Dall' **18 MAGGIO 2020**
al **24 MAGGIO 2020**

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

18 MAGGIO – ILVALOREITALIANO

ECONOMIA | PIEMONTE | PRIMO PIANO

Latte piemontese in crisi, l'assessore regionale: "Scommettere sulla qualità"

Mel Menzio · 18 Maggio 2020 · 2 minuti di lettura

Le aziende zootecniche del Piemonte che producono latte stanno attraversando un periodi di seria difficoltà a causa della diminuzione dell'assorbimento del mercato, che provoca anche un sensibile calo del prezzo alla stalla. Quella dei produttori di latte è una realtà viva, con una certa rilevanza economica.

I dati li fornisce la Coldiretti Piemonte ci sono 2.000 aziende agricole che

producono 10 mila quintali di latte all'anno; una parte viene trasformata in formaggi: se ne contano ben 51 tipi diversi, ognuno con la propria specificità. Quelli di eccellenza sono 30, e solo 5 di questi hanno la denominazione di origine protetta.

Però la maggior parte del latte piemontese viene utilizzato come alimento fresco e la chiusura di bar e ristoranti ha provocato un sensibile calo nel consumo. Quindi molto latte è rimasto invenduto, nonostante un'azienda leader come Inalpi, in aprile si fosse fatta carico di ritirare 500 tonnellate di latte alla settimana prodotte in più dagli allevatori. Ora, però, la difficoltà si ripresenta con nuove riduzioni del prezzo, che negli ultimi giorni è sceso a 33-34 centesimi al litro.

Marco Protopapa (Facebook)

Per cercare di trovare una soluzione è scesa in campo la Regione Piemonte, che con l'assessore all'agricoltura e cibo Marco Protopapa ha convocato per oggi lunedì 18 maggio un tavolo per affrontare i vari aspetti del delicato problema. Intanto l'assessore tiene a sgombrare il campo da alcune voci che erano circolate nelle settimane scorse sulla maggior importazione di latte dall'estero. *"Secondo i dati forniti dal Ministero risulta che nel 2020 in Piemonte vi sia una minore importazione del latte e confrontando i dati sui flussi di latte estero entrati in Piemonte nel I trimestre 2020 con lo stesso periodo dell'anno 2019 emerge che non vi sia un effetto sostitutivo di latte estero tale da aver comportato un abbassamento dei prezzi del latte piemontese".*

E poi sempre l'assessorato puntualizza ulteriormente *"Nel 2020 in Piemonte l'ammontare di flussi di latte e derivati importati dai paesi europei nel primo trimestre è stato di 11,2 mln kg, mentre nel 2019 negli stessi mesi di gennaio, febbraio e marzo è stato di 14,9 milioni di kg, segnando quindi nel 2020 un -24%. Nello specifico l'importazione dai Paesi europei di latte liquido crudo bovino "in cisterna" nel I trimestre 2019 è stato di 730mila kg mentre nel I trimestre 2020 è stato 184.780 kg, ovvero -74%; considerando anche il latte pastorizzato, i quantitativi ammontano a circa 1.050.000 Kg nel 2019 e 330.000 Kg nel 2020, con un decremento del 68%. I volumi di latte liquido importati, proiettati su base annua, corrispondono a meno dello 0,5% di quelli prodotti in Piemonte".*

Questi dati in relazione alle importazioni. Resta però aperto il tema fondamentale del prezzo, che attualmente non è remunerativo per chi ha una stalla da mandare avanti. A questo proposito l'assessore Protopapa, invita la filiera ad avviare quanto prima tavoli di dialogo e confronto tra le parti attrici in modo che si possa trovare nuovi accordi e strategia condivise.

La sua ricetta anticrisi è questa *"Una certezza è che la filiera piemontese deve puntare assolutamente sulla qualità che giustifica i prezzi e che presto verrà attuato un progetto di valorizzazione dei prodotti piemontesi anche nelle GDO, sotto un marchio comune regionale che avrà come principio la riconoscibilità qualitativa del prodotto Piemonte"*.

I rappresentanti dei produttori latte bovino chiedono alla Regione di non abbassare la guardia e si faccia da garante e controlli la situazione con senso di responsabilità affinchè non ci siano speculazioni, almeno fino a quando tutto sarà ripristinato nella sua normalità e riprenderanno le attività legate al sistema Horeca.

Mel Menzio

18 MAGGIO – NEWSBIELLA

Aziende agricole del Piemonte donano prodotti all'Emporio solidale della Valsessera

0 Consiglia

Grazie all'intervento della Federazione Interprovinciale Coldiretti di Biella e Vercelli, alcune aziende agricole hanno "donato" parte della loro produzione migliore all'Emporio solidale della Valsessera. Si tratta di: Cascina Valdemino di Desana, Azienda Bonetta Vilma di Foresto e Allevamento Costa Gian Mario di Varallo.

Inoltre il gruppo INALPI Spa di Moretta ha messo a disposizione gratuitamente per l'Emporio una ampia gamma di prodotti (formaggi, formaggini, formaggi in fette) derivati dal latte degli allevamenti piemontesi. "Un segnale importante - spiegano - che testimonia come il mondo agricolo rappresenti una forza sociale fortemente radicata sul territorio e garantisce sostegno concreto a chi non può nemmeno permettersi di fare la spesa, per consentire loro di mangiare prodotti della nostra agricoltura d'eccellenza".

s. c.

18 MAGGIO – VALSESIANOTIZIE

Aziende agricole del Piemonte donano prodotti all'Emporio solidale della Valsessera

0 Consiglia

Grazie all'intervento della Federazione Interprovinciale Coldiretti di Biella e Vercelli, alcune aziende agricole hanno "donato" parte della loro produzione migliore all'Emporio solidale della

Valsessera. Si tratta di: Cascina Valdemino di Desana, Azienda Bonetta Vilma di Foresto e Allevamento Costa Gian Mario di Varallo.

Inoltre il gruppo INALPI Spa di Moretta ha messo a disposizione gratuitamente per l'Emporio una ampia gamma di prodotti (formaggi, formaggini, formaggi in fette) derivati dal latte degli allevamenti piemontesi. "Un segnale importante - spiegano - che testimonia come il mondo agricolo rappresenti una forza sociale fortemente radicata sul territorio e garantisce sostegno concreto a chi non può nemmeno permettersi di fare la spesa, per consentire loro di mangiare prodotti della nostra agricoltura d'eccellenza".

g.c.

19 MAGGIO – FOOD SERVICE

MERCATI SNACKING NEWS

LA FONDUTA REALE by Inalpi debutta nell'Horeca

Dall'amicizia nascono sempre (o quasi) piacevoli sorprese. Nel caso di Inalpi anche "gustose". **La Fonduta Reale con Formaggio Alpe D'oro**, l'ultima novità dell'azienda di Moretta (Cn), infatti, è il frutto della **partnership con Gian Piero Vivalda, chef e patron del ristorante due stelle Michelin Antica Corona Reale** di Cervere (Cn). Si tratta di un prodotto ready to use, ad alto contenuto di servizio per cuochi e chef: basta semplicemente scaldarla senza l'aggiunta di latte o acqua per servire piatti semplici o gourmet. «Texture piena e gusto equilibrato – spiega **Matteo Torchio, Responsabile Marketing & Comunicazione** – fanno della Fonduta Reale con Formaggio Alpe D'oro una proposta estremamente trasversale: dall'aperitivo al secondo, può essere declinata come accompagnamento a crostini e carni o utilizzata nella mantecatura di paste e risotti. Dopo due anni di test e ricettazioni, lo scorso novembre abbiamo lanciato il **vaso da 180 g per il retail**. L'abbiamo presentato anche alla serata di gala per il lancio della Guida Michelin 2020, raccogliendo il plauso e la critica positiva di esperti gourmet e chef stellati di rilevanza internazionale. Da qui l'idea di destinarla anche al mondo Horeca. La proponiamo in **vaso di vetro da 1 kg** per poter utilizzare il contenitore come recipiente all'interno del quale **ravvivare il prodotto, a bagnomaria o nel microonde**. In questo modo l'end user ha un risparmio di tempo e può dedicarsi ad altre preparazioni in cucina».

La Fonduta Reale con Formaggio Alpe D'oro nasce da una filiera corta, certificata e 100% piemontese; per questo può essere considerata un prodotto premium. «La Fonduta Reale – continua Torchio – è un prodotto pronto all'uso, ideale per tutte quelle cucine che hanno necessità di ampliare le opportunità di consumo in momenti diversi della giornata. Per esempio, i locali sulle piste da sci, quando tutto tornerà alla normalità, potrebbero offrire un break quotidiano perfetto a qualunque ora del giorno. Un altro canale a cui ci rivolgiamo è il bar: la Fonduta Reale, infatti, è ideale anche per la piccola cucina. Essendo "facile" da ravvivare, **può essere preparata tranquillamente nel back office di un bar per pause pranzo veloci**. Vogliamo che questa referenza diventi "la fonduta di riferimento". Proprio per questo, terminata l'emergenza, organizzeremo momenti di incontro per farla conoscere e apprezzare dagli addetti ai lavori».

