Dal **16 NOVEMBRE 2020**
Al **22 NOVEMBRE 2020**

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

16 NOVEMBRE – ARBITER

PECCATI DI GOLA

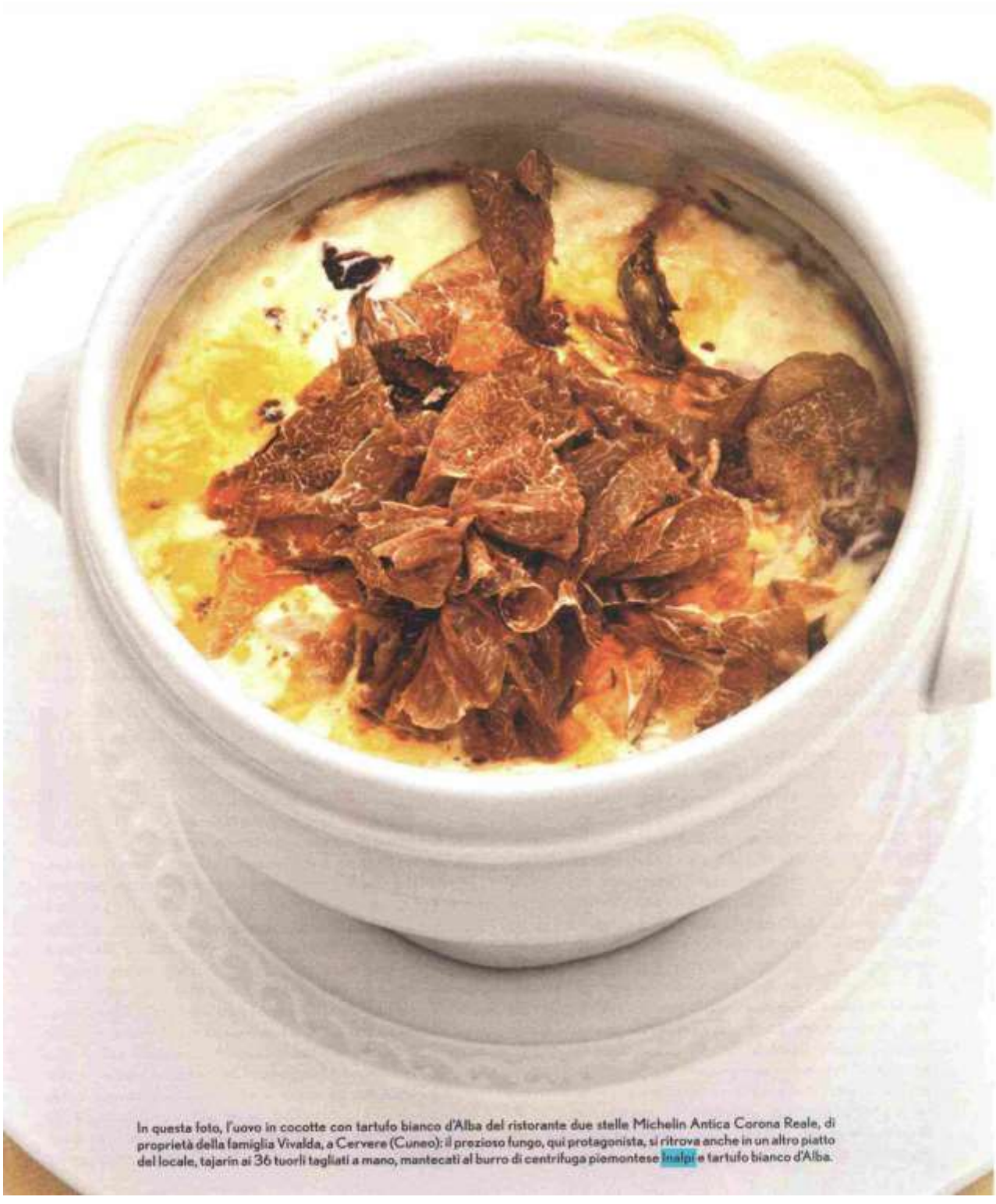
QUEI PIATTI DEL TUBER

Da Alba a Firenze, lungo la dorsale appenninica, all'insegna del tartufo e delle sue gustose declinazioni nei ristoranti e nei negozi dove acquistarlo selezionati da *Arbiter*

DI MARCO TONELLI

Il tartufo è il grande ingannatore della gastronomia. Appena cavato, così si chiama tecnicamente l'operazione di estrarlo dalla terra, ha un aspetto per nulla attraente, a metà tra il sasso e la patata. Se infine lo si annusa, o ammalia oppure respinge. Nonostante questo lo cercano in tutto il mondo. Lo trovano in Cina, in Nord Europa (Svezia e Russia), negli Stati Uniti e in Iran: qui il livello non è alto, ma hanno già diverse alternative di pregio dal sottosuolo. La qualità dei tartufi del mondo è differente, anche perché non ne esiste un solo tipo: c'è quello bianco e c'è il nero, a sua volta diviso tra uncinato, moscato, estivo, invernale e pregiato. Uno yin e yang che non riguarda solo il colore, il gusto o la stagione in cui viene raccolto, ma piuttosto la modalità di consumo. In generale si dice che il bianco non voglia sentire né ragioni né calori, accomodandosi sulle pietanze solo all'ultimo momento, e che il nero muoia nella padella, spesso in compagnia di olio, burro, aglio, filetti di acciuga sott'olio e tanto altro. Il luogo di nascita invece è uguale per tutti: la terra. Proprio la composizione chimica e la durezza di questo elemento contribuiscono alla caratterizzazione organolettica e morfologica dei tartufi. Quelli irregolari spesso si raccolgono da terreni duri o nei quali le radici degli alberi (querce, pioppi ecc.) con cui i tartufi vivono in simbiosi ne condizionano la crescita. Per la taglia invece, come accade per le persone, è la genetica a decidere. Nuovamente come noi, il tartufo è composto per il 90% da acqua. Il lato esteriore è detto peridio, mentre la parte interna prende il nome di gleba, dal latino zolla. Focalizzando meglio la varietà bianca, ciò che la qualifica è la dirompenza aromatica e gustativa. Per questo le ricette che la utilizzano sono spesso stringate negli ingredienti e nella preparazione, ma generose in quanto a sapore. Riso, uova, pasta fresca, patate sono i giacigli su cui si accomodano i petali del tartufo bianco. Ma ora anche i cocktail sembra siano stati sedotti dal suo profumo e dal suo sapore: grazie al progetto dell'Ente fiera nazionale del tartufo bianco d'Alba, in collaborazione con Giulio Cocchi, il pregiato fungo incontra il Vermouth di Torino in ricercate ricette firmate dal Savoy di Londra e dal Ceresio 7 di Milano.

Dal Piemonte alla Toscana, dall'Emilia-Romagna alle Marche e poi sempre più giù lungo la dorsale appenninica, il nostro Paese è pieno di luoghi che servono tartufi. La qualità della materia prima qui è fondamentale perché, se il carattere del tartufo bianco è la sua forza, l'invadenza dai toni stridenti e quasi «agliosi», probabilmente dovuta a un'eccessiva maturazione, rovina il piatto, dal più semplice al più elaborato. I luoghi del tartufo bianco sono inoltre spesso defilati. Qui l'eventuale mancanza di tecnica in cucina è sopperita ampiamente dalla generosità e dalla maestria di mamme e nonne, in grado di tirare sfoglie lunghe come la tela di Penelope, dando vita così a epiche tagliatelle e indimenticabili tajarin, ossia sottilissimi fili di pasta all'uovo, spesso realizzati utilizzando soltanto i tuorli. Ci mette invece anche gli albumi



In questa foto, l'uovo in cocotte con tartufo bianco d'Alba del ristorante due stelle Michelin Antica Corona Reale, di proprietà della famiglia Vivalda, a Cervere (Cuneo): il prezioso fungo, qui protagonista, si ritrova anche in un altro piatto del locale, tajarin ai 36 tuorli tagliati a mano, mantecati al burro di centrifuga piemontese Inalpi e tartufo bianco d'Alba.

Gemma, dell'omonima **Osteria Gemma** a Roddino nel cuore delle Langhe (via Guglielmo Marconi 7, Roddino, Cuneo, tel. 0173.794252). Per finire il piatto aggiunge burro fuso caldo, non troppo perché la pasta all'uovo «beve» i condimenti. A concludere, un'attenta mescolata per evitare che il burro rimanga sul fondo della scodella. Zero impiattamenti coreografici, ma tanta sostanza, impreziosita da una grattata di tartufo bianco locale. Sempre atmosfera di casa, nonostante qui si siano meritati la stella assegnata dalla guida dei battistrada, al ristorante **Il Centro** (via Umberto I 5, Priocca d'Alba, Cuneo, tel. 0173.616112, ristoranteilcentro.com). In carta piatti di tradizione resi più contemporanei, ma non per questo meno gustosi, dalle mani di Elide e da tartufi locali, sempre profumati e saporiti. Spostandosi a Treiso e avendo voglia di sconfinare in preparazioni che prevedano il tartufo bianco declinato anche in versione contemporanea, quindi in ensemble con numerosi ingredienti, pesce compreso, non si può mancare la tappa della **Ciau del Tornavento** (piazza Baracco 7, Treiso, Cuneo, tel. 0173.638333, laciaudeltornavento.it). Monostellato dalla cantina smisurata come la loro voglia di celebrare il tartufo, protagonista che qui si accoccola su una battuta di carne o sormonta l'uovo in cocotte servito in uno scrigno di legno a sottolinearne la preziosità.

Rimanendo sul tema dell'uovo in cocotte con tartufo bianco d'Alba, come non citare quello dell'**Antica Corona Reale** (via Fossano 13, Cervere, Cuneo, tel. 0172.474132, anticacoronareale.it), locale bistellato della famiglia Vivalda che, in stagione, sceglie d'impreziosire un altro suo grande classico, il cardo gobbo confit di Nizza Monferrato, guanciale affumicato e zabaione al rhum, con una pioggia di tartufo bianco. Chi vuole poi tornare a casa con un gustoso ricordo, ecco che ad Alba può acquistare questo capolavoro della terra da **Eleat tartufi** in piazza Garibaldi 2 (tel. 339.2022333, eleatartufialba.com) o da **Tartufi Ratti** in via Vittorio Emanuele 18 (tel. 0173.440540, tartufiratti.com). Spostandoci sull'Appennino, troviamo declinazioni sul tema leggermente diverse, a seconda che ci si trovi in Toscana o in Emilia Romagna. In Emilia, il tajarin si allarga per diventare tagliatella, mentre in Romagna il tartufo bianco trova terreno fertile anche su un passatello asciutto condito con crema di parmigiano, senza però sfigurare persino con quello in brodo, grazie al calore del liquido che ne stimola i vapori inconfondibili. In Emilia tappa obbligata a Savigno di Valsamoggia, tra le colline di Modena e Bologna. Alberto Bettini da anni dirige la **Trattoria Amerigo** (via Marconi 14-16, tel. 051.6708326, amerigo1934.it). Una stella Michelin per un locale in grado di far rivivere atmosfere e sapori di una volta, grazie all'utilizzo di fornitori del luogo: «Personalmente cerco di comprare dai cavatori del posto tartufi dalla scorza che tendano al verde chiaro, solcati da crepe ben definite», consiglia il patron della Trattoria Amerigo. Tra le sue applicazioni pratiche, tagliatella, gnocchi e uovo, quest'ultimo in versione classica certo, ma anche secondo una rilettura che lo monta cuocendolo successivamente a 150 °C per cinque minuti, per poi coprirlo con una salsa al tartufo, a sua volta sormontata da tartufo bianco grattugiato molto fine, affettato non con uno strumento classico, ma con una microplane, sorta di grattugia a lame finissime e affilatissime. Se non si vuole lasciare Savigno a mani vuote, sosta con acquisto del prezioso fungo da **Appennino Food**, in via del Lavoro 14/b (tel. 051.960984, appenninofoodshop.com). Valicando l'Appennino e approdando in Toscana, s'incontra tra Firenze e la costa la capitale del tartufo bianco di queste parti: San Miniato, Pisa. Proprio qui si trovano numerosi locali che trattano il tartufo con rispetto e voglia di valorizzarlo. Tra questi, il **Papaveri e Papere** (via Dalmazia 159/d, tel. 057.1409422, papaveriepapere.com) rivisita il tema dell'uovo al tartufo aggiungendo un crumble di porcini, ammorbidendolo poi con una salsa di pecorino per completare la preparazione con un'abbondante coltre di tartufo bianco. Chi invece non volesse discostarsi dalla tradizione troverà qui un tagliolino al tartufo locale con pochi rivali. Per l'acquisto dei diamanti della terra: **Tartufi Nacci** (via Zara 110, località Corazzano, tel. 0571.462846, tartufi-nacci.com) e **Gemignani tartufi** (viale Guglielmo Marconi 89, tel. 0571.43954, gemignanitartufi.it). A Colle Val d'Elsa, provincia di Siena, l'**Arnolfo Ristorante** (via XX Settembre 50, tel. 0577.920549, arnolfo.com) è invece il luogo suggestivo in cui lo chef Gaetano Trovato consacra i suoi piatti al culto del gusto, tra ingredienti biologici e spirito contemporaneo con gli autoctoni e autentici sapori delle Crete Senesi, celebri nel mondo per il profumato tartufo bianco.

Restando sempre in tema di bianco ma in un contesto di città, e soprattutto di esclusività visto l'ambiente, ecco **il Palagio**, ristorante del Four Seasons Hotel di Firenze (borgo Pinti 99, tel. 055.2626450, ilpalagioristorante.it). Un locale in grado di declinare l'ingrediente in versione classica, come i tagliolini, ma anche in preparazioni sempre diverse, immancabilmente guidate dalla mano di uno chef, Vito Mollica, che mostra garbo anche con ingredienti irruenti come il tartufo bianco. Il sapore logora chi non ce l'ha, per questo speriamo che i surrogati (oli e simili) di questo fungo che non assomiglia ai classici funghi, protagonista della cucina invernale italiana, trovino sempre meno impiego in ambito culinario, lasciando spazio al sapore unico di questa meraviglia, bruttissima e profumata, come il tuber magnatum Pico.

PECCATI DI GOLA

Sopra, medaglioni di manzo al tartufo bianco di San Miniato del Palagio, ristorante una stelle Michelin del Four Seasons Hotel di Firenze con la cucina dello chef Vito Mollica. A fianco, tagliolino all'uovo con tartufo bianco pregiato toscano, ossia l'oro bianco delle Crete Senesi, dell'Arnolfo Ristorante, due stelle Michelin di Colle Val d'Elsa (Siena) con lo chef Gaetano Trovato.

16 NOVEMBRE – DOLCESALATO

FOCUS

Ingrediente sempre più amato

IL MONDO DEL BAKERY E DELLA PASTICCERIA ARTIGIANALE CONFERMA, AL NETTO DEL LOCKDOWN, L'ATTENZIONE VERSO IL BURRO DI QUALITÀ. NON A CASO IL COMPARTO HA VISTO L'INSERIMENTO DI NUOVI BRAND E L'ARRIVO DI NUOVI PLAYER

Una Pasqua in pieno lockdown non ha certo favorito il mercato del burro professionale nella prima parte dell'anno.
Sono stati mesi di sofferenza, dopo un 2019 sostanzialmente positivo, a cui è fortunatamente seguita una ripresa a partire dai mesi di maggio e giugno.
Ora si guarda con fiducia al Natale, uno dei periodi clou per i consumi.
«Al netto del lockdown – commenta **Julita Gjuraj, Sales & Marketing Department di Senna** – negli ultimi anni il trend delle vendite del burro è positivo. Il settore sta crescendo in termini di professionalità e ricerca della qualità, in risposta a un consumatore sempre più attento e consapevole, ma anche a uno spostamento verso un gusto che fino a qualche anno fa era tipicamente nordico».

