Dal **7 SETTEMBRE 2020**
al **13 SETTEMBRE 2020**

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

7 SETTEMBRE – FOOD

DAIRY

FORMAGGI FUSI

di **Chiara Cammarano**

Le dimensioni e i trend del mercato dal 26.05.2019 al 24.05.2020

VENDITE A VALORE	VENDITE A VOLUME	PREZZO MEDIO
214.919.157 €	35.845.604 kg	6,00 €/kg
▲ +3,0%	▲ +2,3%	▲ +0,6%

Totale Italia - formaggi fusi in fette - fonte: Nielsen
I formaggi fusi in fette includono tutti i formaggi freschi a fette che utilizzano i sali di fusione, come, ad esempio, il brand "Sottilette". Sono esclusi i formaggi naturali a fette, cioè i "formaggi affettati" (fette di Asiago, di Emmenthal, cooke, per esempio, Leerdammer special toast, il fondente, ecc.)

up

▲ **I PRODOTTI SENZA LATTOSIO** non possono mancare nella gamma delle aziende in questo settore

▲ Per il **TARGET KIDS** la presenza di **CALCIO E VITAMINE** sono elementi distintivi

LE FETTINE DELATTOSATE (E LIGHT), CRESCONO IN PARTICOLARE NEI LIBERI SERVIZI

+9,1% A VOLUME

La 'rivincita' della praticità

Si sciolgono facilmente, sono sempre pronti all'uso e hanno una lunga durata. I formaggi fusi si distinguono essenzialmente in due tipologie: le fettine e le porzioni e sono nati per rispondere a un'esigenza di praticità. Eppure, nonostante il crescente affermarsi delle soluzioni convenience, da qualche anno questi prodotti soffrono di una contrazione nei volumi. Una situazione determinata anche dall'affermarsi del trend salutistico e dalla preferenza dei prodotti percepiti come 'naturali'. I formaggi fusi sono infatti tradizionalmente visti come prodotti industriali, soprattutto a causa della loro lista di ingredienti, di solito più lunga rispetto a quella dei formaggi freschi. Durante l'emergenza sanitaria, però, i fusi sono stati tra le categorie che hanno visto incrementare di più le vendite. Un'indicazione interessante per continuare a crescere in futuro.

down

▼ In un mercato molto competitivo, i **FORMAGGI FUSI IN PORZIONE INDIFFERENZIATI** sono facilmente sostituibili

▼ **LE FETTINE CON UNA LUNGA LISTA DI INGREDIENTI** possono destare diffidenza nel consumatore

MENO DINAMICO L'ANDAMENTO DEI FUSI IN PORZIONE, SOPRATTUTTO NEGLI IPER

-7,9% A VOLUME

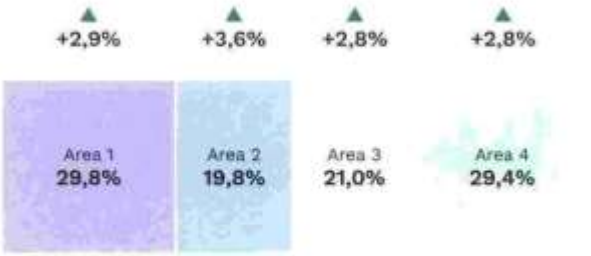
DATI

Dairy - FORMAGGI FUSI

Incidenza a valore per Canale dal 26.05.2019 al 24.05.2020

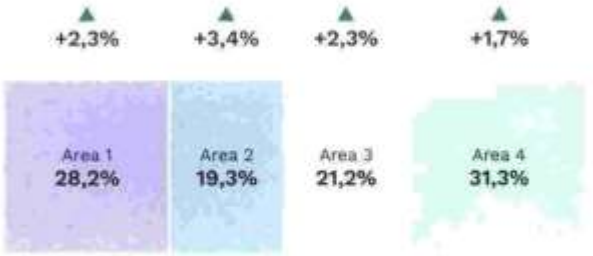
Totale Italia - formaggi fusi in fette - fonte: Nielsen

Incidenza a valore per Area
dal 26.05.2019 al 24.05.2020



Totale Italia - formaggi fusi in fette - fonte: Nielsen

Incidenza a volume per Area
dal 26.05.2019 al 24.05.2020



Totale Italia - formaggi fusi in fette - fonte: Nielsen

Facts & Figures

Complice la riscoperta della cucina casalinga, crescono anche i versatili formaggi fusi.
Parliamo di due segmenti con dimensioni diverse, il più dinamico delle fettine, rispetto alle quali si evidenzia (a.t. maggio 2020) un +2,3% nei volumi (35.845 ton.) e un +3% nei valori (quasi 215 milioni di euro) e il più limitato dei fusi in porzione, che ottengono una debole crescita a valore (+0,8%), raggiungendo i 70 milioni, mentre a volume registrano un calo dell'1,7% (8.290 ton.).
"Il dato – riflette **Eduard Toffanello di Nielsen** – è un segnale del fatto che lo shopper dell'epoca Covid, alla ricerca di certezze, ha scelto prodotti mainstream e brand storici. I fusi sono un esempio di ciò in quanto tradizionalmente utilizzati in diversi ambiti della cucina, dalle piadine alle lasagne".
Le fette mostrano performance positive in tutti i canali, a eccezione degli iper, mentre le porzioni registrano trend positivi in valore solo nei discount (+4,2%) e nei supermercati (+2%).
Per i primi i prezzi sono stabili, con promozioni per circa il 35% dei volumi, mentre per le porzioni registrano una leggera crescita (in distribuzione moderna +3,4%), con un livello delle promozioni del 20% circa, andando a impattare negativamente sui volumi.
"È importante puntare sull'innovazione – aggiunge Toffanello –. I fusi a fette, disponibili con un limitato assortimento di gusti alternativi, potrebbero ampliare la gamma a nuovi tipi di formaggio, come scamorza e provolone".
Una riflessione a parte la meritano le fette senza lattosio, che pesano oltre il 10 per cento. "Considerato il successo in ambito salutistico – commenta Toffanello –, sarebbero da inserire proposte con miglior contenuto proteico e ridotto apporto di grassi".

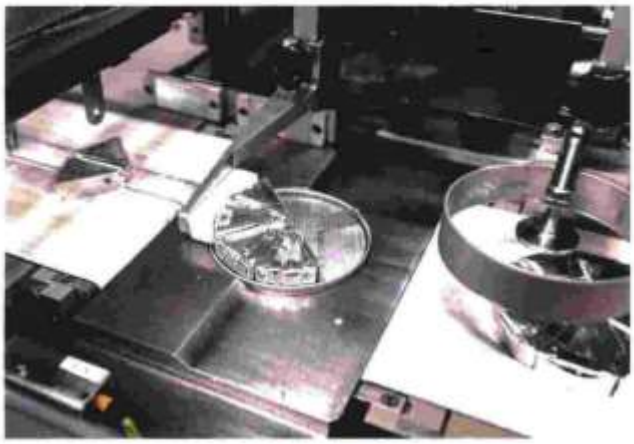
ANALISI

● MARKETING

Per i fusi in porzione risulta particolarmente interessante l'attività che punta direttamente al target bambini, con la creazione di personaggi mascotte, gadget e attività di gioco on e offline.

Le fettine devono 'parlare' un linguaggio sempre più informale e diretto ai target dei nuovi consumatori.
Come gli smart worker, che con l'emergenza Covid hanno alimentato la domanda di prodotti adatti alla preparazione di pasti veloci.

Il consumo on the go è un plus ancora tutto da valorizzare per prodotti pratici e poco deperibili come i formaggi fusi.



Una linea produttiva di inalpi

● INDUSTRIAL

L'espressione formaggio fuso è riservata al prodotto della fusione di un formaggio o di una mescolanza di formaggi con eventuale aggiunta di altri ingredienti previsti dalla legge.

Il formaggio fuso è prodotto scaldando il formaggio e gli altri ingredienti (prevalentemente burro e latte) oltre 85° per diversi minuti, una pastorizzazione molto efficace che elimina i microrganismi che farebbero deperire il prodotto.

Alcuni formaggi fusi vengono scaldati fino a oltre 130° per qualche secondo.
Un trattamento che elimina tutti i microrganismi presenti, consentendo la conservazione per lungo tempo a temperatura ambiente, come accade per il latte Uht a lunga conservazione.

L'assenza di polifosfati, additivi consentiti dalla legge, è un elemento distintivo vantato come plus sulle confezioni di un numero crescente di prodotti.

● PACKAGING

Le confezioni dei 'formaggini', spesso già in cartoncino, sono oggi apprezzate anche per la loro riciclabilità, utilizzabili anche per realizzare un gioco per bambini e offrire così un educativo esempio di reimpiego.

Le fettine devono essere necessariamente avvolte singolarmente da una pellicola. Quella che può sembrare una 'disattenzione' ambientale è una necessità perché, se così non fosse, diventerebbe impossibile separarle.

La forte pressione verso una politica di plastic free sembra essersi affievolita con l'emergenza da coronavirus, ma presto potrebbe nuovamente essere un obiettivo prioritario per molti player.

● TRADE

Il basso livello di promozioni (intorno al 20%) determina un ridotto sostegno per questo mercato e non mancano le aziende che auspicano un suo incremento.

I prodotti a marchio del distributore coprono una quota a volume del 18,4% nei fusi in fette e del 5,5% nei porzionati, (dati Nielsen Market Track, distribuzione moderna a.t. 31.12.2019).

Il discount esercita una posizione dominante.
Oggi molto concentrato sui prodotti standard, a elevata rotazione, in futuro potrebbe allargare l'assortimento, segmentando l'offerta.

● FILIERA

L'emergenza Covid ha determinato un incremento generale dei costi di produzione, sia per la necessità di riorganizzare le linee di produzione in base a nuove norme di sicurezza sia per l'elevata richiesta di prodotto.

L'accento sulla filiera corta e controllata è in questo mercato molto meno diffuso di quanto non sia nel settore caseario in generale. Rappresenta quindi un elemento distintivo per le aziende che vi si impegnano.

● CONSUMI

La 'portabilità' dei prodotti fusi è un elemento importante e ancora tutto da valorizzare da parte delle aziende. Spicca in questo senso l'apprezzamento per le merende combinate, che offrono un apporto completo di principi nutritivi.

La lista degli ingredienti corta è un plus per questi prodotti che, a differenza dei formaggi tradizionali, sono necessariamente realizzati con più ingredienti che ne incrementano la shelf life anche fuori frigo.

L'offerta di fettine si arricchisce delle cosiddette referenze foodie e gourmet, dai gusti decisi per realizzare sandwich, tramezzini e hamburger innovativi.

Una fase di produzione delle FettAlpine inalpi

● EXPORT

I fusi non si distinguono per italianità. L'export di questi prodotti è quindi necessariamente limitato. Possono però fare eccezione le specialità che hanno come ingrediente base un formaggio tipicamente italiano, come accade, per esempio, con il Parmigiano Reggiano.

Oltreconfine il trend della merenda salutistica a base di 'formaggini' è ancora più diffuso che in Italia. Le proposte che vanno in questa direzione riscuotono quindi successo anche all'estero, soprattutto all'interno del mercato europeo.