IL NUOVO PRODOTTO DI INALPI È ADATTO SIA AL RETAIL SIA ALLE PICCOLE CUCINE, PER ESEMPIO DEI BAR, COME PRANZO VELOCE

19 MAGGIO – SECURINDEX

TRASPORTO MERCI SU STRADA, QUALIFICARE I FORNITORI PER LA SICUREZZA DEI COMMITTENTI: L'OSSERVATORIO

Nel 2019 è nato l' Observatory Transport Compliance Rating (OTCR) per iniziativa di alcuni grandi gruppi industriali e della distribuzione, che ha sviluppato un modello di valutazione dell'affidabilità degli autotrasportatori basato sulla misurazione dinamica di otto requisiti critici, come spiega nell'intervista a essecome Michele Palumbo , membro del Consiglio Direttivo di OTCR.
Ci può parlare dell'Osservatorio TCR, dei suoi scopi e dei suoi associati?
L'Observatory Transport Compliance Rating (OTCR) è un'associazione senza scopo di lucro nata nel 2019 per rendere i trasporti più affidabili, attraverso un modello di valutazione dinamico che risponde alle esigenze espresse dai soci, che sono aziende come Ferrero I.D., Campari Group, Conad, Iper La Grande i, Bayer, Bormioli Rocco, Fonti di Vinadio - Acqua Sant'Anna, Vicenzi Group, Latteria Soresina, Casillo Group, Gruppo Sacchi, Latterie inalpi, Project44 e realtà come ECRGS1 Italy. In rappresentanza dei fornitori, partecipa FIAP, la Federazione Italiana degli Autotrasportatori Professionali.
OTCR è stato concepito come un "modello trasparente" per una scelta consapevole dei fornitori dei servizi di autotrasporto e di logistica, una filiera etica e sostenibile che rispetti tutti gli attori della produzione, del trasporto, della logistica e del commercio....
Clicca qui sotto per leggere l'intervista completa:

[TRASPORTO MERCI SU STRADA, QUALIFICARE I FORNITORI PER LA SICUREZZA DEI COMMITTENTI: L'OSSERVATORIO]

20 MAGGIO – TARGATOCN

AGRICOLTURA | 20 maggio 2020, 07:30

Al Tavolo della filiera latte in Regione l'assessore all'Agricoltura Protopapa auspica accordi condivisi sul prezzo alla stalla

Durante l'incontro ha anche fornito i dati dell'import in Piemonte dai Paesi europei nei primi trimestri 2019 e 2020. Quest'anno si è avuta una rilevante diminuzione. "Per cui - dice l'assessore - emerge che non ci sia stato un effetto sostitutivo di latte estero rispetto a quello italiano tale da aver comportato un abbassamento dei prezzi di quello munto sul territorio regionale"

L'assessore regionale all'Agricoltura Marco Protopapa e un allevamento di mucche da latte in provincia di Cuneo

Il prezzo del latte pagato alla stalla dai caseifici, con l'emergenza coronavirus, è diminuito vistosamente: attorno all'8%. Adesso nella maggior parte dei casi il prezzo è fra i 33 e i 34 centesimi al litro.

Un calo del compenso giustificato dal comparto industriale di trasformazione con il decremento delle vendite sul mercato interno e quello estero. Anche se, invece, i supermercati e i punti vendita tradizionali sono stati presi d'assalto da quanti dovevano rifornirsi dei beni di prima necessità tra cui, proprio, i lattiero-caseari.

La situazione era già stata denunciata dalle associazioni agricole a marzo, all'inizio dell'infezione Covid-19, in quanto aveva generato una situazione inaccettabile e insostenibile per gli allevamenti. Allora, per tamponare la situazione e dare un poco di respiro alla filiera, su richiesta dell'assessorato all'Agricoltura della Regione e delle associazioni rurali di categoria, la Inalpi Spa di Moretta si era impegnata a ritirare 500 tonnellate di latte alla settimana prodotte in più dagli allevatori. **Ora, però, la difficoltà si è ripresentata con - secondo Coldiretti, Confagricoltura e Cia-Agricoltori Italiani - nuove ingiustificate riduzioni del prezzo del latte alla stalla.**

L'assessore regionale Marco Protopapa ha convocato di nuovo il Tavolo del latte con tutti i rappresentanti della filiera. *"In vista delle prossime stipule dei nuovi contratti* - ha detto

durante l'incontro - *pur conscio della situazione economica in atto, con una ripresa auspicata, ma sicuramente non celere, ho invitato tutti gli attori della filiera ad avviare quanto prima dei tavoli di dialogo e di confronto in modo che si possano trovare nuovi accordi e strategie condivise".*

E ha aggiunto: *"La filiera piemontese deve puntare assolutamente sulla qualità che giustifica i prezzi. Presto verrà attuato un progetto di valorizzazione dei prodotti piemontesi anche nella Grande Distribuzione Organizzata, sotto un marchio comune regionale che avrà come principio la loro riconoscibilità qualitativa".*

L'IMPORT DI LATTE DALL'ESTERO

L'incontro è anche servito all'assessore per comunicare i dati delle importazioni in Piemonte di latte dall'estero: richiesta portata avanti soprattutto da Coldiretti. I numeri, relativi ai primi trimestri 2019 e 2020, sono stati forniti dagli Uffici Veterinari per gli Adempimenti degli Obblighi Comunitari (Uvac) del Ministero della Salute e si riferiscono all'import dai Paesi europei, perché a gennaio, febbraio e marzo di quest'anno non ci sono stati arrivi da nazioni extracomunitarie.

Nel **2020** in Piemonte il **latte e i derivati importati complessivamente** dai Paesi europei (Germania, Francia, Belgio e Olanda in ordine di quantità) nel primo trimestre ammontano a 11,2 milioni di chilogrammi mentre nello stesso periodo del **2019** si erano attestati a 14,9 milioni di chilogrammi. **Quindi, con una diminuzione del 24% .**

Entrando nello specifico l'importazione di **latte liquido crudo bovino "in cisterna"** nel primo trimestre 2019 è stato di 730 mila chilogrammi e nel 2020 ha raggiunto quota 184.780 chilogrammi: **cioè un meno 74%.**

Per quanto riguarda il **latte pastorizzato** i quantitativi arrivano a 1.050.000 chilogrammi nel 2019 e 330.000 chilogrammi nel 2020, **con un calo del 68%.** Di conseguenza, i volumi di latte liquido importati, proiettati su base annua, corrispondono a meno dello 0,5% di quelli prodotti in Piemonte.

"Confrontando i dati dei due trimestri - sottolinea l'**assessore Protopapa** - *emerge che non ci sia stato un effetto sostitutivo di latte estero rispetto a quello italiano tale da aver comportato un abbassamento dei prezzi di quello munto in Piemonte".*

Sergio Peirone

20 MAGGIO – LAVOCEDIALBA

Al Tavolo della filiera latte in Regione l'assessore all'Agricoltura Protopapa auspica accordi condivisi sul prezzo alla stalla

1 Consiglia

Durante l'incontro ha anche fornito i dati dell'import in Piemonte dai Paesi europei nei primi trimestri 2019 e 2020. Quest'anno si è avuta una rilevante diminuzione. "Per cui - dice l'assessore - emerge che non ci sia stato un effetto sostitutivo di latte estero rispetto a quello italiano tale da aver comportato un abbassamento dei prezzi di quello munto sul territorio regionale"

L'assessore regionale all'Agricoltura Marco Protopapa e un allevamento di mucche da latte in provincia di Cuneo

Il prezzo del latte pagato alla stalla dai caseifici, con l'emergenza coronavirus, è diminuito vistosamente: attorno all'8%. Adesso nella maggior parte dei casi il prezzo è fra i 33 e i 34 centesimi al litro.

Un calo del compenso giustificato dal comparto industriale di trasformazione con il decremento delle vendite sul mercato interno e quello estero. Anche se, invece, i supermercati e i punti vendita tradizionali sono stati presi d'assalto da quanti dovevano rifornirsi dei beni di prima necessità tra cui, proprio, i lattiero-caseari.

