dal **17 GIUGNO** 2019
al **23 GIUGNO** 2019

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

17 LUGLIO - ALTISSIMOCETO

Cartoline dal 889mo Meeting VG @ Relais Villa d'Amelia – Benevello (CN) – Chef Damiano Nigro

Postato da: ViaggiatoreGourmet Il: Giugno 15, 2019
In: Cuneo e provincia, Eventi Enogastronomici, Piemonte, Reportage Ristoranti Stampa Email

Il nostro **tour** enogastronomico in compagnia degli **Amici Gourmet** presso le **migliori tavole d'Italia** continua da **Benevello**, nel cuore delle **Langhe**. Siamo infatti nella splendida cornice del **Relais Villa d'Amelia**, al cui interno c'è un ristorante la cui cucina è gestita dal **2006** da **Damiano Nigro**, **1 stella Michelin**. Lo **chef** di origini pugliesi anche quest'anno ci ha proposto una sontuosa **degustazione** dedicata quasi interamente al **mare**, dai sapori **veraci**, ma sempre molto **equilibrati**. Una bella giornata iniziata e terminata nello **splendido giardino** dell'hotel con vista sulle **colline** che hanno reso **celebre** la zona: abbiamo **inaugurato** la giornata con un gin tonic all'**aperitivo** e gli stuzzichini preparati dalla brigata e l'abbiamo terminata scambiando due chiacchiere con lo chef mentre sorseggiavamo dello **champagne** **Comte de Montaigne**. Qui il nostro racconto fotografico...

Aperitivo nel dehors

Tipologia degli stuzzichini: bignè al Bra tenero d'Alpeggio Dop **inalpi**; cannolo con mousse di mortadella al burro piemontese **inalpi**; croccante di tapioca e gamberi con maionese alla paprika; oliva ascolana; hamburger di fassona con Fettaipine **inalpi**; nocciole salate.

Piatto **Mepra**.

Gin tonic con Gin Filliers Dry Gin 28 e tonica 1724 distribuiti da **Compagnia dei Caraibi**

CI accomodiamo all'interno

Acqua Filette, Premium Water Partner del nostro **Roadshow**

Tipologia di pane: lievito madre; al 5 cereali; focaccia pugliese; grissini delle Langhe. In accompagnamento, burro piemontese **inalpi.**

Cocktail di benvenuto: Declinazione DN

Triglia, uova di pesce, gelatina allo zenzero, scalogno croccante e pesto

Orecchiette ai frutti di mare

Lo chef Damiano Nigro prepara in sala la portata successiva in pentola d'oro **Agnelli**

Campania Bianco Igt 2015 – **Joaquin**

Merluzzo leggermente affumicato, mela renetta e tarassaco

Etna Rosso Doc Riserva 2012 – **Tenute Nicosia**

Il piatto successivo è preparato in sala

Agnello in crosta, patata fondente e carciofo fritto

Pre dessert: Terra di Langa con gelato al formaggino Bio **Inalpi**

Fernet-Branca

Rabarbaro, burrata e giandula

Caffè e coccole finali

Tipologia caffè: **Rossini** (Diano D'Alba).

Tipologia piccola pasticceria: tortelletta al cioccolato; biscotto alla nocciola; bignè alla crema chantilly; biscotto di meliga; nocciole al cioccolato bianco.

Per merenda: pizza fritta!

Venus nera al riso Venere – **Hordeum**

Un bel brindisi insieme a Damiano!

19 GIUGNO - ANSA

ANSA.it · Piemonte · **Latte rifugi, accordo Coldiretti-Inalpi**

Latte rifugi, accordo Coldiretti-Inalpi

Dall'azienda di Moretta latte in polvere per strutture alpine

Redazione ANSA

TORINO

19 giugno 2019
20:40
NEWS

Suggerisci
Facebook
Twitter
Altri
Stampa
Scrivi alla redazione

- RIPRODUZIONE RISERVATA

CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - TORINO, 19 GIU - Latte garantito della filiera piemontese certificata e garantita negli 80 rifugi alpini aderenti all'Agrap, l'associazione dei gestori. Lo prevede l'accordo tra l'azienda Inalpi, la Coldiretti Piemonte e la stessa Agrap.

Nei rifugi arriverà il latte in polvere proveniente dalla torre di sprayatura della Inalpi a Moretta (Cuneo), dove viene conferito il latte delle aziende aderenti a Compral Latte (240 soci, fatturato annuo superiore ai 50 milioni di euro).

"Quest'accordo - sottolinea Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi - è la dimostrazione che quando si vuole valorizzare un territorio, puntando sulla qualità, si possono realizzare interessanti progetti. Il progetto rappresenta inoltre l'incontro di due elementi di qualità: il buon latte Piemontese che sarà reidratato con l'ottima acqua dei rifugi".

Con un sacchetto da un chilo di latte in polvere si ottengono 10 litri di latte fresco.

19 GIUGNO - TARGATOCN

La qualità del latte Piemonte prende quota e arriva in cima alle montagne (VIDEO)

Accordo tra Coldiretti, Inalpi e Agrap per fornire i prodotti della filiera a molti rifugi della regione. Si comincia dal latte in polvere per arrivare anche ad altre produzioni agricole

Il latte sale in quota. In senso stretto. Merito dell'accordo tra Coldiretti Piemonte, Inalpi e Agrap, la sigla che rappresenta circa 80 dei 200 rifugi di montagna presenti in Piemonte.

In base a questo accordo, insomma, anche queste particolari strutture ricettive faranno uso di prodotti di filiera piemontese, di qualità garantita.
"Si tratta di un accordo che conferma la nostra forte collaborazione ormai decennale con Inalpi dice **Roberto Moncalvo**, presidente di Coldiretti Piemonte - *che dà lustro e riconoscimento a un settore che ora ha un prezzo indicizzato, un premio sulla qualità e un accompagnamento verso standard di qualità sempre più elevati per i nostri allevatori. Adesso non siamo più un passo indietro alla Lombardia e gli stessi allevatori e produttori hanno il giusto riconoscimento per quella che per loro è anche una funzione sociale. E il nostro lavoro è sostenuto e rafforzato anche da Compral latte".*

"Non bisogna mettere la filiera e i fornitori in condizioni difficili, soprattutto se si vuole garantire bontà e sicurezza alimentare - concorda **Ambrogio Invernizzi**, presidente di Inalpi - *e in questo caso vogliamo anche sopperire a una grande necessità dei rifugi piemontesi, contribuendo a dare valore ai produttori piemontesi. E con il latte in polvere e l'acqua di montagna sarà possibile fare apprezzare a tutti i frequentatori dei rifugi la qualità, ma anche la sostenibilità dei prodotti".*

In Piemonte si contano in tutto 221 rifugi. Di questi Agrap ne rappresenta oltre 80 ed è l'unica associazione che rappresenta questo mondo, mentre il CAI rappresenta i proprietari dei rifugi. *"Le nostre strutture sono da sempre molto radicate nel territorio e da sempre si cerca di usare prodotti di alpeggi vicini o comunque della zona. Ma a volte non si riesce a soddisfare l'intera necessità della struttura e soprattutto non possiamo somministrare prodotti non pastorizzati. Ecco perché abbiamo trovato in Inalpi il partner adatto"*, spiega **Massimo Manavella**, presidente di Agrap.

E il futuro promette sviluppi ulteriori. *"È l'incontro tra necessità diverse e possiamo fare un ragionamento a 360 gradi* - continua **Moncalvo** - *toccando anche le forniture di verdura o di farine. Possiamo ragionare per dare un'opportunità in più ai nostri produttori e per offrire ulteriori possibilità ai rifugi, che accolgono una tipologia di persone che incarna appieno la cura e l'attenzione verso la montagna, la natura e la propria salute".*

19 GIUGNO - LAVOCEDISANSEVERO

DIARI GRATIS PER 3 ANNI AL DE AMICIS

FacebookTwittergoogle_plusPinterestShare Grazie al progetto "Inalpi a Scuola", in collaborazione con il Gruppo Spaggiari, il Circolo didattico "De Amicis", potrà raccontarsi alle famiglie, sottolineando i propri tratti distintivi, rafforzando il senso di appartenenza dei ragazzi e facilitando la comunicazione con le famiglie. Il progetto abbina un Diario con il Libretto Scolastico personale dell'alunno e una App, vero e proprio diario digitale, per crescere divertendosi con tanti articoli, attività multimediali e giochi originali e formativi. I contenuti ludici e istruttivi sono curati da un team di esperti e sono finalizzati a favorire l'engagement degli alunni e delle famiglie sui temi che riguardano l'importanza degli alimenti biologici, del rispetto degli animali e dell'ambiente. Carta e digitale saranno il veicolo dei valori etici del progetto!

19 GIUGNO – CORRIERE DI SAVIGLIANO E DINTORNI

Riceviamo e pubblichiamo:

Gentile direttore, vogliamo ringraziare tutte le persone e le ditte che ci hanno sostenuto per organizzare la festa di fine stagione Gators che si è svolta al Santuario di Moretta: prima di tutto le famiglie e tutti i piccoli alligatori, cuore pulsante della festa, i dirigenti di squadra, che ci hanno aiutato a preparare tutta la zona riservata alla cena, il mitico staff Gators, che ha gestito alla perfezione i giochi ed i tornei per tutto il pomeriggio, gli Amici dei Boschetti, che hanno preparato una grigliata favolosa. Un caloroso ringraziamento va anche a tutte le ditte che ci hanno sostenuto: Colombano Centro TV Color di Savigliano, Orto frutta Flli Appendino di Savigliano, Solution Bike di Savigliano , Palestra Duke di Savigliano , Pizza al taglio Il Capriccio di Savigliano, Fondazione Cassa di risparmio di Savigliano, Inalpi di Moretta, Campiello di Cavallermaggiore, Saviedil di Savigliano, Ediltutto di Cavallermaggiore, Pasticceria La Torre di Cavallermaggiore, la Baraca del gelato di Savigliano, Bar Manuel di Savigliano, Macelleria Gramaglia Savigliano, Patty Sport di Savigliano, Società Agricola F.lli Angaramo, Briko Family di Savigliano, Ferramenta Piumetto di Cavallermaggiore, Oasi del Gelato di Savigliano, Maratona Viaggi di Savigliano, Gelateria Dolomiti di Racconigi, Sigma di Fossano, BANCA BCC, Latteria Agricola di Savigliano, Comune di Moretta.

Il direttivo del BC Gators

19 GIUGNO - VIRGILIO

Latte rifugi, accordo Coldiretti-Inalpi

Condividi Invia

Latte garantito della filiera piemontese certificata e garantita negli 80 rifugi alpini aderenti all'Agrap, l'associazione dei gestori. Lo prevede l'accordo tra l'azienda Inalpi, la Coldiretti Piemonte e la stessa Agrap. Nei rifugi arriverà il latte in polvere proveniente dalla torre di sprayatura della Inalpi a Moretta (Cuneo), dove viene conferito il latte delle aziende aderenti a Compral Latte (240 soci, fatturato annuo superiore ai 50 milioni di euro). "Quest'accordo - sottolinea Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi - è la dimostrazione che quando si vuole valorizzare un territorio, puntando sulla qualità, si possono realizzare interessanti progetti. Il progetto rappresenta inoltre l'incontro di due elementi di qualità: il buon latte Piemontese che sarà reidratato con l'ottima acqua dei rifugi". Con un sacchetto da un chilo di latte in polvere si ottengono 10 litri di latte fresco.

19 GIUGNO – LEULTIMENOTIZIE.UE

Accordo tra Coldiretti, Inalpi e Agrap per fornire i prodotti della filiera a molti rifugi della regione. Si comincia dal latte in polvere per arrivare anche ad altre produzioni agricole

Il latte sale in quota. In senso stretto. Merito dell'accordo tra Coldiretti Piemonte, Inalpi e Agrap, la sigla che rappresenta circa 80 dei 200 rifugi di montagna presenti in Piemonte. In base a questo accordo, insomma, anche queste particolari strutture ricettive faranno uso di prodotti di filiera piemontese, di qualità garantita.

"Si tratta di un accordo che conferma la nostra forte collaborazione ormai decennale con Inalpi - dice Roberto Moncalvo, presidente di...
la provenienza: Torino Oggi

Oggi 20:31

Terremoto Roma: dopo l'addio di Totti in quota arriva la cessione del club

Prima l'addio di Daniele De Rossi, poi quello di Francesco Totti. Gli ultimi sviluppi in casa Roma, riferisce Agipronews, sono segnali eloquenti di una situazione complicata, tra le difficoltà nell'iter per il

Calcio Mercato Roma 2019-06-17 21:43

Terremoto Roma: dopo l'addio di Totti in quota arriva la cessione del club

Prima l'addio di Daniele De Rossi, poi quello di Francesco Totti. Gli ultimi sviluppi in casa Roma, riferisce Agipronews, sono segnali eloquenti di una situazione complicata, tra le difficoltà nell'iter per il

Calcio Mercato Roma 2019-06-17 21:43

VIDEO - Rastelli a TN: "Ancelotti non cambierà modulo, quest'anno farà vedere le sue qualità"

A margine della kermesse "L'isola verde si tinge d'azzurro", l'ex calciatore e oggi allenatore Massimo Rastelli ha parlato ai microfoni di Tuttonapoli: "Si è ripetuto un po' il campionato della scorsa stagione anche se non c'è stato

Tutto Napoli 2019-06-16 22:25

19 GIUGNO - TORINOGGI

La qualità del latte piemontese prende quota e arriva in cima alle montagne [VIDEO]

Accordo tra Coldiretti, Inalpi e Agrap per fornire i prodotti della filiera a molti rifugi della regione. Si comincia dal latte in polvere per arrivare anche ad altre produzioni agricole

Il latte sale in quota. In senso stretto. Merito dell'accordo tra **Coldiretti Piemonte**, **Inalpi** e **Agrap**, la sigla che rappresenta circa 80 dei 200 rifugi di montagna presenti in Piemonte. In base a questo accordo, insomma, anche queste particolari strutture ricettive faranno uso di prodotti di filiera piemontese, di qualità garantita.

"Si tratta di un accordo che conferma la nostra forte collaborazione ormai decennale con Inalpi - dice **Roberto Moncalvo**, presidente di Coldiretti Piemonte - che dà lustro e riconoscimento a un settore che ora ha un prezzo indicizzato, un premio sulla qualità e un accompagnamento verso standard di qualità sempre più elevati per i nostri allevatori. Adesso non siamo più un passo indietro alla Lombardia e gli stessi allevatori e produttori hanno il giusto riconoscimento per quella che per loro è anche una funzione sociale. E il nostro lavoro è sostenuto e rafforzato anche da Comprai latte".

"Non bisogna mettere la filiera e i fornitori in condizioni difficili, soprattutto se si vuole garantire bontà e sicurezza alimentare - concorda **Ambrogio Invernizzi**, presidente di Inalpi - e in questo caso vogliamo anche sopperire a una grande necessità dei rifugi piemontesi, contribuendo a dare valore ai produttori piemontesi. E con il latte in polvere e l'acqua di montagna sarà possibile fare apprezzare a tutti i frequentatori dei rifugi la qualità, ma anche la sostenibilità dei prodotti".

[Nel video: Roberto Moncalvo, presidente Coldiretti Piemonte; Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi; Massimo Manavella, presidente Agrap e Bartolomeo Bovetti, Comprai Latte]

In Piemonte si contano in tutto 221 rifugi. Di questi Agrap ne rappresenta oltre 80 ed è l'unica associazione che rappresenta questo mondo, mentre il

19 GIUGNO – LA NUOVA GAZZETTA DI SALUZZO

CURIOSITÀ Fornitura dell'azienda morettese ai rifugi alpini

Il latte in polvere Inalpi in quota

MORETTA Mercoledì a Torino, nella sede del Circolo della stampa, Inalpi e Coldiretti siglano un importante accordo di partenariato con l'Agrap, l'associazione dei gestori dei rifugi alpini piemontesi, che raggruppa oltre 250 strutture sulle Alpi, da Cuneo a Verbania.

Inalpi e Compral Coldiretti forniranno ai rifugi latte in polvere, da filiera certificata piemontese. A ogni gestore aderente verrà consegnato un attestato, da esporre in rifugio, che certificherà la qualità del latte.

«L'iniziativa – spiegano i presidenti di Inalpi, Coldiretti Piemonte e Agrap Ambrogio Invernizzi, Roberto Moncalvo e Massimo Manavella - permetterà ai rifugi di avere a disposizione un prodotto di qualità certificata, abbattendo i costi del trasporto verso le strutture montane e le problematiche di conservazione».

Il latte in polvere sarà garantito dalla filiera piemontese, mentre l'acqua alpina utilizzata dai rifugi esalterà la qualità del latte servito nei rifugi.

19 GIUGNO – MSN.COM

LATTE RIFUGI, ACCORDO COLDIRETTI-INALPI

(ANSA) - TORINO, 19 GIU - Latte garantito della filiera piemontese certificata e garantita negli 80 rifugi alpini aderenti all'Agrap, l'associazione dei gestori. Lo prevede l'accordo tra l'azienda inalpi, la Coldiretti Piemonte e la stessa Agrap. Nei rifugi arriverà il latte in polvere proveniente dalla torre di sprayatura della inalpi a Moretta (Cuneo), dove viene conferito il latte delle aziende aderenti a Compral Latte (240 soci, fatturato annuo superiore ai 50 milioni di euro). "Quest'accordo - sottolinea Ambrogio Invernizzi, presidente inalpi - è la dimostrazione che quando si vuole valorizzare un territorio, puntando sulla qualità, si possono realizzare interessanti progetti. Il progetto rappresenta inoltre l'incontro di due elementi di qualità: il buon latte Piemontese che sarà reidratato con l'ottima acqua dei rifugi". Con un sacchetto da un chilo di latte in polvere si ottengono 10 litri di latte fresco. Continua

19 GIUGNO - TORINOSPORTIVA

La qualità del latte piemontese prende quota e arriva in cima alle montagne [VIDEO]

Accordo tra Coldiretti, Inalpi e Agrap per fornire i prodotti della filiera a molti rifugi della regione. Si comincia dal latte in polvere per arrivare anche ad altre produzioni agricole

Il latte sale in quota. In senso stretto. Merito dell'accordo tra **Coldiretti Piemonte**, **Inalpi** e **Agrap**, la sigla che rappresenta circa 80 dei 200 rifugi di montagna presenti in Piemonte. In base a questo accordo, insomma, anche queste particolari strutture ricettive faranno uso di prodotti di filiera piemontese, di qualità garantita.

"Si tratta di un accordo che conferma la nostra forte collaborazione ormai decennale con Inalpi - dice **Roberto Moncalvo**, presidente di Coldiretti Piemonte - che dà lustro e riconoscimento a un settore che ora ha un prezzo indicizzato, un premio sulla qualità e un accompagnamento verso standard di qualità sempre più elevati per i nostri allevatori. Adesso non siamo più un passo indietro alla Lombardia e gli stessi allevatori e produttori hanno il giusto riconoscimento per quella che per loro è anche una funzione sociale. E il nostro lavoro è sostenuto e rafforzato anche da Compral latte".

