabato 20 e domenica 21 ottobre.

I formaggi in gara, circa un centinaio, presentati da 50 aziende provenienti dalle province di Cuneo, Alessandria e Asti, sono stati sottoposti al severo giudizio di 30 maestri assaggiatori Onaf. Un terzo posto che premia l'impegno, la serietà del lavoro e la continua ricerca della qualità e dell'eccellenza da parte di **Latterie Alpine** e dei produttori di latte che ne sono parte viva attiva e integrante.

Un successo collettivo, quindi, per il territorio tutto.

c.s.

21 OTTOBRE - TORINOGGI

La beneficienza migliore? Donare il proprio tempo

Una decina di infermieri delle Molinette di Torino hanno deciso di offrire parte dei propri giorni di ferie a un collega che ha bisogno di tempo per stare a casa dal lavoro e dedicarsi ai figli malati: in totale hanno regalato 30 giorni.

Una decina di infermieri delle Molinette di Torino hanno deciso di offrire parte dei propri giorni di ferie a un collega che ha bisogno di tempo per stare a casa dal lavoro e dedicarsi ai figli malati: in totale hanno regalato 30 giorni.

Alla Inalpi, azienda latteo-casearia di Moretta fra le province di Cuneo e Torino, hanno dato vita a un "fondo ore" di ferie e permessi per motivi di solidarietà. I lavoratori hanno la possibilità di cedere tutte o parte delle proprie ore di permessi e di ferie in favore dei colleghi che hanno un famigliare che necessiti di cure e assistenza costanti. L'azienda attiva un fondo ore ogni volta che il lavoratore bisognoso manifesta la propria richiesta: all'interno di questo fondo confluiscono le ore cedute dai lavoratori ai colleghi in difficoltà. Inoltre Inalpi regala 1 ora ogni 2 cedute dai lavoratori.

Sono soltanto un paio di esempi dei quali sono venuto a conoscenza in queste ultime settimane. Ma sono sicuro che si potrebbero raccontare tanti altri casi analoghi.

ECCO LA VERA BENEFICIENZA, L' AUTENTICA SOLIDARIETA'.

Sai che sforzo nel fare un sms da 2 euro...sai che fatica...Si compone il numero sul telefonino, si

schiaccia invio e ci si lava la coscienza. E non cambia nulla se anziché dare 2 euro ne regalassimo 100. La solidarietà vera consiste nel rinunciare a qualcosa di importante. E cosa c' è - di questi nostri affannati giorni - di più prezioso del proprio tempo?

Negli Stati Uniti qualcuno si è divertito a stilare una classifica dei dieci desideri "più desiderati" nella vita dell'uomo. Ebbene, tre riguardano il tempo. Perché come dice Harvey MacKay, uomo d' affari e scrittore: *Il tempo è gratis ma è senza prezzo. Non puoi possederlo ma puoi usarlo. Non puoi conservarlo ma puoi spenderlo. Una volta che l'hai perso non puoi più averlo indietro.*

21 OTTOBRE - VIRGILIO

Latterie alpine premiate al Festival Onaf

Condividi Invia

Un nuovo riconoscimento per la filiera corta e certificata del latte piemontese Inalpi , riconoscimento all'eccellenza delle Dop piemontesi, prodotte nel caseificio Latterie Alpine " la joint...

21 OTTOBRE – TORINOSPORTIVA

La beneficienza migliore? Donare il proprio tempo

0 Consiglia

Una decina di infermieri delle Molinette di Torino hanno deciso di offrire parte dei propri giorni di ferie a un collega che ha bisogno di tempo per stare a casa dal lavoro e dedicarsi ai figli malati: in totale hanno regalato 30 giorni.

Una decina di infermieri delle Molinette di Torino hanno deciso di offrire parte dei propri giorni di ferie a un collega che ha bisogno di tempo per stare a casa dal lavoro e dedicarsi ai figli malati: in totale hanno regalato 30 giorni.

Alla Inalpi, azienda latteo-casearia di Moretta fra le province di Cuneo e Torino, hanno dato vita a un "fondo ore" di ferie e permessi per motivi di solidarietà. I lavoratori hanno la possibilità di cedere tutte o parte delle proprie ore di permessi e di ferie in favore dei colleghi che hanno un famigliare che necessiti di cure e assistenza costanti. L'azienda attiva un fondo ore ogni volta che il lavoratore bisognoso manifesta la propria richiesta: all'interno di questo fondo confluiscono le ore cedute dai lavoratori ai colleghi in difficoltà. Inoltre Inalpi regala 1 ora ogni 2 cedute dai lavoratori.

Sono soltanto un paio di esempi dei quali sono venuto a conoscenza in queste ultime settimane. Ma sono sicuro che si potrebbero raccontare tanti altri casi analoghi.

ECCO LA VERA BENEFICIENZA, L' AUTENTICA SOLIDARIETA'.

Sai che sforzo nel fare un sms da 2 euro...sai che fatica...Si compone il numero sul telefonino, si schiaccia invio e ci si lava la coscienza. E non cambia nulla se anziché dare 2 euro ne regalassimo 100. La solidarietà vera consiste nel rinunciare a qualcosa di importante. E cosa c' è - di questi nostri affannati giorni - di più prezioso del proprio tempo?

Negli Stati Uniti qualcuno si è divertito a stilare una classifica dei dieci desideri "più desiderati" nella vita dell'uomo. Ebbene, tre riguardano il tempo. Perché come dice Harvey MacKay, uomo d' affari e scrittore: *Il tempo è gratis ma è senza prezzo. Non puoi possederlo ma puoi usarlo. Non puoi conservarlo ma puoi spenderlo. Una volta che l'hai perso non puoi più averlo indietro.*