STRATEGIE

Una storia di qualità e tecnologia industriale

È curioso come i formaggi comunemente ritenuti 'industriali' e lontani dall'immagine del prodotto caseario tradizionale annoverino alcuni tra i marchi più storici del settore.
Un esempio molto significativo è Formaggino Mio, in Italia fin dal 1937, che negli ultimi mesi ha rafforzato ulteriormente la propria leadership e che nel tempo si è dimostrato capace di confermare la sua vitalità attraverso un ampliamento dell'offerta con referenze in linea con le tendenze più attuali, dal prodotto con Parmigiano Reggiano a quello senza lattosio, fino alla più recente versione Plus, lanciata lo scorso aprile e arricchita con calcio e vitamina D, per supportare le difese immunitarie dei bambini e degli adulti che lo consumano. "Formaggino Mio, autentico marchio italiano – illustra **Annalisa Franceschetti, Commercial Manager Nestlé Nutrition Italy** –, è prodotto nello stabilimento di Moretta (Cn) e rappresenta un perfetto connubio fra tradizione e tecnologia, che ci permette di avere un risultato unico, dal gusto inconfondibile da quasi 100 anni. Come inconfondibile è la 'macchia gialla' che offre sugli scaffali della Gdo".
L'altro brand storico è Sottilette, responsabile di aver portato la categoria dei fusi a fette nel nostro Paese durante gli ormai lontani anni '60. "Oggi ci muoviamo in un mercato decisamente molto grande e maturo – spiega **Francesco Surrenti, Senior Brand Manager Sottilette** – nel quale siamo leader sia a volume che a valore e nell'ultimo anno abbiamo registrato una crescita a valore di 1,5 punti, rafforzata ulteriormente dall'andamento di inizio anno (+13,9%, fonte: Nielsen Food 2019 e P5/20).
Quest'ultimo risultato è senz'altro figlio di una nuova routine in cui sono aumentati i consumi domestici, ma anche della riconoscibilità della nostra marca e della sicurezza che un brand iconico come Sottilette trasmette ai consumatori". A partire dalla variante classica, realizzata con Emmental, l'offerta di Sottilette si è ampliata nel tempo fino a comprendere non solamente gusti e consistenze per tutti i palati e le ricette, ma anche referenze rivolte ai consumatori salutisti, come le varianti light e senza lattosio. In tutti i casi, sebbene la legge ammetta l'utilizzo di alcuni conservanti e dei polifosfati per la produzione dei formaggi fusi, Sottilette ha deciso di farne a meno. Queste storiche fette si avvalgono infatti di un processo di pastorizzazione molto efficace, che porta all'eliminazione dei microorganismi che farebbero deperire rapidamente il formaggio fresco.
La comunicazione di prodotto, che dal 2019 ha come perno il claim 'Sciogliamo le formalità', è oggi più che mai presente sui canali digitali, dove intende intercettare in misura crescente il target Millennials, interagendo con i consumatori e offrendo loro spazio per farli sentire al centro dell'esperienza di brand. "Da gennaio 2020 siamo online con un piano editoriale per Facebook e Instagram – chiarisce Surrenti – e su quest'ultimo in particolare abbiamo raddoppiato i nostri follower".
Produttore a marchio proprio oltre che attivo come copacker è Prealpi, nel settore da 50 anni e oggi particolarmente orientato all'export. "In un mercato competitivo come quello dei formaggi fusi è l'efficienza a fare la differenza – spiega **Giovanni Prevosti, Direttore Marketing di Prealpi** – e noi ci distinguiamo per questa, oltre che per la sicurezza del nostro processo produttivo". Partita dall'originale ricetta di Prealpino, Prealpi, oltre a produrre per diversi marchi italiani ed esteri, vanta ora cinque tipologie di formaggini a marchio Dinki, tutte prive di polifosfati. Oltre al prodotto classico, quindi, la gamma comprende anche il formaggio senza lattosio e quello light, la variante con Emmentaler svizzero Aop e anche lo snack con formaggino e crackers, quest'ultimo anche nella versione gluten free, a cui si aggiungono le fettine Fogliette.
Anche Campo dei fiori vanta ormai una storia in questo settore. L'azienda, che produce per molte realtà della distribuzione, è infatti presente da oltre 30 anni nel mercato dei formaggi fusi, sia a fette che in porzioni con diverse linee: le Campinelle, nelle versioni classica, bio, light e senza lattosio, le Saporfette, arricchite con il gusto unico di formaggi specifici come il Grana Padano, senza tralasciare i formaggini, nella versione classica o al Parmigiano.
"La dimensione delle nostre produzioni, intesa come capacità produttiva, è senza dubbio un elemento di forza – illustra **Giorgio Monaco, Direttore Commerciale Campo dei Fiori** –. A questa si aggiunge la semplicità dei processi. Anche nella comunicazione puntiamo su un approccio semplice e trasparente, oltre che costante nel tempo".

Aumentano le referenze **'light'** per i **salutisti**

GRUPPO LACTALIS ITALIA

Doppia visibilità per i leader dal 'gusto rotondo'

Leader a volume nella categoria dei fusi in porzione, meglio noti come formaggini, Galbani vanta un parco trattanti ampio (4.275 milioni di famiglie acquirenti a marzo 2020) e molto trasversale per età, regioni e composizione famigliare. L'offerta non si limita ai classici spicchi, disponibili in una grammatura superiore alla media (175 invece di 140 g), ma comprende anche l'iconico formato rotondo, con gli Stracremosi nella confezione da 6 pezzi (168 g) o nella tipica scatoletta da due pezzi (56 g). "La cremosità e il gusto delicato sono i nostri elementi distintivi – spiega **Claudia Sartori, Brand & Category Manager di Galbani Formaggi** –. Si tratta di caratteristiche derivate da un know-how che affonda le sue radici nel lontano 1882 senza smettere di guardare al futuro. Stiamo infatti valutando diverse opportunità tra cui la possibilità di ampliare la nostra offerta al mondo dei funzionali e di donare dei connotati di gusto più marcati rispetto alle referenze standard". Sul fronte del packaging, le scatolette in cartone si dimostrano già perfettamente allineate con le più recenti esigenze di riciclabilità e riduzione della plastica.
Particolarmente importante è poi l'attività di Lactalis sul fronte della comunicazione. Spicca in questo contesto la doppia esposizione dei suoi formaggini all'interno dei punti vendita, i cui benefici vengono massimizzati attraverso strumenti di teatralizzazione e visibilità, con espositori da terra, floor graphic ed espositori verticali da scaffale. "Dallo scorso anno abbiamo costruito un territorio unico di comunicazione – racconta Sartori – personalizzando i materiali da esposizione con il tema dei brand character Gnam&Chomp, due alieni che vivono divertenti 'Avventure spaziali' a bordo della Lattonave, alla ricerca dei loro formaggini preferiti: Crema Bel Paese. A breve una coppia di nuovi compagni si uniranno ai nostri eroi. Tutti i personaggi e gli elementi dello spazio per far giocare i bambini sono regalati in occasione di due grandi promozioni annuali, che si aggiungono alle attività dedicate anche all'interno del nostro sito, come i tutorial per costruire la Lattonave con le scatole dei formaggini e le schede da colorare scaricabili".

	Campo dei Fiori	Gruppo Bonterre	Gruppo Lactalis Italia	Inalpi	Mondelēz International	Nestlé Italiana	Prealpi
Fatturato 2019 (€)	50 mln	408,6 mln (società Parmareggio)	1.212 mln (business unit caseari e salumi)	172 mln	circa 900 mln (tot. az. 2018)	1,6 mld (tot. gruppo Nestlé in Italia)	45 mln
Marchi	Campinelle, Saporfette, Ched'Up Burger, Formaggino Campo dei Fiori, Formaggini al Grana Padano e Formaggini Ched'Up	Parmareggio, Parmissimo, Unigrana, QuattroColli, Montalto	Galbani, Santa Lucia, Certosa, Galbanino, Cademartori, Bel Paese, President, Locatelli (Business Unit Cheese)	Latterie Inalpi	Philadelphia, Sottilette, Fattorie Osella, Jocca, Oro Saiwa, Tuc, Cipster, Oreo, Milka, Fonzies, Mikado, Halls, Ritz, Cote d'Or	Nestlé Mio	Dinki, Dinki Light, Dinki Swiss, Dinki Free, Tomatino
Canali	Mdo 50%, Industria/Private label 50%	Gdo 70%, Discount 11%, Normal trade 7%, Horeca 6%, Industria 6%	Gdo 77%, Normal trade 14%, Foodservice 9% (Business Unit Cheese)	Gdo 80%, Ingrosso 15%, Horeca 5%	Retail, Out of home	Retail	nd
Top SKU	Campinelle classiche 200 g	Fettine Parmareggio al Parmigiano Reggiano 150 g	Crema Bel Paese in porzioni 175 g	Fettalpine 150 g	Sottilette Classiche 400 g	Formaggino Mio Parmigiano Reggiano	Formaggino Dinki Prealpi

PLAYER

INALPI

La filiera valorizza il prodotto

La filiera corta e certificata di latte 100% piemontese è l'elemento chiave del processo produttivo di Inalpi. Un elemento che, insieme a una breve lista di ingredienti, consente all'azienda di offrire prodotti distintivi, tracciabili e di elevata qualità. La scelta di puntare su questi aspetti è stata premiante e, in controtendenza rispetto al mercato, i fusi a marchio Latterie Inalpi sono cresciuti costantemente nell'ultimo anno, registrando un incremento del 100% sulle vendite nella Gdo italiana. "Abbiamo fatto il nostro ingresso sul mercato delle fette negli anni '90 e lanciato le porzioni nel 2010. A partire dallo stesso anno abbiamo arricchito i prodotti con la materia prima proveniente dalla nostra filiera – illustra **Michele Lucignani, responsabile Vendite Gdo Italia** –. Il prossimo triennio sarà dedicato a iniziative per raccontare ai consumatori la nostra filiera". Un percorso a cui Inalpi ha già dato vita con il nuovo pack di FettAlpine, che ha visto un incremento delle perfomance anche grazie all'introduzione, lo scorso anno, della confezione apri e chiudi, unica nel suo genere. "Al contempo – racconta **Simona Rovella, Assistente al Coordinamento Vendite Italia** –, intendiamo ampliare la gamma, grazie alla ricerca continua del nostro centro R&D InLab Solutions". Per Inalpi l'innovazione è un percorso continuo, come conferma il nuovo pack di FettAlpine lanciato all'inizio dell'estate. "L'intento della nuova veste – spiega **Matteo Torchio, Responsabile Marketing e Comunicazione** – è quello di comunicare al meglio le peculiarità del prodotto e, in particolare, gli elementi che caratterizzano la nostra filiera, oggi composta da 400 allevatori che conferiscono quotidianamente circa 5mila quintali di latte dalle province di Torino e Cuneo, in un raggio medio di 30 km dallo stabilimento di Moretta (Cn). 'Filiera' è infatti oggi una parola molto utilizzata, ma non è sempre totalmente compresa, mentre per noi diventa una sorta di denominazione di prodotto". Restando sul fronte della comunicazione, l'emergenza sanitaria ha richiesto un cambio di passo e Inalpi non si è tirata indietro. Una prima novità ha riguardato l'e-shop. "Abbiamo rivisto e semplificato questa sezione del sito rendendola più friendly – illustra Torchio –. È possibile acquistare tutti i prodotti Inalpi e alcuni prodotti di AtelieReale dello chef Gianpiero Vivalda, con il quale abbiamo un'importante collaborazione da oltre 10 anni". Inoltre, sono stati avviati specifici progetti attraverso le piattaforme social per proporre nuove idee di utilizzo delle referenze, come il kit aperitivo o il picnic con le FettAlpine. Negli ultimi anni Inalpi ha intrapreso anche un importante processo di internazionalizzazione, con l'obiettivo di sviluppare e far conoscere la propria gamma retail nei mercati esteri. Fettine e formaggini si confermano i prodotti più esportati e la loro presenza è estesa in Spagna, Serbia, Germania, Romania, ma anche in Cina, Libia, Argentina e Corea, mentre i mercati francese e olandese rappresentano più del 65% dell'export di fettine.

