dal **17 SETTEMBRE** 2018
al **23 SETTEMBRE** 2018

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

24 SETTEMBRE – ECO DI BIELLA

PONDERANO Iniziativa dell'Istituto comprensivo

Diari gratis a scuola da una collaborazione tra Comune e Inalpi

PONDERANO Su iniziativa del Comune e per il secondo anno consecutivo, gli studenti di rientro dalle vacanze estive hanno ricevuto, a titolo gratuito, il diario scolastico realizzato in collaborazione tra l'Istituto Comprensivo di Gaglianico e le Latterie Inalpi. L'azienda si è fatta interamente carico dei costi di produzione e distribuzione dei diari scolatici, permettendo al Comune di offrire un servizio a sostegno delle famiglie già gravate dagli elevati costi imposti dall'acquisto del materiale scolastico. I diari distribuiti nelle scuole (*nella foto un momento alla Primaria*) costituiscono un valido strumento didattico: al suo interno gli studenti troveranno un estratto del patto educativo di corresponsabilità, il piano triennale dell'offerta formativa, tabelle utili all'annotazione dell'orario provvisorio e definitivo delle lezioni e delle valutazioni periodiche delle prove sostenute. Oltre a ciò, ciascun diario contiene al suo interno una sezione in cui i ragazzi potranno annotare le comunicazioni quotidiane tra scuola e famiglia, cosicché i genitori potranno restare sempre aggiornati sugli avvisi notificati in classe.

26 SETTEMBRE – ECO DEL CHISONE

SALONE DEL GUSTO, SPAZIO INALPI

Nella giornata di apertura di Terra Madre Salone del Gusto, il Ministro dell'Agricoltura - Gian Marco Centinaio - ha visitato lo spazio Inalpi. L'incontro è servito per far conoscere l'attività di una realtà, come quella dell'azienda di Moretta, che è impegnata nella valorizzazione del territorio e dei suoi prodotti. Partendo dal discorso di apertura del ministro Centinaio: *«Ciascuno di noi deve sapere quello che ha nel piatto: gli italiani devono essere consumatori sempre più consapevoli ed è quindi necessario lavorare su tutta la filiera»*, il presidente Inalpi, Ambrogio Invernizzi, ha illustrato a lui la filiera Inalpi, corta e controllata, fatta di lavoro e impegno sul territorio.

26 SETTEMBRE – FORMAGGI & CONSUMI

SPECIALE BURRO

Un mercato che registra tassi fortemente negativi a volume (-6,4%), nei primi sei mesi dell'anno. Con un deciso incremento a valore (+14,3%), per un fatturato totale di oltre 330 milioni di euro. Premiata la componente di servizio e le nicchie, come il salato e il delattosato. Che crescono a volume e valore, ma con numeri molto contenuti. In vetrina le offerte delle aziende.

A cura di Alice Realini

Sono 20 milioni le famiglie italiane che consumano burro, con un tasso di penetrazione dell'83%. Ma, come ormai da tempo, questo mercato è costantemente sull'ottovolante. Il fronte dei volumi vede una sensibile riduzione delle vendite (-6,4%) nel canale Iper+Super+Lsp (Iri, At giugno 2018). In territorio decisamente positivo il valore, che cresce del 14,3% per effetto degli aumenti della materia prima. Più contenuti rispetto al boom del 2017 ma ancora su valori decisamente alti. Ed è proprio la materia prima, insieme alla decisa ripresa dei consumi, attesa ma che invece tarda ad arrivare, la principale ragione di preoccupazione degli operatori, del settore caseario ma anche di quelli che hanno nel burro un importante ingrediente, come il dolciario, in particolare per i prodotti da ricorrenza. L'andamento del prezzo del burro, da sempre, mostra una correlazione inversa con la disponibilità di materia grassa nel latte. Ue. Quando questa si riduce, il prezzo del burro aumenta, come accaduto nel 2017. E viceversa. Ma dall'inizio 2018, secondo l'analisi degli esperti di Clal.it, questa correlazione non c'è più. L'offerta di materia grassa nelle consegne di latte è aumentata. E, nonostante questo, i prezzi del burro sono rimbalzati a livelli elevati, vicini ai 6mila euro/tons. Quali le cause? Sicuramente, l'aumento della disponibilità di materia grassa è stato assorbito più da formaggi, che dal burro. Ma questo non basta a spiegare la dinamica dei prezzi, poiché i consumi restano bassi e l'offerta è dunque superiore alla domanda. Nelle pagine che seguono la dettagliata analisi di Clal.it, con i dati più recenti disponibili, mostra chiaramente questi andamenti del mercato. Che sembra in effetti diretto verso un incremento degli stock privati, generato dalla volontà degli operatori di puntare a maggiori guadagni che possano fronteggiare l'attuale situazione più disponibilità di prodotto e minori consumi. Facendo così rialzare i prezzi.

DIMENSIONI E TREND DEL MERCATO

Totale Italia Iper+Super+Lsp (da 100 a 399 mq) - At giugno 2018	VENDITE IN VOLUME	% VAR. VENDITE IN VOLUME SU ANNO PRECEDENTE	VENDITE IN VALORE	% VAR. VENDITE IN VALORE SU ANNO PRECEDENTE
Burro	34.014.265	-6,4	330.579.962	14,3
Burro Normale	31.705.364	-7,3	302.807.776	14,0
Burro Salato	521.383	6,7	6.636.498	17,1
Burro Leggero/delattosato	1.682.973	10,1	19.532.363	18,9
Burro Altri Tipi Di Burro	104.546	-4,2	1.603.320	1,5

ALLOCAZIONE NEI CANALI E NELLE AREE

At giugno 2018	VENDITE IN VOLUME	SALES LOCATION IN VOLUME	VENDITE IN VALORE	SALES LOCATION IN VALORE
TOTALE ITALIA (Iper+super+Lsp (da 100 a 399 mq)	**34.014.265**	**100,0**	**34.014.265**	**100,0**
Nord-ovest	11.855.737	34,9	119.569.439	36,2
Nord-est	9.479.913	27,9	89.691.882	27,1
Centro + Sardegna	7.664.154	22,5	72.784.331	22,0
Sud	5.014.463	14,7	48.534.310	14,7
Ipermercati	4.254.614	12,5	40.576.440	12,3
Supermercati	24.312.216	71,5	235.038.997	71,1
Lsp	5.447.437	16,0	54.964.526	16,6

RANKING DEI PRODUTTORI A VALORE

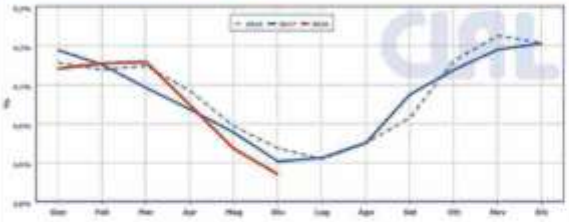
Totale Italia Iper+Super+Lsp (da 100 a 399 mq) - At giugno 2018		
	1 - Formaggio Alimentari	I primi tre produttori coprono a valore il 19,8% del mercato. Le Pl coprono il 21,8%
	2 - Latteria Sociale	
	3 - Locatelli Italia	

Fonte: Ic

Nei primi sei mesi del 2018 calo il comparto nel suo complesso, a volume (-6,4%), nei canali Iper+Supermercati+Lsp (Ilante Iri), mentre a valore il rimbalzo è del +14,3%, per complessivi 330 milioni di euronni vendite. Segno più, a volume, solo per burro salato e delattosato, con quantitativi contenuti però rispetto al totale Italia. Quanto alle aree, il Nord Ovest detiene la leadership dei consumi (34,9%) mentre il fanalino di coda resta il Sud Italia, con una quota del 14,7% delle vendite. Il 71,5%, infine, è vocalato nel canale supermercati, il 12,5% negli ipermercati e il 16% nel libero servizio piccolo.

