Dal **28 SETTEMBRE 2020**
al **4 OTTOBRE 2020**

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

28 SETTEMBRE – VIRGILIO

Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

Condividi Invia

Inalpi SpA " azienda lattiero casearia di Moretta, CN, " apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici, con la chiusura dell'accordo di concordato in...

Leggi tutta la notizia

Torino Oggi.it | 28-09-2020 16:22

Categoria: ECONOMIA

Altre notizie

ECONOMIA

Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

Inalpi SpA " azienda lattiero casearia di Moretta, CN, " apre ad un nuovo progetto ed...

Torino Oggi.it | 28-09-2020 16:22

28 SETTEMBRE – TORINOGGI

Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

La produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali

Inalpi SpA - azienda lattiero casearia di Moretta (CN) - apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel Biodistretto della Val Vara.

Un passaggio importante per Latterie Inalpi, che dà così il via ad un nuovo percorso, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali protagonisti del settore lattiero caseario nazionale ed internazionale.

Una volontà precisa, una scelta specifica fatta nel rispetto di una filosofia aziendale che privilegia da sempre la qualità, il saper lavorare bene ed il territorio. Nasce così il progetto di concordato con Ars Food, un progetto anche sinonimo di futuro per un'intera Regione, la Liguria, nella quale il Biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale, e si apre un nuovo mercato, quello degli yogurt biologici.

Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali. Un passaggio questo che merita la giusta attenzione, soprattutto in un periodo non certamente semplice per l'economia del nostro Paese.

Un obiettivo raggiunto grazie alla collaborazione e alla consapevolezza del valore e dell'importanza dell'azienda sul territorio. Un accordo conclusosi positivamente con l'ausilio dell'organizzazione sindacale CGIL, rappresentata da Daniele Viviani, che con atteggiamento propositivo,

connotato da disponibilità e consapevolezza, ha saputo trovare, in accordo con Inalpi, la giusta via. Un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti.

Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con spirito e convinzione che sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che da sempre caratterizza la politica aziendale di Inalpi e che si basa, oltre che su valori buoni, giusti e sicuri, alla base della filiera corta e certificata del latte, anche su una volontà di innovazione e crescita che creano valore aggiunto ad un territorio e alla sua comunità.

Inalpi entra quindi a pieno titolo nel mercato degli yogurt, con un prodotto biologico italiano.

28 SETTEMBRE – TARGATOCN

Moretta: Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali

Inalpi SpA - azienda lattiero casearia di Moretta - apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel Biodistretto della Val Vara. Un passaggio importante per Latterie Inalpi, che dà così il via ad un nuovo percorso, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali protagonisti del settore lattiero caseario nazionale ed internazionale.

Una volontà precisa, una scelta specifica fatta nel rispetto di una filosofia aziendale che privilegia da sempre la qualità, il saper lavorare bene ed il territorio. Nasce così il progetto di concordato con Ars Food, un progetto anche sinonimo di futuro per un'intera Regione, la Liguria, nella quale il Biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale, e si apre un nuovo mercato, quello degli yogurt biologici.

Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali. Un passaggio questo che merita la giusta attenzione, soprattutto in un periodo non certamente semplice per l'economia del nostro Paese.

Un obiettivo raggiunto grazie alla collaborazione e alla consapevolezza del valore e dell'importanza dell'azienda sul territorio. Un accordo conclusosi positivamente con l'ausilio dell'organizzazione sindacale CGIL, rappresentata da Daniele Viviani, che con atteggiamento propositivo, connotato da disponibilità e consapevolezza, ha saputo trovare, in accordo con Inalpi, la giusta via. Un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti. Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con spirito e convinzione che sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che da sempre caratterizza la politica aziendale di Inalpi e che si basa, oltre che su valori buoni, giusti e sicuri, alla base della filiera corta e certificata del latte, anche su una volontà di innovazione e crescita che creano valore aggiunto ad un territorio e alla sua comunità.

Inalpi entra quindi a pieno titolo nel mercato degli yogurt, con un prodotto biologico italiano.

28 SETTEMBRE – LE-ULTIME-NOTIZIE

Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

Home › Notizie Torino › Torino Oggi

La produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali

Inalpi SpA – azienda lattiero casearia di Moretta (CN) – apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel Biodistretto della Val Vara.

Un passaggio importante per Latterie Inalpi, che dà così il via ad un nuovo percorso, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali protagonisti del settore lattiero...
la provenienza: Torino Oggi

28 SETTEMBRE – LAVOCEDIALBA

Moretta: Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

0 Consiglia

Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali

Inalpi SpA - azienda lattiero casearia di Moretta - apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel Biodistretto della Val Vara. Un passaggio importante per Latterie Inalpi, che dà così il via ad un nuovo percorso, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali

protagonisti del settore lattiero caseario nazionale ed internazionale.

Una volontà precisa, una scelta specifica fatta nel rispetto di una filosofia aziendale che privilegia da sempre la qualità, il saper lavorare bene ed il territorio. Nasce così il progetto di concordato con Ars Food, un progetto anche sinonimo di futuro per un'intera Regione, la Liguria, nella quale il Biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale, e si apre un nuovo mercato, quello degli yogurt biologici.

Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali. Un passaggio questo che merita la giusta attenzione, soprattutto in un periodo non certamente semplice per l'economia del nostro Paese.

Un obiettivo raggiunto grazie alla collaborazione e alla consapevolezza del valore e dell'importanza dell'azienda sul territorio. Un accordo conclusosi positivamente con l'ausilio dell'organizzazione sindacale CGIL, rappresentata da Daniele Viviani, che con atteggiamento propositivo, connotato da disponibilità e consapevolezza, ha saputo trovare, in accordo con Inalpi, la giusta via. Un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti. Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con spirito e convinzione che sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che da sempre caratterizza la politica aziendale di Inalpi e che si basa, oltre che su valori buoni, giusti e sicuri, alla base della filiera corta e certificata del latte, anche su una volontà di innovazione e crescita che creano valore aggiunto ad un territorio e alla sua comunità.

Inalpi entra quindi a pieno titolo nel mercato degli yogurt, con un prodotto biologico italiano.

28 SETTEMBRE – LATTENEWS

Inalpi entra nel mercato degli yogurt bio

redazione 28 settembre 2020 13 0

A yoghurt pot isolated on white background. Computer generated image with clipping path.

Inalpi entra a pieno titolo nel mercato degli yogurt, con un prodotto biologico italiano.

L'azienda di Moretta ha siglato l'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel biodistretto della Val Vara.
Un'operazione importante che rappresenta non solo un'ulteriore crescita per Inalpi verso un nuovo mercato, quello degli yogurt biologici, ma che è anche sinonimo di futuro per tale distretto ligure. Infatti, a seguito dell'accordo, la produzione proseguirà regolarmente e saranno mantenuti i livelli occupazionali.

Un obiettivo raggiunto grazie alla collaborazione e alla consapevolezza del valore e dell'importanza dell'azienda sul territorio, con la collaborazione del sindacato. Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con la convinzione che sarà possibile crescere e innovare creando valore aggiunto per un territorio e la sua comunità.

28 SETTEMBRE – IT.GEOSNEWS

Moretta: Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

Targato CN 3 ore fa Notizie da: Provincia di Cuneo

Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali

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

Il post dal titolo: «Moretta: Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio» è apparso 3 ore fa sul quotidiano online *Targato CN* dove ogni giorno puoi trovare le ultime notizie dell'area geografica relativa a Cuneo.

28 SETTEMBRE – ANSAMED

Alimentare: accordo con Ars Food, Inalpi produrrà yogurt bio

Redazione ANSA TORINO 28 settembre 2020 16:50 Scrivi alla redazione Stampa

(ANSA) - TORINO, 28 SET - Inalpi, azienda lattiero-casearia di Moretta (Cuneo) entra nel mercato degli yogurt biologici, grazie all'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda firmato con la Ars Food di Varese Ligure (La Spezia), nel Biodistretto della Val Vara.

L'intesa è stata chiusa, con la mediazione della Cgil - precisa una nota della società cuneese - "con il mantenimento dei livelli occupazionali" nell'azienda di Varese Ligure.

"Un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale - sottolinea Inalpi - per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti. Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con spirito e convinzione che sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che da sempre caratterizza la politica aziendale di Inalpi e che si basa, oltre che su valori buoni, giusti e sicuri, alla base della filiera corta e certificata del latte, anche su una volontà di innovazione e crescita che creano valore aggiunto ad un territorio e alla sua comunità". (ANSA).

DALLA HOME TERRA&GUSTO

Alimentare: accordo con Ars Food, Inalpi produrrà yogurt bio

28 SETTEMBRE – ANSA

Alimentare: accordo con Ars Food, Inalpi produrrà yogurt bio

Redazione ANSA TORINO 28 settembre 2020 16:50

(ANSA) - TORINO, 28 SET - Inalpi, azienda lattiero-casearia di Moretta (Cuneo) entra nel mercato degli yogurt biologici, grazie all'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda firmato con la Ars Food di Varese Ligure (La Spezia), nel Biodistretto della Val Vara.

L'intesa è stata chiusa, con la mediazione della Cgil - precisa una nota della società cuneese - "con il mantenimento dei livelli occupazionali" nell'azienda di Varese Ligure.

"Un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale - sottolinea Inalpi - per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti. Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con spirito e convinzione che sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che da sempre caratterizza la politica aziendale di Inalpi e che si basa, oltre che su valori buoni, giusti e sicuri, alla base della filiera corta e certificata del latte, anche su una volontà di innovazione e crescita che creano valore aggiunto ad un territorio e alla sua comunità". (ANSA).

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

DALLA HOME TERRA&GUSTO

Alimentare: accordo con Ars Food, Inalpi produrrà yogurt bio
Business

28 SETTEMBRE – ALIMENTANDO

Inalpi sbarca nel mercato degli yogurt biologici

Moretta (Cn) – Latterie Inalpi inaugura un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici. L'azienda casearia di Moretta (Cn) ha infatti chiuso un accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel biodistretto della Val Vara. Ars Food, è appunto, specializzata nella produzione di yogurt biologico. Un comunicato di Inalpi informa che la produzione dell'azienda ligure proseguirà regolarmente e che l'accordo è stato chiuso mantenendo i livelli occupazionali con l'assistenza dell'organizzazione sindacale Cgil.

TAGS: ARS FOOD, INALPI, VOGHERA

28 SETTEMBRE – LIBERO.247

Moretta: Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

Targatocn.it | 1 | 37 minuti fa

Inalpi SpA " azienda lattiero casearia di Moretta " apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure ...

Leggi la notizia

Organizzazioni: inalpi inalpi spa
Luoghi: varese ligure val vara
Tags: mercato yogurt

ALTRE FONTI (23)

Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

Inalpi SpA " azienda lattiero casearia di **Moretta**, CN, " apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto ...

Torino Oggi.it - 2 ore fa

Persone: cn daniele viviani
Organizzazioni: inalpi biodistretto
Luoghi: val vara varese ligure
Tags: mercato yogurt

FOTO

Moretta: Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio
Targatocn.it - 22-9-2020

1 di 1

28 SETTEMBRE – IL PANIFICATORE ITALIANO

Aziende

Inalpi e il percorso della solidarietà

Inalpi ha messo in moto un lungo percorso di solidarietà che ha supportato diversi enti e associazioni nel momento di massima emergenza. Inoltre, ha risposto alle richieste di importanti chef stellati, come Matteo Baronetto, per i senza tetto di Torino, Chicco Cerea, per l'ospedale da campo di Bergamo o Gian Piero Vivalda, per la realizzazione della Colomba Grand Gourmet AtelieReale al burro di filiera Inalpi: 400 pezzi sono stati omaggiati ad altrettanti operatori sanitari. "Guardare al domani con consapevolezza è certamente la strada che ci consentirà di attuare, tutti insieme, quella ripartenza che tanto è vitale per la nostra economia", sono le parole di Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi, che hanno accompagnato "I migliori ristoranti d'Italia - Le stelle della guida Michelin", progetto editoriale firmato e distribuito dall'azienda e donato ai 371 chef stellati italiani. **www.inalpi.it**

29 SETTEMBRE – LANAZIONE

Ars food, arriva il lieto fine: si torna al lavoro

L'azienda leader negli yogurt biologici aveva 15 dipendenti in cassa integrazione. E' stata rilevata dal gruppo lattiero piemontese Inalpi

Condividi Tweet Invia tramite email

Lavoratori Ars Food Varese Ligure durante il sit- in di luglio scorso

Val di Vara (La Spezia), 29 settembre 2020 - **I primi dipendenti** sono rientrati al lavoro ieri, altri varcheranno i cancelli dell'azienda nei prossimi giorni, con la produzione che entro poche settimane tornerà a pieno regime. È una storia a lieto fine quella della Ars Food, azienda di San Pietro Vara leader nella produzione di yogurt biologici, tra le più importanti del Biodistretto della Val di Vara.

L'impresa, a causa del lockdown e di problemi finanziari, da qualche tempo aveva azzerato la produzione, mettendo i quindici dipendenti in cassa integrazione. La Inalpi, gruppo lattiero caseario del Piemonte, ha rilevato in affitto per un anno il ramo d'azienda nell'ambito del concordato presentato dall'impresa varesina: un accordo finalizzato all'acquisto che spazza via le nubi sul futuro della storica azienda. "Un passaggio importante per Latterie

Inalpi, che dà così il via ad un nuovo percorso, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali protagonisti del settore lattiero caseario nazionale ed internazionale – fanno sapere dal gruppo caseario che ha rilevato l'azienda di San Pietro Vara –. Il progetto di concordato con Ars Food è anche sinonimo di futuro per un'intera Regione, la Liguria, nella quale il Biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale. Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali. Un passaggio questo che merita la giusta attenzione, soprattutto in un periodo non certamente semplice per l'economia del nostro Paese: l'obiettivo è stato raggiunto grazie alla collaborazione e alla consapevolezza del valore e dell'importanza dell'azienda sul territorio. Un accordo conclusosi positivamente con l'ausilio della Cgil: un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti".

E proprio dalla Camera del lavoro spezzina, Daniele Viviani del sindacato Flai sottolinea la soddisfazione per una vertenza chiusasi positivamente non solo per i dipendenti dell'azienda, ma per un intero territorio di cui la stessa impresa è tra le principali artefici del 'miracolo' biologico. "Una soluzione che garantisce la continuità aziendale e occupazionale, arrivata al termine di una trattativa lunga e corretta – spiega Viviani –. Purtroppo il lockdown è stato il colpo di grazia per un'azienda che, oltre ad avere importanti contratti con la grande distribuzione, lavora tantissimo con la ristorazione scolastica. L'accordo garantisce tutti i quindici posti di lavoro, con i lavoratori che rientreranno progressivamente nello stabilimento, ma l'avvento del gruppo Inalpi garantisce importanti prospettive per il futuro: se tutto andrà per il meglio, l'azienda si è dichiarata pronta a investire per aumentare la produzione".

La vicenda dell'azienda varesina si trascinava da tempo, ed era sfociata lo scorso mese di luglio con il sit-in dei lavoratori all'esterno dello stabilimento per sollecitare le istituzioni a trovare una soluzione che salvaguardasse i posti di lavoro e il futuro dell'azienda. Soluzione che, a distanza di due mesi, è arrivata, con una prima parte dei lavoratori che ieri ha varcato nuovamente i cancelli dello stabilimento.

Matteo Marcello

29 SETTEMBRE – LA NAZIONE – ED. LA SPEZIA

Val di Vara

Ritornano al lavoro i 15 dipendenti della Ars food

LE DIFFICOLTÀ

Problemi finanziari e il lockdown avevano dato la mazzata alla ditta

Marcello pagina **10**

Ars food, arriva il lieto fine: si torna al lavoro

L'azienda leader negli yogurt biologici aveva 15 dipendenti in cassa integrazione. E' stata rilevata dal gruppo lattiero piemontese Inalpi

VAL DI VARA

I primi dipendenti sono rientrati al lavoro ieri, altri varcheranno i cancelli dell'azienda nei prossimi giorni, con la produzione che entro poche settimane tornerà a pieno regime. È una storia a lieto fine quella della Ars Food, azienda di San Pietro Vara leader nella produzione di yogurt biologici, tra le più importanti del Biodistretto della Val di Vara.

L'impresa, a causa del lockdown e di problemi finanziari, da qualche tempo aveva azzerato la produzione, mettendo i quindici dipendenti in cassa integrazione. La Inalpi, gruppo lattiero caseario del Piemonte, ha rilevato in affitto per un anno il ramo d'azienda nell'ambito del concordato presentato dall'impresa varesina: un accordo finalizzato all'acquisto che spazza via le nubi sul futuro della storica azienda. «Un passaggio importante per Latterie Inalpi, che dà così il via ad un nuovo percorso, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali protagonisti del settore lattiero caseario nazionale ed internazionale – fanno sapere dal gruppo caseario che ha rilevato l'azienda di San Pietro Vara –. Il progetto di concordato con Ars Food è anche sinonimo di futuro per un'intera Regione, la Liguria, nella quale il Biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale. Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali. Un passaggio questo che merita la giusta attenzione, soprattutto in un periodo non certamente semplice per l'economia del nostro Paese: l'obiettivo è stato raggiunto grazie alla collaborazione e alla consapevolezza del valore e dell'importanza dell'azienda sul territorio. Un accordo concluso si positivamente con l'ausilio della Cgil: un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti».

E proprio dalla Camera del lavoro spezzina, Daniele Viviani del sindacato Flai sottolinea la soddisfazione per una vertenza chiusasi positivamente non solo per i dipendenti dell'azienda, ma per un intero territorio di cui la stessa impresa è tra le principali artefici del 'miracolo' biologico. «Una soluzione che garantisce la continuità aziendale e occupazionale, arrivata al termine di una trattativa lunga e corretta – spiega Viviani –. Purtroppo il lockdown è stato il colpo di grazia per un'azienda che, oltre ad avere importanti contratti con la grande distribuzione, lavora tantissimo con la ristorazione scolastica. L'accordo garantisce tutti i quindici posti di lavoro, con i lavoratori che rientreranno progressivamente nello stabilimento, ma l'avvento del gruppo Inalpi garantisce importanti prospettive per il futuro: se tutto andrà per il meglio, l'azienda si è dichiarata pronta a investire per aumentare la produzione».

La vicenda dell'azienda varesina si trascinava da tempo, ed era sfociata lo scorso mese di luglio con il sit-in dei lavoratori all'esterno dello stabilimento per sollecitare le istituzioni a trovare una soluzione che salvaguardasse i posti di lavoro e il futuro dell'azienda. Soluzione che, a distanza di due mesi, è arrivata, con una prima parte dei lavoratori che ieri ha varcato nuovamente i cancelli dello stabilimento.

Matteo Marcello

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lavoratori Ars Food Varese Ligure durante il sit- in di luglio scorso

29 SETTEMBRE – IL SECOLO XIX – ED. LA SPEZIA

Il presidio dei lavoratori di Ars Food

«Inalpi è pronta a rilevare Ars Food Più lavoro in valle»

L'ACCORDO

Laura Ivani / VARESELIGURE

C'è già una proposta per l'acquisizione della Ars Food, da parte della InAlpi Spa, il colosso lattiero caseario che da ieri gestisce ufficialmente la produzione dell'azienda dell'alta Val di Vara leader nella produzione di yogurt biologico. Come avevamo anticipato, la società della provincia di Cuneo, guidata da Ambrogio Invernizzi, ha chiuso nei giorni scorsi l'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo di azienda dell'azienda che si trova nel Biodistretto della Val di Vara. Da ieri la produzione di yogurt, ferma da un mese, è ufficialmente ripartita. Ars Food si trovava in difficoltà da oltre un anno per problemi di liquidità, situazione aggravatasi poi con il coronavirus. I 15 dipendenti erano in cassa integrazione. Adesso sono stati assunti direttamente dalla società piemontese, che garantirà oltre agli stessi livelli occupazionali anche la stessa "filosofia" produttiva. «Pur essendo noi definiti "colossi" non possiamo competere a livello di prezzo con i grandi competitor del nord Europa, per questo puntiamo sulla valorizzazione del prodotto, sulla sua qualità e sostenibilità – spiega Invernizzi -. Cerchiamo "nicchie" a cui dare valore e la Val di Vara ha un potenziale molto interessante. Dopo l'affitto, della durata di un anno, abbiamo già pronta una proposta di acquisizione con l'obbiettivo di incrementare la produzione». E magari anche i posti di lavoro. Intanto da ieri è ripresa la produzione dei vasetti, pronti per i clienti della grande distribuzione. Ma che presto potrebbero arrivare anche su un mercato ben più vasto di quello toccato fino a oggi. Fondamentale, per la chiusura dell'accordo, l'organizzazione sindacale Cgil. «Per la valle del biologico l'entrata in campo di questa azienda è una cosa positiva, è la prima volta che un colosso del settore si affaccia sul nostro territorio – il commento di Daniele Viviani, Cgil -. Una realtà ben strutturata e che può garantire ottime prospettive alla Ars Food per crescere, aumentare la produzione e ci auguriamo anche il numero di dipendenti». Le trattative sono iniziate diverso tempo fa, quando sul territorio non si trovava un partner industriale valido per risollevare l'azienda in difficoltà. Era stato Roberto Bordigoni, proprietario della Ars Food, a favorire il primo contatto con l'azienda piemontese. Nei giorni scorsi infine la firma. È per l'azienda da 14 milioni di vasetti bio all'anno adesso le prospettive sono un po' più rosee. —

AMBROGIO INVERNIZZI guida il colosso
Riparte la produzione di yogurt bio

29 SETTEMBRE – HORECANEWS

Inalpi si apre al mercato degli yogurt bio con la Ars Food di Varese Ligure

Inalpi entra a pieno titolo nel mercato degli yogurt, con un prodotto biologico italiano, grazie all'accordo concluso con Ars Food di Varese Ligure.