NOVITÀ	
	Nestlé Italiana Formaggino Mio Plus
Plus	Arricchito con Calcio e Vitamina D, per mantenersi attivi. Un formaggino Mio permette di assumere il 15% del fabbisogno giornaliero di Calcio e Vitamina D
Posizionamento	Medio-alto
In commercio da	Aprile 2020
Formato	6 quadratini x 125 g, con astuccio in carta, flowpack esterno in plastica e alluminio per contenere le singole porzioni

PARMAREGGIO

Identità distintiva

Con i suoi prodotti altamente distintivi, grazie all'impiego del Parmigiano Reggiano come primo ingrediente e unico formaggio, Parmareggio è la seconda marca nel mercato delle fettine, all'interno del quale vanta una quota a valore del 3,2% e quasi 1,2 milioni di famiglie acquirenti e la terza in quello dei formaggini, con il 14,9%, sempre a valore, e 2 milioni di famiglie acquirenti. "Nel 2010, quando abbiamo lanciato questa tipologia di prodotti – sottolinea **Maurizio Moscatelli, Direttore Commerciale di Parmareggio** –, si trattava di un'idea fortemente innovativa, che ci permetteva di coniugare tradizione e modernità". In questi anni l'azienda ha ampliato la gamma, includendo, oltre ai nuovi formati, anche le Fettine biologiche e i Cremosini. Inoltre all'interno della linea ABC della merenda è presente una referenza che contiene anche il Formaggino. "La strada che vogliamo continuare a seguire – prosegue Moscatelli – è quella della ricerca di nuovi prodotti e di nuove occasioni di consumo". L'innovazione, però, non riguarda solo l'allargamento dell'offerta. A conferma

dell'impegno verso l'ecosostenibilità del Gruppo Bonterre, nella quale Parmareggio è confluita nel gennaio 2019 insieme a Grandi Salumifici Italiani, sono stati recentemente sostituiti gli incarti delle Fettine e dei Cremosini, passando da una confezione in plastica a un pack in carta certificata Fsc". Parmareggio è molto impegnata anche sul fronte della comunicazione, con spot televisivi e attività dedicate ai canali kids. Tra le iniziative

Maurizio Moscatelli, Direttore Commerciale di Parmareggio

spicca il couponing. L'offerta più recente, dell'aprile 2020, ha previsto un cross couponing che veicolava buoni sconto da 50 centesimi in alcuni prodotti core per l'acquisto di Cremosini e Fettine. "Per l'ultimo quadrimestre 2020 – illustra Moscatelli – stiamo programmando altre attività a sostegno di questi prodotti, per valorizzarli ulteriormente". A differenza della maggior parte dei formaggi fusi, quelli prodotti da Parmareggio, grazie alla presenza del Parmigiano Reggiano e alla brand awareness conquistata dall'azienda anche a livello internazionale, stanno riscuotendo un certo consenso anche oltreconfine. "Da alcuni anni abbiamo iniziato a esportare i Formaggini Parmareggio in Spagna e Portogallo – conclude Moscatelli –, recentemente anche in Grecia. Il trend della merenda salutistica ci ha inoltre permesso di crescere all'estero con L'ABC della merenda, che oggi vendiamo in Spagna e Portogallo, ma anche in Repubblica Ceca e Slovacchia, con naming e grafica adattate ai paesi in cui operiamo".

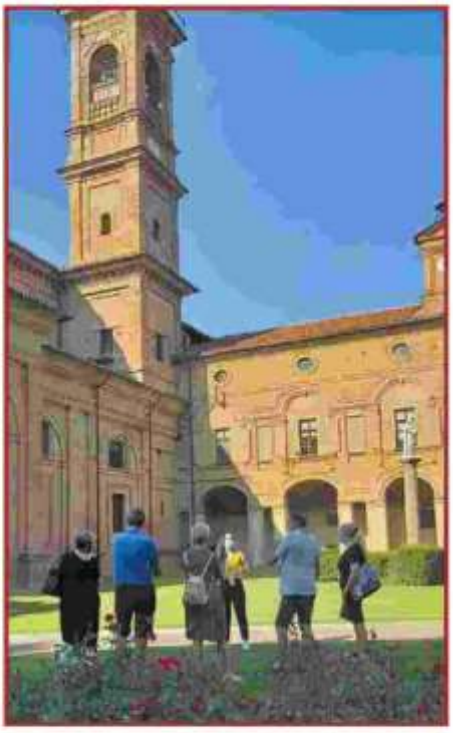
BUYER

Basko, un mercato importante, anche prima del lockdown

In tempi normali, i formaggi fusi generano per i punti vendita Basko un giro d'affari di quasi 1,5 milioni annui. Nel recente periodo di crisi sanitaria, poi, questi prodotti hanno registrato l'andamento positivo degli alimenti utilizzati come ingrediente, ottenendo crescite fino al 45 per cento.
"Si tratta per noi di un mercato importante e sia nel periodo precedente che durante il lockdown – spiega **Giovanni D'Alessandro, Direttore Generale Basko** – abbiamo mantenuto un assortimento completo, in grado di soddisfare le richieste della clientela anche in periodi di forte domanda. Abbiamo un piccolo gruppo di brand storici nel più statico segmento dei formaggini, le cui referenze sono trattate nel maggior numero di punti vendita possibile, mentre per le fettine possiamo contare su più dinamicità. L'assortimento base prevede il nostro prodotto a marchio e il leader di mercato, ma nei punti vendita più ampi gestiamo un numero importante di brand e seguiamo le tendenze, dedicando spazio e attenzione anche ai prodotti delattosati e light e a referenze innovative, come quelle pensate per la farcitura o con gusti specifici". La Mdd Primia ha un'incidenza del 13% sul comparto. "Per questo mercato – prosegue D'Alessandro – ci affidiamo a produttori di grandissima esperienza e affidabilità, come Inalpi. Abbiamo da diversi anni in assortimento le fettine da 200 g e quest'anno abbiamo lanciato anche la confezione da 400 g, che si affianca, in un'offerta il più possibile completa, all'Edamer e alla caciotta in fette". Sul fronte dei prezzi, grazie a un recente ribasso, le referenze Primia godono del miglior rapporto tra qualità e prezzo, mentre per le fettine a marchio industriale l'insegna segue il più prontamente possibile le novità di mercato, inserendo questo comparto in molte attività promozionali. Un ruolo differente è invece riservato ai formaggini, dove l'incidenza promozionale resta sempre bassa.

7 SETTEMBRE – LA PANCALERA

Turisti alla scoperta di Moretta



MORETTA
Domenica 23 agosto: alla scoperta di Moretta grazie all'associazione Octavia e all'associazione Turismo in Langa. Moretta con Murello, Scarnafigi e Revello hanno aperto le porte dei loro tesori d'arte. I numerosi visitatori, provenienti da oltre Torino, dalle Langhe e un gruppo dalla Liguria, armati di curiosità e voglia di scoprire sono giunti a Moretta in piccoli gruppi per visitare il maestoso santuario dedicato alla Beata Vergine del Pilone e dare un'occhiata alla ricca biblioteca che custodisce i primi testi stampati di carattere religioso e filosofico e tante storie di Santi, utilizzati durante i ritiri spirituali nei secoli passati.
Terminata la visita si sono quindi spostati alle chiesette delle frazioni di Moretta per conoscere anche la loro storia.
«Tutto ciò - spiega Manuela Millone, consigliere comunale alla cultura di Moretta - è stato possibile grazie alla collaborazione di tante persone che mi hanno aiutato nella realizzazione. Un ringraziamento a tutti i custodi delle cappelle delle frazioni che si sono dimostrati molto collaborativi fin da subito. Ringrazio la ditta Inalpi per aver omaggiato gli ospiti con una borsa take away, ricca di prodotti locali freschi e gustosi, molto gradita dai visitatori. Numerosi turisti mi hanno riferito di aver scoperto e visitato un bel paese caratteristico e ben curato chiedendo di continuare a conservarlo così diffondendo la cultura locale con i nostri tesori».

Elio Cogno

7 SETTEMBRE – DISTRIBUZIONEMODERNA

Un nuovo abito per il Burro di filiera e le Fettalpine Latterie Inalpi

In un anno particolare come questo 2020, la filiera corta e certificata del latte 100% piemontese ha compiuto i suoi primi 10 anni. Un traguardo importante, nato da un'intuizione imprenditoriale che ha creato valore per il territorio e che ha dato vita ad un modello caratterizzato da elementi unici. Un progetto in cui ciascuno ha fatto la sua parte, con dedizione e cercando di superare il mero interesse personale, in nome di un bene superiore: quello della qualità e della valorizzazione del latte. Tutto questo, e molto di più, raccontano i nuovi pack delle **FettAlpine**

Latterie Inalpi e del Burro di Filiera Inalpi, nati dalla volontà di far conoscere in modo trasparente quello che questi prodotti porta con sé, nei quali si ritrovano tutti quegli elementi che caratterizzano una filiera corta e certificata, oggi composta da circa 400 allevatori delle province di Torino e Cuneo, tutti localizzati ad un raggio medio di circa 30 km dallo stabilimento di Moretta, e che conferiscono quotidianamente circa 5 mila quintali di latte.

Le **FettAlpine Latterie Inalpi** uno dei prodotti di punta dell'azienda, una delle sue eccellenze, con una lista ingredienti estremamente corta, conferma di alta qualità e genuinità, e piacevolmente morbide e delicate, degno complemento per panini, toast, ma anche essenziali per dare sapore e personalità alle ricette più elaborate. Una referenza le cui fasi di lavorazione, produzione e confezionamento sono effettuate in moderni impianti, altamente tecnologici, in stabilimento, a temperatura ed umidità controllata con aria filtrata.

Il **Burro di Filiera Latterie Inalpi** è un prodotto che soddisfa le esigenze di un consumatore attento, che cerca prodotti naturali, sani, piacevoli al palato, frutto di una filiera corta e certificata. Il Burro Piemontese "cambia abito" per raccontare tutti quei valori contenuti nel Burro di Filiera Latterie Inalpi, prodotto da panna di centrifuga da latte 100% piemontese. Un prodotto tracciabile grazie per la possibilità di risalire alle singole stalle di provenienza del latte e rispettoso dell'ambiente che ci circonda. Il nuovo incarto è infatti completamente compostabile e riciclabile.

8 SETTEMBRE – IDENTITAGOLOSE

Panettone e tris di Coppe alla corte dell'Antica Corona Reale

Il lavoro di Gian Piero Vivalda e del suo pastry Luca Zucchini nel laboratorio "dolce" AtelieReale del bistellato: innovano, destagionalizzano... Sempre all'insegna della massima qualità

08-09-2020

Elisa Fornasiero, Gian Piero Vivalda, Christian Conidi e **Luca Zucchini**, ossia i volti di *AtelieReale*, il laboratorio di pasticceria dell'*Antica Corona Reale* di Cervere (Cuneo)

L'estate? Lui l'ha concentrata in un panettone dall'essenza radiosa e solare. «Ho pensato a un lievitato leggermente più scarico sia di zuccheri sia di grassi. Ma capace di combinare acidità e freschezza», spiega Luca Zucchini, pastry chef dell'AtelieReale, il lab di pasticceria e panificazione dell'Antica Corona Reale, la storica e bistellata insegna di Cervere (Cuneo), capitanata dallo chef **Gian Piero Vivalda** e facente parte di *Relais & Châteaux* e *Les Grandes Tables du Monde*.

Panettone Reale ai frutti rossi, dunque. Perfetto a colazione, a merenda, ma anche dopopasto. Realizzato con la farina Petra 6384 Panettone e impreziosito dai frutti semicanditi by *Agrimontana*: fragoline, amarene, mirtilli selvatici e lamponi. Cui fanno da complici lievito madre, uova di galline allevate a terra, burro *Inalpi*,

LATTERIE inalpi www.inalpi.it

acqua purissima di fonte alpina, miele d'acacia, vaniglia in bacche del Madagascar, nonché *Inspiration Framboise* e *Fraise* by Valrhona. Della serie, un panettone che si poteva gustare anche sul prato o sotto l'ombrellone. Custodito in un elegante packaging: un coffret dai toni bianchi e rouge, griffato (come sempre) dal designer **Giorgio Rocco**. Meritevole d'aver tradotto in un tratto il territorio piemontese. La "P" prende infatti spunto dal raffinato font Bodoni (creato dal tipografo saluzzese **Giovanni Battista Bodoni**), trasformandolo in un segno più tondo. A ricordare la flessuosità del dolce e delle Langhe.

L'ingresso dell'*Antica Corona Reale*

Luca Zucchini e la preparazione del panettone "destagionalizzato"

Panettone anche in duetto col gelato. «Certo, questo panettone sta benissimo con un fiordilatte, con un sorbetto alla fragola o ai frutti di bosco. Oppure persino con un gelato al cioccolato», puntualizza **Zucchini**. Che ha decisamente destagionalizzato il grande lievitato. «Sì, un panettone a 360 gradi. Anzi, a 365 giorni», commenta simpaticamente lui. Che, nell'intervallo fra panettoni estivi e autunnali, e nei periodi pre e post colombe, fa *Nuvole Reali*. Come se piovesse. Sempre ai frutti canditi, grazie ad amarene, albicocche di Costigliole, fichi bianchi pugliesi, mandarini calabresi e ananas.