"Non bisogna mettere la filiera e i fornitori in condizioni difficili, soprattutto se si vuole garantire bontà e sicurezza alimentare - concorda **Ambrogio Invernizzi**, presidente di Inalpi - e in questo caso vogliamo anche sopperire a una grande necessità dei rifugi piemontesi, contribuendo a dare valore ai produttori piemontesi. E con il latte in polvere e l'acqua di montagna sarà possibile fare apprezzare a tutti i frequentatori dei rifugi la qualità, ma anche la sostenibilità dei prodotti".

[Nel video: Roberto Moncalvo, presidente Coldiretti Piemonte; Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi; Massimo Manavella, presidente Agrap e Bartolomeo Bovetti, Compral Latte]

In Piemonte si contano in tutto 221 rifugi. Di questi Agrap ne rappresenta oltre 80 ed è l'unica associazione che rappresenta questo mondo, mentre il CAI rappresenta i proprietari dei rifugi. "Le nostre strutture sono da sempre molto radicate nel territorio e da sempre si cerca di usare prodotti di alpeggi vicini o comunque della zona. Ma a volte non si riesce a soddisfare l'intera necessità della struttura e soprattutto non possiamo somministrare prodotti non pastorizzati. Ecco perché abbiamo trovato in Inalpi il partner adatto", spiega **Massimo Manavella**, presidente di Agrap.

E il futuro promette sviluppi ulteriori. "È l'incontro tra necessità diverse e possiamo fare un ragionamento a 360 gradi - continua Moncalvo - toccando anche le forniture di verdura o di farine. Possiamo ragionare per dare

20 GIUGNO - ALIMENTANDO

IL LATTE IN POLVERE INALPI NEI RIFUGI ALPINI DEL PIEMONTE

Torino - E' stato presentato nella mattinata del 19 luglio, a Torino, l'accordo tra Inalpi-Coldiretti Piemonte e Agrap-Associazione Gestori Rifugi Alpini e posti tappa del Piemonte. L'obiettivo dell'intesa è la distribuzione e il commercio dei prodotti lattiero caseari dell'azienda di Moretta. Il primo che arriverà negli 80 rifugi alpini aderenti all'Agrap, sarà il latte in polvere da filiera corta piemontese certificata e garantita, che consentirà di risolvere problemi di trasporto e conservazione. "La firma di questo accordo è la realizzazione di un sogno", ha dichiarato Ambrogio Invernizzi, presidente inalpi. "La dimostrazione che quando si vuole valorizzare un territorio, puntando sulla qualità, si possono realizzare interessanti progetti. Questo progetto rappresenta inoltre l'incontro di due elementi: il buon latte piemontese e l'ottima acqua dei rifugi, con cui sarà reidratato. Il latte in polvere darà anche un aiuto ai gestori nel rapporto con l'ambiente e con la sostenibilità: con un sacchetto da un Kg di polvere, si ottengono infatti ben dieci litri di latte fresco". La conferenza si è conclusa con la consegna dell'attestato che certifica l'accordo, a firma inalpi-Coldiretti Piemonte-Agrap, che sarà affisso nei rifugi aderenti l'iniziativa.

20 GIUGNO - ALTISSIMOCETO

CARTOLINE DAL 891MO MEETING VG @ AL MALO' CUCINA E MISCELAZIONE ROVATO (BS) PATRON ALBERTO BERGOMI

Dopo aver raccontato in anteprima e con uno dei nostri reportage dettagliati Al Malò Cucina e Miscelazione, siamo tornati appena possibile per uno dei nostri eventi in compagnia degli Amici Gourmet. Troppa era la curiosità dei nostri associati per questa recente apertura a Rovato. Il duo formato da Lodovico Calabria e Mauro Zacchetti, patron del locale insieme ad Alberto Bergomi, hanno sfoggiato una grandissima performance : il primo ci ha fatto divertire durante tutto il pranzo con i suoi cocktail, il secondo ha creato un percorso di degustazione in cui ha dimostrato tutta la sua classe, proponendo una cucina golosa e al tempo stesso stimolante, ma sempre di facile comprensione, anche quando osa di più in termini di contaminazioni. Qui la nostra esperienza conclusa con una goduriosa merenda nel dehors. Archivio storico reportage: La squadra Patron: Alberto Bergomi, Lodovico Calabria e Mauro Zacchetti Lo staff di cucina Chef: Mauro Zacchetti Primi piatti: Alessio Sanzo Aperitivi e dessert: Gianluca Botturi Lo staff di sala Francesca Pellegrini Layla Marrouk Stefano Pelizzari Lo staff del Lounge Bar Head Barman: Lodovico Calabria Barman: Simone Bani Federica Amato Il tavolo Il nostro menù personalizzato Abbinamento Vini Nei meeting utilizziamo i vini messi a disposizione dai nostri Partner. Acqua Filette, Premium Water Partner del nostro Roadshow Acqua Filette Decisamente Frizzante, Delicatamente Frizzante e Naturalmente Naturale Aperitivo di benvenuto al Lounge Bar Il patron Lodovico Calabria ci prepara il primo drink Il tè delle 23: punch freddo con vodka ODV al chinotto, tisana all'arancia amara, scorze di limone e zucchero Altro giro di cocktail! Milano-Torino: Carpano Punt e Mes, Campari Selezione di formaggi inalpi e salame gentile Al Berlinghetto Focaccia 100% semola In arrivo altri stuzzichini Lonza lardata e pancetta stufata Al Berlinghetto Proseguiamo l'aperitivo a tavola Franciacorta Satèn 2010 – Mosnel Il brindisi Piatto Mepra. Pasta fritta all'amatriciana Crocchetta di Formaggino Bio inalpi e oyster mushrooms Grissino fritto al Bra duro d'Alpeggio Dop inalpi Pane Tipologia di pane: multicereali con farine di orzo, segale, farro. Solo lievito madre liquido (licoli). Lo chef Mauro Zacchetti ci descrive la prima portata Piattooo! Carpaccio di tonno pinne gialle, rabarbaro marinato e amaranto Capasanta arrosto, patata, caviale, zenzero e lemongrass Cucchiaio Mepra personalizzato per Viaggiatore Gourmet. Annamaria Clementi Vintage 2008 Franciacorta Riserva – Ca' Del Bosco Bruschetta di calamaro alla plancha, salsa verde, rapanelli e brioche Sveliamo cosa si cela sotto la cloche Palamita in ceviche, mango, olio di dragoncello e fumo di alloro Il tocco finale Crema di avocado al lime, insalata di puntarelle e asparagi, kefir di latte e olio di aneto

20 GIUGNO – COLDIRETTI.IT

PIEMONTE, COLDIRETTI PIEMONTE E INALPI: SANCITO L'ACCORDO CON AGRAP

Nella mattinata del 19 luglio 2019, è stato presentato l'accordo sancito tra Inalpi-Coldiretti Piemonte e Agrap – Associazione Gestori Rifugi Alpini e posti tappa del Piemonte- Per la distribuzione e il commercio dei prodotti lattiero caseari dell'azienda di Moretta. Il primo prodotto che arriverà negli 80 rifugi alpini aderenti all'Agrap, sarà il Latte in Polvere da filiera corta piemontese certificata e garantita, che consentirà di risolvere chiari problemi di trasporto e conservazione, oltre a garantire un prodotto sempre fresco, buono e sicuro.

"La firma di questo accordo è la realizzazione di un sogno – ha dichiarato Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi S.p.A. – E' la dimostrazione che quando si vuole valorizzare un territorio, puntando sulla qualità, si possono realizzare interessanti progetti. Nella nostra filiera, non esistono punti deboli o penalizzati, il primo passo è riconoscere e pagare in modo adeguato la materia prima, in modo che i conferitori abbiano possibilità di vivere e programmare i loro investimenti futuri. Questo progetto rappresenta inoltre l'incontro di due elementi: il buon latte Piemontese e che sarà reidratato con l'ottima acqua dei rifugi, il risultato non potrà che essere straordinario. Il latte in polvere darà anche un aiuto ai gestori nel rapporto con l'ambiente e con la sostenibilità, con un sacchetto da 1 kg di polvere, si ottengono infatti ben 10 litri di buon latte fresco.

"Garantire prodotti di elevata qualità provenienti dalla filiera del latte Made in Piemonte: questo è

l'obiettivo che ci siamo posti nel sancire questo accordo, realizzato grazie ad una collaborazione ormai decennale con Inalpi - spiegano Roberto Moncalvo presidente di Coldiretti Piemonte e Bruno Rivarossa Delegato Confederale -. Con l'azienda di Moretta, infatti, e Compral Latte, che conta 230 allevatori e raccoglie giornalmente oltre 5 mila quintali di latte, 10 anni fa è nato un progetto di filiera virtuoso per la produzione di polvere di latte, attraverso la torre di sprayatura. Fin da subito, questo ha consentito tracciabilità, equa remunerazione alle imprese e valorizzazione delle realtà territoriali. Riusciamo, in questa prima fase della progettualità, ad assicurare ai rifugi alpini produzioni della filiera latte piemontese in linea con i principi della sana e corretta alimentazione e di facile trasporto visto che, spesso, sono situati in luoghi dove non si arriva con i mezzi tradizionali, ma si deve ricorrere all'elicottero con costi, di conseguenza, elevati. Questo, però, è solo un primo passo – concludono Moncalvo e Rivarossa – verso una collaborazione più ampia con Agrap che possa comprendere non solo referenze del lattiero-caseario, ma altri prodotti del territorio provenienti dalle nostre imprese di Campagna Amica, andando, così, a rafforzare l'offerta dei rifugi, già attenti spesso a tessere relazioni con le aziende situate negli alpeggi limitrofi".

"Agrap – Associazione Gestori Rifugi Alpini e posti tappa del Piemonte- ha 80 associati e rappresenta i gestori dei rifugi, ha dichiarato Massino Manavella presidente Agrap e gestore del Rifugio Selleries – chi di fatto lavora e affronta le problematiche di ogni giorno. L'intesa con Inalpi-Coldiretti Piemonte è stata possibile per la volontà condivisa di valorizzare il territorio, anche quello delle montagne: i rifugi sono infatti radicati sul territorio e hanno la volontà di utilizzare prodotti del territorio. Alcuni rifugi hanno vicini alpeggi, ma molte volte gli alpeggi non hanno la forza di sostenere i bisogni del rifugio, inoltre, come per tutti i locali pubblici, il rifugio ha l'obbligo di commerciare latte pastorizzato, prodotto non comune negli alpeggi. Inalpi si è rivelato quindi un partner straordinario, proprio per l'attenzione alla provenienza e alla qualità del prodotto. Valori e principi che condividiamo."

La conferenza si è conclusa con la consegna dell'attestato che certifica l'accordo, a firma Inalpi-Coldiretti Piemonte-Agrap, che sarà affisso nei rifugi aderenti l'iniziativa.

20 GIUGNO – CORRIERE DELLA SERA TORINO

Latte in polvere da filiera in 80 rifugi alpini

Accordo Inalpi-Coldiretti Piemonte e Agrap per la distribuzione e il commercio dei prodotti lattiero caseari dell'azienda di Moretta. Il primo prodotto che arriverà negli 80 rifugi alpini aderenti all'Agrap, sarà il latte in polvere da filiera corta piemontese certificata e garantita.

20 GIUGNO - CUNEODICE

CUNEO - giovedì 20 giugno 2019, 09:06

Un accordo tra Inalpi e Agrap per la distribuzione di latte nei rifugi alpini piemontesi

Nelle 80 strutture alpine aderenti all'associazione arriverà il latte in polvere proveniente dall'azienda di Moretta

Nella mattinata del 19 luglio 2019, è stato presentato l'accordo sancito tra Inalpi-Coldiretti Piemonte e Agrap - Associazione Gestori Rifugi Alpini e posti tappa del Piemonte- Per la distribuzione e il commercio dei prodotti lattiero caseari dell'azienda di Moretta. Il primo prodotto che arriverà negli 80 rifugi alpini aderenti all'Agrap, sarà il Latte in Polvere da filiera corta piemontese certificata e garantita, che consentirà di risolvere chiari problemi di trasporto e conservazione, oltre a garantire un prodotto sempre fresco, buono e sicuro.

"*La firma di questo accordo è la realizzazione di un sogno* – ha dichiarato **Ambrogio Invernizzi**, presidente Inalpi S.p.A. – *E' la dimostrazione che quando si vuole valorizzare un territorio, puntando sulla qualità, si possono realizzare*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario.

interessanti progetti. Nella nostra filiera, non esistono punti deboli o penalizzati, il primo passo è riconoscere e pagare in modo adeguato la materia prima, in modo che i conferitori abbiano possibilità di vivere e programmare i loro investimenti futuri. Questo progetto rappresenta inoltre l'incontro di due elementi: il buon latte Piemontese e che sarà reidratato con l'ottima acqua dei rifugi, il risultato non potrà che essere straordinario. Il latte in polvere darà anche un aiuto ai gestori nel rapporto con l'ambiente e con la sostenibilità, con un sacchetto da 1 kg di polvere, si ottengono infatti ben 10 litri di buon latte fresco".

"*Garantire prodotti di elevata qualità provenienti dalla filiera del latte Made in Piemonte: questo è l'obiettivo che ci siamo posti nel sancire questo accordo, realizzato grazie ad una collaborazione ormai decennale con Inalpi* – spiegano **Roberto Moncalvo** presidente di Coldiretti Piemonte e **Bruno Rivarossa** Delegato Confederale -. *Con l'azienda di Moretta, infatti, e Compral Latte, che conta 230 allevatori e raccoglie giornalmente oltre 5 mila quintali di latte, 10 anni fa è nato un progetto di filiera virtuoso per la produzione di polvere di latte, attraverso la torre di sprayatura. Fin da subito, questo ha consentito tracciabilità, equa remunerazione alle imprese e valorizzazione delle realtà territoriali. Riusciamo, in questa prima fase della progettualità, ad assicurare ai rifugi alpini produzioni della filiera latte piemontese in linea con i principi della sana e corretta alimentazione e di facile trasporto visto che, spesso, sono situati in luoghi dove non si arriva con i mezzi tradizionali, ma si deve ricorrere all'elicottero con costi, di conseguenza, elevati. Questo, però, è solo un primo passo verso una collaborazione più ampia con Agrap che possa comprendere non solo referenze del lattiero-caseario, ma altri prodotti del territorio provenienti dalle nostre imprese di Campagna Amica, andando, così, a rafforzare l'offerta dei rifugi, già attenti spesso a tessere relazioni con le aziende situate negli alpeggi limitrofi*".

"*Agrap – Associazione Gestori Rifugi Alpini e posti tappa del Piemonte - ha 80 associati e rappresenta i gestori dei rifugi,* - ha dichiarato Massino Manavella presidente Agrap e gestore del Rifugio Selleries - *chi di fatto lavora e affronta le problematiche di ogni giorno. L'intesa con Inalpi-Coldiretti Piemonte è stata possibile per la volontà condivisa di valorizzare il territorio, anche quello delle montagne: i rifugi sono infatti radicati sul territorio e hanno la volontà di utilizzare prodotti del territorio. Alcuni rifugi hanno vicini alpeggi, ma molte volte gli alpeggi non hanno la forza di sostenere i bisogni del rifugio, inoltre, come per tutti i locali pubblici, il rifugio ha l'obbligo di commerciare latte pastorizzato, prodotto non comune negli alpeggi. Inalpi si è rivelato quindi un partner straordinario, proprio per l'attenzione alla provenienza e alla qualità del prodotto. Valori e principi che condividiamo*".

La conferenza si è conclusa con la consegna dell'attestato che certifica l'accordo, a firma Inalpi-Coldiretti Piemonte-Agrap, che sarà affisso nei rifugi aderenti l'iniziativa.

20 GIUGNO – LA REPUBBLICA TORINO

In montagna In Piemonte sono ottanta i rifugi alpini

"I prodotti di qualità del Piemonte nei rifugi"

Roberto Moncalvo, presidente di Coldiretti Piemonte, ha un progetto: portare nei rifugi alpini i prodotti di qualità della filiera agroalimentare della regione. Il primo accordo lo ha raggiunto con l'associazione che riunisce 80 rifugi alpini e l'azienda Inalpi, che garantirà la fornitura di latte in polvere proveniente solo da allevamenti piemontesi.

Il presidente della Coldiretti

Moncalvo "Portiamo nei rifugi i prodotti di qualità del Piemonte"

/// Mariachiara Giacosa

Parte dal latte l'assalto dei prodotti di qualità ai rifugi di montagna. Una colonizzazione buona che porta i prodotti piemontesi della filiera corta in alta quota, per contaminare menu e proposte gastronomiche dei "ristoranti" alpini. «Si parte con il latte in polvere, ma l'obiettivo è rifornire le cucine d'altura con gli ingredienti prodotti dalle filiere corte, dalle nostre aziende ad alta qualità, 100 per 100 piemontesi» annuncia il presidente di Coldiretti Piemonte, Roberto Moncalvo, che ha siglato un accordo con l'azienda Inalpi e l'Agrap, l'associazione che riunisce i rifugi alpini e i posti tappa.

Presidente Moncalvo, cosa prevede questo patto?

«E' un'intesa che punta a favorire la distribuzione dei prodotti lattiero caseari dell'azienda di Moretta negli 80 rifugi della rete piemontese. I rifugi sono realtà radicate sul territorio con il quale hanno uno stretto legame per quanto riguarda la sostenibilità ambientale e il rispetto dell'ecosistema. Portare questo approccio anche nelle cucine è parte di un progetto per valorizzare e promuovere la nostra produzione agricola».

Si comincia dal latte in polvere, perché?

«E' il primo passo e risponde ad esigenze peculiari della ristorazione di alta montagna: è prodotto solo con latte piemontese e può essere reidratato con l'acqua che nei rifugi è buona e non manca. Si tratta poi di un prodotto molto leggero: con un chilo di polvere si ottengono 10 litri di latte "liquido". Sembra un aspetto marginale, ma non lo è quando per rifornire queste strutture si devono usare gli elicotteri o trasportare le merci a piedi. Chi non è del mestiere non lo immagina, ma le forniture dei prodotti alimentari nei rifugi non sono una cosa da poco. Ci sono difficoltà di accesso, di trasporto, di conservazione».

In quota, non dovrebbe essere troppo difficile procacciarsi il latte negli alpeggi, non è così?

«Non dovrebbe, ma lo è. Il responsabile dell'Agrap Massimo Manavella fa spesso questo esempio. E spiega che gli alpeggi non sempre sono in grado di soddisfare le forniture di un rifugio, soprattutto durante la stagione turistica. Senza contare che questi sono a tutti gli effetti locali pubblici e devono rispettare alcune regole, che impongono ad esempio di servire solo prodotti pastorizzati, e non sempre gli alpeggi sono in grado di assicurarli. Comunque la fornitura di latte in polvere, o fresco, è solo il primo passo. Dopo verranno i formaggi, il burro e il resto».

Quali prodotti a filiera corta volete portare nei rifugi?