By **Redazione 2** - 29 Settembre 2020

Inalpi SpA, azienda lattiero casearia di Moretta (CN), apre ad un nuovo progetto ed **entra nel mercato degli yogurt biologici**, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della **Ars Food di Varese Ligure**, nel

Biodistretto della Val Vara.

Un passaggio importante per Latterie Inalpi, che dà così il via ad un **nuovo percorso**, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali protagonisti del settore lattiero caseario nazionale ed internazionale.

Una volontà precisa, una scelta specifica fatta nel rispetto di una **filosofia aziendale che privilegia da sempre la qualità**, il saper lavorare bene ed il territorio. Nasce così il progetto di concordato con **Ars Food**, un progetto anche sinonimo di futuro **per un'intera Regione, la Liguria**, nella quale il Biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale, e si apre un nuovo mercato, quello degli **yogurt biologici**.

Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, **diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno:** la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il **mantenimento dei livelli occupazionali**. Un passaggio questo che merita la giusta attenzione, soprattutto in un periodo non certamente semplice per l'economia del nostro Paese.

Un obiettivo raggiunto grazie alla collaborazione e alla consapevolezza del valore e dell'importanza dell'azienda sul territorio. Un accordo conclusosi positivamente con l'ausilio dell'organizzazione sindacale CGIL, rappresentata da Daniele Viviani, che con atteggiamento propositivo, connotato da disponibilità e consapevolezza, ha saputo trovare, in accordo con Inalpi, la giusta via**. Un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale** per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti. Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con spirito e convinzione che sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che da sempre caratterizza la politica aziendale di Inalpi e che si basa, oltre che su **valori buoni, giusti e sicuri**, alla base della **filiera corta e certificata del latte**, anche su una **volontà di innovazione e crescita** che creano valore aggiunto ad un territorio e alla sua comunità.

29 SETTEMBRE – FOODCOMMUNITY

Food

0 Comments settembre 29, 2020

Inalpi entra nel mercato degli yogurt bio

Inalpi chiude l'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure. L'azienda di Moretta entra quindi a pieno titolo nel mercato degli yogurt, con un prodotto biologico italiano.

La produzione della realtà ligure proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali.

Un passaggio importante per l'azienda lattiero casearia della provincia di Cuneo, che dà così il via a un nuovo percorso. Il progetto è anche sinonimo di futuro per un'intera regione, la Liguria, dove si trova il biodistretto.

29 SETTEMBRE – DISSAPORE

Cuneo: Inalpi produrrà yogurt bio grazie a un accordo con Ars Food

A Cuneo l'azienda lattiero-casearia Inalpi, con sede a Moretta, produrrà anche yogurt bio grazie a un accordo con la Ars Food di Varese Ligure, provincia di La Spezia.

Home > Notizie > Cuneo: Inalpi produrrà yogurt bio grazie a un accordo con Ars Food

di MANUELA 29 Settembre 2020

Andiamo a **Cuneo**, anzi, a Moretta più precisamente, perché l'azienda lattiero-casearia **Inalpi** produrrà anche **yogurt bio** grazie a un accordo stipulato con la Ars Food di Varese Ligure, in provincia di La Spezia.

Inalpi ha raggiunto un accordo di concordato di continuità per poter affittare il ramo d'azienda, accordo siglato con la **Ars Food di Varese Ligure**, nel Biodistretto della Val Vara.

Questa collaborazione è stata raggiunta anche grazie alla mediazione della **Cgil**, così come si preoccupa di sottolineare l'azienda cuneese, garantendo anche il mantenimento dei livelli occupazionali nell'azienda di Varese Ligure.

Inalpi, soddisfatta dell'accordo, ha spiegato che si è trattato di un esempio di collaborazione responsabile fra il settore dell'imprenditoria e quello dei **sindacati**: lo scopo era quello di raggiungere in modo concreto un accordo che soddisfacesse gli obiettivi di tutte le parti coinvolte.

Inalpi auspica, poi, che questa metodica di approccio sia utile anche per il futuro, non solo a causa della grave situazione economica del momento, ma anche perché l'azienda è convinta che si possa crescere seguendo questo tipo di politica aziendale basata non solo sui valori giusti e sicuri che stanno alla base della **filiera corta e certificata del latte**, ma anche su tentativi di innovazione e crescita che vanno a beneficio di tutta la comunità del territorio.

29 SETTEMBRE – CIBVS

Cuneo: Inalpi produrrà yogurt bio grazie a un accordo con Ars Food

da un ora su Targit

Andiamo a **Cuneo**, anzi, a Moretta più precisamente, perché l'azienda lattiero-casearia Inalpi produrrà anche **yogurt bio** grazie a un accordo stipulato con la Ars Food di Varese Ligure, in provincia di La Spezia.
Inalpi ha raggiunto un accordo di concordato di continuità per poter affittare il ramo d'azienda, accordo siglato con la **Ars Food di Varese Ligure**, nel Biodistretto della Val Vara.
Questa collaborazione è stata raggiunta anche grazie alla mediazione della **Cgil**, così come [...leggi]

tags : **bio latte ligure**

29 SETTEMBRE – IL SOLE 24 ORE

INNOVATION DAYS

Componenti e impianti: il Piemonte rialza la testa

Dalle imprese segnali di recupero: il 1° ottobre quinta tappa del roadshow

«Ogni mese è migliore del precedente». «Stiamo contenendo il calo, siamo quasi a pieno regime». «Settembre è sui livelli dello scorso anno». Non ancora l'Eldorado, ovviamente. Ma le parole di Gianfranco Carbonato, Aurelio Nervo e Massimiliano Marsiaj, imprenditori dei macchinari e della componentistica con Prima Industrie, Skf e Sabelt, offrono la possibilità di andare ben oltre i dati drammatici dei mesi scorsi. Che per il Piemonte, in termini di Pil, si traducono in un calo di quasi sedici punti nel periodo aprile-giugno, il peggiore trimestre di sempre.

Al Piemonte che riparte è dedicata la quinta tappa del Roadshow del Sole 24 Ore Innovation Days, percorso che attraversa le principali aree manifatturiere del Paese per raccontare l'impatto della crisi nei territori, che pure tra mille difficoltà provano a rialzare la testa. tra i partecipanti all'evento in streaming (1° ottobre dalle 9.30, previa iscrizione gratuita) il Governatore della Regione Alberto Cirio, che aprirà i lavori dopo l'intervento di Marco Gay, presidente di Confindustria Piemonte. Un primo panel è dedicato agli investimenti in ricerca e innovazione, al know-how come carburante per ripartire. Un secondo momento di confronto riguarda i principali motori della ripresa, dal credito (Cdp, Cassa di Risparmio di Asti) all'Ict (Olivetti), alla mobilità sostenibile (Leaseplan). E infine uno spazio è dedicato ai racconti di innovazione dei singoli imprenditori, con storie che si intrecciano tra aerospazio e largo consumo; meccanica e alimentare, abbigliamento e componentistica. Comparti che provano faticosamente ripartire dopo il dramma del lockdown, affrontando le difficoltà di una domanda interna non brillante e di un export che ancora non è tornato sui livelli precedenti la crisi. Nei mattoni di base, nella spinta dal basso in termini di innovazione rappresentata dalle start-up, le ferite del Covid sono ancora ben visibili: dalle 120 nuove iscrizioni dello scorso anno (tra gennaio e agosto) si è infatti scesi nel 2020 a quota 77, un calo nell'ordine del 35%. Non mancano tuttavia aree di eccellenza, come dimostra l'esperienza del Politecnico di Torino, il cui incubatore I3P è stato premiato come miglior realtà pubblica della categoria al mondo. A parlarne, il primo ottobre nell'evento "Il Piemonte che riparte", sarà il rettore del Politecnico di Torino, Guido Saracco.

Manager e imprenditori di Lavazza, Avio Aero, Skf, Prima Industrie, Iltar, Sabelt, Fratelli Piacenza, Edison, Scai, Argotec, Cimberio, Ferrino, Cecomp, Inalpi e Paglieri racconteranno nel corso della mattina la propria esperienza nel 2020 e gli strumenti che stanno utilizzando per ripartire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Innovation Days. Giovedì 1 ottobre dalle 9.30 la tappa sul Piemonte. Iscrizione gratuita www.ilsole24ore.com/piemontecheriparte

29 SETTEMBRE – IL SOLE 24 ORE

AGRIFOOD

Inalpi rileva Ars Food e apre allo yogurt bio

Con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, in provincia della Spezia, Inalpi entra nel mercato degli yogurt biologici. Un nuovo segmento per l'azienda lattiero-casearia di Moretta, nel cuneese. In Ars Food la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali salvando una quindicina di posti di lavoro.

29 SETTEMBRE – TARGATOCN

Gruppo Compral, un logo e una sfida: lo sviluppo di un grande polo delle maggiori filiere agroalimentari

Sottoscritto l'accordo di gruppo tra Compral Latte e Compral Carni. Stipulato un "contratto di rete" finalizzato ad accrescere la competitività del Gruppo

Una doppia C, l'una verde l'altra azzurra, che si legano mantenendo tuttavia la loro identità. Sotto, campeggia la scritta Gruppo Compral e in carattere più piccolo la specificazione: cooperative allevatori +carni +latte. E' il logo che accompagna il debutto sulla scena economico-sociale della nuova realtà tenuta a battesimo il 28 luglio scorso. Quel giorno, in seduta congiunta fra le due cooperative, Compral Latte presieduta da Raffaele Tortalla, e la "sorella" maggiore Compral Carni guidata dal presidente Roberto Chialva, hanno sottoscritto un accordo di gruppo che pone le basi per il consolidamento e lo sviluppo di un grande polo delle maggiori filiere agroalimentari.

Un mondo che fattura 90 milioni, forte nel complesso di oltre 450 soci produttori pienamente inseriti nel sistema allevatoriale che fa capo all'Arap, guidata dallo stesso Chialva.

E' un ulteriore e strategico passo avanti, che rappresenta una ventata di ottimismo dopo i mesi bui dell'emergenza sanitaria.

Compral sta per "Commercializzazione prodotti allevamenti", ed è una società cooperativa agricola a mutualità prevalente il cui atto costitutivo risale al 24 dicembre 1981.

Compral Latte è nata il giorno di San Martino del 2009, da un gruppo di allevatori che hanno lanciato una sfida mai ingaggiata prima: diventare attori-protagonisti di una filiera completa assieme all'industria, individuando come partner l'Inalpi di Moretta per la trasformazione con i suoi impianti di sprayatura del latte e il colosso dolciario Ferrero, acquirente del latte in polvere per i suoi prodotti. Una filiera sostenuta da Coldiretti e irrobustita dall'adozione di un indice del prezzo che garantisce la giusta remunerazione ai produttori.

Il Gruppo Compral, nel rispetto totale delle singole autonomie delle due cooperative, costituisce una piattaforma comune su cui si potrà convergere per iniziative congiunte e condivise. Un tassello importante per incoraggiare, sostenere e sviluppare quei progetti di sistema che partendo dalla base convergono e costruiscono un modo nuovo, moderno ed efficiente di crescita, indispensabile per affrontare le sfide del mercato sempre più competitivo e impegnativo.

Fra le parti si è stipulato un "contratto di rete" finalizzato ad accrescere la competitività del Gruppo, dando la possibilità di accesso ad altri partecipanti che svolgono, o intendono svolgere, attività legate al programma comune.

Spiega il direttore Compral, Bartolomeo Bovetti, regista dell'operazione assieme ai presidenti Chialva e Tortalla: "Le imprese firmatatarie si pongono una serie di obiettivi strategici, quali la ricerca, il miglioramento e l'innovazione nelle produzioni agricole alla produzione di latte bovino crudo e di carne bovina, con particolare attenzione alle tecniche agronomiche adottate, che siano compatibili con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole. Ma negli intenti del Gruppo - sottolinea il dottor Bovetti - figurano anche progetti a carattere imprenditoriale, il potenziamento delle catena logistica e degli approvvigionamenti, l'ottimizzazione dei servizi e lo sviluppo del capitale umano e delle risorse professionali. Tutto ciò per creare e stimolare una sempre maggiore sinergia fra gli attori della rete, in un contesto di mutualità che è alla radice della nostra storia".

A guidare e valutare l'efficienza della rete è un Comitato di gestione, di cui fanno parte i vertici delle cooperative.

"In questo cammino di crescita il dato più importante - sottolinea Roberto Chialva - è aver mantenuto la dimensione della grande famiglia in cui ogni socio è protagonista attivo e partecipe. La nostra forza è credere in quello che facciamo cercando di farlo al meglio delle nostre capacità".

Osserva a sua volta Raffaele Tortalla: "L'esperienza finora maturata è incoraggiante e ci dice che il nostro modello innovativo ha prospettive di sviluppo che il contratto di rete non potrà che ampliare, coivolgendo nuove forze e irrobustendo così il nostro ruolo sul mercato globale. Guardiamo avanti con fiducia, come sempre all'insegna delle tre C di Compral: cuore, coraggio, condivisione".

29 SETTEMBRE – LAVOCEDIALBA

Gruppo Compral, un logo e una sfida: lo sviluppo di un grande polo delle maggiori filiere agroalimentari

0 Consiglia

Sottoscritto l'accordo di gruppo tra Compral Latte e Compral Carni. Stipulato un "contratto di rete" finalizzato ad accrescere la competitività del Gruppo

Una doppia C, l'una verde l'altra azzurra, che si legano mantenendo tuttavia la loro identità. Sotto, campeggia la scritta Gruppo Compral e in carattere più piccolo la specificazione: cooperative allevatori +carni +latte. E' il logo che accompagna il debutto sulla scena economico-sociale della nuova realtà tenuta a battesimo il 28 luglio scorso. Quel giorno, in seduta congiunta fra le due cooperative, Compral Latte presieduta da Raffaele Tortalla, e la "sorella" maggiore Compral Carni guidata dal presidente Roberto Chialva, hanno sottoscritto un accordo di gruppo che pone le basi per il consolidamento e lo sviluppo di un grande polo delle maggiori filiere agroalimentari.

Un mondo che fattura 90 milioni, forte nel complesso di oltre 450 soci produttori pienamente inseriti nel sistema allevatoriale che fa capo all'Arap, guidata dallo stesso Chialva.

E' un ulteriore e strategico passo avanti, che rappresenta una ventata di ottimismo dopo i mesi bui dell'emergenza sanitaria.

Compral sta per "Commercializzazione prodotti allevamenti", ed è una società cooperativa agricola a mutualità prevalente il cui atto costitutivo risale al 24 dicembre 1981.

Compral Latte è nata il giorno di San Martino del 2009, da un gruppo di allevatori che hanno lanciato una sfida mai ingaggiata prima: diventare attori-protagonisti di una filiera completa assieme all'industria, individuando come partner l'Inalpi di Moretta per la trasformazione con i suoi impianti di sprayatura del latte e il colosso dolciario Ferrero, acquirente del latte in polvere per i suoi prodotti. Una filiera sostenuta da Coldiretti e irrobustita dall'adozione di un indice del prezzo che garantisce la giusta remunerazione ai produttori.

Il Gruppo Compral, nel rispetto totale delle singole autonomie delle due cooperative, costituisce una piattaforma comune su cui si potrà convergere per iniziative congiunte e condivise. Un tassello importante per incoraggiare, sostenere e sviluppare quei progetti di sistema che partendo dalla base convergono e costruiscono un modo nuovo, moderno ed efficiente di crescita, indispensabile per affrontare le sfide del mercato sempre più competitivo e impegnativo.

Fra le parti si è stipulato un "contratto di rete" finalizzato ad accrescere la competitività del Gruppo, dando la possibilità di accesso ad altri partecipanti che svolgono, o intendono svolgere, attività legate al programma comune.

Spiega il direttore Compral, Bartolomeo Bovetti, regista dell'operazione assieme ai presidenti Chialva e Tortalla: "Le imprese firmatatarie si pongono una serie di obiettivi strategici, quali la ricerca, il miglioramento e l'innovazione nelle produzioni agricole alla produzione di latte bovino crudo e di carne bovina, con particolare attenzione alle tecniche agronomiche adottate, che siano compatibili con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle produzioni agricole. Ma negli intenti del Gruppo - sottolinea il dottor Bovetti - figurano anche progetti a carattere imprenditoriale, il potenziamento delle catena logistica e degli approvvigionamenti, l'ottimizzazione dei servizi e lo sviluppo del capitale umano e delle risorse professionali. Tutto ciò per creare e stimolare una sempre maggiore sinergia fra gli attori della rete, in un contesto di mutualità che è alla radice della nostra storia".

A guidare e valutare l'efficienza della rete è un Comitato di gestione, di cui fanno parte i vertici delle cooperative.

"In questo cammino di crescita il dato più importante - sottolinea Roberto Chialva - è aver mantenuto la dimensione della grande famiglia in cui ogni socio è protagonista attivo e partecipe. La nostra forza è credere in quello che facciamo cercando di farlo al meglio delle nostre capacità".

Osserva a sua volta Raffaele Tortalla: "L'esperienza finora maturata è incoraggiante e ci dice che il nostro modello innovativo ha prospettive di sviluppo che il contratto di rete non potrà che ampliare, coivolgendo nuove forze e irrobustendo così il nostro ruolo sul mercato globale. Guardiamo avanti con fiducia, come sempre all'insegna delle tre C di Compral: cuore, coraggio, condivisione".

29 SETTEMBRE – GREENPLANET

LATTERIE INALPI, LO YOGURT DIVENTA BIO GRAZIE ALL'ACCORDO CON ARS FOOD

Condividi Twitter LinkedIn Email Inalpi SpA, azienda lattiero casearia di Moretta, in provincia di Cuneo, apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici. Un cambio di rotta importante per la realtà fondata nel 1966, la cui evoluzione è legata a doppio filo alle famiglie Invernizzi e Barattero, che nasce grazie all'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel Biodistretto della Val Vara . Latterie Inalpi dà così il via ad un nuovo percorso, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali protagonisti del settore lattiero caseario nazionale ed internazionale. Una volontà precisa, una scelta specifica fatta nel rispetto di una filosofia aziendale che privilegia da sempre la qualità, il saper lavorare bene ed il territorio. Il progetto di concordato con Ars Food, infatti, è anche sinonimo di futuro per un'intera Regione, la Liguria, nella quale il Biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale, e si apre un nuovo mercato, quello degli yogurt biologici. Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa garanzia per il futuro: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali. Un passaggio questo che merita la giusta attenzione, soprattutto in un periodo non certamente semplice per l'economia del nostro Paese. Leggi anche altri articoli correlati 8 Luglio 2020 Che ne direste di un giro in fattoria, in una piacevole giornata di sole? Green. 15 Aprile 2020

[LATTERIE INALPI, LO YOGURT DIVENTA BIO GRAZIE ALL'ACCORDO CON ARS FOOD]

30 SETTEMBRE – IL COLTIVATORE PIEMONTESE

Cooperazione piemontese: inaugurata la casa di Compral Latte

CUNEO Va considerata una pietra miliare nella storia della cooperazione piemontese la giornata dello scorso martedì 28 luglio 2020. In seduta congiunta, Compral Latte presieduta da Raffaele Tortalla, e la "sorella" maggiore Compral Carni del presidente Roberto Chialva, hanno sottoscritto un accordo di gruppo che pone le basi per il consolidamento e lo sviluppo di un grande polo delle maggiori filiere agroalimentari. Subito dopo è stata inaugurata la "casa del latte" che amplia, al Miac di Cuneo, il patrimonio di strutture del mondo Compral, forte nel complesso di circa 500 soci produttori pienamente inseriti nel sistema allevatoriale che fa capo all'Arap, guidata dallo stesso Chialva. Un ulteriore passo avanti, che rappresenta una ventata di ottimismo dopo i mesi bui dell'emergenza sanitaria.