NUOVI PLAYER NEL MONDO PROFESSIONALE

Conferma la crescita dei consumi di burro anche **Katja Cappelletti, Marketing Manager di Vandemoortele Italia**, azienda che, forte della sua esperienza nella produzione di mélange, proprio quest'anno ha ampliato la sua offerta di prodotti professionali e ha lanciato sul mercato europeo – quindi anche in Italia – il burro **St. Villepré**: «Una nuova categoria di prodotto e un prestigioso brand francese dedicato al nuovo portfolio» spiega Cappelletti, che racconta come l'azienda, specializzata nel campo delle margarine grassi e oli alimentari, non si sia fermata nemmeno nel periodo di lockdown e non abbia frenato il progetto di lancio. «Durante quei mesi, avvalendoci dei mezzi di comunicazione più adatti al particolare momento (digitale, mailing e carta stampata), abbiamo presentato al

mercato il nostro nuovo burro tecnico e tradizionale. Un progetto ambizioso che rappresenta il naturale completamento della gamma dei prodotti all'insegna della qualità, del gusto e del servizio». L'offerta St. Villepré comprende burro tecnico e tradizionale, nei formati più funzionali per le diverse applicazioni di utilizzo. «Il Beurre de Tourage, in formato piatto, per una facile laminazione di pasta sfoglia e croissant (si lamina a 15°/18°C), garantisce lo sviluppo ottimale in forno e premia di gusto i prodotti finiti. Per le applicazioni da incorporo abbiamo scelto di offrire la qualità del burro tradizionale valorizzando il sapore delle ricette con i formati barra da 1 kg, Beurre d'Incorporation, e blocco da 10 kg, Beurre de Laiterie».
Anche **Granarolo** ha recentemente fatto il suo ingresso del mondo del burro professionale, con il nuovo brand **Granarolo Expert**. «La nuova linea – fanno sapere dall'azienda – risponde a esigenze tecniche e di performance, oltre che di gusto e qualità, ed è studiata per ogni applicazione di pasticceria. Fanno parte dell'offerta il Burro Classico, il Burro da panna di centrifuga e il Burro Plattato da panna di centrifuga, per croissant e pasta sfoglia. La linea Granarolo Expert è approvata e consigliata dall'Accademia Maestri Pasticceri Italiani».
Relativamente recente anche l'inserimento nel portafoglio di AB Mauri del brand Olympia, burro olandese di centrifuga proveniente da materie prime raccolte da filiera consortile e distribuito principalmente nel bakery. «La sua origine e provenienza – racconta **Daniel De Domenici, Head of Sales & Marketing Italy – Craft di AB Mauri** – assicura all'operatore un aroma, un colore e un gusto che rendono il prodotto finale superlativo, oltre a incidere notevolmente anche sulla fragranza. Abbiamo inserito il brand nel 2018 e nel corso del 2019 abbiamo avuto grandi soddisfazioni. Per agevolare le varie tipologie di fornitura abbiamo scelto di produrlo in varie pezzature: blocco unico da 25 kg, quattro blocchi da 5 kg confezionati in unico cartone, blocco da 5 kg singolo e pezzatura da 1 kg in cartone da 10 pezzi. Il burro Olympia è un grasso di qualità che il laboratorio di pasticceria oggi sceglie per produzioni a valore aggiunto, che si tratti di piccole attività con vendita diretta o di laboratori di grandi dimensioni».

> Nuovi player sono entrati nel mercato del burro professionale

OFFERTA

La segmentazione del mercato

In base alla percentuale di grasso:
- ✔ Burro tradizionale (min. 82% di grasso)
- ✔ Burri anidri o concentrati (99,8% di grasso)

In base alla tipologia di panna da cui sono ottenuti:
- ✔ Da panna di centrifuga
- ✔ Da panna di affioramento
- ✔ Da siero

In base alla tipologia di frazionamento:
- ✔ Non frazionati
- ✔ Frazionati o tecnici

BURRO TECNICO: SERVIZIO E PERFORMANCE

I burri tecnici o frazionati, grazie a caratteristiche tecnologiche definite e a un punto di fusione costante, facilitano notevolmente l'impiego di questa materia prima nelle varie applicazioni di pasticceria. «Com'è noto – spiega **Antonio Molinaroli, Head of Customers Food Service Galbani – Gruppo Lactalis Italia** – il burro è una materia prima che ha un punto di fusione attorno ai 29°/30°C, però nelle lavorazioni di pasticceria va incontro a temperature più elevate che ne rendono difficile l'impiego. Al contempo, negli ultimi anni il burro ha conosciuto una crescente diffusione in ambito professionale, in particolare nel mondo bakery, per le indubbie caratteristiche organolettiche, mentre le difficoltà legate al suo utilizzo sono state eliminate grazie all'innovazione

FOCUS
BURRO

tecnologica. Il nostro burro Président Professionnel, attraverso tecniche produttive innovative, consente di arrivare a punti di fusione anche di 36°/38°C e quindi può essere utilizzato come materia prima di riferimento per ogni tipo di realizzazione in pasticceria. Offriamo inoltre ai professionisti della ristorazione il classico panetto da 1 kg di burro Galbani Professionale adatto a ogni utilizzo in cucina.
Senna propone esclusivamente burro tecnico, ottenuto mediante processo di frazionamento dei grassi. «Una gamma di referenze dal punto di fusione costante e diverso tra loro – precisa Julita Gjuraj – ognuna delle quali è in grado di garantire performance ripetibili e prestazioni tecniche adatte a diverse esigenze. Il nostro burro tecnico frazionato offre un elevato livello di servizio: l'ottima plasticità e l'eccezionale stabilità del prodotto da laminazione facilita la lavorazione rispetto al burro tradizionale, ottenendo risultati migliori in sfogliatura e sviluppo; il burro tecnico da impasto, oltre a conferire un aroma delicato alle ricette, amalgama meglio gli ingredienti grazie alla superiore capacità emulsionante».
Da sempre pioniera dell'innovazione nel settore, Corman Italia ha sviluppato, negli anni, una gamma che comprende varie tipologie di burro da laminazione, da impasto e speciali. «Fiore all'occhiello della nostra offerta – sottolinea **Adele Manca, Marketing & Communication Manager di Corman Italia** – oltre al Burro di Latteria nella versione da impasto, da laminazione e Bio, è la nostra ampia gamma di burri da laminazione, ineguagliabile per facilità di lavorazione e perfetta sfogliatura». Una ricerca e sviluppo dinamica ed efficiente ha consentito all'azienda di lanciare novità importanti, a partire dal Burro Corman Express, pre-laminato e perfettamente plastico, subito pronto appena tirato fuori dal frigorifero per essere incassato nella pasta, per arrivare al Burro Corman Noisette da laminazione (già disponibile la versione da impasto da alcuni anni), un burro cotto pronto all'uso, la cui caratteristica principale è il suo speciale gusto dalle note caramellate che conferisce ai prodotti sfogliati. «Un'altra recente innovazione è la gamma dei burri in bottiglia, Burro Chiarificato liquido e Burro Noisette liquido i quali, con un punto di fusione di 5°C, sono liquidi e pronti all'uso appena tirati fuori dal frigo. Pensati per le applicazioni in cucina, si prestano e sono molto adatti anche in pasticceria e panificazione». Corman fa parte del **Gruppo Savencia**, che annovera nell'offerta professionale Fromage & Dairy altri due brand: **Elle & Vire Professionnel®** e **Lescure**, entrambi distribuiti sul mercato italiano da Corman Italia.
«Il burro Elle & Vire Professionnel® – prosegue Adele Manca – è prodotto dal miglior latte fresco raccolto a meno

> I burri tecnici, grazie a punti di fusione definiti e costanti, sono più facilmente lavorabili dagli operatori

INDUSTRIAL

Burri frazionati o tecnici

Il frazionamento è un processo industriale che consente di **separare le frazioni oleiche** (liquide, con basso punto di fusione) **e steariche** (solide, con punto di fusione più elevato) della materia grassa che compone il burro. Combinando poi queste due componenti è possibile ottenere burri dal punto di fusione definito e costante.
I burri tecnici sono diversi, si distinguono a seconda del tipo di frazionamento a cui sono sottoposti e della conseguente frazione hard (grassi stearici) o soft (grassi oleici) presente. Si possono dividere in due grosse macrocategorie, tipicamente distinguibili dal loro formato:
- ✔ **In blocchi**, tipici per impasti (frolle, frolle montate, lievitati ecc.)
- ✔ **Piatti**, tipici per laminazioni (sfoglie, croissant ecc.)

di 110 chilometri dagli stabilimenti prodottivi situati nel cuore della Normandia, attraverso moderni metodi di zangolatura. Il processo di trasformazione – totalmente naturale e scrupolosamente controllato – permette di ottenere un burro dal gusto ricco e raffinato, connotato da un sapore autentico di latte. Allo stesso modo, si ottengono delle caratteristiche tecniche che ne garantiscono ottima lavorabilità e qualità costante tutto l'anno. Lescure è invece un prestigioso marchio di burro francese Aop (Dop) Charentes-Poitou. La qualità del latte e lo specifico processo di produzione, che rispetta i metodi tradizionali e prevede una lenta maturazione biologica della panna di latte, conferiscono così a questo burro le sue caratteristiche distintive, per le quali ha ottenuto il marchio di Denominazione d'Origine Protetta. È più malleabile dei normali tipi di burro e ha una struttura stabile e facile da lavorare».

CRESCE L'ATTENZIONE ALLA QUALITÀ

Il mercato italiano ha riscoperto il burro come ingrediente eccellente, indispensabile per una dieta equilibrata e ben costruita. È quanto ci illustrano da Inalpi, azienda lattiero-casearia di Moretta (CN). «Il burro da panna di centrifuga sta peraltro prendendo il posto che gli spetta – aggiungono – rispetto a una profondità di referenze ampia quanto quella degli altri grassi. Il Burro Latterie Inalpi da panna di centrifuga, proveniente da latte 100% di filiera corta e controllata, risponde a questo trend con un prodotto tracciabile, buono, giusto e sicuro, proveniente dalla filiera del latte Inalpi, costituita da oltre 400 conferitori e regolata da un protocollo che è garanzia dell'elevato standard qualitativo del latte conferito». L'azienda, con 12mila tonnellate annue prodotte, si afferma tra i principali produttori di burro italiani e fornisce sia la grande industria dolciaria sia il canale artigianale «Un traguardo che è frutto di lavoro e impegno nell'ampliare l'offerta e creare un prodotto sempre più in grado di soddisfare le esigenze del mercato bakery, con caratteristiche del tutto innovative e che si presta a un'ampia gamma di lavorazioni». L'offerta di Inalpi per il mondo professionale comprende: Burro di Filiera (ingrediente di pregio con l'82% mg); Burro Chiarificato (con il 99,8% mg e naturalmente privo di lattosio); e Burro Tecnico, «prodotto grazie un lavoro che si è sviluppato

BURRO PROFESSIONALE: PRODOTTI IN PRIMO PIANO

	AB MAURI ITALY	CORMAN ITALIA	FRASCHERI
MARCHI	Olympia	Corman, Elle & Vire Professionnel®, Lescure	Arianna
NUMERO DI REFERENZE	4	Oltre 30	1
PRODOTTO	Olympia	Burro Express	Burro Arianna
DESCRIZIONE	Burro tradizionale di centrifuga	Burro pre-laminato, subito pronto per essere incassato appena tirato fuori dal frigorifero. Ideale per tutte le applicazioni di pasta sfoglia e pasta lievitata sfogliata, è realizzato tramite processi di produzione esclusivamente fisici e naturali	Panetto di burro a uso professionale, ottenuto da crema di latte e crema di siero di latte ottenute per centrifuga e affioramento
FORMATO	Blocchi da 1, 5 e 25 kg	Placche da 1 kg	1 kg

Fonte: elaborazioni Dolcesalato su dati aziendali

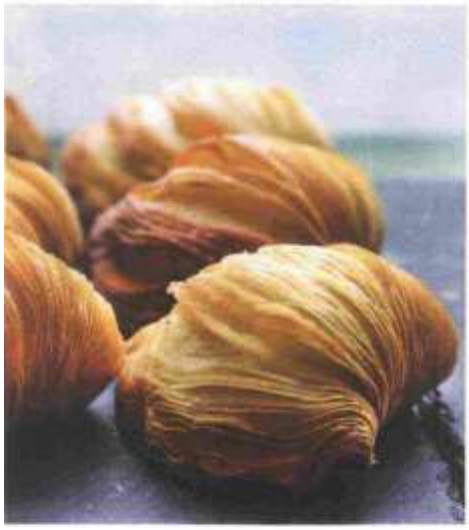
nel tempo, frutto di investimenti mirati e di una programmazione attenta, concretizzatasi nell'ampliamento dello stabilimento, il cui progetto ha incluso anche il potenziamento dell'area dedicata alla cristallizzazione del burro da cui nasce una referenza con caratteristiche uniche, con un grado di plasticità che lo rende ideale per la produzione di croissant e sfoglie».
La qualità della materia prima è l'elemento fondante anche per le soluzioni **Debic**: «Tutti i nostri burri – fa sapere **Cristina Zucchetti, Communication Manager di FrieslandCampina** – sono realizzati con latte degli allevamenti dell'azienda e prodotti da panna fresca di centrifuga ottenuta da latte vaccino crudo, la migliore metodologia per mantenere invariate le proprietà nutritive e organolettiche». Zucchetti sottolinea

	FRIESLANDCAMPINA	GRANAROLO	GRUPPO LACTALIS ITALIA
MARCHI	Debic	Granarolo, Granarolo Expert	Président Professionnel, Galbani Professionale
NUMERO DI REFERENZE	8	3	5
PRODOTTO	Burro Croissant Debic	Burro Plattato Granarolo Expert	Burro da Laminazione Président Professionnel
DESCRIZIONE	Burro tecnico 82% mg, facile da lavorare e laminare grazie all'elevata plasticità e ottima tenuta in lavorazione e cottura. Punto di fusione di 34°/36°C, temperatura di lavorazione di 15°/18°C	Burro piatto 83% mg, per croissant e pasta sfoglia, ottenuto esclusivamente da panna di centrifuga	Burro piatto da laminazione, con l'84% materia grassa, ideale per sfoglie e croissant
FORMATO	Placca da 2 kg	Placche da 2 kg	Placca da 2 kg

Fonte: elaborazioni Dolcesalato su dati aziendali

SEGUE A PAG. 78

FOCUS
BURRO



come il burro sia, nei laboratori, un ingrediente chiave e come negli ultimi anni il tasso di crescita dei burri tecnici sia particolarmente interessante: «Un fenomeno che si spiega con la necessità di standardizzare e velocizzare i processi produttivi, utilizzando al contempo un ingrediente con importanti valori qualitativi e salutistici. Ai nostri clienti offriamo soluzioni tecniche con elevato livello di servizio, dove a fare la differenza è soprattutto il processo di frazionamento dei grassi, che consente una gamma di referenze dal punto di fusione costante e diverso tra loro e che garantisce peculiarità tecniche differenti in relazione alle varie necessità. Siamo fortemente orientati all'innovazione di prodotto: periodicamente organizziamo focus group coinvolgendo i nostri vari interlocutori, confrontandoci con loro e raccogliendo continuamente spunti ed esigenze. In questo modo possiamo fornire feedback importanti relativi allo studio di prodotti inediti e al miglioramento di quelli esistenti».
L'offerta di **Frascheri**, nel tempo, si è evoluta nella direzione di referenze con caratteristiche sempre più dedicate al canale pro. «È nato, quindi, il Burro Arianna – racconta il **Responsabile Commerciale dell'Azienda Andrea Frascheri** – ottenuto da una particolare selezione di creme di latte, accuratamente miscelate per ottenere il miglior risultato per facilità di lavorazione e utilizzo professionale in pasticceria. La nostra offerta si caratterizza per la completa tracciabilità delle materie prime made in Italy, che vede un approvvigionamento del latte a chilometro zero, garantito da una logistica efficiente e puntuale».