L'andamento del mercato in Ue 28 - L'analisi di Clal

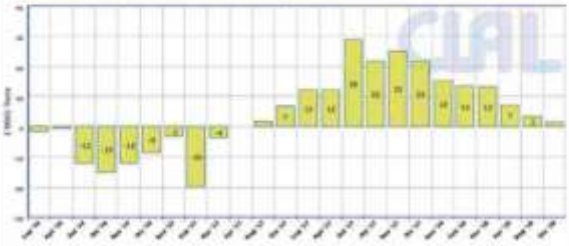
PERCENTUALE DI GRASSO NEL LATTE



Elaborazione CLAL su dati Eurostat - Ultimo aggiornamento: 30 Agosto, h 0000

CONTENUTO DI GRASSO NELLE CONSEGNE LATTE

Variazione calcolata rispetto lo stesso mese dell'anno precedente



Elaborazione CLAL su dati Eurostat - Ultimo aggiornamento: 30 Agosto, h 0000

GRASSO CONTENUTO NEL LATTE

('000) TONNELLATE	LUG '15 - GIU '16	LUG '16 - GIU'17	LUG '17 - GIU '18
OFFERTA	6.289	6.220	6.395
±Y-O-Y	+296	-869	+175
± BURRO EQUIVALENTE	+360	-84	+213

CHE DESTINAZIONE HA IL GRASSO DEL LATTE

Elaborazione CLAL

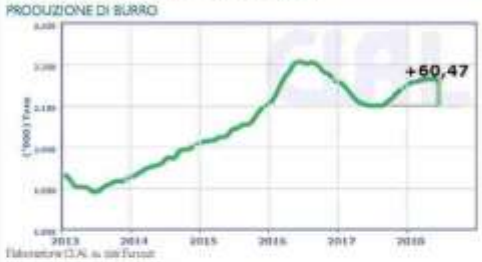
VARIAZIONE DELL'OFFERTA DI GRASSO NELLE CONSEGNE LATTE E PREZZO DEL BURRO IN UE-28

La variazione di grasso è calcolata sull'anno mobile

Elaborazione CLAL su dati Eurostat - Ultimo aggiornamento: 30 Agosto, h 0000

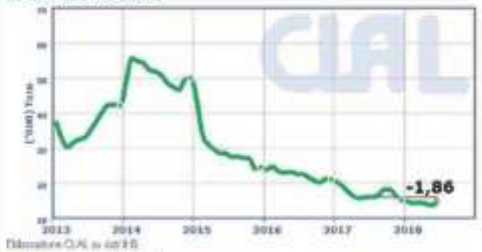
UE - 28: BILANCIO DEL BURRO (ANNO MOBILE)

PRODUZIONE DI BURRO



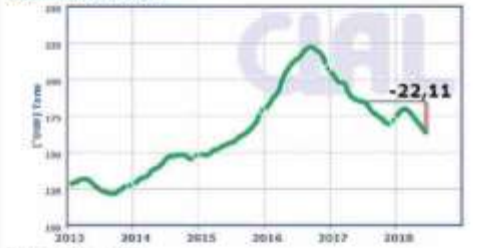
Elaborazione CLAL su dati Eurostat

IMPORTAZIONI DI BURRO



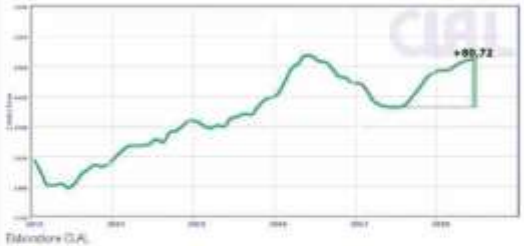
Elaborazione CLAL su dati EUROSTAT

ESPORTAZIONI DI BURRO



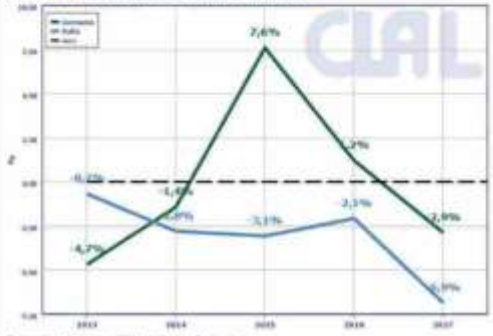
Elaborazione CLAL su dati EUROSTAT

BUTTER BALANCE (PRODUZIONE+IMPORTAZIONE + ESPORTAZIONE)



Elaborazione CLAL

GERMANIA E ITALIA TREND CONSUMI DI BURRO

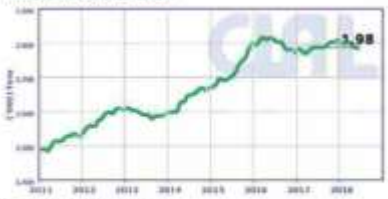


Elaborazione CLAL su dati BVE e Statistiche Bundesamt

GUIDA BUYER - SPECIALE BURRO

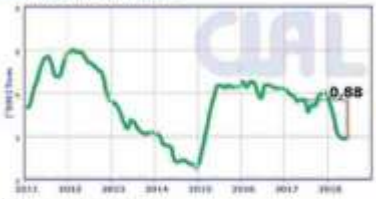
UE - 28: CREME BALANCE (ANNO MOBILE)

PRODUZIONE DI CREME



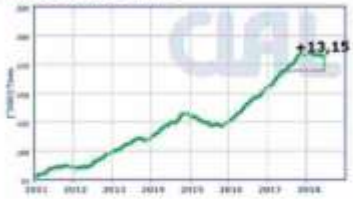
Elaborazione CLAL su dati Eurostat

IMPORTAZIONI DI CREME

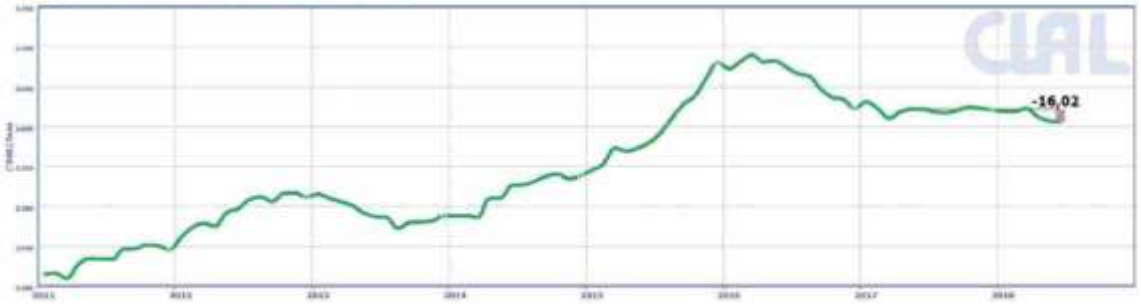


Elaborazione CLAL su dati MS

PRODUZIONE DI CREME



CREME (PRODUZIONE+IMPORTAZIONE + ESPORTAZIONE)



Bayernland

www.bayernland.it

Brand gamma burro
Bayernland

Breve descrizione della gamma
Burro di alta qualità, particolarmente adatto ad essere lavorato e utilizzato nella preparazione di ricette salate e dolci. Disponibile in formati per libero servizio, professionisti ed uso industriale.

Referenze disponibili
Burro Bayernland gold 250 grammi;
Burro Bayernland gold da 2,5 Kg (pane),
10 e 25 Kg (blocchi).

Prodotti per Horeca e Industria
Burro Bayernland gold 2,5 kg Horeca
Burro Bayernland gold blocco
da 10 Kg Industria
Burro Bayernland gold blocco
da 25 Kg Industria

Tipologia di confezionamento
Film di alluminio

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Bayernland Burro Gold è prodotto in modernissime latterie, utilizzando il ricco ed aromatico latte dei pascoli Bavaresi. Tutto il processo di burrificazione è soggetto a controlli rigorosi e prove di qualità in laboratorio. Il risultato è un burro dal sapore delicato, cremoso, spalmabile e di garantita freschezza. Disponibile in formati diversi per esigenze domestiche, professionali e industriali.