ACCORDO DI GRUPPO

Compral Latte è nata il giorno di San Martino del 2009, da un gruppo di allevatori che hanno lanciato una sfida mai ingaggiata prima: diventare attori-protagonisti di una filiera completa assieme all'industria, individuando come partner l'Inalpi di Moretta per la trasformazione con i suoi impianti di sprayatura del latte e il colosso dolciario Ferrero, acquirente del latte in polvere per i suoi prodotti. Una filiera sostenuta da Coldiretti e irrobustita dall'adozione di un indice del prezzo che garantisce la giusta remunerazione ai produttori. Ha sottolineato il presidente **Raffaele Tortalla**: "Dopo 10 anni i risultati del nostro modello innovativo sono incoraggianti. Insieme abbiamo superato quel concetto di produrre in una sola prospettiva temporale di mercato. Perciò siamo convinti di poter guardare con fiducia al futuro delle nostre aziende".

I rispettivi Consigli di Compral Latte e Compral Carni hanno poi formalmente aderito alla stesura di un Accordo di Gruppo che, pur nel rispetto totale delle singole autonomie, costituisce una piattaforma comune su cui si potrà convergere per iniziative congiunte e condivise. Un tassello importante per incoraggiare, sostenere e sviluppare quei progetti di sistema che partendo dalla base convergono e costruiscono un modo nuovo moderno ed efficiente di crescita, indispensabile per affrontare le sfide del mercato sempre più competitivo e impegnativo.

La "C" di Compral sta per "cuore, coraggio, condivisione".

NUOVA CASA DEL LATTE

La struttura inaugurata a fine luglio è una palazzina di 300 metri quadri con un piano seminterrato, che viene adibita a uffici e magazzino. E' stata costruita in pochi mesi ed è stata totalmente pagata dagli allevatori, per una spesa complessiva di circa 700 mila euro. "Non ci sono stati contributi, aiuti o agevolazioni, niente di tutto ciò – hanno ribadito Tortalla e Chialva – e di questo dobbiamo essere essere orgogliosi".

Nell'atrio di ingresso campeggia una magnifica opera pittorica di Ugo Nespolo, che con richiami stilistici al futurismo di un secolo fa, mette insieme l'arte e la vita, il genio creativo e quello produttivo. L'artista torinese, assente per un viaggio di lavoro, ha lasciato al direttore Bovetti il compito di leggere il suo messaggio augurale. Altro momento significativo: la sala riunioni, con una toccante cerimonia, è stata intitolata a Romina Barale, l'impiegata Compral di Centallo mancata prematuramente nel febbraio 2019. Una ragazza solare e una dipendente apprezzata e amata da tutti. Erano presenti il papà e la mamma, con gli altri famigliari.

All'inaugurazione sono intervenuti il presidente Inalpi Ambrogio Invernizzi, il dottor Enrico Scimone della Ferrero spa, il delegato confederale Coldiretti Bruno Rivarossa, con una folta rappresentanza del mondo agricolo e allevatoriale. ◆

30 SETTEMBRE – DISTRIBUZIONEMODERNA

Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

Inalpi SpA – azienda lattiero casearia di Moretta (CN) – apre ad un nuovo progetto ed entra nel mercato degli yogurt biologici, con la chiusura dell'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel Biodistretto della Val Vara.

Un passaggio importante per Latterie Inalpi, che dà così il via ad un nuovo percorso, in aggiunta a quelli ormai consolidati che la vedono tra i principali protagonisti del settore lattiero caseario nazionale ed internazionale.

Una volontà precisa, una scelta specifica fatta nel rispetto di una filosofia aziendale che privilegia da sempre la qualità, il saper lavorare bene ed il territorio. Nasce così il progetto di concordato con Ars Food, un progetto anche sinonimo di futuro per un'intera Regione, la Liguria, nella quale il Biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale, e si apre un nuovo mercato, quello degli yogurt biologici.

Un'operazione che, oltre ad essere indice del proseguimento della crescita di Inalpi, diventa anche sinonimo di garanzia e sostegno: la produzione proseguirà regolarmente e l'accordo è stato chiuso con il mantenimento dei livelli occupazionali. Un passaggio questo che merita la giusta attenzione, soprattutto in un periodo non certamente semplice per l'economia del nostro Paese.

Un obiettivo raggiunto grazie alla collaborazione e alla consapevolezza del valore e dell'importanza dell'azienda sul territorio.

Inalpi entra quindi a pieno titolo nel mercato degli yogurt, con un prodotto biologico italiano.

30 SETTEMBRE – MSN NOTIZIE

Componenti e impianti: il Piemonte rialza la testa

Il Sole 24 Ore | 49 minuti fa |

«Ogni mese è migliore del precedente». «Stiamo contenendo il calo, siamo quasi a pieno regime». «Settembre è sui livelli dello scorso anno». Non ancora l'Eldorado, ovviamente. Ma le parole di Gianfranco Carbonato, Aurelio Nervo e Massimiliano Marsiaj, imprenditori dei macchinari e della componentistica con Prima Industrie, Skf e Sabelt, offrono la possibilità di andare ben oltre i dati drammatici dei mesi scorsi. Che per il Piemonte, in termini di Pil, si traducono in un calo di quasi sedici punti nel periodo aprile-giugno, il peggiore trimestre di sempre.

Al Piemonte che riparte è dedicata la quinta tappa del Roadshow del Sole 24 Ore Innovation Days, percorso che attraversa le principali aree manifatturiere del Paese per raccontare l'impatto della crisi nei territori, che pure tra mille difficoltà provano a rialzare la testa. tra i partecipanti all'evento in streaming (1° ottobre dalle 9.30, previa iscrizione gratuita) il Governatore della Regione Alberto Cirio, che aprirà i lavori dopo l'intervento di Marco Gay, presidente di Confindustria Piemonte. Un primo panel è dedicato agli investimenti in ricerca e innovazione, al know-how come carburante per ripartire. Un secondo momento di confronto riguarda i principali motori della ripresa, dal credito (Cdp, Cassa di Risparmio di Asti) all'Ict (Olivetti), alla mobilità sostenibile (Leaseplan). E infine uno spazio è dedicato ai racconti di innovazione dei singoli imprenditori, con storie che si intrecciano tra aerospazio e largo consumo; meccanica e alimentare, abbigliamento e componentistica. Comparti che provano faticosamente ripartire dopo il dramma del lockdown, affrontando le difficoltà di una domanda interna non brillante e di un export che ancora non è tornato sui livelli precedenti la crisi. Nei mattoni di base, nella spinta dal basso in termini di innovazione rappresentata dalle start-up, le ferite del Covid sono ancora ben visibili: dalle 120 nuove iscrizioni dello scorso anno (tra gennaio e agosto) si è infatti scesi nel 2020 a quota 77, un calo nell'ordine del 35%. Non mancano tuttavia aree di eccellenza, come dimostra l'esperienza del Politecnico di Torino, il cui incubatore I3P è stato premiato come miglior realtà pubblica della categoria al mondo. A parlarne, il primo ottobre nell'evento "Il Piemonte che riparte", sarà il rettore del Politecnico di Torino, Guido Saracco.

Manager e imprenditori di Lavazza, Avio Aero, Skf, Prima Industrie, Iltar, Sabelt, Fratelli Piacenza, Edison, Scai, Argotec, Cimberio, Ferrino, Cecomp, Inalpi e Paglieri racconteranno nel corso della mattina la propria esperienza nel 2020 e gli strumenti che stanno utilizzando per ripartire.

30 SETTEMBRE – LEVANTENEWS

Varese Ligure: "Latterie Inalpi" rileva l'"Ars Food" di San Pietro Vara

30 Set 2020

di Guido Ghersi

A San Pietro Vara, frazione del Comune di Varese Ligure, in Alta Val di Vara, esiste da lungo tempo l'azienda "Ars Food", un tempo leader nella produzione di yogurt biologici., tra le più quotate del Biodistretto. Da quest'anno, prima per problemi finanziari poi per il lockdown causato dalla pandemia del Covid 19, aveva messo i suoi 15 dipendenti in cassa integrazione, azzerando la produzione. In questo mese, però, si è fatto avanti "Latterie Inalpi", un gruppo lattiero caseario del Piemonte, rilevando, in affitto per un anno, il ramo d'azienda nell'ambito del concordato presentato dall'impresa di San Pietro Vara: un accordo finalizzato all'acquisto che fornisce nuovo impulso alla produzione locale. Il progetto di concordato è stato siglato con "Ard Food" e garantisce importanti prospettive per il futuro.

30 SETTEMBRE – IL SOLE 24 ORE

COMPONENTI E IMPIANTI: IL PIEMONTE RIALZA LA TESTA

Dalle imprese segnali di recupero: il 1° ottobre quinta tappa del roadshow «Ogni mese è migliore del precedente». «Stiamo contenendo il calo, siamo quasi a pieno regime». «Settembre è sui livelli dello scorso anno». Non ancora l'Eldorado, ovviamente. Ma le parole di Gianfranco Carbonato, Aurelio Nervo e Massimiliano Marsiaj, imprenditori dei macchinari e della componentistica con Prima Industrie, Skf e Sabelt, offrono la possibilità di andare ben oltre i dati drammatici dei mesi scorsi. Che per il Piemonte, in termini di Pil, si traducono in un calo di quasi sedici punti nel periodo aprile-giugno, il peggiore trimestre di sempre. Al Piemonte che riparte è dedicata la quinta tappa del Roadshow del Sole 24 Ore Innovation Days, percorso che attraversa le principali aree manifatturiere del Paese per raccontare l'impatto della crisi nei territori, che pure tra mille difficoltà provano a rialzare la testa. tra i partecipanti all'evento in streaming (1° ottobre dalle 9.30, previa iscrizione gratuita) il Governatore della Regione Alberto Cirio, che aprirà i lavori dopo l'intervento di Marco Gay, presidente di Confindustria Piemonte. Un primo panel è dedicato agli investimenti in ricerca e innovazione, al know-how come carburante per ripartire. Un secondo momento di confronto riguarda i principali motori della ripresa, dal credito (Cdp, Cassa di Risparmio di Asti) all'Ict (Olivetti), alla mobilità sostenibile (Leaseplan). E infine uno spazio è dedicato ai racconti di innovazione dei singoli imprenditori, con storie che si intrecciano tra aerospazio e largo consumo; meccanica e alimentare, abbigliamento e componentistica. Comparti che provano faticosamente ripartire dopo il dramma del lockdown, affrontando le difficoltà di una domanda interna non brillante e di un export che ancora non è tornato sui livelli precedenti la crisi. Nei mattoni di base, nella spinta dal basso in termini di innovazione rappresentata dalle start-up, le ferite del Covid sono ancora ben visibili: dalle 120 nuove iscrizioni dello scorso anno (tra gennaio e agosto) si è infatti scesi nel 2020 a quota 77, un calo nell'ordine del 35%. Non mancano tuttavia aree di eccellenza, come dimostra l'esperienza del Politecnico di Torino, il cui incubatore I3P è stato premiato come miglior realtà pubblica della categoria al mondo. A parlarne, il primo ottobre nell'evento "Il Piemonte che riparte", sarà il rettore del Politecnico di Torino, Guido Saracco. Manager e imprenditori di Lavazza, Avio Aero, Skf, Prima Industrie, Iltar, Sabelt, Fratelli Piacenza, Edison, Scai, Argotec, Cimberio, Ferrino, Cecomp, inalpi e Paglieri racconteranno nel corso della mattina la propria esperienza nel 2020 e gli strumenti che stanno utilizzando per ripartire.

[COMPONENTI E IMPIANTI: IL PIEMONTE RIALZA LA TESTA]

1 OTTOBRE – VERCELLIOGGI

AISM BIELLA - "La mela di AISM" ti aspetta per la lotta alla sclerosi multipla

Chef Alessandro Borghese continua con il suo impegno verso i giovani con SM, i più colpiti dalla malattia

Una mela per la lotta alla sclerosi multipla. Una malattia che colpisce principalmente i giovani, di cui non si conoscono ancora le cause e per la quale non esiste ancora la cura definitiva. **Da venerdì 2 a domenica 4 ottobre – giornata del Dono Day - "La Mela di AISM" ti aspetta**.

La Mela di AISM è un'iniziativa promossa dall' Associazione Italiana Sclerosi Multipla e si svolge sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica.

Come avere il sacchetto di mele

E' possibile prenotare un sacchetto da 1,8 kg di gustose mele rosse, verdi e gialle a fronte di una donazione minima di 9 euro.

Ringraziamo inoltre la ditta Inalpi che in occasione della suddetta manifestazione a livello locale ci ha omaggiato di sottilette e formaggini: pertanto i donatori che prenderanno un sacchetto di mele ai nostri banchetti verranno omaggiati di questi prodotti.

Sul sito (clicca qui) www.aism.it/mela

Oppure chiamando la sezione provinciale AISM di Biella, al numero 015/8494363 dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle ore 13.

I nostri volontari saranno inoltre presenti nelle piazze di Biella e Valsesia:

Venerdì 2 - Biella: C.C. Gli Orsi, via Italia Trinità, via Lamarmora altezza Chalet, Farmacia S. Paolo, Gardenville, Caffè Torino, Dolce Manna, Love Marylin, Bottega dei Sapori, all'interno delle Generali Assicurazioni di Via Carso e della Fineco di Via Torino; Farmacia Lodigiani di Lessona, presso gli alpini di Ponderano , Pasticceria Maniscalco-Rainero di Campore e Piazza Conad di Vallemosso in Valdilana.

Sabato 3 e domenica 4 - Biella: Via Italia altezza Trinità, C.C. Gli Orsi, Via Lamarmora altezza Chalet, Gardenville, Conad di Via Ivrea; Conad di Candelo, Cossato P.zza Chiesa, Farmacia Mosso, Piazza Chiesa Occhieppo Superiore sab mat, A&O e Conad Occhieppo Inferiore, Pettinengo piazza, Pollone Burcina dom, Esselunga di Quaregna, Gruppo Sportivo PGS di Salussola, volontari di Sandigliano, Strona Piazza, Conad di Ponzone in Valdilana, Valdilana Piazza Chiesa e Piazza Conad di Vallemosso, Villflora di Verrone, Bennet di Vigliano sab, Iper Gross di Vigliano sab mat, Viverone Fiera sul Lungolago (dom).

Durante le messe di sabato 5 e domenica 6 presso le seguenti parrocchie: Chiesa S. Sebastiano (dom), Chiavazza (sab), Bioglio, S. Defendente di Ronco di Cossato, Pralungo, Quaregna, Tavigliano, Tollegno

Inoltre il nostro Gruppo Operativo Valsesia sarà presente nella zone di Borgosesia Piazza Mazzini, Gattinara Piazza Italia, Quarona Piazza Centrale, Serravalle Sesia mercato gio 1, Valduggia Via Roma, Varallo Piazza Vittorio Veneto e Compagnia della Bellezza.

Ringraziamo tutti coloro che ci ospitano (aziende, comuni, negozi, parrocchie, ospedale, supermercati sopra citati) e i collaboratori non ancora citati: A.N. Bersaglieri Biella, A.N. Carabinieri di Valdilana, Alpini di: Andorno, Bioglio, Chiavazza, Pettinengo, Ponderano e Valle San Nicolao; Pro Loco di: Brusnengo e Tavigliano; Lions Club Biella La Serra, Pionieri CRI Cossato, Gruppo sportivo pgs di Sandigliano, Comune di Strona.

L'iniziativa di sensibilizzazione e di raccolti fondi di AISM andrà a sostenere la ricerca scientifica sulla sclerosi multipla e a garantire e potenziare i servizi destinati alle persone con SM, la maggior parte delle quali sono giovani tra i 20 e 40 anni.

Alla manifestazione è legato anche il 45512, il numero solidale di AISM i cui fondi raccolti oltre a sostenere la ricerca scientifica sulle forme gravi di sclerosi multipla andrà a sostenere il progetto "ripartire insieme" dopo l'emergenza, per essere ancora di più al fianco delle persone con sclerosi multipla e continuare a garantire le attività di AISM sul territorio, fondamentali per le persone con SM. Gli importi della donazione saranno di 2 euro da cellulare personale Wind Tre, TIM, Vodafone, Iliad, PosteMobile, CoopVoce, Tiscali; di 5 o 10 euro da chiamata da rete fissa TIM, Vodafone, Wind Tre, Fastweb, Tiscali; di 5 euro da chiamata da rete fissa TWT, Convergenze e PosteMobile.

La sclerosi multipla. Grave malattia del sistema nervoso centrale, cronica, imprevedibile e spesso invalidante, la sclerosi multipla si manifesta per lo più con disturbi del movimento, della vista e dell'equilibrio, seguendo un decorso diverso da persona a persona.

I numeri. In Italia, ogni anno, 3.400 persone vengono colpite dalla sclerosi multipla. Una nuova diagnosi ogni 3 ore. Delle 126 mila persone con SM in Italia, il 10% sono bambini e il 50% sono giovani sotto i 40 anni. E' la seconda causa di disabilità nei giovani dopo gli incidenti stradali. L'Italia è il paese a rischio medio-alto di sclerosi multipla: è di oltre 5 miliardi di euro l'anno il costo sociale medio della malattia. E' una grande emergenza sanitaria e sociale.

La sclerosi multipla e il COVID-19. In questo difficile 2020, per garantire risposte, informazioni e immediato supporto, AISM ha potenziato il Numero Verde 800 803 028, gestendo ben cinque volte maggiori rispetto a quelle dello scorso anno. L'associazione ha attivato indagini per conoscere l'impatto dell'epidemia sulle persone con SM, utili per attivare servizi in risposta all'emergenza. Sul territorio l'associazione si è attivata per essere al fianco delle persone con SM e dei loro famigliari con supporto psicologico, ritiro farmaci, trasporti, attività di benessere.Sul fronte della ricerca AISM ha lanciato con la Società Italiana di Neurologia (SIN) un programma di raccolta dati sui casi Covid-19 e SM; ha creato la piattaforma MuSC-19 con la collaborazione dell'Università di Genova, per derivare informazioni epidemiologiche utili per le scelte di sanità pubblica.

In tema di diritti AISM ha messo in atto un'azione di advocacy continua e costante, dialogando sui temi legati alla cura e assistenza delle persone con SM con il Ministero della Salute e gli Assessorati regionali alla Sanità e sui temi legati ai diritti delle persone con disabilità all'interno delle primarie reti di riferimento.

Il testimonial Chef Alessandro Borghese. **Chef Alessandro Borghese** è testimonial consolidato di "La Mela di AISM". Ad ogni edizione lo **Chef Alessandro Borghese** suggerisce ricette gustosissime, il suo consiglio, farle tutti insieme, in famiglia, con grandi e piccini.

Chef Alessandro Borghese lancia anche l'appello per aderire a "#MelaGioco, e tu?". In palio una cena per due persone presso il suo ristorante «AB - il lusso della semplicità».

Tanti "Amici" per la Mela di AISM

Insieme a **Chef Borghese un ringraziamento va a tutti gli "amici di AISM"** che, come in tutte le occasioni, anche per "**La Mela di AISM**" sostengono l'Associazione con una staffetta social e divertenti appelli per sensibilizzare l'opinione pubblica.

Io #MELAgioco e tu?. Qualsiasi donatore potrà iscriversi su melagioco.aism.it partecipando all'iniziativa #MELAgioco.

In palio oltre alla cena per due persone presso il ristorante di Chef Alessandro Borghese "AB - il lusso dell semplicità" anche un in dono il prestigioso oggetto di arte "La Mela" di Milena Bini realizzata in esclusiva per AISM dall'artista di fama internazionale Milenabini.

La Mela donata ad AISM che ha le dimensioni di 28x30cm e pesa Kg 5,600 è un pezzo unico, interamente fatto a mano.