«Noi abbiamo un migliaio di aziende che fanno parte della rete di Campagna amica: sono la punta di diamante dell'agricoltura nostrano e coprono tutta la produzione. Nei rifugi non si mangiano solo formaggi: servono la farina per la polenta e per il pane, la carne da allevamenti piemontesi, la frutta e la verdura prodotti dai nostri agricoltori. L'obiettivo è creare una filiera virtuosa che porti anche in queste strutture i nostri prodotti di alta qualità. Abbiamo il bollino "campagna amica" per i ristoranti che usano i prodotti delle nostre aziende nei loro menù, la previsione è di estendere questo marchio anche ai rifugi».

E' il cibo che diventa un elemento della promozione turistica?

«Noi siamo abituati a parlare di turismo enogastronomico quando facciamo riferimento alle Langhe che hanno una grande tradizione culinaria. In realtà tutto il Piemonte ha eccellenze alimentari e si possono avere esperienze culinarie anche ad alta quota».

Quali sono i vantaggi?

«Chi gestisce un rifugio spesso ha un'alta sensibilità per il rispetto dell'ambiente e per la qualità. Ed è la stessa che hanno anche i clienti. Il turista che sceglie montagna è attento alla natura e all'ambiente. Fa sport ed è interessato alla qualità di ciò che mangia. Negli ultimi anni anche i rifugi hanno cambiato e ampliato la tipologia dell'offerta. Dieci o 15 anni fa, erano strutture nelle quali si mangiava per necessità, ora invece sono un prodotto turistico a tutto tondo, che combina la gita, il trekking e il pasto di qualità con menù sempre più assortiti, pensati anche per rispondere alle esigenze dei vegetariani o di chi ha allergie. Per questo possono essere una vetrina straordinaria per le nostre aziende, sempre più interessate a creare filiere di qualità e conquistare i consumatori, nei quali cresce la sensibilità verso l'agricoltura sostenibile e a chilometri zero».

Partiamo con il latte in polvere ma puntiamo a creare una filiera virtuosa D'altronde nelle baite non si mangiano più solo formaggi

20 GIUGNO – RIVISTA IDEA

Cuochi della Granda a confronto a Barolo

Lorenzo Vallese

Sotto: lo chef stellato, presidente dell'Associazione cuochi provincia Granda (Acpg), Massimo Camia, con Luca Chiapella, presidente di Confcommercio-Imprese per l'Italia della Granda. In alto: un momento della riuscita festa

Presso "Vite colte" in Barolo, famosa cantina che riunisce 180 coltivatori per 300 ettari di vigneto che producono i vini più conosciuti al mondo come il Barolo, si sono ritrovati i soci della Federazione italiana cuochi della provincia di Cuneo (Acpg), con il Direttivo capitanato dal presidente Massimo Camia, chef stellato molto noto nel territorio e non solo.

La serata è iniziata con un aperitivo in compagnia di ospiti illustri come Luca Chiapella, presidente di Confcommercio-Imprese per l'Italia della provincia di Cuneo, Luigi Barbero, direttore di Confcommercio Bra e presidente dell'Ente turismo territoriale, e Carlo Zarri, presidente dell'Associazione albergatori, esercenti e operatori turistici della provincia di Cuneo. Non mancavano all'appello gli "sponsor" che hanno contribuito alla riuscita dell'evento: "Sogegross" di Asti, pasta "Bossolasco", caffè "Rossini", "Granda freschi", caffè "Doemito", agrimacelleria "Chiavassa", "Il banchetto", "Albagel" srl, "Latterie Inalpi", "Atelier dell'albergo", molino "Bongiovanni", "La bioboitega", "Chiapella salumi" e ovviamente "Vite colte."

L'evento è proseguito con la cena preparata da "Cantamessa catering"

dello chef Ottavio Meirano. Il "menu" comprendeva: battuta di vitello, rotolo di anguilla con marinatura all'arancia, agnolotti al "plin" di erbette al burro e timo, filetto di fassona "cotto rosa" con asparagi gratinati, mousse "Sacher".

È stato un appuntamento importante anche per ricordare le recenti posizioni di vertice associative assunte dai soci Andrea Bertolino, presidente del Dipartimento solidarietà-emergenza Piemonte e Valle d'Aosta, e Stefano Bongiovanni, presidente dell'Unione cuochi del Piemonte e responsabile nazionale del compartimento giovani.

L'evento si è chiuso con la premiazione dei "past-president" dell'associazione Giorgio Gallina, Claudio Politano, Andreino Durando e Loris Macario. Si tratta di professionisti seri e preparati che si sono impegnati a lungo e con passione nel ruolo di ambasciatori del gusto e di autorevoli rappresentanti di un settore che da decenni è patrimonio esclusivo di Confcommercio. «Ringraziamo tutti i partecipanti associati, ospiti, "sponsor" che insieme hanno collaborato per realizzare una piacevole serata», commenta Rosario Fallo della segreteria dell'Acpg.

Il sodalizio guidato da Massimo Camia è stato ospite di "Vite colte" in un evento associativo che ha visto premiare i presidenti precedenti

20 GIUGNO - SAPORIDELPIEMONTE

COLLISIONI. NON SOLO MUSICA, LETTERATURA E ARTE. VINO E CIBO DIVENTANO PROTAGONISTI ALLUNDICESIMA ED

1.726 articoli 1.916 commenti 693 pagine 101.634 fotografie 680 video palco-winefood-riccardo-medana Da qualche edizione Collisioni, il festival "agrirock" di Barolo non è solo musica, letteratura e arte, ma anche, inevitabilmente, vino e cibo. Per questo gli organizzatori hanno ampliato quest'anno la sezione dedicata agli appuntamenti enogastronomici con, tra le altre cose, anche la presentazione di prodotti tipici, ricette e cuochi stellati compresi, come sempre. Comunque, mettendo da parte la "grande abbuffata" di cucina che propina la tv, ecco che Collisioni s'inventa una galleria del gusto che promette di scompigliare idee e capelli (per ancora li ha) quasi fosse una galleria del vento pronta a misurare coefficienti di penetrazione del sapore e della gradevolezza. Qui sotto pubblichiamo la completa nota stampa che dà conto di tutto quello che è Wine & Food a Collisioni 2019 e che potete trovare anche qui. Buona lettura. Non solo grande musica internazionale e incontri con i maestri della letteratura mondiale e del cinema a Collisioni, perché il festival, nel suo intenso programma, rende omaggio anche al padrone di casa, il Barolo, e a tutti i grandi vini e prodotti food che rendono il Piemonte e l'Italia famosi nel mondo. Il caratteristico borgo delle Langhe ospiterà nel weekend del 6 e 7 luglio, oltre ai protagonisti della cultura e della musica, anche i grandi prodotti food e i grandi vini del bel Paese, in un viaggio sensoriale tra i sapori e profumi del Made in Italy. Dal Piemonte alla Puglia, dal Friuli alla Basilicata, passando per Liguria, Marche e Toscana. Del resto è proprio questo il senso di Collisioni: un incontro tra generi artistici differenti, letteratura, musica, cinema, ma anche paesaggio, sapienza e conoscenza del territorio agricolo italiano. Nei giorni del festival le piazze e le vie di Barolo si trasformeranno in un vero e proprio viaggio nella cultura del vino e del cibo italiano di qualità. A Barolo infatti non si troverà cibo industriale perché a gestire gli stand sono le associazioni stesse di produttori da tutta Italia. Si spazierà dai grandi vini delle Langhe alla focaccia di Recco, dal Vermentino sardo ai formaggi Dop di Assopiemonte, dai salumi alla frutta piemontesi fino alla tradizione della pasta, ai grandi bianchi friulani e al prosciutto di San Daniele. In occasione del festival, il Consorzio dell'Asti DOCG rinfrescherà il pubblico con cocktail creati ad hoc dai bar-tender per esaltare le qualità delle bollicine ufficiali di Collisioni, in versione dolce e dry. Ma si potranno trovare anche i vini d'eccellenza del Consorzio Altalanga, i panini gourmet di Molino Quaglia e Inalpi Burger con formaggio da latte 100% piemontese. IL PALCO WINE AND FOOD DI COLLISIONI – 5/6/7 luglio A grande richiesta torna, per la sua quarta edizione, il programma del Palco Wine&Food di Collisioni. Un momento di divulgazione rivolto ai wine&food lovers che ogni anno tornano nelle Langhe per godere delle grandi eccellenze vinicole e gastronomiche italiane. Un intero palco a ingresso gratuito su prenotazione nella piazza del Castello di Barolo, che offrirà tasting guidati e approfondimenti sui grandi vini e prodotti agricoli italiani. Dopo il sold out delle ultime tre edizioni, con oltre quattromila partecipanti ai tasting nell'edizione dell'anno scorso, il palco di Collisioni legato alle eccellenze enogastronomiche delle diverse regioni italiane vedrà protagonisti sul palco produttori vinicoli e produttori food provenienti da ogni parte d'Italia, che guideranno il pubblico in un vero e proprio viaggio dei sapori. Si alterneranno ogni due ore incontri tematici e degustazioni guidate. Oltre a winetasting e assaggi dei prodotti tipici non mancherà la musica e l'intervento di artisti, fumettisti e acrobati in interazione con il pubblico. È così che, tra un concerto ed un incontro letterario, il pubblico potrà partecipare agli eventi didattici previsti, con gemellaggi interregionali, incontri tematici e vere e proprie " maratone " di prelibatezze. A dialogare con il pubblico saranno le grandi regioni italiane: il Piemonte col Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, il

Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, il Consorzio Altalanga, il Consorzio Asti Docg, Assopiemonte e Cia Cuneo ; la Liguria, le Marche, la Puglia e la Basilicata grazie alla lunga e fruttuosa collaborazione con l'Istituto Marchigiano di Tutela Vini, l'Assessorato al turismo della Regione Liguria, l'Enoteca Regionale Lucana, il Movimento Turismo del Vino Puglia ; il Friuli Venezia Giulia, grazie a PromoTurismo F VG ; la Sardegna, con il Consorzio del Vermentino di Gallura e la Toscana con il Consorzio Chianti Classico. Sabato 6 e domenica 7 luglio il ricco programma di tasting gratuiti, approfondimenti, interventi di chef, giornalisti, produttori e intrattenitori proseguirà grazie alla partecipazione di tanti prodotti di eccellenza: i Salumi di Raspini ; la Castagna e l'aglio di Caraglio di Cia Cuneo ; la pasta Berruto ; l'acqua San Bernardo ; le golosità di Baratti & Milano ; i talentuosi mixologist di Compagnia dei Caraibi ; le varietà italiane di eccellenza di Buon Riso ; i distillati di eccellenza piemontese di Grappa Berta ; il Vermentino grazie al gemellaggio con la Camera di Commercio di Sassari. Due giorni al Castello di Barolo, in cui il pubblico verrà coinvolto in un happening di divertimento, puro godimento gastronomico e didattica, tra degustazioni alla cieca sul palco e assaggi e storie che raccontano il lavoro di chi quei prodotti li crea ogni giorno partendo da un granaio, una vigna o un pascolo. Un'occasione unica per esplorare e godere delle prelibatezze del nostro paese, in una cornice dal fascino irresistibile. Tutto prenderà avvio venerdì 5 luglio alle 18,00 con una giornata interamente dedicata alla farina di eccellenza 100% made in Italy e all'arte della panificazione, grazie alla collaborazione ormai storica tra Collisioni e Farine Petra. Per prenotazioni: www.collisioni.it nella sezione Palco Wine&Food BREAD RELIGION – venerdì 5 luglio All'interno dell'atteso appuntamento annuale di Collisioni, a Barolo in piazza Rosa, Petra torna venerdì 5 luglio con Bread Religion, il suo evento "enogastromusicale", nell'ambito del palco Wine&Food, un momento gourmet dedicato al pane che nel puro stile agrirock di Collisioni mette in dialogo alti contenuti di educazione e conoscenza gastronomica (sulla farina, panificazione e lievitazione) con la musica. Bread Religion è infatti il risultato di un lavoro di squadra : agricoltori, mugnai, panettieri, cuochi stellati, nutrizionisti, esperti accademici di lieviti e impasti, riuniti per confermare ancora una volta che anche il più comune cibo da take-away, il panino farcito, può diventare un pasto gustoso e gourmet in linea con una corretta dieta mediterranea. Nella Piazza Rosa ci saranno 8 banchi dedicati a grintosi chef italiani, come Eugenio Boer, Eugenio Roncoroni, Alessandro Mecca, Fabio Poppa, Andrea Larossa, Marco Visciola e Francesco Oberto che prepareranno per il pubblico panini gourmet di loro creazione e saliranno sul palco intervistati dal critico gastronomico Paolo Vizzari, già curatore della rubrica La Tavola del settimanale L'Espresso. Ad accompagnarli dalle 18.00 alle 2.00 del mattino tanti eventi live tra cui i Diecicento35 con la presenza di Carola Rovito, Marco Bressello e Lorenzo Bulgarini, il dj set dei Tuttafuffa con quel pizzico di improvvisata ironia che porta il sorriso sulla pista da ballo e infine il grande aftershow con vocalist, percussioni e DJ-Set ideato dal grande Joe T Vannelli che sarà a Barolo con la sua consolle per far ballare il pubblico fino all'alba insieme ai Vannelli Bros e Silvano Del Gado. Ad accompagnare i panini di Bread Religion, le bollicine dell'Asti Secco e Moscato, i cocktail preparati dai mixologist di Compagnia dei Caraibi con Malfy Gin e Vermouth Riserva Carlo Alberto e i dolci Baratti&Milano. PROGETTO WINE&FOOD DEDICATO AI PROFESSIONISTI PROGETTO VINO – dal 2 all'8 luglio Giunto alla sua ottava edizione nel 2019, il Progetto Vino è il "cuore storico" del programma di Collisioni dedicato all'enogastronomia, nato dalla volontà di riunire a Barolo alcuni tra i più importanti professionisti del vino di tutto il mondo e i grandi vini che l'intera Italia ha da offrire. Un momento di incontro unico nel suo genere, impostato su un format di tavole rotonde, discussioni e dibattiti tra i produttori italiani con i loro vini, dai più famosi alle produzioni di nicchia, dai più classici alle novità e a vitigni riscoperti. A Barolo arriveranno grandi nomi internazionali del settore : non solo giornalisti, ma soprattutto capi sommelier di ristoranti e

di importanti catene di hotel, che ogni giorno consigliano i loro clienti in ogni parte del mondo e che è dunque essenziale conoscano i prodotti del nostro Paese e li sappiano raccontare, importatori che decidono e gestiscono gli acquisti sui più grandi mercati, educatori che formano i professionisti di domani. Il Progetto Vino si articolerà in visite sul territorio, seminari specifici, ma anche momenti conviviali di gioco e scoperta per inserire il vino in un contesto culturale ancora più ampio e ricco, che sappia abbracciare l'enogastronomia in generale, il territorio, il turismo e l'arte, quale è Collisioni Festival.

Anche quest'anno, di grandissimo spicco i nomi degli invitati a prendere parte agli eventi: la Master Sommelier Angela Wall, Restaurant Manager e Sommelier al ristorante La Quercia e L'Ufficio Wine Bar di Vancouver; Anne Martin, Head Sommelier e Senior Manager Of Beverage di MLSE, il leader di tutti gli eventi sportivi di Toronto e del Canada; César Basurto, Southeast Regional Sales Manager per The Sorting Table, importatore e distributore di vini di alta gamma e di nicchia; Francesco Marzola, Best sommelier of the Nordics 2018 e Wine Director del Ristorante Elysee, presso Park Hotel Vossevangen, che ha vinto nel 2018 e 2019 come miglior lista dei vini della Norvegia; Martynas Pravilonis, Head Sommelier presso il Kempinski Hotel, il più importante hotel di lusso di tutta la Lituania, nel 2017, per il secondo anno di fila, Best Sommelier della Lituania; Sally Kim, Head Sommelier del Gruppo Delfina, che comprende pizzerie, ristoranti di alta gamma e wine bar e uno store in California; Colin Wee, Fondatore e Consulente per la casa di import Fermented Connection ; Elizabeth-Rose Mandalou, co-proprietaria dei ristoranti Woodlake Tavern, Uptown Pizza Kitchen e Allora, aperto nel 2018 e già nominato dalle guide per la sua lista di oltre 250 vini, di cui gran parte italiani; il danese Frederik Ørbeck, proprietario della casa di import l'Esprit du Vin ; Steve McDonald, Master Sommelier, Capo sommelier del locale Galleria della catena texana di Steakhouse Pappas Bros e tanti altri ospiti da Europa, Americhe e Asia. Alla guida del progetto Wine&Food, il senior Editor di Vinous Ian D'Agata. Proprio grazie al successo di questa manifestazione oggi la collaborazione tra Ian D'Agata e Collisioni ha potuto ampliarsi, per portare avanti e arricchire la missione di Ian D'Agata di far conoscere il grande vino italiano in tutto il mondo. Dallo scorso anno, infatti, è stato lanciato l' Indigena World Tour : una serie di masterclass guidate da Ian D'Agata in tutto il mondo, dedicate ai professionisti locali per approfondimenti su regioni vinicole e autoctoni italiani, con un Festival del tutto dedicato agli autoctoni a Barolo, a maggio, e ancora, un vero e proprio Corso di specializzazione, il 3iC, per ora tenutosi in Italia ma che andrà, già da settembre, ad essere distribuito nelle più grandi capitali dell'enogastronomia mondiale. Il tutto è reso possibile dalla sempre più ampia adesione di Consorzi e cantine da tutta Italia, che, fin dall'inizio del progetto o unitisi poco a poco, hanno confermato il loro supporto al Progetto Vino come a tutte le sue attività collaterali. Importantissimo il contributo di Consorzi di Tutela che hanno instaurato e arricchito la loro collaborazione tra il Progetto Vino e gli eventi esteri, quali il Consorzio Franciacorta, che quest'anno ha voluto proseguire la sua collaborazione in Cina, Canda e USA, così come l' Enoteca Regionale Emilia Romagna, il Consorzio Montefalco, e ancora, l' Enoteca del Barbaresco e l'associazione delle Donne del Vino. Tanti anche i singoli produttori che seguono ormai il Progetto Vino da anni. Dal Piemonte l'azienda Rivetto dal 1902 ; Poderi Gianni Gagliardo ; Boroli ; Elvio Cogno ; Viberti Giovanni ; Cantine Ceretto ; Sordo Giovanni ; G.D. Vajra ; Fontanafredda ; Marchesi di Barolo. Tanti anche da altre parti d'Italia, come Medici Ermete dall'Emilia Romagna e i produttori di altissima gamma della Sardegna, ma anche nuove e dinamiche realtà quali la nuova collaborazione con la linea Vite Colte e la produttiva partnership con il marchio di tappi di sughero DIAM Cork. Una galassia di attività e iniziative sempre più ricca e di qualità, che vede nel Progetto Vino di Collisioni Festival il suo apice: un momento fondamentale di formazione, dibattito tra esperti internazionali e con i produttori e Consorzi di tutta Italia ma soprattutto, un'occasione unica di networking, comunicazione e