Target di riferimento
Famiglie, professionisti e Horeca, lavorazione industriale

Canali di destinazione
Distribuzione moderna, food service, pasticceria, industria

Prodotto più venduto
Burro Bayernland gold 250 grammi

Arnoldi Valtaleggio

Brand gamma burro
Arnoldi Valtaleggio, Burro l'Oro del Latte

Breve descrizione della gamma
Burro di centrifuga di alta qualità, realizzato solo da selezionatissime panne di latte vaccino. La shelf life è di 60 giorni.

Referenze disponibili
Vasetto trasparente in Pp da 200 grammi, panetto da 250 grammi con incarto nero, rivettato

Peso medio/Pezzature
200 e 250 grammi

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Il gusto del vero burro perfetto anche da spalmare grazie alla sua eccezionale cremosità, con materia prima 100% italiana.

www.arnoldivaltaleggio.it

Sanguedolce

Brand gamma burro
Saporosa

Breve descrizione della gamma
Il marchio Saporosa di Puglia è la corona posta sul capo dell'azienda Sanguedolce. Con questo termine, un incrocio linguistico tra sapore e rosa, celebre segno distintivo che firma i prodotti Sanguedolce, l'azienda contraddistingue l'élite dei derivati del latte. Non una linea come tutte, ma quella nata per soddisfare palati sempre più esigenti, che comprende, oltre al burro, anche formaggi freschi a pasta filata, formaggi a pasta filata, affumicati, giuncate e ricotta.

Tipologia di confezionamento
In carta

Novità
Burro senza lattosio

Pezzature
125 e 250 grammi

Incidenza burro sul fatturato
15%

Trend vendite 1° semestre 2018
Positivo

Prodotto più venduto
125 grammi

www.sanguedolce.com

Beppino Occelli

www.occelli.it

Brand gamma burro
Burro Beppino Occelli "con il Calco della Mucca", Burro Beppino Occelli "con il Calco delle Stelle Alpine"

Referenze disponibili
Burro Beppino Occelli "con il Calco della Mucca": 125, 250, 500 grammi. Burro Beppino Occelli "con il Calco delle Stelle Alpine": 100 e 200 grammi

Prodotti per Horeca e Industria
Blocco Burro Beppino Occelli 3 Kg

Tipologia di confezionamento
Il confezionamento e la lavorazione dei panetti con i tradizionali calchi vengono eseguiti a mano.

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Il burro Beppino Occelli è prodotto con le migliori panne di centrifuga scremate, da latte rigorosamente italiano. Il suo sapore delicato di panna, frutto di oltre 40 anni di ricerca, stupisce anche i palati più esigenti ed è per questo che è considerato il vero punto di partenza di una vicenda, quella di Beppino Occelli, completamente dedicata al buon gusto ed alla qualità assoluta. La lavorazione dei classici panetti con i tradizionali calchi, che rappresentano alcuni simboli della montagna rendono il Burro anche bello da vedere.

Target di riferimento
Responsabile acquisto 35-54 anni

Canali di destinazione
Gdo, Normal trade, Horeca

Prodotto più venduto
Burro Occelli Calco Mucca 125 gr

Luigi Guffanti Formaggi 1876

Brand gamma burro
Luigi Guffanti 1876

Breve descrizione della gamma
Il segreto del burro Guffanti è l'acidificazione della panna, ottenuta per centrifugazione del latte, mediante microrganismi naturalmente presenti nella panna: questo permette di ottenere un burro con caratteristiche nettamente superiori alla norma non solo per quanto riguarda l'aroma e il sapore, ma anche sotto il profilo della spalmabilità.

Pezzature disponibili
125, 250, 5.000 grammi

Caratteristiche dei prodotti
Il colore è paglierino chiaro, il sapore ricco e intenso, con una leggerissima e gradevole nota aspra. Ottenuto dalla lavorazione artigianale di panna di latte vaccino, ha l'80% di materia grassa sul secco.

Trend vendite 1° semestre 2018
+12%

Quota export e paesi di destinazione
50%

Prodotto più venduto
5mila grammi per utilizzatori professionali

www.guffantiformaggi.com

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Eurial Italia

Brand gamma burro
Grand Fermage / La Conviette

Referenze disponibili
Rotolo 1 Kg
Burro piatto 1 Kg 82% Materia Grassa
Burro piatto 1 kg 84% Mg
Burro piatto congelato 1 Kg 82% Mg
Burro piatto congelato 1 Kg 84% Mg

Prodotti per Horeca e Industria
Le referenze rotolo e piatto sono ideate per le preparazioni pasticcere.

Caratteristiche e plus marketing
Il burro Eurial è prodotto da selezionate creme francesi. Il know-how dell'azienda garantisce un prodotto naturale, autentico e di qualità. Il burro è ideato per la pasticceria e gli usi industriali. Il suo gusto autentico, con il caratteristico sapore di noce, dona una qualità incomparabile ai pasticcini e alle brioches.

Novità
Grand Fermage ha selezionato La Conviette: un burro di eccellenza confezionato in un'elegante imballo individuale a forma di caramella. Raffinato ed originale, il burro La Conviette esalta il sapore della tradizione della grande Dop Charentes-Poitou. Destinato ai canali retail e Horeca.
La gamma comprende il Burro La Conviette 10x15 grammi, disponibile anche leggermente salato, sempre nel formato da 10x15 grammi.

Canali di destinazione
Horeca, Industria, Retail

www.eurial.eu

Inalpi

Brand gamma burro
Latterie Inalpi

Breve descrizione della gamma
Il Burro è ottenuto esclusivamente da panna fresca di centrifuga, preparato per un uso domestico, professionale e industriale. Attraverso uno stringente protocollo di filiera la qualità della materia prima impiegata è ai massimi livelli per soddisfare le esigenze di consumatori ed acquirenti attenti alle caratteristiche organolettiche e all'origine del prodotto.

Referenze disponibili
Burro chiarificato da panna fresca di centrifuga
Burro piemontese da panna fresca di centrifuga, di filiera controllata e certificata

Prodotti per Horeca e industria
Burro chiarificato e in bulk. Da 250 gr, 20 Kg, 25 Kg, full truck

Tipologia di confezionamento
Panetto, bulk, truck

Pezzature
125 gr; 250 gr; 1 Kg, 20 Kg, 25 Kg, full truck

Caratteristiche e plus marketing
Prodotti ottenuti esclusivamente da panna fresca di centrifuga piemontese. Con origine tracciata e certificata, spendibile da parte dei clienti utilizzatori industriali anche come messaggio di comunicazione sul pack di prodotto.

Canali di destinazione
Retail, Horeca, industria

Incidenza burro sul fatturato
30% circa

Trend vendite 1° semestre 2018
In crescita

Export, paesi di destinazione
Germania, Belgio, Repubblica Ceca, Sud Africa, Cina

Prodotto più venduto
Burro Piemontese da panna fresca di centrifuga di filiera controllata e certificata.

www.inalpi.it

Lactalis Italia

www.gruppolactalisitalia.com

Brand gamma burro
Burro Santa Lucia

Breve descrizione della gamma
La gamma di Burro Santa Lucia si compone di quattro formati:
- Panetto da 250 grammi
- Vaschetta da 250 grammi
- Panetto da 125 grammi
- Mini 8 gr x 125 grammi

Prodotti per utilizzatori professionali
- Burro Galbani Professionale da 1 Kg
- Burri Tourage Président Professionnel: ideali per pasta sfoglia e croissant da 2 Kg in due versioni: con 82% materia grassa e con 84% materia grassa.
- Burri Président Professionnel: ideali per pasta lievitata, brioche, frolla, crema al burro e decorazioni con 82% di materia grassa: formato da 1 e 10 Kg (da incorporazione).
- Burri concentrati senza coloranti Président Professionnel: ideali per pasta lievitata, brioche, frolla, crema al burro e decorazioni. Da 10 Kg ad alta percentuale di materia grassa (99,8%).
- Burro Président Professionnel: da 250 grammi sia dolce che salato.
- Mini Burriere Président Professionnel: da 10 gr x1 Kg sia nella versione dolce che salata.

