dal **27 APRILE 2020**
al **3 MAGGIO 2020**

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

27 APRILE – FORMAGGI & CONSUMI

LA GUERRA DEL LATTE

ALL'INTERNO

- Le lettere al direttore
- I bollettini di alimentando.info

Da pagina 10 a pagina 22

dossier
CORONAVIRUS

Aprile 2020

di Elisa Tonussi

LA GUERRA DEL LATTE

La chiusura dell'Horeca e il calo dell'export hanno provocato una drastica riduzione nella produzione casearia. L'allarme delle aziende, le speculazioni e gli interventi a salvaguardia della filiera. La crisi della bufala.

La chiusura di ristoranti e pizzerie, sommata alla diminuzione del consumo di latte, sta provocando danni irreparabili alla filiera del latte. "Il crollo prima e l'azzeramento poi dei consumi di latte e derivati sta comportando eccedenze di materia prima mai sperimentate, con distruzione dei valori a mercato libero", si legge in una comunicazione, del 12 marzo, a cura de la Padania Alimenti di Casalmaggiore, in provincia di Cremona. "Si è arrivati a punte minime di 0,22 euro al chilo e il prezzo è in continua discesa con serie difficoltà di collocamento fisico della stessa, a qualunque condizione".

Ha inizio la guerra del latte: sono settimane di tensione fra allevatori e trasformatori, associazioni e Governo, per salvare una filiera fondamentale per l'industria agroalimentare del Bel Paese. Al momento di andare in stampa, se la battaglia del prezzo della materia prima si è chiusa con il raggiungimento di un labile equilibrio, i caseifici stanno combattendo una lotta che durerà ancora a lungo: quella per la sopravvivenza.

Le denunce delle aziende

Siamo nei giorni successivi al 10 marzo, quando in tutta Italia viene ordinata la chiusura totale di ristoranti e bar, già pesantemente colpiti dai provvedimenti e dalle misure cautelari per contenere la diffusione del Covid-19. Trasformatori e aziende casearie lanciano l'allarme: la situazione è drammatica. In particolar modo per chi lavora con l'Horeca: "Con bar, ristoranti, hotel chiusi, molti grossisti che li servono, o meglio li servivano, stanno chiedendo dilazioni di pagamento oppure non pagano. Ho chiesto ai miei referenti di diminuire la produzione nelle stalle. Qualcuno capisce. Altri no", racconta Sergio Poletti, titolare di Palzola, azienda specializzata nella produzione di gorgonzola. Oltre alla chiusura del canale della ristorazione, hanno inciso sul calo della domanda la chiusura dei mercati comunali e rionali e l'annullamento delle sagre e delle fiere.

La richiesta: stop a speculazioni e ridurre la produzione

Da più voci, aziende e associazioni, arriva la medesima richiesta: ridurre il più possibile la produzione e la consegna di latte fresco. C'è chi suggerisce la polverizzazione del latte in eccesso o la sua trasformazione in Uht per fornire i più bisognosi. "Siamo ancora aperti e facciamo l'impossibile per non fermare la macchina produttiva della filiera latte", afferma in un comunicato del 16 marzo Giuseppe Ambrosi, presidente di Assolatte, associazione italiana del lattiero caseario. "Ma la volontà da sola non basta, ci troviamo, come tutti, a dover fare i conti con momenti drammatici che condizionano ora per ora la nostra attività. È fondamentale che ognuno faccia la propria parte: i nostri fornitori devono fare il possibile e l'impossibile per limitare al massimo la produzione, perché nelle prossime settimane non riusciremo a mantenere la produzione agli stessi livelli di prima e il sistema rischia di collassare", avverte a ragion veduta. Le esportazioni, che assorbono circa il 40% delle produzioni italiane, diminuiscono progressivamente con la diffusione del Covid-19 anche nel resto d'Europa e del mondo. E non mancano speculazioni sul prezzo del latte, che, nelle settimane centrali di marzo, periodo di raccolta molto elevata, subisce importanti ribassi. Speculazioni denunciate anche da Coldiretti che, in un comunicato del 13 marzo, segnala "insostenibili richieste di riduzione del prezzo pagato agli allevatori proprio mentre i supermercati vengono presi d'assalto e nelle stalle si continua a mungere per garantire le produzioni e i rifornimenti nelle dispense degli italiani". Si chiede l'intervento del Governo.

L'intervento del Mipaaf e degli attori della filiera

Il provvedimento richiesto al Governo arriva il 16 marzo, quando Teresa Bellanova, titolare del Mipaaf, annuncia la firma del decreto di ripartizione annuale del Fondo per la distribuzione delle derrate alimentari agli indigenti. Il decreto prevede di destinare 6 milioni di euro all'acquisto di latte fresco per la distribuzione alle persone più bisognose, salvando dunque dallo spreco 180mila quintali di latte.

Non solo. Dalle stesse aziende del settore arriva il sostegno alla filiera. Prima fra tutte Inalpi, che ritira le eccedenze di latte del Sud Piemonte per trasformarlo in latte in polvere, rispondendo a una richiesta dell'assessorato all'Agricoltura della Regione e delle rappresentanze agricole e agroindustriali. Si apprende che, nel caso in cui Inalpi non riesca a utilizzare tutto il latte ricevuto, le eccedenze vengono trasferite a un'altra società del settore.

Ulteriori sostegni alla filiera arrivano a fine marzo. La Giunta regionale piemontese autorizza l'invio del siero di latte ai biodigestori per lo smaltimento e il riciclo dei rifiuti organici. Mentre l'Agea, Agenzia per le erogazioni in agricoltura, pubblica due bandi per l'acquisto di pecorino da destinare agli indigenti attraverso gli enti caritativi.

Il prezzo del latte italiano raggiunge un equilibrio e, al 3 aprile (dati di Assocaseari), si registrano contrattazioni con prezzi che si aggirano intorno allo 0,30 euro/kg, con punte minime di 0,28 euro/kg, ma anche con contratti chiusi a 0,31-0,32 euro/kg.

La crisi della bufala

Con la chiusura di tutte le attività della ristorazione, anche il distretto casertano salernitano della mozzarella di bufala subisce un duro contraccolpo. Gli allevatori di bufala sono disperati: c'è latte in eccesso e, anche loro, non sanno più cosa farne. Inizialmente, la soluzione era il congelamento o il dirottamento della materia prima verso la produzione di stagionati, tuttavia magazzini e congelatori sono presto pieni e la soluzione non è più percorribile. I clienti, soprattutto grossisti, chiedono dilazioni di pagamento alle aziende di trasformazione che, a loro volta, devono fare i conti con gli allevatori. L'export cala: la mozzarella di bufala, per le sue specificità, è un prodotto deperibile e richiede una logistica veloce, difficilmente praticabile nell'attuale stato di emergenza. Si invoca

da più parti il pronto intervento del Governo, che dichiari lo stato di crisi del settore, e della Regione Campania.

Domenico Raimondo, presidente del Consorzio, attivo in prima linea per sostenere le aziende, chiede di "velocizzare le procedure e capire appieno la centralità del comparto nell'economia campana e del Paese". "La grande distribuzione gioca un ruolo strategico per la filiera e in un periodo in cui le persone hanno difficoltà ad andare a fare la spesa, potrebbe sicuramente incentivare le consegne a domicilio, proponendo ai clienti un paniere di eccellenze da mettere in casa e da consumare per un corretto regime alimentare, inserendo la mozzarella di bufala campana Dop tra questi prodotti", suggerisce Raimondo in un'intervista rilasciata a Clal. Il Consorzio indirizza anche una lettera-appello al governatore della Campania Vincenzo De Luca per chiedere un intervento pubblico della Regione. Si chiede di ritirare dal mercato il latte di bufala in eccedenza con l'obiettivo di salvaguardare l'intero comparto, che in un mese vede dimezzarsi la produzione.

Il 19 marzo arriva dunque la risposta del Governo anche per il comparto della bufala campana. Francesco Saverio Abate, capo del dipartimento per le Politiche competitive della qualità del ministero delle Politiche agricole, firma un decreto che dà il via libera all'utilizzo di latte congelato per la produzione della Dop. Viene sospesa la norma che prevede l'utilizzo di solo latte fresco entro le 60 ore dalla prima mungitura. La deroga si applica a condizione che l'inizio delle operazioni di congelamento di latte corrisponda con l'inizio dell'emergenza sanitaria. Inoltre i quantitativi di latte destinati al congelamento non possono superare la quantità di latte usata per produrre la bufala campana Dop nello stesso mese dello scorso anno. A seguito di un colloquio telefonico tra Raimondo e De Luca, il comparto riceve anche il sostegno della Regione che condivide problematiche e strategia e assicura il massimo impegno per adottare misure rapide a sostegno della Dop.

Il commento di Angelo Frigerio

La guerra del latte sta provocando reazioni contrastanti. Ci sono due problematiche contrapposte. Da una parte l'industria della trasformazione che si trova di fronte a una crisi senza precedenti. Il mercato dell'Horeca è crollato. Bar, ristoranti, pizzerie chiuse: un intero comparto in ginocchio. Con titolari dei negozi e grossisti che chiamano le aziende e/o gli agenti per bloccare i pagamenti e trasformarli in assegni. I fatturati crollano, i magazzini sono pieni di merce. Per fortuna i consumi "in casa" tengono ma non sono sufficienti. Di fronte a questo tsunami le aziende hanno chiesto una drastica riduzione delle forniture di latte ai conferenti. E qui si innesca un altro dramma. È quello delle stalle che si trovano improvvisamente con un eccesso di materia prima di cui non sanno che fare. Da qui il crollo dei prezzi. E la disperazione di chi si sente impotente. Un esempio su tutti: la storia di una piccola stalla con annesso caseificio. L'hanno appena finito di costruire. Produce formaggi a pasta molle e ha come sbocco l'Horeca della sua regione. Il titolare è disperato. "Cosa ne faccio del latte in eccesso? Non me lo prende nessuno. Lo butto via". Di fronte a questa situazione i proclami di battaglia non servono a nulla. Non si possono invocare i trattori e le vacche davanti a Montecitorio. È il momento del dialogo, come ha giustamente sottolineato Angelo Rossi, fondatore di Clal. Solo riunendo le forze e trovando soluzioni condivise si può superare la crisi. È l'ora di un tavolo in cui si possano incontrare gli agricoltori e l'industria, con la mediazione del Governo. L'appello è a tutte le organizzazioni di categoria affinché lo organizzino in fretta. Ogni minuto in più di ritardo rischia di compromettere la filiera.