"Tutte le mele, anche quelle apparentemente simili, hanno un particolare che le differenzia per mantenere integra la loro unicità. Come gli esseri umani, tutti simili ma diversi..." cit. **Milena Bini**.

Tutti coloro che si iscriveranno riceveranno inoltre un ricettario esclusivo per sperimentare tante bontà con le mele.

I partners di La Mela di AISM

Anche La7, Mediafriends e Sky sosterranno l'iniziativa dando visibilità allo spot della campagna. Tra i sostenitori di #LaMeladiAISM anche tante emittenti locali, circuiti nazionali, emittenti radiofoniche nazionali e locali.

Lo Spot "La Mela di AISM" con lo Chef Alessandro Borghese è stato reso possibile grazie al contributo di Level 33, AB Normal_Eatertainment Company e URCA Tv

Trova la tua mela di AISM su (**clicca qui**) oppure contatta la Sezione Provinciale AISM di Biella #insiemepiùforti.

Chi è AISM

L'AISM, insieme alla sua Fondazione (FISM) è l'unica organizzazione nel nostro Paese che da oltre 50 anni interviene a 360 gradi sulla sclerosi multipla, indirizzando, sostenendo e promuovendo la ricerca scientifica, contribuendo ad accrescere la conoscenza della sclerosi multipla e dei bisogni delle persone con SM promuovendo servizi e trattamenti necessari per assicurare una migliore qualità di vita e affermando i loro diritti.

1 OTTOBRE – PIEMONTEOGGI

AISM BIELLA - "La mela di AISM" ti aspetta per la lotta alla sclerosi multipla

Consiglia Condividi Tweet

Una mela per la lotta alla sclerosi multipla. Una malattia che colpisce principalmente i giovani, di cui non si conoscono ancora le cause e per la quale non esiste ancora la cura definitiva. **Da venerdì 2 a domenica 4 ottobre – giornata del Dono Day - "La Mela di AISM" ti aspetta**.

La Mela di AISM è un'iniziativa promossa dall' Associazione Italiana Sclerosi Multipla e si svolge sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica.

Come avere il sacchetto di mele

E' possibile prenotare un sacchetto da 1,8 kg di gustose mele rosse, verdi e gialle a fronte di una donazione minima di 9 euro.

Ringraziamo inoltre la ditta Inalpi che in occasione della suddetta manifestazione a livello locale ci ha omaggiato di sottilette e formaggini: pertanto i donatori che prenderanno un sacchetto di mele ai nostri banchetti verranno omaggiati di questi prodotti.

Sul sito (clicca qui) www.aism.it/mela

Oppure chiamando la sezione provinciale AISM di Biella, al numero 015/8494363 dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle ore 13.

I nostri volontari saranno inoltre presenti nelle piazze di Biella e Valsesia:

Venerdì 2 - Biella: C.C. Gli Orsi, via Italia Trinità, via Lamarmora altezza Chalet, Farmacia S. Paolo, Gardenville, Caffè Torino, Dolce Manna, Love Marylin, Bottega dei Sapori, all'interno delle Generali Assicurazioni di Via Carso e della Fineco di Via Torino; Farmacia Lodigiani di Lessona, presso gli alpini di Ponderano , Pasticceria Maniscalco-Rainero di Campore e Piazza Conad di Vallemosso in Valdilana.

Sabato 3 e domenica 4 - Biella: Via Italia altezza Trinità, C.C. Gli Orsi, Via Lamarmora altezza Chalet, Gardenville, Conad di Via Ivrea; Conad di Candelo, Cossato P.zza Chiesa, Farmacia Mosso, Piazza Chiesa Occhieppo Superiore sab mat, A&O e Conad Occhieppo Inferiore, Pettinengo piazza, Pollone Burcina dom, Esselunga di Quaregna, Gruppo Sportivo PGS di Salussola, volontari di Sandigliano, Strona Piazza, Conad di Ponzone in Valdilana, Valdilana Piazza Chiesa e Piazza Conad di Vallemosso, Vilflora di Verrone, Bennet di Vigliano sab, Iper Gross di Vigliano sab mat, Viverone Fiera sul Lungolago (dom).

Durante le messe di sabato 5 e domenica 6 presso le seguenti parrocchie: Chiesa S. Sebastiano (dom), Chiavazza (sab), Bioglio, S. Defendente di Ronco di Cossato, Pralungo, Quaregna, Tavigliano, Tollegno

Inoltre il nostro Gruppo Operativo Valsesia sarà presente nella zone di Borgosesia Piazza Mazzini, Gattinara Piazza Italia, Quarona Piazza Centrale, Serravalle Sesia mercato gio 1, Valduggia Via Roma, Varallo Piazza Vittorio Veneto e Compagnia della Bellezza.

Ringraziamo tutti coloro che ci ospitano (aziende, comuni, negozi, parrocchie, ospedale, supermercati sopra citati) e i collaboratori non ancora citati: A.N. Bersaglieri Biella, A.N. Carabinieri di Valdilana, Alpini di: Andorno, Bioglio, Chiavazza, Pettinengo, Ponderano e Valle San Nicolao; Pro Loco di: Brusnengo e Tavigliano; Lions Club Biella La Serra, Pionieri CRI Cossato, Gruppo sportivo pgs di Sandigliano, Comune di Strona.

L'iniziativa di sensibilizzazione e di raccolti fondi di AISM andrà a sostenere la ricerca scientifica sulla sclerosi multipla e a garantire e potenziare i servizi destinati alle persone con SM, la maggior parte delle quali sono giovani tra i 20 e 40 anni.

Alla manifestazione è legato anche il 45512, il numero solidale di AISM i cui fondi raccolti oltre a sostenere la ricerca scientifica sulle forme gravi di sclerosi multipla andrà a sostenere il progetto "ripartire insieme" dopo l'emergenza, per essere ancora di più al fianco delle persone con sclerosi multipla e continuare a garantire le attività di AISM sul territorio, fondamentali per le persone con SM. Gli importi della donazione saranno di 2 euro da cellulare personale Wind Tre, TIM, Vodafone, Iliad, PosteMobile, CoopVoce, Tiscali; di 5 o 10 euro da chiamata da rete fissa TIM, Vodafone, Wind Tre, Fastweb, Tiscali; di 5 euro da chiamata da rete fissa TWT, Convergenze e PosteMobile.

La sclerosi multipla. Grave malattia del sistema nervoso centrale, cronica, imprevedibile e spesso invalidante, la sclerosi multipla si manifesta per lo più con disturbi del movimento, della vista e dell'equilibrio, seguendo un decorso diverso da persona a persona.

I numeri. In Italia, ogni anno, 3.400 persone vengono colpite dalla sclerosi multipla. Una nuova diagnosi ogni 3 ore. Delle 126 mila persone con SM in Italia, il 10% sono bambini e il 50% sono giovani sotto i 40 anni. E' la seconda causa di disabilità nei giovani dopo gli incidenti stradali. L'Italia è il paese a rischio medio-alto di sclerosi multipla: è di oltre 5 miliardi di euro l'anno il costo sociale medio della malattia. E' una grande emergenza sanitaria e sociale.

La sclerosi multipla e il COVID-19. In questo difficile 2020, per garantire risposte, informazioni e immediato supporto, AISM ha potenziato il Numero Verde 800 803 028, gestendo ben cinque volte maggiori rispetto a quelle dello scorso anno. L'associazione ha attivato indagini per conoscere l'impatto dell'epidemia sulle persone con SM, utili per attivare servizi in risposta all'emergenza. Sul territorio l'associazione si è attivata per essere al fianco delle persone con SM e dei loro famigliari con supporto psicologico, ritiro farmaci, trasporti, attività di benessere.Sul fronte della ricerca AISM ha lanciato con la Società Italiana di Neurologia (SIN) un programma di raccolta dati sui casi Covid-19 e SM; ha creato la piattaforma MuSC-19 con la collaborazione dell'Università di Genova, per derivare informazioni epidemiologiche utili per le scelte di sanità pubblica.

In tema di diritti AISM ha messo in atto un'azione di advocacy continua e costante, dialogando sui temi legati alla cura e assistenza delle persone con SM con il Ministero della Salute e gli Assessorati regionali alla Sanità e sui temi legati ai diritti delle persone con disabilità all'interno delle primarie reti di riferimento.

Il testimonial Chef Alessandro Borghese. **Chef Alessandro Borghese** è testimonial consolidato di "La Mela di AISM". Ad ogni edizione lo **Chef Alessandro Borghese** suggerisce ricette gustosissime, il suo consiglio, farle tutti insieme, in famiglia, con grandi e piccini.

Chef Alessandro Borghese lancia anche l'appello per aderire a "#MelaGioco, e tu?". In palio una cena per due persone presso il suo ristorante «AB - il lusso della semplicità».

Tanti "Amici" per la Mela di AISM

Insieme a **Chef Borghese un ringraziamento va a tutti gli "amici di AISM"** che, come in tutte le occasioni, anche per "**La Mela di AISM**" sostengono l'Associazione con una staffetta social e divertenti appelli per sensibilizzare l'opinione pubblica.

Io #MELAgioco e tu?. Qualsiasi donatore potrà iscriversi su melagioco.aism.it partecipando all'iniziativa #MELAgioco.

In palio oltre alla cena per due persone presso il ristorante di Chef Alessandro Borghese "AB - il lusso dell semplicità" anche un in dono il prestigioso oggetto di arte "La Mela" di Milena Bini realizzata in esclusiva per AISM dall'artista di fama internazionale Milenabini.

La Mela donata ad AISM che ha le dimensioni di 28x30cm e pesa Kg 5,600 è un pezzo unico, interamente fatto a mano.

"*Tutte le mele, anche quelle apparentemente simili, hanno un particolare che le differenzia per mantenere integra la loro unicità. Come gli esseri umani, tutti simili ma diversi...*" cit. **Milena Bini**.

Tutti coloro che si iscriveranno riceveranno inoltre un ricettario esclusivo per sperimentare tante bontà con le mele.

I partners di La Mela di AISM

Anche La7, Mediafriends e Sky sosterranno l'iniziativa dando visibilità allo spot della campagna. Tra i sostenitori di #LaMeladiAISM anche tante emittenti locali, circuiti nazionali, emittenti radiofoniche nazionali e locali.

Lo Spot "La Mela di AISM" con lo Chef Alessandro Borghese è stato reso possibile grazie al contributo di Level 33, AB Normal_Eatertainment Company e URCA Tv

Trova la tua mela di AISM su (**clicca qui**) oppure contatta la Sezione Provinciale AISM di Biella #insiemepiùforti.

Chi è AISM

L'AISM, insieme alla sua Fondazione (FISM) è l'unica organizzazione nel nostro Paese che da oltre 50 anni interviene a 360 gradi sulla sclerosi multipla, indirizzando, sostenendo e promuovendo la ricerca scientifica, contribuendo ad accrescere la conoscenza della sclerosi multipla e dei bisogni delle persone con SM promuovendo servizi e trattamenti necessari per assicurare una migliore qualità di vita e affermando i loro diritti.

1 OTTOBRE – LA STAMPA – ED. CUNEO

Definita l'intesa per l'affitto del ramo d'azienda della ArsFood di Varese Ligure (15 dipendenti)

L'Inalpi di Moretta sbarca nel mondo degli yogurt bio

IL CASO

Dopo il latte, il burro e i formaggi, è il momento dello yogurt. Le latterie Inalpi di Moretta entrano nel mercato degli yogurt biologici, con l'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della Ars Food di Varese Ligure, nel biodistretto della Val Vara (La Spezia). Inalpi porterà sul mercato, con il proprio marchio, un prodotto italiano, garantito e certificato nella qualità e nella filiera.

Ambrogio Invernizzi, presidente Inalpi, spiega: «Questa operazione è dettata da una volontà precisa, una scelta fatta nel rispetto di una filosofia aziendale che privilegia da sempre la qualità, il saper lavorare bene e il territorio. Così è nato il progetto di concordato con Ars Food, sinonimo di futuro per un'intera area, quella della Val di Vara, dove il biodistretto riveste un'importanza economica fondamentale».

L'azienda di Varese Ligure, leader nazionale nella produzione di yogurt biologici, sta attraversando un momento di crisi. Erano a rischio 15 posti di lavoro. L'attività potrà proseguire con il mantenimento dei livelli occupazionali.

«L'operazione si è conclusa positivamente - specifica Inalpi - con l'ausilio della Cgil, rappresentata da Daniele Viviani, che con atteggiamento propositivo, disponibile e consapevole, ha saputo trovare con Inalpi, la soluzione corretta. Un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale per raggiungere in modo concreto il miglior obiettivo per tutti. Sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che caratterizza la politica aziendale di Inalpi e si basa, oltre che su valori buoni, giusti e sicuri, alla base della filiera corta e certificata del latte, anche su una volontà di innovazione che crea valore aggiunto ad un territorio e alla comunità». D. ROS.

Dopo il latte, il burro e i formaggi Inalpi punta sullo yogurt biologico

1 OTTOBRE – ILGOLOSARIO

LA NOTIZIA

La sostenibilità conquista sempre più spazio nel mondo dell'agroalimentare. Una prima buona notizia riguarda la cooperativa bio marchigiana **"Gino Girolomoni"**; il progetto cui Gino Girolomoni diede vita nel 1971, confluito nel pastificio bio Girolomoni con oltre 400 agricoltori biologici, è stata selezionata tra le 7 aziende italiane insignite del titolo di "**Ambasciatrice dell'Economia Civile 2020**". La premiazione si è svolta la scorsa settimana nella cornice di Palazzo Vecchio a Firenze. @ A Monza è invece attivo il **primo convento d'Italia a emissioni zero**. Si tratta del **Santuario della Madonna delle Grazie**, che ha ottenuto la certificazione ambientale grazie a un impianto fotovoltaico, alberi "mangiasmog", lumini in plastica riciclata e posate biologiche. (Corriere della Sera) @ Sempre più orientata al biologico è anche l'azienda **Inalpi** di Moretta (CN), entrata nel mercato degli **yogurt biologici** grazie a un accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda della **Ars Food** di Varese Ligure, specializzata in yogurt biologici. Inalpi porterà sul mercato, con il proprio marchio, un prodotto totalmente italiano, garantito e certificato nella qualità e nella filiera. "*Questa operazione* - ha spiegato il presidente di Inalpi **Ambrogio invernizzi** -

è dettata da una volontà precisa, una scelta fatta nel rispetto di una filosofia aziendale che privilegia da sempre il saper lavorare bene e il territorio".
(Repubblica) @ E in tema di stile di vita "green", sarà in edicola per due mesi con il Corriere della Sera **"La Guida ai 100 migliori vini e vignaioli d'Italia"** firmata dal giornalista **Luciano Ferraro** e dal sommelier **Luca Gardini**. Oltre alla classifica , il volume prevede anche una sezione dedicata ai migliori vini naturali. @ Su La Stampa **Paolo Massobrio** racconta *"Il vino che esce dalle miniere di talco"* prodotto dalla cantina L'Autin di Barge (CN). @ Dai vini alle chiocciole di **Luca Ravera**, l'elicicoltore dell'azienda agricola **La Spira** di Tagliolo (AL) che a Torino ha ricevuto l'**Oscar Green** con una menzione speciale nella categoria **"Sostenibilità"** per il suo allevamento avviato 5 anni fa. La sua storia è raccontata stamane su La Stampa. @ Our food, our planet, our future (Il nostro cibo, il nostro pianeta, il nostro futuro). E' il tema della tredicesima edizione di **Terra Madre-Salone del Gusto**, che si lascia alle spalle la tradizionale formula dei 5 giorni al Lingotto e lancia un appuntamento di 6 mesi con eventi "fisici" e online. Il via sarà l'**8 ottobre** alle Ogr con un incontro sul modello Piemonte in agricoltura. La conclusione ad aprile, con il congresso internazionale dei delegati di Slow Food. (Repubblica)

1 OTTOBRE – ECO DI BIELLA

L'INIZIATIVA DI AISM

Una mela per combattere la Sclerosi multipla

Una mela per la lotta alla sclerosi multipla. Una malattia che colpisce principalmente i giovani, di cui non si conoscono ancora le cause e per la quale non esiste ancora la cura definitiva. Da venerdì 2 a domenica 4 ottobre – giornata del Dono Day - "La Mela di Aism" ti aspetta. E' possibile prenotare un sacchetto da 1,8 kg di gustose mele rosse, verdi e gialle a fronte di una donazione minima di 9 euro. «Ringraziamo inoltre la ditta Inalpi che in occasione della suddetta manifestazione alivello locale ci ha omaggiato di sottilette e formaggini: pertanto i donatori che prenderanno un sacchetto di mele ai nostri banchetti verranno omaggiati di questi prodotti. I nostri volontari saranno inoltre presenti nelle piazze di Biella e Valsesia: venerdì 2: Biella: C.C. Gli Orsi, via Italia Trinità, via Lamarmora altezza Chalet, Farmacia S. Paolo, Gardenville, Caffè Torino, Dolce Manna, Love Marylin, Bottega dei Sapori, all'interno delle Generali Assicurazioni di Via Carso e della Fineco di Via Torino; Farmacia Lodigiani di Lessona, presso gli alpini di Ponderano , Pasticceria Maniscalco-Rainero di Campore e Piazza Conad di Vallemosso in Valdilana. Sabato 3 e domenica 4: Biella: Via Italia altezza Trinità, C.C. Gli Orsi, Via Lamarmora altezza Chalet, Gardenville, Conad di Via Ivrea; Conad di Candelo, Cossato P.zza Chiesa, Farmacia Mosso, Piazza Chiesa Occhieppo Superiore sab mat, A&O e Conad Occhieppo Inferiore, Pettinengo piazza, Pollone Burcina dom, Esselunga di Quaregna, Gruppo Sportivo Pgs di Salussola, volontari di Sandigliano, Strona Piazza, Conad di Ponzone in Valdilana, Valdilana Piazza Chiesa e Piazza Conad di Vallemosso, Vilflora di Verrone, Bennet di Vigliano sab, Iper Gross di Vigliano sab mat, Viverone Fiera sul Lungolago.

1 OTTOBRE – CUNEOOGGI

AISM BIELLA - "La mela di AISM" ti aspetta per la lotta alla sclerosi multipla

Una mela per la lotta alla sclerosi multipla. Una malattia che colpisce principalmente i giovani, di cui non si conoscono ancora le cause e per la quale non esiste ancora la cura definitiva. **Da venerdì 2 a domenica 4 ottobre – giornata del Dono Day - "La Mela di AISM" ti aspetta**.

La Mela di AISM è un'iniziativa promossa dall' Associazione Italiana Sclerosi Multipla e si svolge sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica.

Come avere il sacchetto di mele

E' possibile prenotare un sacchetto da 1,8 kg di gustose mele rosse, verdi e gialle a fronte di una donazione minima di 9 euro.

Ringraziamo inoltre la ditta Inalpi che in occasione della suddetta manifestazione a livello locale ci ha omaggiato di sottilette e formaggini: pertanto i donatori che prenderanno un sacchetto di mele ai nostri banchetti verranno omaggiati di questi prodotti.

Sul sito (clicca qui) www.aism.it/mela

Oppure chiamando la sezione provinciale AISM di Biella, al numero 015/8494363 dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle ore 13.

I nostri volontari saranno inoltre presenti nelle piazze di Biella e Valsesia:

Venerdì 2 - Biella: C.C. Gli Orsi, via Italia Trinità, via Lamarmora altezza Chalet, Farmacia S. Paolo, Gardenville, Caffè Torino, Dolce Manna, Love Marylin, Bottega dei Sapori, all'interno delle Generali Assicurazioni di Via Carso e della Fineco di Via Torino; Farmacia Lodigiani di Lessona, presso gli alpini di Ponderano , Pasticceria Maniscalco-Rainero di Campore e Piazza Conad di Vallemosso in Valdilana.

Sabato 3 e domenica 4 - Biella: Via Italia altezza Trinità, C.C. Gli Orsi, Via Lamarmora altezza Chalet, Gardenville, Conad di Via Ivrea; Conad di Candelo, Cossato P.zza Chiesa, Farmacia Mosso, Piazza Chiesa Occhieppo Superiore sab mat, A&O e Conad Occhieppo Inferiore, Pettinengo piazza, Pollone Burcina dom, Esselunga di Quaregna, Gruppo Sportivo PGS di Salussola, volontari di Sandigliano, Strona Piazza, Conad di Ponzone in Valdilana, Valdilana Piazza Chiesa e Piazza Conad di Vallemosso, Vilflora di Verrone, Bennet di Vigliano sab, Iper Gross di Vigliano sab mat, Viverone Fiera sul Lungolago (dom).