Tipologia di confezionamento
Il confezionamento avviene tramite un foglio d'alluminio accoppiato con la carta.

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Il consumo di burro in Italia è incentrato nella ricettazione dolce o salata. Il burro Santa Lucia è ideale per questo tipo di utilizzo perché si amalgama bene con gli altri ingredienti ed è facile da spalmare.

Target di riferimento
Responsabile acquisto 25-55, principalmente del Nord Italia, classe sociale media e famiglia pluricomponente

Canali di destinazione
Dmo: 63%
Normal Trade: 22%
Food service: 15%

Prodotto più venduto
Santa Lucia Burro 250 grammi

segue

Brazzale

www.brazzale.com

Brand gamma burro
Burro delle Alpi, Alpilatte, Brazzale, Gran Moravia, Paesanella, Burro Superiore Fratelli Brazzale

Breve descrizione della gamma
Brazzale, azienda nata nel 1784, lega la sua storia proprio a quella del burro, con la realizzazione del primo burrificio industriale a Zanè, in provincia di Vicenza, già agli inizi del 1900. Particolarmente profondo l'assortimento per il comparto burro, sia di affioramento sia di centrifuga, disponibile in tutti i formati, dai 6 grammi della porzione hotel, ai 10 grammi in vaschetta monodose e fino ai 25 Kg per l'industria e gli utilizzatori professionali. Oggi Brazzale produce e confeziona burro in oltre 200 marchi, realizzati per industria e Gd-Do. Importante anche l'incidenza della private label sul fatturato del burro, che supera il 60%.

Referenze disponibili
Monodose 10 grammi in vaschetta
Panetti da 125, 250, 500 e 1.000 grammi

Prodotti per Horeca e Industria
Blocchi da 5 e 25 chilogrammi
Porzioni hotel: 6 grammi x 250 (1.500 g), 8 grammi x 125 (1.000 grammi), 10 grammi x 91 (910 grammi), 50 grammi x 20 (100 grammi). Possono essere confezionate in blister, secondo le esigenze del cliente.

Tipologia di confezionamento
Incarti e vaschette

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
I burri a marchio Alpilatte, Brazzale, Gran Moravia, Paesanella e Burro delle Alpi sono prodotti tradizionali, caratterizzati da qualità costante, attenzione alle materie prime e al prodotto, lavorato con cura nel burrificio dell'azienda. Ogni burro vanta una propria ricetta, esclusiva Brazzale, nella quale i fermenti giocano un ruolo importante. Su tutte le confezioni inoltre è stampigliato un codice che, grazie al Qr code, consente di visualizzare diverse brevi clip, in cui il professor Pier Luigi Rossi, Medico Specialista in Scienza della Alimentazione, spiega in maniera chiara, semplice e completa tutte le qualità nutrizionali del burro, le sue caratteristiche, gli importanti benefici sulla salute e sul metabolismo. Al vertice della gamma, per le sue eccezionali caratteristiche c'è il Burro Superiore Fratelli Brazzale, un prodotto chiamato a rispondere a un preciso obiettivo dei fratelli Roberto, Gianni e Pier Cristiano Brazzale, alla guida dell'azienda: realizzare il burro più buono al mondo, senza compromessi. Confezionato in modo artigianale, nel formato da 200 grammi, il Burro Superiore Fratelli Brazzale è disponibile in nuovi diversi formati: la monoporzione, il roll incartato a mano, il barattolo da 250 gr. e la vaschetta da 500 gr. Prodotto dalle caratteristiche eccezionali, è ottenuto solo da freschissime panne di centrifuga, zangolate entro 24 ore dalla mungitura del latte. Ogni aspetto è stato studiato con cura: dalla scelta del latte, selezionato appositamente, al suo trasporto, dalla centrifugazione, alla maturazione della crema, dalla burrificazione, al confezionamento per il consumo. Il Burro Fratelli Brazzale vanta l'84% di materia grassa, ed è realizzato esclusivamente con il latte di un'unica stalla, della splendida regione agricola della Moravia, in Repubblica Ceca, direttamente controllata dai tecnici Brazzale.

Canali di destinazione
Gd, Do, Discount, Industria, Grossisti, Horeca, Normal trade

Incidenza burro sul fatturato
30%

Trend vendite 1° semestre 2018
In crescita

Quota export
35%

Prodotto più venduto
Burro delle Alpi, panetto da 250 grammi

Parmareggio

www.parmareggio.it

Brand gamma burro
Parmareggio

Breve descrizione della gamma
Negli ultimi anni l'azienda ha concentrato importanti risorse nello sviluppo del Burro Parmareggio, che hanno portato ad una gamma in grado di soddisfare tutti i bisogni dei consumatori.
La referenza principale in assortimento, presente sul mercato da anni, è il Burro Parmareggio da 200 grammi, affiancato, dal 2012, dal 100 e dal 400 grammi. Questi formati sono stati pensati per andare incontro alle esigenze attuali del consumatore che preferisce prodotti con grammature ridotte e battuta di cassa contenuta, oppure su formati che permettono un maggiore risparmio. Infatti il primo è stato pensato, in una logica di servizio, per chi ha un consumo basso e meno frequente di burro, il secondo invece per chi vuole unire qualità del prodotto ad un prezzo più conveniente grazie alla pezzatura più grande.
Nel 2017 le risorse destinate ad attività di ricerca e sviluppo per il mercato del Burro si sono concentrate sullo studio e realizzazione di un nuovo prodotto, lanciato a settembre: il Burro Delattosato, attualmente disponibile nel formato da 100 grammi.

Prodotti per Horeca e Industria
Ai formati più classici si affiancano le monoporzioni, ideali per la prima colazione, per gli hotel e i bar, vendute in Horeca e in Gdo, e i formati da 500 gr e da 1 Kg, realizzati per il canale professionale e per l'industria.

Tipologia di confezionamento
Carta pergamenata accoppiata polietene. Dal punto di vista degli imballi, Parmareggio è alla continua ricerca di soluzioni che permettano di ridurre al minimo l'impatto ambientale e producano il minor numero di scarti destinati allo smaltimento.

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Parmareggio ha cercato di innovare in questo mercato puntando sulla provenienza della materia prima. Il Parmigiano viene fatto con il latte intero della mungitura della mattina e con il latte scremato della mungitura della sera. Sono le panne provenienti da tale affioramento, ed esclusivamente queste, particolarmente naturali e pregiate, che vengono inviate dai caseifici di Modena, Parma e Reggio Emilia allo stabilimento di Modena per la produzione del Burro Parmareggio, dalla qualità elevata, dal sapore unico e dal gusto delicato e cremoso.
Ed è sulla provenienza e su questi valori nutrizionali che l'azienda ha puntato come elemento innovativo, per differenziare il proprio Burro. Lo stretto contatto con i fornitori, consolidato negli anni, permette un accurato controllo della filiera produttiva, mentre verifiche qualitative durante le fasi di burrificazione e confezionamento nello stabilimento produttivo di Modena, permettono di mantenere sempre un alto livello di sicurezza e qualità alimentare.

Novità
Da settembre 2017 è sul mercato una nuova referenza: il Burro senza Lattosio Parmareggio, attualmente disponibile nel formato da 100 grammi. Il Burro senza Lattosio, ottenuto attraverso un processo di lavorazione che scinde questo zucchero nei suoi componenti più facilmente assimilabili, glucosio e galattosio, mantiene le caratteristiche di qualità e di gusto del resto della gamma Parmareggio, ed è prodotto con le panne dei caseifici ubicati nelle province di Modena, Parma e Reggio Emilia.