E poi? Una novità. Proprio durante il lockdown si è infatti concretizzata un'idea golosa di **Gian Piero**: *Il Gelato Reale*. Gelati e sorbetti per la precisione. Serviti placé (dalle 16 alle 23, tutti i

giorni, eccetto il mercoledì) nel Giardino delle Rose, lo scenografico pergolato, progettato dall'architetto **Paolo Pejrone**. «Abbiamo anche realizzato tre coppe. Pensate come se fossero dei dessert al piatto. Da assaporare lentamente. Con una parte più cremosa e un'altra più croccante. E con la frolla a incontrare il gelato», svela **Elisa Fornasiero**, la pastry chef del ristorante. Coinvolta nel progetto, insieme a **Luca**, al sous-chef **Christian Conidi** e a **Claudio Vivalda**, cugino del patron e responsabile commerciale dell'*AtelieReale*.

A destra, la *Coppa Reale*

Voilà *La Coppa Reale*, omaggio ai 205 anni dell'insegna (nata nel 1815) e ai sessant'anni da cuoco di **Renzo**, padre di **Gian Piero**. Nel cristallo? Gelato alla nocciola tonda gentile trilobata, meringhe, cialda di cioccolato bianco, chicchi di caffè al cioccolato, panna montata e panna cotta al pregiato caffè etiope Kafa di *Lavazza*. Presente pure nella gelatina e nel sablé al cioccolato bianco, messo a punto con *Petra 5*. Pronta a finire nel biscotto al cioccolato e sale di Maldon che arricchisce *Una Coppa per Mari*, dedicata alla storica sommelier del ristorante: **Maria Teresa Olivero**. Cui concorrono un sorbetto alle albicocche di Valleggia (frazione di Quiliano, nel Savonese), albicocche, gelato al cioccolato, uva passa zibibbo e Passito di Pantelleria Ben Ryé di *Donnafugata*. Non certo dimenticando la mitica *Coppa Melba*, creata dallo chef Georges Auguste Escoffier in onore della cantante australiana **Nellie Melba**: gelato alla vaniglia bourbon del Madagascar, lampone, pesca di Volpedo, filetti di mandorle d'Avola tostate e panna montata. Mentre nel calice finisce il Moscato (vendemmia tardiva) *Mediceo* di **Paolo Conterno**, oppure il Barolo Chinato delle *Cantine Damilano*. Tanto, a coordinare il tutto vi è il maître **Davide**

Ostorero.

Coppe gelato a Cervere. Le foto sono di **Davide Dutto**

«Abbiamo sempre fatto il gelato, ma ci mancava un approccio, diciamo, più onnicomprensivo: per questo ci siamo affinati, confrontandoci con il maestro gelatiere **Palmiro Bruschi**, ci siamo appassionati alla lavorazione antica e abbiamo iniziato una ricerca specifica e rigorosissima della materia prima, per ottenere un prodotto all'altezza della nostra ristorazione», spiega **Vivalda**. Che ha unito forze e competenze. Incluse quelle di un "sommelier della frutta" come **Sergio Fessia** di OrtoBra Gourmet. Il che significa massima attenzione alle micro produzioni agricole, alla micro stagionalità, alla biodiversità, alla sostenibilità e alla maturazione perfetta. Per raccogliere i frutti all'apice della loro espressione. Ottenendo il gusto assoluto. Che, nel caso del sorbetto alla fragola, vuol dire creare un blend di ben tre varietà: quella di Tortona (un Presidio Slow Food, dal profumo intenso e dal sapore delicato), la Mara de bois e quella della Valle Pesio. Mentre le ciliegie giungono da Pecetto (introdotte sulla collina dai regnanti **Savoia** e dai camaldolesi dell'Eremo); il fico fiorone nero è quello di Terlizzi (nel barese, dove il sindaco-agricoltore **Domenico Tauro** mise a punto questa particolare varietà), la pesca tabacchiera vien dall'Etna, il pistacchio arriva da Bronte (*Feudo San Biagio*) e i limoni sono raccolti - direttamente da *Gian Piero* - sulla terrazza di un amico a Noli.

Fichi fioroni di Terlizzi

Gelati essenziali e minimali. Mantecati giornalmente e conservati nelle carapine termoregolate (i pozzetti a glicole). Al fine di assicurare la giusta consistenza e la "spatolata" perfetta. Il tutto utilizzando come base ingredienti piemontesi di eccellenza: dalle uova fresche al latte e alla panna da centrifuga Inalpi, sino all'acqua cristallina che sgorga nel paesaggio incontaminato delle Alpi Cozie, in Val Pellice. Un gelato che valorizza il *genius loci* e vanta pure un logo con la corona al centro. Fra colori pastello, aura vintage e concept contemporaneo.

10 SETTEMBRE – VIRGILIO

Inalpi, una bandiera sullo stabilimento di Moretta come i pirati di Jobs

Condividi Invia

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,...

Leggi tutta la notizia

10 SETTEMBRE – TORINOGGI

ECONOMIA E LAVORO | 10 settembre 2020, 09:45

Inalpi, una bandiera sullo stabilimento di Moretta come i pirati di Jobs

Una scelta 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

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 l'interpretazione corretta e la motivazione con la quale è stata issata, sullo stabilimento Inalpi di Moretta (CN), una bandiera dei "Pirati".

Una scelta 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, l'essere squadra, fatta da uomini e donne liberi, che pensa e lavora innovando, creando nuovi schemi di pensiero e nuovi percorsi di crescita, tutti uniti come una vera e propria "ciurma", tutti sulla stessa nave. Quella bandiera, 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 esserci e di continuare a fare e innovare, una nuova strada che magari, anche questa volta, segnerà una via, dalla quale nascano, ogni giorno, nuovi pirati che lavorano con e per la propria comunità.

comunicato stampa

10 SETTEMBRE – QUOTIDIANOPIEMONTESE

Home » Una bandiera dei pirati sullo stabilimento Inalpi di Moretta: come Steve Jobs

Una bandiera dei pirati sullo stabilimento Inalpi di Moretta: come Steve Jobs

Di Gabriele Farina - 10 Settembre 2020 - CUNEO

Condividi su

Facebook Twitter Google+ LinkedIn Invia per email

Una bandiera dei pirati è stata issata sullo stabilimento Inalpi di Moretta. Si tratta di un segnale 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.

> *E' per celebrare quella dichiarazione che Inalpi vuole comunicare, con una bandiera 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, l'essere squadra, fatta da uomini e donne liberi, che pensa e lavora innovando, creando nuovi schemi di*

pensiero e nuovi percorsi di crescita, tutti uniti come una vera e propria "ciurma", tutti sulla stessa nave. Quella bandiera, un simbolo tangibile di impegno per dare vita, attraverso il lavoro, la trasparenza e l'unione, a progetti unici che creano valore.
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.

10 SETTEMBRE – LE-ULTIME-NOTIZIE

Inalpi, una bandiera sullo stabilimento di Moretta come i pirati di Jobs

Home > Notizie Torino > Torino Oggi

Una scelta 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

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 l'interpretazione corretta e la motivazione con la quale è stata issata, sullo stabilimento Inalpi di Moretta (CN), una bandiera dei "Pirati".

Una scelta che sposa appieno quel "Pirates! Not the Navy", pronunciata da Steve Jobs... la provenienza: Torino Oggi

10 SETTEMBRE – LA VALSUSA

SCHERMA DAL 23/8 AL 5 SETTEMBRE

Un successo il Camp estivo di Bardonecchia

Tra le novità bardonecchiesi dell'estate 2020 vi è stata la scherma che, per la prima volta, è approdata nella cittadina con il camp denominato "Fencing Summer Camp Experience" organizzato dall'Accademia Scherma Marchesa di Torino in collaborazione con la Polisportiva Bardonecchia, patrocinato del Comune con il supporto del Consorzio Turismo.

Esso si è svolto dal 23 agosto al 5 settembre con sede logistica al Villaggio Olimpico, mentre le sedute di allenamento per i circa 120 schermitori e schermitrici presenti si sono tenute al Palazzetto dello Sport. Gli atleti, provenienti da tutta Italia hanno così potuto prepararsi al meglio in vista della nuova stagione agonistica, con lezioni tecniche individuali, varie attività in palestra ed escursioni in montagna. La direzione tecnica è stata affidata a Dario Chiadò, tecnico e docente federale, maestro di scherma della Nazionale Assoluta Italiana di Spada M/F, con alle spalle numerosi anni di gare internazionali di Coppa del Mondo, attuale vicepresidente dell'Accademia Scherma Marchesa. Egli afferma che Bardonecchia, grazie alle strutture ed infrastrutture ed alla facilità di accesso mediante autostrada oltre a svariate ragioni logistiche, sia particolarmente adatta ad ospitare gli atleti insieme a tutto il loro entourage. Tra i partecipanti allo stage anche Alice Clerici (Fiamme Oro Roma), Campionessa del Mondo Under 20 2016, medaglia di bronzo ai Mondiali Assoluti a squadre 2019; Federica Isola (Aeronautica Militare) Campionessa del Mondo Under 20 2019, bronzo ai Mondiali Assoluti a squadre 2019; Giulio Gaetani (Accademia Scherma Marchesa Torino), vincitore della Coppa del Mondo Under 20 2020 e Filippo Armaleo (Cesare Pompilio Genova) medaglia d'argento individuale ed a squadre ai Campionati Europei Under 20 2020. Particolarmente soddisfatta l'amministrazione comunale che ha fortemente voluto questo camp.

Il sindaco Francesco Avato, dando il benvenuto ad atleti, tecnici, dirigenti ed alle loro famiglie, ha augurato loro di trascorrere nella cittadina, tra un allenamento e l'altro, momenti rilassanti e distensivi in vista del raggiungimento di importanti obiettivi sportivi. Carola Scanavino, consigliere con delega alle attività in ambito turistico ed agli eventi culturali, si dice molto felice di questa prima volta della scherma a Bardonecchia anche per la consapevolezza di poter offrire ad un mondo sportivo finora lontano dalle montagne un'accoglienza di qualità, sperando di poter coinvolgere anche i ragazzi del luogo.

Giorgio Montabone, presidente del Consorzio Turismo aggiunge: *"Bardonecchia è una delle più rinomate località montane, scelta sempre più spesso da differenti realtà sportive per i propri stage e raduni d'allenamento e siamo lieti di aver ospitato da quest'anno anche l'Accademia Scherma Marchesa per la quale abbiamo previsto anche una convenzione con offerta speciale per soggiorni durante l'inverno"*.

Angela Erta

La torinese Vera Perini (in alto in azione, da sinistra)

10 SETTEMBRE – LIBERO.247

Una bandiera dei pirati sullo stabilimento Inalpi di Moretta: come Steve Jobs

Quotidiano Piemontese | 1 | 1 ora fa

Un modo "diverso" di interpretare e pensare l'essere azienda, l'essere squadra, fatta da uomini e donne liberi, che pensa e lavora innovando, creando nuovi schemi di pensiero e nuovi percorsi di crescita, tutti uniti come una vera e propria ...
Leggi la notizia

Persone: steve jobs pirates
Organizzazioni: inalpi
Luoghi: moretta team mac
Tags: bandiera dei pirati stabilimento

ALTRE FONTI (14)

Eccellenza: Moretta scatenato! Ufficiali un nuovo innesto e 11 conferme

E' un **Moretta** scatenato, quello che, nel giro di poche ore, ha di fatto definito ed ufficializzato l'... Dopo i cinque nuovi acquisti resi noti ieri sera , infatti, il club griffato **Inalpi** ha comunicato ...
IdeaWebTv - 7-7-2020

Persone: davide morello lorenzo previati
Organizzazioni: eccellenza inalpi
Luoghi: villafranca
Tags: innesto conferme

Il fatturato di Compral Latte sale a 60 milioni. Nuovi sviluppi per la filiera piemontese che si organizza per le sfide del mercato post-...