Il commento di Angelo Rossi

Angelo Rossi, fondatore di Clal, un punto di riferimento assoluto per il settore lattiero caseario, interviene sulla Guerra del latte: "In una situazione di emergenza come questa voglio richiamare tutti al dialogo", sottolinea. "Anch'io, nel passato ho vissuto una vicenda simile. Lavoravo in un'azienda di trasformazione e all'improvviso ci trovammo a dover fronteggiare una situazione drammatica. Si era rotto l'impianto di sterilizzazione e c'erano 12 autotreni di latte alle porte dello stabilimento. Come l'ho risolta? Con le relazioni. Ho chiesto ad altre aziende di ritirare loro il mio latte in eccesso. E così è stato. La situazione si è poi risolta con la ripartenza dell'impianto. È un esempio per dire che solo con la solidarietà e la comprensione è possibile uscire da questa situazione drammatica. Non certo facendo proclami o proponendo azioni di forza. Siamo tutti nella stessa malandata barca. Solo uniti si può superare la tempesta".

COLDIRETTI

"Vogliamo l'accesso ai dati relativi alla provenienza del latte". Tutti i retroscena

Con una lettera, del 23 marzo, indirizzata al ministero della Salute, Coldiretti richiede l'accesso ai dati relativi alla provenienza del latte. La firma è del presidente Ettore Prandini che, rifacendosi a una sentenza del Consiglio di Stato, così scrive: "Coldiretti ha visto riconosciuto il diritto all'accesso di dati e documenti, a qualsiasi titolo detenuti dal Ministero della Salute, relativi al latte e ai prodotti lattiero-caseari provenienti da Paesi non aderenti all'Unione Europea ovvero oggetto di scambio intracomunitario". Per questo, continua la lettera, chiede all'ufficio del ministero: "Di avere accesso ai dati relativi alla provenienza del latte, in tutte le sue formulazioni commerciali, nonché di cagliate oggetto di scambio intracomunitario con riferimento al periodo 1 marzo – 20 marzo e al confronto con lo stesso periodo del 2019. I medesimi dati sono richiesti con specifico riguardo ai nomi dei soggetti importatori". Il ministero della Salute ha recepito la comunicazione di Coldiretti e, in una lettera del 31 marzo, ha informato le aziende lattiero casearie interessate della richiesta di accesso ai dati.

La mossa di Coldiretti è la ripetizione di una strategia attuata dalla Confederazione circa due anni fa. Anche in questo caso si inizia con una lettera al ministero della Salute che però, in prima battuta, rifiuta la diffusione dei dati. Coldiretti allora impugna il diniego e si rivolge al Tar, che dà ragione al ministero della Salute. Coldiretti non demorde e ricorre al Consiglio di Stato. Che, invece, le dà ragione. Il ministero avvia quindi la procedura di accesso ai dati chiedendo alle aziende interessate eventuali motivi di opposizione. È, sulla base delle risposte pervenute dall'industria, chiede all'Antitrust come procedere. L'Autorità garante dà ragione agli industriali. Allora Coldiretti va di nuovo in Consiglio di Stato – assistita dall'avvocato Bernardo Giorgio Mattarella, figlio del presidente della Repubblica, con studio legale di Roma – che le dà di nuovo ragione. A questo punto il ministero è costretto a diffondere i dati relativi all'aprile-giugno 2018.

Oggi la situazione si è ulteriormente modificata. La nuova richiesta di Coldiretti non riguarda più i dati relativi all'anno precedente, ma ai mesi appena trascorso. Prandini&C. vogliono capire se ci sono state delle speculazioni. Con il crollo dei consumi di latte fresco e di alcune tipologie di formaggi, mozzarella e molli in generale, Coldiretti vorrebbe che tutte le aziende di trasformazione bloccassero l'acquisto di latte proveniente dall'estero per comprare solo materia prima italiana. Un pio desiderio che contrasta con logiche industriali che coinvolgono la gestione delle aziende e le loro produzioni. Oltre a problemi di natura contrattuale. Quali saranno i futuri sviluppi? Difficile prevederli. Anche se la sentenza del Consiglio di Stato pesa come un macigno sui produttori. Che si troveranno sbandierati in piazza i loro dati sugli acquisti di latte e cagliate all'estero.

27 APRILE – GDOWEEK

RETAIL & INDUSTRIA

Aumenta la quota nella categoria formaggi di mozzarelle, spalmabili e Co, anche se l'emergenza Covid-19 sta rimescolando le carte. L'innovazione muove sull'asse salutismo/recupero della tradizione

Davide Bernieri
@foodwheeldrive
(hanno collaborato Sanzia Milesi e Elena Giordano)

Continua la crescita del comparto freschi e spalmabili all'interno della categoria formaggi, secondo un trend che si è consolidato nel 2019: in questo momento freschi e spalmabili rappresentano il 46% del totale mercato formaggi a volume e superano il 36% a valore.

Certo dare oggi una fotografia più nitida dell'andamento del mercato nel 2020 è impossibile, con l'emergenza Covid-19 che sta modificando i comportamenti di acquisto in tempi di lockdown delle famiglie. Referenze **lactose free**, attenzione alla sostenibilità con l'utilizzo di packaging rispettosi dell'ambiente, oppure la riproposizione di prodotti dal forte portato tradizionale, sono le direttrici principali lungo le quali si muove l'industria lattiero casearia, per accontentare un consumatore che mostra di apprezzare la categoria in toto e ha una maggiore predilezione proprio per i freschi. A guidare la pattuglia ovviamente **la mozzarella**, sia in versione vaccina, sia in quella a base latte di bufala, ma proprio in questo senso L'emergenza Covid-19 sta decisamente mutando le abitudini e le necessità degli italiani. Così i consumi di ricotta, che hanno mostrato un rallentamento nel 2019, nel primo trimestre 2020 tornano a crescere, per effetto del lockdown e di un conseguente ritorno alla preparazione casalinga di ricette dolci e salate.

"Le restrizioni imposte per ridurre al minimo le possibilità di contagio -dichiara **Andrea Alfieri, responsabile marketing TreValli Cooperlat**- impattano sulla vita di tutti i giorni e dunque anche sulle modalità di acquisto da parte del consumatore. Che premia soprat-

FILIERA CORTA E TECNOLOGIA

Punta invece su filiera corta e tecnologia produttiva all'avanguardia Arrigoni Battista che, con il suo Capriccio, ha conquistato la Bronze Medal al World Cheese Awards 2020. Si tratta di un formaggio fresco a pasta morbida pensato per il consumo tal quale, spalmato sul pane, o come ingrediente per preparazioni salate e dolci, che fa della versatilità e della freschezza i suoi punti di forza.

tutto prodotti food a lunga durata: con una forte crescita delle vendite di latte uht, ma fortunatamente anche di prodotti per la preparazione in casa di pane, pizze, focacce. In questa ottica rientra il significativo incremento di consumo di formaggi freschi come la mozzarella, intesa sia come acquisto per essere consumata tal quale, sia come ingrediente di pizze fatte in casa o per aperitivi in loco, dato che i bar sono chiusi. Se ci atteniamo invece al periodo precedente all'emergenza, il comparto dei formaggi freschi si attesta **su buoni livelli di consumo**, per la varietà e la qualità delle referenze sul mercato. Molto interessanti i trend di prodotti come burrata e stracciatella, sempre più richiesti non solo nel canale retail, ma ormai presenti in tutti i menù della ristorazione".

"Credo che questa situazione lascerà una traccia nel comportamento dei consumatori per lungo tempo -dichiara **Giovanni Alberto Ghilardelli responsabile ufficio marketing Valcolatte**- con esiti imprevedibili. Di sicuro con la fine del periodo di lockdown e la riapertura dei pubblici esercizi, si determinerà una ripresa del fuoricasa e dei consumi ad esso collegati. Ritengo, tuttavia, che questa riscoperta della cucina e dei suoi valori di base, in famiglia, rimarrà, le persone continueranno a cucinare, magari per una cerchia più ampia di persone quando la libertà di movimento lo consentirà. E di questo, un prodotto come la ricotta ne beneficerà, in particolare nelle sue modalità più innovative. È un prodotto versatile, buono e con una scadenza più lunga, piace a un target ampio e intergenerazionale: con la nostra **Riccotta Spalmabile**, il nuovo lancio, abbiamo allargato ulteriormente destinazione d'uso e modalità di consumo del prodotto, mantenendo inalterate le sue peculiarità".