La situazione era già stata denunciata dalle associazioni agricole a marzo, all'inizio dell'infezione Covid-19, in quanto aveva generato una situazione inaccettabile e insostenibile per gli allevamenti. Allora, per tamponare la situazione e dare un poco di respiro alla filiera, su richiesta dell'assessorato all'Agricoltura della Regione e delle associazioni rurali di categoria, la Inalpi Spa di Moretta si era impegnata a ritirare 500 tonnellate di latte alla settimana prodotte in più dagli allevatori. **Ora, però, la difficoltà si è ripresentata con - secondo Coldiretti, Confagricoltura e Cia-Agricoltori Italiani - nuove ingiustificate riduzioni del prezzo del latte alla stalla.**

L'assessore regionale Marco Protopapa ha convocato di nuovo il Tavolo del latte con tutti i rappresentanti della filiera. *"In vista delle prossime stipule dei nuovi contratti* - ha detto durante l'incontro - *pur conscio della situazione economica in atto, con una ripresa auspicata, ma sicuramente non celere, ho invitato tutti gli attori della filiera ad avviare quanto prima dei tavoli di dialogo e di confronto in modo che si possano trovare nuovi accordi e strategie condivise".*

E ha aggiunto: *"La filiera piemontese deve puntare assolutamente sulla qualità che giustifica i prezzi. Presto verrà attuato un progetto di valorizzazione dei prodotti piemontesi anche nella Grande Distribuzione Organizzata, sotto un marchio comune regionale che avrà come principio la loro riconoscibilità qualitativa".*

L'IMPORT DI LATTE DALL'ESTERO

L'incontro è anche servito all'assessore per comunicare i dati delle importazioni in Piemonte di latte dall'estero: richiesta portata avanti soprattutto da Coldiretti. I numeri, relativi ai primi trimestri 2019 e 2020, sono stati forniti dagli Uffici Veterinari per gli Adempimenti degli Obblighi Comunitari (Uvac) del Ministero della Salute e si riferiscono all'import dai Paesi europei, perché a gennaio, febbraio e marzo di quest'anno non ci sono stati arrivi da nazioni extracomunitarie.
Nel **2020** in Piemonte il **latte e i derivati importati complessivamente** dai Paesi europei (Germania, Francia, Belgio e Olanda in ordine di quantità) nel primo trimestre ammontano a 11,2 milioni di chilogrammi mentre nello stesso periodo del **2019** si erano attestati a 14,9 milioni di chilogrammi. **Quindi, con una diminuzione del 24% .**

Entrando nello specifico l'importazione di **latte liquido crudo bovino "in cisterna"** nel primo trimestre 2019 è stato di 730 mila chilogrammi e nel 2020 ha raggiunto quota 184.780 chilogrammi: **cioè un meno 74%.**

Per quanto riguarda il **latte pastorizzato** i quantitativi arrivano a 1.050.000 chilogrammi nel 2019 e 330.000 chilogrammi nel 2020, **con un calo del 68%**. Di conseguenza, i volumi di latte liquido importati, proiettati su base annua, corrispondono a meno dello 0,5% di quelli prodotti in Piemonte.

"Confrontando i dati dei due trimestri - sottolinea l'**assessore Protopapa** - *emerge che non ci sia stato un effetto sostitutivo di latte estero rispetto a quello italiano tale da aver comportato un abbassamento dei prezzi di quello munto in Piemonte".*

Sergio Peirone

22 MAGGIO – PRIMA COMUNICAZIONE

MEDIA E DIGITAL COMMUNICATION

di Emanuele Bruno

Effetto Covid-19

Un 2020 bruttissimo per tutti. Un po' meno peggio la tv

Si vende poca pubblicità e a prezzi scontatissimi, in un mercato che è stato terremotato dalla pandemia

Tanti sconti da parte delle concessionarie e paradossalmente proprio in un momento in cui, con milioni di italiani chiusi in casa per l'emergenza Covid-19, si assiste all'esplosione della platea televisiva, tutti davanti al video, mattino, pomeriggio e sera. Audience mai viste, ma che non trovano investitori interessati a cogliere gli affari pubblicitari, perché interi comparti produttivi e commerciali si sono fermati stoppando o rallentando molto tutti gli investimenti per attività di comunicazione sui media. Ma quanto è calata la raccolta adv nei due mesi più critici? Lo chiediamo a **Norina Buscone**, vice president research di GroupM, che concentra tutte le società media di Wpp, una specialista delle analsi, che monitora quello che avviene in queste settimane nei principali mercati occidentali, attraverso uno specifico osservatorio che si aggiorna settimanalmente con i dati freschi provenienti da ogni Paese. Buscone offre una stima orientativa, ma autorevole: "In Italia siamo sotto di circa il 50%, nel mix di risultati di marzo e aprile, con un crescendo rilevante da un mese all'altro. La situazione non è molto diversa in Uk, Germania, Francia e Spagna. Cambiano un po' i tempi, che in qualche caso slittano un po' più avanti rispetto ai nostri, ma Covid-19 ha impattato sul mercato della pubblicità continentale più o meno con la stessa intensità. Metà delle risorse, in pratica, sono sparite dappertutto, addirittura un po' di più in Spagna". Ma torniamo all'Italia. La tv qui ha fatto un po' meglio della media, e si è attestata al -35%, Internet -40%, per una volta un po' peggio, senza che la crisi, stavolta, salvasse gli over the top, anche se indubbiamente il dato di Amazon appare tendenzialmente migliore di quello di Google e Facebook, che hanno perso terreno sia sui grandi clienti sia sull'utenza small. Sono calati più di Internet e della tv, la stampa -55%, e la radio -60%, e comprensibilmente più di tutti, con -70%, l'out of home.

Norina Buscone

"La tv – grazie alla situazione contingente di bacini scarichi, audience in crescita, tariffe convenienti – ha finito per agganciare anche una tipologia di utenza che oramai sceglieva solo il digitale, e ha sfruttato la straordinaria possibilità che si è presentata per essere visibile", sottolinea Buscone. "Una mobilitazione eccezionale, che però non ha potuto certo compensare le assenze fisiologiche di automotive, trasporti, turismo e tutti gli altri spender fermi". L'anno chiuderà con un saldo negativo, che per adesso GroupM stima tra il -17% e il -20%. "Una variabile decisiva, ovviamente", continua Buscone, "sono le tante incognite macroeconomiche, la velocità e l'intensità della ripartenza, come tornerà a lavorare il fitto tessuto di imprese più minute che si è fermato". Nel 2021 ci sarà per forza un rimbalzo. "Ci saranno", conclude Buscone, "anche gli eventi sportivi che sono saltati nel 2020, e questo contribuirà al rilancio, ma è veramente velleitario fare stime sui numeri, almeno per ora".

Associazioni

Una incorpora Assorel e chiede il credito d'imposta per la consulenza

La fusione più annunciata della storia associativa, quella tra Una e Assorel, con incorporazione della seconda nella prima, è diventata realtà. Alla fine di aprile, mentre ancora durava il lockdown ed era chiaro a tutti quali sarebbero state nei mesi a seguire le difficoltà e le sfide per il tessuto economico, produttivo e sociale del Paese, gli associati di entrambe

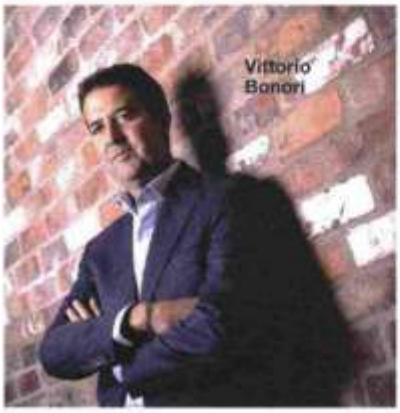
Emanuele Nenna

le realtà hanno votato il proprio consenso a quanto già deliberato dai consigli: con 135 voti favorevoli e tre astenuti, in seno all'associazione presieduta da **Emanuele Nenna,** e con 15 voti favorevoli (tutti) delle sigle riunite nell'associazione guidata da **Massimo Tafi.** Diventa così ancora più forte la componente delle relazioni pubbliche in seno all'associazione unitaria (con Tafi che entra nel consiglio direttivo di Una), che finalmente ricompone le

Massimo Tafi

proprie anime dopo un lungo periodo di frammentazione e divisioni. La sfida per Nenna e company, a questo punto, è quella di rafforzare ulteriormente la rappresentatività di Una coinvolgendo le agenzie e i network che ne sono fuori. A partire da quelle di Wpp, che però ha già collaborato con Una in una serie di tavoli tecnici in cui era coinvolta tutta la industry. E poi le sigle di Publicis Media. Nenna ha sottolineato, in particolare, come la discussione nel merito sia già molto avviata con **Vittorio Bonori**, leader nazionale del gruppo guidato da Arthur Sadoun. Nenna sta cercando di capire anche come unire le forze e collaborare ancora più strettamente di quanto si faccia già adesso anche con Cpa, l'associazione delle case di produzione, "ma non necessariamente nell'ottica di un'ulteriore fusione".