creazione di un gruppo di esperti sensibilizzati e uniti nella valorizzazione dell'Italia e delle sue eccellenze. PROGETTO FOOD – 8/9/10 luglio Torna anche quest'estate, nella sua terza edizione, il Progetto Food di Collisioni: tre giorni di presentazione, degustazione, confronto e tavole rotonde su eccellenze enogastronomiche piemontesi e italiane, con un particolare focus dedicato ai formaggi Dop piemontesi (a cura di Assopiemonte DOP e IGP), come il Castelmagno - che ha avuto l'onore di essere scelto come formaggio ufficiale del Bocuse d'Or - la Robiola di Roccaverano, il Murazzano e altri. Dopo gli appuntamenti all'estero organizzati con Assopiemonte in Germania, Svezia e Danimarca, per promuovere la Dop, il Progetto Food rappresenta un naturale momento conclusivo in cui i professionisti incontrati in tutta Europa verranno invitati a Barolo a parlare di Made in Italy e della crescente necessità di rispettare l'ambiente, il lavoro di filiera e l'importanza delle informazioni date ai consumatori. Non mancheranno anche quest'anno la partecipazione di CIA (Confederazione italiana agricoltori) alla presenza di selezionati produttori che presenteranno le proprie eccellenze e le grandi aziende del territorio quali inalpi, Baratti, Buon Riso, Pasta Berruto, Agrimontana, Beppino Occelli e tanti altri. Ospiti d'eccezione saranno alcuni dei più grandi Chef del nostro territorio come Gianpiero Vivalda, che ha ottenuto la prima stella Michelin nel 2003 e poi ancora una seconda nel 2011; Andrea Ribaldone, star di Identità Golose e chef dell'Osteria Arborina di La Morra che sarà anche responsabile del catering VIP di Collisioni; Mariuccia Ferrero che dopo la collaborazione in Monferrato con Gastronomix torna con il Ristorante San Marco di Canelli e ancora Walter Ferretto de Il Cascinalenuovo, dove da anni tradizione e innovazione si fondono sapientemente in una proposta gastronomica che sa coniugare la grande cucina piemontese con i profumi ed i sapori provenienti da ogni angolo del mondo. Il tutto accadrà di fronte a un parterre internazionale di grandi giornalisti food e importatori, che giungeranno a Barolo nei giorni del Festival e discuteranno delle specialità della gastronomia italiana e delle nuove prospettive del settore. Il Progetto Food di Collisioni negli anni passati ha visto ospiti quali Mitchell Davis, vice presidente della James Beard Foundation ; Nancy Silverton, co-proprietaria e chef di Mozza in California e Singapore; Giacomino Drago, imprenditore italo-americano, proprietario di una decina di ristoranti in California; Ole-Morten Almås importatore norvegese di prodotti tradizionali italiani; Brian Bistrong vicepresidente e Food Developer/buyer della Starr Catering Group, con diversi punti a Philadelphia, New York, Washington D.C. e Miami; Amber e Eric Hoffman, autori di The Food Traveler's Guide to Emilia Romagna: How to taste the history and tradition of Italy e blogger con un seguito di ben oltre 150000 followers sulle varie piattaforme online; Bartek Kiezun food editor di KUKBUK e docente di cultura gastronomica italiana e tanti altri. Anche quest'anno non mancheranno giornalisti e blogger italiani e europei a dare visibilità all'evento che si svolgerà attraverso attività di didattica e promozione delle grandi eccellenze dell'agricoltura italiana, al fine di dare risalto alla storia, alle tradizioni, alla qualità del "made in Italy" e di conseguenza a incentivarne l'esportazione. Il progetto rappresenta uno degli appuntamenti annuali all'interno di una progettualità più ampia ad opera di Collisioni, per incrementare la conoscenza delle grandi eccellenze italiane presso il pubblico della stampa specializzata e operatori di settore, con particolare attenzione alla Germania e al nord Europa. La scenografia sarà nuovamente quella dell' Agrilab, lo spazio di Collisioni aperto al pubblico tutto l'anno nel Cortile del Castello di Barolo. Nelle giornate di lunedì 8, martedì 9 e mercoledì 10 luglio gli incontri saranno dedicati a professionisti del settore, ma anche aperti al pubblico con posti limitati. Per info e prenotazioni scrivere a winetastingtour@collisioni.it palco-winefood-riccardo-medana foto-vini-fabrizio-porcu6-1 copia-di-progetto-vino-29062018-davide-gonella-5-1 copia-di-progetto-food-mariele-ferrero copia-di-palco-winefood-riccardo-medana-2

21 GIUGNO - ILNAZIONALE

Torna il palco Wine&Food di Collisioni: per godere delle grandi eccellenze vinicole e gastronomiche italiane

A grande richiesta torna per la sua quarta edizione il programma del Palco Wine&Food di Collisioni. Un momento di divulgazione rivolto ai Wine&Food Lovers che ogni anno tornano nelle Langhe per godere delle grandi eccellenze vinicole e gastronomiche italiane.

Un intero palco a ingresso gratuito su prenotazione nella piazza del Castello di Barolo, che offrirà tasting guidati e approfondimenti sui grandi vini e prodotti agricoli italiani. Dopo il sold out delle ultime tre edizioni, con oltre quattromila partecipanti ai tasting nell'edizione dell'anno scorso, il palco di Collisioni legato alle eccellenze enogastronomiche delle diverse regioni italiane, vedrà come sempre, protagonisti sul palco, produttori vinicoli e produttori food provenienti da ogni parte d'Italia, che guideranno il pubblico in un vero e proprio viaggio dei sapori.

Si alterneranno ogni due ore, incontri tematici e degustazioni guidate. Oltre a winetasting e assaggi dei prodotti tipici non mancherà la musica e l'intervento di artisti, fumettisti e acrobati in interazione con il pubblico. È così che, tra un concerto ed un incontro letterario, il pubblico potrà partecipare agli eventi didattici previsti, con gemellaggi interregionali e vere e proprie "maratone" di prelibatezze.

A dialogare con il pubblico saranno le grandi regioni italiane, dal Piemonte, con il Consorzio Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani, il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, il Consorzio Altalanga, Asti Docg, Cia Cuneo e Assopiemonte, che dichiara: *"Assopiemonte Dop e Igp è un partner storico di Collisioni e anche quest'anno rinnova il grande interesse a partecipare al Festival e alle attività del palco Wine & food, che ospita stimolanti dibattiti e abbinamenti di prodotti eccellenti di tutto lo Stivale. Assopiemonte porterà alcune delle sue Dop di eccellenza quali il Castelmagno, formaggio protagonista del Bocuse D'Or, la Toma Piemontese Dop e la più recente Dop del Piemonte in ambito caseario, l'Ossolano, formaggio tipico e storico del Verbano Cusio Ossola"*.

Tra le Regioni presenti ci saranno, come sempre, le Marche, grazie alla lunga e fruttuosa collaborazione con l'Istituto Marchigiano di Tutela Vini, la Basilicata, con l'Enoteca Regionale Lucana, il Friuli Venezia Giulia, grazie a PromoTurismoFVG, la Sardegna, con il Consorzio di Tutela del Vermentino Docg di Gallura, la Toscana con il Consorzio Chianti Classico e la Liguria

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario.

con la presenza dell'Assessorato al turismo. Ecco le parole di **Gianni Berrino**, assessore alla Promozione turistica e al Marketing territoriale della Regione Liguria: *"La promozione delle nostre eccellenze deve passare innanzitutto dai territori vicini, meglio se poi ciò avviene tramite un evento che, in virtù dei prodotti di qualità promossi, fa registrare a ogni edizione centinaia di migliaia di presenze. Saremo presenti con uno stand nel quale si potranno degustare i nostri prodotti: vi aspettiamo numerosi, compresi i grandi artisti italiani e internazionali del festival. Presente anche lo stand del Consorzio della Focaccia col formaggio di Recco, in collaborazione con la Camera di Commercio di Genova"*.

Saranno presenti anche l'Umbria con i vini del Consorzio Montefalco e le bollicine del Prosecco DOCG delle rive Valdobbiadene e Cartizze.

Sabato 6 e domenica 7 luglio il ricco programma di tasting gratuiti, approfondimenti, con interventi di chef, giornalisti, produttori e intrattenitori proseguirà grazie alla partecipazione di tanti prodotti di eccellenza, dai salumi di Raspini, alla castagna garessina e all'aglio di Caraglio di Cia Cuneo, all'Acqua San Bernardo, dalle golosità di Baratti & Milano, ai talentuosi mixologist di Compagnia dei Caraibi, dalle varietà italiane di eccellenza di Buon Riso, ai distillati di eccellenza piemontese della Distilleria Berta, ai tasting di Vermentino grazie al gemellaggio con la Camera di Commercio di Sassari.

"La Camera di Commercio di Sassari e la sua Azienda Speciale Promocamera, insieme al Comune di Olbia ed al Consorzio di Tutela del Vermentino di Gallura DOCG sono impegnati nella promozione e valorizzazione di un eccellenza tra le produzioni locali: il Vermentino – afferma **Luigi Chessa**, Direttore Tecnico Promocamera Azienda Speciale CCIAA Sassari, Nord Sardegna – *La presenza istituzionale dell'Ente camerale e dei suoi partner al Collisioni Festival nasce proprio nell'ambito del Progetto Benvenuto Vermentino che ha tra i suoi obiettivi quello di favorire la nascita di forti legami tra i produttori di qualità e il sistema dell'offerta turistica locale, coinvolgendo tutti i principali settori economici del territorio fra eno-gastronomia, ricettività, artigianato, cultura e ambiente"*.

Due giorni al Castello di Barolo, in cui il pubblico verrà coinvolto in un happening di divertimento, puro godimento gastronomico e didattica, tra degustazioni alla cieca sul palco, assaggi e storie che raccontano il lavoro di chi quei prodotti li crea ogni giorno partendo da un granaio, una vigna o un pascolo. Un'occasione unica per esplorare e godere delle prelibatezze del nostro paese, in una cornice dal fascino irresistibile.

SABATO 6 LUGLIO - PALCO WINE & FOOD - DAY 1 ORE 11 UN DOLCE BUONGIORNO A BAROLO

Se il buongiorno si vede dal mattino, noi, inizieremo con tanta dolcezza. Non mancherà una buona fetta di torta, come ogni colazione che si rispetti e un bicchiere di latte fresco. Inalpi e Cia, ci delizieranno in questo risveglio mattutino con i loro prodotti. Il latte parzialmente scremato UHT di Inalpi in accordo con Coldiretti e la pasticceria di Cia Cuneo

ORE 12 APERITIME: LA REGIONE LIGURIA INCONTRA LE BOLLICINE PIEMONTESI La Regione Liguria, con la sua focaccia di Recco IGP con il formaggio e le trofie trafilate al bronzo con il pesto genovese, incontreranno i grandi bianchi da tutt'Italia, dalle bollicine metodo classico del Consorzio Altalanga, al Contessa Rosa Fontanafredda, alla Nascetta DOC di Cogno e al Concerto Lambrusco Reggiano DOC di Medici Ermete. Un mix di sapori e profumi per un perfetto aperitime!

ORE 14 UNA MARATONA DI SAPORI: IL CHIANTI CLASSICO, LE BOLLICINE DEL PROSECCO E LA TRADIZIONE DEL SALUMICIO RASPINI

La Toscana, con il Chianti classico DOCG e l'olio extravergine DOP, incontra le bollicine del Prosecco DOCG delle rive Valdobbiadene e Cartizze. Per esaltare gli aromi dei vini, il Salumificio Raspini proporrà degli abbinamenti ad hoc con il prosciutto AQ Rosa Maestosa, il prosciutto Gran codato di suino Nero e un prosciutto di Parma 24 mesi, oltre che a presentare uno dei suoi prodotti classici, il salame IGP Piemonte

ORE 16 DALLE ALPI ALL'ADRIATICO: FRIULI VENEZIA GIULIA VS PIEMONTE Un incontro fra re. I grandi vini bianchi del Friuli Venezia Giulia, dalla Ribolla Gialla al Sauvignon, passando per un Brut Nature, incontrano sua maestà il Barolo e il Barbaresco. Il re dei prosciutti, Il San Daniele, incontra il re dei formaggi piemontesi, il Castelmagno, e le altre DOP dei formaggi piemontesi. A completare l'incontro la presenza di Rivetto

ORE 18 UN'ESPLOSIONE TUTTA ITALIANA I tesori dell'enogastronomia marchigiana: il Bianchello del Metauro DOC, la Casciotta d'Urbino DOP, il prosciutto di Carpegna DOP e la crescia sfogliata di Urbino incontrano l'Umbria dei grandi rossi, rappresentata dal Consorzio Tutela Vini Montefalco, che presenterà il Trebbiano Spoletino e il Montefalco Rosso DOC. Per il Piemonte, Il Buon Riso, con delle creazioni che esalteranno le proprietà e i sapori dei suoi più pregiati

cultivar: Riso Venere, Riso Rosso Ermes e Riso Rosso Integrale. Non mancherà il riso Razza 77, prodotto premium utilizzato nella cucina gourmet

DOMENICA 7 LUGLIO - PALCO WINE & FOOD - DAY 2 ORE 12 SOMMELIER PER UN GIORNO Una Wine and water Marathon (ebbene sì, impareremo a degustare anche l'acqua) che vedrà sfidarsi amichevolmente due regioni che qui, a Collisioni, rinnovano da anni la loro amicizia, tra sfide di prodotti e vini tipici. Siamo pronti per scoprire il nostro nuovo "Sommelier per un giorno". Un grande incontro, quello tra il padrone di casa, nonché re dei vini piemontesi, il Barolo, e il Barolo del Sud: il grande Aglianico del Vulture. L'Enoteca Regionale Lucana presenterà sul palco le tipicità enogastronomiche della regione: il Caciocavallo impiccato, le soppressate, il peperone crusco e diversi piatti sapientemente preparati dagli chef locali; il Piemonte, dal canto suo, farà parlare il Barolo, con i grandi produttori Vite Colte, Sordo e Gagliardo. Ma parleremo anche di acque e salute grazie alla presenza di Acqua San Bernardo

ORE 14 UN TOUR ITALIANO: SARDEGNA VS PIEMONTE I grandi rossi del Consorzio del Barbera d'Asti e vini del Monferrato a confronto con un grande bianco come il Vermentino di Gallura, grazie alla partecipazione della Camera di Commercio di Sassari. A deliziare il palato dei presenti i formaggi DOP di Assopiemonte, che rappresenta i consorzi del Castelmagno, della Toma Piemontese, della Robiola di Roccaverano, del Murazzano, dell'Ossolano, ma anche del Salame Piemonte, del Consorzio Carni Qualità, del Riso di Baraggia Biellese e Vercellese, a confronto con il pecorino DOP sardo

ORE 16 L'ARTE DELL'INVECCHIAMENTO Il Barolo e il Barbaresco dei grandi produttori piemontesi (G.D. Vajra, Viberti e Ceretto) e la grappa Monte Acuto di Berta incontreranno i più eccellenti formaggi di diverse stagionature offerti dalle latterie Inalpi, in abbinamenti sorprendenti e complessi che mostrano la grande vocazione di questi prodotti all'invecchiamento

ORE 18 HAPPY TIME CON ASTI E CIA Le bollicine dell'Asti DOCG in versione Dolce e Dry incontrano i prodotti agricoli della CIA di Cuneo, elementi essenziali della pasticceria piemontese: le nocciole tostate IGP del Consorzio Tutela Langarola Classica Nocciola dell'Alta Langa, le torte di castagna garessina dell'azienda agricola Marco Bozzolo e i prodotti di alta pasticceria del laboratorio "Al 37" Per prenotazioni: www.collisioni.it nella sezione Palco Wine&Food

21 GIUGNO – LA BISALTA

COLDIRETTI PIEMONTE E INALPI

Sancito l'accordo con Agrap

Mercoledì è stato presentato l'accordo sancito tra Inalpi-Coldiretti Piemonte e Agrap - Associazione Gestori Rifugi Alpini e posti tappa del Piemonte- per la distribuzione e il commercio dei prodotti lattiero caseari dell'azienda di Moretta. Il primo prodotto che arriverà negli 80 rifugi alpini aderenti all'Agrap, sarà il Latte in Polvere da filiera corta piemontese certificata e garantita, che consentirà di risolvere chiari problemi di trasporto e conservazione, oltre a garantire un prodotto sempre fresco, buono e sicuro. "La firma di questo accordo è la realizzazione di un sogno – ha dichiarato Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi S.p.A. – E' la dimostrazione che quando si vuole valorizzare un territorio, puntando sulla qualità, si possono realizzare interessanti progetti. Nella nostra filiera, non esistono punti deboli o penalizzati, il primo passo è riconoscere e pagare in modo adeguato la materia prima, in modo che i conferitori abbiano possibilità di vivere e programmare i loro investimenti futuri. Questo progetto rappresenta inoltre l'incontro di due elementi: il buon latte Piemontese e che sarà reidratato con l'ottima acqua dei rifugi, il risultato non potrà che essere straordinario. Il latte in polvere darà anche un aiuto ai gestori nel rapporto con l'ambiente e con la sostenibilità, con un sacchetto da 1 kg di polvere, si ottengono infatti ben 10 litri di buon latte fresco.