... non potendo partecipare all'assemblea, mi ha espressamente incaricata di ribadire l'avvio di nuovi e importanti investimenti per il potenziamento degli impianti **Inalpi** nella sede di **Moretta** e nello ...
IdeaWebTv - 24-6-2020

Persone: compral arap
Organizzazioni: inalpi coldiretti
Luoghi: cuneo moretta
Tags: fatturato 60 milioni

Compral Latte: il fatturato sale a 60 milioni di euro

... non potendo partecipare all'assemblea, mi ha espressamente incaricata di ribadire l'avvio di nuovi e importanti investimenti per il potenziamento degli impianti **Inalpi** nella sede di **Moretta** e nello ...
Targatocn.it - 23-6-2020

Persone: compral roberto chialva
Organizzazioni: inalpi coldiretti
Luoghi: cussanio peveragno
Tags: soci presidente

Compral Latte all'assemblea annuale: aumentano soci e conferimenti, la filiera piemontese dimostra la sua stabilità

La capacità produttiva quotidiana sale a 5400 quintali, destinati alla torre di sprayatura e al caseificio dell'**Inalpi** di **Moretta**, partner della filiera piemontese del latte con la Ferrero di Alba. ...
IdeaWebTv - 21-6-2020

Persone: compral bovetti
Organizzazioni: inalpi ferrero
Luoghi: moretta peveragno
Tags: soci assemblea

FOTO

Una bandiera dei pirati sullo stabilimento Inalpi di Moretta: come Steve Jobs
Quotidiano Piemontese - 22-5-2020

1 di 1

11 SETTEMBRE – IL SOLE 24 ORE NORD OVEST

IL ROADSHOW DEL SOLE 24ORE

Innovation Days riparte e fa tappa in Piemonte

Il calo è netto, come nelle attese. Una perdita stimata del Pil regionale che per il Piemonte vale quasi sedici punti nel periodo aprile-giugno, il peggiore trimestre di sempre.

Inevitabile, del resto, per una regione che vede nell'auto uno dei motori dell'export e dell'indotto meccanico e componentistico locale, auto che insieme al tessile-abbigliamento rappresenta forse il settore più penalizzato in questa lunga emergenza Covid.

Al Piemonte 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 ripartire. Al Piemonte che riparte è dedicata la mattinata del primo ottobre, in un evento in streaming che abbraccia i principali settori dell'economia locale così come i vertici istituzionali. Tra i partecipanti 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) alle telecomunicazioni (Tim), alla mobilità sostenibile (Leaseplan). E infine uno spazio è dedicato ai racconti di innovazione dei singoli imprenditori, con storie che spaziano dall'aerospazio al largo consumo; dalla meccanica all'alimentare, 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.

Innovazione che nei suoi mattoni di base, nella spinta "dal basso" rappresentata dalle start-up in Piemonte continua tuttavia a faticare, seppur con qualche segnale di inversione di rotta. Ad aprile, nel mese più buio della crisi, le nuove start-up iscritte nel registro delle imprese sono state appena 4, un quarto rispetto all'omologo dato del 2019.

Nei mesi successivi è visibile un parziale recupero, che tuttavia lascia ancora nei primi otto mesi dell'anno un gap significativo: dalle 120 nuove iscrizioni dello scorso anno si è infatti scesi 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.

L'innovazione, come evidentiano le storie di molte imprese coinvolte nella mattinata, rappresenta comunque nei momenti di difficoltà l'argine migliore alla crisi. A raccontarlo, tra gli altri, saranno i numeri uno di Prima Industrie, Fratelli Piacenza, Iltar, Inalpi, Sabelt, Avio Aero, Paglieri, Skf, Cecomp, Argotec, Ferrino.

Il 1° ottobre
La tappa piemontese di Innovation Days dalle 9.30. Iscrizione gratuita inside24ore.com/piemontecheriparte

12 SETTEMBRE - TARGATOCN

Al via la "Due Giorni in Rosa 2020" organizzata dal Racconigi Cycling Team

Domani, domenica 13 settembre, è in programma la gara su strada, il settimo Trofeo Latterie Inalpi per donne Open

Oggi pomeriggio inizierà la Due Giorni in Rosa 2020 organizzata dal Racconigi Cycling Team. Nonostante le difficoltà dovute alle restrizioni per contenere i contagi da coronavirus, anche quest'anno Racconigi si trasformerà per un weekend nella capitale del ciclismo femminile italiano.

Si partirà con la cronometro individuale *Per Adele* di 2,850 chilometri. Il ritrovo è alle 14, la prima partenza fissata per le 16. Il percorso è completamente pianeggiante e rettilineo con un unica curva a "u" per tornare all'arrivo. Al termine della prima giornata, alle vincitrici saranno assegnate le maglie di leader della Due Giorni che indosseranno domani. La migliore Juniores indosserà la maglia verde di Cassa di Risparmio di Fossano, la migliore Élite la maglia

gialla di AR3.

Domani, domenica 13 settembre è in programma la gara su strada, il settimo *Trofeo Latterie Inalpi* per donne Open. Anche in questo caso il percorso è completamente pianeggiante ma ha un tratto particolarmente tecnico che potrebbe favorire l'azione di un gruppetto di fuggitive. La prova misura in totale 92 chilometri e si corre su un circuito da percorrere otto volte. Il ritrovo è alle 8 la partenza alle 10.

12 SETTEMBRE – PEDALEROSA

TEAM GAUSS FIORIN: GLI IMPEGNI AGONISTICI DEL FINE SETTIMANA

Nuovo weekend, nuove importantissime prove per la formazione juniores del Team Gauss Fiorin. Proprio oggi, infatti, Milena Del Sarto, Fanny Bonini, Elisa Fedeli e Sara Fiorin saranno presenti ai campionati italiani a cronometro di Orsago (Tv). Al via dalle ore 14.30, le nostre quattro portacolori dovranno affrontare un percorso vallonato piuttosto impegnativo, che prevede due tornate da 10.5 chilometri, per un totale di 21 chilometri. Commenta il diesse Julia Martisova: "Stiamo vivendo una stagione difficile, per il livello delle corse e lo stato incerto in cui ancora ci muoviamo, ed è anche per questo che non riusciamo a renderci bene conto dell'effettivo livello di preparazione a cui siamo arrivati. Ma a prescindere da ogni imprevisto, siamo pronti e felici di poter prendere parte con quattro delle nostre atlete. Non abbiamo particolari aspettative per il piazzamento, ma solo il desiderio di metterci in gioco e di dare il nostro massimo come sempre. Qualunque risultato arriverà per noi sarà un successo." Nella giornata di sabato e domenica, invece, la formazione al completo sarà impegnata in una doppia trasferta in Piemonte. Sabato 12, infatti, a Racconigi (Cu) prenderà il via ad una nuova prova open: alla "Cronometro per Adele" dovranno tutte affrontare una prova contro il tempo di 2.85 chilometri, in un velocissimo tracciato andata e ritorno in zona industriale. Domenica, invece, sempre con la categoria open e sempre a Racconigi (Cu), lo start sarà al 7° Trofeo inalpi. Al gruppo sarà riservato un tracciato completamente pianeggiante di 11.5 chilometri da ripetere per otto tornate. (Foto di Flaviano Ossola) Sara Pillon – Ufficio Stampa Team Gauss Fiorin FacebookTwitterCondividi

[TEAM GAUSS FIORIN: GLI IMPEGNI AGONISTICI DEL FINE SETTIMANA]

12 SETTEMBRE – PEDALEROSA

S.C.V. BIKE CADORAGO: UN FINE SETTIMANA DI SETTEMBRE RICCO DI IMPEGNI

Quello che attende Bike Cadorago è un weekend impegnativo. Domani, sabato, saranno in gara le Junior Prisca Savi, Vittoria Ruffilli e Sonia Rossetti, che prenderanno parte alla "Cronometro per Adele" organizzata a Racconigi dalla locale società ciclistica, e l'Allieva Marta Vergobbi che gareggerà in Svizzera nella Cronometro di San Vittore organizzata dal Velo Club Arbedo Castione. Domenica, infine, le maglie di Bike Cadorago saranno presenti su diversi campi di gara del Nord Italia: Savi, Ruffilli, Rossetti e Butta saranno nuovamente in corsa sulle strade piemontesi di Racconigi dove è in programma il "Trofeo inalpi", gara Open con partenza da Piazza Carlo Alberto alle 10.00 ed arrivo previsto nel medesimo luogo, dopo aver percorso 92 chilometri. Pedaleranno a Borgo Valsugana, nelle competizioni del "Trofeo Amici del Veloce Club Borgo", le Allieve (59 chilometri da percorrere con partenza alle 10.30, ndr) e le Esordienti Lazzarin e Colombo; il resto della squadra Esordienti sarà impegnata, assieme ai maschi, nel "Trofeo Ormezzano" di Gaglianico in provincia di Biella. Come "antipasto" al weekend impegnativo che abbiamo descritto, vi è stato venerdì mattina il campionato italiano della cronometro riservato alla categoria Junior: nella competizione tricolore di Orsago, Sonia Rossetti ha ottenuto il ventiquattresimo tempo completando i 21,100 km del percorso in 33'.12". (Foto di Flaviano Ossola) Comunicato Stampa a cura di Luca Galimberti FacebookTwitterCondividi

[S.C.V. BIKE CADORAGO: UN FINE SETTIMANA DI SETTEMBRE RICCO DI IMPEGNI]

12 SETTEMBRE – ILNAZIONALE

Al via la "Due Giorni in Rosa 2020" organizzata dal Racconigi Cycling Team

0 Consiglia

Domani, domenica 13 settembre, è in programma la gara su strada, il settimo Trofeo Latterie Inalpi per donne Open

Oggi pomeriggio inizierà la Due Giorni in Rosa 2020 organizzata dal Racconigi Cycling Team. Nonostante le difficoltà dovute alle restrizioni per contenere i contagi da coronavirus, anche quest'anno Racconigi si trasformerà per un weekend nella capitale del ciclismo femminile italiano.

Si partirà con la cronometro individuale *Per Adele* di 2,850 chilometri. Il ritrovo è alle 14, la prima partenza fissata per le 16. Il percorso è completamente pianeggiante e rettilineo con un unica curva a "u" per tornare all'arrivo. Al termine della prima giornata, alle vincitrici saranno assegnate le maglie di leader della Due Giorni che indosseranno domani. La migliore Juniores indosserà la maglia verde di Cassa di Risparmio di Fossano, la migliore Élite la maglia gialla di AR3.

Domani, domenica 13 settembre è in programma la gara su strada, il settimo *Trofeo Latterie Inalpi* per donne Open. Anche in questo caso il percorso è completamente pianeggiante ma ha un tratto particolarmente tecnico che potrebbe favorire l'azione di un gruppetto di fuggitive. La prova misura in totale 92 chilometri e si corre su un circuito da percorrere otto volte. Il ritrovo è alle 8 la partenza alle 10.

12 SETTEMBRE – HORECANEWS

Inalpi issa la bandiera dei pirati per celebrare la voglia di fare

Sventola sullo stabilimento Inalpi di Moretta una bandiera dei pirati che ricorda la frase pronunciata da Steve Jobs per stimolare il team Apple: "Pirates, not the Navy!", siate come i Pirati, non come la marina.

By **Redazione 2** – 12 Settembre 2020

Una bandiera dei pirati come segnale di innovazione, voglia di fare e di vivacità intellettuale. Con queste motivazioni **è stata "issata" la bandiera dei pirati sullo stabilimento Inalpi di Moretta (CN).**

L'idea si ispira a un episodio che ha come protagonista Steve Jobs, fondatore della Apple, che disse al suo team demotivato: "Pirates! Not the Navy" (Pirati, non marinai), per scuoterli da quella perdita di grinta che li stava trasformando in un gruppo di burocrati privo di smalto, inventiva e curiosità.

Ed è per celebrare quella dichiarazione che Inalpi vuole comunicare, con una

bandiera issata in un assolato giorno di fine estate, l**a propria consapevolezza che avere un'identità,** avere voglia di **innovare**, vuol dire creare una **magia**, alla quale tutti possono prendere parte.

Un modo "diverso" di interpretare e pensare l'essere azienda, l'essere squadra, fatta da uomini e donne liberi, che pensa e lavora innovando, creando nuovi schemi di pensiero e nuovi percorsi di crescita, tutti uniti come una vera e propria "ciurma", tutti sulla stessa nave. Quella bandiera, 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 esserci e di continuare** a fare e innovare, una nuova strada che magari, anche questa volta, segnerà una via, dalla quale nascano, ogni giorno, nuovi pirati che lavorano con e per la propria comunità.