Una in questa fase è impegnata a supportare gli associati, in quella che sarà la sempre più dura emergenza


Vittorio Bonori

generata dall'impatto del coronavirus. I consulenti vogliono dire la propria sul terreno del dibattito legato alla ripartenza. Il 'ponte' con i tavoli che contano è stata fin qui Confindustria Intellect, di cui Una è tornata a fare parte. Nenna sottolinea quale può essere il ruolo della pubblicità nei prossimi mesi. "Servirà un grande piano di comunicazione per rilanciare il Paese e le nostre aziende possono fare la loro parte. Possiamo aiutare il nostro interlocutore istituzionale innanzitutto, nella costruzione di un brief corretto riguardo ai 150 milioni che sarebbero stati destinati a Ice per un rilancio del made in Italy. Sarebbe opportuno che questi investimenti fossero fatti attingendo a consulenti competenti e professionali". Una, inoltre, ha portato sul tavolo del governo, attraverso Confindustria Intellect, l'idea di estendere il credito d'imposta sugli investimenti in comunicazione pubblicitaria anche al versante non media, e quindi anche ai servizi creativi, alle pr e a tutte le tipologie di consulenza specializzate di cui le aziende devono avvalersi.

Gara

Nessuno stop. E qualche bell'acchiappo

Nel media si parla delle consultazioni attive di Lidl, Loacker, Bmw, Whirlpool. È arrivata finalmente l'ufficialità piena sulla riconquista di Poste Italiane da parte di Omd Roma, nonché quella sulla vittoria di Um nel pitch Iberdrola, mentre Spin Master (RisiKo, Scarabeo, Meccano e i cartoons Paw Patrol tra i prodotti) ha scelto GroupM. Il Gruppo Mario Mele & Partners, invece, si è appena aggiudicato, dopo consultazione, il budget media per l'Italia di Zeiss, leader mondiale nello sviluppo dell'ottica e protagonista del processo di innovazione tecnologica del comparto. La campagna sulle lenti con la UvProtect Technology, in particolare, è stata appena pianificata in partnership con il gruppo Dentsu Aegis Network. Buone nuove per Dan anche da Credem, che ha assegnato a Vizeum e Simple Agency strategie e planning. Latterie Inalpi ha scelto invece Address per il media e D-Wok per la creatività. A proposito di creatività, sono più rilevanti, in questa fase, le notizie riguardanti questo fronte. Sono andati a Connexia, ad esempio, le attività di supporto strategico alla comunicazione e all'ideazione di campagne atl e digital, di buddybank, il nuovo modello di banca innovativo e disruptive lanciato dal gruppo UniCredit. Maserati, la casa automobilistica di lusso di Fca, ha invece scelto Droga5 – acquistata da Accenture Interactive circa un anno fa – come sua agenzia creativa globale. In Accenture Interactive, inoltre, è da registrare la nomina di **Massimo Morielli** a presidente europeo. Altra gara importante quella indetta da Salini Impregilo, appena ribattezzata Webuild: Inarea ha vinto l'incarico per il naming, mentre Leftloft e Zenith rimangono i partner per creatività e media.

Massimo Morielli

Eredi

Havas Milan: Manfredi Calabrò nuovo ceo, Dario Mezzano chairman

È stato ufficializzato un cambio 'storico' al vertice per Havas Milan. Dopo il progressivo rinnovo dei vertici creativi, è arrivato anche quello del top management. **Manfredi Calabrò**, direttore generale dall'aprile 2019, ai primi di gennaio di quest'anno ha assunto l'incarico di ceo per le sedi di Milano e Roma. Formatosi professionalmente a Londra, Calabrò, che nell'agenzia ha sviluppato nell'arco degli anni competenze sempre più profonde nei settori dell'automotive, editoria, finanza, food & beverage, energia e telco, succede al suo maestro e mentore **Dario Mezzano,** un monumento della pubblicità italiana, che rimane ai vertici della società con il ruolo di chairman delle divisioni advertising, pr ed eventi e che, liberandosi della gestione operativa, si focalizzerà sulle strategie di sviluppo e relazione del portfolio clienti del gruppo.

Manfredi Calabrò

Dario Mezzano

22 MAGGIO – VIRGILIO

Inalpi, un progetto editoriale al fianco delle stelle

Condividi Invia

"Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia"...

Leggi tutta la notizia

Torino Oggi.it | 22-05-2020 17:22

22 MAGGIO – TORINOSPORTIVA

Inalpi, un progetto editoriale al fianco delle stelle

Un omaggio esclusivo, firmato e distribuito da Inalpi, nato da una consolidata collaborazione con Guida Michelin, confermato in occasione della presentazione ufficiale dell'edizione 2020

"Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia" - queste le parole, del Presidente **Inalpi SpA** - **Ambrogio Invernizzi** - che accompagnano un piccolo dono inviato ai 371 chef stellati italiani, dall'azienda lattiero casearia di Moretta.

Un omaggio esclusivo, un progetto editoriale, firmato e distribuito da **Inalpi**, nato da una consolidata collaborazione con Guida Michelin, un naturale binomio, confermato anche in occasione della presentazione ufficiale dell'edizione 2020,

avvenuta il 6 novembre scorso a Piacenza. A fianco dell'istituzionale e storica "**Guida Michelin**" ha quindi visto la luce "**I migliori ristoranti d'Italia - *Le stelle della Guida Michelin***", un abstract nel quale la storia, la filiera corta e certificata, la qualità e i prodotti Inalpi si affiancano alle eccellenze gourmet, i ristoranti stellati italiani.

Un prodotto editoriale unico, costruito sui quei valori che da sempre caratterizzano l'operato di Inalpi, e che sono ben riconoscibili in ogni frammento della pubblicazione a partire dalla copertina: "Lumache di Cherasco ai Porri Dop di Cervere e Burro di Filiera Inalpi", il piatto raffigurato e realizzato dall'Antica Corona Reale di Cervere, dallo chef stellato **Gian Piero Vivalda**. Un omaggio alla storia di una famiglia, alla figura di Renzo Vivalda, che da 205 anni, nella stessa location, portano avanti la cultura della cucina di alta qualità, una vera e propria pietra miliare della nostra tradizione.

"Con questa iniziativa Inalpi ha voluto essere al fianco dei principali protagonisti della cucina stellata italiana, proprio nel momento della riapertura dei loro ristoranti" - dichiara **Pierantonio Invernizzi** - Direttore Commerciale e Marketing **Inalpi SpA**. Ed è con questo spirito che sono partite negli scorsi giorni, da Moretta, con destinazione tutta Italia, le 371 copie dell'edizione "stellata".

Un omaggio all'eccellenza, un dono unico per esprimere vicinanza e simbolicamente ripartire tutti insieme, con l'auspicio di poter affrontare esperienze e progetti che saranno fonte di nuovi percorsi e base da cui ricominciare a raccontare la preziosità della cucina gourmet italiana. Consapevoli che ogni chef, ambasciatore del gusto e di una cucina unica, rappresenta una vera e propria bandiera di quel Made in Italy, inimitabile e unico, conosciuto e riconosciuto in tutto il mondo.

comunicato stampa

22 MAGGIO – TORINOGGI

Inalpi, un progetto editoriale al fianco delle stelle

0 Consiglia

Un omaggio esclusivo, firmato e distribuito da Inalpi, nato da una consolidata collaborazione con Guida Michelin, confermato in occasione della presentazione ufficiale dell'edizione 2020

"Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia" - queste le parole, del Presidente **Inalpi SpA** - **Ambrogio Invernizzi** - che accompagnano un piccolo dono inviato ai 371 chef stellati italiani, dall'azienda lattiero casearia di Moretta.

Un omaggio esclusivo, un progetto editoriale, firmato e distribuito da **Inalpi**, nato da una consolidata collaborazione con Guida Michelin, un naturale binomio, confermato anche in occasione della presentazione ufficiale dell'edizione 2020, avvenuta il 6 novembre scorso a Piacenza. A fianco dell'istituzionale e storica "**Guida Michelin**" ha quindi visto la luce "**I migliori ristoranti d'Italia - *Le stelle della Guida Michelin***", un abstract nel quale la storia, la filiera corta e certificata, la qualità e i prodotti **Inalpi** si affiancano alle eccellenze gourmet, i ristoranti stellati italiani.

Un prodotto editoriale unico, costruito sui quei valori che da sempre caratterizzano l'operato di **Inalpi**, e che sono ben riconoscibili in ogni frammento della pubblicazione a partire dalla copertina: "Lumache di Cherasco ai Porri Dop di Cervere e Burro di Filiera **Inalpi**", il piatto raffigurato e realizzato dall'Antica Corona Reale di Cervere, dallo chef stellato **Gian Piero Vivalda**. Un omaggio alla storia di una famiglia, alla figura di Renzo Vivalda, che da 205 anni, nella stessa location, portano avanti la cultura della cucina di alta qualità, una vera e propria pietra miliare della nostra tradizione.

"Con questa iniziativa **Inalpi** ha voluto essere al fianco dei principali protagonisti della cucina stellata italiana, proprio nel momento della riapertura dei loro ristoranti" - dichiara **Pierantonio Invernizzi** - Direttore Commerciale e Marketing **Inalpi SpA**. Ed è con questo spirito che sono partite negli scorsi giorni, da Moretta, con destinazione tutta Italia, le 371 copie dell'edizione "stellata".