Durante le messe di sabato 5 e domenica 6 presso le seguenti parrocchie: Chiesa S. Sebastiano (dom), Chiavazza (sab), Bioglio, S. Defendente di Ronco di Cossato, Pralungo, Quaregna, Tavigliano, Tollegno

Inoltre il nostro Gruppo Operativo Valsesia sarà presente nella zone di Borgosesia Piazza Mazzini, Gattinara Piazza Italia, Quarona Piazza Centrale, Serravalle Sesia mercato gio 1, Valduggia Via Roma, Varallo Piazza Vittorio Veneto e Compagnia della Bellezza.

Ringraziamo tutti coloro che ci ospitano (aziende, comuni, negozi, parrocchie, ospedale, supermercati sopra citati) e i collaboratori non ancora citati: A.N. Bersaglieri Biella, A.N. Carabinieri di Valdilana, Alpini di: Andorno, Bioglio, Chiavazza, Pettinengo, Ponderano e Valle San Nicolao; Pro Loco di: Brusnengo e Tavigliano; Lions Club Biella La Serra, Pionieri CRI Cossato, Gruppo sportivo pgs di Sandigliano, Comune di Strona.

L'iniziativa di sensibilizzazione e di raccolti fondi di AISM andrà a sostenere la ricerca scientifica sulla sclerosi multipla e a garantire e potenziare i servizi destinati alle persone con SM, la maggior parte delle quali sono giovani tra i 20 e 40 anni.

Alla manifestazione è legato anche il 45512, il numero solidale di AISM i cui fondi raccolti oltre a sostenere la ricerca scientifica sulle forme gravi di sclerosi multipla andrà a sostenere il progetto "ripartire insieme" dopo l'emergenza, per essere ancora di più al fianco delle persone con sclerosi multipla e continuare a garantire le attività di AISM sul territorio, fondamentali per le persone con SM. Gli importi della donazione saranno di 2 euro da cellulare personale Wind Tre, TIM, Vodafone, Iliad, PosteMobile, CoopVoce, Tiscali; di 5 o 10 euro da chiamata da rete fissa TIM, Vodafone, Wind Tre, Fastweb, Tiscali; di 5 euro da chiamata da rete fissa TWT, Convergenze e PosteMobile.

La sclerosi multipla. Grave malattia del sistema nervoso centrale, cronica, imprevedibile e spesso invalidante, la sclerosi multipla si manifesta per lo più con disturbi del movimento, della vista e dell'equilibrio, seguendo un decorso diverso da persona a persona.

I numeri. In Italia, ogni anno, 3.400 persone vengono colpite dalla sclerosi multipla. Una nuova diagnosi ogni 3 ore. Delle 126 mila persone con SM in Italia, il 10% sono bambini e il 50% sono giovani sotto i 40 anni. E' la seconda causa di disabilità nei giovani dopo gli incidenti stradali. L'Italia è il paese a rischio medio-alto di sclerosi multipla: è di oltre 5 miliardi di euro l'anno il costo sociale medio della malattia. E' una grande emergenza sanitaria e sociale.

La sclerosi multipla e il COVID-19. In questo difficile 2020, per garantire risposte, informazioni e immediato supporto, AISM ha potenziato il Numero Verde 800 803 028, gestendo ben cinque volte maggiori rispetto a quelle dello scorso anno. L'associazione ha attivato indagini per conoscere l'impatto dell'epidemia sulle persone con SM, utili per attivare servizi in risposta all'emergenza. Sul territorio l'associazione si è attivata per essere al fianco delle persone con SM e dei loro famigliari con supporto psicologico, ritiro farmaci, trasporti, attività di benessere.Sul fronte della ricerca AISM ha lanciato con la Società Italiana di Neurologia (SIN) un programma di raccolta dati sui casi Covid-19 e SM; ha creato la piattaforma MuSC-19 con la collaborazione dell'Università di Genova, per derivare informazioni epidemiologiche utili per le scelte di sanità pubblica.

In tema di diritti AISM ha messo in atto un'azione di advocacy continua e costante, dialogando sui temi legati alla cura e assistenza delle persone con SM con il Ministero della Salute e gli Assessorati regionali alla Sanità e sui temi legati ai diritti delle persone con disabilità all'interno delle primarie reti di riferimento.

Il testimonial Chef Alessandro Borghese. **Chef Alessandro Borghese** è testimonial consolidato di "La Mela di AISM". Ad ogni edizione lo **Chef Alessandro Borghese** suggerisce ricette gustosissime, il suo consiglio, farle tutti insieme, in famiglia, con grandi e piccini.

Chef Alessandro Borghese lancia anche l'appello per aderire a "#MelaGioco, e tu?". In palio una cena per due persone presso il suo ristorante «AB - il lusso della semplicità».

Tanti "Amici" per la Mela di AISM

Insieme a **Chef Borghese un ringraziamento va a tutti gli "amici di AISM"** che, come in tutte le occasioni, anche per "**La Mela di AISM**" sostengono l'Associazione con una staffetta social e divertenti appelli per sensibilizzare l'opinione pubblica.

Io #MELAgioco e tu?. Qualsiasi donatore potrà iscriversi su melagioco.aism.it partecipando all'iniziativa #MELAgioco.

In palio oltre alla cena per due persone presso il ristorante di Chef Alessandro Borghese "AB - il lusso dell semplicità" anche un in dono il prestigioso oggetto di arte "La Mela" di Milena Bini realizzata in esclusiva per AISM dall'artista di fama internazionale Milenabini.

La Mela donata ad AISM che ha le dimensioni di 28x30cm e pesa Kg 5,600 è un pezzo unico, interamente fatto a mano.

"*Tutte le mele, anche quelle apparentemente simili, hanno un particolare che le differenzia per mantenere integra la loro unicità. Come gli esseri umani, tutti simili ma diversi…*" cit. **Milena Bini**.

Tutti coloro che si iscriveranno riceveranno inoltre un ricettario esclusivo per sperimentare tante bontà con le mele.

I partners di La Mela di AISM

Anche La7, Mediafriends e Sky sosterranno l'iniziativa dando visibilità allo spot della campagna. Tra i sostenitori di #LaMeladiAISM anche tante emittenti locali, circuiti nazionali, emittenti radiofoniche nazionali e locali.

Lo Spot "La Mela di AISM" con lo Chef Alessandro Borghese è stato reso possibile grazie al contributo di Level 33, AB Normal_Eatertainment Company e URCA Tv

Trova la tua mela di AISM su (**clicca qui**) oppure contatta la Sezione Provinciale AISM di Biella #insiemepiùforti.

Chi è AISM

L'AISM, insieme alla sua Fondazione (FISM) è l'unica organizzazione nel nostro Paese che da oltre 50 anni interviene a 360 gradi sulla sclerosi multipla, indirizzando, sostenendo e promuovendo la ricerca scientifica, contribuendo ad accrescere la conoscenza della sclerosi multipla e dei bisogni delle persone con SM promuovendo servizi e trattamenti necessari per assicurare una migliore qualità di vita e affermando i loro diritti.

1 OTTOBRE – CORRIERE DI SALUZZO

BOCCE Dal 6 ottobre a Moretta

Al via la IN.AL.PI.

Un torneo promozionale a 16

MORETTA La bocciofila Bertino di Moretta prova a chiudere un anno difficile con un torneo promozionale nell'intento di riportare nei campi e sugli spalti morettesi un adeguato numero di appassionati bocciofili. La Coppa IN.AL.PI., primo torneo promozionale nel suo genere, prenderà il via martedì 6 ottobre e raccoglierà la partecipazione di 16 formazioni: ogni formazione dovrà presentarsi con 2 giocatori di cat. D, oltre ad un giocatore non cartellinato. L'evento, suddiviso in due gironi da 8 squadre, verrà disputato con la formula del girone all'italiana con partite di sola andata. Le prime 4 formazioni di ogni girone si incontreranno fra di loro ad eliminazione diretta, con finalissima in data da definire: le partite ai 13 punti con tempo massimo delle 2 ore, si disputeranno nelle serate di martedì e giovedì, sempre con inizio alle 21.

Per le eventuali iscrizioni e per tutte le altre informazioni concernenti il regolamento della manifestazione, telefonare a Ornella e Patrizia *(in foto)* al numero 333/3636572. Il direttivo raccomanda a tutti i partecipanti e a coloro che seguiranno le partite, la scrupolosa osservanza delle norme di sicurezza e di distanziamento sociale.

m. v.

1 OTTOBRE – BIELLAOGGI

AISM BIELLA - "La mela di AISM" ti aspetta per la lotta alla sclerosi multipla

Una mela per la lotta alla sclerosi multipla. Una malattia che colpisce principalmente i giovani, di cui non si conoscono ancora le cause e per la quale non esiste ancora la cura definitiva. **Da venerdì 2 a domenica 4 ottobre – giornata del Dono Day - "La Mela di AISM" ti aspetta**.

La Mela di AISM è un'iniziativa promossa dall' Associazione Italiana Sclerosi Multipla e si svolge sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica.

Come avere il sacchetto di mele

E' possibile prenotare un sacchetto da 1,8 kg di gustose mele rosse, verdi e gialle a fronte di una donazione minima di 9 euro.

Ringraziamo inoltre la ditta Inalpi che in occasione della suddetta manifestazione a livello locale ci ha omaggiato di sottilette e formaggini: pertanto i donatori che prenderanno un sacchetto di mele ai nostri banchetti verranno omaggiati di questi prodotti.

Sul sito (clicca qui) www.aism.it/mela

Oppure chiamando la sezione provinciale AISM di Biella, al numero 015/8494363 dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle ore 13.

I nostri volontari saranno inoltre presenti nelle piazze di Biella e Valsesia:

Venerdì 2 - Biella: C.C. Gli Orsi, via Italia Trinità, via Lamarmora altezza Chalet, Farmacia S. Paolo, Gardenville, Caffè Torino, Dolce Manna, Love Marylin, Bottega dei Sapori, all'interno delle Generali Assicurazioni di Via Carso e della Fineco di Via Torino; Farmacia Lodigiani di Lessona, presso gli alpini di Ponderano , Pasticceria Maniscalco-Rainero di Campore e Piazza Conad di Vallemosso in Valdilana.

Sabato 3 e domenica 4 - Biella: Via Italia altezza Trinità, C.C. Gli Orsi, Via Lamarmora altezza Chalet, Gardenville, Conad di Via Ivrea; Conad di Candelo, Cossato P.zza Chiesa, Farmacia Mosso, Piazza Chiesa Occhieppo Superiore sab mat, A&O e Conad Occhieppo Inferiore, Pettinengo piazza, Pollone Burcina dom, Esselunga di Quaregna, Gruppo Sportivo PGS di Salussola, volontari di Sandigliano, Strona Piazza, Conad di Ponzone in Valdilana, Valdilana Piazza Chiesa e Piazza Conad di Vallemosso, Vilflora di Verrone, Bennet di Vigliano sab, Iper Gross di Vigliano sab mat, Viverone Fiera sul Lungolago (dom).

Durante le messe di sabato 5 e domenica 6 presso le seguenti parrocchie: Chiesa S. Sebastiano (dom), Chiavazza (sab), Bioglio, S. Defendente di Ronco di Cossato, Pralungo, Quaregna, Tavigliano, Tollegno

Inoltre il nostro Gruppo Operativo Valsesia sarà presente nella zone di Borgosesia Piazza Mazzini, Gattinara Piazza Italia, Quarona Piazza Centrale, Serravalle Sesia mercato gio 1, Valduggia Via Roma, Varallo Piazza Vittorio Veneto e Compagnia della Bellezza.

Ringraziamo tutti coloro che ci ospitano (aziende, comuni, negozi, parrocchie, ospedale, supermercati sopra citati) e i collaboratori non ancora citati: A.N. Bersaglieri Biella, A.N. Carabinieri di Valdilana, Alpini di: Andorno, Bioglio, Chiavazza, Pettinengo, Ponderano e Valle San Nicolao; Pro Loco di: Brusnengo e Tavigliano; Lions Club Biella La Serra, Pionieri CRI Cossato, Gruppo sportivo pgs di Sandigliano, Comune di Strona.

L'iniziativa di sensibilizzazione e di raccolti fondi di AISM andrà a sostenere la ricerca scientifica sulla sclerosi multipla e a garantire e potenziare i servizi destinati alle persone con SM, la maggior parte delle quali sono giovani tra i 20 e 40 anni.

Alla manifestazione è legato anche il 45512, il numero solidale di AISM i cui fondi raccolti oltre a sostenere la ricerca scientifica sulle forme gravi di sclerosi multipla andrà a sostenere il progetto "ripartire insieme" dopo l'emergenza, per essere ancora di più al fianco delle persone con sclerosi multipla e continuare a garantire le attività di AISM sul territorio, fondamentali per le persone con SM. Gli importi della donazione saranno di 2 euro da cellulare personale Wind Tre, TIM, Vodafone, Iliad, PosteMobile, CoopVoce, Tiscali; di 5 o 10 euro da chiamata da rete fissa TIM, Vodafone, Wind Tre, Fastweb, Tiscali; di 5 euro da chiamata da rete fissa TWT, Convergenze e PosteMobile.

La sclerosi multipla. Grave malattia del sistema nervoso centrale, cronica, imprevedibile e spesso invalidante, la sclerosi multipla si manifesta per lo più con disturbi del movimento, della vista e dell'equilibrio, seguendo un decorso diverso da persona a persona.

I numeri. In Italia, ogni anno, 3.400 persone vengono colpite dalla sclerosi multipla. Una nuova diagnosi ogni 3 ore. Delle 126 mila persone con SM in Italia, il 10% sono bambini e il 50% sono giovani sotto i 40 anni. E' la seconda causa di disabilità nei giovani dopo gli incidenti stradali. L'Italia è il paese a rischio medio-alto di sclerosi multipla: è di oltre 5 miliardi di euro l'anno il costo sociale medio della malattia. E' una grande emergenza sanitaria e sociale.

La sclerosi multipla e il COVID-19. In questo difficile 2020, per garantire risposte, informazioni e immediato supporto, AISM ha potenziato il Numero Verde 800 803 028, gestendo ben cinque volte maggiori rispetto a quelle dello scorso anno. L'associazione ha attivato indagini per conoscere l'impatto dell'epidemia sulle persone con SM, utili per attivare servizi in risposta all'emergenza. Sul territorio l'associazione si è attivata per essere al fianco delle persone con SM e dei loro famigliari con supporto psicologico, ritiro farmaci, trasporti, attività di benessere.Sul fronte della ricerca AISM ha lanciato con la Società Italiana di Neurologia (SIN) un programma di raccolta dati sui casi Covid-19 e SM; ha creato la piattaforma MuSC-19 con la collaborazione dell'Università di Genova, per derivare informazioni epidemiologiche utili per le scelte di sanità pubblica.

In tema di diritti AISM ha messo in atto un'azione di advocacy continua e costante, dialogando sui temi legati alla cura e assistenza delle persone con SM con il Ministero della Salute e gli Assessorati regionali alla Sanità e sui temi legati ai diritti delle persone con disabilità all'interno delle primarie reti di riferimento.

Il testimonial Chef Alessandro Borghese. **Chef Alessandro Borghese** è testimonial consolidato di "La Mela di AISM". Ad ogni edizione lo **Chef Alessandro Borghese** suggerisce ricette gustosissime, il suo consiglio, farle tutti insieme, in famiglia, con grandi e piccini.

Chef Alessandro Borghese lancia anche l'appello per aderire a "#MelaGioco, e tu?". In palio una cena per due persone presso il suo ristorante «AB - il lusso della semplicità».

Tanti "Amici" per la Mela di AISM

Insieme a **Chef Borghese un ringraziamento va a tutti gli "amici di AISM"** che, come in tutte le occasioni, anche per "**La Mela di AISM**" sostengono l'Associazione con una staffetta social e divertenti appelli per sensibilizzare l'opinione pubblica.

Io #MELAgioco e tu?. Qualsiasi donatore potrà iscriversi su melagioco.aism.it partecipando all'iniziativa #MELAgioco.

In palio oltre alla cena per due persone presso il ristorante di Chef Alessandro Borghese "AB - il lusso dell semplicità" anche un in dono il prestigioso oggetto di arte "La Mela" di Milena Bini realizzata in esclusiva per AISM dall'artista di fama internazionale Milenabini.

La Mela donata ad AISM che ha le dimensioni di 28x30cm e pesa Kg 5,600 è un pezzo unico, interamente fatto a mano.

"*Tutte le mele, anche quelle apparentemente simili, hanno un particolare che le differenzia per mantenere integra la loro unicità. Come gli esseri umani, tutti simili ma diversi...*" cit. **Milena Bini**.

Tutti coloro che si iscriveranno riceveranno inoltre un ricettario esclusivo per sperimentare tante bontà con le mele.

I partners di La Mela di AISM

Anche La7, Mediafriends e Sky sosterranno l'iniziativa dando visibilità allo spot della campagna. Tra i sostenitori di #LaMeladiAISM anche tante emittenti locali, circuiti nazionali, emittenti radiofoniche nazionali e locali.

Lo Spot "La Mela di AISM" con lo Chef Alessandro Borghese è stato reso possibile grazie al contributo di Level 33, AB Normal_Eatertainment Company e URCA Tv

Trova la tua mela di AISM su (**clicca qui**) oppure contatta la Sezione Provinciale AISM di Biella #insiemepiùforti.

Chi è AISM

L'AISM, insieme alla sua Fondazione (FISM) è l'unica organizzazione nel nostro Paese che da oltre 50 anni interviene a 360 gradi sulla sclerosi multipla, indirizzando, sostenendo e promuovendo la ricerca scientifica, contribuendo ad accrescere la conoscenza della sclerosi multipla e dei bisogni delle persone con SM promuovendo servizi e trattamenti necessari per assicurare una migliore qualità di vita e affermando i loro diritti.

1 OTTOBRE – MARK UP

Il LATTIERO-CASEARIO valuta le occasioni multiple post-Covid

di
Mimma Scigliano

Nel marketing e nella comunicazione il racconto dei protagonisti può seguire oggi tante strade, canali differenti e linguaggi profondamente diversificati

Raccontare i valori delle filiere che stanno dietro alle marche del mondo lattiero-caseario e che si concretizzano in prodotti di qualità e scelte di sostenibilità rimane il fine comunicativo dei brand del comparto, che non vedono chiaramente il futuro, ma che continuano a contare sui loro punti di forza e sulla vicinanza al consumatore per percorrere la lunga via che hanno davanti. E il racconto può seguire tante strade, differenti canali e i linguaggi più diversi.

Era iniziato con ottimismo il 2020 per il settore lattiero-caseario, ora anche questo comparto agroalimentare sta risentendo dei contraccolpi della pandemia. Nonostante la gdo abbia registrato grandi numeri e nel carrello della spesa degli italiani, durante la fase #IoRestoaCasa, non siano mai mancati latte, burro e formaggi. Questi ultimi -secondo quanto rilevato da Assolatte in base ai risultati di un'analisi condotta dalla società di ricerche Iri- sono stati il prodotto alimentare più ricercato dagli italiani durante l'emergenza. Tra il 23 febbraio e il 17 maggio 2020 per acquistarli sono stati spesi 246 milioni di euro in più rispetto allo stesso periodo del 2019.

A mettere in seria crisi le imprese del lattiero-caseario, però, sono state la chiusura del canale horeca, che ha fatto registrare un crollo delle vendite del 30%, e la frenata dell'export.

È l'incertezza a farla da padrona. Difficile dire quando ci sarà la ripresa e, quindi, un'inversione di tendenza. Gli equilibri del mercato saranno influenzati in primo luogo dalla ripartenza della domanda mondiale, ma anche dal rilancio dei consumi interni. Dopo l'apertura di ristoranti e alberghi, si aspetta la normalizzazione reale dei flussi turistici. Fondamentale, inoltre, sarà non solo il consolidamento delle posizioni acquisite sui mercati esteri, ma molto di più l'apertura di nuovi sbocchi.