12 SETTEMBRE – IL SOLE 24 ORE

Il Piemonte riparte con l'innovazione

24 ORE EVENTI

INNOVATION DAYS

Le aziende reagiscono a una perdita stimata del Pil regionale del 16%

Manager, imprenditori e politici a confronto il 1 ottobre sulla ripresa

Luca Orlando

Altri otto milioni di investimenti per impianti 4.0, con ordini appena firmati. E altre assunzioni in arrivo, per gestire le nuove linee. «Perché anche e forse soprattutto in questi momenti difficili - spiega Roberto Cimberio - devi comunque prepararti al futuro». Il presente dell'imprenditore del valvolame novarese non è certo roseo, con volumi 2020 che per l'azienda di San Maurizio D'opaglio saranno certamente in calo. La scelta è però quella di guardare avanti, oltre il pessimismo indotto dagli ultimi numeri. Che evidenziano ovunque sul territorio un calo netto, come nelle attese. Una perdita stimata del Pil regionale che per il Piemonte vale quasi sedici punti nel periodo aprile-giugno, il peggiore trimestre di sempre. In coincidenza con un crollo del 21% delle vendite estere, cinque miliardi di euro in meno nel primo semestre. Esiti inevitabili, del resto, per una regione che vede nell'auto uno dei motori dell'export e dell'indotto meccanico e componentistico locale, auto che insieme al tessile-abbigliamento rappresenta forse il settore più penalizzato in questa lunga emergenza Covid.

Al Piemonte 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 ripartire. Il primo ottobre è il momento dedicato al Piemonte che riparte, in un evento in streaming che abbraccia i principali settori dell'economia locale così come i vertici istituzionali. Tra i partecipanti 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) alle telecomunicazioni (Tim), alla mobilità sostenibile (Leaseplan). E infine uno spazio è dedicato ai racconti di innovazione dei singoli imprenditori, con storie che si articolano dall'aerospazio al largo consumo; dalla meccanica all'alimentare, comparti che provano faticosamente a 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.

Innovazione che nei suoi mattoni di base, nella spinta "dal basso" rappresentata dalle start-up in Piemonte continua tuttavia a faticare, seppur con qualche segnale di inversione di rotta. Ad aprile, nel mese più buio della crisi, le nuove start-up iscritte nel registro delle imprese sono state appena 4, un quarto rispetto all'omologo dato del 2019.

Nei mesi successivi è visibile un parziale recupero, che tuttavia lascia ancora nei primi otto mesi dell'anno un gap significativo: dalle 120 nuove iscrizioni dello scorso anno si è infatti scesi a quota 77, un calo nell'ordine del 35 per cento.

Non mancano tuttavia aree di eccellenza assoluta, 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.

L'innovazione, ad ogni modo, rappresenta comunque nei momenti di difficoltà l'argine migliore alla crisi e saranno le testimonianze delle aziende a rendere evidente lo schema. Tra commesse conquistate con la Nasa, forniture hi-tech a eserciti stranieri, ordini piazzati dai big dell'auto globale. Ad animare il racconto saranno i numeri uno di Prima Industrie, Fratelli Piacenza, Avio Aero, Lavazza, Iltar, Inalpi, Sabelt, Scai, Paglieri, Skf, Cecomp, Argotec, Ferrino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INNOVATION DAYS

1 ottobre

L'appuntamento

Dalle 9.30, attraverso un collegamento in streaming, sarà possibile seguire l'evento dedicato al Piemonte che riparte, quinta tappa del roadshow avviato dal Sole 24Ore per raccontare l'impatto dell'emergenza nei territori della manifattura ed evidenziare allo stesso tempo le storie di ricerca, innovazione e cambiamento nelle imprese. A partecipare il 1 ottobre saranno imprese di ogni dimensione, dai big della meccanica o del food (Prima Industrie, Avio Aero, Lavazza), alle Pmi hi-tech o ai brand storici (Argotec, Ferrino). L'accesso è possibile attraverso iscrizione gratuita a: ilsole24ore.com/piemontecheriparte

Tecnologia e ricerca. L'incubatore I3P del Politecnico di Torino è stato premiato come miglior realtà pubblica della categoria al mondo

12 SETTEMBRE – TARGATOCN

Inalpi come i "Pirati" di Steve Jobs

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

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 l'interpretazione corretta e la motivazione con la quale è stata issata, sullo stabilimento Inalpi di Moretta una bandiera dei *"Pirati"*.
Una scelta 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, l'essere squadra, fatta da uomini e donne liberi, che pensa e lavora innovando, creando nuovi schemi di pensiero e nuovi percorsi di crescita, tutti uniti come una vera e propria "ciurma", tutti sulla stessa nave. Quella bandiera, 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 esserci e di continuare a fare e innovare, una nuova strada che magari, anche questa volta, segnerà una via, dalla quale nascano, ogni giorno, nuovi pirati che lavorano con e per la propria comunità.

12 SETTEMBRE – PEDALEROSA

RACCONIGI CYCLING TEAM: TUTTO PRONTO PER LA DUE GIORNI IN ROSA DI RACCONIGI (CN)

Oggi pomeriggio inizierà la Due Giorni in Rosa 2020 organizzata dal Racconigi Cycling Team. Nonostante le difficoltà dovute alle restrizioni per contenere i contagi da coronavirus, anche quest'anno Racconigi si trasformerà per un weekend nella capitale del ciclismo femminile italiano. Si partirà con la cronometro individuale Per Adele di 2,850 chilometri. Il ritrovo è alle 14, la prima partenza fissata per le 16. Il percorso è completamente pianeggiante e rettilineo con un unica curva a "u" per tornare all'arrivo. Al termine della prima giornata, alle vincitrici saranno assegnate le maglie di leader della Due Giorni che indosseranno domani. La migliore Juniores indosserà la maglia verde di Cassa di Risparmio di Fossano, la migliore Élite la maglia gialla di AR3. Domani, domenica 13 settembre è in programma la gara su strada, il settimo Trofeo Latterie inalpi per donne Open. Anche in questo caso il percorso è completamente pianeggiante ma ha un tratto particolarmente tecnico che potrebbe favorire l'azione di un gruppetto di fuggitive. La prova misura in totale 92 chilometri e si corre su un circuito da percorrere otto volte. Il ritrovo è alle 8 la partenza alle 10. (Foto di Flaviano Ossola) Davide Tibaldi – Addetto Stampa Racconigi Cycling Team FacebookTwitterCondividi

[RACCONIGI CYCLING TEAM: TUTTO PRONTO PER LA DUE GIORNI IN ROSA DI RACCONIGI (CN)]

12 SETTEMBRE – LAVOCEDIALBA

Al via la "Due Giorni in Rosa 2020" organizzata dal Racconigi Cycling Team

Domani, domenica 13 settembre, è in programma la gara su strada, il settimo Trofeo Latterie Inalpi per donne Open

Oggi pomeriggio inizierà la Due Giorni in Rosa 2020 organizzata dal Racconigi Cycling Team. Nonostante le difficoltà dovute alle restrizioni per contenere i contagi da coronavirus, anche quest'anno Racconigi si trasformerà per un weekend nella capitale del ciclismo femminile italiano.

Si partirà con la cronometro individuale *Per Adele* di 2,850 chilometri. La prima partenza fissata per le 16. Il percorso è completamente pianeggiante e rettilineo con un unica curva a "u" per tornare all'arrivo. Al termine della prima giornata, alle vincitrici saranno assegnate le maglie di leader della Due Giorni che indosseranno domani. La migliore Juniores indosserà la maglia verde di Cassa di Risparmio di Fossano, la migliore Élite la maglia gialla di AR3.

Domani, domenica 13 settembre è in programma la gara su strada, il settimo *Trofeo Latterie Inalpi* per donne Open. Anche in questo caso il percorso è completamente pianeggiante ma ha un tratto particolarmente tecnico che potrebbe favorire l'azione di un gruppetto di fuggitive. La prova misura in totale 92 chilometri e si corre su un circuito da percorrere otto volte. Il ritrovo è alle 8 la partenza alle 10.

12 SETTEMBRE – DISTRIBUZIONEMODERNA

Inalpi: come i pirati di Jobs

Una bandiera dei pirati potrebbe anche essere un segnale di innovazione, di voglia di fare, di vivacità intellettuale. Ed è questa l'interpretazione corretta e la motivazione con la quale è stata issata, sullo stabilimento Inalpi di Moretta (CN), una bandiera dei "Pirati".

Una scelta 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, l'essere squadra, fatta da uomini e donne liberi, che pensa e lavora innovando, creando nuovi schemi di pensiero e nuovi percorsi di

crescita, tutti uniti come una vera e propria "ciurma", tutti sulla stessa nave. Quella bandiera, 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.

12 SETTEMBRE – LIBERO.247

Inalpi come i "Pirati" di Steve Jobs

Targatocn.it | 1 ora fa

Una scelta 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 ...
Leggi la notizia

Persone: steve jobs pirates
Organizzazioni: moretta
Luoghi: team mac
Tags: pirati bandiera

ALTRE FONTI (3)

Una bandiera dei pirati sullo stabilimento Inalpi di Moretta: come Steve Jobs

Una bandiera dei **pirati** è stata issata sullo stabilimento Inalpi di Moretta. Si tratta di un segnale che sposa appieno quel "Pirates! Not the Navy", pronunciata da **Steve Jobs** al Team Mac nel momento in cui intravide ...
Quotidiano Piemontese - 10-9-2020

Persone: steve jobs pirates
Organizzazioni: inalpi
Luoghi: moretta team mac
Tags: bandiera dei pirati stabilimento

Inalpi, una bandiera sullo stabilimento di Moretta come i pirati di Jobs

... sullo stabilimento Inalpi di Moretta, CN., una bandiera dei "**Pirati**". Una scelta che sposa appieno quel "Pirates! Not the Navy", pronunciata da **Steve Jobs** al Team Mac nel momento in cui intravide un ...
Torino Oggi.it - 10-9-2020

Persone: jobs cn
Luoghi: moretta team mac
Tags: pirati bandiera

13 SETTEMBRE – LA STAMPA – ED. CUNEO

C'è la "Due giorni in rosa" Prova su strada a Racconigi

LORENZO TANACETO
RACCONIGI

Con la veneta Francesca Selva (Red Factor) in maglia gialla «AR3» della categoria Élite Under 23 e la pisana Matilde Bertolini (Valcar Travel&Service) con quella verde «Cassa di risparmio di Fossano», oggi a Racconigi si concluderà la «Due giorni in rosa» organizzata dal Racconigi Cycling Team nel rispetto dei protocolli anti-Covid. Con ritrovo alle 8 e partenza alle 10 sarà in programma la prova in linea su strada «Trofeo Latterie Inalpi»: percorso pianeggiante di 92 chilometri su circuito da ripetere otto volte.

Ieri l'evento è cominciato con la cronometro «Per Adele» di 2 chilometri e 850 metri. Francesca Selva si è imposta fra le Élite Under 23 con il tempo di 3'45"89 davanti a Leonora Geppi (Pro Cycling) a 3"80 e a Emanuela Zanetti (Eurotarget) a 4"34; quarta, a 8"40, Matilde Vitillo del team di casa. La fresca campionessa italiana della specialità Matilde Bertolini ha vinto la classifica Juniores in 3'41"14 con 2"25 di vantaggio su Carlotta Cipressi (AWC Re Artù) e 3"33 su Lara Crestanello (Ciclismo Insieme).

Al Giro d'Italia brava Erica

Ieri nella seconda tappa del Giro d'Italia rosa da Civitella Paganico ad Arcidosso in provincia di Grosseto vinta dall'olandese campionessa del mondo van Vleuten, nona posizione per la cuneese Erica Magnaldi (Ceratizit-WNT). È al via anche Nicole Fede (Servetto-Piumate-Beltrami TSA). Oggi dalla Toscana in Umbria, terza frazione da Santa Fiora ad Assisi. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Francesca Selva (Team Red Factor), maglia gialla Élite Under 23

13 SETTEMBRE – VIRGILIO

Ciclismo: Sylvie Truc in bella evidenza nel Trofeo Inalpi a Racconigi

Condividi Invia

Ancora una prestazione lusinghiera di Sylvie Truc, impegnata ieri e oggi nella due giorni in Rosa di Racconigi Open, Cuneo,, sede del sodalizio della valdostana. Il settimo Trofeo Inalpi, corsa su...