Un omaggio all'eccellenza, un dono unico per esprimere vicinanza e simbolicamente ripartire tutti insieme, con l'auspicio di poter affrontare esperienze e progetti che saranno fonte di nuovi percorsi e base da cui ricominciare a raccontare la preziosità della cucina gourmet italiana. Consapevoli che ogni chef, ambasciatore del gusto e di una cucina unica, rappresenta una vera e propria bandiera di quel Made in Italy, inimitabile e unico, conosciuto e riconosciuto in tutto il mondo.

comunicato stampa

22 MAGGIO – TARGATOCN

Moretta: con INALPI un progetto editoriale... al fianco delle stelle

Ambrogio Invernizzi: "Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia"

"Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia" - queste le parole, del Presidente Inalpi SpA - **Ambrogio Invernizzi** - che accompagnano un piccolo dono inviato ai 371 chef stellati italiani, dall'azienda lattiero casearia di Moretta.

Un omaggio esclusivo, un progetto editoriale, firmato e distribuito da Inalpi, nato da una consolidata collaborazione con Guida Michelin, un naturale binomio, confermato anche in occasione della presentazione ufficiale dell'edizione 2020,

avvenuta il 6 novembre scorso a Piacenza. A fianco dell'istituzionale e storica "Guida Michelin" ha quindi visto la luce "I migliori ristoranti d'Italia - Le stelle della Guida Michelin", un abstract nel quale la storia, la filiera corta e certificata, la qualità e i prodotti Inalpi si affiancano alle eccellenze gourmet, i ristoranti stellati italiani.

Un prodotto editoriale unico, costruito sui quei valori che da sempre caratterizzano l'operato di Inalpi, e che sono ben riconoscibili in ogni frammento della pubblicazione a partire dalla copertina: "Lumache di Cherasco ai Porri Dop di Cervere e Burro di Filiera Inalpi", il piatto raffigurato e realizzato dall'Antica Corona Reale di Cervere, dallo chef stellato Gian Piero Vivalda. Un omaggio alla storia di una famiglia, alla figura di Renzo Vivalda, che da 205 anni, nella stessa location, portano avanti la cultura della cucina di alta qualità, una vera e propria pietra miliare della nostra tradizione.

"Con questa iniziativa Inalpi ha voluto essere al fianco dei principali protagonisti della cucina stellata italiana, proprio nel momento della riapertura dei loro ristoranti" - dichiara **Pierantonio Invernizzi** - Direttore Commerciale e Marketing Inalpi SpA. Ed è con questo spirito che sono partite negli scorsi giorni, da Moretta, con destinazione tutta Italia, le 371 copie dell'edizione "stellata".

Un omaggio all'eccellenza, un dono unico per esprimere vicinanza e simbolicamente ripartire tutti insieme, con l'auspicio di poter affrontare esperienze e progetti che saranno fonte di nuovi percorsi e base da cui ricominciare a raccontare la preziosità della cucina gourmet italiana. Consapevoli che ogni chef, ambasciatore del gusto e di una cucina unica, rappresenta una vera e propria bandiera di quel Made in Italy, inimitabile e unico, conosciuto e riconosciuto in tutto il mondo.

comunicato stampa

22 MAGGIO – LE-ULTIME-NOTIZIE

Inalpi, un progetto editoriale al fianco delle stelle

Home › Notizie Torino › Torino Oggi

Un omaggio esclusivo, firmato e distribuito da Inalpi, nato da una consolidata collaborazione con Guida Michelin, confermato in occasione della presentazione ufficiale dell'edizione 2020

"Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia" – queste le parole, del Presidente Inalpi SpA – Ambrogio Invernizzi – che accompagnano un piccolo dono inviato ai 371 chef stellati italiani, dall'azienda lattiero casearia di Moretta.

Un omaggio esclusivo, un progetto editoriale, firmato e distribuito da Inalpi, nato da una consolidata...
la provenienza: Torino Oggi

22 MAGGIO – LAVOCEDIALBA

Moretta: con INALPI un progetto editoriale... al fianco delle stelle

1 Consiglia

Ambrogio Invernizzi: "Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia"

"Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia" - queste le parole, del Presidente Inalpi SpA - **Ambrogio Invernizzi** - che accompagnano un piccolo dono inviato ai 371 chef stellati italiani, dall'azienda

lattiero casearia di Moretta.

Un omaggio esclusivo, un progetto editoriale, firmato e distribuito da Inalpi, nato da una consolidata collaborazione con Guida Michelin, un naturale binomio, confermato anche in occasione della presentazione ufficiale dell'edizione 2020, avvenuta il 6 novembre scorso a Piacenza. A fianco dell'istituzionale e storica "Guida Michelin" ha quindi visto la luce "I migliori ristoranti d'Italia - Le stelle della Guida Michelin", un abstract nel quale la storia, la filiera corta e certificata, la qualità e i prodotti Inalpi si affiancano alle eccellenze gourmet, i ristoranti stellati italiani.

Un prodotto editoriale unico, costruito sui quei valori che da sempre caratterizzano l'operato di Inalpi, e che sono ben riconoscibili in ogni frammento della pubblicazione a partire dalla copertina: "Lumache di Cherasco ai Porri Dop di Cervere e Burro di Filiera Inalpi", il piatto raffigurato e realizzato dall'Antica Corona Reale di Cervere, dallo chef stellato Gian Piero Vivalda.
Un omaggio alla storia di una famiglia, alla figura di Renzo Vivalda, che da 205 anni, nella stessa location, portano avanti la cultura della cucina di alta qualità, una vera e propria pietra miliare della nostra tradizione.

"Con questa iniziativa Inalpi ha voluto essere al fianco dei principali protagonisti della cucina stellata italiana, proprio nel momento della riapertura dei loro ristoranti" - dichiara **Pierantonio Invernizzi** - Direttore Commerciale e Marketing Inalpi SpA. Ed è con questo spirito che sono partite negli scorsi giorni, da Moretta, con destinazione tutta Italia, le 371 copie dell'edizione "stellata".

Un omaggio all'eccellenza, un dono unico per esprimere vicinanza e simbolicamente ripartire tutti insieme, con l'auspicio di poter affrontare esperienze e progetti che saranno fonte di nuovi percorsi e base da cui ricominciare a raccontare la preziosità della cucina gourmet italiana. Consapevoli che ogni chef, ambasciatore del gusto e di una cucina unica, rappresenta una vera e propria bandiera di quel Made in Italy, inimitabile e unico, conosciuto e riconosciuto in tutto il mondo.

comunicato stampa

22 MAGGIO – LIBERO.247

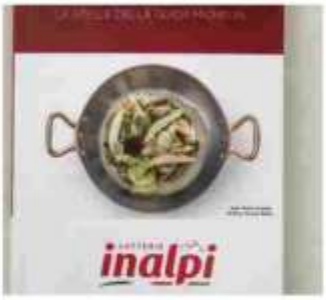
Inalpi, un progetto editoriale al fianco delle stelle

Torino Oggi.it | 1 | 4 ore fa

Un prodotto editoriale unico, costruito sui quei valori che da sempre caratterizzano l'operato di Inalpi , e che sono ben riconoscibili in ogni frammento della pubblicazione a partire dalla copertina: "Lumache di Cherasco ai Porri Dop di Cervere e ...

Leggi la notizia

Persone: gian piero vivalda renzo vivalda
Organizzazioni: porri inalpi spa
Luoghi: cervere italia
Tags: progetto stelle



ALTRE FONTI (8)

Moretta: con INALPI un progetto editoriale... al fianco delle stelle

... tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia " " queste le parole, del Presidente Inalpi SpA " Ambrogio Invernizzi " che accompagnano un piccolo dono inviato ai 371 ...

Targatocn.it - 4 ore fa

Persone: presidente ambrogio invernizzi
Organizzazioni: inalpi spa
Tags: progetto stelle

Al Tavolo della filiera latte in Regione l'assessore all'Agricoltura Protopapa auspica accordi condivisi sul prezzo alla stalla

... la Inalpi Spa di Moretta si era impegnata a ritirare 500 tonnellate di latte alla settimana ... Presto verrà attuato un **progetto** di valorizzazione dei prodotti piemontesi anche nella Grande ...

Targatocn.it - 20-5-2020

Persone: tavolo protopapa
Organizzazioni: regione agricoltura
Luoghi: piemonte francia
Tags: filiera latte

Cocotteria Reale: tutto l'amore per il nostro territorio in un nuovo progetto

... anche oltre confine, il valore, le tradizioni e la storia delle aziende che rendono questa terra unica, viva e apprezzata, sono le ragioni che stanno alla base di un nuovo **progetto** ideato da Inalpi ...

Sanremo news.it - 2-5-2020

Persone: corona federica barbero
Organizzazioni: inalpi s.p.a instagram
Luoghi: monaco piemonte
Tags: territorio amore

Cocotteria Reale: tutto l'amore per il nostro territorio in un nuovo progetto Inalpi

... anche oltre confine, il valore, le tradizioni e la storia delle aziende che rendono questa terra unica, viva e apprezzata, sono le ragioni che stanno alla base di un nuovo **progetto** ideato da Inalpi ...