In questa fase occorre resilienza e lungimiranza per cogliere nuove opportunità e in questo il periodo del lockdown sembra aver aiutato. È stato un momento per riflettere, rivedere, ridimensionare e sperimentare altri spazi. Anche nella comunicazione. "La crisi -dice Mauro Frantellizzi, direttore marketing Galbani Formaggi-

Chiarezza e trasparenza

La comunicazione chiara e trasparente è una priorità per Inalpi, che, lavorando principalmente nel settore Industrial e in quello Consumer, utilizza un ampio panorama di canali, che gli consentono di parlare a tutti. "Dalla comunicazione social a quella in store, dalla stampa di settore alla campagna media nazionale, dalle fiere di settore ai grandi eventi -sottolinea Matteo Torchio- la nostra presenza persegue questo tipo di finalità: parlare ai principali player di mercato così come al consumatore finale, con un approccio trasparente e la volontà di far conoscere una filiera che è e rimane un esempio unico di collaborazione".

C'è del buono ogni giorno, Galbani lancia alle famiglie del lockdown una piccola sfida quotidiana da affrontare e risolvere in cucina: la campagna sfrutta l'emergenza per avvicinare ancora di più il proprio target relazionale

Pulizia del parco

Fra le iniziative di Galbani, quella ormai consolidata a supporto di Obm onlus, che aiuta le strutture di accoglienza famiglie dell'ospedale Buzzi di Milano, e quella chiamata Puliamo il tuo parco!, promossa da Vallelata in collaborazione con Legambiente, che si propone di ripulire entro la fine dell'anno venti parchi italiani, scelti direttamente, attraverso una votazione, dai consumatori.

ha da subito generato la necessità di rivedere i nostri piani 2020 e si è rivelata un'opportunità per comunicare con il nostro target in maniera ancora più vicina. Dall'inizio del lockdown, in linea con i valori della nostra marca, abbiamo presentato un'attività di comunicazione intitolata C'è del buono ogni giorno con l'ambizione di lanciare una piccola challenge quotidiana nelle cucine dei nostri consumatori".

In periodo di emergenza, c'è anche chi ha voluto fare un passo straordinariamente importante per la propria storia, come Inalpi. L'azienda, creata dalle famiglie Invernizzi e Barattero, ha dato vita alla sua prima campagna media televisiva nazionale. Come spiega Matteo Torchio, responsabile marketing e comunicazione di Inalpi: "Una decisione che abbiamo preso, non certamente con leggerezza, e che ha avuto un preciso significato. Raccontare i nostri prodotti, la nostra filiera e la nostra terra libera. Far conoscere a tutta Italia i valori che ogni prodotto Latterie Inalpi porta con sé..., quelli della nostra bellissima provincia di Cuneo e del nostro straordinario Piemonte. E non solo, anche quelli dell'Italia, che tornerà certamente a essere eccellenza di qualità riconosciuta nel mondo".

Le azioni poste in essere durante l'emergenza sanitaria e subito dopo sono state diverse. Inalpi ha rivisto e semplificato la sezione eShop del proprio sito, rendendolo più friendly e più intuitivo per l'atto dell'acquisto, ha avviato specifici progetti attraverso le piattaforme social per proporre nuove idee di utilizzo delle referenze, come il kit aperitivo o il picnic con le FettAlpine, e avviato un piano di restyling del pack delle FettAlpine e del Burro di Filiera. "Il nostro obiettivo -continua Torchio- è far conoscere in modo trasparente le referenze dei nostri prodotti, nei quali si ritrovano tutti gli elementi caratterizzanti la filiera corta e certificata del latte Inalpi.

che oggi è composta da 400 allevatori delle province di Cuneo e Torino, tutti localizzati ad un raggio medio di circa 30 km dallo stabilimento di Moretta, e che conferiscono quotidianamente circa 5.000 quintali di latte".
Per tutti, poi, è stata importante la solidarietà. La filiera del Grana Padano, che non si è mai fermata e ha lavorato pur tra numerose difficoltà per garantire il consueto prodotto agli italiani, ha scelto di sostenere chi era in prima linea per salvarci la vita. "Il Consorzio -come dice il direttore generale Stefano Berni- ha destinato un milione di euro del budget della comunicazione all'acquisto di apparecchiature sanitarie per gli ospedali tra Lombardia, Veneto, Piacenza, Piemonte e Trentino Alto Adige". Perché il lockdown per i brand lattiero-caseari ha soprattutto rappresentato l'opportunità di richiamare e riconsolidare valori importanti, che conferiscono loro anche un ruolo nella società.
La sostenibilità è uno di questi. Un valore che rende meravigliosa ogni scelta di vita, secondo il Consorzio Grana Padano. Come riassume il claim La vita ha un sapore meraviglioso. "È un concetto -precisa Berni- che sintetizza l'impegno sempre crescente per garantire la qualità del prodotto e quello per il rispetto dell'ambiente e la sostenibilità

Per il suo esordio in tv Inalpi ha inteso sottolineare le bellezze territoriali e produttive della provincia di Cuneo e delle Alpi piemontesi

della filiera in ogni passaggio produttivo, come chiedono i consumatori". L'idea, quindi, è di puntare sulla valorizzazione di questi sforzi a sostegno di iniziative green, convinti che uno degli insegnamenti della pandemia sia proprio quello "che l'ambiente va tutelato e rispettato".

Sulla stessa linea anche Galbani, che ha deciso di implementare il tema della sostenibilità delle proprie marche e del loro ruolo nella vita sociale, ponendolo al centro dei manifesti sia di Galbani che di Vallelata. Come testimoniano alcuni progetti. Tra questi "Special Cook" a sostegno della Onlus Officine Buone, un format studiato appositamente per il momento di difficoltà che il Paese sta vivendo con il quale chef di fama ed esperienza donano il proprio talento per portare un pasto speciale negli ospedali italiani. Un altro valore storico per Galbani è quello della fiducia, sottolineato dal famoso pay-off "Galbani vuol dire fiducia". E confermato nelle nuove pubblicità di Certosa Galbani e Galbanino.
In questo periodo soffermarsi sui valori tradizionali dei brand non è un guardare indietro, ma un rinfrancare un'identità che può essere la vera forza per affrontare un domani ancora oscuro. Le leve valoriali possono essere i pilastri sui quali basare le nuove sfide.
Ne sono sicuri a Latterie Inalpi che hanno dato sempre ed esclusivamente rilievo ai valori del buono, giusto e sicuro. Buono perché proveniente da conferitori selezionati che hanno sottoscritto il protocollo di filiera, a garanzia dell'elevata qualità della materia prima. Giusto, perché la filiera prevede accordi equi e trasparenti con ogni singolo allevatore, si sviluppa su un territorio, favorendo la crescita della collettività, e riconosce un prezzo di acquisto che elimina la contrattazione, creando progettazione e continuità. Sicuro perché la materia prima che si lavora e che deriva dalla filiera corta e certificata è controllata e sottoposta ad analisi con parametri superiori a quelli richiesti per legge.
Su pilastri distintivi è basata anche la strategia di comunicazione del Gruppo Granarolo, che vanta "la filiera più grande d'Italia", come sottolinea il direttore BU Mercato Italia, Tiziano Manco.

L'azienda punta, innanzitutto, sull'italianità, perché il latte viene da oltre 600 soci allevatori presenti in dodici regioni italiane. Una qualità che diventa eccellenza, per esempio, in Yomo, lo yogurt prodotto in Italia dal 1947, innovatore e precursore del concetto di naturalità, e che utilizza solo il latte italiano della filiera Granarolo, certificata, garantita e controllata, altri due valori imprescindibili dei prodotti del Gruppo. Dal mese di luglio, Granarolo ha scelto di enfatizzare l'italianità dello storico brand, prerogativa non così scontata visto che quasi uno yogurt su due venduti sugli scaffali della grande distribuzione provengono dall'estero, ovvero sono fatti in stabilimenti collocati fuori dai confini nazionali e che non utilizzano latte italiano.
Se si parla di opportunità da lockdown non bisogna dimenticare gli spazi di dialogo con i consumatori aperti dal digitale, canale principe di questa pandemia. "Il nostro sito internet Galbani.it, primo in assoluto per traffico in tutto il comparto delle marche del food -afferma Mauro Frantellizzi - ha avuto una crescita sorprendente anche nel periodo di isolamento. Ma bisogna dire che è da due anni che cerchiamo un rapporto sempre più diretto con i consumatori tramite i social media, il branded content e l'utilizzo di influencer, strumenti che ci hanno reso possibile comunicare in maniera ancora più complementare con gli altri media, coinvolgendo il nostro target anche in esperienze e attività inclusive come il Guinness World Record del Tiramisù più lungo del mondo, organizzato l'anno scorso in occasione del Tiramisù Day". La focalizzazione sul target di riferimento -ritiene Manco- è la priorità in termini di miglioramento ed efficacia delle campagne. "Non solo sui media digitali, ma anche sulla televisione occorre sfruttare sempre di più le nuove tecnologie per coprire i target specifici dei brand in comunicazione, evitando così di disperdere risorse, sia in termini di pianificazione che di messaggio".

Solo latte italiano di filiera interna certificata, garantita e controllata: è uno dei valori sottolineati anche in comunicazione da Granarolo

DIVERSIFICAZIONE PER BRAND

Anche Granarolo sta utilizzando sempre di più il digital, facendo delle distinzioni a seconda del brand di riferimento. "Per esempio su Yomino, che abbiamo rilanciato nel mese di giugno -spiega Tiziano Manco- ci siamo focalizzati molto sui canali tipicamente a target giovanissimo, utilizzando la tv ma anche molto i canali digital, la cui fruizione con i bambini chiusi in casa, ha avuto un incremento considerevole".

1 OTTOBRE – LAPROVINCIADIBIELLA

Da domani a domenica una mela per la lotta alla sclerosi multipla

Facebook Twitter Stampa LinkedIn Più...

BIELLA – Una mela per la lotta alla sclerosi multipla. Una malattia che colpisce principalmente i giovani, di cui non si conoscono ancora le cause e per la quale non esiste ancora la cura definitiva. Da **venerdì 2 a domenica 4 ottobre – giornata del Dono Day – "La Mela di AISM"** ti aspetta.

La Mela di AISM è un'iniziativa promossa dall' Associazione Italiana Sclerosi Multipla e si svolge sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica.

Come avere il sacchetto di mele

E' possibile prenotare un sacchetto da 1,8 kg di gustose mele rosse, verdi e gialle a fronte di una donazione minima di 9 euro.

Ringraziamo inoltre la ditta **Inalpi** che in occasione della suddetta manifestazione a livello locale ci ha omaggiato di sottilette e formaggini: pertanto i donatori che prenderanno un sacchetto di mele ai nostri banchetti verranno omaggiati di questi prodotti.

Su www.aism.it/mela

Oppure chiamando la sezione provinciale AISM di Biella, al numero 015/8494363 dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle ore 13.

I nostri volontari saranno inoltre presenti nelle piazze di Biella e Valsesia:

- **Venerdì 2:** Biella: C.C. Gli Orsi, via Italia Trinità, via Lamarmora altezza Chalet, Farmacia S. Paolo, Gardenville, Caffè Torino, Dolce Manna, Love Marylin, Bottega dei Sapori, all'interno delle Generali Assicurazioni di Via Carso e della Fineco di Via Torino; Farmacia Lodigiani di Lessona, presso gli alpini di Ponderano , Pasticceria Maniscalco-Rainero di Campore e Piazza Conad di Vallemosso in Valdilana.
- **Sabato 3 e domenica 4**: Biella: Via Italia altezza Trinità, C.C. Gli Orsi, Via Lamarmora altezza Chalet, Gardenville, Conad di Via Ivrea; Conad di Candelo, Cossato P.zza Chiesa, Farmacia Mosso, Piazza Chiesa Occhieppo Superiore sab mat, A&O e Conad Occhieppo Inferiore, Pettinengo piazza, Pollone Burcina dom, Esselunga di Quaregna, Gruppo Sportivo PGS di Salussola, volontari di Sandigliano, Strona Piazza, Conad di Ponzone in Valdilana, Valdilana Piazza Chiesa e Piazza Conad di Vallemosso, Vilflora di Verrone, Bennet di Vigliano sab, Iper Gross di Vigliano sab mat, Viverone Fiera sul Lungolago (dom).
  - durante le **messe di sab 5 e dom 6** presso le seguenti parrocchie: Chiesa S. Sebastiano (dom), Chiavazza (sab), Bioglio, S. Defendente di Ronco di Cossato, Pralungo, Tavigliano, Tollegno

- Inoltre il nostro Gruppo Operativo Valsesia sarà presente nella zone di Borgosesia Piazza Mazzini, Gattinara Piazza Italia, Quarona Piazza Centrale, Serravalle Sesia mercato gio 1, Valduggia Via Roma, Varallo Piazza Vittorio Veneto e Compagnia della Bellezza.

Ringraziamo tutti coloro che ci ospitano (aziende, comuni, negozi, parrocchie, ospedale, supermercati sopra citati) e i collaboratori non ancora citati: A.N. Bersaglieri Biella, A.N. Carabinieri di Valdilana, Alpini di: Andorno, Bioglio, Chiavazza, Pettinengo, Ponderano e Valle San Nicolao; Pro Loco di: Brusnengo e Tavigliano; Lions Club Biella La Serra, Pionieri CRI Cossato, Gruppo sportivo pgs di Sandigliano, Comune di Strona.

L'iniziativa di sensibilizzazione e di raccolti fondi di AISM andrà a sostenere la ricerca scientifica sulla sclerosi multipla e a garantire e potenziare i servizi destinati alle persone con SM, la maggior parte delle quali sono giovani tra i

20 e 40 anni.

Alla manifestazione è legato anche il ***45512,*** il numero solidale di AISM i cui fondi raccolti oltre a sostenere la ricerca scientifica sulle forme gravi di sclerosi multipla andrà a sostenere il progetto **"ripartire insieme"** dopo l'emergenza, per essere ancora di più al fianco delle persone con sclerosi multipla e continuare a garantire le attività di AISM sul territorio, fondamentali per le persone con SM. Gli importi della donazione saranno di 2 euro da cellulare personale Wind Tre, TIM, Vodafone, Iliad, PosteMobile, CoopVoce, Tiscali; di 5 o 10 euro da chiamata da rete fissa TIM, Vodafone, Wind Tre, Fastweb, Tiscali; di 5 euro da chiamata da rete fissa TWT, Convergenze e PosteMobile

La sclerosi multipla. Grave malattia del sistema nervoso centrale, cronica, imprevedibile e spesso invalidante, la sclerosi multipla si manifesta per lo più con disturbi del movimento, della vista e dell'equilibrio, seguendo un decorso diverso da persona a persona.

I numeri. In Italia, ogni anno, 3.400 persone vengono colpite dalla sclerosi multipla. **Una nuova diagnosi ogni 3 ore**. Delle 126 mila persone con SM in Italia, il 10% sono bambini e il 50% sono giovani sotto i 40 anni. E' la seconda causa di disabilità nei giovani dopo gli incidenti stradali. **L'Italia è il paese a rischio medio-alto di sclerosi multipla: è di oltre 5 miliardi di euro l'anno il costo sociale medio della malattia. E' una grande emergenza sanitaria e sociale.**

La sclerosi multipla e il COVID-19. In questo difficile 2020, per garantire risposte, informazioni e immediato supporto, AISM ha **potenziato il Numero Verde** 800 803 028, gestendo ben cinque volte maggiori rispetto a quelle dello scorso anno. L'associazione ha **attivato indagini** per conoscere l'impatto dell'epidemia sulle persone con SM, utili per attivare servizi in risposta all'emergenza. **Sul territorio l'associazione si è attivata per essere al fianco delle persone con SM e dei loro famigliari con supporto psicologico, ritiro farmaci, trasporti, attività di benessere.**

Sul fronte della **ricerca** AISM ha lanciato con la Società Italiana di Neurologia (SIN) un **programma di raccolta dati** sui casi Covid-19 e SM; ha creato la piattaforma MuSC-19 con la collaborazione dell'Università di Genova, per derivare informazioni epidemiologiche utili per le scelte di sanità pubblica.

In tema di **diritti** AISM ha messo in atto **un'azione di advocacy continua e costante**, dialogando sui temi legati alla cura e assistenza delle persone con SM con il Ministero della Salute e gli Assessorati regionali alla Sanità e sui temi legati ai diritti delle persone con disabilità all'interno delle primarie reti di riferimento.

Il testimonial Chef Alessandro Borghese. Chef Alessandro Borghese è testimonial consolidato di "La Mela di AISM". Ad ogni edizione lo Chef Alessandro Borghese suggerisce ricette gustosissime, il suo consiglio, farle tutti insieme, in famiglia, con grandi e piccini.

Chef Alessandro Borghese lancia anche l'appello per aderire a "#MelaGioco, e tu?". In palio una cena per due persone presso il suo ristorante «AB – il lusso della semplicità»

Tanti "Amici" per la Mela di AISM

Insieme a Chef Borghese un ringraziamento va a tutti gli "amici di AISM" che, come in tutte le occasioni, anche per "La Mela di AISM" sostengono l'Associazione con una staffetta social e divertenti appelli per sensibilizzare l'opinione pubblica.

Io #MELAgioco e tu?. Qualsiasi donatore potrà iscriversi su **melagioco.aism.it** partecipando all'iniziativa **#MELAgioco**.

In palio oltre alla cena per due persone presso il ristorante di Chef Alessandro Borghese "AB – il lusso dell semplicità" anche un in dono il prestigioso oggetto di arte "La Mela" di Milena Bini realizzata in esclusiva per AISM dall'artista di fama internazionale Milenabini.com @milenabini.

La Mela donata ad AISM che ha le dimensioni di 28x30cm e pesa Kg 5,600 è un pezzo unico, interamente fatto a mano.

"Tutte le mele, anche quelle apparentemente simili, hanno un particolare che le differenzia per mantenere integra la loro unicità. Come gli esseri umani, tutti simili ma diversi..." cit. Milena Bini

Tutti coloro che si iscriveranno riceveranno inoltre un ricettario esclusivo per sperimentare tante bontà con le mele.

1 OTTOBRE – LA PANCALERA

Una bandiera segno di coraggio per il percorso da compiere

Ecco perchè è comparso il simbolo dei pirati sulla facciata dello stabilimento Inalpi di Moretta

MORETTA

Una bandiera dei pirati potrebbe incutere timore, forse curiosità se la si vede sventolare sulla facciata di un'azienda, ma potrebbe anche essere un segnale di innovazione, di voglia di fare, di vivacità intellettuale. Ed è questa la motivazione con la quale è stata issata, sullo stabilimento Inalpi di Moretta, una bandiera dei "Pirati".

«Una scelta - spiegano dall'azienda morettese - che sposa appieno quel "Pirates! Not the Navy", pronunciata da Steve Jobs al Team Mac nel momento in cui intravide un appiattimento dell'atteggiamento del gruppo, che stava perdendo grinta, trasformandosi in un gruppo di burocrati privo di smalto e inventiva. Ed è per celebrare quella dichiarazione che Inalpi vuole comunicare, con una bandiera, issata in un assolato giorno di fine estate, la propria consapevolezza che avere un'identità, avere voglia di innovare, vuol dire creare una magia, alla quale tutti, nessuno escluso, possono prendere parte».

Un modo "diverso" di interpretare e pensare l'essere azienda, che pensa e lavora innovando, creando nuovi schemi di pensiero e nuovi percorsi di crescita, uniti come una vera e propria "ciurma", tutti sulla stessa nave.

«Quella bandiera - continuano Invernizzi e Barattero - un simbolo tangibile di impegno per dare vita, attraverso il lavoro, la trasparenza e l'unione, a progetti unici che creano valore. Come unica è la filiera corta e certificata del latte piemontese, unici sono i conferitori che in essa credono, unica è l'azienda sinonimo di famiglia, nella quale ogni persona sa di poter trovare il proprio porto sicuro e dove, trasformarsi in una "banda di pirati" vuol dire contribuire, ognuno per propria parte, al raggiungimento di risultati che oggi confermano Inalpi tra le principali aziende lattiero casearie del panorama nazionale. Ma quella bandiera è anche espressione di orgoglio per la strada fatta finora, coraggio per il percorso che si deve ancora compiere, fiducia nelle idee innovative che verranno, consapevolezza di avere, come azienda e come imprenditori, la responsabilità di camminare al fianco di un territorio e della sua comunità».

E così, sulla bianca facciata dello stabilimento di Moretta, sventola una bandiera nera con la scritta Inalpi affiancata al simbolo dei pirati: una curiosità forse, più probabilmente un modo per raccontare la voglia di continuare a fare e innovare.

e.c.