TIZIANO MANCO
BU DIRECTOR ITALY
DI GRANAROLO

ANDREA ALFIERI
RESP. MKTG DI
TREVALLI COOPERLAT

MATTEO TORCHIO
RESP. MKTG DI
GRUPPO INALPI

Valcolatte lavora 400mila litri di latte ogni giorno per una produzione annua di circa 17mila tonnellate di mozzarella. Recentemente il caseificio è stato inserito all'interno di una classifica riguardante le 30 migliori aziende italiane del settore alimentare. Un riconoscimento raggiunto secondo parametri di analisi comprensivi di tasso di crescita, redditività e solidità finanziaria tra gli anni 2012 e 2018. "Negli ultimi anni -aggiunge **Tiziano Manco, direttore BU mercato Italia di Granarolo**- abbiamo lanciato diverse novità nel nostro portafoglio, legate ai nuovi trend di consumo e alle nuove esigenze dei consumatori in Italia e all'estero, sempre più inclini a utilizzare prodotti alimentari funzionali al proprio benessere. L'offerta di prodotti biologici, dairy free, vegetariani, gluten free, snack salutari e della tradizione a marchio **Gusto di una Volta** na-

IL MOMENTO IN CASA BRIMI

In Brimi nelle ultime 6 settimane le vendite della categoria mozzarelle totale Italia hanno registrato una crescita a doppia cifra percentuale rispetto al 2019, con un incremento ulteriore nelle ultime 3 settimane. Abbastanza omogenea con dei picchi sull'area del Nord Est, i canali più performanti sono i supermercati di piccole dimensioni mentre in prossimità dei centri abitati si aggrava la flessione negli ipermercati e cash&carry.

I formaggi freschi si difendono in un periodo che premia i prodotti food a lunga durata

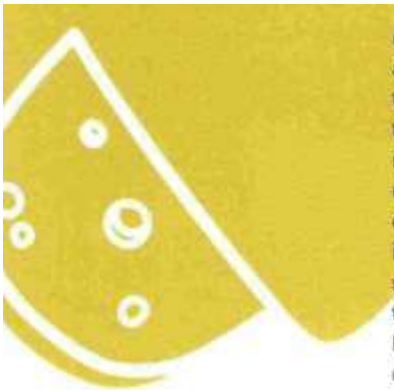
La ricotta beneficerà a lungo della riscoperta dei piaceri della cucina personalizzata

sce quindi per rispondere a un mercato in rapida evoluzione con prodotti sempre più caratterizzati dalla ricerca di elevati standard di sicurezza, qualità e genuinità Made in Italy. Anche in un comparto dove è difficile innovare come quello dei formaggi freschi. Protagonista degli ultimi anni è la gamma di formaggi **Granarolo Oggi Puoi,** prodotti con latte 100% italiano, con il 30% di sale in meno e il 50% in meno di grassi rispetto alla media dei prodotti simili presenti sul mercato".

Il mondo dei formaggi freschi è stato uno dei primi a muoversi nell'area del senza lattosio con lanci di referenze rivolti al multiforme esercito degli intolleranti: secondo la sesta edizione dell'**Osservatorio Immagino Nielsen Gs1 Italy**, le vendite di prodotti che dichiarano di essere **lactose free** in etichetta continuano, pur ad un ritmo inferiore a quello registrato nelle stagioni precedenti, a conferma, forse di una certa "erosione" della componente di moda/novità. Sull'asse della riscoperta/attualizzazione della tradizione, si collocano invece una serie di lanci da parte di aziende con un più forte radicamento locale o grandi gruppi n azionali: è il caso di Granarolo, dove ricordiamo la linea di freschi Gusto di una Volta completa un percorso iniziato con il **Latte Gusto di una Volta**. "La linea si compone di mozzarella Fior di Latte -conclude Manco- nel formato da 125g, un prodotto dal sapore intenso grazie all'utilizzo della tecnologia da latto-innesto che prevede l'impiego di fermenti provenienti solo da **latte crudo** delle stalle della filiera Granarolo e dalla Ricotta Fresca, nel formato 250g, realizzata secondo il tradizionale metodo dell'affioramento, della raccolta manuale e del confezionamento a caldo che permette di mantenere la caratteristica struttura a fiocchi: il suo sapore intenso di latte e il suo pack con fuscella estraibile richiama poi il ritorno al passato e il recupero della tradizione casearia. Quest'anno lanceremo **lo stracchino Gusto di una Volta** nel formato 160g. Un prodotto semplice, fatto solo con latte, fermenti, sale e caglio ma dal sapore unico grazie ai fermenti selezionati da latte 100% italiano delle stalle Granarolo".

Il recupero della tradizione regionale è alla base anche del nuovo lancio **TreValli Cooperlat** come spiega Alfieri: "Abbiamo presentato -dichiara il responsabile marketing- **Bontà del Parco**, una linea di mozzarella fiordilatte, burrata, stracciatella e ricotta prodotta in Amandola, nel cuore del **Parco Nazionale dei Monti sibillini,** con esclusivamente latte 100% italiano".

Lavorare alla salvaguardia della qualità e nel rispetto dell'ambiente, con soluzioni a basso impatto e conversione a fonti di energia gre-



en. Ma soprattutto puntare alla filiera, non solo concentrando la produzione su latte 100% pugliese, ma addirittura garantendo una tracciabilità che parta, a monte, dall'alimentazione locale e italiana delle mucche. Questi alcuni degli asset strategici enucleati da **Delizia**, l'azienda casearia fondata da **Giovanni D'Ambruoso** a Noci (Ba) e nota sul mercato con il marchio **Deliziosa.** Il processo produttivo comprende ogni fase, dalla raccolta del latte al prodotto finito. Dalla mozzarella al caciocavallo in grotta, specialità che assicurano lavorate a mano da mastri casari e controllate secondo le più severe norme igienico-qualitative. Un complesso industriale che si estende oggi su una superficie complessiva di 12mila metri quadrati, con tecnologie all'avanguardia, com'è per il nuovo impianto, dedicato esclusivamente alla produzione delle burrate, inaugurato nel 2017. Un progetto di valorizzazione degli allevamenti della **Murgia pugliese**, che in una decina di anni, è riuscito a raddoppiare i fornitori di materia prima, passando dai 65 allevatori del 2010 ai **129 allevatori** del 2020. Oggi 263 sono le persone coinvolte nello sviluppo di un fatturato, sempre in aumento, che ha chiuso il 2019 a quota 68 milioni di euro, con la previsione di raggiungere entro la fine di quest'anno quota 79 milioni, ossia una crescita percentuale superiore al 16%, verso la meta dei 100 milioni di fatturato fissata al 2023. Per far questo, è già stato predisposto un piano di investimenti quadriennale di 12 milioni di euro ed, entro il biennio, è prevista anche una terza fase di ampliamento strutturale (altri 4mila mq di superficie).

"Siamo in continua evoluzione -racconta il titolare **Giovanni D'Ambruoso**-. L'ultimo prodotto introdotto è il Pecorino al Tartufo. Altri dovrebbero uscire verso settembre/ottobre 2020. Investiamo continuamente per poter introdurre nuovi prodotti, senza comunque mai tralasciare il comparto delle mozzarelle fatte a mano come anche delle burrate. Investiamo inoltre in pubblicità, dalla televisione alla radio, passando per i social network; in tecnologia; nel valore umano, per generare fatturato e preservare gli standard qualitativi e organolettici dei nostri prodotti. Siamo presenti in diversi canali dalla gdo all'horeca, ai grossisti".

Anche la produzione di **Caseificio Palazzo** si basa al 90% su latte conferito dagli allevatori della **Murgia** e integrato nella restante parte sempre da latte di origine nazionale. Ne deriva una produzione casearia in linea con la cultura gastronomica locale, per lo più risultato di numerosi passaggi di lavorazione manuale. L'ampia gamma dei prodotti **Murgella** copre l'intera linea a pasta filata e non solo: dalle mozzarelle alle scamorze, dalle burrate alla stracciatella, dal caciocavallo silano **Dopal cacioricotta**, fino alla ricotta. Il tutto sia nella linea dedicata al banco gastronomia che al libero servizio.

Exquisa, il brand che fa capo al Gruppo Bavarese **Karwendel**, è stato il primo a portare in Italia il formaggio spalmabile senza lattosio. L'azienda offre ora anche un'alternativa vegana

IL LEGAME CON VERONA

Venerdì 10 aprile, in corrispondenza con l'anniversario dei 50 anni di Bayernland Italia, la direzione di Vipiteno ha devoluto al presidente della Croce Rossa del Veneto, Francesco Bosa, un assegno di 50.000 euro per l'acquisto di materiali a supporto dell'emergenza sanitaria per la città di Verona e i comuni circostanti. Il legame che unisce Bayernland con la città di Verona è nato oltre 20 anni fa ed è oggi molto forte. La sede operativa si trova nell'interporto della città e rappresenta uno dei più moderni magazzini automatici del nord Italia. Da qui partono ogni giorno i prodotti lattiero- caseari bavaresi per essere distribuiti e consegnati in tutte le regioni d'Italia.

Questa categoria è stata fra le prime a muoversi nel senza lattosio

L'offerta di prodotti biologici, vegetariani, gluten free cerca i sapori antichi

Anche il contenimento di grassi e sali spinge il mercato benessere

con **Noa,** la linea di hummus vegetali realizzato con il 100% di olio di oliva. Tra le novità presentate in anteprima a **Marca2020**, anche **Bimbo Più,** una specialità da gustare "al cucchiaio", del tutto innovativa per Exquisa, ricca di fermenti lattici e proteine, fonte di energia e benessere, ideale per la dieta sana di grandi e piccini.

Coerentemente al messaggio della nuova campagna, Exquisa ha accompagnato i consumatori durante la recente emergenza sanitaria suggerendo di volgere la circostanza in positivo sfruttando l'occasione inaspettata per dedicarsi a ciò che è stato spesso trascurato o a ciò che si è sempre desiderato fare e indicando la cucina come inaspettato luogo di svago. **Exquisa** ha così proposto una varietà di ricette dolci e salate di facile realizzazione.