Torino Oggi.it - 30-4-2020

Persone: gian piero vivalda latterie inalpi
Organizzazioni: instagram inalpi s.p.a
Luoghi: monaco piemonte
Tags: territorio amore

Cocotteria Reale arriva a Monaco: tutto l'amore per il nostro territorio in un nuovo progetto di Inalpi Spa

... anche oltre confine, il valore, le tradizioni e la storia delle aziende che rendono questa terra unica, viva e apprezzata, sono le ragioni che stanno alla base di un nuovo **progetto** ideato da Inalpi ...

Targatocn.it - 30-4-2020

Persone: latterie inalpi corona
Organizzazioni: inalpi spa instagram
Luoghi: monaco piemonte
Tags: territorio amore

Inalpi e Piemonte Latte per la crescita di Latterie Alpine

FOTO

Inalpi, un progetto editoriale al fianco delle stelle
Torino Oggi.it - 25-1-2020

1 di 1

24 MAGGIO – FORMAGGI & CONSUMI

guida buyer
Maggio 2020

di Elisa Tonussi

Speciale burro

Alimento fondamentale per la nutrizione umana, è ottimo in preparazioni sia dolci sia salate, o semplicemente spalmato sul pane. Ottenuto dalla parte grassa del latte, che viene separata dal siero e fatta condensare, può essere centrifugato o chiarificato, o perfino delattosato. È prodotto con latte vaccino, talvolta di montagna, ma esiste anche nelle versioni di bufala e di capra. Apprezzato da un sempre crescente numero di consumatori, vanta tradizioni antichissime. Che, ancora oggi, vengono tramandate di generazione in generazione dalle famiglie di casari. Nelle prossime pagine, le proposte delle principali aziende italiane.

Brimi (Centro Latte Bressanone)

www.brimi.it

Thomas Reiter, responsabile marketing

"Il burro di Brimi si caratterizza per essere ottenuto da panne fresche da centrifuga 100% Alto Adige senza Ogm. Il nostro prodotto è destinato tanto al canale food service, quanto alla distribuzione e quello più apprezzato è il formato Premium disponibile in confezione da 250 grammi. Siamo soddisfatti dell'andamento del segmento del burro, che nel 2019 ha confermato le performance del 2020".

BURRO SCIAVES

Il marchio tradizionale Schabser-Sciaves e quello di Qualità Alto Adige garantiscono l'utilizzo della pura panna centrifugata prodotta con latte 100% altoatesino proveniente dai masi ubicati in alta montagna, naturalmente privo di Ogm. La lavorazione della panna fresca permette al burro Sciaves di Brimi di mantenere intatte le preziose qualità della materia prima utilizzata, per un burro dal sapore unico e delizioso, da gustare al naturale sul pane o come ingrediente per ricette, per esempio i dolci.

Pezzatura
250 g.
Ingredienti
Panna fresca centrifugata

Fattorie Fiandino in Piemonte

www.fattoriefiandino.it

Egidio Fiandino, titolare

"Il Burro 1889 delle Fattorie Fiandino viene prodotto con panne ottenute per centrifuga da latte 100% piemontese e lasciate riposare 72 ore prima di essere lavorate. E' disponibile in tre versioni: classico, salato e al cucchiaio. Ed è utilizzabile per preparazioni sia dolci sia salate. In ambito professionale viene utilizzato nella versione classica e salata da grandi maestri pasticceri per le loro preparazioni, mentre il Burro al cucchiaio trova la sua massima espressione in ambito domestico nel consumo in purezza. Per il Burro salato 1889 viene utilizzato sale integrale marino di Trapani delle saline Culcasi. Distribuiamo i nostri prodotti principalmente in Gdo, nel dettaglio specializzato, nella ristorazione e nelle pasticcerie professionali. Le caratteristiche salienti di questo prodotto sono l'eccezionale qualità della materia prima e l'assenza di qualsiasi tipo di conservante. In particolare, il prodotto più diffuso e apprezzato è il Burro 1889 nella versione classica che ha come target di riferimento la ristorazione, la cucina e l'alta pasticceria. Il Quality Award 2020 ha premiato il Burro 1889 come 'assolutamente consigliabile' da un'ampia platea di consumatori".

BURRO 1889 CLASSICO E SALATO

Burro prodotto con panne ottenute per centrifuga da latte 100% piemontese e lasciate riposare 72 ore prima di trasformarsi in un soffice e avvolgente abbraccio di latte.
Ingredienti
Materia grassa minima: 82%.
Pezzatura
100 g, 200 g, 500 g, 5 kg, 25 kg.
Shelf life
120 giorni.

Armonie Alimentari

www.armoniealimentari.it

Gabriele Menozzi, presidente

"La nostra azienda ha da poco iniziato a muovere i primi passi nel segmento del burro. Abbiamo deciso di intraprendere questo percorso con la volontà di diversificare la nostra gamma e di rafforzare l'identità aziendale. Abbiamo quindi lanciato la linea Armonie Buon latte non mente, che si distingue grazie a un'accurata selezione della materia prima - latte 100% italiano - e un packaging semplice, ma al tempo stesso elegante. Offriamo un ampio range di formati, dai mono-porzione (in astuccio da 10 pezzi o in cartoncino da 100 pezzi) ai formati famiglia (500 g, 1 kg), passando attraverso i panetti da 100 g e da 200 g. Il segreto della cremosità del nostro burro sta nelle tradizioni, che la nostra azienda si ripropone di valorizzare. Questa novità ci sta già dando grandi soddisfazioni: abbiamo inserito diverse referenze in importanti strutture della Gdo e la richiesta è crescente. Prevediamo che il burro contribuirà alla crescita di fatturato della nostra azienda, incidendo del 5% circa sul fatturato complessivo".

BURRO ARMONIE – BUON LATTE NON MENTE

Burro cremoso prodotto con panne 100% italiane.
Pezzatura
Cofanetto da 100 monoporzione (8 g l'una).
Ingredienti
Minimo 82% di grassi lattieri.
Shelf life
110 giorni.

Brazzale

www.brazzale.com

Rita Marchesini, responsabile marketing

"Per la Brazzale, mastri burrai dal 1784 e in attività ininterrotta da almeno otto generazioni, quello del burro è uno dei business principali fin dalle origini. Abbiamo scelto di adottare un modo completamente diverso di pensare alla filiera nel suo complesso, cominciando il percorso dalla selezione e dalla raccolta del latte, e non dalle panne come accade di solito, passando per la costruzione di impianti e linee ad hoc, e arrivando all'estrema cura delle operazioni di centrifugazione e affioramento, per ottenere le migliori panne da burrificare. L'obiettivo è stato riportare il burro al centro della filiera produttiva, curando ogni anello del processo produttivo, e ciò per entrambe le tipologie di burro che realizziamo nella 'Filiera Panna Ecosostenibile', un sistema organizzato che conta su 160 aziende agricole in Moravia (Repubblica Ceca), che comprendono sia fattorie di pianura sia di strutture di montagna: il Burro Superiore Fratelli Brazzale e il Burro delle Alpi Premium. Il burro migliore si può realizzare solo con una propria filiera panna, ideata, garantita e seguita passo dopo passo, ogni giorno, per ottenere il burro migliore. Comprando semplicemente le panne sul mercato non è possibile garantire un prodotto premium".

BURRO SUPERIORE FRATELLI BRAZZALE ROLL – SALATO

Burro Superiore Fratelli Brazzale dal sapore delicato, fresco e leggermente salato. Ottenuto direttamente da freschissime panne di centrifuga, zangolate entro 24 ore dalla mungitura del latte. Realizzato con materia grassa all'84%, si caratterizza per la struttura omogenea e per essere eccezionalmente cremoso e spalmabile, di colore paglierino chiaro. Si distingue per l'aroma delicato, fresco e leggermente salato. Fa parte della gamma aromatizzati della linea Burro Superiore Fratelli Brazzale; disponibile in panetti da 125 grammi o rollini da 40 grammi, che comprende: Burro classico, Burro salato, Burro affumicato, Burro con erba cipollina o con finocchietto selvatico. Il Burro Superiore Fratelli Brazzale classico è disponibile anche nel panetto da 250 grammi o in formato hotel.
Pezzatura
Roll da 40 grammi incartato a mano; panetto da 125 grammi.
Ingredienti
Burro, sale marino integrale (1,3%).
Shelf life
60 giorni dal confezionamento.