2 OTTOBRE – FOODWEB

Il latte in polvere è una prima scelta

Inalpi e Gelati Pepino 1884, in una diretta Facebook, hanno illustrato le qualità del latte in polvere e il valore aggiunto che può dare l'utilizzo di una materia prima tracciata e certificata

L'importanza del latte in polvere di qualità. È stato questo il tema della diretta Facebook "andata in onda" sulla Pagina di Inalpi e che ha visto protagonisti Matteo Torchio, Responsabile Marketing dell'azienda di Moretta, e Alberto Mangiantini, Amministratore Delegato di Gelati Pepino 1884. Inalpi, infatti, nel 2010 è stata la prima azienda italiana a creare una vera e propria filiera controllata e certificata del latte italiano insieme a Coldiretti, a una cooperativa di allevatori e alla collaborazione dell'Università di Piacenza, con cui ha introdotto un nuovo sistema per la remunerazione del latte. E così è nato anche il latte in polvere da filiera certificato, intero o scremato, buono da bere e ideale per un uso professionale.

LA (RI)SCOPERTA DEL LATTE IN POLVERE

"Il latte in polvere – ha specificato Matto Torchio, Responsabile Marketing di Inalpi durante la diretta – *è semplicemente il latte privato di circa il 50% dell'acqua e poi polverizzato. Il processo di polverizzazione, che può sembrare uno stress per la materia prima, non intacca le sue qualità organolettiche, perché avviene a una temperatura ancora più bassa del trattamento Uht*". Il latte utilizzato da Inalpi, poi, è tracciato in ogni fase: arriva dai 400 allevatori che fanno parte della filiera e che operano in un raggio di 30 km da Moretta, dove l'azienda ha sede. Non contiene grassi e permette di creare un carico proteico perfetto e dare struttura alle ricette in cui viene utilizzato, come il gelato, ad esempio.

Ed è per questo che Gelati Pepino 1884, la prima al mondo a inventare il gelato ricoperto su stecco, ha scelto proprio il latte in polvere di Inalpi per i suoi gelati. "*In passato* – ha specificato Alberto Mangiantini, Amministratore di Gelati Pepino 1884 – *il latte in polvere è sempre stato antagonista del latte fresco. In realtà, è un ingrediente di alta qualità, buono, morbido, che non si scioglie immediatamente. Ci siamo avvicinati a questo prodotto grazie a Inalpi e insieme stiamo costruendo la filiera del Pinguino Fiordilatte Pepino*".

OGNI GIORNO UN PASSO PER UN MONDO PIÙ GREEN

In questi anni Inalpi ha creato un vero e proprio gruppo di lavoro, che condivide la stessa cultura e lavora insieme nella stessa direzione. E da qualche tempo ha intrapreso una nuova sfida, quella del bio. "Il bio è un disciplinare di produzione e di allevamento – spiega Torchio –. Racconta di un rispetto verso la materia prima, la sua storia, i suoi profumi. Anche per latte in polvere filiera vuol dire rispetto del benessere animale, qualità di stoccaggio del latte, cura dell'impatto ambientale delle stalle, rispetto dei diritti umani dei lavoratori. E fedeli alla nostra filosofia e al nostro impegno quotidiano per rendere il mondo un posto migliore, abbiamo aderito anche all'Agenda 2030 dell'Onu affinché la nostra azienda sia sempre più sostenibile. Contemporaneamente continua il nostro lavoro per la formazione degli addetti ai lavori, ma anche dei più piccoli (l'azienda ogni anno realizza dei diari illustrati, distribuiti nelle scuole italiane, che spiegano il processo di lavorazione e trasformazione del latte, *ndr*), perché far sapere da dove arriva e come viene trasformato il nostro latte siamo convinti possa fare la differenza".

2 OTTOBRE – EFANEWS

INALPI RILEVA ARS FOOD

EFA News - European Food Agency use cookies to ensure for customer a more safer experience and to address advertisement to the right public. If you click or browse in the website, you consent to our to collect information through cookies. You can disable the advertisements personalization or you can consult our privacy policy . It does not receive public funding Editor in chief: Inalpi rileva Ars Food Il gruppo piemontese entra nel segmento degli yogurt bio Inalpi, azienda lattiero-casearia di Moretta (Cuneo) entra nel mercato degli yogurt biologici, grazie all'accordo di concordato in continuità per l'affitto del ramo d'azienda firmato con la Ars Food di Varese Ligure (La Spezia), nel Biodistretto della Val Vara. L'intesa prevede il mantenimento dei livelli occupazionali nell'azienda di Varese Ligure (15 dipendenti attualmente in cassa integrazione). "Un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale - sottolinea Inalpi - per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti. Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con spirito e convinzione che sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che da sempre caratterizza la politica aziendale di Inalpi e che si basa, oltre che su valori buoni, giusti e sicuri, alla base della filiera corta e certificata del latte, anche su una volontà di innovazione e crescita che creano valore aggiunto ad un territorio e alla sua comunità". La vicenda dell'azienda varesina si trascinava da tempo, ed era sfociata lo scorso mese di luglio con il sit-in dei lavoratori all'esterno dello stabilimento per sollecitare le istituzioni a trovare una soluzione che salvaguardasse i posti di lavoro e il futuro dell'azienda. Il lockdown è stato il colpo di grazia per un'azienda che, oltre ad avere importanti contratti con la grande distribuzione, lavora molto con la ristorazione scolastica. red - 13795 Moretta, CN, Italia, 10/02/2020 09:30 EFA News - European Food Agency Similar

[INALPI RILEVA ARS FOOD]

2 OTTOBRE

IL SOLE 24 ORE

I RACCONTI DELLA RIPRESA

Innovare e investire: così i produttori rialzano la testa

Arginato lo shock di aprile risalgono ricavi e ordini E torna anche l'ottimismo

Luca Orlando

Un nuovo impianto per materiali compositi a Torino. E poi nuove linee automatiche a San maurizio d'Opaglio. Una torre di sprayatura per la produzione di latte in polvere nel cuneese, parte di un piano di 100 milioni al 2025. Progetti attuali, non futuribili, quelli di Sabelt nella componentistica auto, di Cimberio nelle valvole, di Inalpi nei latticini. Non la regola, forse. Ma neppure l'eccezione, in un Piemonte che rialza la testa dopo il lockdown e prova a ripartire non solo in termini produttivi ma scaricando a terra i programmi di investimento messi solo temporaneamente in stand-by.

I racconti delle tante aziende coinvolte nella tappa piemontese di Innovation Days sono mediamente confortanti, segnalando per quasi tutti i settori e in ogni dimensione aziendale un recupero deciso rispetto ai periodi più cupi dell'emergenza. Dati e sensazioni quasi impensabili rispetto alle stime di pochi mesi fa.

«Ora stiamo lavorando a pieno regime e per il Piemonte sono appena arrivati ordini interessanti», commenta il presidente di Skf Italia Aurelio Nervo; «ogni mese è migliore del precedente e anche settembre è stato più che discreto, con nuovi ordini che arrivano dall'Italia e non solo», aggiunge il presidente di Prima Industrie Gianfranco Carbonato; «siamo tornati a due turni e francamente ora potrebbe starci anche il terzo», spiega l'ad di Iltar-Italbox Patrizia Paglia; «ad agosto ci siamo fermati solo una settimana e le vendite online stanno correndo», commenta il ceo di Fratelli Piacenza Carlo Piacenza.

Recupero possibile anche e soprattutto grazie alle armi competitive in mano alle aziende, conquistate nel tempo sul terreno dell'innovazione, che prosegue anche ora.

Così, se il componentista Cecomp riesce a contenere i danni del Covid nonostante il settore (auto) non sia in grande spolvero, lo deve in particolare ai forti investimenti fatti nei componenti in alluminio, i più ricercati. A cui si aggiungono ora nuove linee per i supporti delle batterie elettriche, uno dei mercati del futuro.

Se Ferrino riesce a chiudere l'anno in crescita rispetto al 2019, lo deve anche a commesse conquistate grazie alle propria attività di ricerca, che ha portato ad esempio a realizzare zaini salva-vita per la montagna estrema. E se la piccola Argotec può scavallare la crisi investendo addirittura in nuovi spazi, lo deve alle proprie tecnologie di punta, in grado di convincere persino la Nasa ad acquistare i satelliti realizzati dalla Pmi torinese, in consegna già nei primi mesi del 2021. Investire e innovare pare in effetti la strada obbligata per il mantenimento della propria competitività, linea guida che traspare da ogni racconto. «Non abbiamo bloccato nessuno dei nostri piani di investimento - spiega Giuseppe Lavazza, vicepresidente del gruppo - anche perché il grande frazionamento geografico e settoriale delle nostre vendite ci ha consentito di contenere i danni: i programmi di investimento restano assolutamente intatti». Investimenti che possono riguardare anche la formazione, come capita al big della digitalizzazione Scai, che ha "approfittato" del Covid per attivare percorsi di reskilling per i propri dipendenti. In un mercato reattivo sui temi digitali che permetterà al gruppo di chiudere l'anno sui livelli del 2019.

Anche Paglieri, brand storico in un mercato maturo, nel 2020 al nuovo record assoluto di ricavi grazie al boom dei saponi liquidi, ha in programma nuovi investimenti per internalizzare parte del processo produttivo. Strad battuta anche per realizzare un upgrade in termini di sostenibilità, con l'incombente plastic-tax a rappresentare uno stimolo in più (certo non gradito) al cambiamento.

La bufera resta invece pienamente all'opera nel settore aeronautico, che ha visto crollare verticalmente la domanda. Ma anche qui si guarda avanti, ai nuovi programmi di ricerca, agli investimenti che daranno frutti negli anni a venire. «Di recente abbiamo iniziato gli studi sui motori ad idrogeno - spiega il presidente di Avio Aero Sandro De Poli - attività che vedrà risultati concreti tra molti anni ma che potrà comunque rivelarsi rivoluzionaria. E che vedrà il Piemonte come protagonista: il cuore della nostra ingegneria pulsa a Rivalta di Torino». Investimenti delle aziende che portano a risultati non banali, come testimonia il percorso di Sabelt, componentista hi-tech in grado di realizzare cinture di sicurezza non solo per auto ma di convincere persino la Nasa ad utilizzare i propri prodotti ultraleggeri nei carichi da inviare in orbita, dove ogni chilo risparmiato vale decine di migliaia di dollari. «È una parte minima del business - spiega il vicepresidente Massimiliano Marsiaj - che però attiva un trasferimento tecnologico poderoso, con ricadute nelle altre aree di attività. Ecco perché continuiamo ad investire in modo massiccio, puntando ad internalizzare il know-how più pregiato, nostra principale arma competitiva».

Investimenti e innovazione dunque, come linea guida di tutti i racconti delle aziende. Che in buona parte hanno chiuso un mese di settembre in linea o in alcuni casi anche al di sopra del periodo pre-covid, che hanno minimizzato o azzerato la Cig, che puntano in più di un caso a chiudere il 2020 con volumi addirittura in crescita. E che soprattutto, e forse questo è l'aspetto più confortante, alla domanda: "ci saranno esuberi dopo la fine dello stop ai licenziamenti?" rispondono senza alcuna esitazione. E per tutti si tratta di un "no".

«Anzi - commenta l'imprenditore novarese Roberto Cimberio - i nuovi investimenti per noi si traducono in crescita prospettica: ci stiamo preparando per essere pronti quando servirà. E qui in azienda, oggi, è entrato un nuovo ingegnere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2 OTTOBRE – ITALIANFOODTODAY

All'Inalpi gli yogurt di Val Vara

L'Inalpi di Moretta (CN) ha acquisito tramite contratto di affitto il ramo d'azienda degli yogurt della Val Vara di Varese Ligure (SP) in concordato preventivo. L'intesa, che consente all'azienda di entrare nel mercato degli yogurt biologici prevede il mantenimento dei 15 dipendenti Val Vara ora in cassa integrazione.

L'azienda spezzina, già in difficoltà, ha visto compromessa la sua continuità aziendale dalla pandemia essendo molto attiva nel segmento della ristorazione scolastica.

In una nota Inalpi sottolinea come l'intesa rappresenti "un esempio di collaborazione responsabile tra mondo dell'imprenditoria e sindacale per raggiungere concretamente il miglior obiettivo per tutti gli attori coinvolti. Un approccio questo che consente di guardare al domani, non solo in ragione dell'attuale situazione, ma soprattutto con spirito e convinzione che sarà possibile crescere seguendo quella filosofia che da sempre caratterizza la politica aziendale di Inalpi e che si basa, oltre che su valori buoni, giusti e sicuri, alla base della filiera corta e certificata del latte, anche su una volontà di innovazione e crescita che creano valore aggiunto ad un territorio e alla sua comunità".

3 OTTOBRE – D LA REPUBBLICA DELLE DONNE (LA REPUBBLICA)

SHOW COOKING

FACCIAMOLA SEMPLICE

Con il lockdown, la spesa è diventata più selettiva. Sulle orme di un grande Pellegrino

a cura di Magda Mutti

DI COSA PARLIAMO quando parliamo di cibo? Di copyright culinario, di vertigini creative, di formule combinatorie a un passo dall'algoritmo. Sembriamo tutti su un palcoscenico e ci sentiamo in dovere di dare spettacolo (l'ha detto Bukowski). Io invece voglio vivere in un guscio di noce e sentirmi regina dell'infinito spazio (Shakespeare). Tutti sono capaci di aggiungere e complicare, pochi sanno semplificare (Munari). Fine delle citazioni, e inizio della *recherche*: mi manca proprio la semplicità, quella che va dritta alla pancia e al cuore.

Certo la semplicità non è fatta di aforismi, però oggi il contesto è una buona premessa, c'è un ripensamento nei consumi e il setaccio delle scelte è molto più fitto del pre-lockdown: per la cucina si pondera, spesso la spesa è al mercato di quartiere, Coldiretti o Slow Food, cibi più tracciabili, tradizionali e di origine prossima, con condivisione delle ricette. È lievitata la consapevolezza: meno imballi inquinanti a favore della salute ambientale, e apprezzamento delle filiere produttive virtuose. E poi, la memoria culinaria è il nuovo gossip: "Qual era il segretino della pasta e fagioli della nonna?" Voglia di vero, questa è la nuova sciccheria. Semplicità è anche un puzzle dove ogni tessera non può fare a meno dell'altra. Ricordo il primo corso di cucina ad Altopalato: l'organizzazione prussiana di Terry Sarcina, pochi ingredienti e strumenti, materie prime eccellenti e riutilizzo degli avanzi.

Mi confronto con Don Pasta, alias Daniele De Michele, salentino multipassionale: dj, regista, antropologo del cibo, cuoco, un passato di economista in Francia. I suoi miti: Clash, Rolling Stones, Pasolini, Artusi. Da dieci anni gira l'Italia a caccia del sapere culinario delle nonne (e dei figli e dei nipoti) e dei produttori (pastori, pescatori), registrando con spirito artusiano il podcast *La Repubblica del soffritto* (vedi box a lato). Una nonna di Otranto alle prese con l'intingolo delle orecchiette dice: «I pomodori devono essere di qua, perché oltre la fine del mondo non si possono comprare i pomodori». Don spiega che la gioia di un pasto nasce da un ortaggio di primordiale qualità. Per lui è la melanzana, per me il carciofo, per lui l'olio che nasce "sulla pianta", per me una pasta da gustare in bianco perché è il sapore supremo, il resto è abbigliamento (capisco Marchesi quando si stufò dei suoi innumerevoli evangelisti e impose in carta "pasta in 4 varianti").

Quest'anno ricorre il bicentario della nascita di Pellegrino Artusi, di cui la ricerca di Don Pasta è figlia. Il mercante romagnolo che scrisse *La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene*, successi mondiali più dei *Promessi sposi* e di *Pinocchio*, fu rigettato dalle culture postbelliche ma è rientrato alla grande, non solo per il ricettario ma anche perché dispensa principi alimentari e di salute, e perché narra profumate storie del fare domestico borghese. A leggerlo ora, pare il progenitore del km 0 e della cucina dell'orto. Mi conforta il miglior chef del mondo, Massimo Bottura, che di Artusi si stima il cronista, il codificatore culinario, il fotografo delle case italiane. Caro Pellegrino, grazie di questa tua prole, come Don Pasta, che come te ha rubato i "segretini" e li ha farciti di aneddoti; grazie alla tua cuoca Marietta Sabatini che ti ha inseguito tra le case della Romagna e della Toscana, per eseguire 790 ricette oggi assaggiabili al ristorante Casa Artusi di Forlimpopoli.

Episodi da gustare

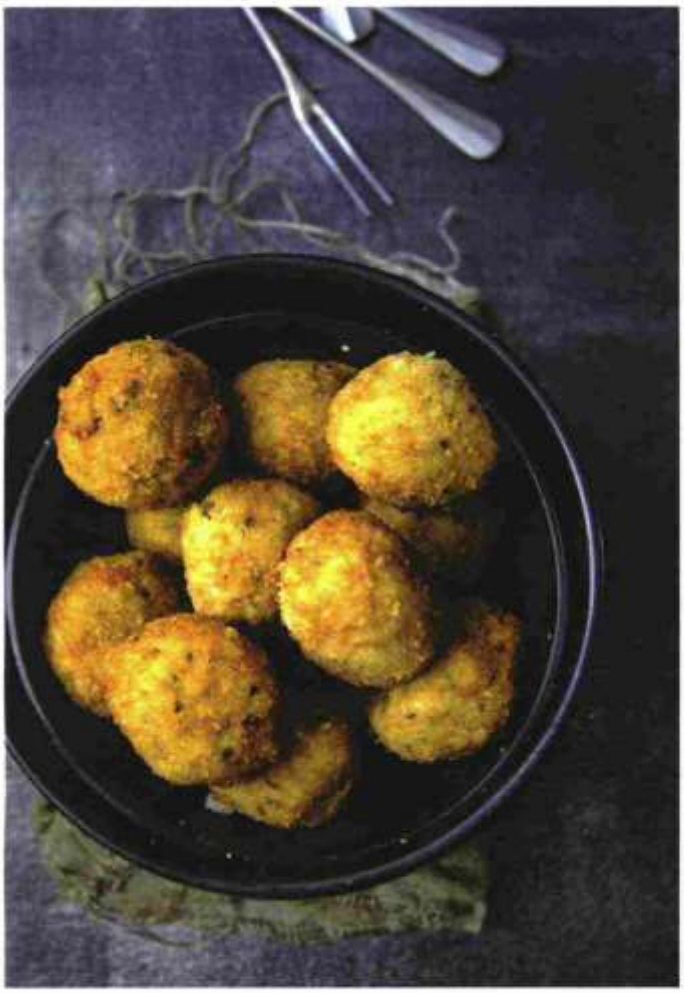
Amazon propone, sulla piattaforma Audible, il podcast *La Repubblica del soffritto*, 22 episodi di 50 minuti ciascuno. Protagonisti, persone comuni che svelano i segreti della tradizione culinaria italiana, tra le più apprezzate al mondo. Gli incontri di cucina sono "a tutta realtà", silenzi e smorfie per definire le dosi compresi.

FUORICARTA

I paccheri di Elena

di Luca Iaccarino

Agosto. Sotto il sole giaguaro (come avrebbe detto Calvino) trovo rifugio nel Caffè San Marco della più metafisica città italiana, Trieste. Trascorsa la mattina a chiacchierare con Mario Cerne, l'ultimo guardiano della libreria che fu di Umberto Saba - gli scaffali come ulivi secolari, contorti e distorti dal peso di volumi legati in pelle - ho bisogno di refrigerio, e queste sale sono perfette: pasticcini e pagine intrecciati, fin dal 1914. Ci venivano Joyce e Svevo, ci vengono Magris e Covacich ché, tra le boiserie e le maschere che occhieggiano dai medaglioni, *legenda e bibenda* sono la miscela perfetta: tanto è bello legger mangiando, tanto è piacevole sorseggiar leggendo. Ciò nonostante, i bar letterari sono in declino, fiaccati dal calo dei lettori, dall'imperialismo visivo degli smartphone e va a sapere da quale illogica di mercato. Ma, grazie al cielo, il dado non è tratto: è notizia settembrina l'apertura a Roma de *Gli Esploratori*, libreria con cucina (e viceversa) battezzata in via Trionfale 88 dall'editrice E/O. Che gioia: 4mila titoli, 200 etichette di vino e ricette dalle regioni d'Italia, ognuna culla d'una cultura, gastronomica e non. In questi giorni, per esempio, si mangia lucano e campano. Chissà che la signora accanto a voi - sì, proprio quella che ha ordinato i paccheri fagioli e cozze - non sia Elena Ferrante.