Simile l'iniziativa di **Bergader** legata al periodo di chiusura per contenimento Covid19. Con **Anche gli Chef mangiano a casa**, in collaborazione con lo chef **Riccardo De Prà**, Bergader ha deciso di puntare alla riscoperta di una cucina semplice ma gustosa, che utilizza ingredienti facilmente reperibili nel frigorifero di qualsiasi famiglia. Sono state prodotte 20 videoricette -in onda su La7 dallo scorso 5 aprile- che suggeriscono nuove destinazioni d'uso per i formaggi della casa.

Numerosi sono i prodotti a marchio **inalpi,** e in questo contesto, merita un particolare focus la **Mozzarella inalpi,** prodotta da cagliata, con latte di filiera corta e certificata 100% piemontese, confezionata in panetti da 400 g, senza liquido di governo, presente sul mercato sia nella versione convenzionale che in quella Bio, prodotta con latte di filiera di stalle biologiche. Una referenza che diventa ingrediente ideale nella realizzazione di ricette tipicamente italiane: perfetta per gli impasti, per i prodotti da forno tra cui spicca ovviamente la pizza, ma anche nelle combinazioni a crudo di gustose insalate e nel più classico degli accostamenti, la caprese. Il posizionamento di soddisfazione è stato raggiunto soprattutto all'interno della gdo, in ragione del consenso ottenuto da numerosi player del mercato e alla notevole capacità di produzione, che si conferma tale soprattutto in un momento particolarmente complesso come quello legato all'emergenza Covid -19. Il moderno impianto inalpi, per la produzione di mozzarella, sta lavorando a pieno regime per soddisfare le numerose richieste del mercato.

Come andare sulle montagne russe, questa la **logistica refrigerata** delle ultime settimane. Lo racconta **Svat Group**, con un'attività che prosegue con determinazione e flessibilità, anche ai tempi di Coronavirus. "Durante una prima fa-

se, con la corsa agli acquisti, la gdo ha fatto riscontrare volumi importanti. Poi abbiamo assistito a una diminuzione, con conseguenti problemi di previsione per i riordini. In alcuni casi, alle richieste di trasporto hanno fatto da contraltare dei Cedi già pieni". **Nel mese di aprile la domanda si è stabilizzata. Svat** rappresenta uno degli operatori della logistica interconnesso sia con le industrie (full track load e distribuzione), che con gli operatori del food service, della ristorazione, della grande distribuzione. Il full track load serve tutte le merceologie (fresco e surgelato), mentre la pura logistica serve principalmente il surgelato. "Anche durante l'emergenza -spiega **Stefano Tomasi, vicepresidente**- abbiamo cercato di presidiare tutte le nostre attività come sempre. Elemento fondamentale che abbiamo voluto garantire è stato quello della continuità dei servizi, dunque abbiamo posto molti lavoratori in smart working. Abbiamo poi attivato delle turnazioni per garantire il funzionamento di tutte le nostre sedi nel totale rispetto delle prescrizioni ministeriali".

È complicato, da parte di Svat Group, riuscire a valutare come sarà l'andamento dei prossimi mesi. Però vi sono alcuni punti fermi: "Il rifornimento della gdo è rilevante, questa parte resterà attiva. Noi siamo anche fornitori dell'horeca: il suo fermo sta per noi corrispondendo a un calo del 35%. Immaginiamo che la percentuale resti analoga anche nella fase della ripartenza, che prevediamo graduale e per zone geografiche, dei vari esercizi commerciali. Importante per noi sarà anche la riapertura delle aziende, con i conseguenti servizi di mensa. Immaginiamo un miglioramento graduale e per step e criticità ancora per due mesi successivi all'eliminazione del lockdown".

Tornando agli operatori di settore, **l'altoatesina Mila** segnala che i due stabilimenti di produzione di **Bolzano e Brunico** lavorano attualmente nel pieno rispetto di tutte le normative. Nonostante varie sfide dovute a Covid-19, le vendite possono continuare. "La chiusura di ristoranti, bar e hotel e l'improvviso calo delle esportazioni rappresentano una sfida per noi. Il comportamento d'acquisto dei consumatori è cambiato molto e notiamo un aumento degli acquisti di prodotti con date di scadenza più lunghe, mentre le vendite di latte a lunga conservazione, yogurt e mascarpone sono in crescita".

La rotta di **Capurso Gioiella** nel passato recente riguardava la copertura con prodotti freschi dell'area snack. Comparto in forte sviluppo e capace di conquistare progressivamente l'attenzione dell'industria casearia con un occhio di riguardo alla mozzarella. **Gioiella** propone un'offerta che guarda in maniera decisa al **take away**, particolarmente in auge in un periodo di imposta restrizione delle attività del banco in tutta la gdo. Per quanto riguarda le materie prime e le scelte produttive, sono quelle che da 70 anni caratterizzano Gioiella, quindi latte e panna 100% italiani, produzione in real time, con solo 7 ore dalla pastorizzazione al confezionamento, con passaggi di lavorazione artigianali per esempio l'intreccio per la pasta filata e gli sfilacci per la stracciatella.

L'AMBIENTE DI NONNO NANNI

Guarda alla sostenibilità ambientale Nonno Nanni, che ha presentato il primo stracchino con packaging compostabile e biodegradabile. "Il tema del rispetto ambientale -commenta Luca Galuppo, direttore marketing di Nonno Nanni- è da sempre prioritario per la nostra azienda e abbiamo creato una campagna ad hoc, che sfrutta le piattaforme digital oltre che i media tradizionali, per creare awareness sul lancio e diffondere contenuti educativi che hanno lo scopo di spiegare al consumatore le caratteristiche e il ciclo di vita virtuoso del materiale compostabile".

27 APRILE – DISTRIBUZIONEMODERNA

Inalpi debutta in tv con una nuova campagna pubblicitaria

Latterie Inalpi presenta la sua prima campagna media nazionale che sarà trasmessa sui canali Rai, Mediaset, Sky, La7 e Discovery, dal 26 aprile al 16 maggio 2020.

Attraverso lo spot, l'azienda lattiero casearia di Moretta, in provincia di Cuneo, racconta gli ultimi 10 anni di attività, caratterizzati dalla nascita della filiera corta e certificata del latte 100% piemontese, approvata dalle organizzazioni sindacali, dal mondo cooperativo e agricolo e da alcune associazioni animali.

Il messaggio che Inalpi intende trasmettere si evince dall'utilizzo dell'hashtag #Mangiaitaliano, promosso e condiviso anche dalla campagna Coldiretti, a sostegno del made in Italy a tavola.

E se non è casuale la volontà di raccontarsi, ancora meno lo è la scelta del periodo: il messaggio Inalpi sarà infatti in onda dal 26 aprile al 16 maggio 2020, proprio a ridosso delle festività del 25 aprile e 1 maggio, date queste cariche di significato storico e sociale per il nostro Paese.

Una campagna media che vuole anche sottolineare un concetto fondamentale, in questo momento storico, riassumibile con l'hashtag #MangiaItaliano, già promosso e soggetto della campagna Coldiretti a sostegno del made in Italy a tavola.

Il momento, la scelta del messaggio e le immagini avranno un solo obiettivo, raccontare la fierezza di appartenere ad una terra libera, il nostro Piemonte, e l'orgoglio di essere parte attiva di un ingranaggio più grande e complesso, ma di grande valore, come la nostra Italia. Questo è il momento per raccontare e far conoscere storie di eccellenza e coraggio, perché è da qui che si può ripartire.

27 APRILE – DISTRIBUZIONEMODERNA

Inalpi si racconta all'Italia con una campagna media

Latterie Inalpi, azienda lattiero casearia di Moretta (Cuneo), per la prima volta nella sua storia, iniziata nel 1966 con un percorso che ha saputo trasformarla da impresa a conduzione familiare a industria, dà vita alla sua prima campagna media nazionale, con la presenza di un messaggio sui canali Rai, Mediaset, Sky, La7 e Discovery.

Una scelta non banale, soprattutto in un periodo complesso come quello che stiamo vivendo, nel quale l'incertezza per il domani è un sentimento fortemente percepito.

Ma il DNA di Inalpi la rende azienda a forte vocazione innovativa, la cui crescita è stata da sempre caratterizzata da scelte tanto ponderate quanto in controtendenza. Ed è da questo sentire che nasce la volontà di raccontare, proprio in questo momento, gli ultimi 10 anni di attività, anni che sono stati connotati dalla nascita e crescita della filiera corta e certificata del latte 100% piemontese, un modello unico che raccoglie l'approvazione delle organizzazioni sindacali, del mondo cooperativo e agricolo, di alcune associazioni animaliste, ma soprattutto dei consumatori e dei principali player di mercato.

28 APRILE – TORINO CRONACAQUI

SCHERMA La Federazione ha voluto rendere omaggio alla storica realtà torinese sui propri canali

I 40 anni della Marchesa sono online

→ È uno dei club di riferimento del panorama torinese e nazionale. Ieri l'Accademia Scherma Marchesa è stata ospite dello "Spazio Società" sul canale YouTube della Federazione Italiana Scherma. È stata l'occasione per passare in rassegna, grazie al montaggio di Manuela Lanfranco, alcune delle pagine più esaltanti di una storia iniziata 40 anni fa. «La prima sede in corso Vercelli - ricorda il maestro Dario Chiadò - era molto vicina a casa mia. In modo del tutto casuale i miei genitori decisero di portarmi a provare questo sport e da lì è nata una passione. Da ormai 20 anni siamo in corso Taranto, dove ho potuto dedicarmi ad atleti che fossero competitivi. Attualmente i soci sono circa 200».