BURRO PROFESSIONALE: PRODOTTI IN PRIMO PIANO

SEGUE DA PAG. 77

	INALPI	SENNA	VANDEMOORTELE EUROPE
MARCHI	Latterie inalpi	Senna, Flechard	St. Villepré
NUMERO DI REFERENZE	3	10	3
PRODOTTO	Burro di Filiera 82% materia grassa	Senna Burro Piatto	Beurre de Tourage
DESCRIZIONE	Frutto di una filiera corta e certificata, è prodotto con panna di centrifuga, lavorata in breve tempo a basse temperature, con una consistenza morbida, tartinabile e con un gusto genuino e avvolgente	Conferisce un aroma delicato alle ricette e si caratterizza per il gusto "pannoso", meno acido rispetto allo standard. L'ottima plasticità e l'eccezionale stabilità lo rendono ideale sia per la pasticceria sia per la lavorazione industriale	Burro professionale 82% mg, frazionato e testurizzato di eccellente plasticità per laminazione di pasta sfoglia e croissant. Temperatura di lavorazione 15°-18°C. Punto di fusione 34°-36 °C (costante tutto l'anno)
FORMATO	nd	Placca da 2 kg (5 placche per cartone)	Placca da 2 kg (5 pz per cartone)

Fonte: elaborazioni Dolcesalato su dati aziendali

16 NOVEMBRE – FOOD

FOOD Global · Awards

Italian Food Awards, i prodotti vincitori

FOOD AWARDS 2020

BAKERY & SNACKS
PUGLIA SAPORI
Gluten free tarallini with pulse flour

BEVERAGE
SIMONE GATTO
Mandarine juice

CONDIMENTS
LE FERRE OLIO EXTRA VERGINE D'OLIVA
Le Ferre Truttulà

DAIRY
INALPI
Supply chain butter from fresh centrifuged cream

DAIRY
AGRIFORM
Grana Padano DOP Quota 1000

FROZEN
IL PESTO DI PRA' DI BRUZZONE E FERRARI
Frozen pesto without garlic in drops

PASTA & READY MEALS
MASTER
Potato Gnocchi with Cauliflower

PLANT BASED
GRANAROLO
Unconventional Burger

MEAT & SALUMI
RENZINI
"ApeRe" Bocconcini di salame con tartufo e Parmigiano

SAUCES
MUTTI
Tomatoes pesto

SEAFOOD
DELICIUS RIZZOLI
Anchovy fillets Canale di Sicilia

SWEETS & CONFECTIONERY
PROBIOS
Biscuit with Lemon and Ginger

VEGETABLE PRESERVES
LA CESENATE CONSERVE ALIMENTARI
Pulses: healthy recipes

PACKAGING
MOLINO ROSSETTO
Soft Wheat Flour Type 00

SUSTAINABILITY
EKAF - INDUSTRIA NAZIONALE DEL CAFFÈ
Cellini 100% Arabica coffee organic Fairtrade

INNOVATION
LE BONTÀ
Red Rice, Spelt, Barley and Lentils

I prodotti premiati sono visibili su **www.italianfood.net**, la piattaforma pensata per i buyer internazionali alla ricerca di prodotti italiani autentici

16 NOVEMBRE – FOOD

Inalpi, la filiera che fa squadra

La presentazione del Bilancio Sociale 2019 è stata l'occasione perfetta per parlare dei tanti progetti di sostegno al territorio e degli obiettivi di crescita sostenibile dell'azienda di Moretta (Cn)

di **Andrea Torelli**

Sport e filiera corta e certificata, due mondi solo apparentemente lontani. È stato questo il fil rouge del quinto Bilancio Sociale presentato da Inalpi. Due ambiti che condividono lo stesso senso di appartenenza alla comunità e che trovano in Inalpi un partner solido per fare squadra: oltre 200 dipendenti e circa 400 conferitori di latte nel raggio di 30 km da Moretta (Cn), la 'casa' dell'azienda delle famiglie Invernizzi e Barattero e, da dieci anni, della filiera del latte piemontese. "In un periodo di incertezze come quello che viviamo – ha ricordato in apertura **Matteo Torchio, Responsabile Marketing e Comunicazione di Inalpi –, il Bilancio Sociale 2019 rappresenta un modo per raccontare una realtà che si impegna per restituire al territorio ciò che il territorio stesso ci consente di realizzare**. Le immagini tratte dal Bilancio Sociale raffigurano lo straordinario della quotidianità: è 'normale' fare sport con dedizione, così come lo è essere un allevatore che mette impegno e passione nel lavoro quotidiano. In questi luoghi 'normali', le stalle o i campi di erba, abbiamo creato un messaggio importante, che ben rappresenta l'impegno dell'azienda, di tanti allevatori e di un'intera comunità".

Investire nel domani

"Fare impresa non significa solo fare profitto – ha affermato il **Presidente di Inalpi Ambrogio Invernizzi –, abbiamo l'obbligo di pensare alle generazioni future, di restituire valore al territorio e costruire insieme. Concetti che prevedono la capacità di guardare avanti e di innovare**: nei prodotti, nelle lavorazioni e nella sostenibilità". Invernizzi ha poi passato in rassegna le iniziative recenti per favorire lo sviluppo virtuoso dell'azienda, tra cui: l'adesione ai Sustainable Development Goals, i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu, con un piano 2021-2025; la collaborazione con l'Associazione Comunità Papa Giovanni XXIII Onlus per un progetto di inclusione nel mondo del lavoro di giovani profughi e ragazze vittime di tratta. **"Nei prossimi anni investiremo 100 milioni di euro per aumentare la nostra capacità produttiva e diventare sempre più sostenibili** – ha annunciato Invernizzi –: gran parte della somma sarà destinata al raggiungimento delle certificazioni Carbon e Water Footprint (tra le altre misure 'green' adottate: la conversione della flotta auto aziendale in veicoli ibridi; l'inserimento di nuovi packaging completamente compostabili e riciclabili, *ndr*). Siamo contro le guerre di prezzo, continueremo a creare valore lungo la filiera del latte piemontese, portando avanti l'innovazione di prodotto: quest'anno, per esempio, abbiamo lanciato la Fonduta Reale in collaborazione con lo chef Gianpiero Vivalda e **lavoriamo a nuove referenze nei segmenti degli spalmabili e delle creme bianche a base di latte**". Così si configurano anche il recente ingresso nel mercato degli yogurt bio, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure (Sp), e gli altri investimenti: la costruzione della seconda torre di sprayatura per il latte in polvere e la realizzazione dell'impianto di ultrafiltrazione per la produzione delle MPC (proteine concentrate del latte) e del permeato ottenuto dal latte. ■

A sinistra, il Presidente di Inalpi Ambrogio Invernizzi, durante la conferenza di presentazione del Bilancio Sociale 2019

I numeri del Bilancio Sociale 2019 di Inalpi

Fatturato 2019	174,9 milioni di euro (79% BU Industrial, 21% BU Consumer)
Totale costi intermedi della produzione	157,2 milioni di euro
Valore aggiunto globale lordo	17,7 milioni di euro
Dipendenti	196 (115 maschi, 81 femmine)
Ore di formazione svolte	2.477
Eventi sponsorizzati	137 (101 locali, 11 regionali, 11 internazionali, 8 provinciali, 6 nazionali)
N. allevamenti	230 circa (distanza media dallo stabilimento Inalpi 30,5 km)
N. medio capi allevamento	75 in lattazione, 150 totali

Fonte: dati aziendali

16 NOVEMBRE – ONUITALIA

Rifugiati: quando l'Italia apre le braccia, in 121 ricevono premio UNHCR Welcome

16/11/2020 47

Share

ROMA, 16 NOVEMBRE – Ben 121 tra **aziende** di ogni dimensione, **ong** e **associazioni italiane** sono state premiate dall'**UNHCR**, l'agenzia ONU per i Rifugiati, con il logo **"Welcome – Working for Refugee Integration".** Si tratta di aziende che nel 2019 si sono contraddistinte per aver favorito l'**inserimento professionale dei rifugiati** e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia, tra queste **Lavazza, Eataly, Barilla, Reale Mutua e tnte altre piccole realtà.**

In questa **terza edizione** del premio, l'UNHCR ha assegnato inoltre **il logo We Welcome** a 52 **cooperative, onlus, fondazioni, associazioni di categoria, sindacati, servizi per il lavoro ed enti locali** che, a vario titolo, si sono impegnati per favorire l'inclusione nel mercato del lavoro dei richiedenti asilo e beneficiari di protezione internazionale.

Con l'assegnazione di questi due loghi di qualità, l'UNHCR ha voluto certificare il contributo delle aziende e degli enti vincitori ad una **società più inclusiva** nei confronti

di chi è stato costretto a fuggire da guerre, violenze e persecuzioni.

"Il Made in Italy riflette non solo prodotti di altissima qualità, ma anche valori sociali quali l'accoglienza e la diversità, e l'imprenditoria italiana è capace di ispirare il mondo non solo a livello commerciale ma anche a livello umano", ha dichiarato **Chiara Cardoletti,** Rappresentante UNHCR per l'Italia, la Santa Sede e San Marino. "La cosa che mi ha colpito di più delle storie di inclusione che ho ascoltato è di sentir parlare di rifugiati assunti come di talenti, di persone che vogliono superarsi e di portatori di arricchimento e di creatività. Investire su di loro ha portato inoltre nuova energia fra i dipendenti trasformando la diversità in un grande vantaggio per le aziende – ha proseguito Cardoletti – I rifugiati hanno una gran voglia di contribuire e dare una mano al paese che li ha accolti, sopratutto in un momento di grande difficoltà, anche per le aziende. Solo con un sistema di solidarietà globale potremmo superare questa situazione difficile".

Il progetto "Welcome – Working for refugee integration" è sostenuto dal **Ministero del Lavoro**, da **Confindustria** e dal **Global Compact Network.** Si avvale inoltre del supporto della **Fondazione Tent** e della **Commissione Europea**.

Questa edizione del premio è stata caratterizzata da una partecipazione di prestigio ed in continua crescita. **Il numero di aziende candidate è cresciuto infatti del 112% in soli tre anni**, a riprova del forte impegno del settore privato nel promuovere l'inclusione lavorativa e sociale dei rifugiati.

Complessivamente, dal 2017, oltre **240** fra aziende ed altri enti sono stati premiati per aver favorito l'inserimento lavorativo di **4.500 rifugiati,** ampliando l'orizzonte della loro responsabilità sociale e promuovendo la realizzazione di percorsi di integrazione condivisi e partecipativi.

"Siamo onorati di ricevere questo riconoscimento da UNHCR a testimonianza dell'impegno del Gruppo Lavazza nell'ambito della responsabilità sociale di impresa", ha commentato **Marco Lavazza**, Vice Presidente Lavazza Group – Non si può lasciare unicamente alle istituzioni e al terzo settore il compito di gestire il processo di integrazione dei rifugiati. Tutti gli attori sono chiamati a fare la loro parte e l'imprenditoria, con senso di responsabilità nei confronti delle comunità in cui opera, può dare un contributo decisivo. Il nostro progetto nasce con l'obiettivo di creare occasioni di inclusione, di crescita economica e sostenibilità".

Fra coloro che hanno partecipato all'evento di premiazione anche **Oscar Farinetti,** Creatore e Fondatore di **Eataly**: "Io mi ribello all'ingiustizia sociale dell'esclusione e del razzismo attraverso il mio mestiere che è l'impresa. E quindi sento il dovere di accogliere a braccia aperte. Sono naturalmente portato alla multiculturalità e all'inclusione perché è bellezza – ha detto Farinetti -. Eataly è onoratissima di ricevere questo premio da UNHCR. Eataly nel suo piccolo, fin dalle sue origini, ha accolto. Ho solo avuto soddisfazioni da persone che arrivano da altre culture, da altre storie, da altre tradizioni. Ora è il momento di passare dall'accoglienza, all'inclusione e all'interazione".

"Siamo particolarmente onorati in Reale Mutua per questo premio che ci è stato dato dall'UNHCR", ha commentato **Luca Filippone**, Direttore Generale di Reale Mutua.

"Reale Mutua da ben 192 anni opera ispirandosi al principio della mutualità, centralità delle persone e dello sviluppo sostenibile. Sul tema dei rifugiati siamo venuti in contatto con UNHCR attraverso il **progetto Power Coders**, che ci sta permettendo di inserire diversità nell'ambito del nostro gruppo e di dare concretezza a progetti di sostenibilità che abbiano impatti sociali, positivi e misurabili".

È intervenuta all'evento anche Yury Erazo, giovane rifugiata che ha trovato protezione e lavoro in Italia grazie ad un progetto di inserimento lavorativo con **The Adecco Group Italia.** "In Honduras lavoravo in banca. Ho dovuto lasciare il mio paese e sono venuta in Italia. All'inizio non è stato facile iniziare da capo – ha raccontato – Ho lavorato già in due aziende qui in Italia e sono felice perché ho trovato delle persone che hanno creduto in me. È stato un grande cambiamento rispetto a come mi sentivo all'inizio: ho imparato l'italiano, ho iniziato a lavorare, ho imparato tante cose nuove e sviluppato le competenze che portavo dal mio paese. Noi rifugiati possiamo dare un gran contributo ai paesi che ci ospitano".

La premiazione è stata inoltre l'occasione del lancio del nuovo sito dedicato al progetto, welcome.unhcr.it, che contiene storie, materiali e altri strumenti utili alla diffusione del progetto e allo scambio e condivisione di buone prassi.

welcome
working for refugee integration

TUTTI I VINCITORI Welcome – Working for Refugee Integration

GRANDI AZIENDE

BARILLA G. E R. FRATELLI, S.P.A., CAFFAREL, CARREFOUR ITALIA, EATALY DISTRIBUZIONE SRL, FCA EMEA, FLUNCH ITALIA, GUCCI, HOTEL CORPORATION OF EUROPE, IKEA ITALIA RETAIL SRL, INTERCOS EUROPE, IPSOS SRL, JW MARRIOTT VENICE RESORT & SPA – LA SESSOLA SERVICE SRL, LATTERIE INALPI, LEROY MERLIN ITALIA S.R.L., LUIGI LAVAZZA S.P.A., MANTERO SETA, MDP MANAGEMENT SRL (MANDARIN ORIENTAL, MILAN), MIDAS ITALIA SPA, NH ITALIA SPA, PANINO GIUSTO, PONTEVECCHIO, RANDSTAD ITALIA, REALE MUTUA ASSICURAZIONI, SODEXO ITALIA, SPONTINI, STUDIO PROFESSIONALE ASSOCIATO A BAKER MCKENZIE, THE ADECCO GROUP ITALIA, UNIQLO.