Gruppo Formaggi del Trentino

www.formaggideltrentino.store/it/

Anna Rizzi, responsabile marketing

"La produzione di burro incide sul fatturato del Gruppo Formaggi del Trentino per circa il 13%. Il nostro Burro Trentino ha origine da latte italiano, proveniente da allevamenti locali. Viene prodotto presso le strutture del Consorzio dei caseifici sociali trentini (di cui il Gruppo Formaggi rappresenta l'unità commerciale) da panna ottenuta nei caseifici dalla scrematura naturale del latte per affioramento o da centrifuga, e conferita giornalmente. La crema di latte pastorizzata è l'unico ingrediente del nostro burro, che è completamente privo di conservanti. La nostra gamma, inoltre, prevede inoltre una serie di formati con grammature diverse, per rispondere alle differenti esigenze dei consumatori e anche del settore Horeca. Al nostro prodotto è stato riconosciuto un posizionamento medio-alto, dunque il nostro target riferimento sono consumatori di fascia medio-alta con una buona propensione di spesa per il settore agroalimentare premium. La referenza più apprezzata, comunque, è il formato da 250 grammi, adatto ai nuclei familiari di medie-piccole dimensioni".

BURRO TRENTINO

Il Burro Trentino ha origine esclusivamente da latte italiano, proveniente da allevamenti locali. Viene prodotto presso le strutture del Consorzio dei caseifici sociali trentini (di cui il Gruppo Formaggi rappresenta l'unità commerciale) da panna ottenuta nei caseifici dalla scrematura naturale del latte per affioramento o da centrifuga, e conferita giornalmente. La crema di latte pastorizzata è l'unico ingrediente del nostro burro, che è completamente privo di conservanti.
Pezzatura
250 g.
Ingredienti
Panna pastorizzata.
Shelf life
120 giorni.

segue

Inalpi
www.inalpi.it

Simona Rovella, coordinamento vendite Italia

"Oggi Inalpi, con una produzione annua di 10mila tonnellate, è tra i principali produttori italiani di burro. Il raggiungimento di un traguardo così importante non è casuale, ma frutto di un lavoro che si è sviluppato nel tempo, di investimenti mirati e di una programmazione attenta concretizzati nell'ampliamento dello stabilimento, avviato nel 2017, il cui progetto ha incluso anche il potenziamento dell'area dedicata alla cristallizzazione del burro, denominatore dell'intera storia di Inalpi. Oggi è una referenza di considerevole importanza, che per il comparto Industrial rappresenta oltre il 45% del fatturato, a cui va aggiunta la crescita costante nell'ambito Consumer, dove il dato si attesta intorno al 20%. I prodotti a marchio Latterie Inalpi sono da una vera e propria filosofia perché frutto di un progetto che si chiama 'filiera', nata 10 anni fa. Il progetto ha come principale obbiettivo la qualità, e coinvolge oltre 400 conferitori impegnati mediante la sottoscrizione di un protocollo di filiera basato su 5 pilastri fondanti: il benessere animale, la gestione responsabile del suolo e delle acque, la qualità del latte, la sostenibilità ambientale e la tutela dei diritti umani e dei lavoratori, perché vi sia trasparenza e legalità nei contratti di lavoro. Questo è dunque l'elemento che contraddistingue ogni prodotto a marchio Latterie Inalpi: la ricerca e l'impegno costante per fornire un prodotto genuino, tracciabile e di elevata qualità".

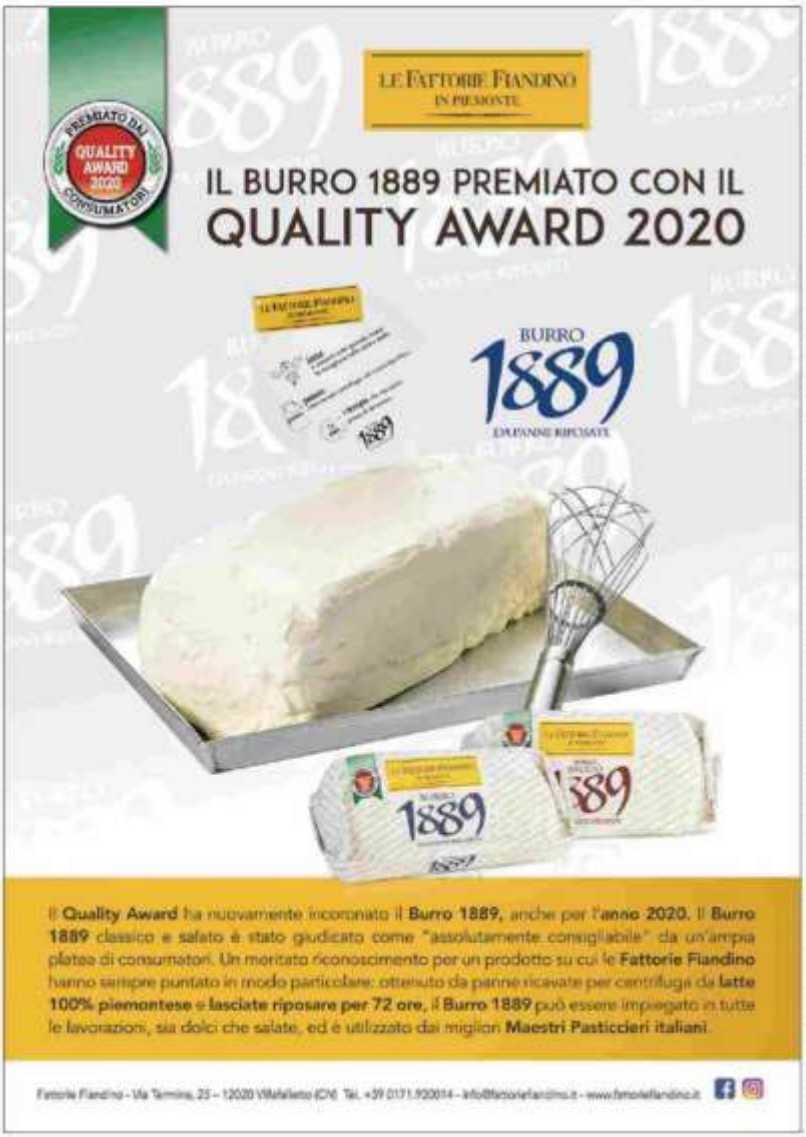
BURRO CHIARIFICATO LATTERIE INALPI

Il Burro Chiarificato o Burro Anidro Latterie Inalpi è burro da panna di centrifuga da latte 100% piemontese di filiera corta e certificata, con il 99,8% di materia grassa e naturalmente privo di lattosio. È particolarmente indicato in cottura per l'elevata resistenza alle alte temperature. E' quindi apprezzato nell'industria dolciaria, ma anche in cioccolateria. In cucina può essere utilizzato per la preparazione di ottimi dolci ma anche per leggerissime fritture o per approntare salse o creme.

Pezzatura
Burro Chiarificato 99,8% per il mercato dolciario, bakery, cioccolateria e del gelato: confezioni da 10 kg, 20 kg, 25 kg.
Burro Chiarificato 99,8% per la Gdo: confezione da 250 g.

Ingredienti
Latte 100% piemontese di filiera corta e certificata.

Shelf life
6 mesi.



Beppino Occelli
www.occelli.it

Giuseppe Occelli, titolare

"Il nostro burro è realizzato con panna dolce di centrifuga scremata da latte rigorosamente italiano e rappresenta il vero punto di partenza di una affascinante vicenda completamente dedicata al buon gusto e al conseguimento della qualità assoluta. La lavorazione in superficie, che rappresenta i simboli della montagna, inoltre, è eseguita a mano, caratteristica che secondo l'opinione dei nostri clienti rende il nostro burro 'più buono dentro e più bello fuori'. Anche l'incarto è realizzato manualmente.

BURRO BEPPINO OCCELLI 'CON IL CALCO DELLA MUCCA'

Il burro Beppino Occelli è fatto con le migliori panne dolci di centrifuga scremate da latte rigorosamente italiano e poi maturate. Il suo sapore delicato di panna, frutto di 50 anni di esperienza, stupisce anche i palati più esigenti in tutto il mondo. Il calco su ogni panetto non è fatto a macchina, ma eseguito a mano con la passione di sempre. Oltre al Burro Beppino Occelli 'con il Calco della Mucca', il prodotto più venduto, la nostra gamma include anche il Burro Beppino Occelli 'con il Calco delle Stelle Alpine', il blocco Burro Beppino Occelli 3 kg da pasticceria e il Burro Beppino Occelli in mini vaschetta 10 grammi. È possibile trovare i nostri prodotti tanto nel settore Horeca, quanto nella Gdo e nel normal trade".

Pezzatura
125 g, 250 g, 500 g.

Ingredienti
Panna da centrifuga.

Bayernland
www.bayernland.it

Bayernland è un'azienda bavarese attiva nel settore lattiero caseario con un vasto assortimento di referenze che spaziano dai formaggi affettati alla mozzarella in sfoglia e a julienne, fino ai formaggi freschi, alla panna e, naturalmente, al burro. La sede italiana dell'azienda si trova a Vipiteno (Bz) e quest'anno celebra i 50 anni dalla sua fondazione. In un'ottica di rinnovamento della proprio marchio, Bayernland ha lanciato una nuova referenza proprio nella gamma del burro: il Burro Gold Chiarificato che, come spiegato dal direttore commerciale Thomas Siller in occasione di Marca, "ha proprietà di altissimo livello. Infatti, avendo un elevato punto di calore, non brucia, è quindi perfetto sia in cucina che in pasticceria".