21 GIUGNO – LA BISALTA

CONFCOMMERCIO CUNEO

Festa di primavera de "Associazione cuochi provincia Granda"

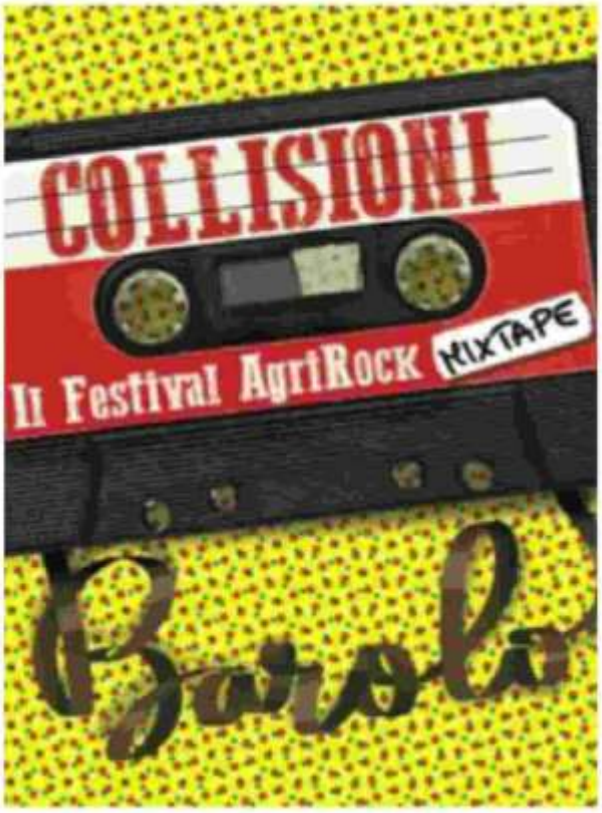
Lunedì 10 giugno presso Vite Colte in Barolo, famosa cantina delle Langhe dove si riuniscono 180 coltivatori per 300 ettari di vigneto che producono i vini più conosciuti al mondo come il Barolo, si sono riuniti i soci della Federazione Italiana Cuochi della provincia di Cuneo, con il Consiglio Direttivo capitanato dal Presidente Massimo Camia, chef stellato molto noto nel nostro territorio.
Si è dato inizio alle serata con un aperitivo in compagnia di ospiti illustri come Luca Chiapella - Presidente Confcommercio – Imprese per l'Italia della provincia di Cuneo, Luigi Barbero - direttore di Confcommercio Bra e Carlo Zarri - Presidente dell'Associazione Albergatori Esercenti ed Operatori Turistici della provincia di Cuneo; non mancano all'appello gli sponsor che hanno contribuito alla serata: Sogegross di Asti, Pasta Bossolasco, Caffè Rossini, Granda Freschi, Caffè Domito, Agrimacelleria Chiavassa, Il Banchetto, Albagel s.r.l., Latterie Inalpi, Atelier dell'albergo, Molino Bongiovanni, La Bio bottega, Chiapella Salumi e Vitecolte.
La serata è poi proseguita con la cena preparata da Cantamessa Catering dello chef Ottavio Meirano.
Una circostanza importante per la provincia di Cuneo anche per ricordare le recenti posizioni di vertice assunte dai soci Andrea Bertolino - Presidente Dipartimento Solidarietà Emergenza Piemonte e Valle d'Aosta e Stefano Bongiovanni - Presidente Unione cuochi regione Piemonte e Responsabile Nazionale Compartimento Giovani.
L'evento si è poi chiuso con la premiazione dei past-president dell'associazione: Giorgio Gallina, Claudio Politano, Andreino Durando e Loris Macario. Professionisti seri e preparati che si sono impegnati a lungo e con passione nel ruolo di ambasciatori del gusto e autorevoli rappresentanti di un settore che da decenni è patrimonio esclusivo di Confcommercio

21 GIUGNO - NOVARAOGGI

FESTIVAL Dopo la festa per i 10 anni, ancora concerti e incontri letterari

Collisioni, grandi nomi tra gli ospiti senza dimenticare il vino e il cibo

BAROLO (bec) «Affrontare l'11ª edizione di Collisioni è come prendere la punta di una biro e infilarla nella rotellina di una cassetta, per riavvolgerla manualmente fino al principio, e decidere come riattaccare la musica - hanno detto gli organizzatori nella conferenza stampa di presentazione, giovedì 13 giugno - Del resto Collisioni è sempre stato questo: una compilation di generi artistici differenti, un mix tape culturale, fasce di pubblico diverse che si ritrovano insieme a contemplare la complessità del mondo dalla prospettiva di un piccolo paese di collina. Molti ne rimangono frastornati, perché non è un festival letterario, né un festival musicale e nemmeno una fiera enogastronomica. Piuttosto, è un posto in cui ascoltare, sullo stesso palco, un mostro sacro della letteratura mondiale e poi un rapper o un produttore che parla di vino e formaggio, persone che la pensano in modo diverso e che vivono vite diverse. In questo apparente caos, proprio come nelle cassette che ti fabbricavi da ragazzo passando dall'heavy metal, al rap alla musica classica, il senso folle e incoerente del mondo viene restituito dalla compilation, rigorosamente scritta a mano e dedicata a qualcuno». Ecco dunque l'apertura è avvenuta con il concerto di Eddie Vedder (sold out) il 17 giugno, ma il clou sarà dal 4 al 7 luglio, con i concerti di Liam Gallagher il 4 luglio, Carl Brave e Max Gazzè con Rkomi e Daniele Silvestri il 5, Maneskin e Salmo il 6, Thirty Seconds To Mars il 7 per concludersi con i tre concerti di Macklemore il 10, Calcutta il 13 e Thom Yorke 16.



I nomi

Tra gli ospiti del fine settimana, John Irving, Stefano Accorsi, Il Volo, Luca Argentero, Giorgio Panariello, Mauro Corona con Omar Pedrini, Gino Strada, Chuck Palahniuk, Loredana Bertè alla quale verrà assegnato il Premio Giovani di Collisioni 2019, Massimo Giletti, Vittorio Sgarbi, Selvaggia Lucarelli, Beppe Severgnini, Roberto Saviano, Frankie hi nrg mc, Ambra Angiolini, a Paola Turci, Marco Travaglio, Jonathan Coe, Claudio Magris, Diodato, Enrico Mentana, Francesca Reggiani, Emmanuel Carrère, Valerio Massimo Manfredi, Nina Zilli, Ghemon, Ezio Greggio, The Jackal, Ornella Vanoni, Daniele Silvestri, i Selton, Max Gazzè, Simona Ventura, Maurizio Carucci cantante degli Ex-Otago, Lazza, Lodovica Comello, Milly Carlucci, Alessandro Cattelan, Gabriella Pession, Annalisa.

Un lungo elenco di scrittori, cantanti, giornalisti, critici, attori che accontenteranno il pubblico di tutte le età. Tra le novità, sabato 6 luglio il Palco Verde di Collisioni ospita Al Bano, protagonista a Barolo con Ernesto Assante di una serata di musica e parole: si racconterà e si esibirà in un concerto unico accompagnato dalla sua storica band, per ripercorrere i successi immortali che da oltre mezzo secolo nella sua folgorante carriera continua a donare alla musica italiana. Mentre domenica 7 luglio, sarà la volta di Mahmood dopo la vittoria a Sanremo e il successo all'Eurovision che riporta l'Italia sul podio per la prima volta dal 2011.

L'enogastronomia

Non solo grande musica internazionale e incontri con i maestri della letteratura mondiale e del cinema a Collisioni, perché il festival, nel suo intenso programma, rende omaggio anche al padrone di casa, il Barolo, e a tutti i grandi vini e prodotti food che rendono il Piemonte e l'Italia famosi nel mondo. Ospiti anche i grandi prodotti food e i grandi vini del bel Paese, in un viaggio sensoriale tra i sapori e profumi del Made in Italy. Dal Piemonte alla Puglia, dal Friuli alla Basilicata, passando per Liguria, Marche e Toscana. Del resto è proprio questo il senso di Collisioni: un incontro tra generi artistici differenti, letteratura, musica, cinema, ma anche paesaggio, sapienza e conoscenza del territorio agricolo italiano. Nei giorni del festival le piazze e le vie di Barolo si trasformeranno

Solo alcuni degli ospiti di questa edizione di Collisioni a Barolo

in un vero e proprio viaggio nella cultura del vino e del cibo italiano di qualità. A Barolo infatti non si troverà cibo industriale perché a gestire gli stand sono le associazioni stesse di produttori da tutta Italia. Si spazierà dai grandi vini delle Langhe alla focaccia di Recco, dal Vermentino sardo ai formaggi Dop di Assopiemonte, dai salumi alla frutta piemontesi fino alla tradizione della pasta, ai grandi bianchi friulani e al prosciutto di San Daniele. In occasione del festival, il Consorzio dell'Asti Docg rinfrescherà il pubblico con cocktail creati ad hoc dai bar-tender per esaltare le qualità delle bollicine ufficiali di Collisioni, in versione dolce e dry. Ma si potranno trovare anche i vini d'eccellenza del Consorzio Altalanga, i panini gourmet di Molino Quaglia e l'Inalpi Burger con formaggio da latte 100% piemontese.

Wine and food

Un momento di divulgazione rivolto ai wine food lovers che ogni anno tornano nelle Langhe per godere delle grandi eccellenze vinicole e gastronomiche italiane. Un intero palco a ingresso gratuito su prenotazione nella piazza del Castello di Barolo, che offrirà tasting guidati e approfondimenti sui grandi vini e prodotti agricoli italiani. Dopo il sold out delle ultime tre edizioni, con oltre quattromila partecipanti ai tasting nell'edizione dell'anno scorso, il palco vedrà protagonisti sul palco produttori vinicoli e produttori food provenienti da ogni parte d'Italia, che guideranno il pubblico in un vero e proprio viaggio dei sapori. Si alterneranno ogni due ore incontri tematici e degustazioni guidate. Oltre a winetasting e assaggi dei prodotti tipici non mancherà la musica e l'intervento di artisti, fumettisti e acrobati in interazione con il pubblico. E' così che, tra un concerto e un incontro letterario, il pubblico potrà partecipare agli eventi didattici previsti, con gemellaggi interregionali, incontri tematici e vere maratone diprelibatezze.

21 GIUGNO - TARGATOCN

Torna il palco Wine&Food di Collisioni: per godere delle grandi eccellenze vinicole e gastronomiche italiane

Un intero palco a ingresso gratuito su prenotazione nella piazza del Castello di Barolo, che offrirà tasting guidati e approfondimenti sui grandi vini e prodotti agricoli italiani

Emanuele Tibaldi per Collisioni Festival 2018

A grande richiesta torna per la sua quarta edizione il programma del Palco Wine&Food di Collisioni. Un momento di divulgazione rivolto ai Wine&Food Lovers che ogni anno tornano nelle Langhe per godere delle grandi eccellenze vinicole e gastronomiche italiane.

Un intero palco a ingresso gratuito su prenotazione nella piazza del Castello di Barolo, che offrirà tasting guidati e approfondimenti sui grandi vini e prodotti agricoli italiani. Dopo il sold

out delle ultime tre edizioni, con oltre quattromila partecipanti ai tasting nell'edizione dell'anno scorso, il palco di Collisioni legato alle eccellenze enogastronomiche delle diverse regioni italiane, vedrà come sempre, protagonisti sul palco, produttori vinicoli e produttori food provenienti da ogni parte d'Italia, che guideranno il pubblico in un vero e proprio viaggio dei sapori.

Si alterneranno ogni due ore, incontri tematici e degustazioni guidate. Oltre a winetasting e assaggi dei prodotti tipici non mancherà la musica e l'intervento di artisti, fumettisti e acrobati in interazione con il pubblico. È così che, tra un concerto ed un incontro letterario, il pubblico potrà partecipare agli eventi didattici previsti, con gemellaggi interregionali e vere e proprie "maratone" di prelibatezze.

A dialogare con il pubblico saranno le grandi regioni italiane, dal Piemonte, con il Consorzio Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani, il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, il Consorzio Altalanga, Asti Docg, Cia Cuneo e Assopiemonte, che dichiara: *"Assopiemonte Dop e Igp è un partner storico di Collisioni e anche quest'anno rinnova il grande interesse a partecipare al Festival e alle attività del palco Wine & food, che ospita stimolanti dibattiti e abbinamenti di prodotti eccellenti di tutto lo Stivale. Assopiemonte porterà alcune delle sue Dop di eccellenza quali il Castelmagno, formaggio protagonista del Bocuse D'Or, la Toma Piemontese Dop e la più recente Dop del Piemonte in ambito caseario, l'Ossolano, formaggio tipico e storico del Verbano Cusio Ossola"*.

Tra le Regioni presenti ci saranno, come sempre, le Marche, grazie alla lunga e fruttuosa collaborazione con l'Istituto Marchigiano di Tutela Vini, la Basilicata, con l'Enoteca Regionale Lucana, il Friuli Venezia Giulia, grazie a PromoTurismoFVG, la Sardegna, con il Consorzio di Tutela del Vermentino Docg di Gallura, la Toscana con il Consorzio Chianti Classico e la Liguria con la presenza dell'Assessorato al turismo. Ecco le parole di **Gianni Berrino**, assessore alla Promozione turistica e al Marketing territoriale della Regione Liguria: *"La promozione delle nostre eccellenze deve passare innanzitutto dai territori vicini, meglio se poi ciò avviene tramite un evento che, in virtù dei prodotti di qualità promossi, fa registrare a ogni edizione centinaia di migliaia di presenze. Saremo presenti con uno stand nel quale si potranno degustare i nostri prodotti: vi aspettiamo numerosi, compresi i grandi artisti italiani e internazionali del festival. Presente anche lo stand del Consorzio della Focaccia col formaggio di Recco, in collaborazione con la Camera di Commercio di Genova"*.

Saranno presenti anche l'Umbria con i vini del Consorzio Montefalco e le bollicine del Prosecco DOCG delle rive Valdobbiadene e Cartizze.

Sabato 6 e domenica 7 luglio il ricco programma di tasting gratuiti, approfondimenti, con interventi di chef, giornalisti, produttori e intrattenitori proseguirà grazie alla partecipazione di tanti prodotti di eccellenza, dai salumi di Raspini, alla castagna garessina e all'aglio di Caraglio di Cia Cuneo, all'Acqua San Bernardo, dalle golosità di Baratti & Milano, ai talentuosi mixologist di Compagnia dei Caraibi, dalle varietà italiane di eccellenza di Buon Riso, ai distillati di eccellenza piemontese della Distilleria Berta, ai tasting di Vermentino grazie al gemellaggio con la Camera di Commercio di Sassari.

"La Camera di Commercio di Sassari e la sua Azienda Speciale Promocamera, insieme al Comune di Olbia ed al Consorzio di Tutela del Vermentino di Gallura DOCG sono impegnati nella promozione e valorizzazione di un eccellenza tra le produzioni locali: il Vermentino - afferma **Luigi Chessa**, Direttore Tecnico Promocamera Azienda Speciale CCIAA Sassari, Nord Sardegna - *La presenza istituzionale dell'Ente*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non

camerale e dei suoi partner al Collisioni Festival nasce proprio nell'ambito del Progetto Benvenuto Vermentino che ha tra i suoi obiettivi quello di favorire la nascita di forti legami tra i produttori di qualità e il sistema dell'offerta turistica locale, coinvolgendo tutti i principali settori economici del territorio fra eno-gastronomia, ricettività, artigianato, cultura e ambiente".

Due giorni al Castello di Barolo, in cui il pubblico verrà coinvolto in un happening di divertimento, puro godimento gastronomico e didattica, tra degustazioni alla cieca sul palco, assaggi e storie che raccontano il lavoro di chi quei prodotti li crea ogni giorno partendo da un granaio, una vigna o un pascolo. Un'occasione unica per esplorare e godere delle prelibatezze del nostro paese, in una cornice dal fascino irresistibile.

SABATO 6 LUGLIO - PALCO WINE & FOOD - DAY 1 ORE 11 UN DOLCE BUONGIORNO A BAROLO

Se il buongiorno si vede dal mattino, noi, inizieremo con tanta dolcezza. Non mancherà una buona fetta di torta, come ogni colazione che si rispetti e un bicchiere di latte fresco. Inalpi e Cia, ci delizieranno in questo risveglio mattutino con i loro prodotti. Il latte parzialmente scremato UHT di Inalpi in accordo con Coldiretti e la pasticceria di Cia Cuneo

ORE 12 APERITIME: LA REGIONE LIGURIA INCONTRA LE BOLLICINE PIEMONTESI La Regione Liguria, con la sua focaccia di Recco IGP con il formaggio e le trofie trafilate al bronzo con il pesto genovese, incontreranno i grandi bianchi da tutt'Italia, dalle bollicine metodo classico del Consorzio Altalanga, al Contessa Rosa Fontanafredda, alla Nascetta DOC di Cogno e al Concerto Lambrusco Reggiano DOC di Medici Ermete. Un mix di sapori e profumi per un perfetto aperitime!

ORE 14 UNA MARATONA DI SAPORI: IL CHIANTI CLASSICO, LE BOLLICINE DEL PROSECCO E LA TRADIZIONE DEL SALUMICIO RASPINI

La Toscana, con il Chianti classico DOCG e l'olio extravergine DOP, incontra le bollicine del Prosecco DOCG delle rive Valdobbiadene e Cartizze. Per esaltare gli aromi dei vini, il Salumificio Raspini proporrà degli abbinamenti ad hoc con il prosciutto AQ Rosa Maestosa, il prosciutto Gran codato di suino Nero e un prosciutto di Parma 24 mesi, oltre che a presentare uno dei suoi prodotti classici, il salame IGP Piemonte

ORE 16 DALLE ALPI ALL'ADRIATICO: FRIULI VENEZIA GIULIA VS PIEMONTE Un incontro fra re. I grandi vini bianchi del Friuli Venezia Giulia, dalla Ribolla Gialla al Sauvignon, passando per un Brut Nature, incontrano sua maestà il Barolo e il Barbaresco. Il re dei prosciutti, il San Daniele, incontra il re dei formaggi piemontesi, il Castelmagno, e le altre DOP dei formaggi piemontesi. A completare l'incontro la presenza di Rivetto

ORE 18 UN'ESPLOSIONE TUTTA ITALIANA I tesori dell'enogastronomia marchigiana: il Bianchello del Metauro DOC, la Casciotta d'Urbino DOP, il prosciutto di Carpegna DOP e la crescia sfogliata di Urbino incontrano l'Umbria dei grandi rossi, rappresentata dal Consorzio Tutela Vini Montefalco, che presenterà il Trebbiano Spoletino e il Montefalco Rosso DOC. Per il Piemonte, Il Buon Riso, con delle creazioni che esalteranno le proprietà e i sapori dei suoi più pregiati cultivar: Riso Venere, Riso Rosso Ermes e Riso Rosso Integrale. Non mancherà il riso Razza 77, prodotto premium utilizzato nella cucina gourmet

DOMENICA 7 LUGLIO - PALCO WINE & FOOD - DAY 2 ORE 12 SOMMELIER PER UN GIORNO Una Wine and water Marathon (ebbene sì, impareremo a degustare anche l'acqua) che vedrà sfidarsi amichevolmente due regioni che qui, a Collisioni, rinnovano da anni la loro amicizia, tra sfide di prodotti e vini tipici. Siamo pronti per scoprire il nostro nuovo "Sommelier per un giorno". Un grande incontro, quello tra il padrone di casa, nonché re dei vini piemontesi, il Barolo, e il Barolo del Sud: il grande Aglianico del Vulture. L'Enoteca Regionale Lucana presenterà sul palco le tipicità enogastronomiche della regione: il Caciocavallo impiccato, le soppressate, il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non