Un'immagine di qualche tempo fa dei ragazzi della Marchesa

Ecco dunque scorrere le immagini emozionanti dei successi iridati di Alice Clerici fra i Giovani e di Daniel De Mola fra i Cadetti e degli assalti vincenti di altri spadisti come Andrea Vallosio e Lorenzo Buzzi e, più recentemente, Giulio Gaetani e Gaia Caforio. Fiore all'occhiello organizzativo è il Grand Prix Fie - Trofeo Inalpi di fioretto, che porta a Torino campioni e campionesse da tutto il mondo. L'emergenza sanitaria ha costretto a rinviare i festeggiamenti per il quarantennio. Intanto la società sta pensando a un trasferimento, che consenta un ampliamento e una migliore fruizione degli spazi. «Con il Comune - spiega il presidente Michele Torella - abbiamo già svolto degli incontri interlocutori. Vorremmo formalizzare un accordo quadro, passando anche attraverso un finanziamento a nostro carico, supportati da una concessione che ci permetta di farvi fronte».

[ro.le.]

30 APRILE – RIVISTA IDEA

INALPI È VICINA ALLA FILIERA LATTIERO-CASEARIA

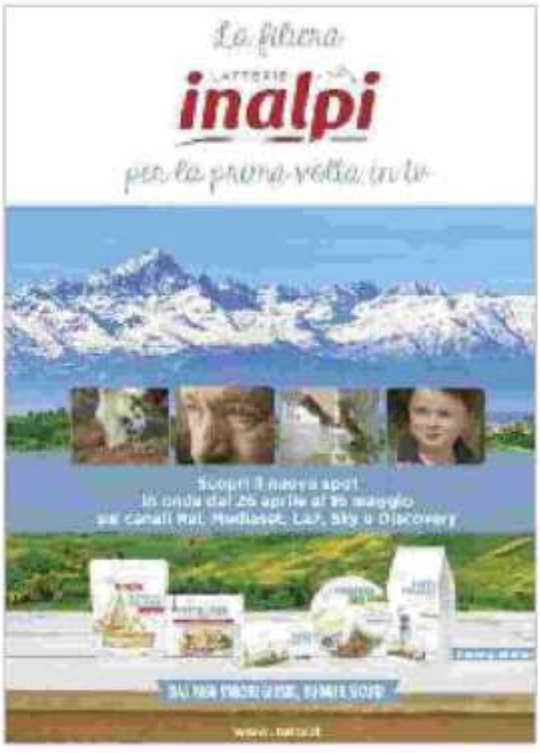
#Mangiamoitaliano è il messaggio della campagna televisiva ideata dall'azienda di Moretta per sostenere il Made in Italy

Simona Amerio

Le settimane che stiamo vivendo rappresentano certamente un momento particolarmente complesso nel quale l'impegno dei singoli diventa fondamentale. Inalpi ha da sempre un profondo senso di vicinanza al proprio territorio, che ha concretizzato anche nel passato, facendosi trovare pronta per supportare e sostenere le situazioni che lo richiedevano. E certamente non da meno è stato, in questi mesi, l'impegno che l'azienda di Moretta ha messo a disposizione della comunità.

Immediatamente a ridosso dell'avvio dell'emergenza Covid-19 Inalpi ha quindi dato la propria disponibilità per rispondere alle necessità degli allevatori piemontesi, per i quali la limitazione del mercato Horeca ha creato un problema di eccedenze di materia prima. Una problematica destinata ad avere pesanti conseguenze, che avrebbero portato al mancato ritiro e alla distruzione del latte. Inalpi, a seguito della richiesta pervenuta dall'Assessorato alla Agricoltura della Regione Piemonte, ha avviato quindi una collaborazione il cui obiettivo è stato quello di provvedere alla raccolta delle eccedenze in Piemonte, un sostegno tangibile per supportare l'intera filiera lattiero casearia della nostra regione.

Un'attenzione verso "l'altro", verso coloro che sono maggiormente in difficoltà oppure più esposti a questo complicato momento che ha visto anche il personale impegno delle famiglie Invernizzi e Barattero e dello chef Gian Piero Vivalda, per la realizzazione di un'iniziativa nei giorni precedenti la



Pasqua. La Colomba pasquale, il dolce della tradizione italiana, per chi lotta in prima linea, un dono per trasmettere un messaggio chiaro: "Siamo con Voi". Un gesto semplice ma ricco di significato e simbologia è stato dunque quello compiuto a quattro mani da Latterie Inalpi e Antica Corona Reale. Inalpi e lo Chef due stelle Michelin Gian Piero Vivalda hanno inviato, a tutti gli operatori sanitari degli ospedali Santa Croce e Carle di Cuneo, San Luigi di Orbassano, Amedeo di Savoia di Torino, Sacco di Milano e Spallanzani di Roma, 400 Colombe Gran Gourmet AtelieReale in incarto Inalpi.

La Colomba Gran Gourmet al burro di filiera Inalpi, prodotto d'eccellenza, frutto del profondo legame con il territorio e del "saper fare" i lievitati di chef

Nell'altra pagina, Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi SpA che proprio in questi giorni ha dimostrato la sua vicinanza con i consumatori attraverso la prima campagna media nazionale con la presenza di spot sui canali Rai, Mediaset, Sky, La7 e Discovery. A lato, lo chef Gian Piero Vivalda autore con l'azienda di Moretta della colomba pasquale che è stata inviata a 400 operatori sanitari

Vivalda. Una colomba a lunga lievitazione naturale, impastata con farine biologiche, burro di filiera piemontese certificata Inalpi, arance candite, nocciole del Piemonte IGP, mandorle di Sicilia, Moscato d'asti Docg e l'acqua di sorgente alpina. Il burro Piemontese Inalpi, ingrediente principe di questa ricetta, è infatti derivato da sola panna di centrifuga, ottenuta da latte 100% piemontese di filiera corta e controllata e dona all'impasto una fragranza e un sapore delicato e unico.

«Vogliamo essere vicini ad ogni donna e uomo che ormai da diverse settimane sono in prima linea in una battaglia quotidiana e sfiancante, ma che non si arrendono. Vogliamo trasmettere ad ognuno di loro la nostra vicinanza ed il nostro ringraziamento, con un piccolo gesto che riteniamo essere doveroso. E vorremmo poterli ringraziare anche per tutto ciò a cui stanno rinunciando in questo complesso periodo: loro stessi e le loro famiglie. Un esempio encomiabile che dovrà rimanere nella memoria di ognuno di noi e del nostro Paese», dichiara Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi SpA.

Aggiunge lo chef Gian Piero Vivalda: «La decisione di fare questo dono, un'idea nata insieme alla famiglia Invernizzi, agli operatori sanitari impegnati nella gestione dell'emergenza Covid-19, ha oggi un valore ancor più grande. Oltre alla bontà del gesto e al desiderio di regalare una "pausa dolce" a chi combatte in prima linea, l'iniziativa è un impegno nel sostenere l'intera filiera, composta da 400 conferitori delle province di Cuneo e Torino da cui provengono molti dei miei ingredienti, primo fra tutti il latte di filiera corta e certificata 100% piemontese, da cui nasce il Burro di filiera Inalpi».

Una colomba quindi, questa la scelta fatta, simbolo di serenità, di pace e di speranza, valori che in questi giorni si rafforzano, facendo assumere al desiderio di unione e fratellanza, una connotazione ancora più intensa e solida. Una colomba per dire: "Siamo con Voi!", continuiamo insieme a lottare, certi di farcela.

E dal 26 aprile 2020 è partita la prima campagna televisiva nazionale, per raccontare i pilastri fondanti della filosofia Inalpi. La terra sinonimo di un territorio sul quale quotidianamente Inalpi opera e al quale è legata profondamente perché in esso affondano le sue radici e la sua storia.

La filiera corta e certificata, fatta di persone che lavorano ogni giorno con un obiettivo chiaro e condiviso: creare qualità.

I prodotti Inalpi portatori di valori giusti, buoni e sicuri.

Un'iniziativa realizzata per la prima volta nella sua storia, iniziata nel 1966, che si è snodata attraverso un percorso che ha saputo trasformarla da impresa a conduzione familiare a industria. Ma il Dna di Inalpi la rende azienda a forte vocazione innovativa, la cui crescita è stata da sempre caratterizzata da scelte tanto ponderate quanto in controtendenza.

Ed è da questo sentire che nasce la volontà di raccontare, proprio in questo momento, gli ultimi 10 anni di attività, anni che sono stati connotati dalla nascita e crescita della filiera corta e certificata del latte 100% piemontese, un modello unico che raccoglie l'approvazione delle organizzazioni sindacali, del mondo cooperativo e agricolo, di alcune associazioni animaliste, ma soprattutto dei consumatori e dei principali player di mercato. E lo fa proprio in questo momento, decidendo di raggiungere le case degli italiani attraverso una campagna media nazionale, con la presenza di un messaggio sui canali Rai, Mediaset, Sky, La7 e Discovery. «Crediamo che sia importante far conoscere, con tutti i mezzi, non ultimo l'utilizzo di campagne media come quella che stiamo realizzando, le vere e numerose eccellenze presenti sul nostro territorio. Il mondo del food è costellato da una miriade di piccole e grandi realtà che producono referenze di altissima qualità. Questo è il momento nel quale è necessario farlo sapere, condividere con i consumatori ogni singola storia», dichiara Pierantonio Invernizzi, direttore commerciale e marketing Inalpi SpA.

Una scelta non banale, soprattutto in un periodo complesso come quello che stiamo vivendo, nel quale l'incertezza per il domani è un sentimento fortemente percepito.

E se non è casuale la volontà di raccontarsi, ancora meno lo è la scelta del periodo: il messaggio Inalpi sarà infatti in onda dal 26 aprile al 16 maggio 2020, proprio a ridosso delle festività del 25 aprile e 1° maggio, date queste cariche di significato storico e sociale per il nostro Paese.