PICCOLE E MEDIE AZIENDE

AGRICOLTURA, SILVICOLTURA E PESCA: AGRICOLA CALAFATA – SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA SOCIALE, APICOLTURA FORTINI IVANO, APICOLTURA MELE DAVIDE, APICOLTURA VALLERA DI DAVIDE BOSIO, AZIENDA AGRICOLA "ELILU" DI ELISA GASTALDI, AZIENDA AGRICOLA BERTRONE MARIO, AZIENDA AGRICOLA IL PERACCIO DI FOLCO MASIERO, AZIENDA AGRICOLA LA SOLDANELLA SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA, AZIENDA AGRICOLA MAGNANI ALBERTO, AZIENDA AGRICOLA MELLISAPE, AZIENDA AGRICOLA ORTO RICCI, AZIENDA AGRITURISTICA LA CANIGIANA, AZIENDA AMUSA MIELE, CAPONI FRANCO, CASCINA DANESA, I RESILIENTI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, MARAMAO, POSTA GUEVARA SOC. COOP AGRICOLA S.R.L, SOCIETA' AGRICOLA AGAPE SS DI BASSI G. E ROTTOLI F.

SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE:, ACCOGLIERE SCS, AL KHARUB COOPERATIVA SOCIALE, BICI&CIBI DI LIA ARIANNA, BLUSERENA SPA, CAMPING FLORENZ DI VITALI GIANFRANCO, CREMERIA ISLANDA DI ZANACCA CRISTINA, G.A.G. S.R.L., GO SRL | GOD SAVE THE FOOD, ITINERE SOC. COOP. SOC., KÅBULAGNA, MAIEMI, MEDITERRANEA 2 SNC DI MASTRULLO, PASTORI E OLMO, MESCOLANZE IMPRESA SOCIALE S.R.L. – OSTERIA DEL PONTE, MIRTILLO ROSSO, OSTERIA DEI MERAVIGLIATI, PET NAT SRL SOCIETÀ BENEFIT (E/N ENOTECA NATURALE), POORMANGER DI RECIBA SRL, ROOSTER STREET FOOD ROTISSERIE, SENZA TEMPO

DI LIA LUPINO.

ATTIVITÀ MANIFATTURIERE: 3DLASER SRL, BARIDA ORD, C.F.A. S.R.L., CARTIERA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, COOPERATIVA SOCIALE S. AGOSTINO, EURO BETA, F.LLI FERRIGNO COSIMO E GIUSEPPE SNC, FA PANIFICAZIONE SRL, FORNO MAURIZI, GRAPHISERVICE S.R.L, MARCHESINI GROUP SPA, MARMO INOX SRL, MOVISTAR S.R.L., NOVA SIRIA, PAOLO POLLI S.A.S DI BORDINO PAOLO E C., SABATINO VETTORI, STERIGENICS ITALY

COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO E RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI: ALFARAEE SRL, COMMERCIALE LUCANA LAMIERE E PARAURTI, COOPERATIVA SOCIALE QUID, CRONO S.R.L., IL DELFINO SRL UNIPERSONALE, LAUTO LAVAGGIO DI LALI RAHMAT, MAGNABOSCO GUIDO SRL, STANNAH MONTASCALE SRL, STAZIONE GOMME & SERVICE SRL, TIRESIAS SRL. SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE: CASCINA BIBLIOTECA, COOPERATIVA QUADRIFOGLIO S.C. ONLUS, COOPERATIVA SOCIALE PICTOR, ORIENTA, PULIMPIU' SRL, QUALITY LAB, TOBILI'.

ALTRI SETTORI: ARCADIS ITALIA SRL, ASSOCIAZIONE CULTURALE, LIGNARIUS ARTE E RESTAURO – APS, ASSOCIAZIONE LACHESI, ASSOCIAZIONE PROGETTO SAN CARLO, ASSOCIAZIONE SPAZZI DI CAMPAGNA ONLUS, CASA DI RIPOSO G.B.TAYLOR, CE.F.A.S. – CENTRO DI FORMAZIONE ED ALTA SPECIALIZZAZIONE, COMUNE DI BRUNATE, COOPERATIVA SOCIALE SIAMO, COOPERATIVA SOCIALE YABBOQ ONLUS, EXPERIM, GAMEC – ASSOCIAZIONE PER LA GALLERIA D'ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA, GEA SERVICE SRL, LAB LAVANOLO, LGD SOCIETÀ COOPERATIVA, LORO GINO, OZONO FACTORY APS, PIEMONTE PONTEGGI, SYNESTHESIA, W.E.M. WASTE ENGINEERING MANAGEMENT SRL, WEB & COM DI VELLUTO SERGIO.

WE WELCOME

AMICO SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE, AFG ASSOCIAZIONE FORMAZIONE GLOBALE , ARCA DI NOÈ SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, ARCHÈ IMPRESA SOCIALE S.R.L., ARCI COMITATO TERRITORIALE DI BRINDISI, ASP CITTÀ DI BOLOGNA, ASS. LE VIGNE, ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE SOCIALE "CAMBALACHE", ASSOCIAZIONE DIAKONIA ONLUS, ASSOCIAZIONE DON BOSCO 2000 – IMPRESA SOCIALE, ASSOCIAZIONE GEOS ONLUS, BABEL COOPERATIVA SOCIALE ONLUS, C.I.D.A.S. – COOPERATIVA INSERIMENTO DISABILI ASSISTENZA SOLIDARIETÀ SOC. COOP. A R.L. IMPRESA SOCIALE, C.V. – CREARE VALORE, CEFAL EMILIA ROMAGNA, CIDIS ONLUS-CENTRO DOCUMENTAZIONE, INFORMAZIONE ED INIZIATIVA PER LO SVILUPPO, CIES ONLUS, COMUNE DI MILANO – CELAV (CENTRO DI MEDIAZIONE AL LAVORO), CONSORZIO INTERCOMUNALE SOCIO ASSISTENZIALE "VALLE DI SUSA", CONSORZIO INTERCOMUNALE SOCIO ASSISTENZIALE C.I.S.A. ASTI SUD, CONSORZIO MATRIX – COOPERATIVA SOCIALE, CONSORZIO MESTIERI PUGLIA, COOPERATIVA ANIMAZIONE VALDOCCO, COOPERATIVA SOCIALE IL SESTANTE ONLUS, COOPERATIVA SOCIALE ONLUS MEDIHOSPES, CRESCEREINSIEME, CROCE ROSSA ITALIANA COMITATO DI MILANO, CSD DIACONIA VALDESE – SERVIZI INCLUSIONE, DEDALUS COOPERATIVA SOCIALE, DIALOGOS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, ENERGHEIA IMPRESA SOCIALE SRL, ESSERCI S.C.S., EXAR SOCIAL VALUE SOLUTIONS, FONDAZIONE CARITAS DELL'ARCIDIOCESI DI PESCARA – PENNE ONLUS, FONDAZIONE CONSULENTI PER IL LAVORO, I GIRASOLI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE E DI SOLIDARIETÀ, I.F.O.A. ISTITUTO FORMAZIONE OPERATORI AZIENDALI, IBLEA SERVIZI TERRITORIALI SOC. COOP. SOCIALE – ONLUS, IMMAGINAZIONE E LAVORO, K_ALMA, L.E.S.S., SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE A R.L. – ETS – LOTTA ALL'ESCLUSIONE, SOCIALE PER LA SOSTENIBILITÀ E LA TUTELA DEI DIRITTI, LE SOLEIL COOPERATIVA SOCIALE, ON THE ROAD SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE, PROGETTO ACCOGLIENZA & INTEGRAZIONE SOCIETÀ COOPERATIVA ONLUS, PROGRAMMA INTEGRA, RETE IAL, SANITARIA DELFINO COOPERATIVA SOCIALE, START REFUGEES, UN MONDO DI GIOIA, UNIONE SINDACALE REGIONALE CISL CAMPANIA, WONDERLAND, ZEROCENTO.

17 NOVEMBRE – LACUCINAITALIANA

Il trend dei panettoni torinesi 2020

17 novembre 2020

di Sandra Salerno contributor

STAMPA

Torino celebra i migliori panettoni d'Italia con Una Mole di Panettoni e le preview per il prossimo Natale

Il Covid ha spento gli eventi per il 2020, ma non la voglia di dolcezza e di tradizione. Ogni anno a Torino si tiene, nel periodo prenatalizio, una

manifestazione molto importante, *Una Mole di Panettoni*, dove pasticcieri di tutta Italia propongono alla giuria le proprie creazioni. Ovviamente quest'anno si terrà in versione digitale.

Il concorso premierà, come sempre, i migliori panettoni della scuola milanese (senza glassa), della scuola piemontese (con glassa), il miglior panettone creativo e il miglior panettone salato.
L'appuntamento con *Una Mole di Panettoni* è previsto per sabato 28 novembre, in diretta streaming presso l'hotel Principi di Piemonte, dove la giuria di esperti si riunirà per decretare i migliori panettoni dell'anno.

Sarà inoltre disponibile un ecommerce, già operativo dal 15 novembre, che vuol diventare il più fornito negozio di grandi lievitati, il fiore all'occhiello dell'artigianato italiano in materia di pasticceria e lievitati d'eccellenza. Saranno disponibili per l'acquisto in tutto il paese, un negozio unico nel suo genere.

Panettone artigianale con gocce di cioccolato monorigine di Davide Appendino
Preparato con gocce di cioccolato monorigine Ecuador al 75%. Un impasto soffice, prodotto con lievito madre, lievitato naturalmente con tre fasi di impasto consecutive. Si può acquistare sul sito Davide Appendino

Panettone de gliAironi
Una bella collaborazione quella tra **gliAironi e Galup**, da un'idea di Gabriele Conte e Michele Perinotti, un panettone con protagonista il riso nero Penelope: al suo interno chicchi di riso nero candito e gocce di Nero, il primo sakè italiano fatto con riso nero vercellese di gliAironi. Viene prodotto per gliAironi da Galup. Si potrà acquistare nei temporary shop natalizi Regali da Favola di gliAironi; quest'anno ne hanno in previsione sei: Torino, Lignana, Biella, Pavia, Vigevano, Asti e sul sito gliAironi Shop.

Panettone puro design di Fabrizio Racca
Pasticciere torinese maestro nei dessert di design. Quello di Racca è un **panettone del tutto atipico e moderno nelle forme**: realizzato con crema di ricotta, pere e cioccolato, senza canditi e uvette. Disponibile online sullo shop Fabrizio Racca.

VideoBottega
Alberto Marchetti, conosciuto per il lavoro di artigiano del gelato, va oltre e inventa la **VideoBottega** dove sarà possibile acquistare i prodotti nella bottega virtuale grazie al collegamento in video chiamata con il negozio.

Per Natale Marchetti ha creato **PANETTONEH**, una **bottega (con)temporanea** dedicata al dolce della tradizione per eccellenza: **una selezione di 20 panettoni artigianali, prodotti da 10 tra i migliori maestri pasticcieri e lievitisti italiani**, scelti con cura da Alberto Marchetti per soddisfare tutti i gusti.
Per due mesi, dal 6 novembre e fino al 10 gennaio, PanettoNeh è il posto giusto per regalare (e regalarsi) un dolce artigianale assolutamente speciale. Info sul sito Alberto Marchetti.

Nuvola di Ghigo
Tra le regine dei **pandori**, la ormai famosa **Nuvola di Ghigo**, apprezzata dai torinesi (ma non solo): un soffice lievitato ricoperto da una crema di burro e zucchero a velo e poi ricoperta da zucchero impalpabile. In vendita presso il negozio di via Po 52B. Meglio prenotare: vanno a ruba.

Gran Piemonte di Albertengo
Il **panettone Gran Piemonte di Albertengo**, di Torre San Giorgio (Cn), panettone classico, prodotto con soli ingredienti locali: il Moscato dolce di Santo Stefano Belbo, la nocciola *Tonda Gentile*, il burro di panna da latte piemontese Inalpi, senza scorze di agrumi. Shop online.

Cocchi
Il **panettone al Vermouth Storico di Cocchi**, antica azienda di Cocconato (At) famosa per i vini e per il suo vermouth, conosciuto in tutto il mondo. Il panettone di Cocchi infatti è l'unico a essere prodotto con il Vermouth Storico, ed è creato in esclusiva per Cocchi da Albertengo. La particolarità di questo lievitato è nelle scorze d'arancia e limone candite al Vermouth Cocchi, poi decorato con glassa di nocciole e mandorle. Sito internet Cocchi.

Atelier Reale dell'Antica Corona Reale
Quest'anno il panettone di Gian Piero Vivalda sarà disponibile in **6 versioni, di cui 2** (novità 2020) **in edizione limitata di soli 300 pezzi:** il primo ai **Frutti Rossi**, creato con frutti canditi e semicanditi da Agrimontana in esclusiva per l'AtelieReale; il secondo al **Mandarino Candito** dell'Antica Confetteria Romanengo, storica azienda ligure (esiste dal 1870) specializzata tra le altre attività nella canditura di frutta, e nel mandarino in particolare. Info sul sito.

17 NOVEMBRE – GAZZETTA D'ALBA

Inalpi ha ricevuto il premio dell'Unhcr per aver favorito l'inserimento professionale dei rifugiati

IMPRESE

Il 10 novembre Inalpi, la grande azienda del settore lattiero-caseario di Moretta, è stata protagonista, assieme ad altre importanti imprese italiane, della consegna del logo Welcome-Working for refugee integration, riconoscimento conferito da Unhcr, l'agenzia dell'Onu per i rifugiati, alle realtà industriali che si sono contraddistinte per aver favorito l'inserimento professionale dei profughi e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in

Italia. Un importante progetto, supportato dal Ministero del lavoro, da Confindustria e da Global compact network, che, nato nel 2016, si avvale della fattiva collaborazione della fondazione Tent e della Commissione europea. Le attività dell'Inalpi erano state raccontate nel 2019, nella sala consiliare del Comune di Bra, con la presentazione del bilancio sociale 2018.

In quel documento si tracciava il cammino che Inalpi aveva avviato già a inizio 2018, in sinergia con l'associazione Papa Giovanni XXIII, il cui scopo è stato quello di realizzare una vera e concreta integrazione lavorativa per uomini e donne immigrati, provenienti da storie difficili. Un progetto frutto della convinzione, più che mai attuale, che questa sia la strada per testimoniare la solidarietà verso gli altri.

18 NOVEMBRE – NUOVA GAZZETTA DI SALUZZO

Allevatori green: il 78% dei soci Compral utilizza fonti di energia rinnovabili in azienda

CUNEO (cs) E' sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli allevamenti condotti dai soci utilizza fonti rinnovabili. Un dato che matura dalle tecnologie aziendali (biogas e fotovoltaico in primis) e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Compral Latte e la società saluzzese eViso.

Il meccanismo dei certificati bianchi, chiamati anche titoli di efficienza energetica, attesta il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia: un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio. Una strada che il presidente di Compral Latte, Raffaele Tortalla, ha percorso da pioniere nella sua azienda di Cussanio, diventando il migliore testimonial fra i 220 soci della cooperativa che forniscono alla filiera, ogni giorno, oltre 4.100 quintali di latte.

«Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente - spiega Tortalla - è una modalità oggi largamente diffusa, che assieme a tutta una serie di buone pratiche agronomiche consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole».