Target di riferimento
In generale, il responsabile d'acquisto di Parmareggio è rappresentato dalle famiglie italiane.
La nuova referenza di Burro senza Lattosio Parmareggio è dedicata a tutti coloro che hanno difficoltà a digerire questo zucchero e in generale ai consumatori attenti agli alimenti salutistici e ad uno stile di vita sano.

Trend vendite 1° semestre 2018
Parmareggio, pur nel difficile quadro di mercato, caratterizzato dal segno meno a volume, continua a crescere registrando un +6,4% a volume e un +22,7% a valore. Numeri che sono da attribuirsi prevalentemente alle performance della referenza da 200 grammi, quella più consolidata, che supera le 1.800 tonnellate all'anno con una crescita a volume del +9% e di quella da 100 grammi, che registra un +1,6%. Le risorse che l'azienda ha dedicato a questa categoria e il supporto a livello di comunicazione, grazie alla campagna televisiva andata in onda per la prima volta nel 2012 e riproposta fino a marzo 2015, hanno permesso al brand Parmareggio di diventare, con una quota del 10,1% a volume e del 9,3% a valore, azienda leader nel mercato del Burro.

Incidenza canali
Questo mercato ha raggiunto un'incidenza sui volumi totali dei prodotti a marchio dell'azienda di ca. il 30%. Quanto ai canali, il 73% è realizzato in Gdo, 18% nel Normal trade, 18% nell'Horeca, il 6% nel cash&carry e il 4% nei discount.

Quota export e paesi di destinazione
Il Burro Parmareggio nasce principalmente per il mercato interno. Da un paio d'anni si registra un crescente interesse in particolare da parte dei paesi del centro-est Europa, che hanno permesso di esportare il Burro Parmareggio in paesi quali Germania, Austria e Polonia, Estonia, Lettonia e Lituania.

Prodotto più venduto
Il formato più venduto è il Burro Parmareggio da 200 grammi, che nel 2017 ha superato le 1.200 tonnellate. (Fonte: Iri Distr. Moderna - dati At. al 01/10/2017).

Codice abbonamento: 095047

Fattorie Fiandino in Piemonte

Brand gamma burro
Burro 1889 da panne riposate 72 ore

Breve descrizione della gamma
Candido e soffice, il Burro 1889 da panne riposate 72 ore è un cuscino di latte su cui riposano ingredienti dolci e salati. Dalla centrifuga del latte, le panne si separano e si lasciano riposare per 72, ore per dar vita a un burro dal gusto delicato e dai leggeri sentori di mandorla.

Referenze disponibili
Burro 1889 da panne riposate, Burro Salato 1889 salato da panne riposate

Tipologia di confezionamento
Il Burro 1889 viene confezionato in involucri di carta per le diverse pezzature

Peso medio/Pezzature
100, 200 e 500 grammi; 5 e 25 Kg

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Con il suo 82% di massa grassa diventa un gioiello nelle mani di chef e pasticcieri, gelatieri e amanti del mangiar bene. La ricchezza in vitamine A, D ed E fanno di 1889 un ingrediente sano e importante nell'alimentazione sin dall'età di due anni. Diego Crosara, campione del mondo di pasticceria, utilizza il Burro 1889 per le sue creazioni grazie alla versatilità del prodotto e alle sue peculiarità: la pasticceria, come anche la cucina e la gelateria, rappresentano gli ambiti in cui tale prodotto riesce ad esprimersi al meglio. Alessandro Racca, gelatiere di fama internazionale, ne ama la consistenza vellutata che utilizza nei suoi gelati perché porta palabilità e cremosità. Non solo: il burro 1889 essendo prodotto da panne riposate non compromette l'aromaticità del gelato e la sua grassezza garantisce la resistenza della struttura al momento della degustazione.

Target di riferimento
Dal pasticcere professionista, all'utente finale

Canali di destinazione
Gdo Italia, dettaglio specializzato, distributori per pasticceria, catering, ristorazione

http://fattoriefiandino.it

Gra-Com

www.gra-com.it

Brand gamma burro
Zanasi

Breve descrizione della gamma
La gamma di Burro Zanasi comprende il classico, il biologico e il burro senza lattosio, tutti prodotti con ricette e materie prime italiane. Il burro senza lattosio Zanasi riporta sulle confezioni anche il marchio Lfree azzurro, certificazione che identifica e garantisce i prodotti senza lattosio il cui contenuto residuo è inferiore allo 0,01%, ben al di sotto dei limiti imposti dalla legge europea.

Referenze disponibili
La linea comprende nove referenze di burro Zanasi: si va dai pani, nelle pezzature da 15, 10 e 5 chilogrammi, alle confezioni, disponibili nei formati da 1 Kg, 500 grammi, 250 grammi, 250 grammi *malfatto*, 200 gr., 125 gr.; dalle porzioni hotel, da 8 grammi, al "burro family" in vaschetta.

Prodotti per Horeca e Industria
Burro da chilo, porzioni hotel e pani (da 5, 10, 15 Kg). Disponibile sia convenzionale che biologico e senza lattosio.

Tipologia di confezionamento
Cartaceo

Caratteristiche dei prodotti e plus marketing
Il burro a marchio Zanasi è un prodotto genuino, che ha tra i suoi principali pregi quello del gusto rotondo e di un sapore pieno, pur con un basso contenuto di lattosio.

Eventuali novità
Burro Zanasi senza lattosio, nel formato da 125 grammi e in pani da 10 Kg.

Target di riferimento
Il consumatore che predilige la qualità combinata a un cibo salutare, senza però mai rinunciare al gusto e alla genuinità dei prodotti.

Canali di destinazione
Gdo 40%, Horeca 40%, Industria 20%

Incidenza burro sul fatturato
80%

Trend vendite 1° semestre 2018
Le vendite sono in crescita del 5%

Quota export
8%

Paesi di destinazione
Vietnam, Bulgaria, Francia, Spagna, Portogallo, Inghilterra, Grecia, Est Europa, Austria, Nicaragua, Dubai, Ucraina, Belgio

Prodotto più venduto
250 grammi "Malfatto", specialità dell'azienda

Botalla

Brand gamma burro
Il burro Botalla

Breve descrizione della gamma
Dalla panna, ottenuta attraverso un processo di scrematura del latte durante la produzione dei formaggi, nasce il burro Botalla, proprio come accadeva una volta. Colore bianco avorio, profumo unico, sapore delicato. Dalla zangola alla parettatrice, ogni panetto di burro Botalla, confezionato rigorosamente a mano con cura e passione, viene controllato dai tecnici dell'azienda, che ne assicurano la massima qualità.

Tipologia di confezionamento
Incartato e confezionato a mano

Pezzatura
250 grammi

Caratteristiche e plus marketing
Prodotto ogni giorno con panna fresca di alta qualità è lavorato e confezionato manualmente panetto per panetto, in modo tradizionale. Un prodotto unico, particolarmente versatile, dal caratteristico colore giallo paglierino, ricco di sapori e profumi, che ben si presta ai molteplici usi, in cucina e in tavola.

Canali di destinazione
Gdo (50% circa), dettaglio tradizionale (50% circa)

Incidenza burro sul fatturato
5%

Trend vendite 1° semestre 2018
+25%

www.botallaformaggi.com

Una partenza... A Tutto Burro

Ha aperto i battenti, il 1° agosto ad Asiago (Vi), l'unico negozio in Italia dedicato a questo prezioso alimento e ai prodotti che lo valorizzano. Il temporary store, vero e proprio paradiso gourmet, vanta un assortimento dei migliori sul mercato, a cominciare dal pregiato F.lli. Brazzale.

C'è il Burro Superiore Fratelli Brazzale e ci sono anche i migliori burri di Bretagna e Normandia, come il Bordier e l'Vieux-Bourg. E poi le acciughe del Cantabrico, gli spaghetti trafilati a bronzo, i mieli, le marmellate, le creme al tartufo, le panne ed ogni affine prelibatezza, la pasticceria artigianale realizzata ad hoc con il Burro Fratelli Brazzale, come la Fregolotta, torta tipica dell'asiaghese, e persino il gelato.