Una campagna media che vuole anche sottolineare un concetto fondamentale, in questo momento storico, riassumibile con l'hashtag #MangiaItaliano, già promosso e soggetto della campagna Coldiretti a sostegno del Made in Italy a tavola.

Il momento, la scelta del messaggio e le immagini avranno un solo obiettivo, raccontare la fierezza di appartenere ad una terra libera, il nostro Piemonte, e l'orgoglio di essere parte attiva di un ingranaggio più grande e complesso, ma di grande valore, come la nostra Italia.

Questo è il momento per raccontare e far conoscere storie di eccellenza e coraggio, perché è da qui che si può ripartire.

30 APRILE – IDEAWEBTV

Articoli Rivista Idea

Inalpi è vicina alla filiera lattiero-casearia

#Mangiamoitaliano è il messaggio della campagna televisiva ideata dall'azienda di Moretta per sostenere il Made in Italy

Da **SIMONA BORSALINO** - 30 aprile 2020 5:25 4 0

Le settimane che stiamo vivendo rappresentano certamente un momento particolarmente complesso nel quale l'impegno dei singoli diventa fondamentale. Inalpi ha da sempre un profondo senso di vicinanza al proprio territorio, che ha concretizzato anche nel passato, facendosi trovare pronta per supportare e sostenere le situazioni che lo richiedevano.
E certamente non da meno è stato, in questi mesi, l'impegno che l'azienda di Moretta ha messo a disposizione della comunità.

Immediatamente a ridosso dell'avvio dell'emergenza Covid-19 Inalpi ha quindi dato la propria disponibilità per rispondere alle necessità degli allevatori piemontesi, per i quali

la limitazione del mercato Horeca ha creato un problema di eccedenze di materia prima. Una problematica destinata ad avere pesanti conseguenze, che avrebbero portato al mancato ritiro e alla distruzione del latte.

Inalpi, a seguito della richiesta pervenuta dall'Assessorato alla Agricoltura della Regione Piemonte, ha avviato quindi una collaborazione il cui obiettivo è stato quello di provvedere alla raccolta delle eccedenze in Piemonte, un sostegno tangibile per supportare l'intera filiera lattiero casearia della nostra regione.

Un'attenzione verso "l'altro", verso coloro che sono maggiormente in difficoltà oppure più esposti a questo complicato momento che ha visto anche il personale impegno delle famiglie Invernizzi e Barattero e dello chef Gian Piero Vivalda, per la realizzazione di un'iniziativa nei giorni precedenti la Pasqua. La Colomba pasquale, il dolce della tradizione italiana, per chi lotta in prima linea, un dono per trasmettere un messaggio chiaro: "Siamo con Voi!". Un gesto semplice ma ricco di significato e simbologia è stato dunque quello compiuto a quattro mani da Latterie Inalpi e Antica Corona Reale. Inalpi e lo Chef due stelle Michelin Gian Piero Vivalda hanno inviato, a tutti gli operatori sanitari degli ospedali Santa Croce e Carle di Cuneo, San Luigi di Orbassano, Amedeo di Savoia di Torino, Sacco di Milano e Spallanzani di Roma, 400 Colombe Gran Gourmet AtelieReale in incarto Inalpi.

La Colomba Gran Gourmet al burro di filiera Inalpi, prodotto d'eccellenza, frutto del profondo legame con il territorio e del "saper fare" i lievitati di chef Vivalda. Una colomba a lunga lievitazione naturale, impastata con farine biologiche, burro di filiera piemontese certificata Inalpi, arance candite, nocciole del Piemonte IGP, mandorle di Sicilia, Moscato d'asti Docg e l'acqua di sorgente alpina. Il burro Piemontese Inalpi, ingrediente principe di questa ricetta, è infatti derivato da sola panna di centrifuga, ottenuta da latte 100% piemontese di filiera corta e controllata e dona all'impasto una fragranza e un sapore delicato e unico.

«Vogliamo essere vicini ad ogni donna e uomo che ormai da diverse settimane sono in prima linea in una battaglia quotidiana e sfiancante, ma che non si arrendono. Vogliamo trasmettere ad ognuno di loro la nostra vicinanza ed il nostro ringraziamento, con un piccolo gesto che riteniamo essere doveroso. E vorremmo poterli ringraziare anche per tutto ciò a cui stanno rinunciando in questo complesso periodo: loro stessi e le loro famiglie. Un esempio encomiabile che dovrà rimanere nella memoria di ognuno di noi e del nostro Paese», dichiara Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi SpA.

Aggiunge lo chef Gian Piero Vivalda: «La decisione di fare questo dono, un'idea nata insieme alla famiglia Invernizzi, agli operatori sanitari impegnati nella gestione dell'emergenza Covid-19, ha oggi un valore ancor più grande. Oltre alla bontà del gesto e al desiderio di regalare una "pausa dolce" a chi combatte in prima linea, l'iniziativa è un impegno nel sostenere l'intera filiera, composta da 400 conferitori delle province di Cuneo e Torino da cui provengono molti dei miei ingredienti, primo fra tutti

il latte di filiera corta e certificata 100% piemontese, da cui nasce il Burro di filiera Inalpi».

Una colomba quindi, questa la scelta fatta, simbolo di serenità, di pace e di speranza, valori che in questi giorni si rafforzano, facendo assumere al desiderio di unione e fratellanza, una connotazione ancora più intensa e solida. Una colomba per dire: "Siamo con Voi!", continuiamo insieme a lottare, certi di farcela.
E dal 26 aprile 2020 è partita la prima campagna televisiva nazionale, per raccontare i pilastri fondanti della filosofia Inalpi. La terra sinonimo di un territorio sul quale quotidianamente Inalpi opera e al quale è legata profondamente perché in esso affondano le sue radici e la sua storia.
La filiera corta e certificata, fatta di persone che lavorano ogni giorno con un obiettivo chiaro e condiviso: creare qualità.

I prodotti Inalpi portatori di valori giusti, buoni e sicuri.
Un'iniziativa realizzata per la prima volta nella sua storia, iniziata nel 1966, che si è snodata attraverso un percorso che ha saputo trasformarla da impresa a conduzione familiare a industria. Ma il Dna di Inalpi la rende azienda a forte vocazione innovativa, la cui crescita è stata da sempre caratterizzata da scelte tanto ponderate quanto in controtendenza.
Ed è da questo sentire che nasce la volontà di raccontare, proprio in questo momento, gli ultimi 10 anni di attività, anni che sono stati connotati dalla nascita e crescita della filiera corta e certificata del latte 100% piemontese, un modello unico che raccoglie l'approvazione delle organizzazioni sindacali, del mondo cooperativo e agricolo, di alcune associazioni animaliste, ma soprattutto dei consumatori e dei principali player di mercato. E lo fa proprio in questo momento, decidendo di raggiungere le case degli italiani attraverso una campagna media nazionale, con la presenza di un messaggio sui canali Rai, Mediaset, Sky, La7 e Discovery. «Crediamo che sia importante far conoscere, con tutti i mezzi, non ultimo l'utilizzo di campagne media come quella che stiamo realizzando, le vere e numerose eccellenze presenti sul nostro territorio. Il mondo del food è costellato da una miriade di piccole e grandi realtà che producono referenze di altissima qualità. Questo è il momento nel quale è necessario farlo sapere, condividere con i consumatori ogni singola storia», dichiara Pierantonio Invernizzi, direttore commerciale e marketing Inalpi SpA.

Una scelta non banale, soprattutto in un periodo complesso come quello che stiamo vivendo, nel quale l'incertezza per il domani è un sentimento fortemente percepito.
E se non è casuale la volontà di raccontarsi, ancora meno lo è la scelta del periodo: il messaggio Inalpi sarà infatti in onda dal 26 aprile al 16 maggio 2020, proprio a ridosso delle festività del 25 aprile e 1° maggio, date queste cariche di significato storico e sociale per il nostro Paese.
Una campagna media che vuole anche sottolineare un concetto fondamentale, in questo momento storico, riassumibile con l'hashtag #MangiaItaliano, già promosso e soggetto della campagna Coldiretti a sostegno del Made in Italy a tavola.
Il momento, la scelta del messaggio e le immagini avranno un solo obiettivo, raccontare la fierezza di appartenere ad una terra libera, il nostro Piemonte, e l'orgoglio di essere parte attiva di un ingranaggio più grande e complesso, ma di grande valore, come la nostra Italia.
Questo è il momento per raccontare e far conoscere storie di eccellenza e coraggio, perché è da qui che si può ripartire.

30 APRILE – RIVISTA IDEA

Raffaele Viglione

Sotto: Anca Mara e Nicola Caminiti di Monticello d'Alba che si sono attivati a inizio marzo per creare un gruppo spontaneo su Facebook per acquistare Dpi e farli arrivare a ospedali e case di riposo. Nella pagina di destra, un carico di materiale e il ringrazimento da parte del centro diurno e Raf "Alessandro Mauro" di Chiusa di Pesio

Da due mesi un gruppo spontaneo formato da cittadini si sta adoperando per far arrivare agli ospedali della Granda dispositivi indispensabili alla sicurezza degli operatori sanitari

Un aiuto concreto a chi ci aiuta!