BURRO CHIARIFICATO GOLD BAYERNLAND

Il Burro chiarificato Gold Bayernland ideale in cucina e pasticceria ha proprietà di altissimo livello che mantiene anche in cottura assicurando efficienza anche a temperature elevate dove non brucia e non produce fumo, rendendo i cibi saporiti e deliziosi.
Ingredienti
Burro chiarificato – 99,8 % di grasso.
Pezzatura
250 g.
Confezionamento
Comodo barattolo richiudibile in plastica.
Caratteristiche
99,8 % di grasso, colore dorato, naturalmente senza lattosio, prodotto di alta qualità, mantiene le proprietà a caldo e a freddo, derivato da burro pregiato, ottimo sapore.
Shelf life
120 giorni.

Parmareggio
www.parmareggio.it

Maurizio Moscatelli, direttore commerciale

"Negli ultimi anni l'azienda ha concentrato importanti risorse aziendali nello sviluppo del Burro Parmareggio, con una gamma in grado di soddisfare tutti i bisogni dei consumatori. La referenza principale in assortimento è il Burro Parmareggio da 200 grammi, affiancato dai formati da 100 e 400 grammi. Dal 2017 è inoltre disponibile il burro delattosato da 100 grammi. Ai formati più classici si affiancano poi le monoporzioni per gli hotel e i bar, vendute in Horeca e in Gdo, e i pack da 500 grammi e da 1 Kg per il canale professionale e per l'industria. Parmareggio ha cercato di innovare in questo mercato puntando sulla provenienza della materia prima: panne provenienti dalla lavorazione del parmigiano che vengono inviate dai caseifici di Modena, Parma e Reggio Emilia per la produzione del Burro Parmareggio, dalla qualità elevata, dal sapore unico e dal gusto delicato e cremoso. Ed è proprio sulla provenienza e sui valori nutrizionali che l'azienda ha puntato per differenziare il Burro Parmareggio. Il nostro Burro nasce principalmente per il mercato interno, mercato che ha visto un incremento a doppia cifra tra marzo e aprile, dovuto al lockdown e al conseguente cambio di abitudini alimentari in fase di pandemia da Covid-19. Da alcuni anni, però, si rileva un crescente interesse anche all'estero in particolare da parte dei paesi del centro-est Europa: Germania, Austria, Polonia, Estonia, Lettonia e Lituania".

BURRO PARMAREGGIO BIO

Per andare incontro alle esigenze e soddisfare i bisogni di un consumatore in evoluzione dal punto di vista delle abitudini alimentari, stili di vita, e anche dei gusti, stiamo lanciando una nuova referenza: il Burro Parmareggio Bio nel formato da 250 g. Questo burro è prodotto esclusivamente dalle creme del latte biologico dei caseifici di Modena, Parma, Reggio Emilia e Bologna, che regalano un sapore unico ed inconfondibile ed un gusto delicato e cremoso. È ottimo a crudo, in cucina come in pasticceria. A queste caratteristiche Parmareggio abbina un pack innovativo, che conferma l'impegno verso la sostenibilità: l'incarto compostabile. Quest'ultimo infatti può essere smaltito nella raccolta differenziata dell'organico, previa eliminazione dei sigilli di metallo.
Peso medio/Pezzature
Disponibile nel formato da 250 g.
Ingredienti
Burro biologico.
Materia grassa minima: 83%.
Origine del latte biologico: Italia.
Shelf life
97 giorni.

segue

Gra-Com
www.gra-com-co

Elena Messori, titolare

"Il pregio del nostro burro è sicuramente il sapore. Un sapore pieno di un prodotto genuino e naturalmente a basso contenuto di lattosio. I consumatori apprezzano proprio queste caratteristiche, in particolare il Malfatto, nella versione da 125 e 200 grammi, venduto principalmente nella grande distribuzione, è la referenza più apprezzata. Anche il burro senza lattosio in confezioni da 125 grammi riscontra, però, un buon successo. Al momento, la produzione di burro incide per circa l'80% sul nostro fatturato, un incremento del 5% rispetto al 2018. L'export, invece, rappresenta circa l'8% del fatturato. Esportiamo i nostri prodotti in Europa: Bulgaria, Spagna, Portogallo e Grecia".

BURRO ZANASI 'MALFATTO'

Un grande classico della tradizione del Burro Zanasi, il 'Malfatto' è un prodotto di altissima qualità realizzato con solo panne italiane. Il prodotto ha ottenutoil 1° premio nel 2015 come Miglior Burro di Zangolato di Crema al Festival del Burro di Thiene.
Ingredienti
Panne provenienti unicamente da consorzi parmigiano reggiano e grana padano
Pezzatura
250 g.
Confezionamento
Carta pergamena.
Caratteristiche
Burro naturalmente a basso contenuto di lattosio.
Shelf life
120 giorni.

Latteria di Chiuro
www.latteriachiuro.it

Graziano Maxenti, commerciale

"La produzione di burro incide su 15% del fatturato di Latteria di Chiuro, che nel 2019 è cresciuta in modo significativo nel segmento registrando un +34% rispetto al 2018. Il nostro prodotto, che si caratterizza per essere prodotto da panne italiane fresche da centrifuga, è incartato a mano ed è distribuito nel normal trade, in Gd e Do e dai nostri distributori in Italia. Siamo però in fase di sviluppo anche in Europa. Il burro della nostra Latteria infatti si rivolge a chi cerca la qualità prima di tutto. Non a caso il prodotto più apprezzato è il Burro Gold".

BURRO GOLD

Il burro gold della Latteria di Chiuro è buono e sano come la panna fresca con cui è prodotto. La miglior panna per il miglior burro nella confezione migliore. È ottimo per condire i piatti, ma anche da spalmare sul pane o fette biscottate per una ricca colazione.
Pezzatura
200 g.
Ingredienti
Crema di latte pastorizzata.
Shelf life
150 giorni.

Luigi Guffanti Formaggi 1876
www.guffantiformaggi.com

Giovanni Guffanti Fiori, amministratore

"La produzione di burro incide in misura minima sul nostro fatturato, circa il 2% e nel 2019 il segmento ha confermato lo stesso andamento avuto nel 2018. Il nostro è un prodotto di nicchia, che viene distribuito principalmente nei ristoranti e nei negozi specializzati: si tratta di un prodotto di altissima qualità dalla resa molto elevata, è ottimo crudo, ma anche quando utilizzato per cucinare. Esportiamo inoltre anche negli Stati Uniti. La referenza più apprezzata è il Burro LG 100% da panna da centrifuga nel formato da 125 grammi. Quest'anno lo proponiamo come novità nella versione aromatizzata alle erbe".

BURRO LG 100% PANNA DA CENTRIFUGA ALLE ERBE

Dal cuore del Piemonte e dalla centrifuga di latte proveniente esclusivamente dalla regione, un burro delicato e dall'aromatizzazione alle erbe, ottimo per uno spuntino o per essere impiegato in cucina.
Pezzatura
100 g.
Ingredienti
Crema di latte vaccino, sale marino integrale, dolce di Cervia 1,4% media, erbe in miscuglio (timo, origano, carvi, maggiorana, rosmarino, peperoncino ed erba cipollina) 0,9% media.
Shelf life
45 giorni.

Botalla
www.botallaformaggi.com

I prodotti Botalla nascono da una storia di famiglia: i Bonino, che tramandano la qualità, i sapori e i valori che contano. Con questa passione per la tradizione, dal 1947 la famiglia Bonino porta nel mondo il gusto autentico del Piemonte. Sandro Bonino, infatti, ha rilevato l'azienda nel 1978 e ha continuato a custodire la sapienza dell'antica tradizione casearia piemontese, introducendo però gradualmente la giusta innovazione. Il Burro Botalla, proprio come una volta, è realizzato solo con panne di qualità, ottenute attraverso un processo di scrematura del latte durante la produzione dei formaggi Botalla. Dalla zangola alla panettatrice, ogni panetto di burro viene maneggiato con cura e controllato dai tecnici dell'azienda, che ne assicurano la massima qualità. Viene poi confezionato a mano con la passione e la cura che si riserva alle creazioni più delicate.

IL BURRO BOTALLA

Prodotto ogni giorno con panna fresca di alta qualità, è lavorato e confezionato a mano, in maniera artigianale. Molto versatile, ben si presta ai molteplici usi in cucina oppure gustato sul pane con un po' di zucchero per una merenda tradizionale e sana.
Pezzatura
250 g, incartatao e confezionato a mano.
Ingredienti
Materia grassa minima: 82%.
Shelf life
47 giorni dalla data di confezionamento.