Quella cuneese, è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green, diventando un comparto in linea con i più avanzati standard europei, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilita dei consumatori rispetto alla tutela dell'eco-sistema.

Osserva il direttore Compral, Bartolomeo Bovetti: «Quel 78% di allevamenti che utilizza le energie rinnovabili conferma che anche l'agricoltura è entrata a pieno titolo nell'economia circolare. In tutti questi anni abbiamo lavorato per far sì che l'allevamento fosse considerato parte integrante dell'azienda, concentrando le attenzioni sulle pratiche colturali, le selezioni di alimenti, la cura del benessere animale, arrivando a una gestione corretta e funzionale dei reflui che diventano fertilizzante organico, fornendo nel contempo la sostanza necessaria alla produzione di energia pulita».

C'è un ulteriore aspetto che va sottolineato: la riduzione delle emissioni. «Per noi - sottolinea il dottor Bovetti - è un altro elemento fondamentale, che stiamo raggiungendo grazie al potenziamento della catena logistica, all'ottimizzazione dei servizi e delle risorse professionali. L'esempio migliore viene da quello che chiamiamo comunemente il giro del latte: abbiamo fatto in modo che la raccolta di stalla in stalla avvenga sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e km dei camion adibiti al trasporto. Tutti piccoli passi, che uno dopo l'altro, stanno dando risultati più che soddisfacenti».

18 NOVEMBRE – LA FEDELTÀ

L'azienda casearia sta installando cartelli pubblicitari con il nome del fornitore presso le cascine

Inalpi, quando un progetto di marketing racconta gli allevatori e il territorio

I fratelli Roberto e Andrea Tortone di Sant'Antonio Baligio; la famiglia Tortalla (papà Raffaele, mamma Carla e i figli Davide e Luca) di Sant'Antonio Baligio

di Luigina Ambrogio

FOSSANO. Da qualche settimana, in prossimità di alcune cascine della zona, sono visibili imponenti cartelli in cui campeggia il nome dell'azienda zootecnica e si legge che essa fa parte della Filiera del latte Inalpi. Da Fossano, infatti, dieci anni fa, è partito il nucleo di allevatori che ha dato vita, con la cooperativa Compral latte, alla filiera del latte Inalpi, una delle prime e senz'altro la più importante e rigorosa filiera del latte italiano che fornisce il latte in polvere all'industria dolciaria Ferrero. In questi dieci anni il gruppo è molto cresciuto; ora gli allevatori sono oltre duecento; si impegnano a rispettare un rigoroso disciplinare e, in cambio, hanno la garanzia di un prezzo che riconosce i costi di produzione (prezzo indicizzato).

L'installazione dei cartelli rientra in una serie di originali iniziative dell'azienda Inalpi che puntano a sottolineare il ruolo di chi produce la materia prima. Il Bilancio sociale 2019 è stata un'altra occasione per rendere protagonisti gli allevatori immortalati in pose piuttosto improbabili nelle loro aziende insieme agli atleti delle società sportive sponsorizzate dal caseificio.

Ora è la volta dei cartelli pubblicitari, che hanno riscosso un grande apprezzamento fra gli allevatori. L'azienda ha cominciato a installarli presso le cascine che si trovano sulle vie di maggior percorrenza, poi via via li installerà anche nelle zone più interne.

"*L'idea è piaciuta tanto* - dice Raffaele Tortalla, presidente della Compral latte -; *molti mi chiedono quando sarà il loro turno*".

"*È un modo per raccontare la territorialità del latte e la sostenibilità della filiera* - dice Matteo Torchio, responsabile marketing di Inalpi - *ma anche per raccontare gli allevatori. Si stanno impegnando molto e stanno lavorando bene. È la qualità del latte che dà sapore ai nostri formaggi, al nostro burro. È giusto che i consumatori sappiano da dove proviene la materia prima*".

18 NOVEMBRE – LAFEDELTÀ

Inalpi, quando un progetto di marketing racconta gli allevatori e il territorio

Di **Luigina Ambrogio** - 18 Novembre 2020

Da qualche settimana, in prossimità di alcune cascine della zona, sono visibili imponenti cartelli in cui campeggia il nome dell'azienda zootecnica e si legge che essa fa parte della Filiera del latte Inalpi.

L'installazione dei cartelli rientra in una serie di originali iniziative dell'azienda Inalpi che puntano a sottolineare il ruolo di chi produce la materia prima. Il Bilancio sociale 2019 è stata un'altra occasione per rendere protagonisti gli allevatori immortalati nelle loro aziende insieme agli atleti delle società sportive sponsorizzate dal caseificio.

"È un modo per raccontare la territorialità del latte e la sostenibilità della filiera – dice Matteo Torchio, responsabile marketing di Inalpi - ma anche per raccontare gli allevatori. Si stanno impegnando molto e stanno lavorando bene. È la qualità del latte che dà sapore ai nostri formaggi, al nostro burro. È giusto che i consumatori sappiano da dove proviene la materia prima".

18 NOVEMBRE – ITALIAATAVOLA

Dal Gelattone alle altre novità Galup si prepara al Natale

Pubblicato il 18 Novembre 2020 | 12:08

Un Panettone ripieno alla Crema Gelati Pepino 1884 ed il Gelattone, morbido gelato alla crema con pezzetti di Panettone. Prodotti presenti presso gli store dell'azienda o a domicilio con Glovo.

Nel catalogo del **Natale** 2020 di **Galup**, lo storico marchio del Piemonte che dal 1922 produce il panettone basso con la crosta di Nocciole Piemonte, ideato dal pasticcere Pietro Ferrua nel suo laboratorio di Pinerolo, troviamo due golose novità. Con l'azienda lattiero casearia **Inalpi** di Moretta e **Gelati Pepino 1884** - il brand torinese che ha inventato il Pinguino, il primo gelato al mondo su stecco ricoperto da una sottile copertura di cacao - insieme fanno nascere un prodotto innovativo, il Panettone ripieno alla Crema Gelati Pepino 1884 ed il Gelattone.

Panettone con prodotti di filiera

Il **Panettone Galup tradizionale**, prodotto con burro di filiera da panna di centrifuga Latterie Inalpi viene svuotato e farcito con Gelato Pepino alla crema nei formati da 130 g e 700 g. Ed al suo fianco il **Gelattone**, morbido gelato alla crema sapientemente miscelato con pezzi di panettone spezzettato a mano confezionato nel tradizionale Mezzolitro Gelati Pepino 1884 da 380 g. Entrambi saranno disponibili presso la storica Gelateria Pepino di piazza Carignano a Torino, i principali rivenditori di Piemonte, Liguria e Lombardia, oltre che nelle Pinguinerie dell'Aeroporto Internazionale di Torino Caselle e del Centro Commerciale Millefiori di Assago e online attraverso i canali **Glovo**. Ma l'eccellenza varcherà anche i confini e sarà acquistabile nella Pinguineria di Camden Market a Londra.

La seconda novità, **il panettone ad ingredienti tracciabili** e di filiera certificata Iso 22005, fatto con "latte e burro di filiera corta e certificata Inalpi, zucchero di Italia Zuccheri, uova e farina". Anche ciliegie e arance candite sono di origine italiana, le nocciole marchiate Piemonte Igp, le mandorle sono di Avola. Come pure sono Made in Italy lo zucchero a velo, l'amido e la farina di riso, il sale e l'olio usati per l'impasto, provenienti da una rete di fornitori che rispettano i valori della tradizione agroalimentare italiana.

Per informazioni: www.galup.it

19 NOVEMBRE – VIRGILIO

Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Condividi Invia

E' sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia...

Leggi tutta la notizia

Torino Oggi.it | 19-11-2020 11:23

Categoria: ECONOMIA

ARTICOLI CORRELATI

Inalpi riceve riconoscimento dall'agenzia Onu per i Rifugiati
Torino Oggi.it | 11-11-2020 13:21

19 NOVEMBRE – TORINOGGI

Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Più energia verde, meno emissioni: la zootecnia è amica dell'ambiente

E' sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli allevamenti condotti dai soci utilizza fonti rinnovabili, un percorso caratterizzato da una crescita costante nel tempo, frutto anche di un ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla, e che ha come obiettivo il raggiungimento del 100 per cento dei conferenti nel giro di un anno.

Un dato importante che si concretizza grazie alle tecnologie aziendali utilizzate (biogas e fotovoltaico in primis) e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Compral-Latte e la società saluzzese eViso, leader nel settore per innovazione e sostenibilità.

Il meccanismo dei certificati bianchi, chiamati anche titoli di efficienza energetica, attesta il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia: un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio. Una strada che il presidente di Compral-Latte, **Raffaele Tortalla**, ha percorso da pioniere nella sua azienda, diventando il migliore testimonial fra i 230 soci della cooperativa che forniscono alla filiera, ogni giorno, oltre 5000 quintali di latte.

"Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente - spiega Tortalla - è una modalità oggi largamente diffusa, che assieme a tutta una serie di buone pratiche agronomiche consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole".

"Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green - sottolinea Ambrogio Invernizzi Presidente Inalpi - un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori. Un sistema che abbraccia le linee giuda lanciate negli SDGs, i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu e sottoscritti dai 193 Paesi membri, che puntano, tra l'altro, ad una sempre maggiore sostenibilità delle aziende, nel rispetto del territorio e dell'ambiente. E la filiera corta e certificata del latte è il principale riferimento a cui guardare per riconoscere quei valori e quegli obiettivi sui quali l'Agenda 2030 dell'Onu pone la propria attenzione.

Osserva il direttore Compral, **Bartolomeo Bovetti**: "Quel 78% di allevamenti che utilizza le energie rinnovabili conferma che anche l'agricoltura è entrata a pieno titolo nell'economia circolare. In tutti questi anni abbiamo lavorato per far sì che l'allevamento fosse considerato parte integrante dell'azienda, concentrando le attenzioni sulle pratiche colturali, le selezioni di alimenti, la cura del benessere animale, arrivando a una gestione corretta e funzionale dei reflui che diventano fertilizzante organico, fornendo nel contempo la sostanza necessaria alla produzione di energia pulita".

C'è un ulteriore aspetto che va sottolineato: la riduzione delle emissioni. "Per noi - sottolinea il dottor Bovetti - è un altro elemento fondamentale, che stiamo raggiungendo grazie al potenziamento della catena logistica, all'ottimizzazione dei servizi e delle risorse professionali. L'esempio migliore viene da quello che chiamiamo comunemente il giro del latte: abbiamo fatto in modo che la raccolta di stalla in stalla avvenga sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e km dei camion adibiti al trasporto. Tutti piccoli passi, che uno dopo l'altro, stanno dando risultati più che soddisfacenti".

19 NOVEMBRE – REPUBBLICA

Rifugiati, il premio alle grandi aziende che assumono le persone fuggite da fame, guerre e violenze d'ogni sorta

di Carlo Ciavoni

L'iniziativa dell'UNHCR, l'Agenzia delle Nazioni Unite. Sono 121 le aziende premiate con il marchio "Welcome". Un fenomeno in aumento: nel 2019 sono state il 112% in più

19 NOVEMBRE 2020 — 5 MINUTI DI LETTURA

ROMA - E' la Terza Edizione del premio *Welcome – Working for Refugee Integration*, un modo come un altro per promuovere l'inclusione dei rifugiati in Italia. E' l'iniziativa dell'UNHCR, Agenzia ONU per i Rifugiati, che ha premiato con il logo *Welcome* - 121 aziende che nel 2019 si sono contraddistinte per aver favorito l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia. In questa Terza Edizione, l'Organismo delle Nazioni Unite ha assegnato inoltre il logo *We Welcome* a 52 cooperative, Onlus, Fondazioni, Associazioni di categoria, Sindacati, servizi per il lavoro ed enti locali che, a vario titolo, si sono impegnati per favorire l'inclusione nel mercato del lavoro dei richiedenti asilo e beneficiari di protezione internazionale. Di tutto questo abbiamo parlato con Chiara Cardoletti, Rappresentante UNHCR per l'Italia, e con Carlo Mereghetti, dirigente della Barilla, collegato con noi da Stoccolma.

Il premio alle grandi aziende che assumono persone fuggite da fame, guerre e violenze d'ogni sorta

Leggi anche

Decreto flussi, abrogate le quote massime per l'ingresso dei lavoratori stranieri

Migranti, aperta un'inchiesta sulla morte del piccolo Joseph. Le 4 ore in cui il bimbo forse poteva essere salvato

"Ho perso due volte mio figlio". Il dramma della mamma di Joseph

"Rifugiati assunti per il loro talento". Con l'assegnazione di questi due loghi di qualità, l'UNHCR ha voluto certificare il contributo delle aziende e degli enti vincitori ad una società più inclusiva nei confronti di chi è stato costretto a fuggire da guerre, violenze e persecuzioni. "Il Made in Italy riflette non solo prodotti di altissima qualità - ha detto fra l'altro Chiara Cardoletti, rappresentante UNHCR per l'Italia, la Santa Sede e San Marino - ma anche valori sociali come l'accoglienza e la diversità, e l'imprenditoria italiana è capace di ispirare il mondo non solo a livello commerciale ma anche a livello umano. La cosa che mi ha colpito di più delle storie di inclusione che ho ascoltato - ha aggiunto - è di sentir parlare di rifugiati assunti come di talenti, di persone che vogliono superarsi e di portatori di arricchimento e di creatività. I rifugiati hanno una gran voglia di contribuire e dare una mano al nostro Paese che li ha accolti- ha concluso Cardoletti - sopratutto in un momento di grande difficoltà, anche per le aziende. Solo con un sistema di solidarietà globale potremmo superare questa situazione difficile".

Le aziende che assumono aumentate del 112%. Il progetto *Welcome - Working for refugee integration* è sostenuto dal Ministero del Lavoro, da Confindustria e dal Global Compact Network. Si avvale inoltre del supporto della Fondazione Tent e della Commissione Europea. Questa terza edizione del premio è stata caratterizzata da una partecipazione di prestigio ed in continua crescita. Il numero di aziende candidate è cresciuto infatti del 112 % in soli tre anni, a riprova del forte impegno del settore privato nel promuovere l'inclusione lavorativa e sociale dei rifugiati. Complessivamente, dal 2017, oltre 240 fra aziende ed altri enti sono stati premiati per aver favorito l'inserimento lavorativo di 4.500 rifugiati, ampliando l'orizzonte della loro responsabilità sociale e promuovendo la realizzazione di percorsi di integrazione condivisi e partecipativi.

La testimonianza di Marco Lavazza. "Siamo onorati di ricevere

questo riconoscimento da UNHCR a testimonianza dell'impegno del Gruppo Lavazza nell'ambito della responsabilità sociale di impresa - ha commentato Marco Lavazza, vice presidente del gruppo Lavazza - non si può lasciare unicamente alle istituzioni e al Terzo Settore il compito di gestire il processo di integrazione dei rifugiati. Tutti gli attori sono chiamati a fare la loro parte e l'imprenditoria, con senso di responsabilità nei confronti delle comunità in cui opera, può dare un contributo decisivo. Il nostro *Progetto A.A.A.* nasce con l'obiettivo di creare occasioni di inclusione, di crescita economica e sostenibilità".