Leggi tutta la notizia

AostaSports | 13-09-2020 19:21

Categoria: SPORT

13 SETTEMBRE – TARGATOCN

Silvia Pollicini vince il Trofeo Inalpi, a Vitillo e Crestanello la Due Giorni in Rosa

La gara si è corsa su un circuito completamente pianeggiante di 11 chilometri e mezzo da ripetere otto volte per un totale di 92 chilometri. Al via c'erano 125 partenti.

L'élite Silvia Pollicini della Valcar Travel & Service ha vinto la settima edizione del Trofeo Latterie Inalpi di Racconigi, seconda e ultima prova della Due Giorni in Rosa. Pollicini ha battuto in uno sprint a sei Matilde Vitillo del Racconigi Cycling Team e Francesca Barale della Vo2 Team Pink che è stata anche la migliore juniores. La gara si è corsa su un circuito completamente pianeggiante di 11 chilometri e mezzo da ripetere otto volte per un totale di 92 chilometri. Nonostante non ci fossero salite, un tratto molto tecnico poteva favorire l'attacco di atlete che volessero provare a evitare l'arrivo allo sprint con gruppo compatto. Al via c'erano 125 partenti.

Dopo due giri in cui non ci sono stati momenti particolarmente interessanti dal punto di vista della cronaca è arrivato il primo attacco di

giornata. Se ne sono andate Francesca Balducci (Pro Cycling Team), Claudia Meucci (G20 Boiler Parts Ambedo) e Silvia Persico (Valcar Travel & Service). Dopo alcuni chilometri in avanscoperta però il gruppo le ha riprese prima che il loro vantaggio diventasse pericoloso.

Subito dopo aver neutralizzato il primo tentativo di giornata, dal gruppo si sono avvantaggiate Noemi Eremita (Ciclismo Insieme) e Silvia Magri (Valcar Travel & Service). La loro azione è durata un paio di chilometri e il vantaggio nei confronti del gruppo è arrivato a sfiorare il minuto. Poi il gruppo si è riorganizzato e si è messo a lavorare per riprenderle. Il riaggancio è avvenuto durante il sesto giro.

Sempre nel corso del sesto giro è arrivato l'attacco decisivo quando sono scattate Matilde Vitillo (Racconigi Cycling Team), Giorgia Simoni e Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani), Francesca Barale (Vo2 Team Pink), Giorgia Vettorello (Top Girls - Fassa Bortolo) e Silvia Pollicini (Valcar Travel & Service). All'inizio del settimo giro avevano già 30 secondi nei confronti del gruppo. Da quel momento il loro margine ha continuato ad aumentare e all'inizio dell'ultimo giro era chiaro che per il gruppo non c'era più nulla da fare, nonostante l'azione delle atlete della Ciclismo Insieme che si sono incaricate dell'inseguimento.

Per tutto l'ultimo giro le sei fuggitive hanno pedalato di comune accordo senza che nessuna provasse a lasciare la compagnia delle altre e tentare l'arrivo in solitaria. In vista del finale il gruppo è riuscito a recuperare qualcosina ma non è bastato. La volata è stata lanciata a 200 metri dall'arrivo e la più veloce è stata nettamente Silvia Pollicini che ha vinto con una bici di vantaggio su Matilde Vitillo. Francesca Barale, terza assoluta, ha vinto nella categoria juniores.

13 SETTEMBRE – PIACENZA24

VO2 Team Pink, la Junior Francesca Barale "graffia" a Racconigi

13 Settembre 2020 Carlofilippo Vardelli

Dopo il bronzo tricolore cronometro di venerdì, prima vittoria 2020 per la Francesca Barale del VO2 Team Pink, terza assoluta nella gara Open. Per lei, anche le maglie di campionessa provinciale e regionale

Si conclude con un acuto l'intenso fine settimana della formazione Donne Juniores del VO2 Team Pink, protagonista venerdì al campionato italiano cronometro di Orsago (Treviso) e poi al via alla Due Giorni in

La gioia di Francesca Barale

La trasferta piemontese ha regalato una grande gioia a **Francesca Barale**, atleta ossolana del sodalizio piacentino che nella prova in linea di oggi (domenica) del Trofeo Inalpi ha centrato il terzo posto della gara Open, vinta da **Silvia Pollicini** (Valcar-Travel & Service) davanti alla "padrona di casa" **Matilde Vitillo** (Racconigi Cycling Team), entrambe atlete Elite. Così, per la **Barale** è arrivata la vittoria della classifica Donne Junior (la sua prima stagionale) dove la compagna di squadra brianzola **Cristina Tonetti** è giunta nona all'indomani dell'ottimo quarto posto (sia Open sia Junior) nella cronometro del sabato.

Per **Francesca**, il bottino si è arricchito di due prestigiose maglie: quella di campionessa provinciale cuneese e quella di "regina" piemontese di categoria. Per lei, un week end ricco di soddisfazioni contando anche la medaglia di bronzo tricolore messa al collo venerdì a Orsago.

Per il VO2 Team Pink, la domenica ha regalato anche un doppio piazzamento in Trentino nelle gare di Borgo Valsugana: nelle Allieve, quinto posto per la "panterina" torinese **Martina Sanfilippo**, mentre nelle Esordienti la romana **Mia Costantini** è giunta decima.

Ordine d'arrivo Trofeo Inalpi Donne Open Racconigi

1° Silvia Pollicini (Valcar-Travel & Service) 94 chilometri in 2 ore 18 minuti 42 secondi, media 40,663 chilometri orari

2° Matilde Vitillo (Racconigi Cycling Team)

3° Francesca Barale (VO2 Team Pink)

4° Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani)

5° Giorgia Simoni (Team Lady Zuliani)

6° Giorgia Vettorello (Top Girls Fassa Bortolo)

7° Rachele Barbieri (Serramazzoni) a 10 secondi

8° Martina Alzini (Valcar-Travel & Service)

9° Emanuela Zanetti (Eurotarget Bianchi Vittoria)

10° Silvia Persico (Valcar-Travel & Service)

Classifica Donne Junior Trofeo Inalpi Racconigi

1°Francesca Barale (VO2 Team Pink)

2° Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani)

3° Giorgia Simoni (Team Lady Zuliani)

4° Lara Crestanello (Ciclismo Insieme)

5° Greta Tebaldi (Eurotarget Bianchi Vittoria)

6° Lara Scarselli (Zhiraf Guerciotti)

7° Letizia Brufani (Team Lady Zuliani)

8° Vanessa Michieletto (Breganze Millenium)

9° Cristina Tonetti (VO2 Team Pink)

10° Carlotta Borello (Ciclismo Insieme)

Esordienti Borgo Valsugana

1° Irma Siri (Cadeo Carpaneto) 33 chilometri 600 metri in 1 ora e 55 secondi, media 33,600 chilometri orari

2° Romina Evelin Di Sciuva (Cicli Fiorin)

3° Linda Sanarini (Scuola ciclismo Vo')

4° Camilla Colombo (Ju Green Gorla Minore)

5° Asia Sgaravato (Cycling Team Petrucci Ekoi)

6° Alessia Zambelli (Ossanesga)

7° Anita Baima (Cicli Fiorin)

8° Chantal Pegolo (Team Spercenigo Friuli)

9° Marisol Dalla Pietà (Cadeo Carpaneto)

10° Mia Costantini (VO2 Team Pink).

Donne Allieve Borgo Valsugana

1° Federica Venturelli (Cicli Fiorin) 59 chilometri 400 metri in 1 ora 47 minuti 25 secondi, media 33,179 chilometri orari

2° Serena Brillante Romeo (Ciclistica Bordighera)

3° Eleonora Ciabocco (Team Di Federico)

4° Sara Piffer (Velo Sport Mezzocorona) a 20 secondi

5° Martina Sanfilippo (VO2 Team Pink)

6° Martina Carrara (Valcar-Travel & Service)

7° Elisa De Vallier (Top Girls Fassa Bortolo)

8° Francesca Pellegrini (Valcar-Travel & Service) a 30 secondi

9° Giorgia Serena (Valvasone)

10° Eleonora Bassi (Valvasone)

13 SETTEMBRE – PEDALEROSA

VO2 TEAM PINK: LA JUNIOR FRANCESCA BARALE GRAFFIA A RACCONIGI (CN)

Si conclude con un acuto l'intenso fine settimana della formazione Donne Juniores del VO2 Team Pink, protagonista venerdì al campionato italiano cronometro di Orsago (Treviso) e poi al via alla Due Giorni in Rosa nelle Terre della Granda a Racconigi (Cuneo). La trasferta piemontese ha regalato una grande gioia a Francesca Barale, atleta ossolana del sodalizio piacentino che nella prova in linea di oggi (domenica) del Trofeo inalpi ha centrato il terzo posto della gara Open, vinta da Silvia Pollicini (Valcar-Travel & Service) davanti alla "padrona di casa" Matilde Vitillo (Racconigi Cycling Team), entrambe atlete Elite. Così, per la Barale è arrivata la vittoria della classifica Donne Junior (la sua prima stagionale) dove la compagna di squadra brianzola Cristina Tonetti è giunta nona all'indomani dell'ottimo quarto posto (sia Open sia Junior) nella cronometro del sabato. Per Francesca, il bottino si è arricchito di due prestigiose maglie: quella di campionessa provinciale cuneese e quella di "regina" piemontese di categoria. Per lei, un week end ricco di soddisfazioni contando anche la medaglia di bronzo tricolore messa al collo venerdì a Orsago. Per il VO2 Team Pink, la domenica ha regalato anche un doppio piazzamento in Trentino nelle gare di Borgo Valsugana: nelle Allieve, quinto posto per la "panterina" torinese Martina Sanfilippo, mentre nelle Esordienti la romana Mia Costantini è giunta decima. (Foto di Flaviano Ossola) Ordine d'arrivo Trofeo inalpi Donne Open Racconigi: 1° Silvia Pollicini (Valcar-Travel & Service) 94 chilometri in 2 ore 18 minuti 42 secondi, media 40,663 chilometri orari, 2° Matilde Vitillo (Racconigi Cycling Team), 3° Francesca Barale (VO2 Team Pink), 4° Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani), 5° Giorgia Simoni (Team Lady Zuliani), 6° Giorgia Vettorello (Top Girls Fassa Bortolo), 7° Rachele Barbieri (Serramazzoni) a 10 secondi, 8° Martina Alzini (Valcar-Travel & Service), 9° Emanuela Zanetti (Eurotarget Bianchi Vittoria), 10° Silvia Persico (Valcar-Travel & Service) Classifica Donne Junior Trofeo inalpi Racconigi: 1°Francesca Barale (VO2 Team Pink), 2° Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani), 3° Giorgia Simoni (Team Lady Zuliani), 4° Lara Crestanello (Ciclismo Insieme), 5° Greta Tebaldi (Eurotarget Bianchi Vittoria), 6° Lara Scarselli (Zhiraf Guerciotti), 7° Letizia Brufani (Team Lady Zuliani), 8° Vanessa Michieletto (Breganze Millenium), 9° Cristina Tonetti (VO2 Team Pink), 10° Carlotta Borello (Ciclismo Insieme). Donne Esordienti Borgo Valsugana: 1° Irma Siri (Cadeo Carpaneto) 33 chilometri 600 metri in 1 ora e 55 secondi, media 33,600 chilometri orari, 2° Romina Evelin Di Sciuva (Cicli Fiorin), 3° Linda Sanarini (Scuola ciclismo Vo'), 4° Camilla Colombo (Ju Green Gorla Minore), 5° Asia Sgaravato (Cycling Team Petrucci Ekoi), 6° Alessia Zambelli (Ossanesga), 7° Anita Baima (Cicli Fiorin), 8° Chantal Pegolo (Team Spercenigo Friuli), 9° Marisol Dalla Pietà (Cadeo Carpaneto), 10° Mia Costantini (VO2 Team Pink). Donne Allieve Borgo Valsugana: 1° Federica Venturelli (Cicli Fiorin) 59 chilometri 400 metri in 1 ora 47 minuti 25 secondi, media 33,179 chilometri orari, 2° Serena Brillante Romeo (Ciclistica Bordighera), 3° Eleonora Ciabocco (Team Di Federico), 4° Sara Piffer (Velo Sport Mezzocorona) a 20 secondi, 5° Martina Sanfilippo (VO2 Team Pink), 6° Martina Carrara (Valcar-Travel & Service), 7° Elisa De Vallier (Top Girls Fassa Bortolo), 8° Francesca Pellegrini (Valcar-Travel & Service) a 30 secondi, 9° Giorgia Serena (Valvasone), 10° Eleonora Bassi (Valvasone). Luca Ziliani – Ufficio Stampa Vo2 Team Pink FacebookTwitterCondividi