Perché 'A tutto Burro', piccolo autentico paradiso gourmet, si trova proprio sull'Altopiano, ad Asiago, elegante cittadina incorniciata da montagne e verdi pascoli, malghe, fiori unici dai colori brillanti e cieli d'un inconfondibile blu, precisamente lungo il centrale corso IV Novembre. Qui il 1° agosto, al numero 117, il Gruppo Brazzale ha inaugurato questo temporary store. Non un ennesimo negozio bio, healty o veg, ma il primo negozio italiano totalmente dedicato al burro, il più pregevole dei derivati del latte. Un'iniziativa inusuale, in un momento in cui i volumi di burro, in Gdo, continuano a calare e a questo prodotto sembrano non credere più nemmeno quello che lo producono. Tutti, tranne uno. Che al burro, ingiustamente demonizzato negli anni passati e oggi riscoperto, per la sua ricchezza, la delicatezza, la morbidezza e le straordinarie virtù nutrizionali, crede molto: Roberto Brazzale, presidente del Gruppo Brazzale. "In Italia quasi sempre si fa burro ordinario, trasformandolo in una commodity, anche qualitativa. Un errore madornale per un prodotto dal potenziale enorme, totalmente inespresso. Il senso del nostro negozio è rompere questa specie di incantesimo negativo che grava sul burro, aprendo il cuore al consumatore con un prodotto superlativo. E facendogli sperimentare il meglio dei prodotti che permettono di valorizzare burri così special, che sono puro godimento edonistico".

Chiara Preso e Roberto Brazzale

Il negozio di Asiago

Il successo ottenuto da A tutto Burro, andato ben oltre le aspettative del Gruppo Brazzale, è il segno che i consumatori ci credono forse più di tanti operatori. La nostra visita, in un piovoso pomeriggio di fine estate, ne è la conferma: pochi i passanti sul corso ma tanta, invece, l'affluenza nel punto vendita. Tutti a comprar burro. E non certo in dosi omeopatiche. Nessuna paura davanti a un panetto di burro, se non forse quella di restare senza: nessuno esce con un pezzo solo. Bianco, pannoso, molle: assortimento e layout del negozio ricalcano questa filosofia.

Il design è semplice, pulito, estremamente raffinato e impreziosito dalla galleria del fotografo Giuliano Francesconi, che ha immortalato e sublimato questo prodotto in scatti che sono autentiche opere d'arte.

Nel piccolo punto vendita, che serve i suoi clienti anche a domicilio grazie a un furgoncino d'epoca perfettamente adattato allo scopo, è possibile gustare e imparare a distinguere tra le varietà e le infinite sfumature dei burri, proprio come accade per i formaggi e i vini. "A Tutto Burro apre un mondo di morbida, celestiale bontà, finalmente senza sensi di colpa. Gli entusiasmanti risultati che abbiamo ottenuto in questo mese di apertura, l'interesse, la fedeltà dei clienti e l'affetto con cui questa iniziativa è stata seguita in città sono stati la conferma di qualcosa cui pensavamo da tempo: il consumatore vuole tornare a consumare burro", spiega Brazzale.

E chissà che a questa iniziativa il vulcanico Gruppo non pensi già di affiancarne altre. "I miei racconti non parlano di primavere silenziose o di alberi rinsecchiti, ma di cose che ancora si possono godere purché si abbia desiderio di vita, volontà di camminare e pazienza di osservare", scriveva Mario Rigoni Stern in 'Le vite dell'Altipiano'. Forse non parlava del burro, ma di sicuro apprezzerebbe il 'desiderio di vita' e la curiosità delle centinaia di clienti del primo paradiso del burro in alta quota.

26 SETTEMBRE – NUOVA GAZZETTA DI SALUZZO

MORETTA L'azienda protagonista all'edizione di Terra Madre Salone del Gusto

Centinaio e la filiera corta

Apprezzamenti da parte del ministro all'Agricoltura al lavoro Inalpi

MORETTA «La rinnovata partecipazione di Inalpi al Salone del gusto di Torino - spiegano dall'azienda morettese - è testimonianza concreta della condivisone di valori che la kermesse propone, e ai quali Inalpi da sempre aderisce. L'eticità e la sostenibilità, principi portanti della manifestazione, sono infatti gli stessi elementi che si ritrovano in ogni prodotto Inalpi e nella filiera corta e certificata da cui essi provengono».

Inalpi è stata protagonista come "Official Partner della Piazza del gelato". L'iniziativa, condotta dal maestro gelatiere Alberto Marchetti, è stata caratterizzata da un'area gelateria nella quale si sono potuti degustare prodotti con latte in polvere, panna e latte fresco Inalpi e un'area conferenza e laboratorio.

La mensa di Terra Madre by Autogrill, ha accolto i delegati di tutto il mondo, producendo 4000 pasti al giorno per tutta la durata della manifestazione. Inalpi è stata presente con le sue specialità in alcuni "panini speciali" a base di burro e Toma Inalpi.

«Come Slow Food siamo consapevoli del lavoro svolto da Inalpi in questi anni - sottolinea Daniele Buttignol, direttore generale di Slow Food Italia -. Un lavoro che ha nella ricerca della qualità il tratto distintivo. Ed è proprio in virtù di questo percorso che abbiamo scelto uno dei prodotti di punta, il burro, per le cucine di Terra Madre Salone del Gusto».

ALLO STAND INALPI La visita del ministro Centinaio dopo l'inaugurazione

Inalpi ha inoltre aderito con i formaggini al progetto di Specchio dei Tempi e Slow Food, pensato a favore dei senzatetto. Un progetto che ha previsto, per tutta la durata della manifestazione, la realizzazione di una mensa per offrire pasti e colazioni.

INCONTRO CON INVERNIZZI

In occasione della giornata di apertura, il ministro dell'Agricoltura Gian Marco Centinaio ha visitato lo spazio Inalpi: «Ciascuno di noi deve sapere quello che ha nel piatto: gli italiani devono essere consumatori sempre più consapevoli ed è quindi necessario lavorare su tutta la filiera».

In compagnia di Ambrogio Invernizzi, il ministro ha conosciuto da vicino il lavoro condotto da Inalpi in questi anni con una filiera corta e controllata. Un protocollo, studiato e realizzato, per la prima volta in Italia, in collaborazione con la facoltà di Agraria dell'Università di Piacenza: un sistema di trasparenza che garantisce le parti. Un impegno continuo che l'azienda di Moretta declina anche in attività di formazione, strumento di confronto e dialogo, in attività volte all'attenzione al benessere animale e alla sostenibilità della filiera stessa.

27 SETTEMBRE – CORRIERE DI SALUZZO

MORETTA Gian Marco Centinaio titolare dell'Agricoltura

Inalpi, Ministro in visita

L'azienda al 50% dell'export italiano del burro

MORETTA – Visita del Ministro dell'Agricoltura Gian Marco Centinaio allo spazio Inalpi, all'interno della piazza del Gelato, in occasione dell'apertura ufficiale del salone del Gusto a Torino giovedì 20 settembre.

Il presidente dell'azienda morettese, Ambrogio Invernizzi, ha illustrato al Ministro la filiera corta Inalpi, "in cui tutti gli attori della filiera, condividono un protocollo garante di elevati standard qualitativi, studiato e realizzato, per la prima volta in Italia, in collaborazione con la Facoltà di Agraria dell'Università di Piacenza.

Un impegno continuo, ha spiegato Invenizzi al Ministro, che l'azienda di Moretta declina anche in attività di formazione, strumento di confronto e dialogo, in attività volte all'attenzione al benessere animale e alla sostenibilità della Filiera stessa".