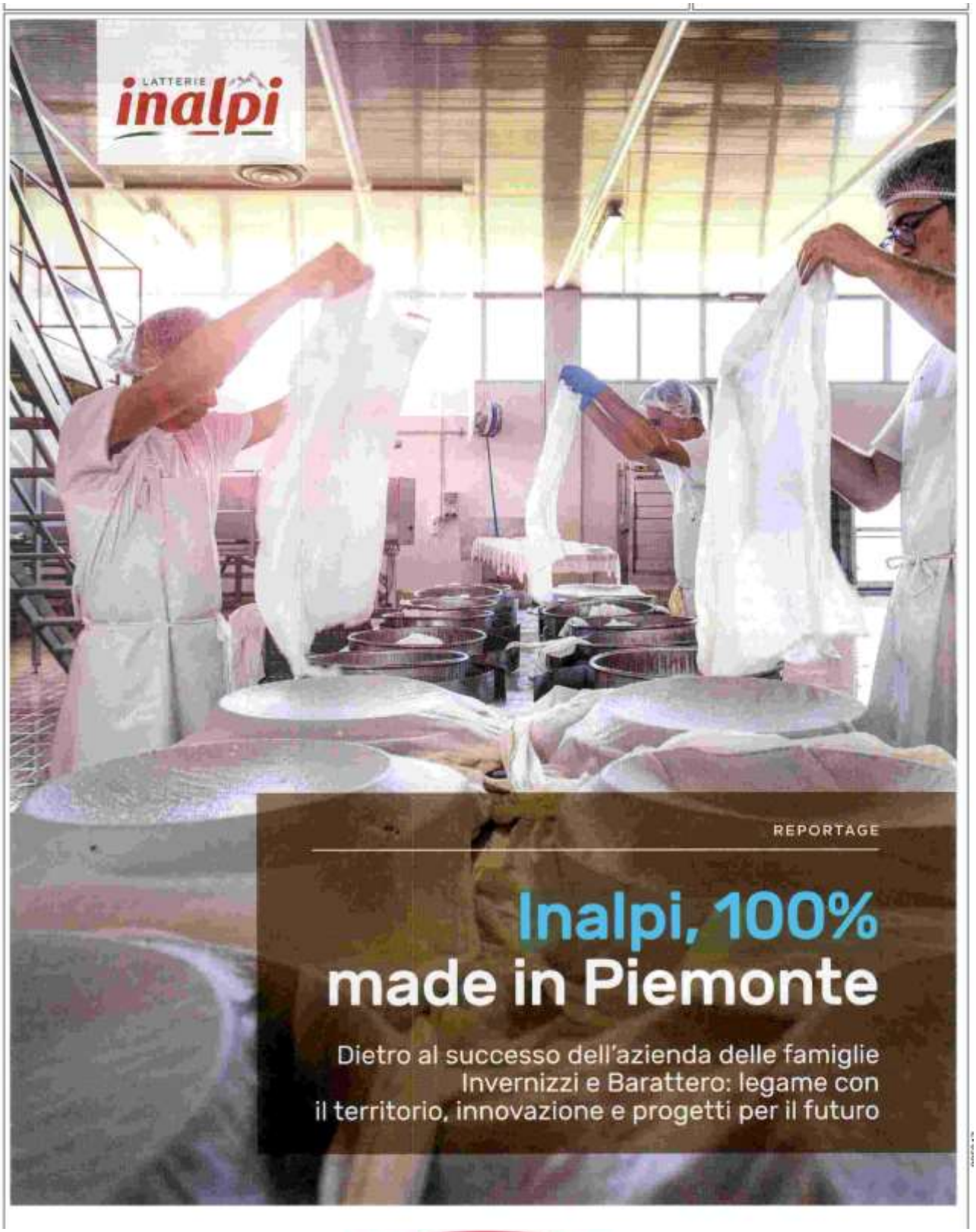
peperone crusco e diversi piatti sapientemente preparati dagli chef locali; il Piemonte, dal canto suo, farà parlare il Barolo, con i grandi produttori Vite Colte, Sordo e Gagliardo. Ma parleremo anche di acque e salute grazie alla presenza di Acqua San Bernardo

ORE 14 UN TOUR ITALIANO: SARDEGNA VS PIEMONTE I grandi rossi del Consorzio del Barbera d'Asti e vini del Monferrato a confronto con un grande bianco come il Vermentino di Gallura, grazie alla partecipazione della Camera di Commercio di Sassari. A deliziare il palato dei presenti i formaggi DOP di Assopiemonte, che rappresenta i consorzi del Castelmagno, della Toma Piemontese, della Robiola di Roccaverano, del Murazzano, dell'Ossolano, ma anche del Salame Piemonte, del Consorzio Carni Qualità, del Riso di Baraggia Biellese e Vercellese, a confronto con il pecorino DOP sardo

ORE 16 L'ARTE DELL'INVECCHIAMENTO Il Barolo e il Barbaresco dei grandi produttori piemontesi (G.D. Vajra, Viberti e Ceretto) e la grappa Monte Acuto di Berta incontreranno i più eccellenti formaggi di diverse stagionature offerti dalle latterie Inalpi, in abbinamenti sorprendenti e complessi che mostrano la grande vocazione di questi prodotti all'invecchiamento

ORE 18 HAPPY TIME CON ASTI E CIA Le bollicine dell'Asti DOCG in versione Dolce e Dry incontrano i prodotti agricoli della CIA di Cuneo, elementi essenziali della pasticceria piemontese: le nocciole tostate IGP del Consorzio Tutela Langarola Classica Nocciola dell'Alta Langa, le torte di castagna garessina dell'azienda agricola Marco Bozzolo e i prodotti di alta pasticceria del laboratorio "Al 37" Per prenotazioni: www.collisioni.it nella sezione Palco Wine&Food

22 GIUGNO - FOOD



Legame profondo con il territorio d'appartenenza e innovazione continua. Il successo per Inalpi, l'azienda lattiero casearia fondata dalle famiglie Invernizzi e Barattero a Moretta (Cn) nel 1966, non può prescindere da queste linee guida. Dalla prima produzione avviata, quella del burro, a oggi **l'evoluzione aziendale è stata costante e spesso ha anticipato i trend di mercato**: basti pensare alla creazione, nel 2009, della prima (e ancora unica) torre di sprayatura in Italia per produrre latte in polvere o ai recenti successi dei primi Formaggini Bio e delle prime fettine di formaggio fuso da latte 100% piemontese. **Ogni giorno in azienda arrivano 500 tonnellate di latte fresco raccolto da circa 400 allevamenti piemontesi**. "L'innovazione è sempre stata prioritaria – conferma **Giovanni Invernizzi, Direttore di produzione e membro del CdA** –. Ultimamente ha riguardato sia gli impianti produttivi sia le ricette. **Per avere il controllo totale sulle produzioni abbiamo poi acquistato il caseificio di Peveragno**, che ci dà anche la possibilità di realizzare 'in casa' tutte le materie prime per la preparazione dei Formaggini e delle FettAlpine".

Inalpi ritira il 20% circa del latte piemontese. La base delle tante specialità aziendali arriva dalle provincie di Cuneo e Torino

IL FORMAGGINO DIVENTA BIO

Lista d'ingredienti cortissima, materia prima biologica e rigorosamente piemontese sono i plus del **Formaggino Bio di Inalpi, che ha portato innovazione all'interno del mondo del formaggino a partire dall'ingredientistica**. Si parte dalla preparazione della cotta: toma biologica prodotta a Peveragno, burro bio da panna fresca di centrifuga e latte biologico di filiera. Il composto semi-liquido ottenuto viene poi trasportato in caldaia, tramite apposite tubature che evitano qualsiasi forma di contaminazione, dove viene cotto e sterilizzato. "Abbiamo sviluppato una tecnologia ad hoc per il confezionamento del

Formaggino Bio dato che non segue la catena del freddo – spiega Giovanni Invernizzi –: **un sistema di sterilizzazione ad altissime temperature** in modo che sia garantita la massima sicurezza alimentare senza compromettere le caratteristiche organolettiche. Tutti gli impianti sono in atmosfera controllata, anche nel momento del confezionamento". **L'impianto, tra i più recenti in Italia, produce circa 90.000 pezzi l'ora** e può lavorare a ciclo continuo su due turni giornalieri per sei giorni alla settimana.

LA PRIMA FETTINA DI LATTE 100% PIEMONTESE

Altro prodotto, altro primato: "La FettAlpina è una referenza nuova sul mercato perché i suoi ingredienti sono 100% piemontesi – sottolinea Giovanni Invernizzi –. Inoltre, **abbiamo investito su una nuova linea di confezionamento sviluppando l'innovativo packaging salva-freschezza 'apri e chiudi'** (premiato a Marca 2019 dall'ADI per l'innovazione e in distribuzione in questi giorni, *ndr*), con una pratica tasca sul dorso che permette un'apertura facilitata al consumatore". La preparazione delle FettAlpine inalpi è analoga a quella dei formaggini: latte, formaggio e burro di panna fresca, tutti rigorosamente made in Piemonte. L'impianto produce 15.000 tonnellate annue complessive tra FettAlpine, Fettine di latte Classiche, Leggere e Emmental e altre referenze Mdd, con due cicli di produzione attivi sei giorni su sette.

IL MAGAZZINO E IL LABORATORIO D'ANALISI

Lo stabilimento di Moretta, che negli ultimi anni è passato **da una superfice complessiva di circa 33.000 metri quadri a circa 75.000 metri quadri**, ha altri due fiori all'occhiello: il magazzino e il laboratorio d'analisi. Il primo è una struttura all'avanguardia in cui vengono stoccati i prodotti destinati all'industria e al retail, con **un nuovo sistema di picking automatizzato** che ottimizza i tempi nella gestione delle referenze. L'obiettivo di inalpi per i prossimi anni è di arrivare all'automazione completa. **Da gennaio 2019 il laboratorio è stato internalizzato in azienda** e, seppur gestito dalla società terza Inlab Solution, permette di 'portare in casa' diverse analisi che prima venivano fatte all'esterno: ogni mese sono controllati 17.000 parametri, dall'arrivo del latte al prodotto finito. Inlab si occupa anche della gestione delle attività di R&S e **ogni anno inalpi investe un milione di euro nel laboratorio.**

FORMAGGI DOP A PEVERAGNO

L'anello di congiunzione tra la produzione delle novità inalpi e gli altri formaggi è lo stabilimento di Peveragno: "È qui che, oltre ai semilavorati per la produzione industriale – precisa Giovanni Invernizzi –, **realizziamo anche i formaggi Dop tipici piemontesi**, come il Raschera, la Toma piemontese, il Bra tenero e il Bra Duro d'alpeggio, di cui siamo gli unici produttori. A questi abbiamo aggiunto, le produzioni del Fontal Nazionale, del Formaggio duro da grattugia e l'affinamento di Castelmagno nell'omonimo comune di produzione". A Peveragno si producono 1.000 forme al giorno e le sette celle di stagionatura permettono di stagionare circa 35.000 forme l'anno.

La crescita passa dal legame con il territorio

Inalpi si colloca nell'arena competitiva del mercato con un obiettivo ben definito e un posizionamento distintivo: la creazione di **prodotti sempre nuovi, ricchi di contenuti e di valori, nonché fortemente radicati alla terra d'origine.**

Nella seconda metà del 2019 i **progetti di filiera saranno ulteriormente approfonditi e la parola d'ordine sarà internazionalizzazione.** Come conferma il Presidente Ambrogio Invernizzi.

Clicca per vedere i contenuti digitali del reportage

Qual è la mission di Inalpi?
La filosofia che orienta le nostre strategie prevede la realizzazione di prodotti buoni, giusti e sicuri. Devono essere appaganti per i nostri consumatori, nel rispetto degli standard di sicurezza alimentare e, soprattutto, a garanzia di relazioni eque tra tutti gli anelli della filiera: dagli allevatori al consumatore, passando per l'azienda trasformatrice. Crediamo che il valore dei prodotti Inalpi vada equamente ripartito sull'intera filiera, in modo tale che tutti gli attori abbiano vantaggi e benefici dal punto di vista economico, sociale e relazionale. Non guardiamo alla competitività in termini quantitativi, tanto meno siamo interessati alle guerre di prezzo.

AMBROGIO INVERNIZZI, PRESIDENTE DI INALPI

E per quanto riguarda l'export?
Nel 2018 abbiamo incrementato la nostra presenza sui mercati esteri e siamo entrati in distribuzione in 20 nuovi Paesi. Intendiamo svilupparci ulteriormente, per questo concentreremo ingenti risorse sull'export. All'inizio del 2018 abbiamo aperto la prima filiale estera in Francia (Inalpi France, ndr) per arrivare al contatto diretto con la distribuzione nei Paesi più strategici e per comprendere meglio culture, bisogni e tendenze dei consumatori locali. Non sarà un episodio isolato: stiamo investendo molto nel Far East ed entro fine anno dovremmo aprire la nostra prima filiale al di fuori dell'Ue, in Cina, a Shangai. Qui abbiamo già avviato le nostre esportazioni con ottimi risultati: chiuderemo l'anno con 2-3 milioni di euro di esportazioni verso la Cina. L'obiettivo è di aprire sempre nuove filiali con cadenza annuale per poterci radicare sempre di più nei mercati in cui operiamo, nel segno di una creazione di valore per la filiera del latte piemontese.

Dunque la territorialità è un elemento distintivo per Inalpi?
Abbiamo ben chiara la strada da percorrere: il nostro successo si basa sul legame con il territorio. Da sempre riteniamo che una filiera corta e certificata sia la giusta via per crescere, oltre che una garanzia per i consumatori. I prodotti Inalpi sono realizzati con solo latte piemontese, completamente tracciabili e certificati. È da qui che parte la nostra innovazione.

Quali sono le performance sul mercato italiano e le linee guida di sviluppo?
In termini di fatturato abbiamo archiviato il 2018 con un +18%, raggiungendo la quota di 172 milioni di euro. Un ottimo risultato che ha alle spalle una strategia aziendale ben precisa: la volontà di spostarsi dalla competizione di prezzo per andare a competere su nuovi prodotti ad alto valore e sulle nicchie di mercato in continua evoluzione. Dopo il grande successo del Formaggino Bio, sia dal lato trade sia dal lato consumatori, vogliamo ampliare la gamma del biologico con nuove referenze. Simultaneamente stiamo portando avanti degli accordi strategici con Coldiretti e Slow Food per la realizzazione di nuovi prodotti. Con Coldiretti lanceremo a breve un latte Uht che rispetta la giusta remunerazione dell'allevatore. Con Slow Food, invece, stiamo lavorando per costruire un gruppo di produttori di filiera 100% piemontese.

inalpi
PER INFO
Tel. 0172 91 51 11
www.inalpi.it

22 GIUGNO – FOOD

Il richiamo *del gusto*

Nella Gdo la vendita assistita dei formaggi tipici mantiene ancora un'incidenza maggiore rispetto al libero servizio, ma nei discount si rafforzano i prodotti a peso imposto, con +8,3% a volume

Chiara Cammarano – Stefania Lepera – Clelia Palmese

IL PUNTO

La categoria degli stagionati si conferma al secondo posto per dimensioni e fatturato nel grande mondo dei formaggi: a debita distanza da quella dei freschi spalmabili, ma senz'altro la più variegata e complessa sul piano delle tipologie considerate. Ed è anche il comparto in cui **il peso e il ruolo del banco taglio e del take away – e quindi del peso variabile – sono tuttora preponderanti rispetto al libero servizio e al peso imposto**, malgrado i volumi sviluppati si vadano sempre più avvicinando. Il confronto diretto, comunque, è piuttosto eloquente: il sell out di formaggi stagionati nella vendita assistita e nel take away nell'a.t. marzo 2019 hanno raggiunto i 79.278.621,5 kg (-5,3% rispetto al 2017) per un giro d'affari di 892.720.116 euro (-3,7%), mentre il libero servizio (peso imposto totale Italia) ha toccato i 72.769.610,1 kg (+3,2%) per 594.647.294 (+2%) euro. **L'attuale rapporto di forze tra banco taglio e peso imposto, quindi, vede il primo raggiungere il 52,1% a volume e il 60% a valore, a fronte del 47,9% e del 40% a valore.** Ma al di là dei meri dati numerici, per i formaggi più tipici e regionali la creazione del valore parte tuttora dal servizio e dalla qualità percepibili nella vendita assistita, che si riverberano su tutto il reparto. D'altra parte, le dinamiche di sell out negli ultimi anni restano incontrovertibili e incontrastabili: **anche per gli stagionati, il peso variabile si mostra in una fase di arretramento progressivo, che negli ultimi 12 mesi considerati è stato pari al -5,3% a volume e al -3,7% a valore**. Il ritmo di ritirata appare solo un po' meno rapido rispetto ad altre categorie di formaggi, compresi i duri: per lo meno, in termini di fatturato.
Nel peso imposto, i tassi di crescita

DASHBOARD

- ✓ IL SELL OUT CALA A 152 MILIONI DI KG TRA PESO VARIABILE E IMPOSTO **-1,4%**
- ✓ IL PREZZO MEDIO NEL PESO IMPOSTO È 8,20 EURO/KG **-1,2%**
- ✓ IL GIRO D'AFFARI NEL DISCOUNT SALE A 228,4 MILIONI DI EURO **+8,1%**

▲ UP

- in ascesa **ASIAGO** e **MONTASIO**, sia in GDO che nel **DISCOUNT**
- trend positivo per l'export di **GORGONZOLA** e **PASTE FILATE**
- un vero exploit nel peso imposto per **ASIAGO** e **MONTASIO**

▼ DOWN

- ancora in calo la **VENDITA ASSISTITA**
- arretrano le **PASTE FILATE**
- poco dinamico il **PESO IMPOSTO** nella **GDO**

hanno ripreso vigore rispetto al 2017, visto che nell'a.t. marzo 2019 sono stati del +3,2% in quantità e del +2% per fatturato. **Al banco taglio, l'unica tipologia che riesce a progredire è il Gorgonzola, con +1,2% a volume e +2,3% a valore.** La flessione quantitativa è particolarmente sensibile per le Paste filate+Provola+Scamorza, Erborinati, Quartirolo, Taleggio, Emmental+Maasdam. Viceversa, sul fronte del peso imposto, la maggior parte dei formaggi risulta in netta crescita soprattutto grazie alla spinta del discount: solo Asiago+Montasio mettono a segno performance decisamente notevoli nella distribuzione moderna, con +29,2% a volume e +14,4% a valore. **Con 33.709.468,8 kg (+8,3% rispetto all'anno precedente) e 228.437.872,5 euro (+8,1%), le dimensioni del sell out nei discounter sono sempre meno distanti (soprattutto a valore) da quelle raggiunte dal peso imposto nella distribuzione moderna, ormai tendenzialmente stabili, con 38.243.237,5 kg (+1,2%) e 360.311.040,5 euro (-0,2%):** il raffronto diretto del ritmo di marcia tra i due canali è più che eloquente. Nel libero servizio dei formaggi stagionati, quindi, l'eventualità di un allineamento del discount ai volumi sviluppati nei negozi della Gdo si fa sempre più plausibile, per quanto non così prossima: si verrebbe a confermare, in tal modo, **una specifica polarizzazione del mercato tra fascia premium (al banco taglio) e fasce convenience e primo prezzo (battagliate tra distribuzione moderna e discount)**.

Gruppo Castelli, il business estero tocca il 70%

Una realtà da **circa 500 milioni di euro di fatturato, con 17 impianti tra Italia, Polonia, Ungheria e Stati Uniti, diverse piattaforme distributive e 11 filiali dirette tra Europa e Usa**. All'origine di tutte queste caratteristiche da multinazionale casearia, per **Gruppo Castelli** ci sono però una tradizione e una storia che non vanno mai disattese. L'azienda di Reggio Emilia, infatti, è attiva nel settore lattiero-caseario dal 1892, e con 105mila forme prodotte all'anno, è il maggior produttore privato di Parmigiano Reggiano, e ne è anche leader nell'export. Nel corso degli anni, peraltro, Gruppo Castelli s'è affermato anche come una delle più importanti realtà **nella produzione e distribuzione di numerosi formaggi Dop italiani di primo piano: Grana Padano, Gorgonzola, Taleggio, Mozzarella di Bufala Campana, Pecorino Toscano e Mozzarella Stg**.