[VO2 TEAM PINK: LA JUNIOR FRANCESCA BARALE GRAFFIA A RACCONIGI (CN)]

13 SETTEMBRE – PEDALEROSA

DUE GIORNI IN ROSA A RACCONIGI (CN): FESTA PER POLLICINI, VITILLO E CRESTANELLO

L'élite Silvia Pollicini della Valcar Travel & Service ha vinto la settima edizione del Trofeo Latterie Inalpi di Racconigi, seconda e ultima prova della Due Giorni in Rosa. Pollicini ha battuto in uno sprint a sei Matilde Vitillo del Racconigi Cycling Team e Francesca Barale della Vo2 Team Pink che è stata anche la migliore juniores. La gara si correva su un circuito completamente pianeggiante di 11 chilometri e mezzo da ripetere otto volte per un totale di 92 chilometri. Nonostante non ci fossero salite, un tratto molto tecnico poteva favorire l'attacco di atlete che volessero provare a evitare l'arrivo allo sprint con gruppo compatto. Al via c'erano 125 partenti. Dopo due giri in cui non ci sono stati momenti particolarmente interessanti dal punto di vista della cronaca è arrivato il primo attacco di giornata. Se ne sono andate Francesca Balducci (Pro Cycling Team), Claudia Meucci (G20 Boiler Parts Ambedo) e Silvia Persico (Valcar Travel & Service). Dopo alcuni chilometri in avanscoperta però il gruppo le ha riprese prima che il loro vantaggio diventasse pericoloso. Subito dopo aver neutralizzato il primo tentativo di giornata, dal gruppo si sono avvantaggiate Noemi Eremita (Ciclismo Insieme) e Silvia Magri (Valcar Travel & Service). La loro azione è durata un paio di chilometri e il vantaggio nei confronti del gruppo è arrivato a sfiorare il minuto. Poi il gruppo si è riorganizzato e si è messo a lavorare per riprenderle. Il riaggancio è avvenuto durante il sesto giro. Sempre nel corso del sesto giro è arrivato l'attacco decisivo quando sono scattate Matilde Vitillo (Racconigi Cycling Team), Giorgia Simoni e Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani), Francesca Barale (Vo2 Team Pink), Giorgia Vettorello (Top Girls – Fassa Bortolo) e Silvia Pollicini (Valcar Travel & Service). All'inizio del settimo giro avevano già 30 secondi nei confronti del gruppo. Da quel momento il loro margine ha continuato ad aumentare e all'inizio dell'ultimo giro era chiaro che per il gruppo non c'era più nulla da fare, nonostante l'azione delle atlete della Ciclismo Insieme che si sono incaricate dell'inseguimento. Per tutto l'ultimo giro le sei fuggitive hanno pedalato di comune accordo senza che nessuna provasse a lasciare la compagnia delle altre e tentare l'arrivo in solitaria. In vista del finale il gruppo è riuscito a recuperare qualcosina ma non è bastato. La volata è stata lanciata a 200 metri dall'arrivo e la più veloce è stata nettamente Silvia Pollicini che ha vinto con una bici di vantaggio su Matilde Vitillo. Francesca Barale, terza assoluta, ha vinto nella categoria juniores. Matilde Vitillo ha vinto la classifica generale della Due Giorni in Rosa delle Élite grazie al quarto posto di ieri e al secondo di oggi facendo sua la maglia di Ar3 indossata ieri da Francesca Selva dopo la vittoria nella Cronometro per Adele. Lara Crestanello della Ciclismo Insieme che tra le Juniores si è classificata terza ieri a crono e quarta oggi in linea ha vinto la classifica della Due Giorni in Rosa indossando così la maglia verde di Cassa di Risparmio di Fossano che stamattina era sulle spalle di Matilde Bertolini. (Foto tratta da Comunicato Stampa) ORDINE D'ARRIVO 7° TROFEO LATTERIE INALPI DI RACCONIGI (CN) CAT. DONNE OPEN ASSOLUTO: 1) Silvia Pollicini (Valcar Travel & Service) 92 km in 2h18'42" alla media di 39,80 km/h 2) Matilde Vitillo (Racconigi Cycling Team) s.t. 3) Francesca Barale (Vo2 Team Pink) s.t. 4) Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani) s.t. 5) Giorgia Simoni (Team Lady Zuliani) s.t. 6) Giorgia Vettorello (Top Girls – Fassa Bortolo) 7) Rachele Barbieri (Ac Serramazzoni) 8) Martina Alzini (Valcar Travel & Service) 9) Emanuela Zanetti (Eurotarget – Bianchi – Vittoria) 10) Silvia Persico (Valcar Travel & Service) CLASSIFICA 7° TROFEO LATTERIE INALPI DI RACCONIGI (CN) CAT. DONNE JUNIOR: 1) Francesca Barale (Vo2 Team Pink) 2) Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani) 3) Giorgia Simoni (Team Lady Zuliani) 4) Lara Crestanello (Ciclismo Insieme) 5) Greta Tebaldi (Eurotarget- Bianchi – Vittoria) 6) Lara Scarselli (Zhiraf Guerciotti) 7) Letizia Brufani (Team Lady Zuliani) 8) Vanessa Michieletto (Breganze Millenium) 9) Cristina Tonetti (Vo2 Team Pink) 10) Carlotta Borello (Ciclismo

Insieme) CLASSIFICA 7° TROFEO LATTERIE INALPI DI RACCONIGI (CN) CAT. DONNE ÉLITE: 1) Silvia Pollicini (Valcar Travel & Service) 2) Matilde Vitillo (Racconigi Cycling Team) 3) Giorgia Vettorello (Top Girls – Fassa Bortolo) 4) Rachele Barbieri (Ac Serramazzoni) 5) Martina Alzini (Valcar Travel & Service) 6) Emanuela Zanetti (Eurotarget – Bianchi – Vittoria) 7) Silvia Persico (Valcar Travel & Service) 8) Marzia Salton Basei (G20 Boiler Parts Ambedo) 9) Francesca Selva (T-Red Factory Racing) 10) Francesca Balducci (Pro Cycling Team Fanini) Davide Tibaldi – Addetto Stampa Racconigi Cycling Team FacebookTwitterCondividi

[DUE GIORNI IN ROSA A RACCONIGI (CN): FESTA PER POLLICINI, VITILLO E CRESTANELLO]

13 SETTEMBRE – ILNAZIONALE

SILVIA POLLICINI VINCE IL TROFEO INALPI A VITILLO E CRESTANELLO LA DUE GIORNI IN ROSA

L'élite Silvia Pollicini della Valcar Travel & Service ha vinto la settima edizione del Trofeo Latterie inalpi di Racconigi, seconda e ultima prova della Due Giorni in Rosa. Pollicini ha battuto in uno sprint a sei Matilde Vitillo del Racconigi Cycling Team e Francesca Barale della Vo2 Team Pink che è stata anche la migliore juniores. La gara si è corsa su un circuito completamente pianeggiante di 11 chilometri e mezzo da ripetere otto volte per un totale di 92 chilometri. Nonostante non ci fossero salite, un tratto molto tecnico poteva favorire l'attacco di atlete che volessero provare a evitare l'arrivo allo sprint con gruppo compatto. Al via c'erano 125 partenti.

Dopo due giri in cui non ci sono stati momenti particolarmente interessanti dal punto di vista della cronaca è arrivato il primo attacco di giornata. Se ne sono andate Francesca Balducci (Pro Cycling Team), Claudia Meucci (G20 Boiler Parts Ambedo) e Silvia Persico (Valcar Travel & Service). Dopo alcuni chilometri in avanscoperta però il gruppo le ha riprese prima che il loro vantaggio diventasse pericoloso.

Subito dopo aver neutralizzato il primo tentativo di giornata, dal gruppo si sono avvantaggiate Noemi Eremita (Ciclismo Insieme) e Silvia Magri (Valcar Travel & Service). La loro azione è durata un paio di chilometri e il vantaggio nei confronti del gruppo è arrivato a sfiorare il minuto. Poi il gruppo si è riorganizzato e si è messo a lavorare per riprenderle. Il riaggancio è avvenuto durante il sesto giro.

Sempre nel corso del sesto giro è arrivato l'attacco decisivo quando sono scattate Matilde Vitillo (Racconigi Cycling Team), Giorgia Simoni e Giulia Giuliani (Team Lady Zuliani), Francesca Barale (Vo2 Team Pink), Giorgia Vettorello (Top Girls Fassa Bortolo) e Silvia Pollicini (Valcar Travel & Service). All'inizio del settimo giro avevano già 30 secondi nei confronti del gruppo. Da quel momento il loro margine ha continuato ad aumentare e all'inizio dell'ultimo giro era chiaro che per il gruppo non c'era più nulla da fare, nonostante l'azione delle atlete della Ciclismo Insieme che si sono incaricate dell'inseguimento.

Per tutto l'ultimo giro le sei fuggitive hanno pedalato di comune accordo senza che nessuna provasse a lasciare la compagnia delle altre e tentare l'arrivo in solitaria. In vista del finale il gruppo è riuscito a recuperare qualcosina ma non è bastato. La volata è stata lanciata a 200 metri dall'arrivo e la più veloce è stata nettamente Silvia Pollicini che ha vinto con una bici di vantaggio su Matilde Vitillo. Francesca Barale, terza assoluta, ha vinto nella categoria juniores.

[SILVIA POLLICINI VINCE IL TROFEO INALPI A VITILLO E CRESTANELLO LA DUE GIORNI IN ROSA]

13 SETTEMBRE – LIBERO.247

Silvia Pollicini vince il Trofeo Inalpi, a Vitillo e Crestanello la Due Giorni in Rosa

Targatocn.it | 1 | 46 minuti fa

La gara si è corsa su un circuito completamente pianeggiante di 11 chilometri e mezzo da ripetere otto volte per un totale di 92 chilometri. Nonostante non ci fossero salite, un tratto molto tecnico poteva favorire l'attacco di atlete che volessero ...
Leggi la notizia

Persone: silvia pollicini rosa
Organizzazioni: valcar travel & service vo2 team pink
Luoghi: racconigi
Tags: gruppo vantaggio

ALTRE FONTI (11)

VO2 Team Pink, la Junior Francesca Barale "graffia" a Racconigi

... atleta ossolana del sodalizio piacentino che nella prova in linea di oggi, domenica, del Trofeo Inalpi ha centrato il terzo posto della gara Open, vinta da **Silvia Pollicini** , Valcar-Travel & ...
Piacenza 24 - 55 minuti fa

Persone: francesca barale junior
Organizzazioni: cadeo carpaneto scuola
Prodotti: open ritmo
Luoghi: racconigi borgo valsugana
Tags: prova ossolana

Ciclismo: Sylvie Truc in bella evidenza nel Trofeo Inalpi a Racconigi

A imporsi è la varesina **Silvia Pollicini**, Valcar Travel,, al traguardo in 2h 18'42", alla media di 40,563 km/h. Alle sue spalle Matilde Vitillo, Racconigi Cycling Team; compagna di sodalizio della ...
AostaSports - 1 ora fa

Persone: sylvie truc valcar
Organizzazioni: racconigi cycling team orange
Luoghi: racconigi busto garolfo
Tags: evidenza media

FOTO

Silvia Pollicini vince il Trofeo Inalpi, a Vitillo e Crestanello la Due Giorni in Rosa
Targatocn.it - 19-6-2020