Alle situazioni di emergenza ognuno reagisce come si sente e come riesce a fare. Anche rispetto alla pandemia che stiamo affrontando, svariate sono state le possibili modalità di approccio dei comuni cittadini. C'è chi si è fermato al rispetto del tassativo "restiamo a casa", chi ha donato soldi per una delle raccolte fondi attivate e poi c'è chi ha deciso di farsi promotore in prima persona di una concreta azione di sostegno nei confronti di chi sta operando per contrastare l'emergenza sanitaria. Nella maggior parte dei casi, ciò avviene attraverso fondazioni o associazioni, ma capita anche che la voglia di dare una mano concretamente prenda le mosse dall'iniziativa di un singolo e poi si strutturi, come è stato nel caso di "Aiutiamo chi ci aiuta". A dare il là a questa iniziativa solidale sono stati Nicola Caminiti e Anca Mara, marito e moglie residenti a Monticello d'Alba.

«Io e mia moglie abbiamo cominciato a stare a casa con i bimbi qualche giorno prima che diventasse obbligatorio perché avevamo intuito la gravità della situazione», spiega l'albese, «e quando è aumentato in maniera significativa il numero di contagi ci siamo chiesti: "cosa possiamo fare per essere d'aiuto?". La prima idea che abbiamo avuto è stata di far consegnare nei reparti Covid degli ospedali di Cuneo generi alimentari di pronto consumo, tipo snack, bevande, biscotti, merendine. Abbiamo scelto Cuneo perché i suoi ospedali sono stati fin da subito i più sollecitati della provincia nella lotta contro il coronavirus. Successivamente abbiamo cominciato a coinvolgere familiari e amici più stretti, poi tutti quelli che volevano partecipare tramite un gruppo su Facebook e su Whatsapp. Abbiamo contattato l'ospedale di Cuneo per capire come poterci rendere utili e ci è stato risposto che il solo fatto che avessimo pensato a loro, gli dava conforto. Abbiamo quindi cominciato la parte più importante, ovvero la ricerca di materiali di protezione individuale, quali tute in tyvek, camici in tnt e impermeabili, guanti in nitrile, cuffiette, calzari, occhiali e caschi di protezione. Io e mia moglie utilizziamo computer e telefono da casa per cercare e acquistare presso ferramenta, negozi farmaceu-

ci e da ultimo anche attività di veterinaria dei materiali, da far arrivare agli ospedali e alle case di riposo della zona che ne abbiano necessità.

I materiali non sono facili da trovare, ma dedicando molto tempo ed impegno riusciamo a reperire di volta in volta, quantitativi di materiali che aiutano gli ospedali a temporeggiare in attesa delle maggiori forniture da parte degli enti preposti. Non solo: fortunatamente, siamo riusciti a coinvolgere piccole e medie aziende, ma anche semplici cittadini, che con grande generosità ci hanno donato gel per le mani, cuffiette, calzari, guanti, mascherine artigianali e poi uova di pasqua, creme di nocciola e cioccolato, creme per le mani, che noi abbiamo distribuito tra ospedali e case di riposo».

Sul motivo per cui non si siano limitati al pur apprezzabile gesto di aderire a qualche raccolta fondi già attivata da altri, Anca e Nicola spiegano: «Le telefonate con alcuni operatori sanitari, commossi nel vedere tanta gente darsi da fare per loro, ci ha fatto capire quanto avessero bisogno di aiuto concreto, ma anche di sentire il nostro affetto e la nostra vicinanza. Così abbiamo pensato di coinvolgere i bambini facendo esprimere anche a loro un sincero ringraziamento con un loro disegno. Abbiamo creato con i disegni uno "slideshow" che abbiamo fatto pervenire agli ospedali. Rendicontiamo tutto quello che entra e che esce attraverso le pagine del gruppo su Facebook che conta già oltre 320 iscritti. Ci teniamo molto a ringraziare tutti quelli che ci hanno accompagnato e sostenuto in questa iniziativa. Un ringraziamento particolare va a Tartuflanghe, Inalpi, Huvepharma, Bodrato Cioccolato, Nocciole d'Elite, Etre, Curto Azienda agricola, Free Studio Design, Damor farmaceutici e a tutte le persone che ci hanno messo il cuore».

Per conoscere meglio il gruppo o entrare a farne parte ci si può iscrivere al gruppo "Aiutiamo chi ci aiuta" (scritto tutto in stampatello maiuscolo)

30 APRILE – IDEAWEBTV

Articoli Rivista Idea

Un aiuto concreto a chi ci aiuta!

Da due mesi un gruppo spontaneo formato da cittadini si sta adoperando per far arrivare agli ospedali della Granda dispositivi indispensabili alla sicurezza degli operatori sanitari

Da **Raffaele Viglione** - 30 aprile 2020 5:41 2 0

Alle situazioni di emergenza ognuno reagisce come si sente e come riesce a fare. Anche rispetto alla pandemia che stiamo affrontando, svariate sono state le possibili modalità di approccio dei comuni cittadini. C'è chi si è fermato al rispetto del tassativo "restiamo a casa", chi ha donato soldi per una delle raccolte fondi attivate e poi c'è chi

ha deciso di farsi promotore in prima persona di una concreta azione di sostegno nei confronti di chi sta operando per contrastare l'emergenza sanitaria. Nella maggior parte dei casi, ciò avviene attraverso fondazioni o associazioni, ma capita anche che la voglia di dare una mano concretamente prenda le mosse dall'iniziativa di un singolo e poi si strutturi, come è stato nel caso di "Aiutiamo chi ci aiuta". A dare il là a questa iniziativa solidale sono stati Nicola Caminiti e Anca Mara, marito e moglie residenti a Monticello d'Alba.

«Io e mia moglie abbiamo cominciato a stare a casa con i bimbi qualche giorno prima che diventasse obbligatorio perché avevamo intuito la gravità della situazione», spiega l'albese, «e quando è aumentato in maniera significativa il numero di contagi ci siamo chiesti: "cosa possiamo fare per essere d'aiuto?".

La prima idea che abbiamo avuto è stata di far consegnare nei reparti Covid degli ospedali di Cuneo generi alimentari di pronto consumo, tipo snack, bevande, biscotti, merendine. Abbiamo scelto Cuneo perché i suoi ospedali sono stati fin da subito i più sollecitati della provincia nella lotta contro il coronavirus. Successivamente abbiamo cominciato a coinvolgere familiari e amici più stretti, poi tutti quelli che volevano partecipare tramite un gruppo su Facebook e su Whatsapp.

Abbiamo contattato l'ospedale di Cuneo per capire come poterci rendere utili e ci è stato risposto che il solo fatto che avessimo pensato a loro, gli dava conforto. Abbiamo quindi cominciato la parte più importante, ovvero la ricerca di materiali di protezione individuale, quali tute in tyvek, camici in tnt e impermeabili, guanti in nitrile, cuffiette, calzari, occhiali e caschi di protezione. Io e mia moglie utilizziamo computer e telefono da casa per cercare e acquistare presso ferramenta, negozi farmaceutici e da ultimo anche attività di veterinaria dei materiali, da far arrivare agli ospedali e alle case di riposo della zona che ne abbiano necessità.

I materiali non sono facili da trovare, ma dedicando molto tempo ed impegno riusciamo a reperire di volta in volta, quantitativi di materiali che aiutano gli ospedali a temporeggiare in attesa delle maggiori forniture da parte degli enti preposti. Non solo: fortunatamente, siamo riusciti a coinvolgere piccole e medie aziende, ma anche semplici cittadini, che con grande generosità ci hanno donato gel per le mani, cuffiette, calzari, guanti, mascherine artigianali e poi uova di pasqua, creme di nocciola e cioccolato, creme per le mani, che noi abbiamo distribuito tra ospedali e case di riposo».

Sul motivo per cui non si siano limitati al pur apprezzabile gesto di aderire a qualche raccolta fondi già attivata da altri, Anca e Nicola spiegano: «Le telefonate con alcuni operatori sanitari, commossi nel vedere tanta gente darsi da fare per loro, ci ha fatto capire quanto avessero bisogno di aiuto concreto, ma anche di sentire il nostro affetto e la nostra vicinanza. Così abbiamo pensato di coinvolgere i bambini facendo esprimere anche a loro un sincero ringraziamento con un loro disegno. Abbiamo creato con i disegni uno "slideshow" che abbiamo fatto pervenire agli ospedali.

Rendicontiamo tutto quello che entra e che esce attraverso le pagine del gruppo su Facebook che conta già oltre 320 iscritti. Ci teniamo molto a ringraziare tutti quelli che ci hanno accompagnato e sostenuto in questa iniziativa. Un ringraziamento particolare va a Tartuflanghe, Inalpi, Huvepharma, Bodrato Cioccolato, Nocciole d'Elite, Etre, Curto Azienda agricola, Free Studio Design, Damor farmaceutici e a tutte le persone che ci hanno messo il cuore».

Per conoscere meglio il gruppo o entrare a farne parte ci si può iscrivere al gruppo "Aiutiamo chi ci aiuta" (scritto tutto in stampatello maiuscolo).

30 APRILE – LAVOCEDIALBA

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

1 Consiglia

Al numero 4 di RUE DES AÇORE, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far

conoscere, 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 S.p.A., AtelieReale e due professionisti monegaschi: la Cocotteria Reale, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al numero 4 di RUE DES AÇORE, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.
Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie Inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.
La Cocotteria Reale di Montecarlo, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.
In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

30 APRILE – TARGATOCN

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

Al numero 4 di RUE DES AÇORE, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A., AtelieReale e due professionisti monegaschi: la Cocotteria Reale, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al numero 4 di RUE DES AÇORE, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di

congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.
Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie Inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.
La Cocotteria Reale di Montecarlo, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.
In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

30 APRILE – TORINOGGI

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

0 Consiglia

Uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A., AtelieReale e due professionisti monegaschi: la Cocotteria Reale, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al numero 4 di RUE DES AÇORE, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.

Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie Inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.

La Cocotteria Reale di Montecarlo, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.