"La nostra offerta si declina in un vasto e profondo assortimento – spiega **Stefano Ziliotti, Marketing e Trade Marketing Director del Gruppo Castelli** –. Oltre a valorizzare le caratteristiche dei prodotti Dop e Stg lavorando alla riscoperta delle tradizioni e di antiche manifatture in collaborazione con i rispettivi consorzi, abbiamo anche arricchito il portafoglio prodotti in termini di servizio. Con l'obiettivo di creare nuove occasioni e attitudini di consumo, tutte le nostre specialità sono quindi anche proposte in una vasta gamma di formati diversi. Inoltre, investiamo continuamente nella ricerca e nello sviluppo di materiali per realizzare packaging sempre più sostenibili, che sappiano essere green e funzionali nello stesso tempo. A questo impegno, poi, vogliamo anche aggiungere quello nell'animal welfare, per il quale stiamo creando insieme ai nostri allevatori una policy che garantisca la salvaguardia del benessere animale". Queste caratteristiche fanno del gruppo emiliano un protagonista ideale per promuovere le specialità casearie made in Italy nei mercati internazionali. La conferma di questa attitudine arriva dalla **quota di export raggiunta dal gruppo, ormai corrispondente al 70% circa della produzione**. "Siamo fieri di collaborare con le più importanti catene nazionali e internazionali – prosegue Ziliotti – sia con private label che con i nostri brand. Siamo già presenti in tutta Europa e negli Stati Uniti e puntiamo ora a estenderci anche in Asia e in America Latina". *Chiara Cammarano*

Bayernland, quando il 'taglio' è vincente

Con il suo **fatturato 2018 da 150 milioni di euro, Bayernland si conferma la terza azienda brand nel promettente mercato dei formaggi in fette** (dati Iri, marzo 2019), dove compete con altri big player internazionali. "Lo scorso anno – precisa **Germana Trovato, Trade Manager di Bayernland** – abbiamo guadagnato punti di distribuzione in segmenti da noi ritenuti strategici, segno che la nostra azienda ha implementato l'inserimento dei prodotti in Gdo, che oggi rappresenta il 70% del nostro mix di canali. Questi risultati sono stati raggiunti non solo grazie alla qualità dei nostri formaggi realizzati con latte proveniente dai verdi pascoli bavaresi, ma anche al loro ottimo posizionamento di prezzo, alla rotazione garantita e alla varietà della nostra offerta". Per il 2019 Bayernland s'è prefissata importanti obiettivi di ulteriore crescita: naturalmente sul fronte del fatturato, ma anche su quello della market share, dell'assortimento e dell'innovazione nell'offerta. "Le nostre categorie che stanno performando meglio sono quelle con un alto contenuto di servizio – prosegue Trovato –, in particolare **la mozzarella in sfoglia e i formaggi a fette, tra i quali il prodotto di punta è l'Emmental Bavarese classico**. Lavoriamo già da qualche tempo anche sui segmenti del biologico e del senza lattosio, che stanno continuando a crescere, anche se con ritmi rallentati rispetto a un anno fa. Ora guarderemo di più a segmenti di nicchia e gourmet, alla ricerca di nuove proposte". *Chiara Cammarano*

Auricchio, nuovi pack a basso impatto ambientale

Nel 2018 **Auricchio ha consolidato le proprie vendite, superando la soglia dei 250 milioni di euro di giro d'affari** con i brand Auricchio, Riserva Esclusiva Auricchio, Giovanni Colombo, Caseificio Villa, Cascine Emiliane, Ceccardi, Gloria, Locatelli (negli Stati Uniti).
Lo scenario del 2019 per il mercato retail dei formeggi in Italia si sta confermando ancora poco incoraggiante.
L'obiettivo per Auricchio, quindi, è mantenere le posizioni dell'anno scorso, soprattutto per il segmento del provolone a livello nazionale, che il gruppo cremonese domina, con la referenza top dell'Auricchio Piccante. **Il 60% del fatturato in Italia è generato dal sell out in Gdo, il 30% dal dettaglio tradizionale e il restante 10% in altri canali.**
"Il nostro mercato di riferimento in Italia – conferma **Alberto Auricchio, Amministratore Delegato** – resta quello del provolone. Per il 2018, i dati Nielsen indicavano un segmento generalmente in calo: da parte nostra, abbiamo riscontrato andamenti diversi per area e per canale, che ci hanno portato a confermare i volumi dell'anno precedente, registrando quindi performance superiori alla media del mercato. Particolarmente buoni, poi, sono stati i risultati del normal trade, che sta dando ottimi riscontri alla nostra gamma rinnovata. In linea con i risultati degli anni precedenti, l'export si conferma il business in maggior espansione, con performance senz'altro soddisfacenti. Il nostro ampliamento di gamma e la crescente copertura dei canali che ha caratterizzato la nostra politica commerciale negli ultimi anni sta dando i risultati a cui puntavamo".

Il gruppo esporta quasi il 40% del fatturato e punta ora a Cina, Nord ed Est Europa e Middle East

L'export, di fatto, costituisce ormai da decenni un pilastro portante del modello di business di Auricchio, consolidatosi nel tempo anche con acquisizioni di altre aziende. "Oggi – spiega Alberto Auricchio – esportiamo quasi il 40% del nostro fatturato totale. **Prioritario in questi anni è il presidio di mercati per noi ancora in fase di sviluppo come Cina, Nord ed Est Europa, Medio Oriente**. Ma resta tuttora importante mantenere alta la guardia anche in piazze per noi storiche e fondamentali come Canada, Australia, Spagna, Germania e, soprattutto, Stati Uniti. Anche per questo, ci sembrano preoccupanti le recenti notizie in tema di dazi provenienti dagli Usa, e ci auguriamo, quindi, un pronto e fattivo intervento da parte delle istituzioni preposte a rappresentarci in questo delicato contesto. Speriamo, quindi, che non ne derivino conseguenze pesanti come quelle subite di recente con l'embargo verso la Russia". Tra le priorità in agenda per il 2019 e per i prossimi anni, infine, c'è anche **la progressiva revisione dei packaging utilizzati, con il ricorso a materiali riciclabili e a basso impatto ambientale.** *Clelia Palmese*

FORMAGGI STAGIONATI P.I.+P.V., DIMENSIONI E TREND PER SEGMENTI

Distribuzione moderna (PI+PV) + discount (PI)	Volume	Trend %	Quota %	Valore	Trend %	Quota %
Stagionati	**152.048.231,8**	**-1,4**	**100,0**	**1.487.367.410,1**	**-1,5**	**100,0**
Paste Filate+Provolone+Scamorza	46.902.308,0	-2,5	30,8	411.371.195,5	-3,1	27,7
Emmental+Maasdam	26.722.007,7	-0,7	17,6	239.500.696,9	-1,5	16,1
Gorgonzola	17.805.728,5	-0,6	11,7	184.947.450,5	+0,5	12,4
Fontina+Fontal	17.361.432,4	-3,9	11,4	241.065.979,9	-1,3	16,2
Brie+Camoscio+Camembert	13.594.418,9	+0,1	8,9	122.892.565,0	-0,6	8,3
Asiago+Montasio	9.639.083,8	+3,4	6,3	81.124.043,1	+1,2	5,5
Pecorino	7.746.972,7	-2,3	5,2	82.572.618,7	-1,4	5,6
Quartirolo	7.303.923,2	-1,4	4,8	73.308.677,8	-2,3	4,9
Caciotte+Italico	2.376.814,7	+1,8	1,6	25.559.467,9	+0,6	1,7
Taleggio	1.591.815,8	+0,9	1,0	12.610.940,8	-1,9	0,8
Erborinati	386.443,6	-10,4	0,3	5.092.536,8	-11,8	0,3
Altri	617.282,1	-3,1	0,4	7.321.237,2	+1,6	0,5

Totale Italia (inclusi discount) – in kg, in euro e in euro/kg – a t. 24 marzo 2019 – fonte Nielsen MarketTrack

Igor, dall'impianto 4.0 al Progetto Sostenibilità

La priorità del 2019 di Igor è quella di portare a regime il recentissimo **impianto produttivo, inaugurato lo scorso dicembre e realizzato tutto all'insegna dell'Industria 4.0: un nuovo coagulatore permette di ottenere il Gorgonzola con la stessa qualità di quello artigianale,** ma in grandi volumi e con una maggiore sicurezza del punto di vista microbiologico. L'azienda novarese – che **nel 2018 ha raggiunto un fatturato di 152 milioni di euro (52% di export), per 2,3 milioni di forme prodotte**

Nel 2018 Il leader del gorgonzola ha raggiunto i 152 milioni di euro di fatturato (52% di export)

all'anno e detiene una quota di mercato pari al 47% – vuole inoltre portare a compimento il Progetto Sostenibilità Igor 2019, incentrato su tre punti: di contenuto, di contenitore e di comunicazione. Per il primo punto, **il Gorgonzola Quattrorose Santi – prodotto nel caseificio artigianale Pal a Prato Sesia (No) – è il primo a essere certificato anche per il Benessere Animale in Allevamento**. Igor ha inoltre ottenuto recentemente la certificazione Iso 50001:2011: il nuovo standard internazionale per **un Sistema di Gestione dell'Energia**, attuato con un approccio sistematico di monitoraggio dei consumi volto a consentire un **utilizzo più razionale delle fonti energetiche** lungo tutto il processo produttivo e a ridurne i consumi con un **significativo risparmio**. A livello di contenitore, l'azienda ha presentato un nuovo packaging totalmente compostabile, che può essere buttato al 100% nell'umido, con evidenti vantaggi per l'ambiente (la materia prima è ottenuta con fonti rinnovabili), per il mercato e per i consumatori (non è più necessario separare il contenitore dagli avanzi alimentari), nonché per evitare d'inquinare la terra e i mari: proprio per evidenziare quest'ultimo punto l'azienda intende utilizzare il claim: 'Salviamo i mari'. Sul fronte della comunicazione, soprattutto sui canali online, Igor intende promuovere una mentalità diffusa di sostenibilità ambientale e informare il grande pubblico su quanto si fa già al proprio interno.

Nel mercato globale l'azienda intende continuare a sostenere la battaglia contro l'Italian Sounding, appoggiando gli accordi di libero scambio: il 2018, del resto, è stato **un buon anno per Igor e per l'intera filiera del Gorgonzola, con vendite estere di nuovo in crescita del 2,45%** dopo gli exploit del +12,62% nel 2015 e +9,28% nel 2016 e un piccolo riflusso nel 2017 con -1,34 per cento. In evidenza soprattutto Germania e Francia, ma anche tutto l'Est Europa ha performato molto bene, in particolare la Polonia. Oltreoceano merita una segnalazione il boom in Canada, che in seguito all'accordo Ceta, ha messo a segno un +73,8%: i trattati di libero scambio, tra cui anche il Jefta, hanno trainato la tutela di Dop e Igp contro l'Italian Sounding, e l'abbattimento dei dazi ha dato così maggiore competitività ai formaggi di Igor rispetto alle imitazioni prodotte localmente.

Clelia Palmese

FORMAGGI P.V., DIMENSIONI E TREND PER SEGMENTI NELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Distribuzione moderna	Volume	Trend %	Quota %	Valore	Trend %	Quota %	Prezzo Medio	Trend %
Stagionati	**79.278.619,6**	**-5,3**	**100,0**	**892.720.120,5**	**-3,7**	**100,0**	**11,26**	**+1,7**
Pecorino	15.427.216,3	-4,8	19,5	215.904.426,4	-1,9	24,2	14,00	+3,1
Paste Filate+Provola+Scamorza	14.686.424,6	-12,8	18,5	158.380.277,1	-10,7	17,8	10,78	+2,3
Emmental+Maasdam	11.861.872,5	-4,4	15,0	116.149.886,7	-3,7	13,0	9,79	+0,7
Asiago+Montasio	11.330.268,2	-3,1	14,3	104.689.571,0	-2,6	11,7	9,24	+0,4
Gorgonzola	9.849.386,7	+1,2	12,4	115.268.379,0	+2,3	12,9	11,70	+1,1
Caciotte+Italico	6.636.478,1	-3,1	8,4	74.277.311,6	-2,1	8,3	11,19	+1,0
Fontina+Fontal	4.110.493,3	-5,1	5,2	45.755.522,9	-2,6	5,1	11,13	+2,7
Brie+Camoscio+Camembert	2.415.514,3	-8,8	3,0	26.850.160,2	-9,2	3,0	11,12	-0,4
Taleggio	1.696.371,6	-0,4	2,1	20.027.195,7	-0,2	2,3	11,81	+0,2
Quartirolo	424.158,6	-3,3	0,5	4.759.771,0	-2,2	0,5	11,22	+1,2
Erborinati	288.866,8	-13,3	0,4	4.006.923,4	-13,7	0,4	13,87	-0,5
Altri	551.568,6	-4,4	0,7	6.650.695,5	+0,5	0,8	12,06	+5,1

Totale Italia (escluni discount) – in kg, in euro e in euro/kg - a t. 24 marzo 2019 - fonte Nielsen Market Track

Inalpi, bilancio positivo per i Dop di Latterie Alpine

A un anno dall'acquisizione dello stabilimento di Peveragno (Cn), s'è confermata vincente nel 2018 la scelta strategica di puntare **sui formaggi Dop Piemontesi da parte di Latterie Alpine, società controllata da Inalpi – gruppo di riferimento nella produzione di latte in polvere di qualità, burro e panna, con un fatturato 2018 pari a 178 milioni di euro – e dalla cooperativa Piemonte Latte**. L'operazione ha permesso al caseificio di sviluppare la produzione dei più classici Dop regionali – Raschera, Bra Tenero, Bra Duro, Toma Piemontese e Castelmagno – nonché del Fontal nazionale e della Toma Latterie Inalpi, andando così ad ampliare l'offerta del gruppo di Moretta (Cn) nella rete distributiva sia in Piemonte che in altre regioni. Presso il caseificio di Peveragno è lavorato solo latte piemontese proveniente dai soci conferitori, nel pieno rispetto degli accordi di filiera sottoscritto da Inalpi nel 2010. "L'impianto di Peveragno – spiegano da Inalpi – è di grande supporto per produrre le cagliate che riforniscono lo stabilimento di Moretta, per la base per fettine e formaggini. E' conferma come la scelta di valorizzare la filiera piemontese del latte di qualità si sia rivelata vincente, riscontrando l'apprezzamento dei consumatori e dei retailer". Il formaggio che sta performando meglio, sia in termini d'inserimenti nei punti vendita e di diffusione geografica, è la Toma Piemontese Dop, apprezzata soprattutto per la pasta moderatamente elastica, il gusto saporito e definito e la sua versatilità d'uso per preparazioni sia calde che fredde. Obiettivo prioritario del 2019 è l'incremento degli inserimenti dei cinque formaggi Dop, con un ampliamento della distribuzione e una parallela diffusione della conoscenza delle loro caratteristiche.

Sulla rampa di lancio è la novità della Fonduta Inalpi, ottenuta dal Raschera Dop

Nel contempo, Inalpi non rinuncia a innovare: e difatti **il 1° gennaio scorso è nato ufficialmente InLab Solutions, il centro ricerche e sviluppo dedicato, oltre che al controllo qualità, anche all'elaborazione di progetti innovativi per il brand Inalpi**, il primo risultato concreto di InLab Solutions consiste in **una nuova proposta, sempre a base Dop piemontese: la Fonduta Inalpi, ottenuta da Raschera Dop piemontese**. Una novità prossima al lancio, che si caratterizza come referenza gourmet per la Gdo, nella fascia di alta gamma e nasce dalla collaborazione, ormai storica, tra Inalpi e lo chef stellato Gianpiero Vivalda. Con una precisa volontà: quella di far incontrare competenza, tradizione ed esperienza nella trasformazione di una Dop piemontese in una proposta di largo consumo, acquistabile a libero servizio in punti vendita selezionati nel 2019. Infine, Inalpi ha iniziato da tempo un percorso di internazionalizzazione destinato a tradursi nella creazione di nuove filiali in Europa e nel mondo, con particolare attenzione in quei mercati asiatici dove le specialità made in Italy sono molto ricercate per l'elevata qualità e genuinità. *Clelia Palmese*

Lattebusche, un anno in crescendo

Nel 2018 Lattebusche ha raggiunto **un fatturato di 108 milioni di euro:** un risultato più che positivo, viste le premesse iniziali. "Lo scorso anno – dicono da **Lattebusche** – ha presentato varie difficoltà, in particolare per i produttori di latte. Partito in modo molto negativo, ha visto un generale miglioramento negli ultimi mesi. Come in altri momenti difficili, il rapporto di trasparenza e coerenza che da sempre abbiamo con i consumatori s'è rivelato fondamentale per far fronte agli ostacoli emersi. Siamo una cooperativa con oltre 60 anni di storia e abbiamo una gamma ampia e profonda: **quattro formaggi Dop, come Piave, Grana Padano, Asiago e Montasio, formaggi di montagna, latte e formaggi bio, latte, latticini e gelati a base di latte fresco**. Questo ci consente di raggiungere l'obiettivo di soddisfare un'ampia domanda, rispondendo anche alle esigenze che emergono dagli ultimi trend di mercato". Nel 2019 Lattebusche punta a crescere in quelle aree che oggi la vedono ancora poco coinvolta, mantenendo l'impegno di sostenere la filiera utilizzando il latte dei soci allevatori, senza dimenticare i plus distintivi della responsabilità sociale e della sostenibilità. All'estero opera in modo significativo attraverso Agriform, il terminale commerciale della coop per l'export. *Clelia Palmese*

FORMAGGI FUSI P.I.+P.V., DIMENSIONI E TREND PER SEGMENTI

Distribuzione moderna (PI+PV) + discount (PI)	Volume	Trend %	Quota %	Valore	Trend %	Quota %
Fusi	43.443.620,4	-2,4	100,0	276.457.772,8	-1,4	100,0
Fette	35.106.325,9	-2,0	80,8	207.041.174,5	-1,5	74,9
Porzioni	8.337.294,5	-4,0	19,2	69.416.698,3	-1,1	25,1

"Stabi Italia (inclusi discount) – in ag. in evid e in store/fig - a t. 24 marzo 2019 - fonte NielsenMarketTrack

Arborea, nasce un gruppo 100% made in Sardinia

Dopo 63 anni di attività, la cooperativa sarda – che riunisce 228 aziende agricole e produce più di 213,75 milioni di litri di latte tra vaccino (205 milioni), caprino (6 milioni) e ovino (1,75 milioni) – diventa **un gruppo lattiero-caseario da 184 milioni di euro**. A Milano, a TuttoFood 2019, Arborea ha presentato il nuovo brand e le strategie in Italia e all'estero. "In tale processo – dichiarano **Francesco Casula, Direttore Generale e Ignazio Sini, Direttore Commerciale di Arborea** – hanno avuto un ruolo decisivo le ultime acquisizioni, Trentinalatte e Caplac, conclusesi nel 2018. **Per il 2019 vogliamo continuare a investire, dando ulteriore impulso all'export, rivolto soprattutto all'Asia e cresciuto nel 2018 del 70%, e aumentando le vendite nella Penisola, che oggi vale il 38% del fatturato**". All'inizio la produzione di formaggio costituiva una parte minoritaria dell'attività aziendale, focalizzata sul latte alimentare, ma **oggi vale per circa il 40% del giro d'affari**. "Abbiamo una produzione molto varia – proseguono Casula e Sini – che comprende prodotti freschi, stagionati, semistagionati e da grattugia, ottenuti da diverse tipologie di latte e ci permette di avere una visione d'insieme sul mercato". **Nel 2018 una delle specialità che ha registrato i migliori risultati è il Gran Campidano, un formaggio da grattugia** che si presta come alternativa alle più