La visita del ministro all'agricoltura Centinaio all'Inalpi

Quest'anno Inalpi è stato protagonista come "Official Partner della Piazza del gelato" allestita presso i padiglioni del Lingotto Fiere con iniziativa condotta dal maestro gelatiere Alberto Marchetti e gelati prodotti con latte in polvere, panna e latte fresco Inalpi.

Il Latte in Polvere Inalpi, tra l'altro è sbarcato da inizio settembre anche in Cina, in virtù di un accordo commerciale con la catena di distribuzione alimentare Prize Market, nei supermercati di Hong Kong.

Un primo passo per il mercato Cinese, che all'attuale rappresenta il secondo importatore mondiale di latte in polvere. Successo anche per il burro Piemontese Inalpi, prodotto da filiera corta e certificata, che è stato il burro scelto da Terra Madre Salone del Gusto e presente nelle cucine delle aree tematiche Slow Fish, Slow Meat, Semi, Cibo e Salute e presso lo stand e nei laboratori dell'Università degli Studi di scienze gastronomiche.

Non sarà superfluo ricordare che il burro Inalpi rappresenta quasi il 50% del burro italiano esportato all'estero.

aldo fauda

27 SETTEMBRE – CORRIERE DI SALUZZO

ESPOSIZIONE Il 6 e 7 ottobre presso la caserma Musso

I mattoncini del cuore

Torna l'evento per gli appassionati Lego

SALUZZO - Torna a grande richiesta Mattoncinomania, la manifestazione organizzata da Bollati Giochinfanzia in collaborazione con Lego, giunta alla sesta edizione. L'evento, patrocinato dal Comune di Saluzzo e dalla Fondazione Bertoni è in programma sabato 6 e domenica 7 ottobre presso le scuderie della caserma Mario Musso.

Alla kermesse sono attesi 120 espositori (numero ancora una volta in crescita rispetto agli anni scorsi) pronti a far ammirare le loro opere al grande nei 2000 metri quadri di esposizione. Come consuetudine, all'interno saranno presenti due sezioni: la prima dedicata agli espositori Collezionisti: appassionati Lego provenienti da diverse regioni del nord Italia con opere uniche. La seconda agli espositori Juniors: piccoli costruttori in erba con opere frutto della loro fantasia e creatività.

Il centro cittadino, dove si potrà visitare il MercAntico sarà collegato alla caserma da un comodo servizio navetta gratuito su trenino musicale. A disposizione di tutti i bambini sarà presente una grande area gioco Lego con animatrice dedicata, mentre mamma e papà potranno fare una pausa presso il punto servizio bar-ristoro gestito dal Bar Beppe.

All'interno un fornitissimo punto vendita Lego gestito da Bollati Giochinfanzia permetterà a tutti di fare acquisti usufruendo del buono sconto rilasciato all'ingresso.

«*Le novità non finiscono però qui* – spiega Romina Bollati di Bollati Giochinfanzia - *Questa edizione di Mattoncino Mania sarà dog friendly: in collaborazione con Mangimi Monge sarà a disposizione nel cortile interno un'area con dog sitter dedicata per lasciare gli amici a quattro zampe in buone mani e gustarsi la manifestazione in pieno relax*».

Tra le novità figura anche l'ambientazione del mondo acquatico marino Lego con grandi sorprese e pezzi unici e la "Royal Scenography" con statue di grandi dimensioni e speciale allestimento offerto da Armando Vivai.

«*E non è finita qui* – conclude la Bollati - *per la prima volta sarà in esposizione una vera e propria interazione tra gioco creativo e studio scientifico: Mattoncino Mania ha il piacere di ospitare il laboratorio Lego Mindstorm realizzato dai ragazzi dei licei di Scienze Applicate di Saluzzo e di Savigliano*».

Mattoncinomania sarà aperta al pubblico sabato 6 ottobre dalle 15 alle 22 e domenica 7 ottobre dalle 10 alle 19. L'ingresso è gratuito per i bambini fino a 10 anni, offerto da Acqua Eva e Inalpi. Per tutti gli altri il biglietto costerà 3.50 euro. Info sul sito mattoncinomania.it e sulla pagina facebook Mattoncino Mania Saluzzo 2018.

fabrizio scarpi

27 SETTEMBRE – LA GUIDA

"Mattoncino Mania - Esposizione di collezionisti" per grandi e piccoli

Saluzzo - *(albu).* Per il sesto anno consecutivo il negozio leader del settore "Bollati Giochinfanzia" di Saluzzo (www.bollati.it) organizza "Mattoncino Mania - Esposizione di collezionisti": è l'unica manifestazione di zona che gode della collaborazione della Lego. L'appuntamento è sabato 6 e domenica 7 ottobre, nella Caserma Musso.

L'edizione di quest'anno propone oltre 120 espositori, fra collezionisti e junior. Nelle due giornate dell'importante manifestazione, a Saluzzo sarà attivo anche un comodo servizio navetta gratuito, funzionante grazie a un simpatico trenino musicale, che metterà in comunicazione con il centro cittadino (dove è in programma il "Mercantico").

L'appuntamento è per sabato 6 (orario continuato, dalle 15 alle 22) e domenica 7 ottobre (orario continuato, dalle 10 alle 19).

L'evento gode del patrocinio della Città di Saluzzo e della Fondazione Amleto Bertoni. Per ulteriori informazioni: www.mattoncinomania.it; mattoncinomania@gmail.com. Per tutti i bambini fino ai 10 anni, il biglietto omaggio di ingresso è offerto da "Acqua Eva" e da "Latterie Inalpi".

27 SETTEMBRE – RIVISTA IDEA

GLI ELOGI DI CENTINAIO PER "INALPI"

Il Ministro dell'agricoltura ha visitato gli spazi allestiti dall'azienda di Moretta al Salone del gusto di Torino

A Torino, in occasione della giornata di apertura di "Terra madre-Salone del gusto, il ministro dell'agricoltura, Gian Marco Centinaio, ha visitato lo spazio "Inalpi". Il Ministro, che ha ufficialmente aperto la "kermesse" torinese, ha visitato l'area dell'azienda di Moretta collocata nel padiglione 2, all'interno della "piazza del gelato".

È stato un incontro importante per far conoscere e approfondire l'attività di una realtà che è impegnata nella valorizzazione di un territorio e dei suoi prodotti. Partendo dal discorso di apertura di Centinaio («Ciascuno di noi deve sapere quello che ha nel piatto: gli italiani devono essere consumatori sempre più consapevoli ed è quindi necessario lavorare su tutta la filiera», il presidente di "Inalpi", Ambrogio Invernizzi, ha illustrato al Ministro la filiera "Inalpi", una filiera corta e controllata, fatta di lavoro e impegno sul territorio. Quell'impegno che "Inalpi" porta avanti da sempre, a tutela dei consumatori, con prodotti buoni giusti e sicuri e nei confronti di tutti i protagonisti della filiera, i quali condividono un protocollo garante di elevati "standard" qualitativi, studiato e realizzato, per la prima volta in Italia, in collaborazione con la Facoltà di agraria dell'Università di Piacenza: un sistema di trasparenza che garantisce le parti.

Un impegno continuo che l'azienda di Moretta declina anche in attività di formazione, strumento di confronto e dialogo, in iniziative volte all'attenzione al benessere animale e alla sostenibilità della filiera stessa.

Questo percorso ha raccolto il consenso del ministro Centinaio, che dopo aver visitato e apprezzato lo spazio "Inalpi", ha manifestato il proprio pieno apprezzamento per il lavoro svolto e per l'impegno dell'azienda di Moretta.

Il ministro Gian Marco Centinaio con, alla sua sinistra, Ambrogio Invernizzi di "Inalpi"

27 SETTEMBRE - TARGATOCN

Sabato 6 e domenica 7 ottobre si terrà a Saluzzo la grande manifestazione Mattoncino Mania

150 espositori provenienti da tutto il nord Italia per la grande esposizione di collezionisti organizzata da Bollati Giochinfanzia

Sabato 6 e domenica 7 ottobre torna **Mattoncino Mania Saluzzo.**

La grande esposizione di collezionisti organizzata da **BOLLATI GIOCHINFANZIA**, leader da decenni del settore giocattolo, in collaborazione con Lego giunge quest'anno alla sesta edizione in un crescendo continuo di partecipanti, di spazi espositivi e di pubblico.