In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

comunicato stampa

30 APRILE – VIRGILIO

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

Condividi Invia

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, anche oltre confine, il valore, le...

Leggi tutta la notizia

Torino Oggi.it | 30-04-2020 17:20

2 MAGGIO – SANREMONEWS

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

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A.**, **AtelieReale** e due professionisti monegaschi: **la Cocotteria Reale**, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al **numero 4 di RUE DES AÇORE**, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.

Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie Inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.

La **Cocotteria Reale di Montecarlo**, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.

In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

2 MAGGIO – LIBERO 247

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

Sanremo news.it | 117234 | 23 minuti fa

Al numero 4 di RUE DES AÇORE , nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a ...
Leggi la notizia

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

CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU
Facebook Twitter Google+ Invia RSS
Mi piace Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici.

ALTRE FONTI (3)

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

... viva e apprezzata, sono le ragioni che stanno alla base di un nuovo progetto ideato da Inalpi S.p.A., AtelieReale e due professionisti monegaschi: la **Cocotteria Reale**, uno store caratterizzato da un ...
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

... viva e apprezzata, sono le ragioni che stanno alla base di un nuovo progetto ideato da Inalpi S.p.A., AtelieReale e due professionisti monegaschi: la **Cocotteria Reale**, uno store caratterizzato da un ...
Targatocn.it - 30-4-2020

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

FOTO

Cocotteria Reale: tutto l'amore per il nostro territorio in un nuovo progetto
Sanremo news.it - 30-4-2020

1 di 1

2 MAGGIO – LAVOCEDIASTI

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

10 Consiglia

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A., **AtelieReale** e due professionisti monegaschi: la **Cocotteria Reale**, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al **numero 4 di RUE DES AÇORE**, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.

Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie Inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.

La **Cocotteria Reale di Montecarlo**, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.

In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

2 MAGGIO – LE-ULTME-NOTIZIE

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

Home > Notizie Torino > Torino Oggi

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A., AtelieReale e due professionisti monegaschi: la Cocotteria Reale, uno store caratterizzato da un concept innovativo e...
la provenienza: Torino Oggi

2 MAGGIO – MONTECARLONEWS

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

Al numero 4 di RUE DES AÇORE, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A., AtelieReale e due professionisti monegaschi: la Cocotteria Reale, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al numero 4 di RUE DES AÇORE, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte,

declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.
Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.
La Cocotteria Reale di Montecarlo, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.
In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

2 MAGGIO – SAVONANEWS

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

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A.**, **AtelieReale** e due professionisti monegaschi: la **Cocotteria Reale**, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al **numero 4 di RUE DES AÇORE**, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.

Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie Inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.

La **Cocotteria Reale di Montecarlo**, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.

In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

2 MAGGIO – TARGATOCN

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

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A., **AtelieReale** e due professionisti monegaschi: la **Cocotteria Reale**, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al **numero 4 di RUE DES AÇORE**, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.

Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei

minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie Inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.

La **Cocotteria Reale di Montecarlo**, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.

In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

2 MAGGIO – TORINOSPORTIVA

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

0 Consiglia

La grande passione per un lavoro svolto quotidianamente, l'amore per il proprio territorio e per le sue indiscutibili eccellenze, unite alla voglia di far conoscere, 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 S.p.A., AtelieReale e due professionisti monegaschi: la Cocotteria Reale, uno store caratterizzato da un concept innovativo e posizionato nel cuore del Principato di Monaco.

Al numero 4 di RUE DES AÇORE, nel centralissimo e storico quartiere de La Condamine, luogo di congiunzione tra il porto e il palazzo reale di Monaco, vivace fulcro del piccolo commercio, aprirà i battenti la Cocotteria Reale, un locale destinato a racchiudere un pezzo di Piemonte, declinato nelle sue migliori espressioni, progettato e disegnato dallo studio di architettura di Federica Barbero. Un luogo in cui ritrovare un territorio, e la filosofia di una filiera corta e controllata che pone al primo posto la qualità e genuinità dei propri prodotti.

Con la sua ambientazione elegante, raffinata, tradizionale ma al passo con i tempi, regala un'immagine in cui si percepisce che tutto è studiato nei minimi particolari. La nuova location è quindi destinata a diventare vero riferimento per il Principato, per la Riviera Ligure e per la vicina Costa Azzurra, luogo nel quale sarà possibile acquistare i prodotti di Latterie Inalpi, derivati dal buon latte piemontese di filiera controllata e garantita, e le prelibatezze dell'AtelieReale. Ma il progetto crescerà e si amplierà, con il coinvolgimento di nuove eccellenze del territorio piemontese e, sempre nell'ottica della diffusione, della curata accoglienza e del noto piacere per la convivialità, tipicamente italiani, saranno programmati piccoli eventi per la degustazione di prodotti Made in Piemonte.

La **Cocotteria Reale di Montecarlo**, è in quindi il primo passaggio, per la realizzazione di un format destinato ad essere replicato in altre città e in altre nazioni, una prima apertura che vuole diffondere la cultura del lavoro fatto bene, quella filosofia di operare quotidiano che porta all'eccellenza e all'indubbio apprezzamento del Made in Italy nel mondo.

In attesa dell'apertura fisica dello store di Monaco, è stato predisposto un servizio di Delivery dello chef Gian Piero Vivalda, che ogni fine settimana consentirà di ordinare i menu dell'Antica Corona Reale con consegna nel Principato. Per conoscere le proposte sarà sufficiente consultare i canali social di Cocotteria Reale Facebook ed Instagram oppure scrivendo all'indirizzo email monaco@cocotteriareale.com.

2 MAGGIO – VENTIDINEWS

I FROLLINI QUADRATI D'AUTORE, FIRMATI DA GIAN PIERO VIVALDA

Fare i biscotti a casa è (quasi) doveroso. Ecco la ricetta dei frollini a base di Meliga dell'AtelieReale, il laboratorio dolce del bistellato di Cervere. Leggeri, profumati, godibilissimi... Gian Piero Vivalda sorride spargendo ottimismo: «Il nostro ristorante che esiste dal 1815 ha già passato due guerre mondiali: questa è la terza, e ne usciremo di nuovo. Con sacrificio e passione». Tra marzo e aprile ha mantenuto attiva la produzione di AtelieReale , in ottemperanza alle normative, dove ha prodotto la Colomba Reale (una media di 150 al giorno), i famosi grissini (stirati a mano all'olio extravergine d'oliva taggiasca) e altre prelibatezze per gli affezionati clienti che se li sono gustati a casa. Dal 2016 AtelieReale è la dependance dolce dell' Antica Corona Reale , raffinato ristorante con orto a Cervere (Cuneo), insignito di due stelle Michelin (dal 2009) e membro di Relais & Châteaux. Vivalda, enfant du pays, rappresenta la sesta generazione della medesima famiglia alla guida dell'intera realtà. Il responsabile di AtelieReale sin dall'apertura è Luca Zucchin i, già pastry chef del locale dal 2011, cuoco di formazione e autodidatta conquistato dalla pasticceria.

Classico e moderno Dopo la Pasqua sino all'autunno, quando si inizia a lavorare al Panettone Reale (dove nell'impasto entra il succo d'uva Moscato d'Asti) è tempo della Nuvola Reale , lievitato soffice - creato giusto un anno fa - che ricorda la Veneziana, punteggiato da frutti rossi e frutti canditi: amarene, albicocche, ananas, fichi e mandarino... E poi è sempre tempo di biscotti: i piemontesissimi Baci di Dama (qui fatti con farina di grano italiano, burro inalpi, nocciole IGP del Piemonte e cioccolato Domori dell'Ecuador al 56%), i Brutti ma Buoni (dolcetti sempre con nocciole IGP del Piemonte, albume e zucchero) e i Meliga Reale. Si tratta dei classici frollini quadrati che Vivalda ci ha concesso di sbirciare in esclusiva per "La Cucina Italiana". Ecco la ricetta, scoprirete che hanno un senso dalla colazione del mattino sino a uno snack davanti alla vostra serie tv preferita anche dopo cena.

Ingredienti (per circa 40 biscotti) 250 g di burro a temperatura ambiente (Vivalda utilizza quello inalpi)
250 g di farina 00 debole
250 g di farina fioretto di mais
150 g di zucchero di canna
2 uova
bacca di vaniglia
La scorza di 1 limone grattugiata + succo di limone spremuto
1 pizzico di sale

Procedimento Per preparare le paste di meliga iniziate con il versare in una ciotola la farina 00, quella di mais, lo zucchero semolato e i semi di vaniglia. Mescolate con un cucchiaio per amalgamare.
Aggiungete il burro tagliato a cubetti e la scorza di limone grattugiata. Iniziate a impastare, se usate la planetaria, impastate a bassa velocità con la foglia o frusta k, fino a ottenere un composto bricioloso.
Unite le uova, il succo di limone, il sale e impastate fino a ottenere un impasto morbido.
In questa fase è fondamentale fare attenzione alla consistenza dell'impasto che non dovrà risultare troppo morbido. Lasciare riposare in una ciotola per 6/8 ore.
Dopo di che stendere l'impasto tra 2 carte da forno fino a raggiungere uno spessore di 0,5 cm e mettere in frigo per 12 ore. Trascorse, copparli (tagliarli) della forma desiderata e posizionarli su 2 teglie foderate di carta da forno. Dovranno essere ben distanziate.
Cuocete le paste di meliga in forno a 170 ° per circa 20 minuti o fino a leggera doratura.
Sfornate e fate raffreddare completamente prima di servire.

Fonte: https://www.lacucinaitaliana.it/feed/
0 CONDIVISIONI Share Tweet Cucina

[I FROLLINI QUADRATI D'AUTORE, FIRMATI DA GIAN PIERO VIVALDA]