La testimonianza di Farinetti di Eataly. Fra gli oratori principali che hanno partecipato all'evento di premiazione, anche Oscar Farinetti, creatore e fondatore di *Eataly* "Io mi ribello all'ingiustizia sociale dell'esclusione e del razzismo attraverso il mio mestiere che è l'impresa. E quindi sento il dovere di accogliere, a braccia aperte. Sono naturalmente portato alla multiculturalità e all'inclusione perché è bellezza", ha detto Farinetti. "Eataly è onoratissima di ricevere questo premio da UNHCR. Eataly nel suo piccolo, fin dalle sue origini, ha accolto. Ho solo avuto soddisfazioni da persone che arrivano da altre culture, da altre storie, da altre tradizioni. Ora è il momento di passare dall'accoglienza, all'inclusione e all'interazione".

La ragazza dall'Honduras in "Reale Mutua". "Siamo particolarmente onorati in *Reale Mutua* per questo premio che ci è stato dato dall'UNHCR", ha commentato Luca Filippone, Direttore Generale di Reale Mutua. "Reale Mutua da ben 192 anni opera ispirandosi al principio della mutualità, centralità delle persone e dello sviluppo sostenibile. Sul tema dei rifugiati siamo venuti in contatto con UNHCR attraverso il progetto Power Coders, che ci sta permettendo di inserire diversità nell'ambito del nostro gruppo e di dare concretezza a progetti di sostenibilità che abbiano impatti sociali, positivi e misurabili". È interventuta all'evento anche Yury Erazo, giovane rifugiata che ha trovato protezione e lavoro in Italia grazie ad un progetto di inserimento lavorativo con *The Adecco Group Italia*. "In Honduras lavoravo in banca. Ho dovuto lasciare il mio paese e sono venuta in Italia. All'inizio non è stato facile iniziare da capo", ha raccontato. "Ho lavorato già in due aziende qui in Italia e sono felice perché ho trovato delle persone che hanno creduto in me. È stato un grande cambiamento rispetto a come mi sentivo all'inizio: ho imparato l'italiano, ho iniziato a lavorare, ho imparato tante cose nuove e sviluppato le competenze che portavo dal mio paese. Noi rifugiati possiamo dare un gran contributo ai paesi che ci ospitano."

Le 121 aziende vincitrici 2019.
BARILLA G. E R. FRATELLI, S.P.A., CAFFAREL, CARREFOUR

ITALIA, EATALY DISTRIBUZIONE SRL, FCA EMEA, FLUNCH ITALIA, GUCCI, HOTEL CORPORATION OF EUROPE, IKEA ITALIA RETAIL SRL, INTERCOS EUROPE, IPSOS SRL, JW MARRIOTT VENICE RESORT & SPA - LA SESSOLA SERVICE SRL, LATTERIE INALPI, LEROY MERLIN ITALIA S.R.L., LUIGI LAVAZZA S.P.A., MANTERO SETA, MDP MANAGEMENT SRL (MANDARIN ORIENTAL, MILAN), MIDAS ITALIA SPA, NH ITALIA SPA, PANINO GIUSTO, PONTEVECCHIO, RANDSTAD ITALIA, REALE MUTUA ASSICURAZIONI, SODEXO ITALIA, SPONTINI, STUDIO PROFESSIONALE ASSOCIATO A BAKER MCKENZIE, THE ADECCO GROUP ITALIA, UNIQLO. PICCOLE E MEDIE AZIENDE AGRICOLTURA, SILVICOLTURA E PESCA: AGRICOLA CALAFATA - SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA SOCIALE, APICOLTURA FORTINI IVANO, APICOLTURA MELE DAVIDE, APICOLTURA VALLERA DI DAVIDE BOSIO, AZIENDA AGRICOLA "ELILU" DI ELISA GASTALDI, AZIENDA AGRICOLA BERTRONE MARIO, AZIENDA AGRICOLA IL PERACCIO DI FOLCO MASIERO, AZIENDA AGRICOLA LA SOLDANELLA SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA, AZIENDA AGRICOLA MAGNANI ALBERTO, AZIENDA AGRICOLA MELLISAPE, AZIENDA AGRICOLA ORTO RICCI, AZIENDA AGRITURISTICA LA CANIGIANA, AZIENDA AMUSA MIELE, CAPONI FRANCO, CASCINA DANESA, I RESILIENTI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, MARAMAO, POSTA GUEVARA SOC. COOP AGRICOLA S.R.L, SOCIETA' AGRICOLA AGAPE SS DI BASSI G. E ROTTOLI F. SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE:, ACCOGLIERE SCS, AL KHARUB COOPERATIVA SOCIALE, BICI&CIBI DI LIA ARIANNA, BLUSERENA SPA, CAMPING FLORENZ DI VITALI GIANFRANCO, CREMERIA ISLANDA DI ZANACCA CRISTINA, G.A.G. S.R.L., GO SRL | GOD SAVE THE FOOD, ITINERE SOC. COOP. SOC., KÀBULAGNA, MAIEMI, MEDITERRANEA 2 SNC DI MASTRULLO, PASTORI E OLMO, MESCOLANZE IMPRESA SOCIALE S.R.L. - OSTERIA DEL PONTE, MIRTILLO ROSSO, OSTERIA DEI MERAVIGLIATI, PET NAT SRL SOCIETÀ BENEFIT (E/N ENOTECA NATURALE), POORMANGER DI RECIBA SRL, ROOSTER STREET FOOD ROTISSERIE, SENZA TEMPO DI LIA LUPINO. ATTIVITÀ MANIFATTURIERE: 3DLASER SRL, BARIDA ORD, C.F.A. S.R.L., CARTIERA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, COOPERATIVA SOCIALE S. AGOSTINO, EURO BETA, F.LLI FERRIGNO COSIMO E GIUSEPPE SNC, FA PANIFICAZIONE SRL, FORNO MAURIZI, GRAPHISERVICE S.R.L, MARCHESINI GROUP SPA, MARMO INOX SRL, MOVISTAR S.R.L., NOVA SIRIA, PAOLO POLLI S.A.S DI BORDINO PAOLO E C., SABATINO VETTORI, STERIGENICS ITALY COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO E RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI: ALFARAEE SRL, COMMERCIALE LUCANA LAMIERE E PARAURTI, COOPERATIVA SOCIALE QUID, CRONO S.R.L., IL DELFINO SRL UNIPERSONALE, LAUTO LAVAGGIO DI LALI RAHMAT, MAGNABOSCO GUIDO SRL,

STANNAH MONTASCALE SRL, STAZIONE GOMME & SERVICE SRL, TIRESIAS SRL. SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE: CASCINA BIBLIOTECA, COOPERATIVA QUADRIFOGLIO S.C. ONLUS, COOPERATIVA SOCIALE PICTOR, ORIENTA, PULIMPIU' SRL, QUALITY LAB, TOBILI'. ALTRI SETTORI: ARCADIS ITALIA SRL, ASSOCIAZIONE CULTURALE, LIGNARIUS ARTE E RESTAURO - APS, ASSOCIAZIONE LACHESI, ASSOCIAZIONE PROGETTO SAN CARLO, ASSOCIAZIONE SPAZZI DI CAMPAGNA ONLUS, CASA DI RIPOSO G.B.TAYLOR, CE.F.A.S. - CENTRO DI FORMAZIONE ED ALTA SPECIALIZZAZIONE, COMUNE DI BRUNATE, COOPERATIVA SOCIALE SIAMO, COOPERATIVA SOCIALE YABBOQ ONLUS, EXPERIM, GAMEC - ASSOCIAZIONE PER LA GALLERIA D'ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA, GEA SERVICE SRL, LAB LAVANOLO, LGD SOCIETÀ COOPERATIVA, LORO GINO, OZONO FACTORY APS, PIEMONTE PONTEGGI, SYNESTHESIA, W.E.M. WASTE ENGINEERING MANAGEMENT SRL, WEB & COM DI VELLUTO SERGIO. WE WELCOME AMICO SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE, AFG ASSOCIAZIONE FORMAZIONE GLOBALE , ARCA DI NOÈ SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, ARCHÈ IMPRESA SOCIALE S.R.L., ARCI COMITATO TERRITORIALE DI BRINDISI, ASP CITTÀ DI BOLOGNA, ASS. LE VIGNE, ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE SOCIALE "CAMBALACHE", ASSOCIAZIONE DIAKONIA ONLUS, ASSOCIAZIONE DON BOSCO 2000 – IMPRESA SOCIALE, ASSOCIAZIONE GEOS ONLUS, BABEL COOPERATIVA SOCIALE ONLUS, C.I.D.A.S. - COOPERATIVA INSERIMENTO DISABILI ASSISTENZA SOLIDARIETÀ SOC. COOP. A R.L. IMPRESA SOCIALE, C.V. - CREARE VALORE, CEFAL EMILIA ROMAGNA, CIDIS ONLUS-CENTRO DOCUMENTAZIONE, INFORMAZIONE ED INIZIATIVA PER LO SVILUPPO, CIES ONLUS, COMUNE DI MILANO - CELAV (CENTRO DI MEDIAZIONE AL LAVORO), CONSORZIO INTERCOMUNALE SOCIO ASSISTENZIALE "VALLE DI SUSA", CONSORZIO INTERCOMUNALE SOCIO ASSISTENZIALE C.I.S.A. ASTI SUD, CONSORZIO MATRIX - COOPERATIVA SOCIALE, CONSORZIO MESTIERI PUGLIA, COOPERATIVA ANIMAZIONE VALDOCCO, COOPERATIVA SOCIALE IL SESTANTE ONLUS, COOPERATIVA SOCIALE ONLUS MEDIHOSPES, CRESCEREINSIEME, CROCE ROSSA ITALIANA COMITATO DI MILANO, CSD DIACONIA VALDESE - SERVIZI INCLUSIONE, DEDALUS COOPERATIVA SOCIALE, DIALOGOS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, ENERGHEIA IMPRESA SOCIALE SRL, ESSERCI S.C.S., EXAR SOCIAL VALUE SOLUTIONS, FONDAZIONE CARITAS DELL'ARCIDIOCESI DI PESCARA - PENNE ONLUS, FONDAZIONE CONSULENTI PER IL LAVORO, I GIRASOLI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE E DI SOLIDARIETÀ, I.F.O.A. ISTITUTO FORMAZIONE OPERATORI AZIENDALI, IBLEA SERVIZI TERRITORIALI SOC. COOP. SOCIALE – ONLUS, IMMAGINAZIONE E LAVORO, K_ALMA, L.E.S.S., SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE A

R.L. - ETS - LOTTA ALL'ESCLUSIONE, SOCIALE PER LA SOSTENIBILITÀ E LA TUTELA DEI DIRITTI, LE SOLEIL COOPERATIVA SOCIALE, ON THE ROAD SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE, PROGETTO ACCOGLIENZA & INTEGRAZIONE SOCIETÀ COOPERATIVA ONLUS, PROGRAMMA INTEGRA, RETE IAL, SANITARIA DELFINO COOPERATIVA SOCIALE, START REFUGEES, UN MONDO DI GIOIA, UNIONE SINDACALE REGIONALE CISL CAMPANIA, WONDERLAND, ZEROCENTO.

19 NOVEMBRE – LE-ULTIME-NOTIZIE

Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Home › Notizie Torino › Torino Oggi

Oggi 11:19 Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Più energia verde, meno emissioni: la zootecnia è amica dell'ambiente

E' sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli allevamenti condotti dai soci utilizza fonti rinnovabili, un percorso caratterizzato da una crescita costante nel tempo, frutto anche di un ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla, e che ha come obiettivo il raggiungimento del...
la provenienza: Torino Oggi

Oggi 11:19

19 NOVEMBRE – IDEAWEBTV

Articoli Rivista Idea

Inalpi è campione anche di integrazione

L'azienda lattiero-casearia di Moretta ha ricevuto un riconoscimento da parte dell'Agenzia Onu per i rifugiati

Da **SIMONA BORSALINO** - 19 novembre 2020 4:23

2 0

L'Inalpi di Moretta è stata protagonista, assieme ad altre grandi aziende italiane, della consegna del logo Welcome-Working for refugee integration, un riconoscimento conferito da Unhcr-Agenzia Onu per i rifugiati alle realtà industriali che si sono contraddistinte favorendo l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

Un importante progetto, supportato dal Ministero del kavoro, da Confindustria e da Global compact network che, nato nel 2016, si avvale della fattiva collaborazione della Fondazione Tent e della Commissione europea. Il progetto dell'azienda lattiero-casearia piemontese era già stato ampiamente raccontato nel settembre 2019, nella Sala consiliare del Comune di Bra, con la presentazione del Bilancio sociale 2018. Un appuntamento annuale che, in quell'edizione, aveva descritto l'iniziativa il cui senso è stato evidenziato dalle parole dal presidente di Inalpi Spa, Ambrogio Invernizzi: «Siamo stati spesso i primi o gli unici a compiere determinate scelte, a intraprendere un cammino aziendale,

Ambrogio Invernizzi, titolare della INALPI. Moretta (Cuneo), 05/05/2012.

introducendo alcune volte delle vere e proprie novità, altre volte tracciando un percorso seguito poi da altri. Ed è proprio questo il senso del Bilancio sociale 2018, raccontare un progetto che vorremmo diventasse appannaggio di altre aziende».
In quel documento infatti, si raccontava il cammino che Inalpi aveva avviato già a inizio 2018, in collaborazione con l'associazione "Papa Giovanni XXIII", il cui scopo è stato quello di realizzare una vera e concreta integrazione lavorativa per uomini e donne immigrati, provenienti da storie difficili. Un progetto frutto della convinzione, più che mai attuale, che questa sia la strada per testimoniare la solidarietà verso gli altri: perché lavoro è sinonimo di futuro, ma anche di vita e dignità.
L'attestato ricevuto riveste quindi un'importanza che va ben oltre il suo già rilevante significato, perché per Inalpi è un'ulteriore testimonianza di quel "fare filiera" di chi vive e lavora quotidianamente per il proprio territorio, con impegno e passione, supportando la crescita della propria comunità.

19 NOVEMBRE – IDEAWEBTV

Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Da **REDAZIONE IDEAWEBTV.IT** - 19 novembre 2020 11:40 1 0

E' sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli allevamenti condotti dai soci utilizza fonti rinnovabili, un percorso caratterizzato da una crescita costante nel tempo, frutto anche di un ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla, e che ha come obiettivo il raggiungimento del 100 per cento dei conferenti nel giro di un anno.

Un dato importante che si concretizza grazie alle tecnologie aziendali utilizzate (biogas e fotovoltaico in primis) e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito

dell'accordo operativo stabilito tra Compral-Latte e la società saluzzese eViso, leader nel settore per innovazione e sostenibilità. Il meccanismo dei certificati bianchi, chiamati anche titoli di efficienza energetica, attesta il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia: un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio. Una strada che il presidente di Compral-Latte, Raffaele Tortalla, ha percorso da pioniere nella sua azienda, diventando il migliore testimonial fra i 230 soci della cooperativa che forniscono alla filiera, ogni giorno, oltre 5000 quintali di latte.

"Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente – spiega Tortalla – *è una modalità oggi largamente diffusa, che assieme a tutta una serie di buone pratiche agronomiche consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole". "Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green* – sottolinea Ambrogio Invernizzi Presidente Inalpi – *un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori. Un sistema che abbraccia le linee giuda lanciate negli SDGs, i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu e sottoscritti dai 193 Paesi membri, che puntano, tra l'altro, ad una sempre maggiore sostenibilità delle aziende, nel rispetto del territorio e dell'ambiente. E la filiera corta e certificata del latte è il principale riferimento a cui guardare per riconoscere quei valori e quegli obiettivi sui quali l'Agenda 2030 dell'Onu pone la propria attenzione".*

Osserva il direttore Compral, Bartolomeo Bovetti: *"Quel 78% di allevamenti che utilizza le energie rinnovabili conferma che anche l'agricoltura è entrata a pieno titolo nell'economia circolare. In tutti questi anni abbiamo lavorato per far sì che l'allevamento fosse considerato parte integrante dell'azienda, concentrando le attenzioni sulle pratiche colturali, le selezioni di alimenti, la cura del benessere animale, arrivando a una gestione corretta e funzionale dei reflui che diventano fertilizzante organico, fornendo nel contempo la sostanza necessaria alla produzione di energia pulita".* C'è un ulteriore aspetto che va sottolineato: la riduzione delle emissioni. *"Per noi* – sottolinea il dottor Bovetti – *è un altro elemento fondamentale, che stiamo raggiungendo grazie al potenziamento della catena logistica, all'ottimizzazione dei servizi e delle risorse professionali. L'esempio migliore viene da quello che chiamiamo comunemente il giro del latte: abbiamo fatto in modo che la raccolta di stalla in stalla avvenga sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e km dei camion adibiti al trasporto. Tutti piccoli passi, che uno dopo l'altro, stanno dando risultati più che soddisfacenti".*

19 NOVEMBRE – CUNEOCRONACA

Compral Latte-Inalpi, filiera sempre più green: il 78% degli allevamenti utilizza fonti rinnovabili

CUNEO

LATTERIE inalpi

GRUPPO COMPRAL
COOPERATIVE ALLEVATORI CUNEO + CARNI +

ECONOMIA CUNEO

Compral Latte-Inalpi, filiera sempre più green: il 78% degli allevamenti utilizza fonti rinnovabili

CUNEO CRONACA - E' sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli allevamenti condotti dai soci utilizza fonti rinnovabili, un percorso caratterizzato da una crescita costante nel tempo, frutto anche di un ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla, e che ha come obiettivo il raggiungimento del 100 per cento dei conferenti nel giro di un anno.

Un dato importante che si concretizza grazie alle tecnologie aziendali utilizzate (biogas e fotovoltaico in primis) e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Compral-Latte e la società saluzzese eViso, leader nel settore per innovazione e sostenibilità. Il meccanismo dei certificati bianchi, chiamati anche titoli di efficienza energetica, attesta il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia: un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio.

Una strada che il presidente di Compral-Latte, Raffaele Tortalla, ha percorso da pioniere nella sua azienda, diventando il migliore testimonial fra i 230 soci della cooperativa che forniscono alla filiera, ogni giorno, oltre 5000 quintali di latte. *"Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente - spiega Tortalla - è una modalità oggi largamente diffusa, che assieme a tutta una serie di buone pratiche agronomiche consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole".*

"Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green - sottolinea Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi - ***un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori. Un sistema che abbraccia le linee giuda lanciate negli SDGs, i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu e sottoscritti dai 193 Paesi membri, che puntano, tra l'altro, ad una sempre maggiore sostenibilità delle aziende, nel rispetto del territorio e dell'ambiente. E la filiera corta e certificata del latte è il principale riferimento a cui guardare per riconoscere quei valori e quegli obiettivi sui quali l'Agenda 2030 dell'Onu pone la propria attenzione".***

Osserva il direttore Compral, Bartolomeo Bovetti: *"Quel 78% di allevamenti che utilizza le energie rinnovabili conferma che anche l'agricoltura è entrata a pieno titolo nell'economia circolare. In tutti questi anni abbiamo lavorato per far sì che l'allevamento fosse considerato parte integrante dell'azienda, concentrando le attenzioni sulle pratiche colturali, le selezioni di alimenti, la cura del benessere animale, arrivando a una gestione corretta e funzionale dei reflui che diventano fertilizzante organico, fornendo nel contempo la sostanza necessaria alla produzione di energia pulita".*

C'è un ulteriore aspetto che va sottolineato: la riduzione delle emissioni. *"Per noi* - sottolinea il dottor Bovetti - ***è un altro elemento fondamentale, che stiamo raggiungendo grazie al potenziamento della catena logistica, all'ottimizzazione dei servizi e delle risorse professionali. L'esempio migliore viene da quello che chiamiamo comunemente il giro del latte: abbiamo fatto in modo che la raccolta di stalla in stalla avvenga sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e km dei camion adibiti al trasporto. Tutti piccoli passi, che uno dopo l'altro, stanno dando risultati più che soddisfacenti".***

19 NOVEMBRE – CORRIERE DI SALUZZO

MORETTA L'azienda ha ottenuto il logo dell'Unhcr

Riconoscimento a Inalpi

Per l'inserimento professionale dei rifugiati

MORETTA Martedì 10 novembre l'azienda morettese Inalpi ha ottenuto assieme ad altre grandi aziende italiane, la consegna del logo Welcome – Working for Refugee Integration – riconoscimento conferito da Unhcr - Agenzia Onu per i Rifugiati, per le realtà industriali che si sono contraddistinte favorendo l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

Un cammino che Inalpi aveva avviato già a inizio 2018, in collaborazione con l'Associazione Papa Giovanni XXIII, il cui scopo è stato quello di realizzare una vera e concreta integrazione lavorativa per uomini e donne immigrati, provenienti da storie difficili.

«Un progetto – ha più volte dichiarato Ambrogio Invernizzi presidente Inalpi Spa – *frutto della convinzione, più che mai attuale, che questa sia la strada per testimoniare la solidarietà verso gli altri: perché lavoro è sinonimo di futuro, ma anche di vita e dignità».*

«L'attestato ricevuto – ci dicono fonti vicine all'Azienda – *riveste un'importanza che va ben oltre il suo già rilevante significato, perché per Inalpi è una ulteriore e concreta testimonianza di quel fare filiera, che vive e lavora quotidianamente per il proprio territorio, con impegno e passione, rivolgendo attenzione e supportando la crescita della propria comunità».*

19 NOVEMBRE – ALIMENTANDO

Compral Latte-Inalpi, il 78% degli allevatori della filiera sfrutta fonti rinnovabili

Cuneo – Il 78% degli allevatori della filiera Compral Latte – Inalpi utilizza fonti rinnovabili. E' quanto emerso dall'ultima rilevazione effettuata per la cooperativa Compral, Inalpi, Ferrero. Il risultato è frutto un percorso caratterizzato da una crescita costante, risultato del ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla nel tempo. E che ha come obiettivo il raggiungimento del 100% dei conferenti nel giro di un anno. Il dato è anche il risultato delle tecnologie aziendali utilizzate, biogas e fotovoltaico in primis, e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Compral-Latte e la società saluzzese eViso, leader nel settore per innovazione e sostenibilità. I certificati bianchi, infatti, attestano il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia.

TAGS: CERTIFICATI BIANCHI, COMPRAL LATTE, INALPI

ARTICOLI CORRELATI

Gelati Pepino, Inalpi e Galup insieme per un Natale d'eccellenza

Inalpi presenta il progetto 'Diari scolastici'

Presentato il bilancio sociale 2019 di Inalpi. Invernizzi: "Creiamo valore per la nostra filiera"

19 NOVEMBRE – LIBERO.247

Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Torino Oggi.it | 16856 | 1 ora fa

Un dato importante che si concretizza grazie alle tecnologie aziendali utilizzate (biogas e fotovoltaico in primis) e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Compral-Latte e la società saluzzese eViso ...

Leggi la notizia

Persone: bovetti tortalla
Organizzazioni: onu compral latte
Prodotti: latte
Tags: allevatori filiera

ALTRE FONTI (226)

Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

E' sempre più green il mondo degli **allevatori** che fa capo alla filiera del **latte** piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli ...

IdeaWebTv - 1 ora fa

Persone: bovetti tortalla
Organizzazioni: agenda 2030 compral latte
Prodotti: latte
Tags: allevatori filiera

Compral Latte-Inalpi, filiera sempre più green: il 78% degli allevamenti utilizza fonti rinnovabili

CUNEO CRONACA - E' sempre più green il mondo degli **allevatori** che fa capo alla filiera del **latte** piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli ...

Cuneo Cronaca - 2 ore fa

Persone: bovetti tortalla
Organizzazioni: inalpi compral latte
Tags: filiera allevamenti

FOTO

Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili
Torino Oggi.it - 13-11-2020

1 di 1

19 NOVEMBRE – TARGATOCN

Più energia verde, meno emissioni: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Ambrogio Invernizzi, presidente di Inalpi: "Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori"

Foto generica

E' sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli allevamenti condotti dai soci utilizza fonti rinnovabili, un percorso caratterizzato da una crescita costante nel tempo, frutto anche di un ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla, e che ha come obiettivo il raggiungimento del 100 per cento dei conferenti nel giro di un anno.

Un dato importante che si concretizza grazie alle tecnologie aziendali utilizzate (biogas e fotovoltaico in primis) e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Compral-Latte e la società saluzzese eViso, leader nel settore per innovazione e sostenibilità.

Il meccanismo dei certificati bianchi, chiamati anche titoli di efficienza energetica, attesta il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia: un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio. Una strada che il presidente di Compral-Latte, **Raffaele Tortalla**, ha percorso da pioniere nella sua azienda, diventando il migliore testimonial fra i 230 soci della cooperativa che forniscono alla filiera, ogni giorno, oltre 5000 quintali di latte.

"Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente - spiega Tortalla - *è una modalità oggi largamente diffusa, che assieme a tutta una serie di buone pratiche agronomiche consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole".*

"Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green - sottolinea **Ambrogio Invernizzi** Presidente Inalpi - *un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori. Un sistema che abbraccia le linee giuda lanciate negli SDGs, i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu e sottoscritti dai 193 Paesi membri, che puntano, tra l'altro, ad una sempre maggiore sostenibilità delle aziende, nel rispetto del territorio e dell'ambiente. E la filiera corta e certificata del latte è il principale riferimento a cui guardare per riconoscere quei valori e quegli obiettivi sui quali l'Agenda 2030 dell'Onu pone la propria attenzione".*

Osserva il direttore Compral, **Bartolomeo Bovetti**: *"Quel 78% di allevamenti che utilizza le energie rinnovabili conferma che anche l'agricoltura è entrata a pieno titolo nell'economia circolare. In tutti questi anni abbiamo lavorato per far si che l'allevamento fosse considerato parte integrante dell'azienda, concentrando le attenzioni sulle pratiche colturali, le selezioni di alimenti, la cura del benessere animale, arrivando a una gestione corretta e funzionale dei reflui che diventano fertilizzante organico, fornendo nel contempo la sostanza necessaria alla produzione di energia pulita".*

C'è un ulteriore aspetto che va sottolineato: la riduzione delle emissioni. *"Per noi* - sottolinea il dottor Bovetti - *è un altro elemento fondamentale, che stiamo raggiungendo grazie al potenziamento della catena logistica, all'ottimizzazione dei servizi e delle risorse professionali. L'esempio migliore viene da quello che chiamiamo comunemente il giro del latte: abbiamo fatto in modo che la raccolta di stalla in stalla avvenga sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e km dei camion adibiti al trasporto. Tutti piccoli passi, che uno dopo l'altro, stanno dando risultati più che soddisfacenti".*

comunicato stampa

19 NOVEMBRE – RIVISTA IDEA

SOSTENIBILITÀ E RIPARTENZA AL CENTRO

Confartigianato imprese Cuneo ha presentato in "streaming" il proprio Bilancio sociale

I cambiamenti legati alla pandemia in ambito socio economico, le difficoltà oggettive di dare risposte a un'emergenza dalla doppia faccia, sanitaria e produttiva, l'utilizzo del Mes e l'accesso al Recovery fund per dare futuro al Paese. Queste le principali tematiche che hanno fatto da contorno all'evento di presentazione del Bilancio sociale 2019 di Confartigianato imprese Cuneo. Un appuntamento fortemente voluto da Confartigianato Cuneo in questo periodo delicato per sottolineare la volontà di guardare avanti con positività, insieme al tessuto imprenditoriale cuneese, illustrando numeri, attività e peculiarità del settore. L'incontro svoltosi in "streaming", ha ospitato tra i relatori Enrico Letta, già presidente del Consiglio e attualmente direttore della Scuola di affari internazionali dell'Istituto di studi politici di Parigi; Luca Crosetto, presidente di Confartigianato imprese Cuneo e vice presidente di Sme United; Domenico Massimino, vicepresidente nazionale di Confartigianato imprese; Cesare Fumagalli, direttore generale di Confartigianato nazionale; Joseph Meineri, direttore generale di Confartigianato imprese Cuneo; Giandomenico Genta, presidente della Fondazione Crc e Teresio Testa, direttore regionale Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria di Intesa Sanpaolo.

«Il Bilancio sociale rappresenta per Confartigianato Cuneo un documento prezioso», ha dichiarato il presidente Crosetto «attraverso il quale viene narrato un nuovo capitolo della storia imprenditoriale della nostra provincia di Cuneo, evidenziando l'importanza che riveste nell'ambito produttivo quel "valore artigiano" da sempre promosso e sostenuto dalla nostra Associazione».

Dopo l'introduzione, il direttore Meineri ha illustrato il Bilancio sociale 2019 di Confartigianato imprese Cuneo, evidenziando i punti di forza dell'Associazione che la collocano al secondo posto a livello nazionale. «La presentazione del Bilancio sociale», ha spiegato, «è

Giuliano Belfiori

Inalpi è campione anche di integrazione

L'Inalpi di Moretta è stata protagonista, assieme ad altre grandi aziende italiane, della consegna del logo Welcome-Working for refugee integration, un riconoscimento conferito da Unhcr-Agenzia Onu per i rifugiati alle realtà industriali che si sono contraddistinte favorendo l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

Un importante progetto, supportato dal Ministero del lavoro, da Confindustria e da Global compact network che, nato nel 2016, si avvale della fattiva collaborazione della Fondazione Tent e della Commissione europea. Il progetto dell'azienda lattiero-casearia piemontese era già stato ampiamente raccontato nel settembre 2019, nella Sala consiliare del Comune di Bra, con la presentazione del Bilancio sociale 2018. Un appuntamento annuale che, in quell'edizione, aveva descritto l'iniziativa il cui senso è stato evidenziato dalle parole dal presidente di Inalpi Spa, Ambrogio Invernizzi: «Siamo stati spesso i primi o gli unici a compiere determinate scelte, a intraprendere un cammino aziendale, introducendo alcune volte delle vere e proprie novità, altre volte tracciando un percorso seguito poi da altri. Ed è proprio questo il senso del Bilancio sociale 2018, raccontare un progetto che vorremmo diventasse appannaggio di altre aziende».

In quel documento infatti, si raccontava il cammino che Inalpi aveva avviato già a inizio 2018, in collaborazione con l'associazione "Papa Giovanni XXIII", il cui scopo è stato quello di realizzare una vera e concreta integrazione lavorativa per uomini e donne immigrati, provenienti da storie difficili. Un progetto frutto della convinzione, più che mai attuale, che questa sia la strada per testimoniare la solidarietà verso gli altri: perché lavoro è sinonimo di futuro, ma anche di vita e dignità.

L'attestato ricevuto riveste quindi un'importanza che va ben oltre il suo già rilevante significato, perché per Inalpi è un'ulteriore testimonianza di quel "fare filiera" di chi vive e lavora quotidianamente per il proprio territorio, con impegno e passione, supportando la crescita della propria comunità.