Nell'agenda del 2019, figurano il lancio dei formaggi spalmabili di capra e l'aumento dell'export

note Dop. "Questo stagionato, realizzato solo con caglio microbico e quindi adatto anche ai vegetariani, è nato solo due anni fa – chiariscono Casula e Sini – e **in breve tempo ha raggiunto una produzione di 12mila forme da 38/39 kg, per un giro d'affari di 3,5 milioni di euro**. La vendita avviene dalle forme intere per il banco assistito alle buste di grattugiato per lo scaffale, senza dimenticare i cubetti". Altro settore su cui Arborea punta a livello nazionale, è quello dei prodotti a base di latte di capra. "I consumi dei derivati dal latte caprino sono in crescita – spiegano Casula e Sini – e noi, **grazie ai 70 fornitori di materia prima ovicaprina, abbiamo un vantaggio competitivo che ci consente di crescere sul territorio nazionale con il brand Fattorie Girau.** Quest'anno **lanciamo anche gli spalmabili di capra,** di sicuro appeal anche per i **consumatori salutisti".** Sul fronte comunicazionale, il Gruppo vuole valorizzare la sostenibilità e la genuinità dei prodotti con un forte impegno nel digital. "Nel primo semestre 2019– sottolineano Casula e Sini – abbiamo puntato su ricette sarde. Nel secondo semestre vogliamo spaziare anche oltre i confini della cucina regionale". *Chiara Cannarozzo*

FORMAGGI STAGIONATI P.I., LE DIMENSIONI E I TREND PER SEGMENTI

Distribuzione moderna + discount	Volume	Trend %	Quota %	Valore	Trend %	Quota %	Prezzo Medio	Trend %
Stagionati	**72.769.611,1**	**+3,2**	**100,0**	**594.647.295,2**	**+2,0**	**100,0**	**8,2**	**-1,2**
Paste Filate+ Provolone+Scamorza	32.215.883,5	+3,0	44,3	252.990.920,0	+2,3	42,5	7,9	-0,6
Emmental+Maasdam	14.860.135,1	+2,4	20,4	123.350.812,3	+0,7	20,8	8,3	-1,6
Gorgonzola	7.956.341,2	-2,8	10,9	69.679.071,8	-2,3	11,7	8,8	+0,6
Fontina+Fontal	5.528.590,2	+10,8	7,6	35.368.520,2	+6,7	6,0	6,4	-3,7
Brie+Camoscio+ Camembert	4.888.408,8	+2,8	6,7	46.458.516,9	+2,1	7,8	9,5	-0,6
Asiago+Montasio	2.264.150,9	+20,2	3,1	18.202.994,5	+12,9	3,1	8,0	-6,1
Pecorino	1.934.216,1	+4,0	2,7	25.161.553,7	+4,3	4,2	13,0	+0,3
Quartirolo	1.167.657,3	+2,5	1,6	7.851.170,2	-1,7	1,3	6,7	-4,1
Caciotte+Italico	1.110.494,8	+3,0	1,5	8.295.307,8	+6,0	1,4	7,5	+2,9
Taleggio	680.443,0	+7,6	0,9	5.532.272,1	+3,7	0,9	8,1	-3,6
Erborinati	97.576,5	-0,5	0,2	1.085.613,7	-3,9	0,2	11,1	-3,5
Altri	65.713,7	+8,4	0,1	670.542,0	+13,9	0,1	10,2	+5,1

Totale Italia (esclusi discount) - in kg, in euro e in euro/kg - a.t. 24 marzo 2019 - fonte Nielsen Market Track

Grifo, alleanze strategiche verso nuovi mercati

Il Gruppo Grifo Agroalimentare – cooperativa umbra che conta 250 soci conferenti – raccoglie oltre 55 milioni di litri di latte l'anno per la produzione di latte alimentare e derivati, in particolare formaggi freschi, a pasta filata e stagionati. La cooperativa opera con i marchi Grifo Latte, Norcia Il Caseificio 1967, Col Fiorito, Del 1957 Corradi Umbria & Sapori, Legumi dell'Umbria e Centrale del Latte Aquila e **ha chiuso il bilancio 2018 con 60 milioni di euro di fatturato**.

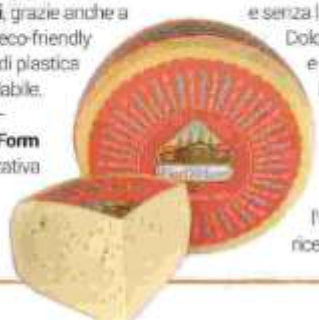
La provenienza del latte, la produzione senza l'uso di conservanti o ulteriori additivi, l'ubicazione all'interno delle aree naturali protette di Norcia e Colfiorito sono i fattori di successo dell'azienda.

"I formaggi freschi e le specialità tipiche sono i nostri prodotti più performanti – commenta **Carlo Catanossi, presidente del Gruppo Grifo Agroalimentare** – I primi beneficiano delle tendenze alimentari che volgono sempre più verso prodotti freschi e leggeri. I prodotti tipici invece conquistano i consumatori grazie alle loro particolarità, alla loro tradizione, alla storia che raccontano. La valorizzazione del territorio, la tipicità dei prodotti e l'attenzione alla qualità sono valori fondamentali per noi, ma sempre più anche per i consumatori. Accanto a questi emergono altri aspetti quali la rintracciabilità di filiera, l'attenzione all'ambiente, la sostenibilità delle fonti di materie prime e la cura del benessere animale. In tale ambito, il nostro Gruppo è alle prese con **un progetto di filiera** che vedrà la cooperativa, insieme a 20 aziende socie, **investire circa 10 milioni di euro per l'accrescimento della qualità del prodotto e del benessere animale**".

Per aprirsi a nuovi mercati, **Grifo Agroalimentare ha avviato partnership strategiche** con due aziende accomunate da una medesima visione: **Natura e Qualità**, proprietaria del marchio Ragusa Latte, e **Caseificio del Pratomagno, storica cooperativa toscana**. Tra i piani per l'immediato futuro c'è l'interesse ad aumentare la brand awareness del marchio Norcia Il Caseificio 1967, oltre all'ampliamento della gamma dei prodotti biologici e una maggiore penetrazione della linea senza lattosio. "Siamo pronti anche per l'estero – annuncia Catanossi - L'obiettivo è acquisire visibilità con un paniere ad alta tipicità tutta italiana". *Stefania Lepera*

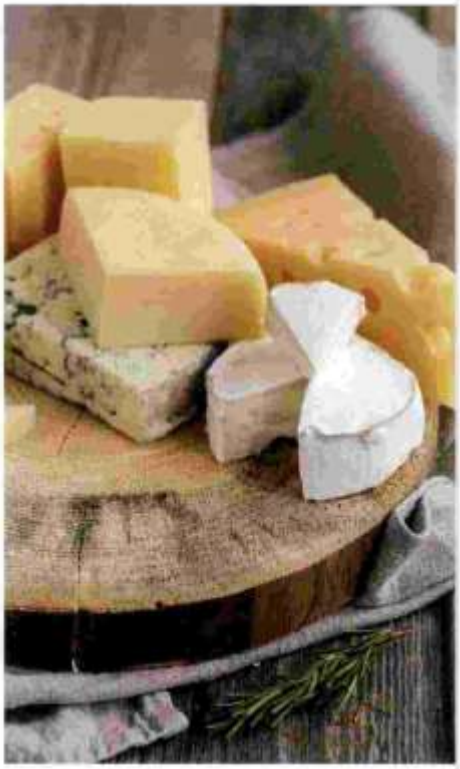
Ca.Form, obiettivo 50% export entro il 2024

Sia in Italia che all'estero, prosegue **l'espansione delle vendite per Ca.Form, che dal 2016 al 2018 sono aumentate del 16%, raggiungendo un fatturato netto consolidato di 60 milioni di euro**. Circa 50 sono i milioni di litri di latte lavorati all'anno, per 2,16 milioni di kg di ricotta e 350mila forme di Asiago Fresco e Stagionato all'anno e per 600mila forme movimentate al mese come Ca.Form, con i brand Fiordimaso, Latterie Venete, Chicche del Casaro, Adriano Chiomento. **Tra le referenze più performanti figurano l'Asiago Dop naturalmente privo di lattosio (certificato), il formaggio al Prosecco Doc e tutta la gamma di prodotti confezionati**, grazie anche a un nuovo packaging eco-friendly realizzato con il 70% di plastica in meno e 100% riciclabile. "Qualità dei prodotti – commentano da **Ca.Form** –, efficienza organizzativa e presidio diretto dei mercati esteri strategici sono i fattori chiave del successo di questi ultimi anni". **L'azienda veneta esporta in 45 Paesi, per un turnover complessivo estero di 18 milioni, ed entro il 2024 punta ad arrivare con le vendite oltreconfine al 50% del fatturato totale.** Tra gli obiettivi prioritari del 2019 figurano, sul fronte estero, lo sviluppo delle filiali in Giappone e Usa e la crescita nel mercato canadese. In Italia, invece, **è in programma il lancio dell'Asiago Dop a cubetti, julienne e crema spalmabile**. "Nel nostro Paese – spiegano da Ca.Form –, rileviamo due trend positivi: l'aumento della richiesta di prodotti-servizio per i formaggi Dop e l'ascesa del segmento bio e senza lattosio, grazie al formaggio Dolcescle Bio Senza Lattosio e alla Ricotta Bio senza Lattosio. Non solo quindi formaggi a fette, ma anche vaschette e pack di formaggi cubettati o a julienne per agevolarne l'utilizzo in numerose ricette". *Clelia Palmese*



Mila, export al 13% con Stelvio Dop & Co.

Anche nella lavorazione dei formaggi, tra gli elementi chiave che distinguono e valorizzano i prodotti lattiero-caseari di Mila c'è senz'altro la materia prima. Tutte le referenze dell'azienda, infatti, sono realizzate con latte raccolto ogni giorno e prodotto localmente, su masi di montagna con una media di 14 mucche per stalla.
"Il nostro assortimento nel settore dei formaggi è cresciuto negli anni – sottolinea **Christian Oberdörfer, Responsabile Vendite export di Mila-Latte Montagna Alto Adige** – Il prodotto di punta resta sempre lo Stelvio Dop, ma l'offerta comprende oggi 19 diverse tipologie di formaggi, ciascuno unico nel suo genere.
Anche **l'export è per noi un mercato in crescita: attualmente ne deriva intorno al 13% dei 223,5 milioni di euro del nostro fatturato**, ma intendiamo ampliarlo ulteriormente, ricercando partner forti nei Paesi target".
Tra gli ultimi lanci dell'azienda altoatesina spicca **Sasso Nero: un formaggio a pasta dura, con una lunga e speciale stagionatura**. "Questo formaggio – prosegue Oberdörfer – è unico e deciso sia nel gusto che nell'aspetto, caratterizzato dal sapore fine, fondente e friabile e dall'inconfondibile crosta nera. Il suo lancio sul mercato rappresenta per noi il raggiungimento di un importante obiettivo. In generale, abbiamo infatti notato una crescente attenzione dei consumatori verso i prodotti di carattere e un conseguente aumento della richiesta di formaggi a lunga stagionatura. Per questo abbiamo scelto di investire in questo settore, anche attraverso l'ampliamento della nostra cantina di Brunico". *Chiara Cammarano*



Latterie Vicentine, nuovi impianti hi-tech sempre più green

Specializzata nella produzione di Asiago Fresco Dop (421.700 forme prodotte nel 2018) e Stagionato (36.500 forme) oltre che di Grana Padano Dop (66.700 forme), **Latterie Vicentine ha chiuso il 2018 con un fatturato di 72 milioni di euro**. Nel corso del 2018, la diversificazione delle tipologie di Asiago Fresco ha consentito di sviluppare accordi con diverse insegne della distribuzione per le private label, e importanti soddisfazioni sono arrivate dalla vendita del formaggio Asiago Dop Stagionato in Gdo, Normal trade e presso grossisti, con ottime performance per l'export.

È allo studio anche un piano d'investimenti per rinnovare i packaging dei formaggi

Ad aprile, inoltre, **l'azienda ha inaugurato nuovi impianti altamente tecnologici:** operazione che rientra in un preciso percorso rivolto alla sostenibilità, al risparmio energetico e idrico, e alla tracciabilità del prodotto.
"Sicuramente le tendenze più in voga nel nostro settore, negli ultimi anni, sono la sostenibilità e il benessere animale – commenta **Piero Cerato, Direttore Commerciale di Latterie Vicentine** – Si tratta di requisiti fondamentali per tutte le aziende che operano in questo mercato, e noi viviamo di grandi valori tradizionali che ben si sposano con queste tendenze. Cerchiamo di incrementare tra le nostre aziende agricole la cultura del benessere animale e di condividere i risultati raggiunti col consumatore finale, sempre più attento e consapevole".
Nel prossimo futuro c'è **un piano d'investimento per rendere sempre più innovativi, accattivanti e dettagliati i packaging**. Attraverso le nuove confezioni Latterie Vicentine intende trasmettere i valori intrinsechi del prodotto, puntando alla diversificazione tramite la Dop e all'importanza dell'altissima qualità della materia prima. "Vogliamo valorizzare il prodotto nelle declinazioni che siamo riusciti a sviluppare – spiega Cerato – e aumentare significativamente la nostra presenza all'estero. **Grazie ad Agriform, la cooperativa di secondo grado di cui siamo soci di maggioranza, vantiamo una presenza in oltre 50 Paesi, con risultati particolarmente positivi nel Nord e Centro America.** Contiamo di incrementare l'export delle Dop, anche per arginare il fenomeno dell'Italian sounding, che crea non pochi problemi ai prodotti agroalimentari italiani di qualità". *Stefania Lepera*

Toniolo, nel 2019 debutta il Magnifico

In casa Toniolo, il 2018 è stato dedicato soprattutto al **restyling della Fabbrica del Formaggio, con la realizzazione di nuovi magazzini e impianti di produzione**. Sul piano delle vendite, nonostante un mercato poco esaltante, l'azienda ha chiuso il 2018 con 18 milioni di euro (sviluppati per il 90% in Gdo e per il 10% nell'Horeca), confermando così i propri target.

L'azienda veneta ha realizzato nuove linee e magazzini per aumentare la produzione

Nella Fabbrica del Formaggio – che vanta le certificazioni Brc-Global Standard for Food Safety, Issue 6 (Csqa certificazioni), Ifs Food Version 6 at Higher Level (Csqa certificazioni) – Toniolo realizza **tutti i classici veneti stagionati più rappresentativi dell'azienda, da Asiago Quellonero, Morlacco del Grappa, fino all'ultima creazione: il Magnifico.** "Realizziamo anche pregiate limited edition – racconta Mauro Toniolo, titolare dell'azienda – per non omologare il gusto, i consumatori, gli stili, i territori e le singolarità. Occorre essere interessanti e differenti per risvegliare la curiosità, attirare e consolidare la propria immagine. Oggi il mondo di latticini e formaggi offre mille e più varietà. Tutte diverse, all'apparenza, ma spesso molto simili, su scale infinitamente variabili. Per emergere e farsi scegliere dai consumatori serve di più, è necessario qualcosa che provochi emozioni. Per questo, **la nostra azienda si è specializzata nelle creazioni made to measure per i clienti della distribuzione organizzata. Formaggi tagliati su misura, prodotti e confezionati esattamente secondo i desideri dei nostri clienti**".

L'azienda punta ora a rafforzare la presenza sui mercati esteri, in primis quelli Ue, e proseguire il lavoro d'innovazione e razionalizzazione della gamma accompagnando il lancio della novità 2019: il formaggio Magnifico. "In apparenza morbido e consistente – commenta Toniolo –, più che un formaggio è una vera crema solida. Basta un po' di calore per trasformare Magnifico in una calda fonduta, perfetta da consumare tal quale, accompagnata da crostini abbrustoliti, o da utilizzare in ricette veloci e piatti cremosi. Magnifico è ideale anche per il consumo in purezza, magari accompagnato con mieli e conserve di frutta. Si tratta di un formaggio fondente e bianco panna, che matura in circa 45 giorni, normalmente prodotto in piccole forme, con pelure riccamente decorate, da circa 1,5 kilogrammi. Come tutti i nostri formaggi, pure il **Magnifico è disponibile in tutti i formati e le personalizzazioni, anche per il libero servizio, grazie all'esclusivo packaging in Atm**, che conserva intatte tutte le pregiate caratteristiche di gusto e profumi". *Stefania Lepera*

Beppino Occelli, la prova assaggio funziona sempre

Il 2019 è iniziato più che bene per Beppino Occelli, mantenendosi sulla scia delle performance di vendita molto positive dello scorso anno, soprattutto nel segmento dei formaggi a lunga stagionatura (veicolati per il 60% nella Gdo e per il 40% nel normal trade): hanno ottenuto risultati importanti proprio le tipologie più prestigiose, come gli Speciali Beppino Occelli, formaggi di pregio nella fascia superpremium.

Per promuovere la propria gamma di specialità, l'azienda piemontese ha messo in atto da tempo una strategia di marketing vincente, che si basa principalmente sulla degustazione all'interno dei punti vendita. Qui, infatti, Beppino Occelli può presentare la propria filosofia produttiva allestendo corner dal forte impatto visivo. E grazie al team di maître fromager viene illustrata al meglio ai consumatori la qualità di ogni referenza, a diretta conferma del pay off di Beppino Occelli: "Il Gusto non si può raccontare... si deve assaggiare".

La degustazione in store guidata può coinvolgere tutti i prodotti, a partire dal burro per arrivare ai formaggi freschi e a quelli super stagionati.

"Questo tipo di attività per la nostra azienda è molto importante, in quanto aiuta a superare la paura del prezzo – **spiega Beppino Occelli, titolare** dell'azienda – perché si sa alle cose buone difficilmente si sa rinunciare!". Per quanto riguarda lo spending in comunicazione, l'azienda piemontese intende proseguire a investire molto sulle trasmissioni di cucina di maggior successo. *Clelia Palmese*

095047

23 GIUGNO – LA STAMPA

Patto Inalpi-Coldiretti Piemonte, in 80 rifugi latte in polvere doc

Il latte in polvere della filiera piemontese garantito e certificato arriverà in 80 rifugi della regione e «permetterà di risolvere chiari problemi di trasporto e conservazione, oltre a garantire un prodotto sempre fresco, buono e sicuro». Da un sacchetto di un chilo, infatti, si ottengono 10 litri di latte. L'accordo di fornitura è stato firmato da Inalpi, l'azienda lattiero-casearia della provincia di Cuneo, Coldiretti Piemonte e Agrap, associazione gestori rifugi alpini e posti tappa del Piemonte.