La manifestazione attira ormai circa **150 espositori provenienti da tutto il nord Italia** (divisi nelle sezioni Collezionisti e Juniors) e non mancheranno, come sempre, le novità e le sorprese! I temi delle opere esposte soni i più vari: City, Trains, Creator, Minecraft, Ninjago, Nexo, Super Heroes, Architecture per appassionati di tutte le età; Friends e Elves per la gioia delle bambine; fino ad arrivare ad intere aree dedicate al mondo Technic e Star Wars, per veri esperti!

Il nuovo percorso si articola nei grandissimi locali storici della ex-caserma Mario Musso e dona alla manifestazione un sapore moderno e antico insieme, caratteristica che la rende unica nel suo genere e la differenzia da tutte le altre, solitamente ospitate in palestre e palazzetti.

I visitatori muoveranno i primi passi in un estratto di storia e cultura locale, attraversando la stanza di presentazione del museo dell'artigianato realizzato recentemente dalla Fondazione Amleto Bertoni.

Per gli amanti del magico sapore retrò di Saluzzo, sarà a disposizione il **trenino navetta gratuito** in collegamento con il centro città e il Mercantico... divertimento per i piccini, praticità di parcheggio e di trasferimento per il grandi.

Questa edizione di Mattoncino Mania è **"dog friendly"**: in collaborazione con Mangimi Monge sarà a disposizione nel cortile interno un'area con dog sitter dedicata per lasciare gli amici a quattro zampe in buone mani e gustarsi la manifestazione in pieno relax!

Tra le novità non potranno passare inosservate l'originalissima ambientazione del MONDO ACQUATICO MARINO Lego con grandi sorprese e pezzi unici e la ROYAL SCENOGRAPHY con statue di grandi dimensioni e speciale allestimento offerto da Armando Vivai.

Ci sarà inoltre, per la prima volta, una vera e propria interazione tra gioco creativo e studio scientifico: Mattoncino Mania ha il piacere di ospitare il LABORATORIO LEGO MINDSTORM realizzato dai ragazzi dei Licei di Scienze Applicate di Saluzzo e di Savigliano e dai loro Professori Milano e Vassallo.

All'interno del percorso espositivo ci saranno l'AREA GIOCO LEGO GRATUITA con animatrice dedicata, il fornitissimo NEGOZIO LEGO BOLLATI GIOCHINFANZIA (dove si potranno fare acquisti in tutta convenienza utilizzando i buoni sconto rilasciati all'ingresso), l'AREA RISTORO gestita dal prestigioso Bar Beppe di Saluzzo, lo STAND IL PODIO SPORT dove si potranno trovare le t-shirt, le felpe e i gadget esclusivi dell'evento.

ORARI: sabato 6 ottobre ore 15.00-22.00; domenica 7 ottobre ore 10.00-19.00

INGRESSO: € 3.50 - ingresso OMAGGIO a tutti i bambini 0-10 anni offerto da Acqua Eva e Latterie Inalpi

Presso Bollati Giochinfanzia - Saluzzo - Via Torino 73 - sono disponibili locandine e poster (per bar, ristoranti, oratori, palestre, ludoteche, scuole...), non esitate a richiederle!

Iscivetevi all'EVENTO FACEBOOK "MATTONCINO MANIA SALUZZO 2018" e condividete... saremo tantissimi! Non mancate a questa nuova, imperdibile, ricchissima edizione di Mattoncino Mania!

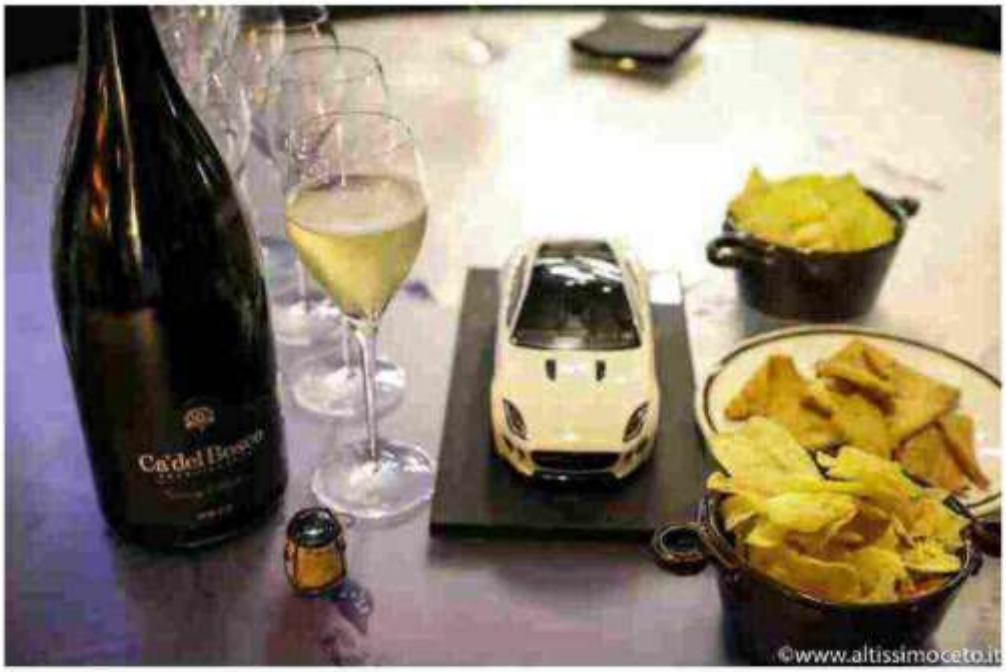
L'evento è partocinato dalla Città di Saluzzo e dalla Fondazione Amleto Bertoni.
www.mattoncinomania.it www.bollati.it

28 SETTEMBRE - ALTISSIMOCETO

Cartoline dal 748mo MeetingVG @ Ristorante Filippo La Mantia Oste e Cuoco – Milano – Chef/Patron Filippo La Mantia

Posted By: ViaggiatoreGourmet on settembre 27, 2018
In: Eventi Enogastronomici, Lombardia, Milano e provincia, Reportage Ristoranti Stampa Email

Caponata, polpette di fave, capocollo di maiale nero... Il menù pensato per noi e per gli **Amici Gourmet** da **Filippo La Mantia** ci ha trasportati dritti dritti nella sua **Sicilia**: il tempo di addentare l'**arancina** fragrante – sottolineiamo l'uso del femminile, perché La Mantia è di origini **palermitane** – e ci siamo scordati di trovarci a **Milano**, a pochi passi da **Piazza Gae Aulenti** e i suoi grattacieli che svettano verso l'alto. **Gran finale** con una successione di **dessert** che, dopo le proposte più elaborate, ha lasciato spazio alla tradizione e



Spiedini di Bra duro **inalpi** con vitello e lamponi; Raschera Dop **inalpi** con salsa di fragoline di bosco; Bra morbido **inalpi** con pomodori confit e salicornia

Un bel brindisi

Le panelle

Assaggiamo anche gli sfincioni del pizzaiolo Salvatore Traflietti, che lo chef La Mantia propone tutti giorni all'aperitivo serale

Lo sfincione baarioto

Filetti di acciughe, pecorino fresco, ricotta di pecora, mollica di pane, caciocavallo grattugiato a scaglie, pepe e origano con l'aggiunta di melanzane alla griglia marinate con limone, aceto, mentuccia fresca e zenzero, peperoncino fresco e origano.

Lo sfincione palermitano

Salsa di pomodoro, filetti di acciughe, mollica di pane, caciocavallo a scaglie, trito di pomodorini, capperi e erbette aromatiche.

Ci accomodiamo e lo chef ci presenta il percorso che andremo a degustare