Polpettine alla romagnola

Da una regione che sa mangiare (e vivere)

Per 3 persone.
400 g di bovino adulto macinato fine (o mix con lesso magro avanzato), 150 g di mortadella di Bologna tritata fine, 2 manciate di parmigiano grattugiato, 1 patata lessata e schiacciata, 1 ciuffo di foglie di prezzemolo tritate, 1/2 spicchio d'aglio tritato, 1 uovo, pangrattato, sale, pepe, olio evo
In una ciotola, impastate amalgamando tutti gli ingredienti escluso il pangrattato e aggiustate di sale e di pepe. Formate polpettine di 3 cm di diametro con i palmi delle mani e passatele nel pangrattato. In una padella antiaderente scaldate abbondante olio evo e friggete le polpette fino a che non sono ben dorate, prelevatele e asciugatele con carta da cucina. Trasferitele in un vassoio ricoperto di carta gialla o da forno in modo da formare un cartoccio.

Consigli artusiani
Nell'impasto sostituite un quarto di trito di manzo con lesso magro avanzato e, se piace, unite una manciata di pinoli e un cucchiaio di uva passa rinvenuto in acqua tiepida e tritato. Se rimangono delle polpettine, il giorno dopo saranno ottime scaldate in umido con salsa di pomodoro.

La grande ascesa dei vini eclettici

Chiamiamoli eclettici, vini comodi da tenere a portata di calice come i capispalla nel guardaroba. Vini facili da gustare, ma buoni, fedeli a tutto pasto senza troppo ego, giusto quello del territorio. Multitasking si direbbe, scivolano dall'aperitivo a volte fino al dessert. Vini semplici con tanta storia alle spalle, insomma: eroicamente nazionalpopolari.

Ca' Grande Romagna Doc Superiore Umberto Cesari.
Il sangiovese è un'uva che aiuta e sostiene molti vini del centro Italia. Con Ca' Grande Romagna Doc Superiore, siamo nella tenuta di Umberto Cesari, che ha vigne per 320 ettari. Questo è da bere giovane (*umbertocesari.com*).

Marchese Monadori Venturini Baldini.
Che il Lambrusco sia ruspante non mi trova d'accordo, sto con chi lo definisce il vino della gioia. La reggiana Venturini Baldini ha in casa un pluripremiato Marchese Manodori, Doc e bio. L'uvaggio, tutto del territorio, è partner di primi succulenti, salumi, grigliate e bolliti. Da bere anche freddo, come aperitivo (*venturinibaldini.it*).

Ribolla Gialla, Zorzetting 2018.
La Ribolla Gialla fino a qualche anno fa era preda rara. Ora questo bianco friulano con le bollicine è ovunque, una moda. Io faccio un passo verso la verità. E la trovo da Zorzettig: la sua Ribolla Gialla 2018, Doc Friuli Colli Orientali, selezione Myò, è un vino floreale, specie di camomilla. Il tono alcolico lo pone tra gli eclettici da pasto, per primi di pesce, ragù e carni bianche (*zorzettigvini.it*).

Pizza e champagne

Il piatto più popolare con il vino più ricercato: da provare a Capri

DOM PÉRIGNON HA scelto Capri e la champagneria *uber chic* dello storico ristorante Aurora per il nuovo Vintage 2010. Il locale di Mia D'Alessio (foto sotto), rappresentante spumeggiante della terza generazione, ha diretto uno degli abbinamenti più pop del momento, bollicine glam e pizze "all'acqua"; ovvero leggere, sottili e semplici nel mix di mozzarella, basilico e peperoncino che genera sete, da cui il nome. In questo caso, di acqua non si parla ma del nuovo Millesimato della maison di Epernay. All'Aurora sono state proposte due varianti: con burrata, carpaccio di gambero, scorza di lime e uovo, caviale e fogliolina d'oro. Accolte con gioia. Champagne e pizza d'autore, la nuova frontiera (*domperignon.com*).

Gelato stellato
Si gusta all'Antica Corona Reale di Cervere (Cuneo), food destination 2 stelle Michelin. Lo chef Gian Piero Vivalda, con la collaborazione dell'unico sommelier della frutta Sergio Fessia, lo abbina a vini da dessert e lo serve in coppe vintage. Per le creme, latte e panna Inalpi; cioccolato Chuao di Domori; caffè Kafa di Lavazza. 12 i gusti di esordio, ciascuno con denominazione di origine.

Trattoria in campagna

DA TEMPO MI batto perché le polpette diventino patrimonio Unesco. Sono etiche (professano ogni credo gastronomico anche Vegan), economiche e democratiche. È un saper fare millenario, anche di ricicli, sono comode come pantofole e amate dai bambini (di ogni età). La ricetta (di pagina precedente) e le sue variazioni l'ho scovata a Pianetto nell'alta valle del Bidente, tra Romagna e Toscana, Locanda La Campanara, dove la maestra Alessandra e il geometra Roberto cucinano e ospitano nell'antica sagrestia della chiesa cinquecentesca di Santa Maria dei Miracoli. Si mangia bene e si paga il giusto (tanto da essere inserita nella Rossa Michelin, che ammette solo scontrini entro i 35 euro per un menu completo).

La Bibbia

Artusi con *La Scienza in cucina e l'arte di mangiar bene* ha liberato la cucina italiana dalla sudditanza francese. Pubblicato a sue spese nel 1891, il ricettario esordì con un fiasco, ma sfondò con le edizioni successive. Allora si cuoceva a legna, ma l'avvento delle cucine all'americana del Dopoguerra e il passaggio dall'economia agricola a quella industriale decretarono la fine della massaia, e con lei l'oblio di Artusi. Che si è preso la rivincita negli ultimi decenni grazie alla lettura del suo libro da parte di fior di studiosi quali Alberto Capatti e Massimo Montanari. Ora una nuova ristampa, curata da Fabio Francione (850 pagine, La Nave di Teseo, 22 euro, *lanavediteseo.eu*).

Foto di A. Costa

4 OTTOBRE – GDOWEEK

RETAIL & INDUSTRIA

Le rinnovate abitudini dei consumatori hanno determinato un incremento delle vendite del settore, spingendo i retailer ad assecondare il cambiamento

Alessandra Bonaccorsi - Laura Seguso
(hanno collaborato: Sanzio Milesi e Anna Zinola)

L'incidenza del comparto formaggi duri nei punti di vendita delle varie insegne distributive, per quanto già alta, è cresciuta ulteriormente. L'impatto del Coronavirus e delle relative restrizioni hanno determinato, in molti casi, un incremento consistente della vendita di questi prodotti a discapito, in linea di massima ma con le dovute eccezioni, dei formaggi morbidi che -di fatto- hanno una shelf life più breve. I consumatori hanno preferito rifornirsi di referenze da tenere in casa più a lungo. All'interno dei punti di ven-

dita italiani, i reparti sono per lo più collocati in aree centrali, in vasche o scaffali a libero servizio o serviti al banco, a seconda di format e metratura.

Maiora Despar Centro-Sud vi registra un'incidenza del 12% sul fatturato. "Il nostro assortimento -spiega **Francesco Losappio, buyer salumi&formaggi del gruppo-** varia in base ai diversi spazi espositivi dei format, ma abbiamo delle referenze trasversali comuni, integrate con prodotti regionali e locali. Naturalmente, la grande varietà di stili di consumo dei formaggi stagionati e semi stagionati si riflette sulla vendita, frammentando la crescita delle singole categorie in base alle tendenze e alle mode alimentari". L'azienda mappa, dunque, il mercato per area geografica, portando avanti **una politica di category a presidio di eccellenze regionali e locali**. Tendenzialmente, nel banco gastronomia vengono esposti tutti i prodotti che richiedono assistenza alla vendita con uno storytelling dedicato, che ne evidenzi le peculiarità. Mentre si utilizzano le isole espositive per il take away e i confezionati."La nostra scelta -prosegue Losappio- è quella di ricercare fornitori nazionali, regionali o locali, con prodotti di eccellenza 100% italiani, a basso impatto ambientale e garanti del benessere animale".

Anche per **Penny Market (Gruppo Rewe)** il settore è cruciale e strategico. "L'incidenza del comparto, all'interno del mondo formaggi della nostra catena, è molto elevata e si aggira intorno al 20% del fatturato -spiega **Carlo Peverelli, senior buyer responsabile formaggi di Penny Market**-. Tra banco servito e libero servizio copriamo tutte le stagionature per soddisfare tutti i palati: dal **Grana Padano** 9 mesi, leggero quasi dolce, al **Parmigiano Reggiano** 40 mesi, praticamente piccante, cercando di avvolgere il cliente in un'esperienza sensoriale che possa essere vissuta tutti i giorni e soprattutto da tutti i portafogli. Negli ultimi anni -prosegue- si è visto un graduale spostamento dal classico sottovuoto al filmato; quest'ultimo ha l'enorme vantaggio di non rovinare lo spicchio sia dal punto vista estetico che da quello ancor più importante del gusto, e inoltre una volta aperto può subito essere consumato, a differenza del sottovuoto che, per dare il meglio, dev'essere aperto una decina di minuti prima del consumo". **L'italianità è elemento distintivo.**

Nel libero servizio, la logica espositiva segue le regole base del discount: cartone espositore per facilitare la vendita, marchio privato per fidelizzare il cliente. I prezzi sono in linea col mercato e in rigorosa scala dai più freschi (più economici) ai più stagionati (più co-

PECORINI A STAGIONATURA VARIABILE

"La nostra gamma di prodotti stagionati -spiega Annalisa Sansoni, responsabile marketing ed export di L'Antica Cascina- è composta da soli pecorini, di pezzature e stagionature variabili. Seguiamo il processo produttivo sin dall'inizio, selezionando i pastori che forniscono il latte fino al confezionamento per la vendita dei formaggi. Per la stagionatura nelle tradizionali celle a temperatura controllata possiamo citare, come esempio su tutti, 'Il vero formaggio Scoparolo', cavallo di battaglia ampiamente conosciuto in ambito nazionale in quanto presente nelle maggiori catene di distribuzione italiane. Mentre per la stagionatura in ambienti naturali il Gran Cru di Grotta di Brisighella: stagionato nella cantina di una villa del '700, senza l'intervento di alcuna tecnologia, su scansie di legno e a stretto contatto con le pietre antiche, che conferiscono al formaggio sapori e profumi unici".

AUTOGRILL SCEGLIE PARMIGIANO REGGIANO

Parte una nuova alleanza fra **Autogrill e Parmigiano Reggiano**. Si tratta di una partnership triennale a corredo delle ricette proposte in menù e nell'area market. La sinergia intende esprimere la condivisione dei valori espressi da Parmigiano Reggiano nel suo 'brand manifesto' mentre alla base della decisione di Autogrill la conferma del percorso di sempre **continuo miglioramento della propria offerta.** Nei prossimi mesi una serie di attività di comunicazione in store andranno a rafforzare questa alleanza.

TRENTINGRANA ADOTTA UN NUOVO PACK

Il Consorzio ha introdotto un nuovo pack system. "Grazie alle proprie caratteristiche grafiche, **il nuovo packaging riesce a trasmettere le idee di origine della materia prima, di qualità della filiera, di attenzione per il territorio** - racconta Rizzi - Il progetto si fonda su un approfondito studio scientifico e **coinvolge tutta la gamma: dalla linea Trentingrana al burro sino ad arrivare ai formaggi tradizionali".** Al fine di differenziare le singole linee vengono utilizzati specifici codici colore.

stosi). Al banco servito si ha la possibilità di scegliere taglio, quantità e qualità desiderata.

Nel rapporto con i fornitori si seguono disciplinari rigidi specie nel caso di consorzi come **Grana Padano e Parmigiano Reggiano che, precisa Carlo Peverelli,** "oltre a essere tra i più vecchi in Italia, sono anche quelli con più responsabilità perché devono far rispettare un severo disciplinare volto a tramandare tradizioni antichissime". In termini di private label, Peverelli aggiunge: "L'etichetta dei prodotti a marchio privato da commercializzare all'interno dei nostri negozi è rigorosamente approvata dal consorzio di appartenenza. Nell'ambito dello sviluppo del packaging a marchio privato, ci si confronta quotidianamente con le richieste del consorzio e, con l'aiuto del fornitore prescelto, si seguono attentamente le loro indicazioni in modo da dare al cliente finale la visione più chiara e accurata possibile sulla denominazione del prodotto e la sua origine".

Per l'insegna Prezzemolo&Vitale (Coralis), attiva in Sicilia, la vendita dei formaggi duri incide attualmente per più del 60%. "L'assortimento è rimasto invariato e comunque va certamente rivisto nell'ottica del periodo -spiega la titolare Giusi Vitale-. Grana e parmigiano hanno avuto un incremento di vendita del 25% seguiti dai pecorini locali e dal caciocavallo siciliano. Vincono i formaggi che restano più giorni in frigo e persino il provolone piccante stagionato, che prima del Coronavirus sembrava destinato all'estinzione, ha ripreso una vendita regolare".

Il preconfezionato nel settore duri "resta il prodotto prediletto". Per questo motivo l'insegna propone al consumatore ceste create ad hoc e pensate per il take away.

Consorzio del Parmigiano Reggiano ha lanciato un piano per sostenere il riequilibrio delle condizioni di mercato. Il prezzo ha registrato negli ultimi mesi un calo importante. Si tratta di una contrazione della marginalità che preoccupa i caseifici. Nel 2019 la quotazione media annua è stata infatti pari a 10,75 euro, per poi scendere bruscamente sotto i 10 euro già a partire dal mese di ottobre. **E attestarsi oggi intorno ai 7,20 euro al kg.** I motivi sono diversi: in primis la riduzione delle vendite all'estero e la chiusura del canale horeca nel periodo del lockdown. Ma il calo riguarda in particolare il prodotto stagionato dodici mesi, acquistato dai grossisti (gli operatori che acquistano e rivendono il **Parmigiano Reggiano** sono circa una decina) che hanno avuto una visione poco rosea del futuro del mercato e hanno spinto le quotazioni del prodotto verso il

Il Trentingrana 30 mesi è arrivato sul mercato già "vestito" del nuovo pack

La specialità Piave viene realizzata con solo latte di montagna del bellunese

basso. Le misure per reagire alla crisi sono sostanzialmente tre. La più importante: **l'acquisto da parte del Consorzio dai suoi 335 caseifici di ben 320mila forme.** Saranno conservate nei magazzini, fatte stagionare più a lungo e reimmesse progressivamente sul mercato quando sarà possibile ottenere una remunerazione adeguata al prodotto.

Anche per il **Grana Padano si è posto il problema del surplus di 300mila forme** non vendute e l'obiettivo principale da affrontare è stato quello di salvaguardare la filiera riequilibrando produzione e domanda. La produzione di grattugiato è scesa del 2,5% a causa del calo dell'horeca in Italia, ma soprattutto all'estero. La riapertura dei ristoranti da metà maggio, dopo due mesi e mezzi di stop, ha fatto ripartire i consumi fuori-casa a partire da giugno, ma per tutto il secondo semestre si prevede che non ci possa essere una completa ripresa. Sono invece aumentate le vendite di grattugiato nel retail sia nel nostro Paese che oltre-confine, come dimostra l'incremento del 16% degli sfridi generato dalle lavorazioni del formaggio porzionato. Resta il problema della flessione dell'export che è stata compensata solo in parte dai consumi delle famiglie.

L'Assemblea ha approvato il piano produttivo per il 2020: è prevista una riduzione del 3% della produzione, pari a 150mila forme in meno. Un altro quantitativo, altre 70-80mila forme, saranno destinate a sostenere gli enti caritatevoli attraverso i bandi Agea. Il Consorzio acquisterà inoltre 120mila forme dei mesi di novembre-dicembre 2019 e gennaio-febbraio-marzo 2020 da portare a Riserva 20 mesi e a **Riserva Gold 24 mesi**.

Anche il **Consorzio del Pecorino Sardo Dop** ha dovuto ripensare completamente il proprio modus operandi e si è unito al **Consorzio del Pecorino Romano** per chiedere alla Ministra **Bellanova** interventi urgenti a sostegno della filiera lattiero-casearia ovina della Sardegna a marchio Dop. Pure sulla filiera produttiva del **Pecorino Toscano Dop** l'impatto del Covid-19 è stato molto duro in termini di maggiori costi e minori consumi.

"Rinascimento Trentingrana": questo il nome scelto dal **Gruppo Formaggi del Trentino** per presentare il suo nuovo approccio al mercato. Nuovo assetto commerciale, una rinnovata identità di pack e un prodotto inedito che sancisce l'ingresso nel segmento delle lunghe stagionature sono le prime novità annunciate dal consorzio di secondo grado che associa 17 caseifici cooperativi trentini, i cui 700 allevatori conferiscono l'80% del latte prodotto nella provincia di Trento.

Il "testimonial" di questo new deal è il **Trentingrana stagionato 30 mesi**, che

Asciugato in teli di lino, Grattugiato Italiano di Inalpi è prodotto senza lisozima

La grande frammentazione di formaggi stagionati e semi stagionati si riflette in andamenti influenzati dalle mode

ha debuttato sul mercato da pochi giorni. Un formaggio gourmet "a tiratura limitata", perché ottenuto solo dalle forme con specifiche caratteristiche. In questo primo anno solo 2.500 delle 100mila forme di **Trentingrana** (35 milioni di euro di fatturato 2019) sono state lasciate a stagionare almeno 30 mesi. Ma l'obiettivo è di arrivare a 5mila forme nel giro di cinque anni in modo da portarlo anche fuori regione. Il gruppo propone un vasto range di specialità casearie tipiche delle diverse valli trentino. Si va dal **Puzzone di Moena DOP,** formaggio a pasta semidura e semicotta, con crosta lavata, al Vezzena del Trentino, dal gusto pieno e leggermente piccante, dal **Mezzano Trentino di Alta Montagna**, saporito e gustoso al palato, al **Casolet Val di Sole**.

Il **Grattugiato Italiano** è uno dei prodotti più recenti immessi sul mercato da **Inalpi:** lavorato e stagionato nello stabilimento di Peveragno (Cn), viene asciugato in teli di lino, ed è prodotto senza lisozima. Questa caratteristica lo rende un formaggio grattugiato unico nel vasto e competitivo mercato dei prodotti presenti sullo scaffale, perché per realizzare un grattugiato senza lisozima, conservante naturale derivato dall'uovo, è necessario partire da una materia prima di altissima qualità: il latte di filiera piemontese corta, certificata e garantita. Per dare completezza alla gamma dei grattugiati, ma soprattutto per soddisfare le richieste di tutti i consumatori, Inalpi produce e commercializza anche il **Formaggio Piemontese Bio Grattugiato**, prodotto con latte da filiera corta e certificata 100% piemontese proveniente da sole stalle Bio, lavorato sempre con lo stesso metodo, presso lo stabilimento di Peveragno. Entrambi i grattugiati sono confezionati in busta con chiusura Salvafreschezza.

Materie prime di qualità e controllo della filiera. Sono le caratteristiche che distinguono il **Formaggio Piave Dop.** Questa specialità viene realizzata, infatti, con latte di montagna raccolto solamente nella provincia di Belluno. Il prodotto è proposto **in 5 stagionature:** fresco (20-60 gg), mezzano (61-180 gg), vecchio (6- 12 mesi), vecchio "Selezione Oro" (oltre 12 mesi) e vecchio "Riserva" (oltre 18 mesi). È disponibile sia al banco, sia nella versione confezionata, che sta andando per la maggiore. "Il lockdown ha modificato le abitudini del consumatore spostando maggiormente l'attenzione sull'offerta take-away". I best seller sono il mezzano e il **Selezione Oro.** Di fatto, a prescindere dalla stagionatura, il prodotto si presta a un utilizzo versatile. Può, cioè, accompagnare l'aperitivo, essere consumato a fine pasto o, ancora, diventare un ingrediente di primi o secondi piatti.

Caseificio Longo al lavoro sui confezionati

*Per il segmento degli stagionati **Caseificio Longo è tra i produttori leader del consorzio e tutela della Toma Piemontese Dop.** In questo momento la concentrazione dell'azienda è sul nuovo packaging più moderno e più green, con un minor impatto sull'ambiente. **Le referenze Longo si prestano anche al take away,** segmento di mercato in fortissima ascesa. "Abbiamo percepito il timore dei nostri clienti che hanno preferito spostare i loro acquisti nel prodotto da asporto (take away), percepito come più sicuro e incontaminato, facendo segnare un fisiologico calo per i prodotti serviti dagli operatori del banco sui punti vendita", **spiega Claudio Montanaro, sales department manager di Caseificio Longo.***