Sopra, Ambrogio Invernizzi, presidente di Inalpi Spa che fa parte della lista di 121 aziende cui è stato attribuito il logo "Welcome-Working for refugee integration" (nella foto sotto)

un momento di grande trasparenza dell'operato della nostra Associazione, la quale attraverso informazioni e dati illustra il suo percorso di un anno di attività. Nel 2019 tre sono stati gli "asset" su cui abbiamo concentrato il nostro impegno: innovazione, sostenibilità ed eccellenza. Per ognuno abbiamo fornito alle imprese risposte concrete, dal nuovo portale impresadigitale.eu per la fatturazione elettronica, ai processi di mantenimento e gestione sostenibili, fino al viaggio nelle peculiarità gastronomiche con il progetto "creatori d'eccellenza". A seguire, si è tenuta una tavola rotonda sul tema "Il futuro nelle nostre mani, tra sostenibilità e ripartenza" moderata da Paolo Griseri (*nella foto sotto, con Enrico Letta e i vertici di Confartigianato imprese Cuneo e, a sinistra, a lato di Giandomenico Genta*), vicedirettore del quotidiano La Stampa. Il dibattito è partito dal senso generale di incertezza nel quale l'umanità si sta muovendo di fronte alla grave emergenza sanitaria e dai nuovi modi di interpretare la quotidianità che potrebbero trasformarsi in opportunità per una ripartenza futura.

L'azienda lattiero-casearia di Moretta ha ricevuto un riconoscimento da parte dell'Agenzia Onu per i rifugiati

19 NOVEMBRE – LAVOCEDIALBA

Più energia verde, meno emissioni: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Ambrogio Invernizzi, presidente di Inalpi: "Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori"

Foto generica

E' sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa Compral, Inalpi e Ferrero. All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il 78 per cento degli allevamenti condotti dai soci utilizza fonti rinnovabili, un percorso caratterizzato da una crescita costante nel tempo, frutto anche di un ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla, e che ha come obiettivo il raggiungimento del 100 per cento dei conferenti nel giro di un anno.

Un dato importante che si concretizza grazie alle tecnologie aziendali utilizzate (biogas e fotovoltaico in primis) e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Compral-Latte e la società saluzzese eViso, leader nel settore per innovazione e sostenibilità.

Il meccanismo dei certificati bianchi, chiamati anche titoli di efficienza energetica, attesta il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia: un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio. Una strada che il presidente di Compral-Latte, **Raffaele Tortalla**, ha percorso da pioniere nella sua azienda, diventando il migliore testimonial fra i 230 soci della cooperativa che forniscono alla filiera, ogni giorno, oltre 5000 quintali di latte.

"*Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente* - spiega Tortalla - *è una modalità oggi largamente diffusa, che assieme a tutta una serie di buone pratiche agronomiche consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole*".

"*Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green* - sottolinea **Ambrogio Invernizzi** Presidente Inalpi - *un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori. Un sistema che abbraccia le linee giuda lanciate negli SDGs, i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu e sottoscritti dai 193 Paesi membri, che puntano, tra l'altro, ad una sempre maggiore sostenibilità delle aziende, nel rispetto del territorio e dell'ambiente. E la filiera corta e certificata del latte è il principale riferimento a cui guardare per riconoscere quei valori e quegli obiettivi sui quali l'Agenda 2030 dell'Onu pone la propria attenzione*".

Osserva il direttore Compral, **Bartolomeo Bovetti**: "*Quel 78% di allevamenti che utilizza le energie rinnovabili conferma che anche l'agricoltura è entrata a pieno titolo nell'economia circolare. In tutti questi anni abbiamo lavorato per far si che l'allevamento fosse considerato parte integrante dell'azienda, concentrando le attenzioni sulle pratiche colturali, le selezioni di alimenti, la cura del benessere animale, arrivando a una gestione corretta e funzionale dei reflui che diventano fertilizzante organico, fornendo nel contempo la sostanza necessaria alla produzione di energia pulita*".

C'è un ulteriore aspetto che va sottolineato: la riduzione delle emissioni. "*Per noi* - sottolinea il dottor Bovetti - *è un altro elemento fondamentale, che stiamo raggiungendo grazie al potenziamento della catena logistica, all'ottimizzazione dei servizi e delle risorse professionali. L'esempio migliore viene da quello che chiamiamo comunemente il giro del latte: abbiamo fatto in modo che la raccolta di stalla in stalla avvenga sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e km dei camion adibiti al trasporto. Tutti piccoli passi, che uno dopo l'altro, stanno dando risultati più che soddisfacenti*".

19 NOVEMBRE – IT.GEOSNEWS

Più energia verde, meno emissioni: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili

Targato CN 7 ore fa Notizie da: Provincia di Cuneo

Ambrogio Invernizzi, presidente di Inalpi: "Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori"

Leggi la notizia integrale su: **Targato CN**

Il post dal titolo: «Più energia verde, meno emissioni: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili» è apparso 7 ore fa sul quotidiano online *Targato CN* dove ogni giorno puoi trovare le ultime notizie dell'area geografica relativa a Cuneo.

19 NOVEMBRE – GDOWEEK

Compral Latte-Inalpi in ottica sostenibile con allevatori green

Di **Alessandra Bonaccorsi** - 19 Novembre 2020

Il 78% delle aziende della filiera Compral Latte-Inalpi utilizza fonti rinnovabili caratterizzando in ottica sostenibile la produzione dell'azienda sempre più attenta al rispetto per l'ambiente.

"*Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente* -spiega il **presidente di Compral Latte, Raffaele Tortalla**- *è una modalità oggi largamente diffusa, che assieme a tutta una serie di buone pratiche agronomiche consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole*".

Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi, sottolinea l'importanza di "*una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green*". Questa filosofia rientra nei 17 obiettivi previsti dall'**Agenda 2030 dell'Onu** e sottoscritti dai 193 Paesi membri.

In fatto di riduzione di emissioni, interviene il **direttore Compral, Bartolomeo Bovetti**: "*Per noi è un altro elemento fondamentale, che stiamo raggiungendo grazie al potenziamento della catena logistica, all'ottimizzazione dei servizi e delle risorse professionali. L'esempio migliore viene da quello che chiamiamo comunemente il giro del latte: abbiamo fatto in modo che la raccolta di stalla in stalla avvenga sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e km dei camion adibiti al trasporto*".

TAG Compral Latte Inalpi

21 NOVEMBRE – LA STAMPA – ED. CUNEO

FONTI RINNOVABILI NEL 78% DELLE AZIENDE COMPRAL LATTE E INALPI

La sfida dell'energia verde per alimentare le stalle

Le stalle degli allevatori della Compral latte sono sempre più verdi. Il 78% delle aziende della filiera Compral Latte e Inalpi utilizza fonti rinnovabili e l'obiettivo è raggiungere il cento per cento entro la fine del prossimo anno.

Alimentare la propria azienda agricola con energia verde è un obiettivo che Compral, società cooperativa che raggruppa oltre 230 soci, si è posto alcuni anni fa, e che sta cercando di completare nel più breve tempo possibile.

Dal biogas al fotovoltaico oltre a "certificati bianchi"

Accanto a biogas e fotovoltaico, ci sono anche i «certificati bianchi» riconosciuti nell'ambito dell'accordo operativo stabilito tra Compral latte e la società saluzzese eViso, leader nel settore per innovazione e sostenibilità, sono le basi del «passaporto verde» delle stalle. Il meccanismo dei certificati, chiamati anche titoli di efficienza energetica, attesta il conseguimento di risparmi negli usi finali di energia: un certificato rappresenta un risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio.

Una stalla della filiera Compral latte e Inalpi

Raffaele Tortalla, presidente Compral, è uno dei pionieri dell'energia rinnovabile e del meccanismo dei certificati bianchi: «Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente è una modalità oggi diffusa, che, assieme a una serie di buone pratiche agronomiche, consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole».

Essere all'avanguardia, anche dal punto di vista energetico, rientra nella sfida lanciata dalla filiera del latte Inalpi: rispettare i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu.

Il direttore Compral, Bartolomeo Bovetti: «Quel 78% di allevamenti che utilizza le energie rinnovabili conferma che anche l'agricoltura è entrata a pieno titolo nell'economia circolare. Cerchiamo di porre l'attenzione ad ogni aspetto: ad esempio la raccolta di stalla in stalla avviene sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e chilometri dei camion adibiti al trasporto. Piccoli passi che rendono sempre più "sostenibile" la filiera». D. ROS. —

21 NOVEMBRE – HORECANEWS

Allevatori sempre più green: il 78% delle aziende della filiera Compral Latte-Inalpi utilizza fonti rinnovabili.

il 78% delle aziende della filiera Compral Latte -Inalpi utilizza fonti rinnovabili. Più energia verde, meno emissioni: la zootecnia è amica dell'ambiente

By **Redazione** - 21 Novembre 2020

È sempre più green il mondo degli allevatori che fa capo alla filiera del latte piemontese costituita da cooperativa **Compral, Inalpi e Ferrero.**
All'ultima rilevazione, in tema di energia verde, è risultato che il **78% degli allevamenti** condotti dai soci **utilizza fonti rinnovabili,** un percorso caratterizzato da una crescita costante nel tempo, frutto anche di un ritorno economico collegato all'indicizzazione del prezzo alla stalla, e che ha come obiettivo il raggiungimento del 100 per cento dei conferenti nel giro di un anno.

Un dato importante che si concretizza grazie alle tecnologie aziendali utilizzate **(biogas e fotovoltaico in primis)** e dai certificati bianchi riconosciuti nell'ambito

dell'accordo operativo stabilito tra Compral-Latte e la società saluzzese **eViso**, leader nel settore per innovazione e sostenibilità.

Il meccanismo dei **certificati bianchi,** chiamati anche titoli di efficienza energetica, attesta il conseguimento di **risparmi negli usi finali di energia:** un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio. Una strada che il **presidente di Compral-Latte, Raffaele Tortalla**, ha percorso da pioniere nella sua azienda, diventando il migliore testimonial fra i 230 soci della cooperativa che forniscono alla filiera, ogni giorno, oltre 5000 quintali di latte.

"Condividere le informazioni sui consumi in maniera trasparente – spiega Tortalla – *è una modalità oggi largamente diffusa, che assieme a tutta una serie di buone pratiche agronomiche consente ai nostri allevatori di coniugare l'eccellenza qualitativa del latte con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole".*

"Quella piemontese è dunque una zootecnia all'avanguardia anche sul fronte del green – sottolinea **Ambrogio Invernizzi Presidente Inalpi** – *un comparto in linea con i più avanzati standard europei e mondiali, capace di rispondere alle sfide del mercato globale e alle sensibilità dei consumatori. Un sistema che abbraccia le linee giuda lanciate negli SDGs, i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu e sottoscritti dai 193 Paesi membri, che puntano, tra l'altro, ad una sempre maggiore sostenibilità delle aziende, nel rispetto del territorio e dell'ambiente. E la filiera corta e certificata del latte è il principale riferimento a cui guardare per riconoscere quei valori e quegli obiettivi sui quali l'Agenda 2030 dell'Onu pone la propria attenzione."*

Osserva il **direttore Compral, Bartolomeo Bovetti:** *"Quel 78% di allevamenti che utilizza le energie rinnovabili conferma che anche l'agricoltura è entrata a pieno titolo nell'economia circolare. In tutti questi anni abbiamo lavorato per far sì che l'allevamento fosse considerato parte integrante dell'azienda, concentrando le attenzioni sulle pratiche colturali, le selezioni di alimenti, la cura del benessere animale, arrivando a una gestione corretta e funzionale dei reflui che diventano fertilizzante organico, fornendo nel contempo la sostanza necessaria alla produzione di energia pulita".*

C'è un ulteriore aspetto che va sottolineato: la **riduzione delle emissioni**. *"Per noi* – sottolinea il dottor Bovetti – *è un altro elemento fondamentale, che stiamo raggiungendo grazie al potenziamento della catena logistica, all'ottimizzazione dei servizi e delle risorse professionali. L'esempio migliore viene da quello che chiamiamo comunemente il giro del latte: abbiamo fatto in modo che la raccolta di stalla in stalla avvenga sulla base di percorsi preordinati, abbattendo viaggi e km dei camion adibiti al trasporto. Tutti piccoli passi, che uno dopo l'altro, stanno dando risultati più che soddisfacenti".*

22 NOVEMBRE – FESTIVALGIORNALISMOALIMENTARE

22 NOVEMBRE 2020

Il marchio Welcome dell'agenzia Onu per i rifugiati a Inalpi

Inalpi azienda partner del Festival, insignita, assieme ad altre grandi aziende italiane, del logo Welcome – Working for Refugee Integration – riconoscimento conferito da UNHCR - Agenzia ONU per i Rifugiati alle realtà industriali che si sono contraddistinte favorendo l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia. Un'importante progetto, supportato dal Ministero del Lavoro, da Confindustria e da Global Compact Network che, nato nel 2016, si avvale della fattiva collaborazione della Fondazione Tent e della Commissione Europea.

Il progetto Inalpi era già stato ampiamente raccontato nel settembre 2019, nella splendida e affollata cornice della Sala Consiliare del Comune di Bra, con la presentazione del Bilancio Sociale 2018. Un appuntamento annuale che, in quell'edizione, aveva descritto l'iniziativa il cui senso è stato evidenziato dalle parole di Ambrogio Invernizzi - Presidente Inalpi SpA – "Siamo stati spesso i primi o gli unici a compiere determinate scelte, a intraprendere un cammino aziendale, introducendo alcune volte delle vere e proprie novità, altre volte tracciando un percorso seguito poi da altri. Ed è proprio questo il senso del Bilancio Sociale 2018, raccontare un progetto che vorremmo diventasse proprietà di altre aziende".

In quel documento infatti, si raccontava il cammino che Inalpi aveva avviato già a inizio 2018, in collaborazione con l'Associazione Papa Giovanni XXIII, il cui scopo è stato quello di realizzare una vera e concreta integrazione lavorativa per uomini e donne immigrati, provenienti da storie difficili. Un progetto frutto della convinzione, più che mai attuale, che questa sia la strada per testimoniare la solidarietà verso gli altri: perché lavoro è sinonimo di futuro, ma anche di vita e dignità.

L'attestato ricevuto riveste quindi un'importanza che va ben oltre il suo già rilevante significato, perché per Inalpi è un ulteriore e concreta testimonianza di quel fare filiera, che vive e lavora quotidianamente per il proprio territorio, con impegno e passione, rivolgendo attenzione e supportando la crescita della propria comunità.

22 NOVEMBRE – DOLCISALATI & CONSUMI

Gelati Pepino, Inalpi e Galup insieme per un Natale d'eccellenza

In occasione del Natale, Gelati Pepino 1884, in partnership con Galup, azienda alimentare italiana specializzata nella produzioni di dolci, e Inalpi, realtà lattiero casearia di Moretta (Cuneo), propone il Panettone e il Gelattone. Il Panettone è il classico panettone Galup, prodotto con burro di filiera da panna di centrifuga Latterie Inalpi, svuotato e farcito con Gelato Pepino alla crema. Il Gelattone, invece, sfrutta proprio il ripieno dei panettoni, spezzettato a mano e aggiunto alla crema. Due prodotti d'eccellenza legati alla tradizione che si mescolano in combinazioni alternate. Il panettone ripieno di gelato alla crema è disponibile nel formato da 130 e 700 g, mentre il gelato alla crema, arricchito con pezzi di panettone, è in vendita nel Mezzolitro da 380 g.